

الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية
وزارة التعليم العالي والبحث العلمي
جامعة الحاج لخضر - باتنة 1

كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية
قسم علوم الإعلام والاتصال وعلم المكتبات
الرقم التسلسلي:
رقم التسجيل:

التفاعلية في الصحافة الإلكترونية

دراسة في استخدامات وإشباعات النخبة الأكاديمية الجزائرية
دراسة تحليلية ميدانية

أطروحة مقدمة لنيل شهادة دكتوراه العلوم في علوم الإعلام والاتصال تخصص صحافة

تحت إشراف الأستاذ

من إنجاز الباحثة

د. بن زروق جمال

قجالي آمنة

اللجنة المناقشة

رئيسا	جامعة باتنة 1	أستاذ محاضر "أ"	د. بن بعتوش أحمد عبد الحكيم
مشرفا ومقررا	جامعة سكيكدة	أستاذ محاضر "أ"	د. بن زروق جمال
عضوا مناقشا	جامعة باتنة 1	أستاذ محاضر "أ"	د. هادف مصطفى
عضوا مناقشا	جامعة باتنة 1	أستاذ محاضر "أ"	د. قارش محمد
عضوا مناقشا	جامعة بسكرة	أستاذ محاضر "أ"	د. جفافة داود
عضوا مناقشا	جامعة بسكرة	أستاذ محاضر "أ"	د. جفال سامية

السنة الجامعية: 2017/2016



شكر وعرفان

الحمد لله العليّ التقدير الذي وفقني في إتمام هذه الأطروحة على هذه الصورة ...

أما بعد؛

أتقدم بجزيل شكري وامتناني للأستاذ الفاضل المشرف الدكتور بن زروق جمال على كل ما قدمه لي من يد العون والمساعدة في إتمام هذه الأطروحة، وعلى مواقفه النبيلة معي طيلة عملي عليها، كما أدين له بجزيل الشكر والتقدير والامتنان على السند المعنوي الذي وافقني به طيلة مشواري البحثي في موضوعها... فأدام الله عليه الصحة،
وزاده علما ورفعة في الدنيا والآخرة ...

والشكر الجزيل للمدير السابق لجامعة أم البواقي الأستاذ الدكتور بوراس أحمد الذي منحني شرفه إنهاء هذه الأطروحة من خلال موافقته على نبلي لإجازة علمية لإتمامها.. سأظل أدين لسيادته بكل معاني الامتنان والتقدير، والتبجيل... أدامك الله أستاذي المبدع عونا ونبراسا يضيء لنا الطريق في جامعة قسنطينة 3 حاليا...

كما أتقدم بجزيل شكري وامتناني لجميع أساتذتي الدكاترة الأفاضل من جامعتي قسنطينة 3 وباتنة 1 الذين استلمت من دراساتهم وأبحاثهم الكثير في أطروحتي هذه، وعلى رأسهم اللجنة المناقشة لأطروحة حيث شرفني أعضاؤها بمناقشتي انتفاعا بعلمهم... فأسال الله أن تكون في ميزان حسناتهم وجزاهم الله عني وعن طلابه العلم خير الجزاء ...

الباحثة: قبالي آمنة حرم قاضي

إهداء

أهدي ثمرة مجهودي لوالدي الكريمين اللذين سخرا لي وللخوتي وأخواتي كل سبل النجاح والتفوق، وعلمانا أصول التربية والأخلاق ...
دون أن أنسى شريك حياتي؛ زوجي الفاضل الذي منحني الكثير من الدعم والتفهم لإتمام هذه الأطروحة ... وإلى روح ابنتنا الغالية جيهان مشيرة...
كما أشكر أخواتي: خديجة، سارة، نور الهدى، ومنال، وإخوتي: محمد الشريف، عبد الرؤوف وعبد العالي الذين تحملوا معي الكثير، وكانوا وراء ما وصلت إليه فلجميع مني كل الحب، والتقدير، والامتنان، والعرفان بالجميل ما حييت ...
وأخيرا أشكر كل من مد لي يد العون من أجل إتمام هذه الأطروحة من قريب أو بعيد ...
وأخص بالذكر كلا من الزميلين جاد الله رمزي وشرقي اسماعيل..
لكم جميعا كل المودة والاحترام والتقدير ...

الباحثة: قبالي أمينة حرم قاضي

***ملخص الدراسة**

تهدف هذه الدراسة الموسومة "بالتفاعلية في الصحافة الإلكترونية دراسة في استخدامات وإشباعات النخبة الجزائرية دراسة تحليلية ميدانية" التي تبنت مقارنة الاستخدامات والإشباعات ونموذج التفاعلية في وسائل الإعلام الإلكتروني مدخلا نظريا للإجابة عن تساؤلاتها، في شقها الميداني الخاص بجمهور النخبة الأكاديمية إلى الكشف عن عادات وأنماط تعرض النخبة الجزائرية للتقنيات التفاعلية في الصحافة الإلكترونية الجزائرية، وتفضيلاتهم لمختلف مواضيعها وتقنيات العرض للمضامين فيها، إضافة إلى الإشباعات المحققة لديهم من استخدامهم لها. انتهاءً بتحديد تقييمهم لمختلف تطبيقات الاتصال التفاعلي الحاصل حين التعرض لها. بينما يعنى الشق الميداني الخاص بالقائمين على مواقع الصحف الإلكترونية الجزائرية (Webmasters) بالتعرف على مواصفات هؤلاء القائمين، ومدى فهمهم للتطبيقات التفاعلية المتاحة عبر مواقعها، فضلا عن كيفية تعاملهم مع تفاعل مستخدميها مع المضمون، مع المحررين ومع المستخدمين الآخرين، وصولا إلى الكشف عن أهم معوقات ضمان التفاعلية المثالية عبر مواقع الصحف الإلكترونية الجزائرية من وجهة نظرهم. في حين يحدد الشق التحليلي للدراسة مجموعة من الأبعاد والمؤشرات التي تخدم هدف قياس التفاعلية عبر مواقع الصحف الإلكترونية محل الدراسة وفق الأطر المستخدمة سابقا لقياس التفاعلية في البحوث الغربية والعربية.

وتطرح هذه الدراسة ثلاثة تساؤلات رئيسية؛ أولها خاص بالدراسة الميدانية لجمهور النخبة: ما مدى استخدام النخبة الأكاديمية للأبعاد التفاعلية المتاحة عبر الصحافة الإلكترونية الجزائرية وما الإشباعات المحققة منها؟ وثانيها متعلق بالدراسة الميدانية للقائمين على المواقع: ما مدى إدراك القائمين على المواقع لأهمية التطبيقات التفاعلية في الصحافة الإلكترونية الجزائرية؟ وثالثها خاص بالدراسة التحليلية: ما هي التطبيقات التفاعلية المتاحة عبر الصحافة الإلكترونية الجزائرية؟

وبما أن هذه الدراسة تهدف إلى وصف وتحليل معالم التفاعلية في الصحافة الإلكترونية الجزائرية، فهي تنتمي إلى الدراسات الوصفية التحليلية المقارنة، استخدمت الباحثة فيها منهج المسح بنظام العينة، تم خلاله توزيع صحائف استبيان إلكترونية على عينة قصدية متاحة من النخبة الأكاديمية الجزائرية بلغ قوامها 319 مفردة. وتحليل ثمانية مواقع إلكترونية لصحف جزائرية تتصف بكونها الأعلى تصفحا على الشبكة حسب الموقع الأمريكي المتخصص "أليكسا"، فضلا عن تمتع أغلبها بالأسبقية في الظهور على الساحة الإلكترونية الجزائرية، وهي: الشروق أون لاين، والخبر، والنهار أون لاين، والشعب، والوطن، ولبيرتي، والمجاهد ولوسوار دالجيري. إضافة إلى إجراء مقابلات مع أربعة فقط من القائمين على مواقع الصحف الإلكترونية عينة الدراسة التحليلية الذين قبلوا إجراءها مع الباحثة وهم مدرء مواقع كل من الخبر، والشروق أون لاين، والوطن، والمجاهد. وتمت معالجة النتائج إحصائيا عبر حزمة برنامج SPSS.21 للتحليل الإحصائي، وتمثلت أهم النتائج

المتوصل إليها في الآتي :

1- تستخدم النخبة الأكاديمية الصحافة الإلكترونية الجزائرية عموماً بشكل معقول دون إفراط، بانتظام في المنزل بين ثلاث فترات رئيسية هي: الصباح، المساء، والليل. وهي تفضل التعرض للصحف الإلكترونية الجزائرية فالعربية ثم الغربية على أن تكون هذه الصحف الجزائرية وطنية خاصة، ناطقة باللغة العربية، متنوعة المضامين وذات نظير ورقي. وتختار المواضيع فيها من بين العناوين المطروحة في الصفحة الأولى وتدخل إلى روابطها لقراءتها كما قد تقرأ المواضيع التي تثيرها عناوينها سواء كان في الصفحة الأولى أو الروابط الداخلية أو تتجول لتقرأ مختلف المواضيع المتاحة عبر جميع روابط الصحيفة. فيما ترغب في الاطلاع الدائم على الموضوعات السياسية والدولية، ثم المحلية، والاجتماعية وأخيراً الثقافية، تشدها في ذلك المواضيع بالدرجة الأولى فالتصميم والمحتوى معا في مرتبة ثانية. يعود دافعها الأول في التعرض لها إلى كونها سهلة التصفح وغير مكلفة كما أنها تتمتع بهامش أكبر من الحرية مقارنة بالصحف الورقية.

2- مفردات النخبة الأكاديمية غير راضية عن أداء الصحف الإلكترونية الجزائرية، فهي لا تلبى حاجاتهم إلا أحيانا بنسبة تقارب الـ 80%. في حين أقرت أن الصحف الإلكترونية الجزائرية توفر وقتها الثمين من خلال سهولة التصفح والتواجد في كل وقت وفي أي مكان معها، كما زادوا على ذلك أنه إلى جانب الوقت فهي توفر أيضا المال أي مصروف اقتناء جريدة ورقية يوميا. فضلا عن ميزتها الخاصة بعمق المضمون وكثافة المعلومات حيث تعزز لديهم القدرة على النقاش في مختلف المواضيع.

3- تمارس النخبة الأكاديمية التفاعلية الإبحارية (مع المضمون) من خلال البحث مباشرة عما يهمها في الموقع من أخبار عبر الوصلات السريعة (المواضيع الأكثر تصفحا، المواضيع الأكثر تعليقا... الخ)، أو استخدام محركات البحث الموجودة في المواقع للعثور مباشرة على طلبها. إضافة إلى انتظار التحديثات المستمرة على مواقع الصحف للحصول على الأحداث لحظة وقوعها، دونما تعليق أو إظهار لاتجاهاتها في استطلاعات الرأي إلا في حالات قليلة جدا. حيث تتخذ النخبة الأكاديمية الجزائرية بشكل عام أيضا اتجاها سلبيا قويا نحو التفاعل مع محرري وصحفي المواقع الإلكترونية الجزائرية. كما لا تهتم كذلك بالتفاعل مع المستخدمين الآخرين، فالاتجاه العام لها سلبي قوي كذلك، وقد صرحت في ذات الصدد أنها تكتفي بتصفح المنتديات التابعة لموقع الصحيفة دون الاشتراك والنقاش.

4- حول تقييم كفاءة الصفحة الأولى للصحف الإلكترونية الجزائرية انقسمت النخبة الأكاديمية بين من اعتبروها جيدة بنسبة 43.3%، و 34.8% ممن قيموها على أساس كونها ضعيفة.

5- كما شهدت نتائج الدراسة انقساما حادا بين مفردات النخبة الأكاديمية حول تقييم تطبيقات التفاعلية المتاحة عبر الصحف الإلكترونية الجزائرية بين كونها مقبولة إلى حد ما، وهو ما يفسره الاتجاه الإيجابي العام الذي سجلته الباحثة عند العينة اتجاه مختلف عناصر كفاءة الصفحة الأولى من شكل وتقنية ومضمون. وكونها ضعيفة ولا ترقى إلى مستوى الصحف العالمية والأجنبية عموماً.

6- ونتيجة لهذا التقييم المتجه إلى السلبي أكثر من الإيجابي، فقد عابت النخبة على الصحف الإلكترونية العديد من النقائص تسبب ضعف مستوى التفاعلية المتاحة عبرها، وعلى رأسها كان: غياب المصداقية والتأكد من صحة المعلومة، غياب الوعي لدى أطراف العملية الاتصالية (المرسل والمستقبل) بأهمية التفاعلية عبر الإعلام الإلكتروني في ترقية الإعلام ككل، وضعف التكوين لدى الصحفيين منع الصحف الإلكترونية من إنتاج إعلام إلكتروني تفاعلي فاعل. وكذلك غياب الوعي بحرية الرأي والتعبير وتقدير الإعلام التشاركي الديمقراطي وقدرته في تحقيق التنمية نظرا لفتوة التجربة الإعلامية الخاصة بشكل عام في الجزائر.

7- وتبين من خلال مقابلات الباحثة مع أربعة من القائمين على مواقع الصحف الإلكترونية الجزائرية، أنهم من فئة الشباب في غالبيتهم، وهم من الجامعيين في معظمهم مع احتكار منصب مدير الموقع من طرف الصحفيين المحترفين القدامى، يغلب على تخصصاتهم الإعلام الآلي وليس الإعلام والاتصال. وهم ممن تلقوا على الأقل دورة تكوينية واحدة في الصحافة الإلكترونية خارج الجزائر، ويلاقون مشاكل في تكوين وتدريب صحفيين جدد يتولون الخدمات التفاعلية عبر الصحف.

8- يتضح جليا من خلال الأربع مقابلات الاختلافات في فهم التفاعلية ومستوياتها، هناك بشكل عام ثلاث أفكار أساسية:

- هناك من يعتبر التفاعلية هي الإبهار بالصفحة الأولى للموقع من ناحية التصميم والمضمون، وذلك بانتقاء الألوان ذات الدلالة الخادمة لأهداف الموقع، تقسيم المساحات بشكل منتظم، الابتكار والتحسين المستمر للخلفيات والمكونات الداخلية للصفحات. فضلا عن خلق جميع الخدمات الممكنة لتغطية كافة مستويات التفاعل (بين المستخدم والمضمون، المستخدم والمحرر، والمستخدمين فيما بينهم). مثلما تفعل الشروق أون لاين.

- هناك من يعتبر التفاعلية هي الآنية والتحديث المستمرين، تقديم الأخبار في شكل إلكتروني لافت مختصر إرضاءً وجلباً للقراء. والتصاميم التفاعلية المبتكرة كالخرائط التفاعلية، والرسومات والصور المعبرة، مثلما يحاول السيد فاروق غدير الوصول بموقع الخبر إلى ذلك.

- بينما تشترك الوطن والمجاهد في الرؤى من خلال إدارتي موقعهما حيث يركزان على مستويين هما: تفاعل القارئ مع المحتوى وتفاعل القارئ مع المحررين مع اختلاف في ترتيب المستويين عند كل موقع، حيث يهتم المجاهد بالتفاعل مع المحتوى أولا ثم التفاعل مع المحررين، في حين يفضل الوطن العكس.

9- وحول كيفية تعامل القائمين على المواقع الصحفية الإلكترونية الجزائرية مع تفاعل مستخدمي مواقعهم مع المضمون، مع المحررين ومع المستخدمين الآخرين؛ تتخذ جميع إدارات مواقع الصحف الإلكترونية الجزائرية الحذر من تطبيقات التفاعلية، وتكاد تكون كلها خاضعة للرقابة المسبقة والفرز فيما عدا

- استطلاعات الرأي بالنسبة للمواقع التي تتيحها، حيث تنشر نتائج التصويت فيها بشكل فوري نظرا لآلية عملها أصلا. كما أن الصحف تتماهى في رقابتها لتلزم المستخدمين بالتسجيل للحصول على بعض الخدمات (كالتعليق، والأرشفة الإلكترونية وغيرها).
- 10- وحسب مدراء المواقع الجزائرية فإن هناك معوقات كثيرة لا تسمح لهم بضمان تفاعلية مثالية للمستخدمين عبر مواقعهم منها:
- الذهنية السائدة لدى ملاك ومدراء تحرير الصحف الورقية الذين لا يزالون في أغلبهم غير مقتنعين بجذوى الصحف الإلكترونية لكونها لا تجلب مداخيل كالورقية حسب فهمهم لها.
 - قلة تعداد الصحفيين في مختلف إدارات مواقع الصحف الجزائرية (ما بين 3-6) ماعدا الشروق 15 شخصا لإدارة بوابة إخبارية إلكترونية تحتوي على ما لا يقل عن 8 مواقع فرعية.
 - نقص التكوين والتدريب لدى الصحفيين اللازمين لضمان إعلام إلكتروني سليم للقارئ الإلكتروني.
 - انعدام الكفاءات الجزائرية في التصميم الإلكتروني مما يؤدي بالجوء إلى مبتكرين ومطورين أجانب مثلما فعلت الوطن وستفعل الخبر قريبا حسب تصريحات المسؤول الأول عن موقعها.
 - الوعي لدى أطراف العملية الاتصالية الإلكترونية (محررين ومستخدمين) بضرورة وفائدة التفاعلية من أجل التطوير والتحسين.
- 11- ومن خلال الدراسة التحليلية اكتشفت الباحثة استنتاجات عدة حول ترتيب الصحف الجزائرية من حيث استغلالها لتطبيقات التفاعلية على الإنترنت:
- تولي الصحف الجزائرية أهمية لتفاعل المستخدمين مع المحررين عبر أساليب تقليدية على رأسها الهاتف الثابت والفاكس والمراسلة البريدية، مع حضور محتشم لخدمتي البريد الإلكتروني والمدونات. ثم استخدام الوسائط المتعددة وعلى رأسها الفيديو، فالاهتمام بتطبيقات الضبط والرقابة لضمان حسن سير مواقعها.
 - تسيطر مواقع الجرائد الورقية على المراكز الأولى من حيث التفاعلية ويعود هذا بالأساس لضعف مداخيل مواقع الإنترنت من الإشهار في الجزائر ما يبعد المهتمين بالمجال من إطلاق مواقع إخبارية على الإنترنت لأنها لن تتمكن من تغطية تكاليفها التشغيلية.
 - وجود سيطرة للمواقع الناطقة باللغة العربية على المراتب الثلاث الأولى مقابل موقع مفرنس واحد حاز المرتبة الثانية.
 - إن الصحف الخاصة أكثر تفاعلية من الصحف العمومية.
 - إن استخدام واستغلال التفاعلية لا يرجع بالضرورة إلى قدم أو حداثة الموقع بل إلى قناعات إدارته المسيرة.

***Résumé de la recherche**

La présente étude, intitulée "**L'interactivité dans la presse électronique, étude des usages et gratifications de l'élite algérienne, une étude analytique sur le terrain**", a adopté la théorie des usages et gratifications et le modèle de l'interactivité dans la presse électronique comme approche théorique pour répondre à ses questions de recherche. En outre, sa partie réservée à l'étude de terrain, a pour objectif de révéler les habitudes et les modes d'exposition de l'élite algérienne aux techniques d'interactivité dans la presse électronique algérienne, ainsi que ses préférences au regard des différents thèmes et des techniques de présentation du contenu, sans oublier les gratifications obtenues par son utilisation ; pour finir par la détermination de leur évaluation des diverses applications de la communication interactive durant leur l'exposition. Quand à la partie de l'étude de terrain, consacrée aux webmasters de la presse électronique algérienne, elle vise à identifier les spécifications des responsables des sites de la presse électronique algérienne, et à juger l'importance de leur compréhension des applications interactives disponibles sur leurs sites, ainsi que la façon avec laquelle ils réagissent face à l'interaction de leurs utilisateurs avec le contenu, les rédacteurs et les autres utilisateurs ; pour finir par la découverte des obstacles les plus importants qui empêchent une interactivité idéale à travers les sites de la presse électroniques en Algérie, de leur point de vue. La partie analytique, de la présente étude, détermine un ensemble de dimensions et d'indicateurs qui visent à mesurer l'interactivité à travers les sites de la presse électroniques objet de l'étude, selon les principes précédemment utilisés pour mesurer l'interactivité dans les travaux de recherches occidentales et arabes.

La présente étude soulève trois questions fondamentales. La première, concerne l'étude sur le terrain de l'élite: Quelle est l'étendue de l'utilisation de l'élite académique des dimensions interactives disponible à travers la presse électronique algérienne et quelles sont les gratifications obtenues? La seconde question est liée à l'étude sur le terrain des responsables des sites : a quel point les responsables des sites ont-ils conscience de l'importance des applications interactives dans la presse électronique algérienne? Enfin, la troisième question concerne l'étude analytique: Quelles sont les applications interactives disponibles via la presse électronique algérienne?

Sachant que, du fait que la présente étude vise à décrire et analyser les traits de l'interactivité dans la presse électroniques algérienne, elle appartient donc aux études descriptives, analytiques et comparatives. La chercheuse a utilisé la méthode du sondage par échantillon, grâce auquel des questionnaires électroniques ont été distribués sur un échantillon cible disponible de l'élite académique algérienne, comptant 319 mots. Sans oublier l'analyse de huit sites de journaux algériens connus pour être les plus consultés sur le réseau, selon le site américain spécialisé "Alexa", en plus d'avoir été les premiers à apparaître sur la scène électronique algérienne, à savoir: Echorouk online, El-Khabar, Ennahar online, Echaab, El-Watan, Liberté, Le Soir d'Algérie et El-Moudjahid. Ajoutons à cela des entrevues avec uniquement quatre responsables des sites de la presse algérienne échantillon de l'étude analytique qui ont acceptés de les faire avec la chercheuse, à savoir les directeurs des sites Echorouk online, El-Watan et El-Moudjahid.

Les résultats ont été traités statistiquement grâce au Logiciel de traitement de données statistiques SPSS.21, les résultats les plus importants obtenus sont les suivants:

1. En général, l'élite académique utilise la presse électronique algérienne de façon raisonnable, sans exagération et régulièrement à la maison entre trois périodes principales : le matin, le soir et la nuit. Elle préfère les journaux électroniques algériens, puis arabes suivis des journaux occidentaux, avec un privilège accordé aux journaux nationaux privés d'expression arabe, avec une variété de contenu et ayant une version papier. Les sujets sont choisis parmi les titres présentés en Une des journaux, puis se fait l'accès aux liens pour leur lecture. Comme elle peut lire les sujets soulevés par les titres de la Une ou des liens internes, ou, visite les différents sujets disponibles à travers tous les liens du journal. Elle s'intéresse, également, à consulter en permanence des sujets politiques, internationaux,

locaux, sociaux et enfin culturels ; attiré en cela par les sujets en premier lieu, puis par la conception et enfin par le contenu. Le premier motif la poussant à consulter ces journaux est la facilité de consultation, leur faible coût et le fait d'avoir une plus grande marge de liberté par rapport aux journaux en papier.

2. Le vocabulaire de l'élite académique ne dénote pas de sa satisfaction de la performance des journaux électroniques algériens, cars ils ne répondent pas à leurs besoins, sauf quelques fois à hauteur de 80%. Cependant, elle a confirmé que les journaux électroniques algériens lui épargne un temps précieux grâce à la navigation facile et la présence à tout moment et n'importe où avec elle, ajoutant qu'en plus du temps, elle économise aussi de l'argent, c'est-à-dire celui qu'elle dépenserait quotidiennement pour acheter le journal en version papier. Ainsi que l'avantage particulier de la teneur du contenu et la densité des informations qui favorisent la capacité de débattre divers sujets.

3. L'élite académique pratique la navigation interactive (avec le contenu) en recherchant directement ce qui l'intéresse sur le site parmi les informations à travers les liens rapides (les sujet les plus consultés, les sujets les plus commentés ... etc.), ou l'utilisation de moteurs de recherche disponibles sur les sites pour trouver sa demande directement. En plus d'attendre les mises à jour continues sur les sites des journaux pour obtenir les événements au moment où ils se produisent, sans faire de commentaire ni montrer ses tendances dans les sondages d'opinion, sauf dans de très rares cas. Aussi, l'élite universitaire algérienne prend en général une forte tendance négative envers l'interactivité avec les rédacteurs et journalistes des sites électroniques algériens. Elle ne s'intéresse pas également d'interagir avec d'autres utilisateurs, sa tendance générale est très négative. Dans ce contexte elle a déclaré qu'elle se contente de parcourir les forums du site sans y participer ou discuter.

4. Sur l'évaluation de la capacité de la Une des journaux électroniques, l'élite universitaire algérienne était divisée entre ceux qui la considéraient comme bonne à 43,3%, et ceux qui l'ont évaluée comme faible à 34,8%.

5. Les résultats de l'étude ont connu une différence nette entre le vocabulaire de l'élite universitaire sur l'évaluation des applications de l'interactivité disponible via les journaux électroniques algériens. Certains l'ont considéré comme acceptable dans une certaine mesure, ce qui est expliqué par la tendance positive enregistrée par la chercheuse. En effet, l'échantillon présente des éléments de la capacité de la Une comme la forme, la technique et le contenu. D'autre l'ont évalué comme faible et en deçà du niveau de la presse mondiale et étrangères en général.

6. En conséquence de cette évaluation plus négative que positif, l'élite reproche aux journaux électroniques de nombreuses lacunes qui causent la faiblesse du niveau de l'interactivité disponible. Parmi ces lacunes nous citerons : l'absence de crédibilité et de confirmation de la véracité de l'information dans les contenus produit par les utilisateurs, le manque de conscience parmi les parties au processus de communication (émetteur et récepteur) de l'importance de l'interactivité via les médias électroniques dans la promotion des médias en général, sans oublier la faiblesse de la formation chez les journalistes qui a empêché les journaux électroniques de produire un média électronique interactif efficace. Ainsi que le manque de considération de la liberté d'opinion et d'expression, et, l'appréciation de la presse participative et démocratique, et sa capacité à réaliser le développement à cause de l'expérience médiatique récente, en général, en Algérie.

7. A travers les interviews menées par la chercheuse avec quatre des responsables en charge des sites de journaux électroniques algériens, nous avons constaté qu'ils sont en majorité de la catégorie des jeunes, qu'ils sont la plupart du temps des étudiants universitaires avec un monopole des anciens journalistes professionnels qui occupent la position de directeur de site, spécialisés en informatique plutôt qu'en information et communication. Ils font également partie de ceux qui ont reçu au moins une session de formation à la presse électronique à l'extérieur de l'Algérie, et trouvent des problèmes à former et initier de nouveaux journalistes à même de prendre en charge des services interactifs via la presse.

8. Des différences dans la compréhension de l'interactivité et de ses niveaux interactifs apparaissent clairement à travers les quatre interviews. En général, il y a trois idées principales:

- Certains estiment que l'interactivité représente l'impression donnée par la conception et le contenu de la Une, et ce, par le choix des couleurs servant l'intérêt des objectifs du site, la répartition de l'espace sur une base régulière, l'innovation et l'amélioration continue des données et de composants internes des pages. Ainsi que la création de tous les services possibles pour couvrir tous les niveaux d'interactivité (entre l'utilisateur et le contenu, l'utilisateur et le rédacteur, et les utilisateurs entre eux). Comme le fait « Echourouk online ».

- Certains estiment que l'interactivité est l'instant courant et la mise à jour continue, la production de l'information sous une forme attractive et concise de façon à satisfaire et attirer les lecteurs. Sans oublier la conception interactive et innovante, tels que les dessins et les images expressives, ainsi que M. Farouk Ghadir le fait sur le site d'El-Khabar.

- Alors que « El-Watan » et « El-Moudjahed » se partagent les opinions à travers la gestion de leurs sites. Les deux focalisent sur deux niveaux: l'interaction du lecteur avec le contenu et l'interaction du lecteur avec les rédacteurs, avec une différence de l'ordre des niveaux chez chaque site ; en effet « El-Moudjahed » s'intéresse à l'interaction avec le contenu en premier puis avec les rédacteurs, tandis que « El-Watan » préfère le contraire.

9. Sur la façon d'agir des responsables des sites de la presse électronique algérienne avec l'interaction des utilisateurs de leurs sites avec le contenu, les rédacteurs et les d'autres utilisateurs; toutes les administrations des sites de la presse électronique algérienne prennent garde des applications interactives, et presque toutes sont soumises à la censure préalable et à la sélection à l'exception des sondages d'opinion pour les sites qui en disposent, les résultats des votes sont publiés immédiatement en raison de son automatisme à l'origine. Les journaux persistent dans leur contrôle ; ainsi, ils obligent les utilisateurs à s'inscrire à certains services (tels que les commentaires, l'archive électronique et autres, etc.).

10. Selon les gestionnaires de sites algériens, il ya beaucoup de contraintes qui ne permettent pas de garantir une interactivité idéale pour les utilisateurs à travers leurs sites, à savoir:

- La mentalité dominante parmi les propriétaires et les rédacteurs en chef des journaux version papier qui pour la plupart ne sont toujours pas convaincu de l'utilité des journaux électroniques parce qu'ils ne rapportent pas de revenus comme la version papier, selon leur vision.

- Le manque de journalistes dans diverses administrations de sites de journaux algériens (entre 3-6) sauf « Echourouk » qui compte 15 personnes pour gérer un portail d'informations électronique contenant au moins 8 sous-sites.

- Le manque de formation et de stage des journalistes, nécessaires pour garantir une presse électronique saine au lecteur électronique.

- Le manque de compétences algérienne dans la conception électronique, ce qui conduit à recourir à des concepteurs et développeurs étrangers, comme l'a fait « El-Watan », et le fera bientôt « El-Khabar » selon les déclarations du premier responsable de son site.

- La prise de conscience des parties à l'opération de communication électronique (rédacteurs et utilisateurs) de la nécessité et de l'intérêt de l'interactivité pour le développement et l'amélioration.

11. L'étude analytique a permis à la chercheuse de découvrir plusieurs conclusions sur la position des journaux algériens concernant l'utilisation des applications interactives sur internet:

- Les journaux algériens donnent de l'importance à l'interaction des utilisateurs avec les rédacteurs à travers des méthodes traditionnelles parmi lesquels, le téléphone fixe, le fax, et le courrier viennent en première position, avec une présence moindre du courrier électronique et des blogs. Ensuite, vient l'utilisation du multimédia, avec en tête la vidéo, puis l'intérêt pour les applications de contrôle et de surveillance pour assurer le bon fonctionnement de leurs sites.

- Les sites des journaux version papier occupent les premiers rangs en termes d'interactivité, et ce, principalement en raison de la faiblesse des revenus, issus de la publicité, des sites Internet en

Algérie, ce qui éloigne les intéressés dans le domaine du lancement des sites d'information sur Internet, parce qu'ils ne seront pas en mesure de couvrir leurs frais de fonctionnement.

- Le monopole des sites de langue arabe sur les trois premières places contre un seul site de langue française qui a remporté la deuxième place.

- Les journaux privés sont plus interactifs que les journaux publics.

- L'utilisation et l'exploitation de l'interactivité n'est pas nécessairement dû à l'ancienneté ou la nouveauté du site, mais plutôt aux convictions de son administration.

*** ABSTRACT**

This study, entitled "**The interactivity in the electronic media, a study of uses and gratifications of the Algerian elite, an analytical field study**", adopted the theory of uses and gratifications and the model of interactivity in electronic media as theoretical approach to answer the research questions. Furthermore, its part on the field study aims to reveal the habits and exposure types of the Algerian elite to the interactivity techniques in Algerian electronic media, as well as their preferences based on different themes and content's techniques of presentation, taking into account the gratifications obtained by its use, to finish with the determination of their assessment of the various applications of interactive communication during their exposure. Concerning the part on the field study, it is devoted to the webmasters of Algerian electronic media, which aims to identify the specifications of site managers of the Algerian electronic media, and to judge the importance of their understanding of the interactive applications available on their sites, and the way in which they react to their users interactivity with the content, editors and other users, to finish with the discovery of the most important obstacles to achieve an ideal interactivity through electronic media sites in Algeria, from their point of view. The analytical part of this study determines a set of dimensions and indicators that aim to measure interactivity through the sites of the electronic media, the subject of the study, according to the principles previously used to measure interactivity in the Western and Arab research studies.

This study raises three fundamental questions. The first, deals with the field study of the elite: What is the extent of the use of the academic elite of interactive dimensions available through Algerian electronic media and what are the gratifications obtained? The second question is related to the field study of website administrators: to what extent the site administrators are aware of the importance of interactive applications in the Algerian electronic media? The third question concerns the analytical study: What are the interactive applications available via electronic Algerian press?

In view of the fact that this study aims to describe and analyze the features of the interactivity in the Algerian electronic media, it thus belongs to the descriptive, analytical and comparative studies. The researcher has used the method of the Sample Survey Approach, and electronic questionnaires were distributed on an available sample target of the Algerian academic elite, based on 319 words. Without forgetting the analysis of eight sites of Algerian newspapers known to be the most consulted on the network, according to "Alexa", the American specialized website, besides to have been the first to appear on the Algerian electronic scene, namely: Echorouk online, El-Khabar, Ennahar online, Echaab, El-Watan, Liberté, Le Soir d'Algérie and El-Moudjahid. As well as the interviews conducted with only four of the websites of the Algerian press

sample of the analytical study, who agreed to do them with the researcher, namely: the directors of Echorouk online, El-Watan and El-Moudjahid websites.

The results were statistically processed through the Statistical Package for the Social Sciences SPSS.21, the most important results obtained are:

1. In general, the academic elite use the Algerian electronic media reasonably, without exaggeration and regularly at home between three main periods: morning, evening and night. They prefer Algerian electronic newspapers, and then follow the Arab and Western newspapers, with a privilege granted to private national Arabic language newspapers, with a variety of content and a paper edition. They also select topics from titles of the front page, and then they read links. As they read the subjects proposed by the titles of the front page or internal links, or visit the various topics available through all links of the newspaper. Moreover, they are interested, to check constantly the political, international, local, social and cultural topics; attracted to that by the subjects, firstly, then by the design and finally by the content. The first reason that leads them to view these newspapers is the easy access they provide, their low costs and the greater margin of freedom in comparison to the paper editions.

2. The vocabulary of the academic elite does not indicate its satisfaction of the performance of the Algerian electronic newspapers, because they do not meet their needs, except some times for 80%. However, they have confirmed that the Algerian electronic newspapers saves to them a valuable time thanks to easy navigation and the presence, constantly and anywhere, adding that besides time, it saves also money, i.e. that which they would spend daily to buy the newspaper in paper edition. As well as the particular advantage of the contents and the density of information that supports the capacity to discuss various subjects.

3. The academic elite practice interactive navigation (with the contents) while searching directly what they are interested in on the site among information through the quick links (the most consulted subject, the most commented subjects ... etc), or the use of search engines available on the sites for finding their request directly. Besides, expecting the continual updates on the newspapers sites, in order to obtain the events when they occur, without making comment or showing their trends in the opinion polls, except in very rare cases. Furthermore, the Algerian academic elite have, in general, a strong negative trend towards the interactivity with the redactors and journalists of the Algerian electronic sites. They are also not interested to interact with other users; their general tendency is very negative. In that scope, they declared that they are satisfied to browse the forums of the site without taking part or discussing.

4. On the evaluation of the capacity of the front page of the electronic newspapers, the Algerian academic elite was divided between those who consider it as good for 43.3%, and those who evaluated it as weak for 34.8%.

5. The results of the study showed a clear difference between the vocabulary of the academic elite on the evaluation of the applications of the interactivity available via the Algerian electronic newspapers. Some regarded it as acceptable to a certain extent, which is explained by the positive trend recorded by the researcher. Indeed, the sample presents elements of the capacity of the front page as the form, the technique and the contents. Others evaluated it as weak and below the level of the international and foreign press in general

6. As a consequence of this evaluation, that is more negative than positive, the elite reproach to the electronic newspapers many deficiencies that cause the weakness of the level of the available interactivity. Among these deficiencies, we will quote: the absence of credibility and confirmation of the veracity of information in the contents produced by the users, the lack of awareness of the parties of electronic communication operation (transmitting and receiving) of the importance of the interactivity via the electronic media in the promotion of the media in general. Without forgetting the weakness of the journalists' formation, which prevented the electronic newspapers from producing effective interactive electronic media. As well as the lack of consideration of freedom of opinion and expression, and, the appreciation of the participative and democratic press, and its capacity to carry out the development because of the recent media experiment, in general, in Algeria.

7. Through the interviews conducted by the researcher with four of the officials in charge of Algerian electronic newspaper sites, it is revealed that they are mostly from the youth category. They are mostly university students, with the existence of a monopoly of ancient professional journalists who occupy the site administrator position, they are specialized in computer science rather than information and communication. They are also among those who have received at least one training session in the electronic media outside Algeria, and they find problems to train and initiate new journalists able to support interactive services via press.

8. It is clearly revealed through the four interviews the differences in the understanding of interactivity and its levels. In general, there are three main ideas:

- Some believe that interactivity is the impression given by the design and content of the site first page, and this by choosing colors that have interesting meaning for the site goals, the distribution of the space on a regular basis, innovation and continuous improvement of backgrounds and internal components of the pages, adding to the creation of all possible services to cover all levels of

interactivity (between the user and the content, the user and the editor, and users between them) as "Echorouk online" does.

- Some believe that interactivity is simultaneity and continuous updating, providing information in a concise and attractive form so as to satisfy and attract readers, not forgetting the interactive and innovative design, such as drawings and expressive photos. As Mr Farouk Ghadir attempts to reach on the site of El-Khabar.

- While "El-Watan" and "El-Moudjahed" share opinions through the management of their sites. Both focus on two levels namely: the interaction of the reader with the content and the interaction of the reader with the editors, with a difference in ordering both levels in each site; Indeed, "El-Moudjahed" is interested in the interaction with the content first and then with the editors, while "El Watan" prefers the opposite.

9. On the behavior of the administrators of Algerian electronic newspaper sites with the interactivity of sites users with content, editors and other users; all administrations of Algerian electronic newspaper sites beware electronic interactive applications, and almost all are subject to prior censorship and selection except opinion surveys for sites that have them, the results of votes are published immediately because of its automaticity in origin. Furthermore, newspapers persist in their control; thus, they require users to register for certain services (such as comments, and electronic archive, etc.).

10. According to Algerian site managers, there are many hindrances that do not allow to guarantee an ideal interactivity for users through their sites, namely:

- The prevailing mentality among owners and editors of printed version newspapers which mostly are still not convinced of the usefulness of electronic newspapers because they do not generate income as the paper version, according to their vision.

- Lack of journalists in various administrations of Algerian press sites (between 3-6) except "Echorouk" that has 15 people to manage an electronic information portal containing at least 8 sub-sites.

- Lack of training and initiation for journalists needed to ensure a sound electronic media to the electronic reader.

- Lack of Algerian skills in electronic design, which leads to the use of foreign designers and developers, as did "El-Watan" and will soon be "El-Khabar" as stated by the first responsible for its site.

- Awareness of the parties of electronic communication operation (editors and users) about the need and interest of interactivity for the development and improvement.

11. The analytical study enabled the researcher to discover several conclusions about the position of Algerian newspapers on the use of interactive applications on the Internet:

- Algerian newspapers give importance to users' interaction with the editors through traditional methods including the fixed phone, fax, and postal mail, with less presence of e-mail and blogs. Then comes the use of multimedia, in particular the video, also the interest for controlling and monitoring applications to ensure the good function of their sites.
- The hard copy newspaper sites occupies the first ranks in terms of interactivity, and that is mainly due to poor revenue from websites advertising in Algeria, which repel the field interested persons from launching news sites on the Internet, because they will not be able to cover their operating costs.
- The monopoly of Arabic sites on the first three places against a single French language website which won the second place.
- Private newspapers are more interactive than public ones.
- The use and exploitation of interactivity is not necessarily due to the age or novelty of the site, but due to the convictions of its managing administration.

فهرس المحتويات

.....	*شكر وعران
.....	*إهداء
03.....	*ملخص الدراسة باللغة العربية
07.....	*ملخص الدراسة باللغة الفرنسية
11.....	*ملخص الدراسة باللغة الإنجليزية
16.....	*فهرس المحتويات
20.....	*فهرس الأشكال
22.....	*فهرس الجداول
أ-ج.....	*مقدمة

الإطار النظري

27.....	الفصل الأول: الإطار المنهجي للدراسة وإجراءاته
29.....	1- مشكلة الدراسة
29.....	1-1- تحديد الإشكالية
34.....	1-2- أهمية الموضوع وأسباب اختياره
35.....	1-3- أهداف الدراسة
36.....	1-4- تحديد المفاهيم
44.....	2- الإجراءات المنهجية للدراسة
44.....	1-2- مجالات الدراسة
46.....	2-2- منهج الدراسة
47.....	2-3- عينة الدراسة الميدانية
51.....	2-4- عينة الدراسة التحليلية
54.....	2-5- أدوات جمع وتحليل البيانات
61.....	الفصل الثاني: التراث النظري للدراسة
63.....	1- المداخل النظرية للدراسة
63.....	1-1- نظرية الاستخدامات والإشباع
70.....	1-2- نموذج التفاعلية في وسائل الإعلام الإلكترونية

75.....	2- الدراسات السابقة.....
75.....	1-2- الدراسات المحلية.....
99.....	2-2- الدراسات العربية.....
115.....	3-2- الدراسات الغربية.....
120.....	4-2- مناقشة الدراسات.....
123.....	الفصل الثالث: أسس الصحافة الإلكترونية وتفاعليتها.....
125.....	1- الصحافة الإلكترونية في العالم.....
125.....	1-1- تطور الإعلام الإلكتروني.....
136.....	2-1- أسس التحرير الصحفي الإلكتروني.....
146.....	3-1- تطور الصحافة الإلكترونية في العالم.....
151.....	4-1- خصائص وتصنيفات الصحافة الإلكترونية.....
158.....	2- التفاعلية المتاحة عبر الصحافة الإلكترونية.....
158.....	1-2- تصميم مواقع الصحف الإلكترونية.....
166.....	2-2- مستويات وتطبيقات التفاعلية في الصحافة الإلكترونية.....
176.....	3-2- قياس التفاعلية عبر الصحافة الإلكترونية.....
180.....	4-2- حراسة البوابة وتفاعلية الصحف الإلكترونية.....
185.....	الفصل الرابع: الصحافة الإلكترونية وتفاعل النخبة الأكاديمية في الجزائر.....
187.....	1- واقع الصحافة الإلكترونية في الجزائر.....
187.....	1-1- البنية التحتية للإعلام الإلكتروني في الجزائر.....
195.....	2-1- الإطار القانوني المنظم للإعلام الإلكتروني في الجزائر.....
200.....	3-1- تجارب التفاعلية في الصحف الإلكترونية الجزائرية.....
247.....	4-1- معوقات تطور الصحف الإلكترونية في الجزائر.....
249.....	2- النخبة الأكاديمية والتفاعل عبر الإنترنت.....
249.....	1-2- استخدامات النخبة الأكاديمية الجزائرية للإنترنت.....
252.....	2-2- جمهور الصحافة الإلكترونية من النخبة الأكاديمية.....

الإطار التطبيقي

255.....	الفصل الخامس: الدراسة الميدانية لجمهور النخبة الأكاديمية الجزائرية.....
257.....	1- عادات وأنماط وتفضيلات استخدام الصحافة الإلكترونية لدى النخبة الأكاديمية الجزائرية.....
257.....	1-1- عادات وأنماط استخدام الصحافة الإلكترونية لدى النخبة الأكاديمية الجزائرية.....

262.....	2-1- تفضيلات النخبة الأكاديمية الجزائرية في الصحافة الإلكترونية.
280.....	2- دوافع استخدام الصحافة الإلكترونية من طرف النخبة الأكاديمية الجزائرية والإشباع المحققة منها.
280.....	2-1- دوافع استخدام الصحافة الإلكترونية من طرف النخبة الأكاديمية الجزائرية.
283.....	2-2- الإشباع المحققة لدى النخبة الأكاديمية الجزائرية من استخدام الصحافة الإلكترونية.
287.....	3- حجم الاتصال التفاعلي للنخبة الأكاديمية الجزائرية وآراؤهم حول الإمكانيات التفاعلية المتاحة عبر الصحافة الإلكترونية.
287.....	3-1- حجم مشاركة النخبة الأكاديمية في الاتصال التفاعلي عبر الصحافة الإلكترونية.
294.....	3-2- تقييم النخبة الأكاديمية حول تطبيقات التفاعلية المتاحة عبر الصحافة الإلكترونية الجزائرية.
305.....	3-3- علاقات الارتباط بين متغيرات الدراسة.
321.....	4- النتائج العامة لدراسة جمهور النخبة الأكاديمية الجزائرية.
326.....	الفصل السادس: الدراسة الميدانية للقائمين على مواقع الصحف الإلكترونية الجزائرية.
328.....	1- مقابلة مع مدير موقع الشروق أون لاين.
337.....	2- مقابلة مع مدير موقع الخبر.
349.....	3- مقابلة مع مدير موقع ElWatan.
357.....	4- مقابلة مع مدير موقع ElMoudjahid.
363.....	5- النتائج العامة للدراسة الميدانية للقائمين على مواقع الصحف الإلكترونية الجزائرية.
368.....	الفصل السابع: الدراسة التحليلية للتطبيقات التفاعلية المتاحة عبر مواقع الصحف الإلكترونية الجزائرية.
368.....	1- التطبيقات التفاعلية المتاحة عبر عينة الدراسة للفتح من أكتوبر 2014.
395.....	2- التطبيقات التفاعلية المتاحة عبر عينة الدراسة لـ 30 أبريل 2015.
416.....	3- النتائج العامة للدراسة التحليلية لمواقع الصحف الإلكترونية الجزائرية.
418.....	الفصل الثامن: نتائج الدراسة.
420.....	1- النتائج التفصيلية للدراسة الميدانية لجمهور النخبة الأكاديمية الجزائرية.
421.....	1-1- عادات وأنماط وتفضيلات استخدام الصحافة الإلكترونية لدى النخبة الأكاديمية الجزائرية.
423.....	2-1- دوافع استخدام الصحافة الإلكترونية من طرف النخبة الأكاديمية الجزائرية والإشباع المحققة منها.

3-1- حجم الاتصال التفاعلي للنخبة الأكاديمية الجزائرية وتقييمهم للإمكانات التفاعلية المتاحة عبر الصحافة الإلكترونية الجزائرية.....	424
4-1- علاقات الارتباط بين مختلف متغيرات الدراسة.....	426
2- النتائج التفصيلية للدراسة الميدانية للقائمين على مواقع الصحف الإلكترونية الجزائرية.....	428
1-2- مواصفات القائمين على المواقع الصحفية الإلكترونية الجزائرية.....	428
2-2- فهم القائمين على المواقع الصحفية الإلكترونية الجزائرية للتطبيقات التفاعلية المتاحة عبر مواقعهم.....	428
3-2- كيفية تعامل القائمين على المواقع الصحفية الإلكترونية الجزائرية مع تفاعل مستخدمي مواقعهم مع المضمون، مع المحررين ومع المستخدمين الآخرين.....	429
4-2- أهم معوقات ضمان التفاعلية المثالية عبر مواقع الصحف الإلكترونية الجزائرية من وجهة نظر القائمين عليها.....	430
3- النتائج التفصيلية للدراسة التحليلية للتطبيقات التفاعلية المتاحة عبر الصحافة الإلكترونية الجزائرية.....	431
3-1- مدى توفر تطبيقات التفاعلية في عينة 1 أكتوبر 2014.....	432
3-2- مدى توفر تطبيقات التفاعلية في عينة 30 أبريل 2015.....	436
3-3- مدى توفر تطبيقات التفاعلية في الصحافة الإلكترونية الجزائرية.....	440
4- الاستنتاجات العامة في ضوء تساؤلات الدراسة.....	444
*خاتمة.....	448
* قائمة المراجع.....	451
* قائمة الملاحق.....	463
- ملحق رقم (01): استبيان الدراسة الميدانية لجمهور النخبة الأكاديمية الجزائرية.....	464
- ملحق رقم (02): استمارة المقابلة للقائمين على مواقع الصحف الإلكترونية الجزائرية.....	476
- ملحق رقم (03): استمارة قياس تفاعلية مواقع الصحف الجزائرية الإلكترونية.....	481
- ملحق رقم (04): يوضح الصفحات الأولى لمواقع الصحف الإلكترونية الجزائرية عينة الدراسة التحليلية.....	490
- ملحق رقم (05): يوضح أهم الصحف الإلكترونية الناطقة باللغة العربية في الجزائر.....	493
- ملحق رقم (06): يوضح أهم الصحف الإلكترونية الناطقة باللغة الفرنسية في الجزائر.....	496

فهرس الأشكال

- شكل رقم (01): يوضح قالب لوحة التصميم للخبر الإلكتروني.....141
- شكل رقم (02): يوضح درجة التفاعل والمشاركة في تصنيفات مارك دوز للصحافة الإلكترونية.....155
- شكل رقم (03): يوضح التصميم المتتابع للمعلومات.....159
- شكل رقم (04): يوضح تصميم البناء الهرمي.....160
- شكل رقم (05): يوضح تصميم البناء الشبكي.....161
- شكل رقم (06): يوضح نظام تجول تقفي الأثر.....162
- شكل رقم (07): يوضح أنواع القوائم المسدلة.....163
- شكل رقم (08): يوضح مكونات واجهات الصحف الإلكترونية.....164
- شكل رقم (09): يوضح تصميم واجهة موقع الشروق أون لاین.....207
- شكل رقم (10): يوضح جنسيات زوار موقع الشروق أون لاین.....209
- شكل رقم (11): يوضح عدد الصفحات التي يزورها المستخدمون يوميا والوقت الذي يقضونه في كل زيارة لموقع الشروق أون لاین.....209
- شكل رقم (12): يوضح صفحات موقع الشروق أون لاین الأكثر زيارة.....210
- شكل رقم (13): يوضح تصميم واجهة موقع الخبر.....214
- شكل رقم (14): يوضح جنسيات زوار موقع الخبر.....215
- شكل رقم (15): يوضح عدد الصفحات التي يزورها المستخدمون يوميا والوقت الذي يقضونه في كل زيارة لموقع الخبر.....216
- شكل رقم (16): يوضح صفحات موقع الخبر الأكثر زيارة.....216
- شكل رقم (17): يوضح تصميم واجهة موقع النهار أون لاین.....219
- شكل رقم (18): يوضح جنسيات زوار موقع النهار أون لاین.....220
- شكل رقم (19): يوضح عدد الصفحات التي يزورها المستخدمون يوميا والوقت الذي يقضونه في كل زيارة لموقع النهار أون لاین.....221
- شكل رقم (20): يوضح صفحات موقع النهار أون لاین الأكثر زيارة.....222
- شكل رقم (21): يوضح تصميم واجهة موقع الشعب.....224
- شكل رقم (22): يوضح جنسيات زوار موقع الشعب.....225
- شكل رقم (23): يوضح عدد الصفحات التي يزورها المستخدمون يوميا والوقت الذي يقضونه في كل زيارة لموقع الشعب.....226

- شكل رقم (24): يوضح صفحات موقع الشعب الأكثر زيارة..... 226
- شكل رقم (25): يوضح تصميم واجهة موقع Elwatan..... 230
- شكل رقم (26): يوضح جنسيات زوار موقع Elwatan..... 231
- شكل رقم (27): يوضح عدد الصفحات التي يزورها المستخدمون يوميا والوقت الذي يقضونه في كل زيارة لموقع Elwatan..... 232
- شكل رقم (28): يوضح صفحات موقع Elwatan الأكثر زيارة..... 232
- شكل رقم (29): يوضح تصميم واجهة موقع Liberté..... 235
- شكل رقم (30): يوضح جنسيات زوار موقع Liberté..... 236
- شكل رقم (31): يوضح عدد الصفحات التي يزورها المستخدمون يوميا والوقت الذي يقضونه في كل زيارة لموقع Liberté..... 237
- شكل رقم (32): يوضح صفحات موقع Liberté الأكثر زيارة..... 237
- شكل رقم (33): يوضح تصميم واجهة موقع El moudjahid..... 240
- شكل رقم (34): يوضح جنسيات زوار موقع El moudjahid..... 241
- شكل رقم (35): يوضح عدد الصفحات التي يزورها المستخدمون يوميا والوقت الذي يقضونه في كل زيارة لموقع El moudjahid..... 241
- شكل رقم (36): يوضح صفحات موقع El moudjahid الأكثر زيارة..... 242
- شكل رقم (37): يوضح تصميم واجهة موقع Le soir d'Algérie..... 244
- شكل رقم (38): يوضح جنسيات زوار موقع Le soir d'Algérie..... 245
- شكل رقم (39): يوضح عدد الصفحات التي يزورها المستخدمون يوميا والوقت الذي يقضونه في كل زيارة لموقع Le soir d'Algérie..... 245
- شكل رقم (40): يوضح صفحات موقع Le soir d'Algérie الأكثر زيارة..... 246
- شكل رقم (41): يوضح تذبذب نسب المحتوى العربي عبر شبكة الإنترنت بين سنتي 2010 و 2014.... 264

فهرس الجداول

- جدول رقم (01): يوضح السمات العامة لعينة النخبة الأكاديمية المتخذة في الدراسة الميدانية.....49
- جدول رقم (02): يبين البيانات الأولية لعينة التحليل.....53
- جدول رقم (03): يوضح اختبار ثبات استبيان الدراسة من خلال معامل ألفا كرونباخ.....57
- جدول رقم (04): يوضح الفرق بين النص التقليدي والفائق.....172
- جدول رقم (05): يوضح مؤشرات تكنولوجيا الإعلام والاتصال لعام 2008 حسبما نشرته وزارة البريد وتكنولوجيا الإعلام والاتصال.....189
- جدول رقم (06): يوضح أولى الصحف الورقية ذات النسخ الإلكترونية ظهورا في الجزائر.....202
- جدول رقم (07): يوضح المواقع ذات المراتب الأولى في الجزائر من حيث عدد الزوار.....208
- جدول رقم (08): يوضح مدى تعرض النخبة الأكاديمية للصحافة الإلكترونية.....257
- جدول رقم (09): يوضح منذ متى والنخبة الأكاديمية تتعرض للصحافة الإلكترونية.....258
- جدول رقم (10): يوضح مكان التعرض للصحافة الإلكترونية.....259
- جدول رقم (11): يوضح متوسط الوقت الذي تقضيه النخبة في التعرض للصحافة الإلكترونية الواحدة.....260
- جدول رقم (12): يوضح أنسب فترة للتعرض للصحافة الإلكترونية.....260
- جدول رقم (13): يوضح عدد مرات استخدام الصحافة الإلكترونية الجزائرية في الأسبوع.....261
- جدول رقم (14): يوضح تفضيلات النخبة الإلكترونية بين مختلف الدوريات الإلكترونية المحلية والأجنبية.....262
- جدول رقم (15): يوضح تفضيلات النخبة للصحافة الإلكترونية الجزائرية من حيث لغة الصدور.....264
- جدول رقم (16): يوضح تفضيلات النخبة للصحافة الإلكترونية الجزائرية من حيث طبيعة الملكية.....265
- جدول رقم (17): يوضح تفضيلات النخبة للصحافة الإلكترونية الجزائرية من حيث نوع وطبيعة مضمونها.....266
- جدول رقم (18): يوضح تفضيلات النخبة للصحافة الإلكترونية الجزائرية من حيث مجال التوزيع.....267
- جدول رقم (19): يوضح تفضيلات النخبة للصحافة الإلكترونية الجزائرية من حيث طبيعتها الورقية أو الإلكترونية.....267
- جدول رقم (20): يوضح تفضيلات النخبة في الصحافة الإلكترونية من صفحات وروابط.....268
- جدول رقم (21): يوضح تفضيلات النخبة لمختلف الموضوعات المطروقة عبر الصحف الإلكترونية الجزائرية.....269

- جدول رقم (22): يوضح ما الذي يشد النخبة الأكاديمية بشكل أكبر في مواقع الصحف الإلكترونية الجزائرية..... 273
- جدول رقم (23): يوضح تفضيلات النخبة بين مختلف الصحف الإلكترونية الجزائرية..... 275
- جدول رقم (24): يوضح أسباب لجوء النخبة الأكاديمية للصحافة الإلكترونية الجزائرية..... 280
- جدول رقم (25): يوضح الدوافع المعرفية لاستخدام النخبة الأكاديمية للصحافة الإلكترونية الجزائرية..... 281
- جدول رقم (26): يوضح الدوافع الشخصية لاستخدام النخبة الأكاديمية للصحافة الإلكترونية الجزائرية..... 282
- جدول رقم (27): يوضح مدى تلبية الصحف الإلكترونية الجزائرية لحاجات النخبة الأكاديمية..... 283
- جدول رقم (28): يوضح مدى مساهمة استخدام النخبة للصحافة الإلكترونية الجزائرية في تلبية حاجاتهم.. 284
- جدول رقم (29): يوضح الإشباعات المعرفية المحققة لدى النخبة الأكاديمية من استخدام الصحف الإلكترونية الجزائرية..... 285
- جدول رقم (30): يوضح الإشباعات الشخصية المحققة لدى النخبة الأكاديمية من استخدام الصحف الإلكترونية الجزائرية..... 286
- جدول رقم (31): يوضح مدى تفاعل النخبة مع مضمون الصحف الإلكترونية الجزائرية..... 287
- جدول رقم (32): يوضح مدى تفاعل النخبة مع محرري الصحف الإلكترونية الجزائرية..... 291
- جدول رقم (33): يوضح مدى تفاعل النخبة مع المستخدمين الآخرين للصحف الإلكترونية الجزائرية..... 292
- جدول رقم (34): يوضح تقييم النخبة الأكاديمية لكفاءة الصفحة الأولى في الصحف الإلكترونية الجزائرية..... 294
- جدول رقم (35): يوضح تقييم النخبة الأكاديمية للجوانب التقنية للصفحة الأولى في الصحف الإلكترونية الجزائرية..... 295
- جدول رقم (36): يوضح تقييم النخبة الأكاديمية للجوانب الشكلية للصفحة الأولى في الصحف الإلكترونية الجزائرية..... 297
- جدول رقم (37): يوضح تقييم النخبة الأكاديمية لمضمون الصفحة الأولى في الصحف الإلكترونية الجزائرية..... 298
- جدول رقم (38): يوضح تقييم النخبة الأكاديمية لمستوى التفاعلية المتاحة عبر الصحف الإلكترونية الجزائرية..... 301
- جدول رقم (39): يوضح أسباب ضعف مستوى التفاعلية المتاحة عبر الصحف الإلكترونية الجزائرية من وجهة نظر النخبة الأكاديمية..... 302
- جدول رقم (40): يوضح علاقة الارتباط بين متغيري الجنس والتعرض للصحافة الإلكترونية..... 305
- جدول رقم (41): يوضح علاقة الارتباط بين متغيري التخصص والتعرض للصحافة الإلكترونية..... 306

- جدول رقم (42): يوضح علاقة الارتباط بين متغيري السن والتعرض للصحافة الإلكترونية.....307
- جدول رقم (43): يوضح علاقة الارتباط بين متغيري الجنس وتلبية الصحف الإلكترونية لحاجات النخبة الأكاديمية.....308
- جدول رقم (44): يوضح علاقة الارتباط بين متغيري التخصص وتلبية الصحف الإلكترونية لحاجات النخبة الأكاديمية.....309
- جدول رقم (45): يوضح علاقة الارتباط بين متغيري السن وتلبية الصحف الإلكترونية لحاجات النخبة الأكاديمية.....310
- جدول رقم (46): يوضح العلاقة بين متغيري الجنس وتفاعل النخبة مع مضمون الصحف الإلكترونية الجزائرية.....311
- جدول رقم (47): يوضح العلاقة بين متغيري التخصص وتفاعل النخبة مع مضمون الصحف الإلكترونية الجزائرية.....311
- جدول رقم (48): يوضح العلاقة بين متغيري السن وتفاعل النخبة مع مضمون الصحف الإلكترونية الجزائرية.....312
- جدول رقم (49): يوضح العلاقة بين متغيري الجنس وتفاعل النخبة مع محرري الصحف الإلكترونية الجزائرية.....312
- جدول رقم (50): يوضح العلاقة بين متغيري التخصص وتفاعل النخبة مع محرري الصحف الإلكترونية الجزائرية.....313
- جدول رقم (51): يوضح العلاقة بين متغيري السن وتفاعل النخبة مع محرري الصحف الإلكترونية الجزائرية.....313
- جدول رقم (52): يوضح العلاقة بين متغيري الجنس وتفاعل النخبة مع مستخدمي الصحف الإلكترونية الجزائرية.....314
- جدول رقم (53): يوضح العلاقة بين متغيري التخصص وتفاعل النخبة مع مستخدمي الصحف الإلكترونية الجزائرية.....314
- جدول رقم (54): يوضح العلاقة بين متغيري السن وتفاعل النخبة مع مستخدمي الصحف الإلكترونية الجزائرية.....315
- جدول رقم (55): يوضح العلاقة بين متغيري السن وتقييم النخبة لمستوى التفاعلية المتاحة عبر الصحافة الإلكترونية الجزائرية.....315
- جدول رقم (56): يوضح العلاقة بين متغيري الجنس وتقييم النخبة لمستوى التفاعلية المتاحة عبر الصحافة الإلكترونية الجزائرية.....316

- جدول رقم (57): يوضح العلاقة بين متغيري التخصص وتقييم النخبة لمستوى التفاعلية المتاحة عبر الصحافة الإلكترونية الجزائرية.....317
- جدول رقم (58): يوضح العلاقة بين متغيري كثافة التعرض للصحافة الإلكترونية ودوافعه لدى النخبة الأكاديمية.....318
- جدول رقم (59): يوضح العلاقة بين متغيري كثافة التعرض للصحافة الإلكترونية ومدى الإشباع المحقق منها.....319
- جدول رقم (60): يوضح خدمات التفاعل بين مستخدم ومحرري موقع الشروق أون لاين.....330
- جدول رقم (61): يوضح خدمات التفاعل بين مستخدم ومحرري موقع الشروق أون لاين ومضمونه.....332
- جدول رقم (62): يوضح خدمات التفاعل بين مستخدم ومحرري موقع الخبر.....339
- جدول رقم (63): يوضح خدمات التفاعل بين مستخدم ومحرري موقع الخبر ومضمونه.....341
- جدول رقم (64): يوضح خدمات التفاعل بين مستخدم ومحرري موقع الوطن (ElWatan).....351
- جدول رقم (65): يوضح خدمات التفاعل بين مستخدم ومحرري موقع الوطن (ElWatan) ومضمونه.....353
- جدول رقم (66): يوضح خدمات التفاعل بين مستخدم ومحرري موقع المجاهد (ElMoudjahid).....358
- جدول رقم (67): يوضح خدمات التفاعل بين مستخدم ومحرري موقع المجاهد (ElMoudjahid) ومضمونه.....360
- جدول رقم (68): يبين الكفاءة التقنية للصفحة الأولى لعينة أكتوبر 2014.....368
- جدول رقم (69): يبين الكفاءة الشكلية للصفحة الأولى لعينة أكتوبر 2014.....371
- جدول رقم (70): يبين الكفاءة الخدمية للصفحة الأولى لعينة أكتوبر 2014.....375
- جدول رقم (71): يبين استخدام الوسائط المتعددة والأرشيف الإلكتروني لعينة أكتوبر 2014.....379
- جدول رقم (72): يبين أساليب تمكين المستخدم من التفاعل مع المحتوى لعينة أكتوبر 2014.....382
- جدول رقم (73): يبين أساليب تمكين تفاعل المستخدم مع المحررين لعينة أكتوبر 2014.....388
- جدول رقم (74): يبين أساليب تمكين الاتصال الشخصي بين المستخدمين لعينة أكتوبر 2014.....390
- جدول رقم (75): يبين أساليب الضبط والمراقبة لعينة أكتوبر 2014.....392
- جدول رقم (76): يبين الكفاءة التقنية للصفحة الأولى لعينة أبريل 2015.....395
- جدول رقم (77): يبين الكفاءة الشكلية للصفحة الأولى لعينة أبريل 2015.....397
- جدول رقم (78): يبين الكفاءة الخدمية للصفحة الأولى لعينة أبريل 2015.....399
- جدول رقم (79): يبين استخدام الوسائط المتعددة والأرشيف الإلكتروني لعينة أبريل 2015.....404
- جدول رقم (80): يبين أساليب تمكين المستخدم من التفاعل مع المحتوى لعينة أبريل 2015.....406
- جدول رقم (81): يبين أساليب تمكين تفاعل المستخدم مع المحررين لعينة أبريل 2015.....410
- جدول رقم (82): يبين أساليب تمكين الاتصال الشخصي بين المستخدمين لعينة أبريل 2015.....411

- جدول رقم (83): يبين أساليب الضبط والمراقبة لعينة أبريل 2015.....413
- جدول تجميبي رقم (84): يوضح كل الخدمات التفاعلية المتاحة عبر الصحف الإلكترونية الجزائرية لعينة أكتوبر 2014.....432
- جدول تجميبي رقم (85): يوضح كل الخدمات التفاعلية المتاحة عبر الصحف الإلكترونية الجزائرية عينة 30 أبريل 2015.....436
- جدول تجميبي كلي رقم (86): يوضح مدى توفر التطبيقات التفاعلية عبر الصحف الإلكترونية الجزائرية عينة الدراسة.....440
- جدول رقم (87): يوضح أهم الصحف الإلكترونية الجزائرية الناطقة باللغة العربية.....491
- جدول رقم (88): يوضح أهم الصحف الإلكترونية الجزائرية الناطقة باللغة الفرنسية.....494

*مقدمة

اعتبر الكثير من المؤرخين أن تاريخ الإنسانية تحكمه تفضلات كبرى تعد علامات فارقة في السيرورة التاريخية للمجتمعات البشرية، تحمل معها ولادة حقبة جديدة كلياً لها خصوصياتها النوعية، ومثال ذلك ما حصل في العالم نهاية القرن الماضي (العشرين)، بمرحلة تكنولوجية اتصالية جديدة تتسم بدمج المزايا التكنولوجية المتوفرة في عدة وسائل في وسيلة واحدة؛ ألا وهي الإنترنت بقصد تحقيق الهدف النهائي لعملية الاتصال، وهو توصيل الرسالة إلى الجمهور وإحداث التأثير المطلوب، وقد أطلق على هذه المرحلة العديد من المسميات أبرزها: مرحلة الاتصال متعدد الوسائط Multimedia، ومرحلة التكنولوجيا الاتصالية التفاعلية Interactive، ومرحلة الوسائط المهجنة Hypermedia ... الخ

تجسد شبكة الإنترنت خصائص عدة وسائل، فمن خلالها يستطيع كل مستخدم الوصول إلى المعلومات التي يريد بها بأقل جهد وفي أقصر وقت، وأن يكون مرسلًا ومستقبلًا في آن واحد، وأن يتابع من خلالها وسائل الإعلام التقليدية، وهو ما لا يتوفر لأي وسيلة أخرى، مما دفع إلى قيام جدل كبير حول حلولها مكان وسائل أخرى تقليدية لعل أهمها الصحافة الورقية. إذ أصبح العالم يقترح، ويتسوق، ويكون علاقات اجتماعية إلكترونية، ويشاهد البرامج ومقاطع الفيديو، ويستمتع للإذاعات والأصوات والموسيقى إلكترونية، حتى قيل أنه ظهر المواطن الإلكتروني، والجمهور الإلكتروني، والمشاركة السياسية الإلكترونية، والصحفي الإلكتروني، والصحافة الإلكترونية... الخ. هذه الأخيرة التي أثارت بظهورها العديد من الإشكاليات بدءًا بالتعريف وانتقالًا إلى الممارسة. فقد دفعت كل تلك التطورات الصحف لإنشاء مواقع لها على شبكة الإنترنت، خاصة مع الارتفاع المتزايد لعدد مستخدمي الشبكة، والأرباح الكبيرة للإعلانات والتجارة من خلالها، وتراجع مبيعاتها الورقية، علماً أن مواقع هذه الصحف اقتصر في البداية على التعريف بها ونشر معلومات عنها، ثم تطورت إلى عرض محتويات نسخها المطبوعة ثم توصلت إلى تقديم خدمات تفاعلية بسيطة كاستطلاعات الرأي والتعليق. ومع حلول شهر أكتوبر عام 1996 م أصبح عدد الصحف الإلكترونية في العالم حوالي 1562 صحيفة، وارتفع العدد في نهاية ذات العام إلى 2200 جريدة ومجلة، ومع منتصف عام 1997 م أصبح العدد 3622، وارتفع في نهاية ذات السنة إلى 4000 صحيفة.

ويرتبط التعرض للصحف الإلكترونية بعدد من المتغيرات كالمستوى التعليمي، الثقافي، الاقتصادي والاجتماعي. وهو ما ينطبق على أفراد النخبة في المجتمع، التي تتميز مفرداتها بمستوى رفيع يؤهلهم للقيام بأدوار هامة مثل نشر وتبني الأفكار والتقنيات المستحدثة لأنهم الأقدر والأكثر استعداداً لممارستها وتبنيها، فالصحافة الإلكترونية فضاء جديد لفئات المجتمع وعلى رأسهم النخبة بما توفره لهم من آنية الحصول على المعلومات وفتح باب المشاركة والتعليق على مضامينها تحقيقاً للأدوار المفترضة والمنوطة بهذه الفئة المميزة في النسق الاجتماعي. ويحدث ذلك خصوصاً من خلال ميزة التفاعلية التي تعني إتاحة الخيارات أمام المستخدمين للاستجابة والتفاعل وتكييف المادة الإعلامية، فهي تسمح للجمهور باختيار ما يرغبونه، والأهم من ذلك السماح

لهم بالمساهمة في شكل المحتوى، وهو أمر غير ممكن تحقيقه في وسائل اتصال أخرى كالراديو والتلفزيون والصحيفة الورقية. لأجل ذلك وسمت الأطروحة الحالية بـ (التفاعلية في الصحافة الإلكترونية الجزائرية)، قد يبدو الموضوع من الوهلة الأولى من المواضيع سهلة التداول، نظرا لوضوح الغايات المرسومة له والتي يقر بها عنوانه صراحة. إلا أن الباحث قد يتفاجئ بما يكتنزه هذا الموضوع من إشكاليات كبرى خاصة وأن الصحافة الإلكترونية من مجالات الإعلام الحديثة النشأة من جهة، كما أن التفاعلية من الظواهر التي لم تتبلور بعد حول مفهومها وقياسه تقاليد بحثية موحدة تجعل المهمة صعبة من جهة ثانية.

وقد نظمت الباحثة أطروحتها في أجزاء أساسية تسهل عليها إجراءات ومنهجية العمل من خلال تقديم مفهوم التفاعلية في الصحافة الإلكترونية، أبعادها وأدواتها من جهة، ووربطها باستخدامات النخبة الأكاديمية لها وكذا الإشباع المحققة منها لديهم من جهة ثانية. فضلا عن رصد مختلف أدوات الاتصال التفاعلي الذي يتم عبر الصحافة الإلكترونية الجزائرية، وتحكم إدارات المواقع فيها من خلال التركيز على قسمين في الدراسة: قسم تحليلي وآخر ميداني. أما الميداني فخصصت الشق الأول منه لجمهور النخبة الأكاديمية للكشف عن عادات وأنماط تعرضهم لتقنيات التفاعلية في الصحافة الإلكترونية، تفضيلاتهم لمختلف مواضيعها وتقنيات العرض للمضامين فيها، مدى الإشباع المحققة لديهم من استخدامهم لها. وصولا إلى تحديد تقييمهم لمختلف تطبيقات الاتصال التفاعلي الحاصل حين تعرضهم لها.

بينما يرتبط الشق الميداني الثاني الخاص بالقائمين على مواقع الصحف الإلكترونية الجزائرية (Webmasters) عبر الكشف على خصائصهم، ومدى فهمهم للتطبيقات التفاعلية المتاحة عبر مواقعها، إضافة إلى كيفية تعاملهم مع تفاعل مستخدميها مع المضمون، مع المحررين ومع المستخدمين الآخرين، وصولا إلى الكشف عن وجهة نظرهم حول أهم معوقات ضمان التفاعلية المثالية عبر مواقع الصحف الإلكترونية الجزائرية. بيد أن الشق التحليلي للدراسة يقدم مجموعة من الأبعاد ومؤشراتها التي تخدم هدف قياس التفاعلية عبر مواقع الصحف الإلكترونية الجزائرية محل الدراسة وفق الأطر المستخدمة سابقا لقياس التفاعلية في البحوث الغربية والعربية.

وتوزعت الدراسة حسب الفصول إلى ثمانية؛ جاء الفصل الأول خاصا بالإطار المنهجي للدراسة وإجراءاته حيث ألفت فيه الباحثة الضوء على إشكالية دراستها، وأهميتها وأهدافها مبرزة التساؤلات التي انطلقت منها في معالجة موضوعها، موضحة مجالات الدراسة ومنهجها وعينيتها الميدانية والتحليلية، وأخيرا أدوات جمع وتحليل بياناتها. وعنى الفصل الثاني بالتراث النظري للدراسة الذي قسمناه إلى محورين رئيسيين تمثلا في: الخلفية النظرية للدراسة التي شملت نظرية الاستخدامات والإشباع ونموذج التفاعلية في وسائل الإعلام الإلكتروني، والدراسات السابقة التي سهرت الباحثة على غربلتها وتصنيفها وتقديمها وفق نموذج موحد في دراسات محلية وعربية وغربية، ختمتها بمناقشة أهم أوجه التشابه والاختلاف بينها وبين دراستها الحالية، مبرزة أوجه الاستفادة منها جميعها.

أما الفصل الثالث الموسوم بأسس الصحافة الإلكترونية وتفاعليتها، فضم محورين أيضا دارت أهم معلوماتهما حول التحرير الإلكتروني والصحافة الإلكترونية من جهة، وتصميم المواقع وتطبيقات التفاعلية في الصحافة الإلكترونية من جهة ثانية. في حين جاء الفصل الرابع موسوما بالصحافة الإلكترونية وتفاعل النخبة الأكاديمية في الجزائر حيث أسقط كل المعارف النظرية المتناولة في الفصل السابق على الواقع الجزائري من خلال تصميم مواقع الصحف الإلكترونية الجزائرية، ومعوقاتها، وأخيرا كفاءات تفاعل النخبة الإلكترونية من خلالها.

وقدم الفصل الخامس الدراسة الميدانية الخاصة بجمهور الصحافة الإلكترونية الجزائرية من النخبة الأكاديمية، تلخصت عناصره في أهم محددات الاستخدامات والإشباعات من: عادات وأنماط التعرض، التفضيلات بين مختلف العناصر والصحف الإلكترونية، دوافع التعرض والإشباع المحققة منها، فضلا عن حجم التفاعل الممارس من طرف النخبة عبر الصحف الإلكترونية الجزائرية وأخيرا تقييمهم للتطبيقات التفاعلية المتاحة عبرها. بينما أعطى الفصل السادس المجال للقائمين على مواقع الصحف الإلكترونية الجزائرية للكشف عن خصائصهم، ومدى فهمهم وإدراكهم للتفاعلية، وكذا كيفية تعاملهم مع تفاعل المستخدم مع المضمون الإعلامي، والمحررين والمستخدمين الآخرين، وأخيرا منحهم فرصة التنبيه إلى المعوقات التي لا تجعلهم يضمنون تفاعلا مثاليا وقويا عبر مواقعهم للجمهور العريض.

وحل الفصل السابع ثمانية مواقع صحفية جزائرية من حيث توفيرها لكفاءة عالية وجودة لصفحاتها الأولى، وتطبيقات الوسائط المتعددة والأرشيف الإلكتروني، وتطبيقات تفاعل المستخدم مع المحتوى، وتفاعل المستخدم مع المحررين، وتطبيقات الاتصال الشخصي بين المستخدمين وأخيرا تطبيقات الضبط والرقابة. وخلصت الباحثة في الفصل الثامن إلى مجموعة نتائج عامة أجابت عن جملة التساؤلات التي انطلقت منها الدراسة في إطار مقارنة الاستخدامات والإشباعات وفروضها الأساسية ونموذج التفاعلية في وسائل الإعلام الإلكتروني. كما أوردنا في النهاية قائمة للمراجع المعتمدة على اختلاف وتنوع أشكالها وتلتها مجموعة ملاحق ضمت الأدوات البحثية المعتمدة.

الفصل الأول

الإطار المنهجي للدراسة وإجراءاته

الفصل الأول: الإطار المنهجي للدراسة وإجراءاته

- 1- مشكلة الدراسة.....
- 1-1- تحديد الإشكالية.....
- 2-1- أهمية الموضوع وأسباب اختياره.....
- 3-1- أهداف الدراسة.....
- 4-1- تحديد المفاهيم.....
- 2- الإجراءات المنهجية للدراسة.....
- 1-2- مجالات الدراسة.....
- 2-2- منهج الدراسة.....
- 3-2- عينة الدراسة الميدانية.....
- 4-2- عينة الدراسة التحليلية.....
- 5-2- أدوات جمع وتحليل البيانات.....

1- مشكلة الدراسة

1-1- تحديد الإشكالية

مع نهاية القرن العشرين نجحت وسائل الاتصال الجماهيري الحديثة في تحقيق نبوءة مارشال ماكلوهان (M.McLuhan) عن القرية العالمية، حتى ذهب البعض إلى كون عالم اليوم أكثر تفاعلا على كافة الأصعدة سياسيا، اقتصاديا، ثقافيا وعسكريا. فكل السياسات تؤثر وتتأثر ببقية السياسات الأخرى بغض النظر عن المكان أو الزمان. إذ تعاضم دور وسائل الإعلام في هذا العصر الذي اكتسب ملامحه من تنوع تقنية الاتصال وتطورها على حد قول الباحث الأمريكي ألفن توفلر (A.Tofler) في كتابه "حضارة الموجة الثالثة": "إن البشرية مرت خلال تطورها بثلاث مراحل هي مرحلة الزراعة واستمرت إلى غاية منتصف القرن التاسع عشر، والثانية مرحلة المجتمع الصناعي حيث أصبحت الصناعة محور اهتمام الدول واستمرت حتى منتصف القرن العشرين أما المرحلة الثالثة هي مرحلة المعلومات والإعلام والتي بدأت خلال الخمسينيات عندما تجاوز في أمريكا وحدها عدد العاملين في قطاع الإعلام كل عدد العاملين في القطاعات الأخرى" (محمد قيراط، 2003، 102).

وتعد الصحافة من أقدم النظم الإعلامية في عالمنا المعاصر، حيث تتميز بجملة من الوظائف والأدوار، التي أصبحت في مجملها تحاول مسايرة اهتمامات قرائها ومفردات النسق الاجتماعي بشكل عام، فلا يمكن إنكار مساهمتها في تشكيل الوعي الاجتماعي لدى الأفراد، والتأثير في اتجاهاتهم والتأثر باهتماماتهم حول الأحداث الهامة، حيث تشير معظم الدراسات الإعلامية إلى دور فعال تقوم به في تعريف الرأي العام عبر مختلف أنحاء العالم بالقضايا الاجتماعية، الاقتصادية والسياسية من جهة والتفاعل مع الاهتمامات العامة من جهة ثانية. ويرجع كل هذا النجاح لفعالية شبكة الإنترنت، التي يرى تشارلز كولي (C.Cooly) أنها من بين أحدث تكنولوجيا الاتصال الجماهيري التي قضت فعليا على الأزمنة والأمكنة والحدود الجغرافية.

وتعتبر التجربة الجزائرية في عالم الصحافة تجربة ناشئة، ترجع إلى بداية التسعينيات مع ظهور التعددية الإعلامية والسياسية وظهور ما يسمى بالصحافة الخاصة. إذ يمكن للملاحظ للساحة الإعلامية الجزائرية الوقوف على وجود صحف استمرت مسيرتها لأزيد من 20 سنة ولا زالت محافظة على بقائها، بل وعززت من مكانتها فهي متواجدة حاليا بصورتين: الأولى مطبوعة بالأكشاك، والثانية إلكترونية بموقع على الإنترنت. في حين برزت في التسعينيات جرائد جزائرية من نوع آخر حاضرة على الإنترنت، غائبة حاليا في الأكشاك. وانضمت إلى الركب صحف أكثر جدة من سابقتها تثبت يوما بعد يوم حضورا إلكترونيا متقدرا. لتشكل بذلك ميلاد الصحافة الإلكترونية الخالصة. لقد دفعت الظروف الأمنية التي مرت بها الجزائر بالصحافة الجزائرية الخاصة إلى أن تكون من بين أوائل المؤسسات الإعلامية في مجال الصحافة على الخط، وهذا حتى قبل بعض الدول الغربية والعربية، نتيجة لوعي الناشرين الخواص بفعالية هذه الأداة الجديدة التي فتحت لهم فضاءات على العالم، ومكنتهم من تجاوز العراقيل التي كانت تعاني منها الصحافة الورقية، والمتمثلة في سنوات

الأزمة الأمنية، وأصبح هذا النوع من "الإعلام الإلكتروني" من أكثر الأشكال تأثيرا بالنظر إلى نتائجه مقارنة بالأشكال الإعلامية الكلاسيكية.

وقد عرفت الجزائر منذ عام 1996 تحرير شبكة الإنترنت بعد نضال طويل من طرف وسائل الإعلام خاصة بعدما أصبح امتلاك موقع إلكتروني على الإنترنت ضرورة تسمح بضمان حضور الجريدة على المستوى العالمي، كما يسمح أيضا بتقاضي أي رقابة أو حذف من شأنهما منع نشر مقال أو توقيف إصدار الجريدة وهو ما غذته تعددية وسائل الإعلام آنذاك. ففي وقت سابق لم تكن هناك تعددية على مستوى المصادر الإعلامية، وكان الإنترنت غير متاحة للجميع إلا بحدود حيث عرفت الجزائر دخول الإنترنت في مارس 1994 بالربط مع مركز البحث في الإعلام العلمي والتقني CERIST، وتوالى الربط مع هيئات أخرى بقدرات وطاقت عالية، تلا ذلك مصادقة الحكومة على المرسوم التنفيذي رقم 98-257 الذي حدد شروط الاستثمار في ميدان الإنترنت، وسمح فيه بإنشاء موزعين وسطاء خواص على غرار مركز البحث في الإعلام العلمي والتقني وبهذا تم رفع احتكار الدولة، مما أوجد مجالا خصبا لانطلاق أنواع متعددة من الوسائل الإعلامية الإلكترونية. وكانت جريدة الوطن الصادرة باللغة الفرنسية هي السبّاقة في إصدار نسخة إلكترونية لمثيلتها الورقية ابتداء من 30 نوفمبر 1997، أما بالنسبة للصحافة الصادرة باللغة العربية، فكانت جريدة "الخبر" هي الأولى وهذا في أبريل 1998 وهاتين التجريبتين فتحتا المجال لعدد من العناوين الأخرى في ظل الاتجاه المتزايد نحو استخدام الإنترنت، خاصة وسط النخب على اعتبار أدوارها التأثيرية. كما وأن ارتقاء الاستخدام في الآونة الأخيرة إلى مشاركة في الصناعة الإعلامية جعل ميزة عصر الإعلام الجديد هي "التفاعلية".

من أجل ذلك تعنى الدراسة التي بين أيدينا بالكشف عن التفاعلية في الصحافة الإلكترونية الجزائرية مفهومها، أبعادها وأدواتها من جهة ووربطها باستخدامات النخبة الأكاديمية لها وكذا الإشباعات المحققة منها لديهم من جهة ثانية مستتيرة فيها بمقاربة نظرية هي مدخل الاستخدامات والإشباعات ونموذج التفاعلية في الإعلام الإلكتروني، فمن حيث المبدأ اعتقد الباحثون في هذا المجال بإرادة يمثلها الجمهور يستطيع بها اختيار الوسائل المستخدمة من قبله، وأي محتوى يختاره. ويركز المدخل على الدوافع الخاصة، ويفترض أن المحتوى الأكثر فاعلية لوسائل الاتصال لا يؤثر على الشخص إلا في إطار اجتماعي ونفسي معين. وتعتمد البحوث فيه إلى الاعتقاد بدور إيجابي للأفراد في عملية الاتصال، وذلك ما سنحاول الكشف عنه عبر رصد مختلف أدوات الاتصال التفاعلي الذي يتم عبر الصحافة الإلكترونية الجزائرية من خلال التركيز على قسمين في الدراسة: تحليلي وميداني. أما الميداني الخاص بجمهور النخبة الأكاديمية فيكشف عن عادات وأنماط تعرضهم لتقنيات التفاعلية في الصحافة الإلكترونية، تقضياتهم لمختلف مواضيعها وتقنيات العرض للمضامين فيها، مدى الإشباعات المحققة لديهم من استخدامهم لها. انتهاءً بتحديد تقييمهم لمختلف تطبيقات الاتصال التفاعلي الحاصل حين التعرض لها. بينما يتعلق الشق الميداني الخاص بالقائمين على مواقع الصحف الإلكترونية الجزائرية (Webmasters) بالتعرف على مواصفاتهم، ومدى فهمهم للتطبيقات التفاعلية المتاحة عبر مواقعها،

فضلا عن كيفية تعاملهم مع تفاعل مستخدميها مع المضمون، مع المحررين ومع المستخدمين الآخرين، وصولا إلى الكشف عن وجهة نظرهم حول أهم معوقات ضمان التفاعلية المثالية عبر مواقع الصحف الإلكترونية الجزائرية. في حين يحدد الشق التحليلي للدراسة مجموعة من الأبعاد ومؤشراتها التي تخدم هدف قياس التفاعلية عبر مواقع الصحف الإلكترونية محل الدراسة وفق الأطر المستخدمة سابقا لقياس التفاعلية في البحوث الغربية والعربية.

من أجل ذلك طرحت الباحثة ثلاثة تساؤلات رئيسية؛ أولها خاص بالدراسة الميدانية لجمهور النخبة الأكاديمية: ما مدى استخدام النخبة الأكاديمية للأبعاد التفاعلية المتاحة عبر الصحافة الإلكترونية الجزائرية؟ وثانيها متعلق بالدراسة الميدانية للقائمين على المواقع: ما مدى إدراك القائمين على المواقع لأهمية التطبيقات التفاعلية في الصحافة الإلكترونية الجزائرية؟ وثالثها خاص بالدراسة التحليلية: ما هي التطبيقات التفاعلية المتاحة عبر الصحافة الإلكترونية الجزائرية؟

***واستندت الباحثة على تساؤلات فرعية في الدراسة الميدانية الخاصة بجمهور النخبة الأكاديمية كالآتي:**

- 1- ما هي عادات وأنماط تعرض النخبة الأكاديمية للصحافة الإلكترونية الجزائرية؟
- 2- ما هي تفضيلات النخبة الأكاديمية بين مختلف الصحف الإلكترونية الجزائرية، بين مضامينها، وبين مختلف تقنيات العرض لمضامينها؟
- 3- ما هي دوافع تعرض النخبة الأكاديمية للصحافة الإلكترونية الجزائرية؟
- 4- ما هي الإشباعات المحققة لدى النخبة من استخدامها للصحافة الإلكترونية الجزائرية؟
- 5- ما هي مظاهر المشاركة النشطة (الاتصال التفاعلي) للنخبة الأكاديمية في مواقع الصحف الإلكترونية الجزائرية؟
- 6- ما تقييم النخبة الأكاديمية لمختلف الإمكانيات التفاعلية المتاحة عبر الصحافة الإلكترونية الجزائرية؟
- 7- هل هناك فروق ذات دلالة إحصائية بين جنس مفردات العينة ومدى تعرضهم للصحافة الإلكترونية؟
- 8- هل هناك فروق ذات دلالة إحصائية بين سن مفردات العينة ومدى تعرضهم للصحافة الإلكترونية؟
- 9- هل هناك فروق ذات دلالة إحصائية بين تخصص مفردات العينة ومدى تعرضهم للصحافة الإلكترونية؟
- 10- هل هناك فروق ذات دلالة إحصائية بين جنس مفردات العينة ومدى تلبية الصحافة الإلكترونية لحاجاتهم؟
- 11- هل هناك فروق ذات دلالة إحصائية بين سن مفردات العينة ومدى تلبية الصحافة الإلكترونية لحاجاتهم؟
- 12- هل هناك فروق ذات دلالة إحصائية بين تخصص مفردات العينة ومدى تلبية الصحافة الإلكترونية لحاجاتهم؟
- 13- هل هناك فروق ذات دلالة إحصائية بين جنس مفردات العينة ومدى تفاعلهم مع مضمون الصحف الإلكترونية الجزائرية؟

- 14- هل هناك فروق ذات دلالة إحصائية بين سن مفردات العينة ومدى تفاعلهم مع مضمون الصحف الإلكترونية الجزائرية؟
- 15- هل هناك فروق ذات دلالة إحصائية بين تخصص مفردات العينة ومدى تفاعلهم مع مضمون الصحف الإلكترونية الجزائرية؟
- 16- هل هناك فروق ذات دلالة إحصائية بين جنس مفردات العينة ومدى تفاعلهم مع محرري وصحفي الصحف الإلكترونية الجزائرية؟
- 17- هل هناك فروق ذات دلالة إحصائية بين سن مفردات العينة ومدى تفاعلهم مع محرري وصحفي الصحف الإلكترونية الجزائرية؟
- 18- هل هناك فروق ذات دلالة إحصائية بين تخصص مفردات العينة ومدى تفاعلهم مع محرري وصحفي الصحف الإلكترونية الجزائرية؟
- 19- هل هناك فروق ذات دلالة إحصائية بين جنس مفردات العينة ومدى تفاعلهم مع المستخدمين الآخرين للصحف الإلكترونية الجزائرية؟
- 20- هل هناك فروق ذات دلالة إحصائية بين سن مفردات العينة ومدى تفاعلهم مع المستخدمين الآخرين للصحف الإلكترونية الجزائرية؟
- 21- هل هناك فروق ذات دلالة إحصائية بين تخصص مفردات العينة ومدى تفاعلهم مع المستخدمين الآخرين للصحف الإلكترونية الجزائرية؟
- 22- هل هناك فروق ذات دلالة إحصائية بين جنس مفردات العينة وتقييمهم لمستوى التفاعلية المتاحة عبر الصحف الإلكترونية الجزائرية؟
- 23- هل هناك فروق ذات دلالة إحصائية بين سن مفردات العينة وتقييمهم لمستوى التفاعلية المتاحة عبر الصحف الإلكترونية الجزائرية؟
- 24- هل هناك فروق ذات دلالة إحصائية بين تخصص مفردات العينة وتقييمهم لمستوى التفاعلية المتاحة عبر الصحف الإلكترونية الجزائرية؟
- 25- هل هناك فروق ذات دلالة إحصائية بين مدى التعرض للصحافة الإلكترونية ودوافع التعرض للصحافة الإلكترونية لدى النخبة الأكاديمية؟
- 26- هل هناك فروق ذات دلالة إحصائية بين مدى التعرض للصحافة الإلكترونية ومدى الإشباع المحقق من هذا التعرض لدى النخبة الأكاديمية؟

*في حين تساءلت الباحثة في الدراسة الميدانية الخاصة بالقائمين على مواقع الصحف الجزائرية حول:

- 1- ما هي مواصفات القائمين على المواقع الصحفية الإلكترونية الجزائرية؟
- 2- ما مدى فهمهم للتطبيقات التفاعلية المتاحة عبر مواقع الصحف الإلكترونية الجزائرية؟
- 3- كيف يتعاملون مع تفاعل مستخدمي مواقع الصحف الإلكترونية الجزائرية مع المضمون، مع المحررين ومع المستخدمين الآخرين؟
- 4- ما هي أهم معوقات ضمان التفاعلية المثالية عبر مواقع الصحف الإلكترونية الجزائرية من وجهة نظر القائمين عليها؟

*أما القسم التحليلي للدراسة، فيعنى بالإجابة عن التساؤلات الآتية:

- 1- ما هو مستوى كفاءة الصفحة الرئيسية لمواقع الصحف الإلكترونية الجزائرية عينة الدراسة؟
- 2- ما هي تطبيقات الوسائط المتعددة والأرشيف الإلكتروني المتاحة في محتوى مواقع الصحف الإلكترونية الجزائرية عينة الدراسة؟
- 3- ما هي تطبيقات تمكين المستخدم من التفاعل مع المحتوى المتاحة عبر مواقع الصحف الإلكترونية الجزائرية عينة الدراسة؟
- 4- ما هي تطبيقات تمكين المستخدم من التفاعل مع المحررين المتاحة عبر مواقع الصحف الإلكترونية الجزائرية عينة الدراسة؟
- 5- ما هي تطبيقات تسهيل الاتصال الشخصي بين المستخدمين المتاحة عبر مواقع الصحف الإلكترونية الجزائرية عينة الدراسة؟
- 6- ما هي تطبيقات الضبط والمراقبة المتاحة في مواقع الصحف الإلكترونية عينة الدراسة؟

2-1- أهمية الموضوع وأسباب اختياره

يشير مفهوم "الإعلام الإلكتروني" إلى مجموعة تكنولوجيات الاتصال التي نتجت عن التزاوج بين الكمبيوتر والوسائل التقليدية للإعلام، الطباعة والتصوير الفوتوغرافي والصوت والفيديو (رضا عبد الواحد أمين، 2007، 2). وتتضح أهمية الدراسة من أهمية الإعلام الإلكتروني عامة وميزته الأساسية؛ التفاعلية خاصة حيث:

• حداثة الميدان البحثي في الإعلام الإلكتروني

مما يستوجب الكثير من الدراسات والبحوث للتعريف بماهيته وتفسير ظواهره رغم الثقات بعض الباحثين لهذا الميدان ومع تدفق المشروعات البحثية الساعية لاحتوائه إلا أنه ما يزال بيئة خصبة للدراسات المستقبلية وذلك تبعاً لارتباطه بالتطور التكنولوجي الذي يمثل أحد المتغيرات غير المستقرة.

• ندرة الدراسات التي تناولت تطبيقات التفاعلية عبر الصحف الإلكترونية الجزائرية

إذ أن أغلب البحوث الإعلامية المتخصصة في الإعلام الإلكتروني في الجزائر لا تزال في الوقت الحالي محصورة على المضمون، استخدام الجمهور وتأثير الصحف الإلكترونية على نظيرتها المطبوعة. وبناءً على ما

سبق جاءت دراسة التفاعلية في الصحافة الإلكترونية الجزائرية والباحثة بصدد التحضير لنيل شهادة الدكتوراه. وهذا بناء على جملة من الدوافع الذاتية والموضوعية نقدمها فيما يأتي:

• زيادة أعداد مستخدمي الصحافة الإلكترونية في الجزائر

فرضت الأشكال الإعلامية والأنماط الاتصالية الجديدة ومن بينها الصحافة الإلكترونية نفسها في الواقع الإعلامي، واستقطبت أعدادا متزايدة من مستخدمي الوسيط الاتصالي الحديث (الإنترنت). وقد أثبتت دراسة لمؤسسة "ماد أن كوم Med&Com" في شهر أكتوبر سنة 2010 أن هناك " 4.5 مليون جزائري متصل بالإنترنت، 75 بالمائة منهم أكدوا أن الإنترنت وسيلة ضرورية في حياتهم اليومية، حيث يقضون من ساعة إلى ساعتين يوميا أمام شاشات الكمبيوتر متصلين بها، في حين قدر 40 بالمائة من المستجوبين مدة إبحارهم في شبكة الإنترنت بـ 20 ساعة أسبوعيا، وأكدت الدراسة أن 75.5 بالمائة من الجزائريين يتصلون بالإنترنت لقراءة الصحف عبر مواقعها الإلكترونية والبحث عن المعلومة الآنية، حيث أصبحت الإنترنت وسيلة تجمع مختلف الوسائل الإعلامية بامتياز بالإضافة إلى المشاركة القوية للجزائريين المتصلين بالإنترنت في الشبكات الاجتماعية كـ "الفايسبوك" و"التويتر"، حيث تجاوزت نسبة المستجوبين الذين أكدوا أن هدفهم الأول من الإبحار في الشبكة هو خلق أو توطيد علاقات اجتماعية عبر موقع "الفايسبوك" الـ 32 بالمائة، خاصة وأن 1.2 مليون جزائري يملك صفحة خاصة على موقع الفاييسبوك (محمد أمزيان برغل، 2011، 103، 104).

• تغيير تفاعلية الإعلام الإلكتروني للكثير من المفاهيم الإعلامية

انبثق عن تغيير العديد من المفاهيم تغيير للأدوار التي تقوم بها عناصر العملية الاتصالية كالقائم بالاتصال، الملتقي، الرسالة، الوسيلة ورجع الصدى، إذ لم تكتف بالسماح لطرفي المعادلة -المرسل والمستقبل- بتبادل أدوار العملية الاتصالية، ولكنها أحدثت أيضا ثورة نوعية في المحتوى الاتصالي من حيث التنوع والدمج بين النصوص، الصور، ملفات صوتية، ولقطات فيديو مصورة.

• خصائص النخبة وعلاقتها الوطيدة بالأفكار والوسائل المستحدثة

إن أهم خاصية جعلت الباحثة تهتم بالنخبة هي إنتاج وإبداع الأفكار ونقلها ورعايتها للجديد والمستحدث لدورها المفترض في التأثير وصنع القرار وقيادة الرأي العام على الرغم من التغييرات التي أحدثتها ثورة الإعلام الاجتماعي إذ تتجه كافة البحوث من النخبوية إلى الشعبوية حاليا، وذلك إيمانا من الباحثة في كونها "مرحلة انتقالية" سرعان ما سيثبت فشلها بسبب كون القيادة مرتبطة أساسا بالشخصية والتكوين والثقافة والعلم أي النخبة في نهاية المطاف.

• عدم تبلور تقاليد نظرية وبحثية موحدة لدراسة التفاعلية في الصحافة الإلكترونية

مما يجعلها عرضة لمشكلات منهجية حادة خاصة في أدوات القياس الكمي لها، الأمر الذي يحفز على إجراء مزيد من الدراسات والبحوث للكشف عن هذه المشكلات بغية إيجاد حلول لها.

• قلة الدراسات الجزائرية في هذا المجال البحثي

خاصة منها أطروحات الدكتوراه التي تعنى بالإعلام الإلكتروني بشكل عام، والتفاعلية عبر الصحافة الإلكترونية الجزائرية بشكل خاص فقد سجلت الباحثة وجود أطروحة دكتوراه واحدة في الجزائر هي للدكتورة سميرة بورقعة من جامعة عنابة، نوقشت في أفريل 2015 بجامعة قسنطينة 3 بعد 8 سنوات من البحث في التفاعلية عبر مواقع الصحف الإلكترونية الجزائرية، على قلة الدراسات العانية بالنخبة الجزائرية أيضا.

1-3- أهداف الدراسة

تهدف الدراسة على المستوى النظري إلى إبراز معالم ظاهرة التفاعلية في الصحافة الإلكترونية، وبيان تاريخها، أهميتها، وسائلها وطرق قياسها... الخ من الرصيد النظري المتوافر حولها، وتضاف إلى ذلك جملة من الأهداف العلمية والعملية المرتبطة بتساؤلات انطلقت منها الباحثة في إشكالية الدراسة هي:

- 1- الكشف عن عادات وأنماط تعرض النخبة الأكاديمية لمواقع الصحف الإلكترونية الجزائرية.
- 2- التعرف على تفضيلات النخبة الأكاديمية بين مختلف الصحف الإلكترونية الجزائرية بين مضامينها، وبين مختلف تقنيات عرضها.
- 3- تحديد دوافع تعرض النخبة الأكاديمية لمواقع الصحف الإلكترونية الجزائرية.
- 4- التركيز على الإشباع المحققة لدى النخبة الأكاديمية من استخدامها للصحف الإلكترونية الجزائرية.
- 5- الوقوف على مظاهر المشاركة النشطة (الاتصال التفاعلي) للنخبة الأكاديمية في مواقع الصحف الإلكترونية الجزائرية.
- 6- الكشف عن تقييم النخبة الأكاديمية لمختلف الإمكانيات التفاعلية المتاحة عبر الصحافة الإلكترونية الجزائرية.
- 7- الوصول إلى العلاقات الرابطة بين مختلف متغيرات الدراسة.
- 8- الكشف عن مواصفات القائمين على المواقع الصحفية الإلكترونية الجزائرية.
- 9- التعرف على فهم القائمين على المواقع الصحفية الإلكترونية الجزائرية للتطبيقات التفاعلية المتاحة عبر مواقعهم.
- 10- فهم كيفية تعامل القائمين على المواقع الصحفية الإلكترونية الجزائرية مع تفاعل مستخدمي مواقعهم مع المضمون، مع المحررين ومع المستخدمين الآخرين.
- 11- التوصل إلى أهم معوقات ضمان التفاعلية المثالية عبر مواقع الصحف الإلكترونية الجزائرية.
- 12- تحديد مستوى كفاءة الصفحة الرئيسية لمواقع الصحف الإلكترونية الجزائرية عينة الدراسة.
- 13- التعرف على تطبيقات الوسائط المتعددة والأرشيف الإلكتروني المتاحة في محتوى مواقع الصحف الإلكترونية الجزائرية عينة الدراسة.

- 14- الكشف عن تطبيقات تمكين المستخدم من التفاعل مع المحتوى عبر مواقع الصحف الإلكترونية الجزائرية عينة الدراسة.
- 15- تحديد تطبيقات تمكين المستخدم من التفاعل مع المحررين عبر مواقع الصحف الإلكترونية الجزائرية عينة الدراسة.
- 16- التوصل إلى تطبيقات تسهيل الاتصال الشخصي بين المستخدمين لمواقع الصحف الإلكترونية الجزائرية عينة الدراسة.
- 17- الوقوف على تطبيقات الضبط والمراقبة المتاحة في مواقع الصحف الإلكترونية الجزائرية عينة الدراسة.

1-4-1- تحديد المفاهيم

1-4-1- مفهوم الإعلام الإلكتروني

الملاحظ أنه لا يوجد اتفاق حول مسمى واحد للإعلام الإلكتروني؛ إذ يوجد عدد من المصطلحات الدالة على ذات المفهوم كالإعلام الرقمي، الإعلام الجديد، الإعلام البديل، الإعلام التفاعلي، إعلام المعلومات، الفضاء السيبروني، اتصال الوسائط المتعددة، إعلام الوسائط التشعبية، الإعلام الشبكي، الإعلام المجتمعي،... الخ (عباس مصطفى صادق 1، 2008، 30).

فالإعلام الإلكتروني: هو الخدمات والنماذج الإعلامية الجديدة التي تتيح نشأة وتطوير محتوى وسائل الاتصال الإعلامي آليا أو شبه آلي، في العملية الإعلامية باستخدام التقنيات الإلكترونية الحديثة الناتجة عن اندماج تكنولوجيا الاتصالات والمعلومات كنواقل إعلامية غنية بإمكانياتها في الشكل والمضمون (عير الرحباني، 2012، 39). وسمي كذلك لاستخدامه الوسائل الإلكترونية في بث البرامج والأخبار والمعلومات. أما الإعلام الرقمي: فاعتماده على التكنولوجيا الرقمية مثل مواقع الويب، والفيديو والصوت والنصوص التي تقوم بنقل المعلومات رقميا جعله يأخذ هذا الاسم (حسنين شفيق 1، 2010، 20).

والإعلام الجديد يعرفه قاموس التكنولوجيا الرقمية (High-tech Dictionary) بأنه اندماج الكمبيوتر وشبكات الكمبيوتر والوسائط المتعددة (علي خليل شقرة، 2014، 51). في حين أن الإعلام البديل: أطلق عليه كذلك لشعبيته بين أفراد الجمهور الذي اتخذ بديلا عن الإعلام التقليدي بفضل ميزاته وخصائصه. بينما الإعلام التفاعلي: سمي كذلك لمجموعة من الخصائص أو الوسائط أو الخدمات الملحقة بأي وسيلة إعلامية مطبوعة أو مرئية أو إلكترونية تتيح للجمهور أن يتفاعل معها عبر المشاركة بإبداء رأيه (عبد الرزاق محمد الدليمي 1، 2011، 17). بيد أن إعلام المعلومات: يوصف بذلك للتزاوج داخله بين الكمبيوتر والاتصال، وعلى ظهور نظام إعلامي جديد يستفيد من تطور تكنولوجيا المعلوماتية ويندمج فيها (عباس مصطفى صادق 1، مرجع سبق ذكره، 30). أما الفضاء السيبروني: يشير إلى العوالم الافتراضية التي تخلقها الشبكات المعلوماتية العالمية، وهو نافذة نطل من خلالها على العالم لمعرفة آخر تطوراته والمشاركة في أحداثه، أي حولت العالم إلى قرية كونية (عبد الرزاق محمد

الدلمي 1، مرجع سبق ذكره، 52). وإعلام الوسائط التشعبية: يطلق عليه لطبيعته المتشابكة وإمكانية خلقه لشبكة من المعلومات المتصلة مع بعضها البعض بوصلات تشعبية (Hyperlinks).

في حين أن اتصال الوسائط المتعددة يدعى بذلك لحالة الاندماج التي تحدث فيه بين النص والصورة والفيديو (عباس مصطفى صادق 1، مرجع سبق ذكره، 31). والإعلام الشبكي لأنه يقوم على بث بعض مضامينه على الشبكات عبر روابط معينة يمكن الدخول إليها والتجول عبرها والاستفادة منها. وأخيرا الإعلام المجتمعي: يتمتع بخاصية مشاركة أفراد المجتمع بصنع محتواه، خاصة مع انتشار الوسائل التي تساعد على ذلك، مثل الكاميرات المختلفة، الهاتف المحمول... الخ (علي خليل شقرة، مرجع سبق ذكره، 54).

وكل هذه المفاهيم تؤدي بنا إلى تقسيم الإعلام الإلكتروني (الجديد) إلى أربعة أقسام هي:

- الإعلام الجديد القائم على شبكة الإنترنت (Online): وهو جديد كلياً بصفات، وميزات غير مسبوقة، وهو ينمو بسرعة وتتوالد عنه مجموعة من التطبيقات لا حصر لها.
- الإعلام الجديد القائم على الأجهزة المحمولة: بما في ذلك أجهزة قراءة الصحف والكتب. وهو أيضاً ينمو بسرعة وتتساقط منه أنواع جديدة من التطبيقات على الأدوات المحمولة المختلفة، ومنها أجهزة الهاتف والمساعدات الرقمية الشخصية وغيرها.
- الإعلام الجديد القائم على منصة الوسائل التقليدية مثل الراديو والتلفزيون التي أضيفت إليها ميزات جديدة مثل التفاعلية والرقمية والاستجابة للطلب.
- الإعلام الجديد القائم على منصة الكمبيوتر (Offline): ويتم تداول هذا النوع بوسائل، إما شبكياً أو بوسائل الحفظ المختلفة، مثل الأسطوانات الضوئية وما يشبهها، ويشمل العروض البصرية وألعاب الفيديو وغيرها (عباس مصطفى صادق 1، مرجع سبق ذكره، 33).

ومن جرد هذه المفاهيم الاصطلاحية كلها يمكن القول أن الباحثة شكلت صورة شاملة عن هذا المفهوم وتوصلت إلى تبني مفهوم الإعلام الإلكتروني في أطروحتها كالاتي: هو كل أشكال وأدوات وخدمات الاتصال والإعلام التي تدمج التقنيات التقليدية بالوسيط الافتراضي الحديث؛ أي الشبكة العنكبوتية لتحقيق بذلك أنماطاً متطورة من عمليات الاتصال التفاعلي الذي يندمج فيه كل من المرسلون والمتلقون والرسائل.

1-4-2- مفهوم التفاعلية

تتعدد تعريفات التفاعلية وأبعادها لدى الباحثين، وقد حاول العديد من العلماء تعريفها، كما أن مراجعة التراث العلمي تكشف أبعاداً متعددة لهذا المفهوم المعقد، فقد ظلت التفاعلية لفترات طويلة بمثابة مفهوم أساسي حاولت نماذج الاتصال المختلفة إضافته إلى عناصر العملية الاتصالية وتوضيح أبعاده، غير أنه وحتى الآن لم يتم الاتفاق بين الباحثين على تعريف محدد وواضح للتفاعلية يمكن تطبيقه في المجالات والتخصصات المختلفة التي يتوافر فيها نوع ما من التفاعلية، ولذلك يظل مفهوم التفاعلية مفهوماً متعدد الاستخدامات والأبعاد، ويختلف في معناه وأبعاده حسب التخصص.

فعرقت أنها " نظام يربط بين مصادر الأخبار والمعلومات وبين المستخدمين في المنازل والمؤسسات، يمكن من خلاله تبادل التأثير والتفاعل بين المصدر والمستقبل" (خضير شعبان، دون سنة نشر، 17). واعتبرت أهم خاصية تميز شبكة الإنترنت عن بقية وسائل الاتصال والإعلام، التي ليس لها مجال للتفاعل بل وسائط لنقل الرسائل للمتلقي، أما شبكة الإنترنت فالمجال فيها لا متناه للاستقبال، المناقشة، الرد وتعديل الرسائل وإعادة الإنتاج وحرية الاتصال، لذلك يمكن القول عنها أنها: الجهود المخططة في تصميم مواقع الوسائل الإعلامية الجديدة وبرامجها ومحتواها، التي تسمح للمتلقي بأكبر قدر من المشاركة في عمليات الاتصال والاختيار الحر من المحتوى والخدمات المتاحة على شبكة الإنترنت بقدر حاجاته وتفضيله واهتمامه" (محمد عبد الحميد 3، 2007، 65). وقدمت على أساس أنها اتصال تبادلي ذو اتجاهين من المرسل إلى المستقبل ومن المستقبل إلى المرسل فهو اتصال يصعب فيه التمييز بين المرسل والمستقبل، الاستجابة هي جوهره، سيطرة المستقبل في العملية الاتصالية شرط من شروط التفاعل عبر إمكانية تغيير وتعديل الرسالة الموجهة إليه من المرسل.

يشير مفهوم التفاعلية من حيث المستخدم إلى طريقة المعالجة التفاعلية بالحوار وتعديل اشتغال البرنامج من خلال مراقبة النتائج. أو هي مدى إمكانية المستعملين المشاركة في تعديل شكل بيئة وساطية ومحتواها في الزمن الحقيقي. أما مفهومها من حيث العلاقة بين المرسل والمتلقي فهي تطلق على الدرجة التي يكون فيها للمشاركين في عملية الاتصال تأثير على أدوار الآخرين وباستطاعتهم تبادلها ويطلق على هذه الممارسة "المتبادلة أو التفاعلية"، وهي بمعنى أن هناك سلسلة من الأفعال الاتصالية التي يستطيع الفرد (أ) أن يأخذ فيها موقع الشخص (ب) ويقوم بأفعاله الاتصالية، المرسل يستقبل ويرسل في الوقت نفسه وكذلك المستقبل وبذلك تدخل مصطلحات جديدة في عملية الاتصال مثل الممارسة الثنائية التبادل والتحكم والمشاركين. في حين أن مفهومها من حيث الوسيلة يقع في شكل صفة الأجهزة والبرامج وظروف الاستغلال التي تسمح بأفعال متبادلة في نمط الحوار بين المستخدمين أو بين الأجهزة في الوقت الفعلي.

لقد أصبحنا نعيش اليوم في عصر ما بعد التفاعلية Post Interactivity، وهو مفهوم اصطلاحى يصف مجمل تلك المراحل الجديدة التي ولجت إليها شبكة الإنترنت منذ عام 2006 اعتمادا على ما أضافته إليها تقنيات Web 2.0 و Web 3.0 كانت إرهاباتها قد بدأت تتبلور مع بداية الألفية الثالثة. ومصطلح "ما بعد التفاعلية" من خلال الدلالة المباشرة له نجده يعني تجاوز تلك المرحلة "التفاعلية" من مراحل الإنترنت، والتي ذكرت - كمصطلح - للمرة الأولى في عام 1954، في كتاب ولبر شرام "عملية الاتصال الجماهيري وتأثيراتها"، ثم في دراسة ماكميلان وداونز Macmlean & Downes في 1999، والتي انتهت إلى أن الهدف من الاتصال هو التبادل والإعلام، ومصطلح "ما بعد التفاعلية" مصطلح صكه الباحث في مجال سوسيولوجيا الإنترنت وسام فؤاد؛ معبرا به عن اتجاه الإنترنت لمرحلة جديدة في علاقة مرتاديها وزوارها بمحتواها والمنشور على صفحاتها (محمد أمزيان برغل، مرجع سبق ذكره، 73). ففي أواخر عام 2005 دخلت الإنترنت مرحلة جديدة أمكن فيها لكل متصفحها أن يكونوا بمثابة مرسل المادة الإعلامية ومستقبليها في آن واحد، أي أن الإنترنت كوسيلة إعلامية صارت

تعبيرا عن تدفق المحتوى الإعلامي ذو اتجاهين بل إنه ولى تدفقا متعدد الاتجاهات بفضل التطور التقني، وترجمته في وسائل كالخدمات الضخمة، وقواعد البيانات المتطورة، وتقدم التطبيقات التفاعلية للويب، وتنوع المحتوى من مكتوب إلى مسموع ومصور وفيديو. إن الفضل يرجع لمثل هذه الخدمات في تطوير مواقع تتيح لزوار الإنترنت ومتصفحها تكوين حسابات يمكنهم من خلالها تحميل ملفات الفيديو والصوت والصورة والنصوص على ما يشبه مواقع محدودة تخصصهم، وأن يتحكموا في من بإمكانه مشاهدة هذا المحتوى، بدءاً من التعامل والتداول الخاص جدا لدرجة الفردية، وحتى التداول العام المفتوح للجميع.

ومما سبق تقدم الباحثة التعريف الذي وضعته دراستها للتفاعلية وتعتمده في تحليل الصحف

الإلكترونية الجزائرية، وهو تعريف يقترب بدرجة كبيرة من تعريف Heeter، ويشتمل تعريفنا للتفاعلية على ستة أبعاد تتناسب والوضع الحالي في الصحف الجزائرية على الإنترنت وإمكاناتها التفاعلية، وقد تم تحديد الأبعاد الستة لهذا التعريف بناء على دراسة استطلاعية قمنا بها على عينة مصغرة من الصحف الجزائرية على الإنترنت قبل البدء في عملية التحليل أثناء عملية مسح شامل للمواقع الصحفية الجزائرية المتاحة على شبكة الإنترنت، وتبنى المفهوم المعتمد في الدراسة ثلاثة مستويات أساسية للتفاعلية وهي: تفاعل المستخدم مع المضمون، تفاعل المستخدم مع المحررين وتفاعل المستخدمين فيما بينهم. ونستعرض الستة أبعاد المتبناة وأهم مؤشراتها في السطور الآتية:

- كفاءة الصفحة الأولى (تم قياسها من خلال مؤشرات تقنية، شكلية وخدمائية).
 - تطبيقات الوسائط المتعددة والأرشيف الإلكتروني (مؤشرات هي: الفيديو، الصور، الكاريكاتير، الأرشيف بصيغتي PDF وHTML، والمحتوى الصوتي).
 - تطبيقات تمكين التفاعل بين المستخدم والمضمون (مؤشرات عديدة منها: التعليقات، استطلاعات الرأي، القوائم البريدية، الخبر العاجل عبر الهاتف المحمول، نظام RSS... الخ)
 - تطبيقات تمكين التفاعل بين المستخدم والمحررين (من أهم مؤشراتها: البريد الإلكتروني، الهاتف، البريد التقليدي، الفاكس، المقابلات الشخصية، المدونات... الخ)
 - تطبيقات تمكين التفاعل بين المستخدمين فيما بينهم (من أبرز مؤشرات قياسها: المنتديات، شبكات التواصل الاجتماعي، ساحات الحوار المباشر بين الجمهور والشخصيات العامة... الخ).
 - تطبيقات الضبط والمراقبة (تقاس بالعديد من المؤشرات منها: التعريف بالصحيفة، إحصائيات الزوار، التسجيل للاستفادة من خدمات الموقع، الإشعار بحدوث خطأ، البريد المباشر مع إدارة الموقع... الخ).
- ويمكن الرجوع إلى هذه الأبعاد ومؤشراتها بشيء من التفصيل من خلال استمارة التحليل بالملحق رقم (03).

1-4-3- مفهوم الصحافة الإلكترونية

تعددت تعريفات الباحثين للصحافة الإلكترونية نظرا لاختلاف مداخلهم فمنهم من يقصر تعريفه على الفنون الصحفية المستخدمة فيها، ومنهم من يتعرض للنواحي التقنية لتصميمها، وآخرون يعنون بأنماط الصحف الإلكترونية وخدماتها... الخ. وتوجد وفق ذلك مصطلحات عديدة للتعبير عنها مثل "صحافة الإنترنت (Online Journalism) (Online Newspaper) كما يطلق عليها أحيانا، أو (Electronic Journalism) كما يطلق عليها البعض أو (Internet Journalism)، وتتطور هذه الصحافة ومجمل الخدمات الإخبارية في الإنترنت مع تطور الشبكة لأن تكنولوجيات الشبكة نفسها في حالة تطور دائم" (عباس مصطفى صادق 1، مرجع سبق ذكره، 157). حيث أنه من الصعب الوصول إلى تعريف جامع وشامل للصحافة الإلكترونية وذلك لتطورها المستمر، وتعدد أنواعها، وتنوع الوسائط التي تنشر خلالها (فتحي حسين عامر، 2013، 113).

ومن أبسط التعريفات المقدمة فيما خص الصحافة الإلكترونية نجد تعريف ديانا بيتش (Diana Petch) بأنها "تلك الصحافة التي تمارس على الخط Journalism Practiced Online"، ولكن يعيب على هذا التعريف عموميته، فيمكن وفقا له إدراج كافة أنواع المواقع تحت مفهوم الصحافة الإلكترونية (منار فتحي محمد، 2011، 23). وهي عند الكثيرين عبارة عن "تكامل تكنولوجي بين أجهزة الحاسبات الإلكترونية وما تملكه من إمكانية هائلة في تخزين وتنسيق وتبويب وتضييق المعلومات واسترجاعها في ثوان معدودة، وبين التطور الهائل في وسائل الاتصالات الجماهيرية التي جعلت العالم قرية إلكترونية صغيرة" (عبد الأمير الفيصل، 2005، 77، 78).

ويرى دوغ ميلسون (Douge Millson) أن صحافة الإنترنت هي "باختصار تلك الصحافة الممارسة في الشبكة. وهي تضم نشر الأخبار والتقارير الإخبارية والتحليلات والتحقيقات والأحداث الجارية والتاريخية" (عباس مصطفى صادق 1، مرجع سبق ذكره، 158). وتعرف أيضا أنها نوع من الاتصال بين البشر يتم عبر الفضاء الإلكتروني، تستخدم فيه فنون وآليات ومهارات العمل في الصحافة المطبوعة يضاف إليها مهارات وآليات وتقنيات المعلومات التي تناسب استخدام الفضاء الإلكتروني كوسيط أو وسيلة اتصال بما في ذلك استخدام النص والصوت والصورة والمستويات المختلفة من التفاعل مع المتلقي؛ لاستقصاء الأنباء الآنية وغير الآنية ومعالجتها وتحليلها ونشرها على الجماهير عبر الفضاء الإلكتروني بسرعة (فتحي حسين عامر، مرجع سبق ذكره، 115).

وبذلك فالباحثة تتبنى كون الصحافة الإلكترونية عبارة عن منشور إلكتروني دوري يحتوي على الأحداث المرتبطة بموضوعات عامة ذات طبيعة خاصة تتم قراءتها عبر جهاز الكمبيوتر وتتاح بفضل شبكة الإنترنت سواء أكانت لها نسخة ورقية أم لم تكن.

1-4-4- تشكّل مفهوم النخبة الجزائرية

يعد مفهوم النخبة، الصفوة أحد أهم المفاهيم المحورية في الكتابات الاجتماعية والسياسية المعاصرة على الرغم من حداثة النسبية في الاستخدام، وقد طرح هذا المفهوم تساؤلات عديدة حول طبيعة الجماعات الحاكمة، طبيعة أنواع النخب، العلاقات المتبادلة بين الطبقات والنخب من جهة وعلاقتها بالبناء الاجتماعي ككل. إن باستطاعة أي متتبع للفكر الاجتماعي والسياسي منذ ظهوره أن يجد إجابات عديدة ومتباينة على هذه التساؤلات، ومن الطبيعي أن تختلف معالجة العلماء الاجتماعيين لهذا المفهوم باختلاف الفترة الزمنية التي ينتمون إليها وباختلاف المنطلقات الفكرية التي ينطلقون منها (علي محمد بيومي، 2004، 7). تذكر المعاجم اللغوية أن النخبة هي المختار من كل شيء، وجاء قاموس ويبستر Webster أن النخبة هي المجموعة المنتقاة والتي تعد بمثابة أفضل عناصر أي مجتمع من المجتمعات، وتستخدم كلمة نخبة بالمعنى المفرد ونخب بالمعنى الجمع، وترادفها في اللغة العربية كلمة الصفوة (عبد الفتاح عبد النبي، 1991، 31). كما أن استخدام كلمة صفوة (Supper class) elite... كان في القرن السابع عشر لوصف السلع النوعية ذات النوعية الممتازة، وما لبث هذا الاستخدام أن اتسع للإشارة إلى الجماعات الاجتماعية العليا كـ بعض الوحدات العسكرية أو المراتب العليا من النبلاء وطبقا لقاموس أوكسفورد فإن أقدم استخدام معروف في اللغة الانجليزية لكلمة صفوة كان في سنة 1823 حينما كانت تنطبق بالفعل على الجماعات الاجتماعية (علي محمد بيومي، مرجع سبق ذكره، 11).

ويُقَدَّم اصطلاحاً عدد هائل من التعاريف للنخبة:

- النخبة تشير إلى كل طائفة تتوفر فيها صفات ذات قيمة كالقدرة والموهبة الفكرية، الهيبة، السلطة الأدبية والنفوذ القوي.

- والنخبة المثقفة أو الفكرية كما دأبت مراجع علم الاجتماع والسياسة تقديمها، هي الأقلية من الأفراد المؤهلين لممارسة نوع من السيطرة على مجالهم الرمزي لما يملكونه من روح نقدية بفضل رصيدهم الفكري والمعرفي وكفاءاتهم وخبراتهم المهنية. ويتميزون بقدرتهم التنظيمية والتأثيرية بفضل ما يخلقونه من ظروف لتوحيد الأهداف والغايات. أو هي تلك الأقلية من أبناء الشعب التي تتميز بالتماسك والتضامن بسبب انتماءهم لنفس المحيط الاجتماعي، يكرسون مواقفهم واتجاهاتهم الفكرية لخدمة القيم المركزية لمجتمعهم وإخضاعها للتجديد الذي يفرضه الوضع، مما يجعل تأثيرهم على المجتمع أقوى من قدرتهم على الحكم (فتيحة بلعيد، 2002، 12).

- النخبة هي فئة من الفئات المتميزة في المجتمع سواء وظيفياً أو فكرياً أو تعليمياً مما يؤهلها للقيام بدور قيادي أو بأدوار المسؤولية في المجتمع، وهي أكثر فئات المجتمع تأثيراً في الحياة العامة وقدرة على اتخاذ القرار (حنان جنيد، أكتوبر 2002، 44).

وتتفق كل المفاهيم المقدمة للنخبة على أنها أفراد متميزون ومؤثرون في مجتمعهم وأنهم يقودون الرأي العام للتكيف مع رؤاهم ونظرتهم للأحداث والواقع. وتتميز الشخصيات النخبوية بامتلاكها لمهارات خاصة تمكنها من التأثير في الجمهور منها:

(1) تستطيع الشخصية النخبوية أن تتنظر لجميع الأمور والتصرفات والسلوكيات الإنسانية من الزاوية الأعم، وتفرق بين الخطوط الرئيسية أو العريضة للأمور والموضوعات وبين تفصيلاتها.

(2) التمكن من المهارات اللازمة المتعلقة بالقطاع الذي يعمل به صاحب الشخصية المؤثرة، والقدرة الفائقة على تنظيم العمل.

(3) القدرة على الابتكار وإيجاد وسائل جديدة لإنجاز الأعمال، وتحتاج إلى استعداد عقلي معين وهدوء نفسي شديد، وهي مهارة يستطيع الإنسان اكتسابها بتدريب عقله (يوسف الأقصري، 2001، 27).

ويتعدد مفهوم النخبة تبعا لتعدد المجالات التي ينتمي إليها أعضاء جماعتها إلى: نخبة دينية، نخبة سياسية، نخبة اقتصادية، نخبة إعلامية، نخبة فكرية، نخبة عسكرية ونخبة أكاديمية.

في الجزائر يرد من حين إلى آخر في بعض الكتب أو الدراسات القليلة التي جاءت في شكل مقالات تحليلية مصطلح "المنقف الجزائري"، "النخبة المثقفة" أو "الأنتلجنسيا الجزائرية"... وهي مفاهيم كثر تداولها دون الفصل فيها وبينها بشكل نهائي. مثقفون أم أنتلجنسيا في الجزائر؟ سؤال إشكالي تناولته مجموعة من المثقفين خلال الثمانينات من القرن الماضي (العشرين) حيث طرح الموضوع في شكل جدلية فكرية واجتماعية بلورها في محاور للنقاش مجموعة من باحثين وأساتذة جامعيين على غرار أنور مالك، ميلود شرفي، عمار بلحسن وغيرهم كثيرون، وتمخض عن ذلك النقاش كتاب "أنتلجنسيا أم مثقفون في الجزائر؟ لصاحبه عمار بلحسن (فتيحة بلعيد، مرجع سبق ذكره، 13). والمتتبع لساحة الثقافية الجزائرية منذ ما قبل الاستقلال (1962)، يستطيع رصد تيارين متباينين تبلورا في شكل ازدواجية في الرؤى والتقييم حول مسائل مصيرية متعلقة بالجزائر، ونقصد هنا الانقسام الذي يوزع الجزائريين بشكل عام إلى مجموعتين اثنتين تتسم كل واحدة منهما بالانسجام الثقافي، الأولى تعيش وتفكر حسب أنماط ومعايير الثقافة الغربية، ولا تتخيل إمكانية للحياة الفردية والجماعية خارجها، أما الثانية فتنتهي إلى الثقافة العربية الإسلامية ولا ترضى بديلا أو منافسا لها. طغت هذه الازدواجية على كل الازدواجيات الأخرى وغطتها، وأخذت في العقد الأخيرين حدة وشدة لا سابق لهما (مال قاسمي وآخرون، 2013، 212، 213).

ويرى أبو قاسم سعد الله بأن النخبة الجزائرية التي ظهرت في أواخر القرن 19، هي أقلية من الشباب الجزائريين الذين تبنا أفكار الغرب ووسائل عيشه وطريقته في العمل وثقافته وتعليمه وأرادوا تحويل المجتمع الجزائري إلى مجتمع أوروبي... ويتفق معظم الكتاب مع سعد الله على أن النخبة الجزائرية كانت بطيئة في الظهور وصغيرة في العدد، ولم يكن تكوينها محل اتفاق أبدا (لهلاي سلوى، 2013، 79). ولوحظ عبر مرور سنوات الاستقلال أن دور النخب أخذ في النمو تدريجيا خصوصا النخبة الفكرية من كتاب ومؤلفين ونخب أكاديمية ونخب إعلامية وفنانين، إلا أنه في نهاية الثمانينات اختل توازن هذه النخب وأخذت في التراجع عن أدوارها القيادية رغم التغيرات السياسية والاقتصادية الكبرى التي عرفتها الجزائر وعلى رأسها التعدديتين السياسية والإعلامية في 1989 و1990، وكان مرد ذلك الأزمة الأمنية التي عصفت بالبلاد وكم الاغتيالات التي طالت النخب السياسية والثقافية والإعلامية.

وبعد استرداد الجزائر لأمنها وعقدها للمصالحة الوطنية بدء من انتخابات 1999 لم يغير المثقفون أو النخب في الجزائر آراءهم اتجاه عزوفهم عن أداء الأدوار المنوطة بهم في المجتمع، إذ يرى المثقف الجزائري الدكتور عبد العالي رزاق المتخصص في الإعلام خلال ندوة ناقشت فيها صحيفة (الخبر) "إشكالية دور المثقف في الدفاع عن قضايا الأمة والإنسانية" بتاريخ 3 أوت 2014 أن: هناك تراجعاً نهائياً للمثقف الجزائري عن دوره منذ أكثر من 15 سنة (أي منذ نهاية الأزمة الأمنية)، لأن السلطة في الجزائر أصبحت هي المثقف، وسبب هذا التراجع المباشر هو وصاية السلطة على الجمعيات والنوادي الثقافية والفكرية التي أصبحت مؤسسات تابعة للدولة، وأضاف الأستاذ عاشور فني إلى أن المجالات التقليدية التي تسمح بظهور المثقف مغلقة سواء الإذاعة أو التلفزيون أو الصحافة التي أصبحت أسيرة المال من جهة والسياسة من جهة أخرى، حيث أن كل الآراء التي تزعجها لا تقدم للرأي العام، بينما ظهوره يؤجل إلى الملتقيات والندوات التي لا يحضرها أحد، أو مؤخرا من خلال شبكات التواصل الاجتماعي التي قد تعيد الدور المفقود في المستقبل القريب (مسعودة بوطلمة، 2014/08/03، 21).

وترى الباحثة بدورها أنه حصل انسحاب كامل للنخبة من الحياة العامة والمجتمعية في الجزائر ربما لذات الأسباب الواردة أعلاه، أو لأسباب أخرى كاليأس من الواقع الاجتماعي والسياسي السائد، وركود الحركة الفكرية والثقافية والأدبية، أو طغيان النخبة السياسية على كل مناحي الحياة الجزائرية... الخ.

1-4-5- مفهوم النخبة الأكاديمية

يحتل التعليم العالي الصدارة في التقدم المنشود للمجتمعات البشرية ولاقتصاداتها، خاصة مع تنامي وتزايد متطلبات التنمية، حيث تؤكد الحقائق المثبتة والوقائع العالمية المتكررة أن تقدم الأمم ورفيها يتوقف على تقدمها العلمي، ويتعلق بمدى تمكنها من مواكبة التطورات المتسارعة على الصعيدين المعرفي العلمي والتكنولوجي التقني. ولا يتحقق كل ذلك إلا من خلال وجود نظام متقدم للتعليم العالي تقوده نخبة أكاديمية مقادرة معرفيا وتكنولوجيا لنقل الأجيال من الحاضر إلى المستقبل. من أجل ذلك تعد النخبة الأكاديمية أحد أنواع النخبة بشكل عام، وهي جزء هام جدا من النخبة الفكرية. من أبرز خصائصها إمكانية تمثيلها وشمولها لكافة أجزاء النخبة الفكرية فهي الأوفر حظا في تبني الأفكار المستحدثة والدعوة لنشرها (رضا عبد الواجد أمين 1، مرجع سبق ذكره، 151). ويقصد بها أساتذة الجامعات أو الهيئة التدريسية فيها وعادة ما تضم أساتذة، باحثين، متخصصين في النظريات العلمية، مؤلفين، وحتى كتابا وأصحاب رأي ومداميين على إصدار الدوريات العلمية المتخصصة.

تعود بدايات التعليم العالي والبحث العلمي في الجزائر إلى ما بعد الاستقلال (1962)، وقد تأثر في تطوره بمختلف السياسات والخطط التي عرفت الجزائر خلال مسيرة تحولاتها السياسية والاقتصادية والاجتماعية (مال قاسمي وآخرون، مرجع سبق ذكره، 61). وقد شهدت الطاقات البشرية القائمة على التعليم العالي (النخبة الأكاديمية) تطورا سريعا منذ تلك الفترة، من ناحية العدد والشهادات المحصل عليها والتخصصات المتبعة. ومع عدم توفر إحصائيات دقيقة لعدد أساتذة كل جامعات ومعاهد الجزائر، وجدت الباحثة نفسها أمام مقالات صحفية تكرر فيها أن العدد تقريبا وصل مطلع 2012 إلى 42 ألف أستاذ جامعي بغض النظر عن الرتب والدرجات العلمية.

2- الإجراءات المنهجية للدراسة

1-2- مجالات الدراسة

تعالج الدراسة التي بين أيدينا موضوع التفاعلية في الصحافة الإلكترونية الجزائرية، حيث تركز على استخدامات النخب الجزائرية لها والإشباع المحققة منها من جهة وكذا التدقيق في الإمكانيات التفاعلية المتاحة في الصحافة الإلكترونية الجزائرية وتعامل إدارات المواقع معها من جهة ثانية. وتتخذ وفق ذلك مجالات بحثية كالآتي:

1-1-2- المجال الزمني والتحليلي

تأخذ الدراسة الحالية مدى زمنيا مزدوجا حيث:

- تمتد في إطارها النظري من منتصف التسعينيات، تاريخ ظهور الصحافة الإلكترونية في العالم التي شكلت آنذاك ظاهرة إعلامية جديدة ارتبطت بثورة تكنولوجيا المعلومات والاتصالات إلى غاية موعد تحقيق واستكمال هذه الأطروحة المحضرة في إطار نيل شهادة الدكتوراه في علوم الإعلام والاتصال مطلع شهر سبتمبر 2015.
- أما في إطارها التطبيقي بشقيه التحليلي والميداني فتنقسم إلى:

* مجال الدراسة التحليلية

ويضم مواقع صحف إلكترونية جزائرية تم اختيارها حسب عدة اعتبارات من أهمها: نسبة المقروئية بالنسبة لنظيراتها الورقية والتصفح على الإنترنت (الترتيب العالمي الإلكتروني لها حسب الموقع الأمريكي المتخصص في ذلك "أليكسا")، والأقدمية في الظهور على الساحة الإعلامية الإلكترونية الجزائرية، إضافة إلى تقصدنا للتنوع ما بين الخاصة والعمومية والمعربة والناطقة بالفرنسية لمعرفة الفروق الموجودة في التطبيقات التفاعلية.

وتمتد فترة التحليل خلال تسعة أشهر (09) على ثلاث مراحل:

✓ المرحلة الأولى (جويلية 2014)

بعد زيارتين لوزارة البريد وتكنولوجيات الإعلام والاتصالات السلوكية واللاسلكية على مستوى الجزائر العاصمة في ماي 2013 ثم ماي 2014، وطلب مقابلة مسؤولة مصلحة الإحصاءات والاستشراف بغية الحصول منها على إحصائيات دقيقة للصحف الإلكترونية الجزائرية: الخالصة منها، وذات النظير الورقي، الإذاعات الرقمية والمنتديات الإلكترونية، المدونات، ومشاركي الفايسبوك والتويتير... وغيرها الكثير من الأرقام والإحصائيات المفيدة لنا في أطروحتنا، لم يكمل مجهودنا بالنجاح حيث بلغنا بأن الوزارة بصدد تحضير تقرير مفصل لذلك سينشر منتصف 2014 عبر الموقع الرسمي للوزارة. لكن بحلول سبتمبر 2015 والباحثة تضع اللمسات العلمية الأخيرة لتقديم أطروحتها للمناقشة بجامعة الحاج لخضر باتنة 1، لا زال هذا التقرير لم ير النور بعد عبر موقع الوزارة، من أجل ذلك قامت الباحثة بشكل شخصي بإحصاء الصحف الإلكترونية الجزائرية بشكل كلي عبر الملاحظة بالتصفح طيلة شهر جويلية 2014، ليتم بعدها اختيار عينة من بين إحصائيات رسمية

لموقع أليكسا الأمريكي للمواقع الأكثر تصفحا في الجزائر، وتمت خلال ذات الفترة صياغة مسودات استبيان الدراسة واستمارة التحليل واستمارة المقابلة من أجل التحكيم العلمي لها.

✓ المرحلة الثانية (1 أكتوبر 2014)

تطبق استمارة التحليل على عينة الدراسة لقياس كفاءة وتفاعلية الصحف الإلكترونية الجزائرية محل الدراسة، مع التعليق على جداول المقاييس وإجراء المقارنات خروجاً بالنتائج.

✓ المرحلة الثالثة (30 أبريل 2015)

يعاد فيها تطبيق استمارة التحليل بغية اختبار مدى تقدم أو تراجع الخدمات التفاعلية عبر الصحف الإلكترونية الجزائرية محل الدراسة، والمقارنة بين نتائج فترتي التحليل، وبين الصحف الإلكترونية الجزائرية عينة الدراسة في مدى تطويرها أو تراجعها في إتاحة التطبيقات التفاعلية.

* مجال الدراسة الميدانية

يمتد من فترة توزيع واسترجاع صحيفة استبيان الدراسة إلكترونياً على العينة إلى غاية تفريغ البيانات والمعالجة الإحصائية واستخلاص النتائج (بين 8 أوت 2014 و 8 جوان 2015)، أما بالنسبة لدراسة القائمين بالمواقع الإلكترونية الجزائرية فقد أجرت الباحثة مقابلاتها بدء من 17 ماي 2015 إلى غاية 22 ماي 2015.

2-1-2- المجال المكاني

إن مجتمع الدراسة هو المحدد الأساسي للمجال المكاني، وسبق أن اختارت الباحثة مجتمع دراستها التحليلية من بين مواقع الصحف الإلكترونية الجزائرية التي أحصت منها 136 صحيفة إلكترونية جزائرية في حصر شامل لمدة شهر (جويلية 2014) قامت به قبل اختيارها لعينتها، أما عن دراستها الميدانية فقد قسمت بين مدرء مواقع الصحف الإلكترونية الجزائرية، والنخبة الأكاديمية الجزائرية التي أصبحت تتوزع مؤخرًا على 48 ولاية في القطر الجزائري نظراً لتطور عدد الجامعات والمعاهد والمدارس الوطنية العليا وكذا المراكز الجامعية، وحسب الإحصائيات المقدمة رسمياً في الموقع الإلكتروني لوزارة التعليم العالي والبحث العلمي فإن الشبكة الجامعية الجزائرية تضم سبعة وتسعين (97) مؤسسة للتعليم العالي، موزعة على ثمان وأربعين (48) ولاية عبر التراب الوطني، وتضم ثمان وأربعين (48) جامعة، عشرة (10) مراكز جامعية وعشرون (20) مدرسة وطنية عليا وسبع (07) مدارس عليا للأساتذة واثنى عشرة (12) مدرسة تحضيرية وأربع (4) مدارس تحضيرية مدمجة وأربع (04) ملحقات (<https://www.mesrs.dz/universites,14/08/2015>). وبذلك فإن المجال المكاني سيكون محددًا بالإطار الجغرافي الجزائري.

2-1-3- المجال البشري

تتمثل عينة دراسة الجمهور في النخبة الأكاديمية حيث وقع اختيار الباحثة على فئة الأكاديميين والباحثين والأساتذة من مختلف الجامعات الجزائرية، أما دراسة القائم بالاتصال فشملت مدرء مواقع الصحف الإلكترونية الجزائرية عينة الدراسة التحليلية.

2-2- منهج الدراسة

تسعى الدراسات العلمية إلى إتباع منهج دقيق وخطوات علمية مدروسة تحريا للموضوعية واكتسابا للمصداقية. "ويعرف المنهج بأنه عبارة عن مجموعة العمليات والخطوات التي يتبعها الباحث بغية تحقيق بحثه" (رشيد زرواتي، 2002، 119) "أو هو طائفة من القواعد العامة للوصول إلى الحقيقة في العلوم، أو هو الطريق المؤدي إلى الكشف عن الحقيقة في العلوم بواسطة طائفة من القواعد العامة تهيمن على سير العقل وتحديد عملياته للوصول إلى نتيجة معلومة وهو أداة اختبار الفروض ويقع عليه عبء تطويرها وتحقيقها" (محمد عبد الحميد، 2004، 15). واستخدمت الباحثة في هذه الدراسة المنهج الوصفي التحليلي الذي يتجه إلى "وصف ما هو كائن وتفسيره، ويهتم بتحديد الظروف والعلاقات التي توجد بين الوقائع" (محمد منير حجاب، 2002، 78). ومن أهم أسسه التي دعمت الاعتماد عليه في أطروحتنا هي إمكانية الجمع والاستعانة بمختلف الأدوات البحثية؛ الملاحظة بمختلف أنواعها، والاستبيان، والمقابلة بأشكالها المتنوعة... الخ، كما أنه يسهل على الباحثة اختيار عينات ممثلة للمجتمع الأصلي تتميز بذات خصائصه، مما يوفر عليها الجهد والتكاليف والوقت.

واختارت منه منهج المسح الإعلامي الذي يعد منهجا علميا منظما يساعد في الحصول على المعلومات والخصائص التي تتعلق بالظاهرة موضوع الدراسة، وهو أيضا "أحد الأشكال الخاصة بجمع المعلومات عن حالة الأفراد وسلوكهم وإدراكهم ومشاعرهم واتجاههم، ويستهدف المسح الوصفي 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 ودرجاتها أو شدتها، ومستويات الاهتمام والتفضيل" (المرجع السابق، 158). ومنه فإن هذا المنهج يخدم أهداف دراستنا مع الإشارة أننا استخدمنا تحديدا المسح بنظام أو بطريقة العينة الذي "يكتفى فيه بدراسة عدد محدود من المفردات أو الحالات، والمسح بطريقة العينة هو الذي يكثر استخدامه نظرا لأنه يوفر الوقت والجهد والمال كما أنه يأتي بنتائج دقيقة" (المرجع السابق، 87). واحتاجت الباحثة في سياق دراستها لواقع التفاعلية في مختلف الصحف الإلكترونية الجزائرية إلى المنهج المقارن. والمقارنة أو المقايسة بين ظاهرتين أو أكثر يتم فيها تحديد أوجه الشبه وأوجه الاختلاف بينها بحيث يستطيع الباحث الحصول على معلومات مناسبة ودقيقة، على أن تكون تلك المعلومات قابلة للتحليل أي أنها معلومات كمية ورقمية قابلة للمقارنة والتحليل (عامر إبراهيم قنديجي، 2012، 157). وهو منهج ساعد الباحثة على المقارنة بين مواقع الصحف الجزائرية لمعرفة الخدمات التفاعلية التي توفرها، واكتشاف مواطن الضعف والقوة لدى كل صحيفة على حدة، إضافة إلى مقارنة نتائج عيني الدراسة المختارتين في 1 أكتوبر 2014 و 30 أبريل 2015، وصولا إلى ترتيب أهم تطبيقات التفاعلية المتاحة عبر العينة. ويعتبر البعض من المهتمين بمنهج البحث العلمي أن المنهج المقارن ليس أكثر من منهج مسحي، حيث يقوم الباحث فيه بمقارنة الأداء في عدد من المؤسسات أو الوحدات الاجتماعية أو الظواهر، وذلك بهدف الكشف عن الأوضاع السائدة وتبريرها، أو تحديد

السلبيات والوصول إلى أداء أفضل، أو ما شابه ذلك، فالأساس فيه كما المنهج المسحي هو جمع المعلومات وتوثيق الحقائق حول ظاهرتين للخروج بالفوارق بينهما (المرجع السابق، 159).

2-3- عينة الدراسة الميدانية

2-3-1- عينة دراسة الجمهور

يتسم المجتمع البشري لهذا البحث بأمر عدة من أهمها:

- كبر الحجم: على الرغم من عدم توافر أرقام رسمية دقيقة حول العدد الإجمالي للنخبة الأكاديمية في الجزائر من أساتذة مساعدين ومحاضرين وأساتذة تعليم عال، إلا أن الباحثة وجدت بعضا من الأرقام التقريبية في عدد من المقالات الصحفية حول التعليم العالي والبحث العلمي، صرحت بوجود حوالي 42 ألف أستاذ جامعي في الجزائر.

- تنوع التكوين والتخصصات: حسب آخر التصريحات لوزير التعليم العالي والبحث العلمي الطاهر حجار في سبتمبر 2015 فإن الجامعات الجزائرية تنضوي على أكثر من 2700 تخصص علمي، وهو ما استدعاه لإجراء إصلاحات بتوحيد التخصصات على المستوى الوطني بغية تحقيق تكافؤ فرص التشغيل بين كل الطلبة المتخرجين.

- الوجود المكاني المتباعد: تضم الجزائر 48 ولاية بها 97 مؤسسة للتعليم العالي حسبما أعلنته الوزارة في موقعها الرسمي خلال سنة 2015.

لذلك لجأت الباحثة للتعامل مع العينة القصدية المتاحة من النخبة الأكاديمية الجزائرية أي مجموع الأكاديميين المتعرضين للصحافة الإلكترونية بغض النظر عن المحددات الديموغرافية الخاصة بهم، وقد سبق وبرر الأستاذ الدكتور عبد الرحمان عزي لجوء أغلب الدراسات الميدانية العربية للعينة القصدية قائلا: المحاولات الميدانية مبنية على العينات القصدية لصعوبة اعتماد العينات العشوائية في المنطقة العربية لندرة قواعد البيانات أو غيابها (بوعلي نصير وآخرون، 2009، 178).

وقد قامت الباحثة بالحصول على عدد من المواقع التي يرتادها الأكاديميون الجزائريون وصفحات الشبكات الاجتماعية الخاصة بهم، كمنتديات الأستاذ الجامعي وتنسيقية الأساتذة الجامعيين الجزائريين، أين وجدت مئات الصفحات الشخصية لأساتذة الجامعات الجزائرية المختلفة عبر الفايبروك بالدرجة الأولى، كما أنها سبق وشاركت في أزيد من 25 مؤتمر وطني ودولي داخل وخارج الجزائر مما جعلها تمتلك رصيدا هاما من عناوين البريد الإلكتروني لأساتذة أكاديميين وباحثين جزائريين من مختلف التخصصات والجامعات، فضلا عن تنظيمها شخصيا للملتقى الوطني الأول حول "الإعلام الجديد والمجتمع الجزائري" بجامعة عملها جامعة العربي بن مهيدي أم البواقي أين شارك أزيد من 130 أستاذا جزائريا من مختلف الجامعات والتخصصات الإنسانية والاجتماعية وحتى الاقتصادية ببحوث علمية تلقته من خلال البريد الإلكتروني الخاص بالملتقى. كل هذه الإمكانيات التي أتاحت للباحثة جعلتها على اتصال مباشر وشخصي بعدد ضخم من النخبة الأكاديمية الجزائرية

في مختلف جهات الوطن (شرقا، غربا، شمالا وجنوبا) مما سهل التواصل بالبريد الإلكتروني للمتعرضين للصحافة الإلكترونية الجزائرية منهم، ضف إلى ذلك وضعها للاستبيان الخاص بالدراسة الميدانية في شكل إلكتروني عبر غوغل ملفات (Google Doc) بمساعدة أحد التقنيين في الإعلام الآلي بمدينة قسنطينة، والإعلان عنه في مختلف صفحات الجامعات الجزائرية عبر الفايسبوك. وقد حصلت الباحثة في نهاية الأمر على عدد إجابات مثّل حوالي 1 بالمائة من العدد الإجمالي المحتمل لمجتمع الدراسة (42 ألف أستاذ جامعي) في مدة عام تقريبا (من أوت 2014 إلى جوان 2015)، أي ما يعادل 400 إجابة إلا أنها ألغت حوالي 81 إجابة لعدم اكتمالها، ووجود نقص فادح في الإجابات عن كل أسئلة الاستبيان، فضلا عن وجود تناقضات في بعض الإجابات، لتتحصل بذلك على عينة لدراستها الميدانية الخاصة بجمهور الصحافة الإلكترونية الجزائرية من النخبة الأكاديمية قوامها 319 مفردة. ويوضح الجدول رقم (01) السمات العامة لعينة النخبة الأكاديمية المتخذة في الدراسة الميدانية.

وتجدر الإشارة إلى أن الباحثة واجهت صعوبات كثيرة في جمع هذا العدد المتواضع من المفردات نظرا لعدم تجاوب النخبة الأكاديمية من جهة، عزوف بعضها عن الإجابة صراحة والتعرض للباحثة بالسب والشتم في خانات الإجابات، تذر البعض من الموضوع ومطالبة الباحثة بدراسة مواضيع اجتماعية خاصة بوضع الأستاذ الجامعي في الجزائر أو المواضيع السياسية الحالية على الرغم من توضيح الباحثة في الاستبيان لكونه بحثا علميا في تخصص علوم الإعلام والاتصال.

جدول رقم (01): يوضح السمات العامة لعينة النخبة الأكاديمية المتخذة في الدراسة الميدانية

المتغير	ك	%	Σ
ذكر	219	68,7	319
	100	31,3	
أنثى	89	27.9	319
	230	72.1	
علمي	182	57.1	319
	52	16.3	
	78	24.5	
	07	02.2	
أدبي	249	78.1	319
	58	18.2	
	12	03.8	
عربية	268	84.0	319
	45	14.1	
	06	01.9	
فرنسية			
مزدوجة			
إنجليزية			
أستاذ مساعد			
أستاذ محاضر			
أستاذ التعليم العالي			
من 25 - 40 سنة			
من 41 - 55 سنة			
أكبر من 55 سنة			

يتضح من الجدول رقم (01) أن النخبة الأكاديمية المتعرضة للصحافة الإلكترونية الجزائرية تتميز بالخصائص الآتية:

- يوضح الجدول أعلاه أن عينة الدراسة ضمت 68.7 % من الذكور و 31.7 % من الإناث، أي ثلث العينة تقريبا من النساء والثلثين المتبقين من الرجال. وترجع أسباب هذا التمثيل للجنسين ضمن النخبة الأكاديمية إلى جملة من الدواعي منها تاريخية وأخرى اجتماعية موضوعية، إذ تأخر التحاق المرأة بركب التعليم بشكل عام والتعليم الجامعي بشكل خاص نظرا لطبيعة المجتمع الجزائري المحافظة وقلّة الجامعات، إضافة إلى طبيعة المرأة في حد ذاتها، في الغالب تؤخرها مسؤوليات عائلية اجتماعية عن التقدم في الدرجات العلمية بذات السرعة التي يحققها الرجل وهو ما يفسره قلّة عدد اللواتي وصلن إلى أعلى درجة بالجامعة رتبة "أستاذ التعليم العالي" أو "أستاذ متميز". فضلا عن سبب آخر جوهري وهو عدم تعاطي المرأة بشكل عام مع الإعلام الإلكتروني وهو ما سبق وتوصلت إليه دراسات وتحقيقات ميدانية حول خصائص مستخدمي الإنترنت في الجزائر، كالدراسة التي أعدتها مؤسستا إيدياتيكا

وميدكوم، والتي نشرت نتائجها يوم الأربعاء 13 أكتوبر 2010: حيث أظهرت أن 70 بالمائة من مستخدمي الإنترنت في الجزائر من الذكور و30 بالمائة من الإناث (من كل الأعمار) (محمد أمزيان برغل، مرجع سبق ذكره، 100).

- بلغت نسبة تمثيل التخصصات الأدبية أزيد من ثلثي العينة بـ 72.1 %، مقابل 27.9 % للتخصصات العلمية، نظرا لكون الذين في ميدان العلوم الإنسانية والاجتماعية والآداب أكثر تفرغا ربما للتعرض للإنترنت بسبب تقديمهم للبحوث النظرية أو الميدانية المتعلقة بالظواهر المجتمعية المتداولة عادة في كل وسائل الإعلام، عكس العلميين الذين تكون أعمالهم تطبيقية قد يقضون أغلب أوقاتهم في ظلها داخل مخابر بحث وسط معلومات علمية ورياضية دقيقة مما يحرمهم التواصل عبر الإنترنت.
- أشارت نتائج الجدول أعلاه إلى احتلال التكوين باللغة العربية النسبة الأعلى بين مفردات النخبة الأكاديمية بـ 57.1 %، لكون غالبية مفرداتها من الشباب الذين تقل أعمارهم عن 40 سنة ممن شهدوا وعاشوا وتعلموا في فترة تعريب التعليم في الجزائر، ثم في مرتبة ثانية مزدوجي اللغة " الفرنسية والعربية " بـ 24.5 % وهو ما استدعته نسبة الأساتذة العلميين المقاربة تماما لها، حيث أنهم ممن تلقوا التعليم باللغة العربية في كل أطواره (ابتدائي، متوسط وثانوي)، وانفصلوا عنها (اللغة العربية) في الجامعة لكون الشعب العلمية تدرس باللغة الفرنسية في الجزائر. في مرتبة ثالثة ذوو التكوين باللغة الفرنسية بنسبة 16.3 %، ويرجع ذلك ربما إلى كون أعمار هذه الفئة من 41 إلى 55 سنة (بسبب قرب نسبتهم منها 14.1 %)، أي أنها تعلمت خلال العقود الثلاثة الموالية للاستقلال (1960 - 1990)، وهي ذاتها التي عرفت فيها الجزائر قسمين أساسيين من النخب المتعلمة: المعربون والمفرنسون. في حين أن 2.2 % من العينة طوروا ملكاتهم اللغوية عبر تلقي تكوينهم بلغة ثالثة هي الإنجليزية، وهو أمر فرضه العصر على اعتبارها اللغة العالمية الأولى من جهة، ومن جهة ثانية فإنهم قد يكونون أساتذة أدب إنجليزي أصلا.
- سجل الجدول حضورا قويا للشباب بنسبة 84 % ممن أعمارهم تتراوح بين 25 و40 سنة، مقابل 78.1 % من الأساتذة المساعدين بقسمي أ وب، بينما نالت درجة أستاذ محاضر بقسميها أ وب نسبة حضور في العينة بلغت 18.2 % مقابل الفئة العمرية من 41 إلى 55 سنة بـ 14.1 %، وفي مرتبة أخيرة حازت درجة أستاذ تعليم عال أدنى نسبة حضور بـ 3.8 % مقابل فئة أكبر من 55 سنة بـ 1.9 %.

2-3-2- عينة دراسة القائم بالاتصال (مدراء المواقع)

اختارت الباحثة محاصرة موضوع التفاعلية في الصحافة الإلكترونية الجزائرية في دراسة للجماهير والقائم بالاتصال وتحليل للمواقع، من خلال عينة محدودة من الصحف تعد الأقدم ظهورا في البيئة الإلكترونية والأكثر شهرة وعراقة بين الصحف الورقية، زيادة على أن غالبيتها من الصحف الأكثر تصفحا وزيارة على شبكة الإنترنت في الجزائر، وهي: الشروق أون لاين، الخبر، النهار أون لاين، الشعب، الوطن، المجاهد، ليبرتي ولوسوار دالجيري. وتقلت الباحثة إلى الجزائر العاصمة لمدة أسبوع كامل بغية مقابلة مدراء مواقع هذه الصحف

إلا أنها قوبلت في بعض الأحيان بالرفض، والبعض الآخر بالتوصل والتهرب من المقابلة، حيث حققت فعليا 4 مقابلات مع 4 إدارات للمواقع هي:

- مقابلة مع السيد بنتقة شكيب، مدير موقع المجاهد، 17 ماي 2015، على الساعة 15 مساء، بمقر المؤسسة بحي الحرية، الجزائر.
- مقابلة مع السيد فاروق غدير، مدير موقع الخبر ونائب رئيس التحرير، 18 ماي 2015، على الساعة 8 و30 د صباحا، بمقر المؤسسة، حيدرة، الجزائر.
- مقابلة مع صحفيين، محررين بالشروق أون لاين، 19 ماي 2015، على الساعة 13 و30 د زوالا، بمقر المؤسسة بحي البدر في القبة، الجزائر.
- مقابلة مع السيد حشيد مراد، مدير موقع الوطن، 20 ماي 2015، على الساعة 14 و30 د زوالا، بمقر المؤسسة بدار الصحافة الطاهر جاووت، الجزائر.

للإشارة فإن هناك من مدراء المواقع من استقبلنا في البداية لفهم حيثيات بحثنا ثم عاد واعتذر في نهاية المطاف عن الإجابة عن أسئلتنا مثلما حدث مع مديري موقعي النهار أون لاين ولوسوار دالجيري لأسباب غير مفهومة.

2-4- عينة الدراسة التحليلية

تتفاوت مواقع الويب وتختلف جوهريا في الحجم من صفحة واحدة إلى 50,000 صفحة ولذا فإن تحليل صفحات الموقع بأكملها يستهلك وقتا وجهدا كبيرين يخرج عن طاقة باحث واحد، وعليه فإن الواقع العملي يفرض أن تكون وحدة التحليل هي الصفحة الرئيسية لموقع الصحيفة أو ما يعرف بالصفحة الأولى أو التمهيدية "Home Page". وقد ينتقد هذا الاتجاه لكون بعض الصحف الإلكترونية لا تضع بعض تطبيقاتها التفاعلية على صفحتها الرئيسية، ومن ثم فإن الباحث المعني بدراسة التفاعلية قد يفتقد هذه الأدوات أثناء تحليله لموقع الصحيفة، لكن ذلك مردود عليه لأن زوار هذه المواقع أيضا قد يفتقدون هذه الأدوات التفاعلية على أساس أن الغالبية العظمى منهم لا يوجد لديهم الصبر للإبحار عبر العديد من صفحات الموقع للوصول إلى المعلومات التي يريدونها، ولذلك فإننا في هذه الدراسة نحلل الصفحة الرئيسية لمواقع الصحف الإلكترونية الجزائرية عينة الدراسة، إضافة إلى الولوج لصفحة داخلية واحدة على الأقل (ثلاثة على الأكثر) تحمل موضوعا مكتوبا للحصول على أهم التطبيقات التفاعلية المتاحة في المواضيع المنشورة (كالمشاركة عبر شبكات التواصل الاجتماعي، الإرسال إلى صديق، نسخ الخبر... الخ) بغية تلافي هذا الجدل القائم حول وحدة التحليل في مواقع الصحف الإلكترونية.

وبذلك فإن هذه الدراسة تحلل كل عناصر التفاعلية المتاحة في الصفحة الرئيسية لموقع الصحيفة على الإنترنت، متضمنا القصص الإخبارية بوصلاتها الفائقة، والصور، والفيديو، والأرشيف الإلكتروني، بالإضافة إلى أي نص أو وسائل سمعية أخرى مزودة من قبل المستخدمين أو الصحفيين. كما تفحص هذه الدراسة الإعلان أيضا أو أية خدمات أخرى ذات علاقة بالتفاعلية، فضلا عن التطبيقات المرافقة للأخبار (خبر واحد على الأقل)

في صفحاتها الداخلية. وتتميز عينة التحليل بخصائص يحددها أساس اختيارها، الذي يخدم في جميع الأحوال أهداف الدراسة، وكانت الباحثة في اختيارها خاضعة لعدد من الأسباب هي: الأقدمية في الظهور على الساحة الإعلامية الإلكترونية الجزائرية، ونسبة التصفح على الإنترنت (الترتيب العالمي الإلكتروني لها حسب الموقع الأمريكي المتخصص في ذلك "أليكسا")، دون أن ننسى نسبة المقروئية بالنسبة لنظائر المواقع من صحف ورقية، إضافة إلى تقصدها للتبوع ما بين الخاصة والعمومية والمعربة والناطقة باللغة الفرنسية لمعرفة الفروق الموجودة في التطبيقات التفاعلية بينها.

ووقع الاختيار في نهاية الأمر على ثمانية مواقع لصحف جزائرية ذات نسخ ورقية هي:

- موقع الشروق أون لاين (<http://www.echoroukonline.com>)

- موقع الخبر (<http://www.elkhabar.com>)

- موقع النهار أون لاين (<http://www.ennaharonline.com>)

- موقع الشعب (<http://www.ech-chaab.com>)

- موقع الوطن (<http://www.elwatan.com>)

- موقع لبيرتي (<http://www.liberte-algerie.com>)

- موقع المجاهد (<http://www.elmoudjahid.com>)

- وموقع لوسوار دالجيري (<http://www.lesoirdalgerie.com>).

أما أهم سمات عينة التحليل يوضحها الجدول رقم (02) أدناه كالآتي:

- كل صحف العينة (100 بالمائة) هي من الصحف الوطنية الإخبارية العامة غير المتخصصة ولا الجهوية.

- معربة بنسبة 50 بالمائة (الشروق أون لاين، الخبر، النهار أون لاين، والشعب)

- ناطقة باللغة الفرنسية بنسبة 50 بالمائة أيضا (الوطن، لبيرتي، المجاهد ولوسوار دالجيري)

- خاصة بنسبة 75 بالمائة (الشروق أون لاين، الخبر، النهار أون لاين، الوطن، لبيرتي ولوسوار دالجيري).

- عمومية بنسبة 25 بالمائة (الشعب والمجاهد).

- 75 بالمائة منها هي من أوائل الصحف ترتيبا من حيث نسب التصفح والزيارة على شبكة الإنترنت

حسب موقع أليكسا المتخصص في الإحصائيات (الشروق أون لاين، الخبر، النهار أون لاين، الوطن، لوسوار دالجيري، لبيرتي).

- 25 بالمائة فقط منها لم تتل ترتيبا جيدا في نسب التصفح والزيارة (المجاهد والشعب).

- 87.5 بالمائة منها هي من بين الصحف الإلكترونية الأقدم ظهورا (الوطن، لبيرتي، الخبر، الشعب،

المجاهد، لوسوار دالجيري والشروق أون لاين).

- 12.5 بالمائة منها هي من الصحف الحديثة من ناحية الظهور في شكلها الورقي والإلكتروني لكنها حاليا من بين أقوى وأشهر مواقع الصحف على الشبكة في الجزائر (النهار أون لاين).

جدول رقم (02): يبين البيانات الأولية لعينة التحليل

البيانات	الصحيفة	الشروق	النهار	الخبر	الشعب	El wat an	Le soir d'Algérie	Liber té	El Moud jahid
طبيعة مضامين الصحيفة	إخبارية عامة	إخبارية عامة	إخبارية عامة	إخبارية عامة	إخبارية عامة	إخبارية عامة	إخبارية عامة	إخبارية عامة	إخبارية عامة
طبيعة ملكية الصحيفة	خاصة	خاصة	خاصة	خاصة	عمومية	خاصة	خاصة	خاصة	عمومية
الرتبة حسب موقع "أليكسا" جويلية 2014	12	22	28	111	9	92	106	116	488
مدة التحليل	24 ساعة	24 ساعة	24 ساعة	24 ساعة	24 ساعة	24 ساعة	24 ساعة	24 ساعة	24 ساعة
تاريخ التحليل العينة الأولى - العينة الثانية بعد مضي 6 أشهر	1 أكتوبر 2014	1 أكتوبر 2014	1 أكتوبر 2014	1 أكتوبر 2014	1 أكتوبر 2014	1 أكتوبر 2014	1 أكتوبر 2014	1 أكتوبر 2014	1 أكتوبر 2014
	30 أبريل 2015	30 أبريل 2015	30 أبريل 2015	30 أبريل 2015	30 أبريل 2015	30 أبريل 2015	30 أبريل 2015	30 أبريل 2015	30 أبريل 2015

وقد تم تحليل التطبيقات التفاعلية في هذه المواقع عن طريق عينتين اختيرت أول عينة بشكل عشوائي غير مقصود وهي الموافقة للفتح من أكتوبر 2014، حيث صادفت تاريخ انتهاء فترة التحكيم العلمي لاستمارة التحليل من قبل المحكمين المشار إليهم في عنصر (أدوات جمع وتحليل البيانات)، واتفاق الباحثة مع الأستاذ الدكتور المشرف على التعديلات الضرورية فيها، مع العلم أن ذلك استغرق حوالي ثلاثة أشهر من جويلية 2014 إلى نهاية سبتمبر 2015، بالنظر إلى انشغالات المحكمين وعدم الإجابة الفورية لبعضهم، بسبب تزامن التحكيم العلمي مع فترة راحتهم السنوية (العطلة الصيفية) وكذا شهر رمضان المعظم وعيد الفطر المبارك. ثم تم

احتساب فترة 7 أشهر كاملة لإعادة التحليل (30 أبريل 2015) بغية التوصل إلى التطورات الحاصلة في التطبيقات التفاعلية بذات المواقع، ومعرفة مدى تطور وتحديث الصحف واهتمامها بذلك.

2-5- أدوات جمع وتحليل البيانات

تتميز هذه الدراسة بأنها تستخدم مدخلا تكامليا يجمع بين دراسة نوعين لا ينفصلان من دراسات التفاعلية وهما: التفاعلية الوظيفية وهي مدى توظيف المواقع لآليات التفاعلية من خلال الدراسة التحليلية. والتفاعلية المدركة وهي مدى إدراك الجمهور والقائم بالاتصال وإحساسهم بفاعلية آليات التفاعلية التي توفرها تلك المواقع من خلال الدراسة الميدانية، مما يعد مؤشرا مهما للصحافة الإلكترونية يكشف عن الإمكانيات التفاعلية التي يدرکها الجمهور بشكل أكبر من غيرها، وأي منها يحتاج إلى تعديل لكي يكون فاعلا بشكل أكثر مما هو عليه من جهة، وكيفية تسيير التطبيقات التفاعلية وفهم أهدافها لدى القائم بالاتصال من جهة ثانية، بما يعطي الصحف البيانات اللازمة لتطوير مواقعها بالاستفادة من نتائج البحوث العلمية. ولتحقيق هذه الأهداف استخدمت الباحثة عددا من الأدوات البحثية كالآتي:

2-5-1- الملاحظة

تعد أولى هذه الأدوات مهمة، ويفضلها تمكنت الباحثة من اختيار مشكلة دراستها وبناء إطارها العام وإجراء دراستها الميدانية والتحليلية، ألا وهي الملاحظة، التي لا يمكن إلغاء دورها في اكتشاف الإشكاليات وبلورتها في ذهن الباحث. والملاحظة في العلم لا تتم دون تحضير بل تكون مسبقة بسؤال أو بعدة أسئلة تدفع بالباحث إلى التركيز على بعض الوقائع واقصاء أخرى، وهذا ما يميزها عن الملاحظة البسيطة أو العامية. من خلال احتكاك الباحثة الدائم بالمواقع الإخبارية حيث تمت ملاحظة ظاهرة تفاوت المواقع في تقديم الخدمات وبذلك تفاوت مستوى التفاعلية في الصحافة الإلكترونية الجزائرية، التي غزت المجتمع عبر شبكة الإنترنت، وأصبحت لها أهمية لدى فئات بعينها فيها، ولعل أهمها النخب لما تتمتع به من إمكانيات استخدامها وملاحظتها. وقد مارست الباحثة خلال مراحل إنجاز أطروحتها:

- الملاحظة العلمية

مارستها الباحثة عندما قصدت مدراء المواقع في أماكن عملهم، وحصولها على معلومات الدراسة الميدانية الخاصة بالقائمين على مواقع الصحف من مصدرها، ومجموع الاستنتاجات المباشرة التي عايشتها الباحثة في مقار هذه المواقع، إضافة إلى الدخول في نقاشات حول الاستبيان الإلكتروني مع باحثين وأكاديميين ممن أرسل لهم رابطهم عبر بريدهم الإلكتروني أو رصيدهم للفيسبوك، تمخضت عنها العديد من الاستنتاجات والملاحظات للسلوكيات الإلكترونية لدى النخبة الأكاديمية الجزائرية.

- الملاحظة بالتصفح لمواقع الصحف الإلكترونية الجزائرية

استعانت بها الباحثة في جزء مهم جدا من دراستها التحليلية عبر الولوج إلى المواقع، وتحليل تطبيقاتها التفاعلية

ورصدها جميعها، والمقارنة بينها، إضافة إلى المسح الشامل الذي قامت به قبل اختيار عينتها لجميع الصحف الإلكترونية الجزائرية المتاحة على شبكة الإنترنت، والتي راوحت 140 موقعا.

2-5-2- صحيفة الاستبيان الإلكتروني

اعتمدت الباحثة على صحيفة الاستبيان التي تعرف عادة "بأنها شكل مطبوع يحتوي على مجموعة من الأسئلة الموجهة إلى عينة من الأفراد حول موضوع أو موضوعات الدراسة. ويمكن استخدامها بعد تصميمها الذي يتفق مع أهداف الدراسة وبالشكل الذي يتفق مع أسلوب جمع البيانات" (محمد منير حجاب 2، مرجع سبق ذكره، 362). وهي وسيلة فعالة للدخول في اتصال مع المبحوثين بواسطة طرح أسئلة عليهم واحدا واحدا بنفس الطريقة. وبالتالي فهذه التقنية تسهل على الباحث استخلاص النتائج مع اختصار الوقت والجهد والتكلفة. وسلكت الباحثة بها الطريق الإلكتروني في التوزيع بالاستعانة بتقني في المعلوماتية بغية إتاحتها إلكترونيا تلافيا لإضافة محور خاص بعادات وأنماط استخدامات النخبة لشبكة الإنترنت بشكل عام، إذ أن المجيبين على الاستبيان الإلكتروني سيكونون حتما من رواد الإنترنت والصحافة الإلكترونية معا، وهم من ذوي الخبرة فيهما بسبب إرسال رابط الاستبيان لعدد كبير من المبحوثين عبر البريد الإلكتروني، أو الرصيد عبر الفيسبوك، كما تم نشره في منتدى الأستاذ الجامعي بمعونة من مشرفه العام، وعبر صفحة تنسيقية الأساتذة الجامعيين الجزائريين بمساعدة من مؤسسها أيضا. ومر الاستبيان بخطوات هي :

1- صياغة صحيفة الاستبيان

صيغت صحيفة الاستبيان المتكونة من 29 سؤالاً خلال شهري ماي وجوان 2014، وحرصت الباحثة فيها على المزج بين الأسئلة المعرفية والتقييمية وأسئلة الرأي. قسمت إلى ستة محاور تغطي الأبعاد الستة المنتقاة من طرف الباحثة لتغطية مفهوم التفاعلية كما سبق وأوضحناه في عنصر "تحديد المفاهيم"، إضافة إلى إلمامها بمفهوم استخدامات والإشباع المحوريين أيضا في الدراسة الحالية. وهذه المحاور هي: عادات وأنماط تعرض النخبة الأكاديمية للصحافة الإلكترونية الجزائرية، تفضيلات النخبة الأكاديمية في الصحافة الإلكترونية الجزائرية، دوافع استخدام النخبة الأكاديمية للصحافة الإلكترونية الجزائرية، الإشباع المحقق من استخدام النخبة الأكاديمية للصحافة الإلكترونية الجزائرية، حجم مشاركة النخبة الأكاديمية في الاتصال التفاعلي عبر الصحافة الإلكترونية الجزائرية، وتقييم النخبة للإمكانيات التفاعلية المتاحة عبر الصحافة الإلكترونية الجزائرية.

2- تحكيم صحيفة الاستبيان واختبار الصدق والثبات

المقصود هنا بصدق الأداة هو أن تؤدي وتقيس أسئلة الاستبيان ما وضعت لقياسه فعلا، والمقصود هو وضوح الاستبيان وفقراته ومفرداته، وكونه ومفهوما لدى مفردات العينة التي سوف تشملهم الدراسة الميدانية، وكذلك أن يكون صالحا للتحليل الإحصائي، وقد أعدت الباحثة الاستبيان (موضحا في الملحق رقم 01) بعد قراءات متعمقة في موضوع التفاعلية وتلخيص للجزء الأكبر من الإطار النظري للأطروحة، ثم قررت إجراء الصدق

الظاهري عليه بعد إذن من الأستاذ المشرف، فعرض على مجموعة من الخبراء المتمرسين في علوم الإعلام والاتصال، والمهتمين بالإعلام الإلكتروني وتفاعليته بشكل خاص، وهم:

- الأستاذ الدكتور شريف درويش اللبان من جامعة القاهرة بجمهورية مصر العربية (sherifallabban@yahoo.com).

- الأستاذ الدكتور وائل إسماعيل حسن عبد الباري من جامعة الشارقة بالإمارات العربية المتحدة (wail@aucegypt.edu).

- الأستاذ الدكتور السعيد بومعيزة من جامعة البليدة 2 بالجزائر (boumaiza_said@yahoo.fr).

- الأستاذ الدكتور جمال العيفة من جامعة عنابة بالجزائر (laifadjamel71@yahoo.fr).

- الأستاذ الدكتور العربي بوعمامة من جامعة مستغانم بالجزائر (larbisc@gmail.com).

حيث تم الاتصال بهم وبعديد الباحثين غيرهم عبر البريد الإلكتروني الشخصي لهم لتباعد مسافات تواجدهم، وللأسف فإن هناك الكثير ممن لم يتجاوبوا على الرغم من معرفة شخصية للباحثة بهم، لكن لحسن الحظ استطاع الاستبيان أن يثير اهتمام خمسة من أهم الباحثين في مجال أطروحتها، وبالفعل تلقينا ردودا إيجابية منهم مع بعض الملاحظات من ناحية نوع الأسئلة وصياغتها وتسلسلها، وقد أجمع معظمهم على الجهد المبذول من الباحثة في صياغة أسئلة تعد كلها مقبولة إلى حد بعيد وتغطي المتغيرين الأساسيين: التفاعلية والاستخدامات والإشباع. ووضعت هذه الملاحظات البسيطة بعين الاعتبار وأخذت بها الباحثة بعد تشاورها مع الأستاذ الدكتور المشرف على الأطروحة، حيث عدلت جزئيا بعضا من الأسئلة. ثم اختبرت الباحثة ثبات أداة الاستبيان: ويقصد بالثبات (الاتساق الداخلي) بحيث تكون كل فقرة منه متسقة مع المجال الذي تنتمي إليه، وتم ذلك باستخدام معامل (ألفا كرونباخ) كما هو موضح في الجدول رقم (03).

جدول رقم (03): يوضح اختبار ثبات استبيان الدراسة من خلال معامل ألفا كرونباخ

رقم السؤال	قيمة ألفا كرونباخ	عدد العبارات
15	0,673	13
25	0,758	14
26	0,727	6
27	0,607	4
28(1)	0,724	7
28(2)	0,681	3
28(3)	0,882	8
29(1)	0,84	10

ويتضح من الجدول أعلاه أن قيمة معامل ألفا كرونباخ تجاوزت 60 بالمائة لأن القيمة محددة بين (0 و 1)، والقاعدة تقول أنه كلما زادت قيمته كلما زادت درجة الصدق والثبات بين أسئلة الاستبيان.

3- توزيع صحيفة الاستبيان واسترجاعها

وزع الاستبيان بالاستعانة بتقني في المعلوماتية بغية إتاحتها إلكترونياً لتلافياً لإضافة محور خاص بعادات وأنماط استخدامات النخبة لشبكة الإنترنت بشكل عام، إذ أن المجيبين على الاستبيان الإلكتروني سيكونون حتماً من رواد الإنترنت والصحافة الإلكترونية معاً، وهم من ذوي الخبرة فيهما بسبب إرسال رابط الاستبيان لعدد كبير من المبحوثين عبر البريد الإلكتروني، أو الرصيد عبر الفايبروك، كما تم نشره في منتدى الأستاذ الجامعي بمعونة من مشرفه العام، وعبر صفحة تنسيقية الأساتذة الجامعيين الجزائريين بمساعدة من مؤسسها أيضاً. وقد أتيح الاستبيان عبر الرابط الآتي:

(<https://docs.google.com/forms/d/1QIu1jDRRt5bqG7DxyyO3w11YypaG2P3XF2imiX2T5iw/viewform>.)

واسترجعت الباحثة الاستبيان مطلع جوان 2015 في شكل قاعدة بيانات مبنية مصنفة حسب الأسئلة وأجوبتها بشكل يسمح مباشرة بمعالجتها عبر برنامج SPSS للتحليل الإحصائي.

4- تفرغ وتحليل البيانات من خلال حزمة برنامج SPSS.21 للتحليل الإحصائي

استعانت الباحثة بحزمة برنامج SPSS.21 للتحليل الإحصائي في تفرغ قاعدة البيانات المتحصل عليها من غوغل للملفات (Google Doc) أي إجابات المبحوثين مفرغة في جدول ضخم وحيد وقمما اختاروه في كل سؤال،

حيث قامت الباحثة بإعادة تفرغها في جدول إكسال (Excel) ومن ثم نقله إلى البرنامج، وبعد عمليات ترميز المدخلات تمت وفقه كل العمليات الحسابية من تقديم للتكرارات والنسب المئوية، إضافة إلى حساب جملة من اختبارات التي تستخدم لنفي أو تأكيد وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين متغيرات الدراسة من اختبار كا² واختبار تي (T-Test) واختبار أنوفا.

2-5-3- تحليل المضمون (بناء استمارة تحليلية لقياس التفاعلية في المواقع عينة الدراسة)

من أجل قياس التفاعلية في الصحف الإلكترونية الجزائرية، تم تصميم استمارة تحليل مضمون تتضمن عدة أبعاد ومؤشراتها بمعدل (55 إلى 57 مؤشرا) يقيس الأبعاد الستة التي اعتمدها الباحثة منذ البدء في دراستها التحليلية، حيث يوجد مقياس لكل بعد، بحيث يتضمن كل مقياس منها عددا من المؤشرات التي تحقق كل بعد من أبعاد التفاعلية، وتقوم الباحثة بإعطاء درجة واحدة لكل مؤشر موجود في الموقع شرط وجوده الفعلي أي فاعليته وأداء رابطته لعمله بشكل حقيقي غير شكلي فقط؛ أي أنه في حالة ولوج الباحثة لرابط المؤشر واكتشافها بأنه غير فاعل ولا يؤدي دوره فإنها تضع درجة 0 لا درجة 1 له، وكأنه غير موجود أصلا في الموقع. ثم نجد مقياسين تجميعيين للأبعاد الستة تحاول من خلالهما الباحثة استنتاج ومقارنة توفير الخدمات التفاعلية بين العينتين (1 أكتوبر 2014 و 30 أبريل 2015)، وبين الصحف الإلكترونية عينة الدراسة (الشروق أون لاين، النهار أون لاين، الخبر، الشعب، الوطن (Elwatan)، لبرتي (Liberté)، لوسوار دالجيري (Le soir d'Algérie)، والمجاهد (Elmoudjahid)). وفي النهاية ختمت الباحثة الاستمارة بمقياس جامع كلي يكشف عن مدى توفر التطبيقات التفاعلية في الصحف الإلكترونية الجزائرية عينة الدراسة.

وقد عرضت الاستمارة التحليلية على تحكيم ذات الأساتذة المذكورين أعلاه في عنصر "صحيفة الاستبيان"، والذين وجهوا ملاحظات في غالبيتها كانت شكلية، تم أخذها بعين الاعتبار والقيام بتعديلات جزئية في بعض المؤشرات.

وقسمت الاستمارة إلى ستة أبعاد تحتوي على مجموعات من المؤشرات كالاتي:

- كفاءة الصفحة الأولى للصحيفة الإلكترونية: يمكن قياسها عبر:
 - الخصائص الشكلية للصفحة: (نوع الخطوط، الألوان المستخدمة، المحاذاة، وأسلوب عرض الموضوعات).
 - الخصائص التقنية للصفحة: (متوسط زمن تحميل الصفحة الأولى، حجم ملفات الصور، وحجم ملف الصفحة الأولى).
 - التطبيقات الخدماتية للصفحة: حددتها الباحثة في: استخدام نظام البوابة، استخدام نظام الشاشة، الوصلات السريعة، خدمة الربط بمواقع أخرى (روابط خارجية)، خدمة عدد التعليقات، خدمة عدد القراءات، تنوع خيارات المواضيع والروابط، خدمة الأخبار العاجلة بتوقيت وصولها (التحديث المستمر)، محرركات البحث داخل الموقع، تعدد اللغات، الربط بشبكات التواصل الاجتماعي، روابط ضمن الأخبار،

الإعلانات، أخبار الطقس، أخبار العملات، البث المباشر، خدمة النص العادي، وخدمات أخرى تتيحها الصحف عينة الدراسة تدخل ضمن هذا الصنف.

- تطبيقات الوسائط المتعددة والأرشيف الإلكتروني: يمكن ضبطها في: المحتوى الصوتي، الفيديو، الكاريكاتور، الأرشيف بصيغة PDF، الأرشيف بصيغة HTML.
- تطبيقات تمكين المستخدم من التفاعل مع المحتوى: تتمثل في: استطلاعات الرأي، خدمة التعليق على الحدث، خدمة تحديث المحتوى، خدمة الاشتراكات RSS، خدمة الخبر العاجل عبر القوائم البريدية، خدمة الخبر العاجل عبر الهاتف المحمول، خدمة إضافة حدث من طرف المستخدمين، خدمة إرسال المحتوى إلى صديق، خدمة مشاركة المحتوى عبر شبكات التواصل الاجتماعي، خدمة نسخ المحتوى، وخدمات أخرى تتيحها الصحف عينة الدراسة تدخل ضمن هذا الصنف.
- تطبيقات تمكين تفاعل المستخدم مع المحررين: يمكن دراستها من خلال: خدمة البريد الإلكتروني لمحرر القالب الصحفي، خدمة الهاتف والفاكس، خدمة البريد التقليدي، وخدمات أخرى تتيحها الصحف عينة الدراسة تدخل ضمن هذا الصنف.
- تطبيقات تمكين الاتصال الشخصي بين المستخدمين: تكمن في: المنتديات، خدمة الحوار المباشر بين الشخصيات العامة وأفراد الجمهور، وخدمات أخرى تتيحها الصحف عينة الدراسة تدخل ضمن هذا الصنف.
- تطبيقات الضبط والمراقبة: تتمثل في: خدمة التعريف بالصحيفة الإلكترونية، خدمة إحصائيات الزوار، خدمة المراسلة المباشرة مع إدارة التحرير لتلقي المقترحات والانشغالات، خدمة الإشعار بحدوث خطأ وخدمات أخرى تتيحها الصحف عينة الدراسة تدخل ضمن هذا الصنف. ويمكن الرجوع إليها في الملحق رقم (03) لمزيد من المعلومات حولها.

2-5-4 - استمارة مقابلة نصف موجهة

أداة المقابلة في البحث العلمي عبارة عن حوار، أو محادثة أو مناقشة موجهة، تكون بين الباحث عادة من جهة، وشخص أو أشخاص آخرين من جهة ثانية، وذلك بغرض التوصل إلى معلومات تعكس حقائق أو مواقف محددة، يحتاج الباحث للوصول إليها في ضوء أهداف بحثه... وتكون المقابلة عادة وجها لوجه، بين الباحث والشخص أو الأشخاص المعنيين بالبحث (عامر إبراهيم قنديلجي، مرجع سبق ذكره، 239). تتنوع المقابلات بين: مقابلة بأسئلة مفتوحة (حرة)، مقابلة بأسئلة مغلقة (موجهة)، ومقابلة بنوعي الأسئلة (نصف موجهة). هذه الأخيرة التي اختارت الباحثة العمل بها مع مدراء مواقع الصحف الإلكترونية الجزائرية عينة الدراسة، حيث قسمت عملها بين نوعين من الأسئلة: المغلقة والمفتوحة للوصول إلى أهداف دراستها.

صيغت استمارة المقابلة في شكل محاور كالاتي:

- محور البيانات العامة المتعلقة بالموقع والقائمين عليه

- محور السهر على كفاءة الصفحة الأولى
 - محور التفاعل بين مستخدم ومحرري الموقع
 - محور تفاعل مستخدم الموقع مع مضمونه
 - محور الاتصال الشخصي بين المستخدمين في حالة إتاحة الموقع لمنديات حوار إلكتروني وإلا يستبدل بمحور تفاعل المستخدم مع القائم على الموقع.
- وقد عرضت استمارة المقابلة على ذات الأساتذة المذكورين أعلاه في عنصر "صحيفة الاستبيان" من أجل التحكيم العلمي، والذين وجهوا ملاحظات في غالبيتها كانت شكلية، تم أخذها بعين الاعتبار والقيام بالتعديلات الضرورية بعد التشاور مع الأستاذ الدكتور المشرف.

الفصل الثاني

التراث النظري للدراسة

الفصل الثاني: التراث النظري للدراسة

- 1- المداخل النظرية للدراسة.....
- 1-1- نظرية الاستخدامات والإشباع.....
- 1-2- نموذج التفاعلية في وسائل الإعلام الإلكتروني.....
- 2- الدراسات السابقة.....
- 2-1- الدراسات المحلية.....
- 2-2- الدراسات العربية.....
- 2-3- الدراسات الغربية.....
- 2-4- مناقشة الدراسات.....

1-المدخل النظرية للدراسة

1-1- نظرية الاستخدامات والإشباع

1-1-1- تطور مدخل الاستخدامات والإشباع

نتجت البداية الحقيقية لمدخل الاستخدامات والإشباع عن البحوث والدراسات التي أجريت في بدايات القرن العشرين على أسباب التعرض واستخدام وسائل الإعلام من مختلف فئات الجمهور، محاولة الربط ما بين الأسباب والاستخدام، حيث صيغت هذه الأسباب في عدة أطر، كان أهمها الدوافع النفسية التي تؤدي بالأفراد لتلبية حاجات معينة في وقت معين، وأصبحت رغبة الأفراد في إشباع حاجات معينة من التعرض لهذه الوسائل في الإطار العام، بين تعرض الأفراد للوسائل ومحتواها، ومدى ما يحققه هذا التعرض من إشباع للحاجات المتعددة وتلبيتها، حيث أطلق عليه الاستخدامات والإشباع" (منال هلال المزاهرة، 2012، 172). فخلال أربعينيات القرن العشرين أدى الانتباه إلى الفروق الفردية والتباين الاجتماعي وإدراك السلوك المرتبط بوسائل الإعلام إلى بداية منظور جديد للعلاقة بين الجمهور ووسائل الإعلام. "وكان ذلك تحولا من الاعتقاد بسلبية الجمهور إلى كونه عنصرا فاعلا في انتقاء الرسائل والمضامين المفضلة من وسائل الإعلام" (المرجع السابق، 172). ولأن هذا المدخل يقوم أساسا على تصور الوظيفة التي تؤديها وسائل الإعلام ومحتواها من جانب، ودوافع تعرض الجمهور لها من جانب آخر فإن البحوث التي أقيمت في المجال كانت تختبر العلاقة بين الوظائف التي تتم صياغتها في إطار الدوافع والحاجيات وبين تعرض الفرد وكثافة هذا التعرض" (محمد عبد الحميد 1، 2004، 271، 272). وتختلف مسميات هذا المدخل " فهناك من يطلقون عليه نموذج (Model)، وهناك بعض الباحثين يربطون به إلى مرتبة النظرية (Theory)، وهناك من يطلقون عليه مدخل (Approch)، في حين يفضل البعض وهم الأقلية تسميته باسم نظرية المنفعة (Utility)" (ميرفت الطربيشي، عبد العزيز السيد، 2006، 231). ورغم الاختلاف حوله إلا أنه يركز بالإجماع على: "تعرض الجمهور لمواد إعلامية لإشباع رغبات كامنة معينة استجابة لدوافع الحاجات الفردية، ويهتم بدراسة الاتصال الجماهيري دراسة وظيفية منظمة" (محمد منير حجاب 3، 2010، 297). ويتم ذلك من خلال تصور الوظائف التي تقوم بها وسائل الإعلام ومحتواها ودوافع الفرد من وراء التعرض لها.

1-1-2- فرضيات الاستخدامات والإشباع

قامت نظرية الاستخدامات والإشباع على افتراض أساسي هو الجمهور النشط، على عكس نظريات التأثير السابقة التي قالت بقوة تأثير وسائل الإعلام في الجمهور كنظرية الرصاصة. فأضفت بذلك عليه صفة الإيجابية. حيث عنت "في الأساس بجمهور الوسيلة الإعلامية التي تشبع رغباته وتلبي حاجته الكامنة في داخله... فأعضاء الجمهور هنا بدرجة ما باحثون نشطون عن المضمون الذي يبدو أكثر إشباعا لهم، وكلما كان مضمون معين قادرا على تلبية احتياجات الأفراد كلما زادت نسبة اختيارهم له" (كامل مراد خورشيد، 2011، 145). وقد قدم إليهو كاتز (Elihu Katz) وزملاؤه خمسة فروض رئيسية لهذا المنظور، وهي كالآتي:

1- يتسم جمهور وسائل الإعلام والاتصال بالإيجابية والفاعلية والنشاط .

2- "استخدام الرسائل يعبر عن الحاجات التي يرغب الجمهور في تحقيقها، ويستخدم الوسيلة التي تحقق حاجاته" (هيثم الهيتي، 2008، 144).

3- تتحكم في سلوك الفرد الاتصالي مجموعة عوامل، منها: الفروق الفردية والتفاعل الاجتماعي، وهو بذلك ليس عشوائيا بل هادف يختار من خلاله الفرد ما يشبع حاجاته .

4- تتنافس وسائل الإعلام والاتصال مع مصادر أخرى مثل الاتصال الشخصي، المؤسسات، في إشباع هذه الحاجات.

5- يستخدم الجمهور ذات المحتوى بطرق مختلفة، كما قد يكون له نتائج مختلفة، ويمكن الاستدلال على المعايير الثقافية السائدة في المجتمع من خلال استخدام الجمهور لوسائل الاتصال لا عبر الرسائل الإعلامية فقط .

إن أهم ما أشار إليه منظرو هذا المدخل هو أن "استخدام وسائل الاتصال يعبر عن الحاجات التي يدركها أعضاء الجمهور، ويتحكم في ذلك عوامل "الفروق الفردية" و"التفاعل الاجتماعي"، وتتنوع الحاجات باختلاف الأفراد" (عاطف عدلي العبد، نهى عاطف العبد، 2008، 301). والملاحظ أن مجمل فروضه أقيمت على مجموعة متنوعة من المتغيرات كالسن، الجنس، مستوى التعليم... إلخ. وقد سعى بذلك لتحقيق عدد من الأهداف منها:

1- "تفسير كيفية استخدام الجمهور لوسائل الاتصال المختلفة لإشباع احتياجاتهم.

2- فهم دوافع التعرض لوسائل الإعلام وأنماط التعرض المختلفة.

3- النتائج المترتبة على مجموعة الوظائف التي تقدمها وسائل الاتصال" (المرجع السابق، 300).

1-1-3- عناصر مدخل الاستخدامات والإشباع

بعد عرضنا لفروض مدخل الدراسة النظري، يتضح أن هناك تقاربا شديدا في رؤى الباحثين وأوائل المنظرين حول أبعاد هذه النظرية بالذات، وسيؤكد ذلك أكثر فأكثر عبر عرض الباحثة لعناصر هذا المدخل التي تشهد اتفاقا واسعا لديهم. وهي كالاتي:

- افتراض الجمهور النشط.

- الأصول الاجتماعية والنفسية لاستخدام وسائل الإعلام.

- دوافع الجمهور وحاجاته من وسائل الإعلام.

- التوقعات من وسائل الإعلام.

- التعرض لوسائل الإعلام.

- إشباع وسائل الإعلام.

وتتسم هذه العناصر بالتداخل الشديد، الذي يصعب معه الفصل بينها في الواقع العلمي فصلا مطلقا.

أ- افتراض الجمهور النشط

تفترض بعض نظريات التأثير سلبية المتلقي أمام قوة الرسائل الإعلامية وتأثيرها الفاعل، ويعد مفهوم الجمهور النشط من أهم المفاهيم المرافقة لظهور دراسات الاستخدام والإشباع. ويقوم على اعتبار أعضاء الجمهور مشاركين فاعلين إيجابيين، إذ لهم العديد من الحاجات والدوافع المختلفة والمتنوعة التي يسعون بنشاط وفعالية لإشباعها من خلال الاختيار من بين الوسائل المختلفة، والانتقاء من بين الرسائل المتعددة بطرق وأساليب واعية وهادفة ومقصودة. وحدد العلماء مجموعة خصائص له من أبرزها:

- ✓ الانتقائية: هي الاختيار المقصود لواحد أو أكثر من البدائل المتاحة.
- ✓ العمدية: هي "تعتمد أفراد الجمهور اختيار وسيلة معينة لإشباع حاجات ما، ومصدرها هو خصائص فردية واجتماعية وثقافية" (المرجع السابق، 303).
- ✓ المنفعة: يقصد بها مدى انتفاع الجمهور بمضامين ووسائل معينة، فالتعرض مرهون بمدى إشباع المضامين للحاجات.
- ✓ الاستغراق أو الانشغال: "هي الدرجة التي يدرك بها فرد من الجمهور العلاقة بين محتوى وسائل الإعلام ودرجة تفاعل الفرد مع المحتوى أو الوسيلة" (هيثم الهيتي، مرجع سبق ذكره، 147).
- ✓ مناعة التأثير أو الإيجابية: وتحدث عند مناقشة المضامين ومحدودية التأثير بها مما يثري معلومات الجمهور.

وتشير الدراسات الحديثة لجمهور الإنترنت إلى نشاط مكثف يقوم به يكشف عن مزيد من الإيجابية، ومزيد من القوة التي يكتسبها من خلال الإمكانيات التي يوفرها له استخدامه لتكنولوجيا الاتصال الحديثة، والتي أتاحت له كسر احتكار الدول لوسائل الإعلام، وسيطرتها على مصادر المعلومات، فمن خلال البريد الإلكتروني، شبكات التواصل الاجتماعي، المنتديات... والمدونات تمكن الجمهور من الحصول على معلومات حظرت في دولهم. "ولهذا يقول غنلي (Ganley) إن الأفراد أمكنهم في إطار ما يتمتعون به من إيجابية أن يطوروا استخدام الوسائل التكنولوجية، ويستخدموها لتحقيق أهداف ربما لم ترد على بال صانعيها ولم تصمم من أجلها" (رضا عبد الواحد أمين 2، 2007، 73، 74). ويقسم الباحثون نشاط وإيجابية الجمهور في التعامل مع تكنولوجيا الاتصال الحديثة إلى ثلاثة مستويات هي:

- ✓ "الانتقائية وهي سابقة على التعرض لوسائل الاتصال.
- ✓ الاستغراق والاندماج والتفاعلية مع المضامين أثناء التعرض لوسائل الاتصال.
- ✓ الإيجابية بعد التعرض لوسائل الاتصال، وتشمل إحساس الفرد بزيادة معلوماته بعد التعرض، والاشتراك في مناقشات حول موضوع الرسالة الإعلامية" (المرجع السابق، 74).

ب- الأصول الاجتماعية والنفسية لاستخدام وسائل الإعلام

إن ظهور مفهوم "الإدراك الانتقائي" فاصل في ربط مفاهيم هذه النظرية وعناصرها بالعوامل الاجتماعية والنفسية، إذ تؤدي العوامل النفسية والفروق الفردية دورا مهما في اختلاف الأفراد في اختيار الرسائل

الإعلامية (هو ما أدى إلى مفهوم الإدراك الانتقائي)، كما أثبتت "نتائج الدراسة التي قام بها (جون جونسون JHON JOHNSTON) عام 1974 م عن المراهقين أن الأفراد لا يتعاملون مع وسائل الإعلام باعتبارهم أفرادا معزولين عن واقعهم الاجتماعي، إنما أعضاء في جماعات اجتماعية منظمة، وشركاء في بيئة ثقافية واجتماعية واحدة" (المرجع السابق، 148). واتفق ذلك مع العديد من باحثي مدخل الاستخدامات والإشباعيات الذين يعارضون مصطلح الحشد للتمييز بين جمهور وسائل الإعلام. إلا أن كلا من فرانك وجرينبرج (Franck & Greenberg) عام 1980 م قدما الأدلة على أن استخدام الأفراد لوسائل الإعلام ينسجم مع أسلوب حياتهم، فمع اختلاف الجماعات وتنوع حاجاتها، واهتماماتها يكون لكل جماعة أنماط مختلفة من التعرض واختيار المضامين الإعلامية. وبذلك فقد أكد الباحثون أن "العديد من الاحتياجات المرتبطة بوسائل الإعلام تنشأ لدى الأفراد نتيجة تفاعلهم مع بيئاتهم الاجتماعية ومع العوامل المجتمعية الأخرى، كما تلعب العوامل النفسية والفروق الفردية دور حوافز ومنبهات لدى الجمهور" (ميرفت الطرابيشي، عبد العزيز السيد، مرجع سبق ذكره، 243).

ت-دوافع الجمهور وحاجاته من وسائل الإعلام

تختلف وجهات النظر عند دراسة دوافع تعرض الجمهور لوسائل الإعلام، إلا أن هناك اتفاقا على نتوجها عن حاجات نفسية واجتماعية. تختصرها دراسات عديدة في:

✓ حاجات معرفية: "وهي حاجات متعلقة بتعزيز المعلومات والمعرفة والفهم المتكامل لبيئة الفرد، هذه الحاجات تكون مبنية على رغبة الفرد لفهم ومحاولة التحكم في البيئة المحيطة به، إضافة إلى كونها مبنية على إشباع الفضول ورغبة الاستكشاف" (قرناني ياسين، 2009، 36).

✓ حاجات عاطفية: العواطف، الاستمتاع، الخبرة الجمالية.

✓ الحاجة للتكامل الشخصي: تدعيم المصداقية، الثقة، الاستقرار.

✓ الحاجة للتكامل الاجتماعي: تقوية الروابط مع الأسرة والأصدقاء.

✓ الحاجة لتخفيف التوتر، الهروب والتسلية (رضا عبد الواحد أمين 2، مرجع سبق ذكره، 76).

ويعرف الدافع على أنه "حالة جسمية أو نفسية داخلية تؤدي إلى توجيه الكائن الحي اتجاه أهداف معينة من شأنها أن تؤدي إلى استجابة معينة لدى الكائن الحي ويمكن ملاحظة الدوافع عن طريق السلوك الناتج عنها" (مي عبد الله، 2006، 281). وتقسم معظم دراسات الاتصال دوافع التعرض لوسائل الاتصال إلى فئتين هما: الدوافع النفعية، والدوافع الطقوسية كالآتي:

✓ الدوافع النفعية: تهدف إلى التعرف على الذات، اكتساب المعرفة والمعلومات والخبرات، مراقبة البيئة، الحصول على النصيحة والرأي والتعلم الذاتي.

✓ الدوافع الطقوسية: تشبع رغبات الفرد في الاسترخاء، الهروب من المشكلات، الصداقة والألفة مع الوسيلة.

وللدوافع وظائف هامة هي:

- تحريك السلوك لإرضاء الحاجات.

- توجيه السلوك في اتجاه معين.

- المحافظة على تنشيط السلوك ما دامت الحاجة موجودة.

وتتمثل دوافع استخدام شبكة الإنترنت في اتجاهين: "الاتصال بالغير من خلال الوسائل المتاحة على شبكة الإنترنت سواء كان المستخدم مرسلا أو مستقبلا، أو التجول بين المواقع لتلبية الحاجات المستهدفة، والتي تنصدرها الحاجات المعرفية سواء كانت من خلال المواقع الإعلامية أو المواقع التعليمية أو المواقع العلمية أو المكتبات الرقمية، بالإضافة إلى الحاجة إلى التسلية والترفيه أو الحاجة إلى الإعلان والتسويق... إلى آخره" (يوسف محمد، 2012، 339، 340).

ث- التوقعات من وسائل الإعلام

تنتج التوقعات عن دوافع الجمهور للتعرض لوسائل الاتصال، وهو مفهوم جوهري يتلاءم مع مفهوم الجمهور النشط إذ يشير إلى احتمالات الرضا للجمهور عن مضمون، أو هي مطالب الجمهور من المضامين والوسائل الإعلامية حيث يتوخى إشباعات يود تحقيقها. ونجد أحد أهم الاتجاهات المفسرة للتوقعات نظرية القيمة المتوقعة التي "تساعد على فهم دوافع الجمهور والمؤثرات الأخرى التي تؤدي إلى التعرض لوسائل الاتصال، وذلك من خلال ربط العلاقة بين دوافع الجمهور أو حاجاته وسلوك التعرض ضمن متغيرات أخرى قد تحقق القيمة المتوقعة" (رضا عبد الواحد أمين 2، مرجع سبق ذكره، 79). وتعكس التوقعات درجة وعي لدى الجمهور بالبدائل المحتملة لتحقيق إشباع كامل أو غير كامل من مضمون متعرض له. وهو في الغالب مفهوم مرتبط بشقين:

✓ "التوقع: وهو اعتقاد الفرد أو إدراكه أن موضوعا عاما أو سلوكا ما له خاصية معينة سوف يؤدي إلى نتائج معينة.

✓ التقييم: هو التقدير السلبي أو الإيجابي لخواص معينة أو نتائج معينة للمضمون" (عاطف عدلي العبد، نهى عاطف العبد، مرجع سبق ذكره، 311).

ج- التعرض لوسائل الإعلام

توجد علاقة ارتباط قوية بين بحث الجمهور عن إشباع معين لحاجاته المختلفة وتعرضه لوسائل الإعلام. كما تعبر زيادة تعرض الجمهور لوسائل الإعلام عن نشاط هذا الجمهور وقدرته على اختيار المضامين التي تلبى احتياجاته. وتتغير استخدامات الجمهور لوسائل الإعلام وتتطور باستمرار مع تطور تكنولوجيا الاتصال وظهور وسائل جديدة.

ح- إشباعات وسائل الإعلام

انقسمت إشباعات وسائل الإعلام التقليدية إلى:

* إشباعات المحتوى

هي الناتجة عن التعرض لمضامين وسائل الإعلام، وهي إشباع توجيهي للحصول على المعلومات وتأكيد الذات واكتشاف الدافع، واجتماعي قائم على الربط بين المعلومات التي يحصل عليها الفرد وبين شبكة علاقاته الاجتماعية.

* إشباعات عملية

تتعلق بطبيعة عملية الاتصال ذاتها، واختيار نوعية الوسيط الذي يتم التعرض إليه. وهي شبه توجيهية كالشعور بالمتعة وتجديد وتخفيف التوتر. وشبه اجتماعية كالنقص الوجداني والتخلص من الملل والشعور بالتواجد مع الآخرين.

في حين حدد الخبراء والباحثون إشباعات استخدام الإنترنت فيما يأتي:

✓ "استكشاف كل ما هو جديد في العام الخارجي حيث كشفت إحدى الدراسات الميدانية التي أجريت

عام 1995 أن 90% من مستخدمي الإنترنت يكتفون بعمليات تصفح واستعراض واكتشاف المواقع

المختلفة والجديدة، وأشارت دراسة أخرى إلى أن الإثارة التي يشعر بها مستخدمو الإنترنت عند

اكتشافهم لأبعاد وملامح ذلك العالم الجديد تشبع حاجتهم للهو والترفيه، كما أنهم في تعرضهم

للواقع المختلفة قد يصادفون ما يشبع احتياجات معرفية لديهم" (رضا عبد الواحد أمين 2، مرجع سبق ذكره،

80). وهو ما تؤكد دراسة في مجال التجول بين المواقع المختلفة، "فقد تصدرت وظيفة المعلومات

كافة الوظائف الأخرى في اختيار المستخدمين، حيث تراوحت نسبتها بين 75-90 % بالنسبة

للوظائف الأخرى تليها وظيفة التسلية والترفيه، ثم الوظيفة التعليمية" (يوسف محمد، مرجع سبق ذكره، 340).

✓ البحث عن المعلومات، حيث كشفت إحدى الدراسات أن 73 % من مستخدمي الإنترنت يبحثون

عن المعلومات في مختلف مجالات الحياة" (رضا عبد الواحد أمين 2، مرجع سبق ذكره، 81).

✓ الاستمتاع والتسلية، "حيث تبين أن 57 % من مستخدمي شبكة الويب يقومون بذلك للترفيه والتسلية

" (المرجع السابق، 81).

✓ الاتصال بالآخرين، حيث تستخدم شريحة كبيرة من مستخدمي الإنترنت هذه الوسيلة للدخول في

مختلف أشكال الاتصال (من واحد إلى واحد، من واحد إلى مجموعة، من مجموعة إلى مجموعة).

ففي الصحافة الإلكترونية مثلا يوجد البريد الإلكتروني، القوائم البريدية، استطلاعات الرأي،

المنتديات، غرف الدردشة... الخ من أشكال التفاعل والاتصال.

✓ تحقيق الوجود الافتراضي، "ويعني شعور المستخدم بالتواجد في بيئة افتراضية يتيحها له الكمبيوتر،

وتختلف عن البيئة المادية التي يوجد فيها" (رضا عبد الواحد أمين 2، مرجع سبق ذكره، 82). وهناك عدة جوانب

لمفهوم الحضور أو الوجود الافتراضي، منها ما يتعلق بخبرة نقل الواقع إلى المستخدم في مكانه أي تقديم تصورات له تبدو وكأنها حقيقة على أرض الواقع، ومنها ما يتعلق بخبرة الانتقال أو تبادل الأماكن.

1-1-4- الانتقادات الموجهة للاستخدامات والإشباعات والرد عليها

على الرغم من الإسهامات المهمة التي جاءت بها نظرية الاستخدامات والإشباعات، وتقنيدها للكثير من إدعاءات نظريات التأثير القوي وعلى رأسها نظرية الرصاصة أو الطلقة السحرية. فقد تعرضت للعديد من الانتقادات، نذكر أهمها كالاتي:

- 1- "يقوم المدخل على أسس وظيفية تهتم بما تحققه وسائل الإعلام من وظائف لذا فكل الانتقادات الخاصة بالمدخل الوظيفي تنطبق عليه" (ميرفت الطرابيشي، عبد العزيز السيد، مرجع سبق ذكره، 257).
- 2- تصوير المدخل للجمهور على أنه نشط وفعال وعنيد، ولا تزال هناك شكوك كثيرة حول افتراضات الجمهور النشط والفعال، إضافة إلى أن هذه الفكرة ذاتها لا تتفق مع نموذج المجتمع الجماهيري.
- 3- لم تستطع هذه النظرية تفسير أسباب الاحتياجات التي يبرر بها الجمهور تعرضه لوسيلة ما، كما أن هناك صعوبة التحقق من الحاجات ومن طبيعة تواجدها حقيقة من عدمه (عنصر نفسي).
- 4- لا يوضح" المدخل ما إذا كانت الحاجات متغيرا تابعا أم وسيطا، أم مستقلا، وهل تلك الحاجات هي التي تؤدي إلى استخدام الوسيلة أم أن الاستخدام يحقق إشباعا لهذه الحاجات؟" (المرجع السابق، 257).
- 5- يقدم المدخل تصورات ذهنية داخلية (أمورا نفسية) لدى الفرد كالدافع، الحاجة والإشباع مما يطرح أسلوب قياسها إشكالا أساسيا وإمكانية ضبطها وصدق قياسها.
- 6- عدم وجود مقاييس تحدد الفرضيات الرابطة بين حاجات ما ووسيلة بعينها.
- 7- يخدم المدخل منتجي المضامين الرديئة والهابطة عندما يدعي أنها ما هي إلا استجابة لرغبات فعلية وحاجات يريدها الجمهور.

وللرد على هذه الانتقادات ظهر اتجاه جديد منتصف الثمانينيات من القرن الماضي اهتم " بالمقارنة بين دوافع استخدام وسائل الإعلام وبين أنواع الإشباعات وبين طبيعة المضامين ونوعية الوسيلة المستخدمة، وزاد الاهتمام بدراسة الظروف الاجتماعية والنفسية المتبادلة بين دوافع استخدامات الجمهور للوسيلة وبين اتجاهات تلك الوسائل ذاتها عن طبيعة المضامين المثارة في وسائل الإعلام" (المرجع السابق، 257). وتبلورت أهميته في دراسته " لتكنولوجيا الاتصال الحديثة كالقنوات الفضائية والإنترنت كما يؤكد "فيشر" (Fischer، 1992)، حيث يفترض أن المستخدمين لديهم أهداف معينة يريدون أن يحققوها من استخدامهم لتكنولوجيا قد تكون معقدة ومرتفعة التكلفة" (عاطف عدلي العبد، نهى عاطف العبد، مرجع سبق ذكره، 317). كما أن طرق القياس المعتمدة على وضع قوائم بالاستخدامات والإشباعات التي يختار منها الجمهور ما يتطابق مع حالته، تعد حلا مناسباً لتلافي مشكلة عدم

قدرة الأفراد على التعبير عن دوافعهم وإشباعاتهم. والخلاصة أن هذا المدخل يعنى بتفسير الاستهلاك الإعلامي انطلاقا من الحاجات اليومية التي يسعى الاستخدام الفردي لوسائل الإعلام لإشباعها.

1-2-1- نموذج التفاعلية في وسائل الإعلام الإلكتروني

1-2-1-1 تطور نموذج التفاعلية

يعتبر افتقاد عنصر التفاعلية في وسائل الإعلام التقليدية من بين أهم محفزات ظهور دراسات حولها في بدايات القرن العشرين،"حيث اهتم كل من بريخت وبنيامين (Brecht & Benjamin) بموضوع قصور الاتصال التقليدي ذو الاتجاه الواحد، والذي تتميز به وسائل الإعلام التقليدية، وقام بريخت بتطوير نظرية الراديو (Radio Theory) في عشرينيات القرن الماضي، والتي أكد فيها ضرورة أن يصبح الراديو وسيلة اتصال تتسم بالتبادلية والديمقراطية" (شريف درويش اللبان 1، 2005، 65)، غير أن أفكاره قوبلت بالاستهجان خاصة من قبل الفاشية في أوروبا حينئذ، فقد اعتبرت ذلك تهديدا لها بسبب دعوته إلى الحرية الإعلامية والديمقراطية. وبدأ الاهتمام الفعلي بدراسة "التفاعلية في مجال الاتصال الجماهيري منذ أكد وينر (Wiener) عام 1948 أهمية رجوع الصدى كعنصر رئيس من عناصر العملية الاتصالية" (المرجع السابق، 65). وأعقب ذلك صدور كتاب ولبور شرام (W. Schramm) عام 1954 وعنوانه عملية الاتصال الجماهيري وتأثيراتها، والذي جاءت فيه أول إشارة لمصطلح التفاعلية، وذلك حينما أكد شرام ضرورة وجود مجال خبرة مشتركة بين المرسل والمستقبل، وعن طريق هذا المجال يتم توصيل نوعين من رجوع الصدى هما: رسالة من المرسل إلى المستقبل، ورسالة من المستقبل إلى ذاته" (رضا عبد الواحد أمين 2، مرجع سبق ذكره، 93).

أ - نموذج الخبرة المشتركة ويلبر شرام (W. Schramm)

نشر ويلبر شرام (W. Schramm) نموذجه لأول مرة عام 1954 وطوره عامي 1971 و 1974 من خلال بحث أجراه بعنوان: كيف يحدث الاتصال؟... ويعتمد ويلبر شرام في هذا النموذج على أفكار الباحثين (شانون وويفر)، وبخاصة فيما يتعلق برجوع الصدى والتشويش، ويضيف من خلال نموذج (النظام الوظيفي لعملية الاتصال) (كامل مراد خورشيد، مرجع سبق ذكره، 127). وأكد شرام على أهمية تبادل الأدوار بين المرسل والمستقبل حيث أن الاتصال عنده يكون دائريا. وقد قدم من خلال نموذج مفاهيم مهمة مثل: الإطار الدلالي والخبرة المشتركة لكل من المصدر والمتلقي وأهميتهما في عملية الاتصال، وعن الخبرة المشتركة أي وحدة الأفكار والرموز المشتركة بين المرسل والمستقبل والتي تحدد فاعلية الاتصال. كما أشار إلى رجوع الصدى، والذي عده عاملا مهما في العملية الاتصالية. وفي إجابته عن سؤال كيف يحدث الاتصال؟ نجده يقول: يكون الاتصال مؤثرا بالمتلقي إذا راعى المصدر الشروط الآتية:

أ. "يجب أن تكون الرسالة جديرة بالانتباه.

ب. ينبغي أن تحمل علاماتها خبرة مشتركة وتجارب مشتركة مع المتلقي.

ت. ينبغي أن تكون ذات صلة باحتياجات المستقبل.

ث. ينبغي على الرسالة أن تحتوي على وسيلة لتحقيق هذه الحاجات "(المرجع السابق، 130).

وخلاصة القول أن ويلبر شرام كان من أوائل من دعوا إلى أن تكون الرسالة الإعلامية ملائمة لمستوى إدراك الفرد والمجتمع، وأن تكون متفقة مع الميول والاتجاهات والقيم والمعتقدات ومع أهداف المستقبلين. كما تراعي مكان وتوقيت توجيهها وشخصية المستقبل والعلاقات الاجتماعية السائدة في بيئة المرسل، بعدما أكدت العديد من النماذج والنظريات من أمثال: شانون وويفر (Shannon & Weaver)، نظرية الطلقة السحرية، نموذج تدفق المعلومات على مرحلتين، وصولاً إلى نموذج ويستلي وماكلين (Westley & Maclean)، أن الوسائل الإعلام التقليدية وسائل اتصالية ذات اتجاه واحد، وتقتصر إلى رجوع الصدى في حين نجد أن التفاعل الحقيقي يتطلب نمودجا اتصاليا ذا اتجاهين أو ذا اتجاهات متعددة.

1-2-2- عوامل عدم قدرة وسائل الإعلام التقليدية على التفاعل مع جماهيرها

اتفق عدد من الباحثين حول عدة عوامل ساعدت على عدم مقدرة وسائل الإعلام التقليدية على التفاعل مع جماهيرها، نذكر منها:

- ✓ إن وسائل الإعلام التقليدية ليس لديها القدرة التكنولوجية الكبيرة التي تسمح بمشاركة الجمهور وتبادل الرسائل والمضامين الإعلامية.
- ✓ إن هذه الوسائل التقليدية للاتصال تقدم رسائلها بشكل تتجاهل فيه سيطرة الجمهور الذي يتم توجيه هذه الرسائل له (شريف درويش اللبان 1، مرجع سبق ذكره، 66).
- ✓ إن هذه الوسائل لا تستطيع أن تشبع الدوافع الاتصالية لكل الجماهير المختلفة نظرا لمحدودية إمكاناتها ومضامينها.
- ✓ إن الجمهور التقليدي لوسائل الإعلام التقليدية لا يمتلك فرصا كبيرة للمشاركة في إنتاج مضمون وسائل الإعلام التقليدية، كما أن النقاش في هذه الوسائل يكون مقصورا على الصفة السياسية والثقافية.
- ✓ إن السيطرة على العملية الاتصالية تتم وفق رغبة المرسل الذي يعتبر المتحكم الأول في طبيعة المضامين الإعلامية الموجهة للجمهور، وفي وقت تعرض الجمهور لهذه المضامين (المرجع السابق، 66).

1-2-3- نموذج التفاعلية عبر الإعلام الإلكتروني

يعد نموذج التفاعلية في وسائل الإعلام بين المرسل والمستقبل من أهم النماذج العلمية التي تشرح وتفسر عملية الاتصال التي تتم بين المستخدم ومنتج الرسالة الإعلامية على شبكة الإنترنت. " فمع ظهور الإنترنت وانتشار تطبيقاتها الاتصالية تعزز الاهتمام بالتفاعلية وظهرت العديد من الدراسات التي عنيت بتحليل مفهوم التفاعلية تحليلا دقيقا للوصول إلى مفهوم إجرائي ونظري يفيد في الدراسات المستقبلية في هذا المجال، ومن أهم تلك المحاولات محاولات ماكملان وداونز (McMillan & Downes 1998) ثم سبيرو

كياوسيس (Kiauisis 1999) إضافة إلى ماكميلان وهوانج (McMillan and Hwang, 2002) اللذين رسدا أكثر من ثلاثين تعريفا، نجحا في تصنيفها إلى أربعة أقسام: تعاريف عنيت بعملية التفاعل، والثانية بخصائصها، والثالثة باستقبالها ورؤية الجمهور لها، وتعاريف عنيت بخليط من هذه التصنيفات" (رضا عبد الواحد أمين 2، مرجع سبق ذكره، 93).

ومن المحاولات المبكرة لتعريف التفاعلية جودج وزملاؤه (Guedj et al. 1980) الذين عرفوا التفاعلية بأنها منهج التحكم في النظام عن طريق تغذيته بنتيجة فعله وأدائه السابق، ومن الواضح أن هذا التعريف لا يزال يعتمد على رجوع الصدى أو التغذية الراجعة التي يمكن اعتبارها البذرة الأولى لمفهوم التفاعلية في العملية الاتصالية وليست التفاعلية ذاتها، وكذلك بافليك (Pavlik, 1998) الذي حددها بالاتصال ثنائي الاتجاه بين المرسل والمستقبل، أو الاتصال متعدد الاتجاهات بين مجموعة من المرسلين والمستقبلين" (شريف درويش اللبان 1، مرجع سبق ذكره، 66). وتتفق الإنترنت مع وسائل الإعلام التقليدية في نشر كم هائل من المعلومات لعدد ضخم من المستخدمين إلا أنها تختلف عنها في إعطاء الفرصة لهم للاستجابة المباشرة والفورية مع مصدر المعلومة إضافة إلى القدرة على مناقشة المضامين مع غيرهم من المستخدمين، فهي إذن أول وسيلة اتصالية تفاعلية عالمية.

ويشير مفهوم التفاعلية إلى الدرجة التي يسيطر فيها المتلقي على عملية الاتصال، ويتبادل الأدوار مع المرسل، وهو ما جعل التفاعلية تركز على قدرة المتلقي على الاستجابة للرسالة، وقدرة الوسيلة على نقل استجابة لاحقة لعملية تلقي الرسالة، وهو ما جعل باحثي الاتصال يربطون بين تفاعلية وسيلة الاتصال والعوامل النفسية والسلوكية لدى المتلقي (رضا عبد الواحد أمين 2، مرجع سبق ذكره، 94). ويرى رافائيلي (Rafaeli, 1988) أن مفهوم التفاعلية يشير إلى مدى تسلسل وارتباط الرسائل التي يتم تبادلها عبر عملية الاتصال، ويشير إلى أنها تعني فورية ومباشرة درجة الاستجابة، وتمثل عملية مترابطة. وأشار في ذات السياق إلى "العوامل التي تتدخل في الموقف الاتصالي لتساعد على تحقيق التفاعلية، وتشمل الإشباع التي يشعر بها المتلقي من التفاعل مع الرسالة والتقبل، وهي بذلك مرتبطة بعدة عناصر تتمثل في جودة الأداء، والدوافع التي تشجع المتلقي للرد على المرسل، الرغبة في التواصل الاجتماعي، ويؤكد على أن التفاعلية تؤدي إلى المزيد من التعاون بين أطراف العملية الاتصالية" (المرجع السابق، 95).

وتؤكد النشاطات الحاصلة عبر الصحافة الإلكترونية هذا التعاون حيث تمكن المتصفح من ممارسة بعض الأنشطة الاتصالية كالاشتراك في تحرير وإنتاج المادة المحررة، أو إبداء رأيه وكتابة تعليق على موضوع منشور، أو إرسال رجوع صدى فوري من خلال البريد الإلكتروني. وقد أكد إكزيجن (Xigen) على "أهمية الاعتماد على نموذج التفاعلية في دراسة الصحف الفورية على شبكة الإنترنت لما تفرضه من ضرورة توافر مناخ اتصالي تفاعلي في استخدامها" (المرجع السابق، 95). إذ يجب أن يتبع المستخدم مسارات معينة في تجواله في الموقع، فيقوم بالنقر على الوصلات والروابط من خلال العناوين، فتعرض أمامه المواضيع ويتاح له التعليق عليها والمشاركة في مناقشات حولها، مما يعني أن التفاعلية هي العنصر الأساسي الذي يعتمد عليه تصميم

واستخدام الصفحات المنشورة على الإنترنت. كما توفر شبكة الإنترنت للصحف الإلكترونية إمكانية حدوث اتصالات مباشرة بين المحررين وأفراد الجمهور مما يعني حيوية وفورية استقبال رجع الصدى من الجمهور. وتتوقف درجة وصف الوسيلة الإعلامية بالتفاعلية على عدد من العوامل منها:

✓ " عدد وشكل ونوع المدخلات التي تستطيع الوسيلة تقبلها من المستخدم والاستجابة لها" (المرجع السابق، 96).

✓ طبيعة المتغيرات التي باستطاعة المستخدم التحكم فيها وتغييرها في الاتصال غير المباشر مثل الترتيب الزمني للأحداث المعروضة.

✓ التنظيم والترتيب المكاني لمفردات الموقع.

✓ درجات الصورة وتدرجات الألوان وعوامل أخرى مثل مدة العرض وسرعته.

✓ مدى التوافق بين طبيعة مدخلات المستخدم ومخرجات (استجابة) الوسيلة.

✓ "سرعة استجابة الوسيلة للمدخلات الخاصة بالمستخدم، فالوسيلة التفاعلية المثالية هي التي تستطيع أن تستجيب في نفس وقت تلقي أوامر المستخدم" (المرجع السابق، 96).

وتبدو المقاربات النظرية للإعلام الإلكتروني حريصة على إبراز السمات التي تميزه عن الإعلام التقليدي وبخاصة التفاعلية التي يذكر نيو هاجن (Newhagen) أنها "أكثر الخواص التي يشار إليها غالباً لتمييز الإنترنت عن وسائل الإعلام الأخرى" (شريف درويش اللبان 1، مرجع سبق ذكره، 80). وتربط بعض الرؤى والمداخل النظرية التي سعت إلى مقارنة الإعلام الجديد مثل مدخل كروسبي (Crosbie, 1998) بين التفاعلية في الإعلام الجديد والاتصال الشخصي والجمعي حيث يرى الأخير أن التفاعلية في الإعلام الجديد اقتربت بالإعلام الجماهيري من الاتصال الشخصي (عباس مصطفى صادق 1، مرجع سبق ذكره، 36، 38). وهذه الرؤية التي تربط بين التفاعلية في الإعلام الإلكتروني والاتصال المواجهي تجد جذورها في نظرية مارشال ماكلوهان (M.McLuhan) حول كون وسائل الاتصال امتداداً لحواس الإنسان فالكتابة امتداد لحاسة البصر والراديو امتداد لحاسة السمع والتلفزيون والسينما امتداد لهما معاً، ففي حين يؤكد ماكلوهان (M.McLuhan) أنه "لابد من الاعتماد على كل حواسنا لنفهم ما يدور حولنا" فإن وسائل الاتصال التقليدي عجزت عن مجاراة الاتصال الشخصي في استثمار كل حواس الإنسان بما يحقق له الانغماس الكامل في العملية الاتصالية، وهو ما اقترب الإعلام الجديد من تحقيقه بحيث يمكن القول إن التفاعلية في الإعلام الجديد تمثل امتداداً للاتصال الشخصي وتوسيعاً له بحيث يشمل على خواص الاتصال الجماهيري من الشبوع والانتشار والقدرة على مخاطبة شخص واحد أو مخاطبة ملايين البشر وباستطاعة أي منهم التفاعل والتواصل مع المرسل ومشاركته في الموقف الاتصالي.

ومنه فإن الباحثة ترى أن الربط التام بين التفاعلية والإعلام الإلكتروني بحيث تظهر بأنها سمة لازمة لكل تطبيقات هذا النمط هو خطأ منهجي يقع فيه كثير من الباحثين؛ في حين أن مراجعة تطبيقات الإعلام الإلكتروني الحالية تكشف عن تباين واسع في استيعاب شروط التفاعلية، حيث توجد تطبيقات تتعدم فيها

التفاعلية تماما مثل الرسائل الإخبارية القصيرة على الهاتف الجوال، في حين توجد تطبيقات ذات حضور عال للتفاعلية مثل غرف الدردشة، والمنديات، ومواقع التواصل الاجتماعي وبين هذين طيف واسع من التطبيقات التي يتفاوت فيها حضور التفاعلية مثل المدونات، والصحافة الإلكترونية، ومواقع المنظمات على الإنترنت.

1-2-4- محددات التفاعلية عبر الإعلام الإلكتروني

على الرغم من وجود اختلاف في مجال الاتصال حول تحديد مفهوم التفاعلية إلا أن أغلب جهود الباحثين اتفقت على مجموعة محددات لهذا المفهوم نستعرضها فيما يأتي:

- إن التفاعلية سمة طبيعية في الاتصال الشخصي وسمة مفترضة لوسائل الإعلام الإلكتروني، فالجمهور على الشبكة ليس مجرد مستقبل للرسائل وإنما مرسل لها في الوقت ذاته، الأمر الذي يحقق مستوى مرتفعا من التفاعل.

- "يجب التمييز بوضوح بين التفاعلية في الاتصال الشخصي والمتمثلة في رجع الصدى، والتفاعلية كمفهوم حديث مرتبط بتكنولوجيا الاتصال الحديثة، والمتمثلة بوضوح في الاتصال عبر الإنترنت" (شريف درويش اللبان 1، مرجع سبق ذكره، 81).

- التفاعلية اتصال تبادلي ذو اتجاهين من المرسل إلى المستقبل، ومن المستقبل إلى المرسل، فهو اتصال يصعب فيه التمييز بين المرسل والمستقبل.

- التفاعلية قد تكون تزامنية أو غير تزامنية؛ فالدردشة مثلا أداة تفاعلية تزامنية يشترط فيها تواجد طرفي الاتصال (المرسل والمستقبل) في آن واحد. أما البريد الإلكتروني فهو أداة تفاعلية غير تزامنية لا يشترط تواجد طرفي الاتصال فيها في آن واحد.

- الاستجابة هي جوهر الاتصال التفاعلي وبدونها لا يتم التفاعل.

- "سيطرة المستقبل شرط من شروط التفاعلية، فالمستقبل يستطيع في ظل تكنولوجيا الاتصال التفاعل بتعديل أو تغيير شكل ومضمون الرسالة الاتصالية الموجهة إليه من المرسل، 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 يلائمه" (المرجع السابق، 81).

- ضرورة إدراك المشاركين للتفاعلية، أي أن يدركوا أن الهدف من الاتصال هو التفاعل وليس الإقناع.

- التفاعلية خاصية الوسيلة، فالوسيلة التفاعلية هي التي تتيح للمستقبل فرص التفاعل مع المرسل ومع المضمون في آن واحد.

2- الدراسات السابقة

يعد الاطلاع وجمع الدراسات السابقة أمرا مهما للغاية في البحوث العلمية، حيث يمكن الباحثة من الاستفادة من أخطاء الآخرين واختيار طرق وعناصر منهجية أفضل لدراستها، إذ يقول أحمد عبد المنعم حسن بهذا الصدد: "يتعين على الباحث أن يقوم بالاطلاع على الدراسات السابقة التي أجريت في نفس مجال بحثه، وبغير ذلك تكون محاولاته ضربا من التخبط الذي يقوده حتما إلى تكرار ما سبق أن توصل إليه الآخرون، مع احتمال تعرضه لنفس الأخطاء التي تعرضوا لها من قبل، دون أن تتاح له فرصة لإضافة أو ابتكار أي جديد في هذا المجال". من أجل ذلك حاولت الباحثة جمع ما أتيح لها من دراسات مختلفة من حيث بيئة الإنجاز، دون الأخذ بعين الاعتبار للدرجة العلمية التي أجريت لأجلها الدراسة، فالأهم هو كونها أصيلة تتبع منهجية علمية صحيحة معترف بها من خلال جامعات أو مراكز بحث أو مؤتمرات، وترجع عمديّة هذا الإجراء من طرف الباحثة إلى قلة الدراسات التي عنت بالتفاعلية عموما، وإلى عدم بلورة تقاليد منهجية بحثية موحدة لقياسها، إذ تضيف كل دراسة أمرا جديدا لقياس التفاعلية بحكم زاوية الرؤية التي اتخذها صاحب البحث في ظاهرة التفاعلية بشكل عام. وحاولت تصنيفها وإعدادها للاستفادة منها كالآتي:

2-1- الدراسات المحلية

يمكن القول أن دراسات التفاعلية في الصحافة الإلكترونية الجزائرية لا تزال شحيحة جدا نظرا لوجود من درس التفاعلية في وسائل الإعلام، ومن اتجه للبحث في الصحافة الإلكترونية الجزائرية عموما، إذ وجدت الباحثة نفسها خلال جمعها لسنف الدراسات المحلية أمام القسمين المذكورين سابقا فحاولت تقديمهما وفق عامل الزمن عبر ترتيب تنازلي (من الأكثر جدة زمنيا إلى الأقدم)، وقد حرصت في ذلك على جرد كل الاجتهادات في هذين المجالين مهما كانت درجتها العلمية (مقالات مقدمة لمجلات علمية، أوراقا بحثية مقدمة لمؤتمرات، رسائل ماجستير، أطروحات دكتوراه، وبحوثا ميدانية لفائدة مراكز بحث أو هيئات علمية أو مهنية في الإعلام)، وكان ذلك متعمدا من الباحثة لإبراز آخر ما توصل إليه الباحثون الجزائريون حول التفاعلية والصحافة الإلكترونية في الجزائر. وكانت الدراسات في هذين القسمين كالآتي:

2-1-1- دراسات التفاعلية في وسائل الإعلام

• الدراسة الأولى

هي أطروحة دكتوراه للباحثة سمية بورقعة، عنوانها بـ" الصحافة الإلكترونية في الجزائر دراسة تحليلية ميدانية للتفاعلية في الصحافة الإلكترونية الجزائرية (الشروق أون لاين، الخبر أون لاين، النهار أون لاين أنموذجا)". نوقشت هذه الدراسة في أفريل 2015 بجامعة قسنطينة 03.

✓ إشكالية البحث وفروضه

حاولت الباحثة في هذه الدراسة الكشف عن مختلف تطبيقات التفاعلية في الصحف الإلكترونية الجزائرية من خلال شقين:

- الدراسة التحليلية لثلاث مواقع هي الأولى في الجزائر (الشروق أون لاين، الخبر أون لاين، النهار أون لاين)، وقد اقترحت سؤالاً رئيسياً لها كالاتي: ما مدى توظيف الصحف الإلكترونية الجزائرية لتطبيقات التفاعلية في المواد الإعلامية المنشورة على صفحاتها؟

- الدراسة الميدانية التي توجهت بها الباحثة إلى القائم بالاتصال من خلال طرح التساؤل الرئيسي الآتي: ما مدى تفاعل القائم بالاتصال (الصحافيين) مع القراء عبر التطبيق التفاعلي "البريد الإلكتروني" لبناء أجندة إعلامية تفاعلية وتبني أفكار مستحدثة؟ وأدرجت الباحثة تساؤلات فرعية هي:

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

ب. كم عدد الرسائل التي يتلقاها الصحفيون بعد كتابتهم للمقالة الصحفية؟

ج. ما مدى اهتمام الصحافيين بالرد على رسائل القراء الإلكترونية وحفظها؟

د. ما مدى حرص الصحافيين على تجديد التواصل مع قرائهم؟

هـ. هل تزود رسائل القراء الصحافيين بأفكار موضوعات جديدة؟

و. هل يغير الصحفيون بعض اتجاهاتهم إزاء بعض الموضوعات جراء رسائل القراء؟

وبلورت الباحثة كل هذه التساؤلات في عدد من الفرضيات بغية الإجابة عنها والتحقق من صحة ما ذهبت إليه فيها، وانقسمت إلى ثلاث فرضيات للدراسة التحليلية وفرضية وحيدة للدراسة الميدانية كالاتي:

- الفرضية الأولى: تركز الصحف الإلكترونية عينة الدراسة على نشر المواضيع السياسية، الاجتماعية، الرياضية أكثر من غيرها من المواضيع.

- الفرضية الثانية: تعتمد الصحف الإلكترونية عينة الدراسة في تغطية المواضيع المنشورة على توظيف الفنون الصحفية التي تركز على التطبيقات التفاعلية.

- الفرضية الثالثة: لا تعالج الصحف عينة الدراسة بتوازن المواضيع المنشورة من ناحية المساحة ولا من ناحية جغرافية الأخبار.

- الفرضية الرابعة: تتبنى الصحف الإلكترونية عينة الدراسة التطبيق التفاعلي الحديث "البريد الإلكتروني" بين صحافييها وقرائنها لبناء أجندة إعلامية (سمية بورقعة 1، 2015، 24، 25).

✓ الإجراءات المنهجية للدراسة وأدواتها

- اختارت الباحثة المنهج الوصفي الاستكشافي، ويعتمد البحث على منهج المسح الذي يتم بموجبه جمع البيانات عن المتغيرات كما توجد في الواقع وذلك من خلال مسح إمكانيات التفاعلية المتاحة.

- واعتمدت الباحثة في دراستها على عينة من الصحف الإلكترونية الإخبارية الجزائرية في الشق التحليلي وهي: الشروق أون لاين، الخبر أون لاين والنهار أون لاين. وشملت هذه العينة 12 مفردة من كل صحيفة. وتم تحديد مواضيع رئيسية نشرت على الصفحة التمهيدية لمواقع الدراسة (Home page)، وهذه المواضيع هي: شؤون محلية، سياسة، اقتصاد، رياضة، ثقافة، وإعلان إلكتروني، في حين حددت الباحثة عينتها زمنياً وفق خطة

مسبقة عبر العينة العشوائية المنتظمة الدائرية، حيث تم القيام بتصفح أول مفردة بتاريخ 8 ماي 2013، ثم جعلت مسافة زمنية بينها وبين التي تليها مما سهل على الباحثة تنظيم وفرز وقراءة الموضوعات وما يليها من تفاعلية. وفيما يخص الشق الميداني فقد سعت الباحثة لإجرائه مع القائم بالاتصال وهم الصحفيون من خلال التفاعل القائم بينهم وبين القراء عبر تطبيق تفاعلي هو البريد الإلكتروني، واختيرت العينة وفق ذلك بواسطة الحصر الشامل للصحافيين الجزائريين الذين قاموا بنشر مقالات مذيبة بالبريد الإلكتروني الخاص بهم إما بصيغة النصوص الفائقة (Hypertextes) أو PDF خلال شهر فيفري 2013 وذلك من ذوي المستويات التعليمية والعمرية المختلفة، وبلغ عددهم 115 صحفيا تم إرسال الاستبيان لهم عبر بريدهم الإلكتروني كملف مرفق.

- أما عن أدوات جمع البيانات فقد مزجت الباحثة بين استمارة تحليلية واستبيان خاص بالقائم بالاتصال. وهي بذلك اختارت تقنية تحليل المحتوى وهي من أكثر الأساليب استخداما في الدراسات الإعلامية والاتصالية.

✓ نتائج الدراسة

انتهت الباحثة إلى جملة من النتائج أهمها:

- كشفت الدراسة عن اهتمام كبير بالمادة الإعلامية المحلية رغم وجود فرق كمي بين الصحف عينة الدراسة. في حين أظهر التحليل وجود تقارب كمي في معالجة المادة الإعلامية السياسية، واحتلت المادة الإعلامية الرياضية المرتبة الثالثة من حيث اهتمام الصحف الثلاث، إضافة إلى حضور متميز للمادة الإعلامية الاقتصادية.
- استغلت الصحف الثلاث الإعلان الإلكتروني كواجهة ترويجية للمؤسسات المعلنة والصحيفة ذاتها من خلال تطبيق أضف إعلانك.
- اختارت الصحف الثلاث فن الخبر الصحفي بامتياز لتقديم موادها الإعلامية ومرد هذا الخيار هو ميزات الصحف الإلكترونية من أنية وتحديث مستمر وسرعة نقل الخبر وتداوله مما يسمح بانتشاره.
- أسفرت الدراسة عن وجود تفاعل معتبر بين الرسالة الإعلامية والمستقبل من خلال النسب العالية للقراءات في الصحف الثلاث بنسبة 99.91% (المرجع السابق، 5).
- تمتد تفاعلية الصحف عينة الدراسة إلى الشبكات الاجتماعية من خلال خدمات Share والتويتر والفيسبوك وهو ما يوسع مقروئيتها.
- تولي الصحافة الإلكترونية الجزائرية من خلال صحيفتي الشروق والخبر فقط اهتماما بتطبيق الاستفتاءات الذي يشهد عبرهما تنوعا في موادها الإعلامية المطروحة من رياضة، سياسة، حوادث، قضايا دينية، اختلاسات، شؤون عربية، قادة رأي... الخ.
- تفاوتت الصحف الثلاث في توظيف التطبيقات التفاعلية وهو مؤشر مقبول بالنظر لحدثة تعامل وسائل الإعلام الجزائرية مع الإنترنت مقارنة بالدول الأخرى.

- في حين أن الدراسة الميدانية أظهرت تصدر البريد الإلكتروني كأداة فعالة للتواصل بين القراء والصحافيين فقد شكل إضافة ملموسة للعمل الصحفي حيث مثلت رسائل الجمهور بالنسبة للصحافيين مصدرا ثريا للحصول على أفكار لكتابة مقالات رئيسية لهم (المرجع السابق، 6).

• الدراسة الثانية

وسميت بـ "تطبيقات التفاعلية في صحافة الإنترنت: دراسة مسحية تحليلية لعينة من الصحف الإلكترونية الجزائرية (النهار-الشروق - لوسوار دالجيري - الوطن - المجاهد - الخبر نموذجاً)" من إعداد الأستاذة بورقعة سمية من جامعة باجي مختار عنابة، وهي بحث نشر للباحثة في مجلة كنوز الحكمة للدراسات الإعلامية والاتصالية العدد 15 في 2013، وتناقش هذه الدراسة مدى مساهمة الصحف الإلكترونية الجزائرية للتطور التكنولوجي الحاصل عبر توفير التطبيقات التفاعلية على مواقعها من خلال تحليل محتوى ستة مواقع إلكترونية ضمتها عينة الدراسة.

✓ إشكالية الدراسة وتساؤلاتها

تكمن مشكلة البحث في السؤال التالي: هل وظفت المواقع الصحفية الإلكترونية الجزائرية السمات الاتصالية لشبكة الإنترنت متمثلة بتطبيقات التفاعلية؟ وما هي أبرز السمات الاتصالية التفاعلية المتاحة على مواقعها كدلالة على التنوع ومواكبة التطور الحاصل في هذا المجال؟ (سمية بورقعة 2، 2013، 271).

✓ الإجراءات المنهجية للدراسة

- تعتمد الدراسة الحالية على المنهج الوصفي، وتم في إطار هذا المنهج استخدام أداة تحليل المضمون لغرض جمع البيانات الخاصة بالدراسة، حيث تم تصميم استمارة لتحليل مواقع الصحف الإلكترونية الجزائرية تتضمن الأبعاد الستة للتفاعلية التي تم صياغتها بناء على النموذج النظري لـ (Heeter) ومدى توفر كل بعد منها. - وقد اعتمدت الباحثة الصفحة الرئيسية للموقع (Homepage) كوحدة تحليل بما تتضمنه من عناصر وخدمات أو تطبيقات تفاعلية متوفرة على الصفحة تمثل فئات تكشف عن التفاعلية وأشكالها ضمن كل بعد من الأبعاد الستة التي تم اعتمادها في بحوث هيتير. لذلك فإن تحديد فئات التحليل جاء بعد زيارات متكررة قامت الباحثة بها للمواقع الإلكترونية بواقع مرتين في الأسبوع خلال فترة شهرين من 2013/09/15 لغاية 2013/11/15 لتقييم قياس ستة أبعاد بالإضافة إلى بعد سابع يتمثل بالخدمات الإعلامية الساندة أو فئة أخرى تمت إضافتها لغرض شمول فئات لا تدخل في الأبعاد الستة المذكورة لكنها تنطوي على خدمات تتيح الاتصال التفاعلي بين المصدر والمتلقي، وبناء على ذلك تم تحديد سبعة أبعاد لقياس التفاعلية في المواقع الصحفية الإلكترونية الجزائرية وتحديد فئات التحليل الفرعية، حيث تم إعطاء درجة واحدة كمقياس لتوفر كل فئة ضمن كل بعد ودرجة صفر في حالة عدم توفره، وشملت الأبعاد السبعة التي تم قياسها في الدراسة الحالية ما يلي:

- تنوع الخيارات المتاحة: وتم قياس هذا البعد وفق مقياس مكون من 11 درجة.

- الجهد المبذول من قبل المستخدم: وتم قياسه من خلال مقياس من خمس درجات.

- الاستجابة لرغبات المستخدمين: وتم قياسه من خلال مقياس من أربع درجات.
 - مراقبة الموقع على الإنترنت: وتم قياسه من خلال مقياس من ثلاث درجات.
 - إمكانية إضافة معلومات إلى الموقع من قبل المستخدمين: وتم قياسه من خلال مقياس من ست درجات.
 - إمكانية الاتصال بين المستخدمين: وتم قياسه من خلال مقياس من خمس درجات.
 - الخدمات الإعلامية الساندة أو فئة أخرى: وتم قياسها من خلال مقياس من ثماني درجات" (المرجع السابق، 278).
- تم إخضاع عينة من مواقع الصحف الجزائرية على شبكة الإنترنت وجرى اعتمادها بناء على توصيفات مهنية على مواقعها، بما يعكس معيار العمل المؤسسي مثل توفر حالة الإفصاح عن هوية الصحيفة وسياساتها وأهدافها ومعايير العمل التي تعتمدها وشبكة مراسليها وطرق الاتصال بها وكلما يتعلق بشروط ممارسة مهنة العمل الصحفي ومعاييرها المعلنة على موقعها، فضلا عن اعتبار يتعلق بتنوع خدماتها وكذا شعبيتها لدى القارئ الجزائري وسمعتها لديه. واعتمدت طريقة اختيار العينة من خلال البحث في موقع دليل المواقع الجزائرية على شبكة الإنترنت المتوفرة على العنوان التالي: www.algerian-newspaperstm.html وهو رابط الشبكات الإخبارية الجزائرية الذي يضم مواقع جزائرية متنوعة من بينها الصحف الإلكترونية. واختارت الباحثة: النهار، الوطن، المجاهد، الخبر، الشروق اليومي، لوسوار دالجييري (Le soir d'Algérie) (المرجع السابق، 279).

✓ نتائج الدراسة

- 1- من خلال نتائج تحليل المضمون يمكن القول إن توظيف الخدمات أو التطبيقات التفاعلية المتنوعة في مواقع الصحف الجزائرية على شبكة الإنترنت كما مثلتها عينة الدراسة المكونة من ستة مواقع، جاء بشكل لا بأس به وأظهر تفاوتاً في الاستخدام أو التوظيف من صحيفة لأخرى ومن بعد لآخر، لكنه يعطي مؤشراً مقبولاً في ظل حداثة تعامل وسائل الإعلام الجزائرية مع الإنترنت مقارنة بالدول الأخرى.
- 2- تشير النتائج إلى أن مواقع الصحف الجزائرية تتجه إلى المستخدمين من القراء بالإضافة إلى عملها التقليدي في توفير خدماتها للمشاركين من وسائل الإعلام، وهي معطيات تدعم الرأي في الاتجاه الحديث لمواقع الصحف الإلكترونية نحو الجمهور والمشاركين، ومثال ذلك توافر عنصر استطلاعات الرأي في كل مواقع العينة، وخيار إضافة تعليقات على المادة الخبرية، وكذلك وتوفر البريد الإلكتروني والمدونات - رغم قلتها - وهو أمر يمكن من خلاله التوصل إلى استنتاج يكشف عن حرص المواقع على معرفة اتجاهات وتفضيلات الجمهور أو المستخدمين والعمل في ضوءها لغرض التطور والتحسين (المرجع السابق، 280، 281).
- 3- تشير بعض المعطيات التفصيلية لقياس كل بعد تفاعلي من جانب آخر إلى غياب خدمات تفاعلية مهمة مثل الخدمة السمعية، إذ انعدم توافر هذا النوع من تطبيقات الملتيميديا في أي موقع من عينة الدراسة وهو مؤشر سلبي يكشف عن ضعف المواقع الجزائرية في توفير هذا النوع من التطبيقات، وبحسب النتائج أظهرت مواقع

الصحف الجزائرية على الإنترنت نسبة كاملة من حضور خاصية التحديث الفوري للأخبار، حيث رصدت الباحثة ذلك يوميا طيلة فترة الدراسة.

4- أظهرت الدراسة التحليلية غيابا كليا لأي وجود للروابط الفائقة ضمن الأخبار (Hyperlinks) التي تحيل المستخدم لموضوعات أخرى ذات صلة بالمادة المنشورة، لذلك فإن غياب هذا النوع من التفاعلية الإبحارية يعد انخفاضا في مستوى التفاعلية وتمكين المستخدم من الإحاطة بالموضوع المنشور.

5- توصلت الباحثة أيضا إلى عدم حرص مواقع الدراسة على التنوع في خيارات المحتوى وتعددته للمستخدم في واجهة الموقع (Homepage) باعتبار صفحة الواجهة تعد بوابة الموقع وعنوان كفاءته بالنسبة للمستخدم، وتحرص المواقع الإلكترونية على كافة أنواعها على توفير خيارات هذا البعد إلى أقصى حد ممكن لأغراض إعلامية وفنية مختلفة، فيما جاء خيار الاستجابة لرغبات المستخدمين أولا على مستوى توفير عناصر التفاعلية الخاصة به التي اقتصر على تحقيق نسبة كاملة من ناحية وجود اتصال بريدي بالموقع ووجود رابط التعريف بالموقع (المرجع السابق، 281).

6- يستنتج من البحث بشكل عام مما سبق أن اهتمام الصحف الإلكترونية الجزائرية ينصب في اتجاه توفير أو توظيف أنواع الخدمات التفاعلية، لكن ذلك يقتصر على جوانب دون أخرى، مثل الاهتمام بتوفير خدمات استطلاعات الرأي أو التحديث أو الصور، ووجود تعدد اللغات أو خيارات البحث والأرشفة بنسب عالية ومقبولة، وخدمات الفيديو، وتعزو الباحثة مثل هذا التفاوت كون الخدمات التفاعلية التي توفرها تطبيقات الملتيميديا (Multimédia) تحتاج إلى قدرات وإمكانات فنية ومالية عالية قد لا تتوفر لدى مواقع الصحف الجزائرية.

• الدراسة الثالثة

دراسة عنونها صاحبها الدكتور بعزیز إبراهيم من جامعة الجزائر 3 بـ "دور صحافة المواطن في التغطية الإعلامية للأحداث دراسة حالة قناة الجزيرة"، نشرت على مدونته الشخصية <http://brahimsearch.unblog.fr> العام 2012. وهي دراسة سعت إلى إبراز دور الإعلام الجديد أو ما يعرف بـ "صحافة المواطن" في تغطية "قناة الجزيرة" القطرية لمختلف الأحداث، بالخصوص تلك التي جرت في العالم العربي مطلع 2011، من خلال تركيز الدراسة على أهم التطبيقات التي تستعملها الجزيرة للتواصل مع الجمهور، وتوطيد علاقة تفاعلية، تساعدها في إعداد تغطية شاملة لكل ما يحصل. كما تستشرف الدراسة آفاق هذه العلاقة التي تربط بين الإعلام التقليدي والإعلام الجديد، بالتركيز على حالة الجزيرة.

✓ إشكالية الدراسة

تعتبر "قناة الجزيرة" القطرية من أبرز القنوات التي عرفت كيف تتعامل وتتعايش مع واقع الإعلام الجديد، وتستثمر التقنيات الاتصالية الحديثة، وتستعين بجماهيرها من المواطنين باعتبارهم مصدرا ثمينا للمعلومات والأخبار، بحكم تواجدهم في موقع الحدث، وبحكم أنهم "مصدر" و"موضوع" الخبر في نفس الوقت. فتلاقت اهتمامات الجماهير العربية مع اهتمامات "قناة الجزيرة"، وتقاطعت لتشكّل نفس الهموم والانشغالات، والتي كان

صلبها يتمثل في الواقع العربي المزري على كل المستويات وفي غالبية المجالات (بعزيز إبراهيم 1، 2012، 3). ولعل استجابة "قناة الجزيرة" لرغبات واهتمامات الشعوب العربية من جهة، وتوطيدها لعلاقتها مع عنصر الشباب- الذي فجر الثورات الأخيرة - من خلال توظيف تقنيات الاتصال الجديدة من جهة أخرى، هو ما جعلها تحقق نجاحا ملحوظا في وسط بيئة إعلامية تعج بالفضائيات. وقد تمكنت "الجزيرة" أثناء الأحداث الأخيرة أن تجعل تغطيتها شاملة على مدار الساعة، من خلال الاستعانة بمضامين الإعلام الجديد، التي يقدمها "الصحفيون المواطنون". وهو ما تحاول هذه الدراسة كشفه من خلال التعرف على مختلف تطبيقات التفاعلية المستخدمة من قبل القناة.

✓ الإجراءات المنهجية للدراسة

- استخدم الباحث في هذه الدراسة المنهج الوصفي التحليلي الذي يعنى بوصف ما هو كائن وتفسيره، ويقوم بتحديد العلاقات التي توجد بين الوقائع وتحليلها". وقد اختار منه منهج دراسة الحالة.

✓ نتائج الدراسة

توصل الباحث إلى أن أهم التقنيات والتطبيقات الاتصالية التفاعلية المعتمدة من طرف "الجزيرة" هي:

- البريد الإلكتروني: وهو تقنية لاتزامنية (asynchrone) تسمح بتبادل الرسائل ومختلف المضامين الإعلامية (صور، تسجيلات فيديو، نصوص) على شكل ملفات مرفقة. وتعتمد الجزيرة على البريد الإلكتروني لتلقي مختلف رسائل المشاهدين في مختلف البرامج.

- صفحة القناة عبر "الفيس بوك": (<http://facebook.com/aljazeerachannel>) وهي مستعملة بكثافة في بعض البرامج، خاصة البرامج الحوارية المباشرة (مثل الاتجاه المعاكس). وتمكن الصفحة من تلقي الأسئلة والتعليقات مباشرة من طرف المشاهدين (المرجع السابق، 17).

- صفحة القناة عبر "التويتر": وهذا الموقع كذلك يسمح للجماهير بالتفاعل مع الجزيرة والتعليق حول مختلف البرامج والمواضيع.

- عبر الموقع الإلكتروني الرسمي للجزيرة (www.aljazeera.net): ويحتوي الموقع على عدة خدمات تفاعلية، تسمح بمشاركة الجماهير مثلا يتم إجراء تصويت بصفة دورية عبر موقعها حول مختلف الأحداث. بالإضافة إلى النشرة الدورية التي تصل المسجل والعضو بانتظام.

- استعمال مضامين موقع "اليوتوب": وهو موقع مشهور لبث تسجيلات الفيديو، وتستعمله الجزيرة في الغالب للحصول على تسجيلات حول الأحداث في بعض المناطق، بالخصوص تلك التي لا تملك فيها مراسلين أو أنها تتعرض للمنع والضغطات ففي هذه الحالات تجد قناة الجزيرة نفسها مجبرة على الاعتماد على هذا الموقع، لتحقيق تغطية شاملة للأحداث.

- عبر موقع مخصص لتلقي تسجيلات ومشاركات الجمهور (sharek.aljazeera.net): وهو موقع أنشئ خصيصا لتلقي التسجيلات المصورة ومشاركات المشاهدين في كل المواضيع (المرجع السابق، 18).
- عبر منتديات المحادثة الإلكترونية: وهي خدمة تمكن الأفراد من النقاش والتعليق حول مختلف المواضيع والأحداث.
- خدمة الجزيرة موبايل: تسمح للمستخدمين فيها بتلقي رسائل وأخبار بشكل دوري من طرف قناة الجزيرة.
- خدمة RSS: هي كذلك خدمة تمكن للمسجل فيها من تلقي رسائل ومضامين مختلفة.
- بالإضافة إلى خدمة البودكاست، والاستفتاءات الدورية، وإمكانية التسجيل مع الموقع والعضوية، التي تمكن الأفراد من تلقي رسائل وأخبار، وتجعلهم في حالة تواصل وتفاعل دائم مع القناة. وبذلك تعد قناة الجزيرة من بين القنوات التي أدركت أهمية الإعلام الجديد وأهمية مضامينه، وهو ما جعلها تطلق عدة مبادرات للمواطنين، وتعتمد على عدة تطبيقات تفاعلية، لتحقيق تكامل ولتفعيل دورها في التغطية الإعلامية الشاملة لكل الأحداث، في الوطن العربي بصفة خاصة وفي العالم بصفة عامة.

• الدراسة الرابعة

قامت بها الباحثة كريمة بوفلاحة وعنوانها "الجمهور المتفاعل في الصحافة الإلكترونية دراسة استكشافية لعينة من القراء المتفاعلين في الصحافة الإلكترونية الجزائرية"، وهي مذكرة لنيل شهادة الماجستير في علوم الإعلام والاتصال، أنجزت بجامعة الجزائر، العام 2010/2009.

✓ إشكالية الدراسة وتساؤلاتها

- تمحورت إشكالية هذه الدراسة في السؤال التالي: كيف يستعمل القراء الوسائل التفاعلية المتاحة في الصحف الإلكترونية الجزائرية؟ واستعانت الباحثة بتساؤلات فرعية لتغطية مجال الظاهرة المدروسة كالاتي:
- من هم القراء المتفاعلون في الصحافة الإلكترونية الجزائرية؟
 - ما هي عادات استعمال المتفاعلين للعمليات التفاعلية المتاحة في المواقع الصحفية الجزائرية؟
 - ما هي المواضيع والخدمات التفاعلية التي تستقطب المتفاعلين أكثر من غيرها؟
 - ما تقييم الجمهور للخدمات التفاعلية في المواقع الصحفية الجزائرية؟
 - ما علاقة المتغيرات الشخصية للمتفاعلين من سن، جنس، مستوى تعليمي، حالة عائلية، مهنة، جنسية، مكان الإقامة بالممارسة التفاعلية للقراء في الصحافة الإلكترونية؟

✓ الإجراءات المنهجية للدراسة

- تهدف هذه الدراسة لمعرفة المتغيرات الشخصية المكونة للجمهور المتفاعل في الصحافة الإلكترونية الجزائرية، وتحديد مدى وكيفية ممارسة الخدمات التفاعلية المتاحة في الموقع. لذلك اختارت الباحثة لها المنهج المسحي بنظام العينة، الذي يعد من بين أهم المناهج الوصفية التحليلية التي من المحتوم أن تخدم دراستها.
- استعانت الباحثة بالعينة العشوائية غير الاحتمالية والمقدرة بـ 352 مفردة بحثية.
- استخدمت فيها استمارة إلكترونية تم نشرها بالموقع الإلكتروني لجريدة الخبر الأسبوعي، وموقع نادي الصحافة البرلمانية الإلكترونيين، ودامت مدة نشرها 53 يوما.

✓ نتائج الدراسة

أفرزت الدراسة المسحية المجرة من قبل الباحثة عن نتائج كثيرة، من أهمها:

- الجمهور المتفاعل في الصحافة الإلكترونية الجزائرية ذكوري بنسبة 80.58 بالمائة وشبابي بنسبة 75.29 بالمائة (من 20 إلى 29 سنة)، وجامعي بنسبة 68.8 بالمائة، معظم أفرادها عازبون بنسبة 74.70 بالمائة، ومقيمون داخل الجزائر بنسبة 93.52 بالمائة، يشكل الموظفون أكثر فئاته المهنية بنسبة 31.76 بالمائة، يليهم الطلبة بنسبة 23.52 بالمائة، ثم البطالون بنسبة 21.76 بالمائة.
- سجلت مواقع الصحف المطبوعة على الإنترنت المراتب الأولى من حيث مشاركة المبحوثين فيها، فتحصلت النسخ الإلكترونية للصحف الناطقة باللغة العربية على نسبة 71،21 بالمائة، تليها الناطقة باللغة الفرنسية بنسبة 14.88 بالمائة، ثم الصحف الإلكترونية الكاملة بنسبة 4.30 بالمائة، وأخيرا المجالات الإلكترونية بنسبة 1.16 بالمائة.
- تحصل موقع صحيفة الشروق على الإنترنت على أعلى نسبة تفاعل بـ 25.11 بالمائة، تلاها موقع جريدة الخبر بنسبة 20.8 بالمائة، فالنهار بنسبة 17.73 بالمائة، فالخبر الأسبوعي 8.60 بالمائة، ثم الوطن بنسبة 6.27 بالمائة، ثم ليبارتي 4.66 بالمائة، ثم الصحيفة الإلكترونية الخالصة "Tout Sur L'Algérie" بنسبة 2.68 بالمائة.

-أجمع المبحوثون على عنصر التفاعلية وحرية التعبير المتوفرين في الصحف الإلكترونية الجزائرية كأهم الأسباب التي تدفعهم للتفاعل (بوفلاحة كريمة، 2010، 237، 241).

• الدراسة الخامسة

هي دراسة نشرت العام 2007 في سلسلة "بحوث إذاعية" التي يصدرها دوريا "اتحاد إذاعات الدول العربية" تحت رعاية جامعة الدول العربية، عنونت بـ "التفاعلية في الإذاعة: أشكالها ووسائلها" وهي للدكتورين خالد زعموم والسعيد بومعيزة من جامعة الجزائر (سابقا).

✓ إشكالية الدراسة وتساؤلاتها

حاول الباحثان بسط إشكالية الموضوع من خلال التساؤل الجوهرية الآتي: ما هي التفاعلية في الإذاعة: مظاهرها وأشكالها ووسائلها في سياقاته المختلفة ذات الصلة بالموضوع؟ وتندرج تحته تساؤلات فرعية هي: ما

هي التفاعلية؟ ما هي علاقة التفاعلية بالعمل الإذاعي؟ ما هي أهم التقنيات المستخدمة في مجال التفاعلية الإذاعية؟ ما مدى استفادة الإذاعة في الوطن العربي من تكنولوجيات التفاعلية؟ ما هي المجالات التي تستخدم ضمنها التفاعلية في الإذاعة العربية؟ إلى أي مدى استفادت الإذاعة العربية من الإنترنت؟ (خالد زعموم، السعيد بومعيزة، 2007، 12، 13).

✓ الإجراءات المنهجية للدراسة

- استخدم الباحثان المنهج الوصفي التحليلي الذي سمح لهما برصد الاستخدامات المتاحة في مجال التفاعلية الإذاعية في الوطن العربي.

- اختار الباحثان بعض النماذج الإذاعية العربية المختلفة والمتنوعة عبر الاعتماد على عينة قصدية مكونة من ثلاثة مواقع إذاعية: موقع مؤسسة الإمارات للإعلام، راديو ليالي بيروت، وراديو سوا. وامتدت مدة دراسة هذه المواقع بين 2006/06/03 و 2006/09/03، وهي فترة كافية حسب الباحثين لتحديد استخدام الإذاعات للتفاعلية، كما تمثل هذه الفترة مرحلة العطلة الصيفية التي تزداد فيها نسبة الإقبال على سماع الإذاعات (المرجع السابق، 66).

✓ نتائج الدراسة

توصل الباحثان إلى جملة من النتائج أهمها:

- التفاعلية الإذاعية هي وسيط مهم في عملية تفعيل وإشراك المتلقي في النشاط الإذاعي، خصوصا وأن المنافسة كبيرة بين مختلف وسائل الإعلام المسموعة والمكتوبة والسمعية البصرية والإلكترونية... كما يمكن استخدامها كوسيلة تسويق اجتماعي خصوصا في عملية التوعية الاجتماعية بهدف محاربة بعض المعتقدات والسلوكيات السلبية في مجتمعاتنا العربية (المرجع السابق، 77).

- إن الإذاعات العربية الإلكترونية تفتقر إلى استخدام التفاعلية عبر استخدام الوسائط المتعددة بمفهومها الحديث الذي يقوم على ترميز رسالة تواصلية متعددة المنبهات وتخطب أكثر من عضو حسي، أو أن هذه الرسائل تقدم للجمهور عدة خيارات للتعرض للمضمون؛ كأن يتضمن النص إمكانية الاستماع إليه لمن لا يريد القراءة. وهذا لا يعن أن بعض المواقع المدروسة تبذل جهدا لتقديم رسائل تفاعلية متعددة الوسائط مثلما لاحظ الباحثان في موقعي راديو سوا وراديو ليالي بيروت (المرجع السابق، 78).

- إن بعض الإذاعات الإلكترونية العربية على الرغم من إمكانياتها المادية والبشرية؛ فإنها لم تستغلها من أجل الدخول إلى فضاء التفاعلية خصوصا التي تتيحها الوسائط المتعددة، وظلت أسيرة لنمط الإعلام التقليدي الذي ينظر إلى شبكة الويب كفضاء ثانوي لا يتعدى التواجد فيه فقط.

- أكدت الدراسة وجود ارتباط إيجابي بين الاستخدام الفعال للتفاعلية عبر الوسائط المتعددة وشهرة الموقع الإذاعي.

- بالرغم من التزايد المطرد لاستخدام التفاعلية في إذاعات الوطن العربي إلا أن ذلك لا يضمن استخدامها وانتشارها، وذلك راجع إلى طبيعة البيئة الإعلامية والثقافية والفكرية العربية التي لم تعمل لعقود طويلة على خلق ثقافة المشاركة، والحوار، وإبداء الرأي، واحترام الرأي الآخر (المرجع السابق، 79).

• الدراسة السادسة

هي رسالة ماجستير للباحثة تومي فضيلة من جامعة الجزائر، عنونها بـ "التفاعلية ووسائلها في التلفزيون الجزائري البرامج الموضوعاتية نموذجا"، أنجزت في الموسم الجامعي 2008/2007. وتهدف إلى الكشف عن مختلف الوسائل التفاعلية المتاحة عبر التلفزيون الجزائري.

✓ إشكالية الدراسة وتساؤلاتها

قدمت الباحثة التساؤل الجوهري للدراسة كالآتي: ما هي مظاهر التفاعلية ووسائلها في برامج التلفزيون الجزائري؟ وتفرعت منه تساؤلات فرعية على النحو التالي:

1- ما هي دلالات مفهوم التفاعلية وأبعادها؟

2- هل يتيح التلفزيون الجزائري فرصا للتواصل والحوار مع جمهوره؟

3- ما هي وسائل التفاعلية في التلفزيون الجزائري؟

5- ما هي مظاهر التفاعلية في التلفزيون الجزائري؟

6- هل يوظف التلفزيون الجزائري كل الإمكانيات التكنولوجية المتاحة اليوم لتشجيع التفاعلية مع جمهوره؟

7- ما هي البرامج التي تستخدم التفاعلية؟

8- ما هي شروط توفر تفاعلية حقيقية في البرامج التلفزيونية؟ (تومي فضيلة، 2008، 12، 13).

✓ الإجراءات المنهجية للدراسة

- طبيعة الدراسة فرضت على الباحثة اعتماد كل من المنهج التاريخي والمنهج المقارن، لتتمكن من تسليط الضوء على الظاهرة المدروسة، وتجدر الإشارة إلى أن هذا البحث يندرج في إطار البحوث الوصفية التي تهتم بوصف الظاهرة أو الواقعة وصفا دقيقا وشاملا وكافيا لاستخلاص الدلالات والنتائج.

- لقد استعانت الباحثة في هذه الدراسة بالأدوات العلمية التالية: أداة المقابلة والملاحظة العلمية، وذلك بالنظر إلى أهداف الدراسة والمنهج الموظف.

- يتمثل مجتمع البحث الذي قامت بدراسته الباحثة في مجموع البرامج التي تتميز بشكل من أشكال التفاعلية، والتي تبث على القناة الأرضية للتلفزيون الجزائري لموسم 2008/2007، ويتعلق موضوع البحث باكتشاف مظاهر ووسائل التفاعلية في هذه البرامج، وبعد اطلاعها على مجتمع البحث وجدت أنه يتميز بتجانس في وحداته من حيث الخصائص. وانطلاقا مما سبق، قامت باختيار العينة القصدية (المرجع السابق، 20).

✓ نتائج الدراسة

توصلت الباحثة إلى عدة نتائج أهمها:

- إذا كان التلفزيون الجزائري لا يعتبر تلفزيونا جماهيريا بآتم معنى الكلمة على غرار ما هو موجود في البلدان المتقدمة، فلا يمكن أن ننتظر أن تكون التفاعلية فيه ممارسة على نطاق واسع أو حتى بدرجة متواضعة. ولأن التفاعلية مقرونة من جهة بالديمقراطية والحرية والمشاركة، ومن جهة ثانية بمدى انتشار معرفة القراءة والكتابة الإلكترونية، وعليه فإن كلتي الظاهرتين لم تبلغا بعد مستوى من التطور الذي يسمح بممارسة التفاعلية بالشكل الموجود في التلفزيونات المتقدمة (المرجع السابق، 147).

- إن غياب المصدقية أو الثقة في التلفزيون الجزائري قد لا يشجع المشاهدين على التفاعل مع برامجه. وأن عدم التيقن من مصير التفاعل مع البرامج مثل تغيير المحتوى قد يعرقل أيضا التفاعلية.

- يستخدم التلفزيون الجزائري وسائل اتصال تقليدية أساسا للتفاعل مع جمهوره، وتتمثل هذه الأخيرة في الرسائل البريدية والهاتف والفاكس والاتصال المباشر في الأستوديو.

- يعتبر البريد الإلكتروني من بين الوسائل الإلكترونية القليلة التي تدل على أن هناك تفاعلية حديثة بين التلفزيون الجزائري وجمهوره المشاهد الذي يحسن استعمال هذه الوسيلة. حيث يتم استخدام هذه التقنية كأداة تفاعل من خلال برنامج واحد فقط، والمتمثل في "منتدى التلفزيون".

- يخصص التلفزيون الجزائري موقعا إلكترونيا واحدا المعنون بـ www.evtv.dz، من أجل تمكين جمهوره من الاتصال به، عن طريق عنوان البريد الإلكتروني التالي: alger-contact@entv.dz.

- تلجأ بعض البرامج إلى إظهار العنوان الإلكتروني على الشاشة للاتصال بها، وهذا يدل على أن معديها يسايرون التطور التكنولوجي من باب التقليد والموضة وربما حتى التباهي، ولكن ليس من منطلق تحقيق تفاعلية حقيقية مع جمهورهم.

- يستخدم التلفزيون الجزائري، وتحديدا قسم الأخبار، تقنية الاتصال عبر الأقمار الصناعية، كالاتصالات الهاتفية في برنامج "في دائرة الضوء".

- تم خلق فضاء اتصالي تفاعلي إلى حد ما في التلفزيون الجزائري تميز بمشاركة الجمهور المشاهد في إنتاج مضمون البرامج الموضوعاتية التي وظف معظمها آليات التفاعلية التقليدية كاستخدام الرسائل البريدية والمكالمات الهاتفية أساسا.

- انعدام استعمال البريد الإلكتروني في بعض البرامج مثل برنامج "فتاوى على الهواء" و "الصراحة راحة" رغم أنهما يمتلكان عنوان بريد إلكتروني، وهذا قد يعود إلى حداثة هذه الظاهرة من جهة، وإلى غياب الثقافة الإلكترونية لدى الجمهور الجزائري من جهة أخرى.

- تحظى بعض البرامج بمشاركة اتصالية معتبرة من طرف الجمهور المشاهد وذلك يرجع إلى نوع الخدمات التي تقدمها، فعلى سبيل المثال برنامج "منتدى التلفزيون" وبرنامج "وكل شيء ممكن" يقدم إجابات على أسئلة

- استفسارية يبعث بها المواطنون تعبر عن انشغالاتهم الاجتماعية، وهذا يدخل بصفة فعلية في إطار الخدمة العمومية التي يقدمها التلفزيون (المرجع السابق، 148).
- نتج عن استخدام التفاعلية في التلفزيون الجزائري تنوع في المحتوى الإعلامي السياسي والاجتماعي والديني والترفيهي،... الخ. وهذا أدى إلى تشجيع إنتاج البرامج الموضوعاتية.
- يوظف التلفزيون الجزائري التفاعلية لإشباع رغبات الجمهور، عن طريق تلبية رغباته مثل إعادة بث برامج سبق بثها، أو استقبال الوجوه المفضلة لدى الجمهور عملا بتقليد النجومية.
- إن البرامج التي تتميز بدرجة عالية من التفاعلية هي البرامج الترفيهية، لأن معظم جمهورها يتكون من الفئة الشبابية، إلا أن هذه الأخيرة ليست تفاعلية حقيقية لأنها تبث مسجلة وتجري على نسختها الأصلية عدة تغييرات.
- إن طبيعة النظام الإعلامي السائد الذي يخضع له التلفزيون يخلق بعض العوائق التي لا تشجع كثيرا على التفاعلية، وتتجلى بعض العوائق في تدخلات الصحفيين المنشطين للبرامج ووضع حد وقطع المكالمات الهاتفية التي تصل إلى البرامج، كلما كانت محرجة أو خارجة عن السياق (المرجع السابق، 149).
- إن عملية تحقيق التفاعلية الإعلامية مرتبطة برغبة الجمهور في إنشاء مثل هذه العلاقة بالدرجة الأولى، مثل وجود حاجات سوسيو - نفسية تدفع إلى الاتصال.
- إن التلفزيون الجزائري لا يوظف كل أوجه التفاعلية التي تتيحها شبكة الإنترنت، وتحديدًا الثورة الرقمية، فهو يعمل وفق الطرق التقليدية أكثر. وقد يفسر هذا بمقاومة التطورات التكنولوجية وإدخال الاستحداث، وكذلك إلى مستوى تطور المجتمع بشكل عام والجمهور المشاهد تحديداً.

2-1-2- دراسات الصحافة الإلكترونية

• الدراسة الأولى

أجريت هذه الدراسة من طرف الباحثة أحمدي دليلا من جامعة الجزائر في السنة الجامعية 2012/2011، عُنوت بـ "الصحافة الإلكترونية الجزائرية بين التخطيط الاستراتيجي والواقع القانوني والمؤسساتي". وهي دراسة تناولت العوائق القانونية التي تصطدم بها الصحافة الإلكترونية الجزائرية في عملية التخطيط الاستراتيجي، وما يمثله غياب التأطير القانوني من تحديات تمس تنظيم عمل هذه الوسيلة.

✓ إشكالية الدراسة وتساؤلاتها

تطرح الباحثة تساؤلا رئيسيا هو: ما هي حدود العلاقة بين التخطيط الاستراتيجي والواقع القانوني والمؤسساتي في الصحافة الإلكترونية الجزائرية؟ وتفرع عنه تساؤلات ثانوية هي: ما هي أهمية التخطيط الاستراتيجي في المؤسسة الصحفية؟ ما هي عوائق التخطيط الاستراتيجي في الصحافة الإلكترونية الجزائرية؟ ما هو تأثير الفراغ القانوني على التخطيط الاستراتيجي في الصحافة الإلكترونية الجزائرية؟ ما هو الإطار القانوني الذي تحتاج إليه الصحافة الإلكترونية الجزائرية في وضع مخططها الاستراتيجي؟

✓ الإجراءات المنهجية للدراسة

- اعتمدت الباحثة على المنهج الوصفي التحليلي لتصوير واقع الصحافة الإلكترونية الجزائرية بوصفه منهجا يؤهل إلى الكشف عن الظاهرة ومعالمها.
 - واستعانته بأدوات جمع بيانات هي:
 - الملاحظة المباشرة: بصفتها تقنية لتقصي الحقائق. ومكنت هذه الأداة من الاقتراب للظاهرة المدروسة.
 - المقابلة: استعملتها الباحثة مع القائمين بالاتصال والمسؤولين عن التخطيط الاستراتيجي.
- ### ✓ نتائج الدراسة

من خلال دراستها استنتجت الباحثة عدة نقاط نلخصها في الآتي:

- الصحيفة الإلكترونية الموجودة في الواقع الجزائري بعيدة عن مفهومها العلمي، فالملاحظ هو وجود صحف إلكترونية جزائرية تعتمد كلياً على روح وسمعة النسخة الورقية، كما أن الصحيفة الإلكترونية مرتبطة إدارياً بالكامل بالصحيفة الورقية، ويكتب فيها نفس الصحفيين، وحتى من حيث الشكل تلتزم بنفس تقسيم أبوابها وترتيبها كما وتحافظ على نفس أساليب الإبراز الورقية.
- لا تزال الصحف الإلكترونية عالية على الورقية مالياً، فهي لا تحقق أي مدخول مادي.
- ثمة مشروعات قوانين تهدف إلى إعادة تنظيم قطاع تكنولوجيا الاتصال في الجزائر، ومع هذا لا تزال هوية هذا القطاع غير واضحة، ذلك لأن عدم الاعتراف بقانونية هذا النمط من الإعلام يضعف إمكانية شيوع الإنترنت وتطور الصحافة الإلكترونية التي تتطلب تنظيمًا على نحو مكافئ للتنظيم القانوني للصحافة الورقية التقليدية.
- ضرورة إرساء مفاهيم إدارية وتحريرية خاصة بالنسخ الإلكترونية، مع أهمية الفصل نهائياً بين سياسة التحرير المتبعة مع الصحيفة المطبوعة، وما ينبغي أن تكون عليه إجراءات إنتاج وإصدار المحتوى الإلكتروني.
- وجوب التوسع في برامج وخطط تطوير مواقع الصحف الإلكترونية الجزائرية واستراتيجيات تدريب العاملين على المواقع، مع زيادة الخدمات ذات السمة الجماهيرية كخدمة البريد الإلكتروني المجاني، تحميل برامج مجانية وغير ذلك من عوامل جذب القراء إليها.
- إن التخطيط في المؤسسة الإعلامية ضرورة بل وصار في الوقت الراهن العمود الفقري وأساس الأداء المهني الجيد ونجاح العمل الإعلامي، ولو أن التخطيط الاستراتيجي في الصحافة الجزائرية المكتوبة والإلكترونية غير واضح المعالم، إضافة إلى عدم وجود تنظيم قانوني فعال للإعلام الإلكتروني.

• الدراسة الثانية

أنجزت هذه الدراسة من قبل الباحثة بوسجرة ليليا من جامعة الجزائر 3، خلال العام 2010/2011، وسمتها بـ "الصحافة الإلكترونية وأثرها الاقتصادي على الصحافة المكتوبة في الجزائر".

✓ إشكالية الدراسة وفرضياتها

تحاول هذه الدراسة تحليل عملية الانتقال من الطبعة المكتوبة نحو جريدة ذات طبعة إلكترونية من خلال دراسة البيانات الحسابية لجريدتين جزائريتين الوطن والخبر، وذلك محاولة للإجابة عن التساؤلين الرئيسيين الآتيين: ما هو الأثر الاقتصادي للصحافة الإلكترونية على الصحافة المكتوبة في الجزائر؟ وما هي التداعيات الاقتصادية للرقمنة على الصحافة المكتوبة في الجزائر لا سيما على جريدتي الخبر والوطن؟ للإجابة على هذه الإشكالية قدمت الباحثة ثلاثة فروض هي:

- ينخفض حجم مبيعات الصحافة المكتوبة مع ازدياد قراء الصحافة الإلكترونية.
- ينخفض عدد الصفحات الإشهارية للصحافة المكتوبة مع ازدياد الصفحات الإشهارية في الصحافة الإلكترونية.
- تنخفض مبيعات الجرائد مع ازدياد مستعملي شبكة الإنترنت في الجزائر.

✓ الإجراءات المنهجية للدراسة

- فيما يخص منهج الدراسة، فإن المنهج الوصفي التحليلي هو الأكثر ملائمة مع طبيعة الدراسة (بوسجرة نيليا، 2012، 12).

✓ نتائج الدراسة

- الصحافة الإلكترونية في الجزائر متأخرة نسبيا عن نظيرتها في تونس والمغرب حيث تحتل المرتبة الثالثة حسب دراسة مكتب الدراسات SIGMA في العام 2009.
- الإشهار في الصحافة المكتوبة في الجزائر يحتل المرتبة الأولى مقارنة بوسائل الإعلام الأخرى (الإذاعة، التلفزيون والإنترنت) حسب مكتب الدراسات SIGMA العام 2009 (المرجع السابق، 166).
- الإشهار في الصحافة الإلكترونية يمثل نسبة 0,6% من الحجم الكلي للإشهار في الصحافة المكتوبة.
- عدد المشتركين في الإنترنت في الجزائر يقدر 920.000 مشترك من أصل 6 ملايين مستخدم ويبقى هذا الرقم محدودا جدا مقارنة بعدد سكان الجزائر.
- عدد زوار المواقع الإلكترونية للصحف في تزايد مستمر حيث بلغ 275.000 سنة 2011 بالنسبة للموقع الإلكتروني لجريدة الخبر و 22.000 زائرا بالنسبة للموقع الإلكتروني لجريدة ElWatan هذه الزيادة لم تؤثر على حجم المبيعات الذي شهد بدوره تطورا ملحوظا في السنوات الأخيرة (المرجع السابق، 166).
- عدم توفر البطاقات البنكية يمنع المعلنين من عرض منتجاتهم على الصحافة الإلكترونية كون هذه الأخيرة تعتمد على الضغط " Le Click " لاقتناء المنتج والجزائر لا تعتمد هذه التقنية.
- القدرة الشرائية للمواطن الجزائري تمنعه لحد الآن من امتلاك جهاز الكمبيوتر، بالرغم من انخفاض الأسعار مقارنة بالسنوات السابقة، حيث بلغ عدد المالكين لجهاز الإعلام الآلي سنة 2010 سبعة ملايين.
- الدخل المتواضع أيضا للعائلات الجزائرية لا يسمح لها بالاشتراك في الإنترنت رغم تدني الأسعار بشكل نسبي بالنسبة للسنوات السابقة.

- ضعف أسعار الإشهار على المواقع الإلكترونية للصحافة يعود إلى توفر مساحات كبيرة للإشهار عبر مختلف محركات البحث.
- نمو بطيء للإشهار في الصحيفة الإلكترونية لكنه مستمر، وهذا ما يوحي باستقلال مالي للنسخة الإلكترونية على المدى المتوسط.
- رغم التزايد المستمر في عدد مبيعات النسخة الورقية وفي نسب الإشهار نجد أن كل من جريدتي الخبر و El Watan تواجهان مشاكل مالية لتسديد نفقات المؤسستين ويظهر هذا جليا في العجز الهيكلي المالي، وحله الوحيد هو زيادة رأسمال الشركة.
- لم تتأثر مبيعات النسخة الورقية بزيادة عدد زوار المواقع الإلكترونية للجريدة.
- لم تؤثر زيادة عدد المشتركين لجريدة El Watan وزيادة عدد الزوار في كلا الموقعين للجريدتين في زيادة نسبة الإشهار على الموقعين الإلكترونيين.
- عدم توفر أجهزة الكمبيوتر أو وسائل الاتصال الحديثة ذات الاستعمال الشخصي مثل I Phone لدى كل فرد.
- معظم الأفراد المستخدمين للإنترنت يتوجهون إلى مقاهي الإنترنت أو في أماكن العمل.
- أكدت دراسة لمكتب الدراسات Med Com سنة 2008 على أن جمهور الإنترنت يتصفح جريدة "الخبر" يوميا بشكل منتظم بنسبة 49,52% و 40,95% يتصفحونها أحيانا، و 6,66% لا يتصفحون الجريدة إطلاقا، و 1,90% لا يعرفون موقع جريدة "الخبر". أما بالنسبة لجريدة "El Watan" فيتصفحها بانتظام 10,47%، و 20,95% أحيانا و 57,14% لا يتصفحونها و 11,42% لا يعرفون موقعها إطلاقا (المرجع السابق، 168).

• الدراسة الثالثة

أجريت هذه الدراسة من طرف الباحثة بوتلجي إلهام من جامعة الجزائر 3، العام 2011/2010، عنونها بـ "الصحافة الإلكترونية الجزائرية واتجاهات القراء دراسة مسحية لجمهور جريدة الشروق أون لاين". حاولت الباحثة دراسة اتجاهات جمهور الصحف الإلكترونية الجزائرية وعلى وجه الخصوص اتجاهات جمهور جريدة الشروق أون لاين.

✓ إشكالية الدراسة وأسئلتها

- حاولت الباحثة معالجة الموضوع من خلال طرح الإشكالية التالية: ما هي اتجاهات جمهور جريدة الشروق أون لاين نحو القضايا المطروحة؟ وطرحنا تساؤلات فرعية، على النحو التالي:
- ما هي الخصائص العامة لقراء الشروق أون لاين؟
 - كيف ينظر الجمهور للصحيفة الإلكترونية الشروق أون لاين؟
 - ما هي عادات استعمال قراء الشروق لخدماتها؟
 - ما هي علاقة اتجاهات قراء الشروق أون لاين بالمتغيرات الديموغرافية؟

✓ الإجراءات المنهجية للدراسة

- اعتمدت الباحثة على منهج المسح لأنه أنسب المناهج العلمية الملائمة للدراسات الوصفية بصفة عامة، ولدراسة جمهور وسائل الإعلام بصفة خاصة (يوثلي إلهام، 2011، 17). واختارت منه الباحثة المسح بالعينة وهذا نظرا لحجم الجمهور الكبير الذي يستلزم الدراسة الجزئية للمفردات عن طريق العينة.

- اعتمدت الباحثة على أدواتي المقابلة الحرة والاستبيان.

- في إجراءات اختيار العينة، فضلت الباحثة استخدام العينة العشوائية غير الاحتمالية وحرصا منها للوصول لجمهور الشروق أون لاین قامت بنشر الاستمارة على الموقع وهذا بعد تصميم استمارة الاستبيان في شكل إلكتروني لدى مختص في هذا المجال، وجعلها تتكيف وتصميم الموقع حتى يتسنى لقراء الشروق الاطلاع عليها بمجرد فتح الصفحة الرئيسية للجريدة الإلكترونية الشروق أون لاین، حيث تم تخصيص أيقونة لها تظهر بعنوان "شارك معنا في سبر آراء مفصل حول الشروق أون لاین".

وتم نشر الاستمارة منذ تاريخ 17 أبريل 2011 إلى غاية 1 ماي 2011، أي ما يقارب 15 يوما كانت كافية لتحديد عينة الدراسة، حيث أجاب على الاستمارة 1588 شخص، استبعدت تسعة لعدم تمكنها من حفظ جميع الإجابات إلكترونيا، لتبقى 1579 مفردة بحيث تم ترتيبها تلقائيا بفضل قاعدة بيانات كانت موصولة بالاستمارة الإلكترونية حيث تلقت الإجابات في جدول مُرَمَّزٍ وخاص بكل إجابة، ونظرا للعدد الكبير للعينة المتحصل عليها، قامت بالإبقاء على الإجابة الأولى والغاء الثانية، وهكذا دواليك، وهذا لغرض إعطاء الفرصة لكل مفردات العينة للظهور لأن الإجابات كانت على مدار 15 يوم، إلى أن تحصلت على 790 مفردة بحثية تم اعتمادها لتحليل نتائج الدراسة (المرجع السابق، 20).

✓ نتائج الدراسة

توصلت الباحثة عقب دراستها الميدانية إلى عدة نتائج كالاتي:

- 1- حول الخصائص العامة لقراء الشروق أون لاین:
 - جمهور الشروق أون لاین ذكوري.
 - يمثل الشباب أكبر نسبة من قراء الشروق أون لاین.
 - جمهور الشروق أون لاین أغلبهم يتمتع بمستوى تعليمي جامعي وثانوي.
 - يمثل أصحاب الأعمال الحرة أعلى نسبة من القراء، يليهم الطلبة، ثم الموظفين.
 - إن قراء الشروق أون لاین أغلبهم عزاب، يليهم المتزوجون بأقل نسبة.
 - يقطن أغلب قراء الشروق أون لاین داخل الوطن (الجزائر)، ونسبة قليلة منهم مقيمون خارج الوطن (المرجع السابق، 262).

2- نظرة الجمهور للصحيفة الإلكترونية الشروق أون لاین كانت كالاتي:

- معظم أفراد العينة يطلعون على الصحيفة الإلكترونية الشروق منذ أكثر من سنة.
- تصميم موقع الشروق أون لاین بالنسبة لأفراد العينة ما بين المتوسط والجيد.

- تباينت آراء جمهور الشروق أون لاين حول خدمة الوسائط المتعددة بالموقع، ما بين الذين يرون أنها بشكل غير كاف والذين نالت إعجابهم.
- اختلفت آراء أفراد العينة حول المواضيع المعالجة بموقع الشروق أون لاين ما بين العادية والمميزة.
- 3- بالنسبة لعادات استعمال قراء الشروق أون لاين لخدماتها توصلت الباحثة إلى النتائج التالية:
 - المكان الأول لتصفح أفراد العينة للجريدة الإلكترونية الشروق أون لاين هو البيت يليه العمل، مع تراجع لنسب تردد القراء على مقاهي الإنترنت.
 - يعتبر أفراد العينة من المداومين على تصفح الشروق أون لاين يوميا أي أنهم يمثلون الجمهور الفعلي للموقع.
 - المدة الزمنية التي يقضيها قراء الشروق أون لاين في تصفحه والاستفادة من خدمات الموقع هي أقل من ساعة (المرجع السابق، 263).
 - الوقت المفضل لأفراد العينة لتصفح الشروق أون لاين هو في الصباح.
 - أكثر ما يشد أفراد العينة لجريدة الشروق أون لاين هي الأخبار.
 - يفضل أفراد العينة تصفح الموقع الإلكتروني للشروق بدل قراءة النسخة الورقية.
 - أفراد العينة يكتفون بتلقي الأخبار كما هي دون المشاركة فيها بإبداء رأيهم إلا أحيانا، ومنهم من يربط مشاركته بالتفاعلية بنوعية المواضيع المعالجة بالموقع.
 - يطلع أغلبية المبحوثين على موقع الشروق أون لاين باللغة العربية.
- 4- توضحت معالم علاقة اتجاهات قراء الشروق أون لاين بالمتغيرات الديموغرافية كالآتي:
 - الاتجاه السائد لدى الإناث فيما يخص تناول الشروق أون لاين للقضايا الأمنية هو بدون رأي، أي أن الإناث لا يملن إلى هذه المواضيع بطبيعتهم، فيما كان الاتجاه الغالب لدى الذكور بين دون رأي، وموافق.
 - تختلف اتجاهات الذكور والإناث فيما يخص تناول الشروق أون لاين للمواضيع الرياضية، بحيث أن الاتجاه السائد لدى الإناث هو غير موافق، فيما كان الاتجاه السائد لدى الذكور موافق بشدة.
 - هناك فروق بين المبحوثين داخل الوطن وخارجه في اتجاهاتهم نحو طريقة معالجة الأحداث بين مصر والجزائر في الموقع بحيث أن اتجاه المبحوثين داخل الوطن إيجابي، فيما كان اتجاه المبحوثين خارجه سلبيا.
 - كلما زاد المستوى التعليمي للمبحوثين كلما كان اتجاههم أقوى وطريقة وعيهم بقضية الصحراء الغربية مبنية على عدة اعتبارات، لكن الاتجاه الغالب لدى جميع المستويات نفسه ولا توجد أية فروق (المرجع السابق، 266).

• الدراسة الرابعة

وسميت هذه الدراسة بـ "استخدامات النخبة للصحافة الإلكترونية وانعكاساتها على مقروئية الصحف الورقية أساتذة باتنة نموذجا"، أجراها الباحث حمدي محمد الفاتح من جامعة باتنة العام 2010/2009. وتسلط الدراسة الضوء على مدى إقبال النخبة الجزائرية على هذا النوع الجديد من وسائل الإعلام الحديثة "الصحافة الإلكترونية"، ومدى تأثيره على مستقبل الصحافة الورقية في الجزائر.

✓ إشكالية الدراسة وفرضياتها

طرح الباحث التساؤل الرئيسي الآتي: ما مدى استخدام النخبة الجامعية الجزائرية للصحافة الإلكترونية وتأثير ذلك على مستقبل الصحافة الورقية؟ (محمد صدي الفاتح، 2010، 21). وفصل هذا التساؤل في تساؤلات فرعية هي:

- 1- ما دوافع وأسباب تعرض النخبة الجامعية الجزائرية للصحف الإلكترونية الجزائرية والعربية والأجنبية؟
- 2- ما الإشباعات المحققة من استخدام النخبة الجامعية للصحف الإلكترونية الجزائرية والعربية والأجنبية؟
- 3- ما المضامين المفضلة لدى النخبة الجامعية في مواقع الصحف الإلكترونية الجزائرية والعربية والأجنبية؟
- 4- ما اتجاهات النخبة الجامعية نحو درجة تأثير الصحف الإلكترونية على واقع الصحف الورقية؟
- 5- ما تصورات النخبة الجامعية لمستقبل العلاقة بين كل من الصحف الإلكترونية والورقية؟

إجابة عن هذه التساؤلات صاغ الباحث فروضا هي:

- 1- تعد سهولة الحصول على الصحافة الإلكترونية وتناولها للعديد من المواضيع بالشرح المفصل الذي يسمح للقارئ بالاطلاع على الأحداث اليومية بشكل فوري دافعا قويا في إقبال النخبة الجامعية على تصفح الصحيفة الإلكترونية.
- 2- تعد الحاجات الإعلامية والصحفية من الأخبار والمعلومات المتنوعة التي تحدث في العالم في مقدمة الإشباعات التي تسعى النخبة الجامعية لتحقيقها من خلال تعرضها لقراءة الصحف الإلكترونية.
- 3- تعد الموضوعات السياسية من أخبار وأحداث عالمية وحوارات ونقاشات تدور حول قضايا سياسية من الموضوعات الأكثر تفضيلا لدى النخبة الجامعية أثناء تعرضهم للصحف الإلكترونية.
- 4- كلما تعددت مواضيع وتقنيات الإخراج الصحفي وجودة الصورة عبر صفحات الجرائد الإلكترونية أدى ذلك إلى تراجع مقروئية الصحف الورقية لدى النخبة الجامعية.
- 5- إن تطور الصحف الإلكترونية من ناحية المواضيع والإخراج الصحفي لن يلغي مقروئية الصحف الورقية في المستقبل القريب والبعيد وهذا نظرا لدواعي صحية وأخرى معلوماتية لدى النخبة الجامعية (المرجع السابق، 22).

✓ الإجراءات المنهجية للدراسة

- تتدرج الدراسة ضمن الأبحاث الوصفية. واختار منها الباحث منهج المسح الوصفي بالعينة.
- انطلاقا من طبيعة البحث اعتمد الباحث على أداتين هما: الاستبيان (كأداة أساسية)، بالإضافة إلى الملاحظة كأداة مساعدة إلى جانب الاستبيان.
- قدر العدد النهائي لعينة الدراسة بـ 241 مفردة بعد إلغاء 09 استمارات وضياع 200 استبياننا فالعدد الذي وزع في البداية على مجتمع الدراسة يقدر بـ 450 استبياننا.

✓ نتائج الدراسة

- أفضت الدراسة الميدانية التي طبقها الباحث إلى:
- الفرضية الأولى: تبين من خلال نتائج الدراسة الميدانية صحة هذه الفرضية، لأن أغلبية أعضاء النخبة الجامعية يتصفحون الصحف الإلكترونية الجزائرية والعربية والأجنبية بدافع الحصول على المعلومات والأحداث والتفاصيل والتحليلات عما يقدم عبر هذه المواقع.
 - الفرضية الثانية: اتضح من خلال النتائج المسجلة بأن هذا الفرض صحيح، لأن جل أعضاء النخبة الجامعية يسعون من أجل تحقيق الإشباع الإعلامي والصحفية من خلال تعرضهم لكل من الصحف الإلكترونية الجزائرية والعربية والأجنبية.
 - الفرضية الثالثة: من النتائج التي توصل إليها الباحث حدد بأن هذا الفرض صحيح، لأن الموضوعات السياسية جاءت على رأس الموضوعات التي يفضلها أعضاء النخبة الأكاديمية، سواء في الصحف الإلكترونية الجزائرية والعربية والأجنبية.
 - الفرضية الرابعة: من النتائج المتوصل إليها يمكن القول بأن هذا الفرض غير صحيح، لأنه رغم ما تقدمه الصحف الإلكترونية من جودة في الإخراج والتصميم لمواقعها ومحتوياتها إلا أن أعضاء النخبة الجامعية يقرؤون الصحف الورقية بحجم كبير.
 - الفرضية الخامسة: من خلال نتائج الدراسة يمكن القول بأن هذا الفرض صحيح، حيث يرى أعضاء النخبة بأن الصحف الإلكترونية لن تلغي الصحف الورقية لأن التاريخ أثبت بأن ظهور وسيلة إعلامية جديدة لا يلغ الوسيلة التي ظهرت قبلها، وإنما تعمل هذه الوسيلة الجديدة "الصحف الإلكترونية" على دعم الوسيلة القديمة "الصحف الورقية" (المرجع السابق، 352، 353).

• الدراسة الخامسة

هي دراسة للباحثة قدواح منال من جامعة قسنطينة، عنونها بـ "اتجاهات الصحفيين الجزائريين نحو استخدام الصحافة الإلكترونية دراسة ميدانية"، أنجزت العام 2008/2007.

✓ إشكالية الدراسة وفروضها

طرحت الباحثة تساؤلاً محورياً هو: ما هي اتجاهات الصحفيين الجزائريين نحو استخدام الصحافة الإلكترونية بشتى أنواعها المحلية والعربية والغربية؟

وقد صاغت الباحثة فرضيتين للإجابة عن تساؤل الدراسة المحوري، وقدمت مؤشرات لهما من أجل القياس الميداني عبر الاستبيان المقدم للصحفيين عينة الدراسة كالاتي:

*الفرضية الأولى: الصحفيون الجزائريون لهم اتجاهات سلبية نحو توسيع استخدام الإنترنت في العمل الصحفي. المؤشر الأول: ضعف المهارة التقنية.

المؤشر الثاني: هيمنة التسلية.

المؤشر الثالث: التشبث بالصحافة الورقية.

*الفرضية الثانية: الصحفيون الجزائريون لهم اتجاهات سلبية نحو قراءة الصحافة الإلكترونية.

المؤشر الأول: قراءة غير منتظمة للصحف الإلكترونية.

المؤشر الثاني: قراءة للصحف الإلكترونية الغربية للضرورة (منال قذوح، 2008، 23).

✓ الإجراءات المنهجية للدراسة وأدواتها

- تدخل هذه الدراسة ضمن سلسلة الدراسات الوصفية واستخدمت الدراسة أداة الاستبيان لتحقيق أهدافها.

- اختارت الباحثة عينة حصصية حيث تم إجراء مسح لمجموعة تتكون من 08 جرائد يومية وطنية خصوصا أنه من الصعب التعامل مع كل الجرائد التي تصدر على المستوى الوطني، كما تمت مراعاة نوع الصحف حيث تتراوح بين الخاصة والعامة، وقسمت الصحف إلى حصتين على أساس لغة الصدور وتتكون من 04 جرائد تصدر باللغة العربية و04 تصدر باللغة الفرنسية، بالإضافة إلى أخذ حصص متساوية تقدر بـ 13 صحفي من كل جريدة. وقد اعتمدت الباحثة على أسلوب المصادفة في اختيار الصحفيين الممثلين لكل جريدة، حيث بلغ العدد الإجمالي لمجتمع البحث 902 صحفي حددت التعامل مع حجم عينة مقدر بـ 104 مفردة من إجمالي صحفيي الجرائد الثمانية العاملين بالجزائر العاصمة وقسنطينة، 52 صحفي ينتمون للجرائد الصادرة باللغة العربية و52 ينتمون لتلك الصادرة باللغة الفرنسية، أي ما يمثل تقريبا نسبة 10 % من مجتمع الدراسة، رأت الباحثة أنها كافية لمعرفة توجهات الصحفيين الجزائريين تجاه الموضوع.

✓ نتائج الدراسة

- الاتجاه نحو مؤشري ضعف المهارة التقنية والتشبث بالصحافة الورقية من الفرضية الأولى: الصحفيون الجزائريون لهم اتجاهات سلبية مترددة نحو توسيع استخدام الإنترنت في العمل الصحفي وبالتالي لم يتحقق كل من المؤشرين، في حين أن الاتجاه ايجابي قوي نحو مؤشر هيمنة التسلية وبالتالي فإن السمة الغالبة على الاتجاه نحو الفرضية هي التردد مما يثبت عدم صحة فرضيتنا البحثية الأولى أي أن الصحفيون الجزائريون اتجاهاتهم ليست سلبية نحو توسيع استخدام الإنترنت في العمل الصحفي.

- يشير متوسط شدة الاتجاه نحو مؤشر "عدم الانتظام في قراءة الصحف الإلكترونية"، ومقاومة انتشار الصحافة الإلكترونية الممثلين للفرضية الثانية: الصحفيون الجزائريون لهم اتجاهات سلبية نحو قراءة الصحف الإلكترونية إلى قوة في الاتجاه السلبي نحوها، ولا يوجد اتجاه ايجابي إلا نحو مؤشر واحد وهو قراءة الصحف الإلكترونية الأجنبية للضرورة، مما يثبت قوة في الاتجاه السلبي نحو الفرضية وهذا بدوره يثبت عدم صحة فرضيتنا بمعاداة الصحفيين الجزائريين لقراءة الصحف الإلكترونية، ذلك أنهم لا يريدون التوقع في دائرة الإعلام التقليدي بل يحبون التطلع واستكشاف آخر مستجدات عالم الاتصال ويحبون دخول هذا العالم بالرغم من الإمكانيات غير المتاحة ومن الظروف الصعبة التي يعيشونها.

• الدراسة السادسة

عنونت هذه الدراسة بـ " الصحافة الإلكترونية في الجزائر: بين تحدي الواقع والتطلع نحو المستقبل"

للباحثة يمينة بلعالي من جامعة الجزائر، أنجزت في أفريل 2006.

✓ إشكالية الدراسة وأسئلتها

تهدف الباحثة من خلال هذا الموضوع إلى دراسة واقع الصحافة الإلكترونية في الجزائر، وكيفية تطويرها، نظرا لما تقدمه من مساحة للحرية، ومدى تأثير الصحافة المكتوبة بها وعليها. وقامت بطرح عدة تساؤلات من أجل ضبط مسار بحثها هي:

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

* إلى أي مدى استطاعت الصحافة الإلكترونية أن تلغي مشاكل الرقابة، النشر، التوزيع، التي تعاني منها الصحافة المكتوبة بالجزائر؟

* ما هي طبيعة العلاقة بين الصحافة المكتوبة والصحافة الإلكترونية في الجزائر: علاقة صراع، تكامل، أم إلغاء؟

* كيف نقيم التجربة الجزائرية في ميدان الصحافة الإلكترونية؟

* هل توفر الجزائر على المستوى الرسمي كل الظروف والشروط لتهيئة الجزائر نحو الانسجام مع مختلف التطورات التكنولوجية في قطاع الاتصالات؟

* ماذا أعدنا على المستوى الشعبي لتعبئة وتوعية وتأهيل الفرد الجزائري ليجيد اللعبة الإلكترونية كمستهلك رئيسي في هذه العملية القائمة على الشق الاقتصادي المنادي بالحرية في جميع أوجه الحياة المختلفة بدء بالعملية التربوية ووصول إلى التعاملات التجارية اليومية؟

* هل وفرنا له كل الوسائل والمعدات الآلية بحيث تكون منسجمة مع طبيعة وقدرة المواطن الشرائية لآلات لازالت في نظره من الكماليات وليست من ضروريات الاستعمال اليومي في كل وجميع الأنشطة اليومية، وصفة الإلزامية في الاستعمال إلى اليوم تغيب عنها حتى نلج إلى مجتمع المعلومات بصورة واضحة؟ (يمينه بلعالي، 2006، 13).

✓ الإجراءات المنهجية للدراسة وأدواتها

- إن تناول واقع الصحافة الإلكترونية في الجزائر، يستدعي دراسة ترصد وتصف الواقع وما يوجد به من معلومات وما يوجد في الميدان، مع محاولة تحليل الواقع على ضوء هذه المعلومات.
- تجميع معلومات الدراسة تطلب الكثير من المقابلات مع من ارتأت الباحثة ضرورة إما استقاء المعلومة منهم، أو تقديم توضيحات وتفسيرات، كل واحد من موقعه.

✓ نتائج الدراسة

إن ظهور الصحافة الإلكترونية في الجزائر كان وليد غزو تكنولوجي عالمي، لا يفرق بين قدرة المجتمع على استيعاب هذا النوع الإعلامي الجديد ماديا واجتماعيا أم لا، لذلك نلاحظ أن هذه الصحافة الإلكترونية ما هي إلا مولود تكنولوجي دخيل، لم نستعد له في مجتمعنا لا قانونيا بوضع الأطر التشريعية له، ولا سياسيا بإدراج مقوماته في ظل الدائرة التربوية والتعليمية أثناء عملية إعداد النشء ولا فكريا أو ثقافيا بالمساهمة في إعداد

المضامين الإعلامية الإلكترونية الملائمة لكل فئة عمرية ولكل طبقة اجتماعية على حدة، ولا اقتصاديا بتهيئة الجو العام الاقتصادي المرتبط بالنظم المصرفية والبنكية والتي على أساسها يتم إعداد المجتمع نحو أفكار السوق الإلكترونية، ولا تكنولوجيا بتصنيع متطلباتها وتخفيض أعبائها، ولكن وبالرغم من ذلك نقول أن تجربة الصحافة الوطنية على الخط تعتبر تجربة إيجابية فتحدث الموقع الإلكتروني بصورة يومية، يعتبر كسب رهان أمام معوقات التكنولوجيا، بوصول الطبقات المحلية إلى كل العالم، ثم استمرارية بعض المواقع الإخبارية المحضة في النشر منذ سنة 1998 إلى يومنا هذا يعتبر بداية مشجعة نحو فتح هذا الباب العالمي الذي يقود إلى رسم حدود الدولة إعلاميا في العالم الإلكتروني، لذلك يجب تهيئة المجتمع من كل النواحي خاصة من الناحيتين الاقتصادية والمعرفية، حتى تستطيع بلادنا أن تستفيد من هذا التطور التكنولوجي الإعلامي الهائل (المرجع السابق، 182).

• الدراسة السابعة

هي بحث عنونته صاحبه الباحثة سعاد ولد جاب الله في إطار نيلها لشهادة الماجستير في جامعة الجزائر بـ "الهوية الثقافية العربية من خلال الصحافة الإلكترونية دراسة وصفية لعينة من الصحف الإلكترونية العربية 1 سبتمبر 2004 - 31 أوت 2005".

✓ إشكالية الدراسة وأسئلتها

تهدف هذه الدراسة إلى الاطلاع على واقع الهوية الثقافية العربية في الصحافة الإلكترونية العربية من خلال معالجة الإشكالية التالية: كيف تجلت الهوية الثقافية العربية في الصحف الإلكترونية العربية؟ ولدراسة هذه الإشكالية تم تفكيكها إلى التساؤلات التالية:

- ما هي المكانة التي يحتلها العرب في سلم التطور التكنولوجي في ميدان الاتصال؟
- ما هو واقع الصحافة الإلكترونية العربية؟
- هل تمكنت الصحف العربية من التكيف مع وسيطها الجديد؟
- ما هي العناصر الأساسية التي تتجلى في إطارها الهوية الثقافية العربية؟
- ما هي التحديات التي تواجه الهوية الثقافية العربية في إطار ما يعرف بالعولمة؟
- هل أسس العرب فكريا لعمليات الاحتكاك التي تشهدها هويات العالم الثقافية؟
- هل تمكنت الصحف الإلكترونية العربية من إبراز ملامح الخصوصية الثقافية العربية؟
- هل تمكنت الصحف الإلكترونية العربية من خدمة قضايا اللغة العربية والدين الإسلامي والتراث العربي باعتبار أنها أهم عناصر الهوية الثقافية العربية؟
- ماذا تقدم الصحف الإلكترونية العربية للثقافة العربية في إطار التنشئة والإبداع الثقافيين؟ (سعاد ولد جاب الله، 2005-2006، 11).

✓ الإجراءات المنهجية للدراسة وأدواتها

- اعتمدت الباحثة على المنهج الوصفي، وقد ارتكزت منه على المنهج المسحي بحكم ملاءمته لطبيعة دراستها.

- تحليل المحتوى (الأسلوب الكمي): والذي يعتبر إحدى أدوات البحث التي تستخدم في معالجة المحتوى الإعلامي بشكل أساسي (المرجع السابق، 19).
- لقد تم الاعتماد على العينة التطبيقية التي تقوم على أساس تقسيم المجتمع الأصلي إلى فئات أو طبقات متجانسة من حيث طبيعة المعلومات والبيانات المدروسة. وذلك لظهور مجتمع البحث المدروس في طبقتين أولهما الصحف الإلكترونية البحتة، وثانيهما الطبقات الإلكترونية للصحف الورقية، وقد تم اختيار وحدات العينة وفقا للأسلوب القسدي " الذي يقوم على التقدير الشخصي للباحث، وهذا انطلاقا من دراستها لكاملة والمفصلة لما يحتويه مجتمع البحث من مفردات ولطبيعة هذه الأخيرة. وقد تم اختيار 22 صحيفة إلكترونية عربية تمت متابعة ودراسة محتوياتها الثقافية خلال الفترة الممتدة من 01 سبتمبر 2004 إلى 31 أوت 2005 .

✓ نتائج الدراسة

توصلت الباحثة إلى جملة من النتائج أهمها:

- مازال العرب دون المستوى المطلوب في مجال تكنولوجيا الاتصال، حيث يتربع الوطن العربي في خانة المستورد لهذه التكنولوجيا ولا تتجاوز مجالات تصنيع المعدات الاتصالية به عمليات التركيب.
- شهدت السنين القليلة الماضية ميلاد العديد من الصحف الإلكترونية العربية، وتزاحم الطبقات الإلكترونية للصحف الورقية في الإنترنت إلا أن مستوى الخدمات في هذه الصحف ظل دون المستوى كما أن أساليب النشر لم تتغير بتغير الوسيط.
- ما تزال الصحف الإلكترونية العربية في مراحلها الأولى من عمليات التأقلم والتكيف مع الوسيط الإلكتروني الجديد، يظهر ذلك في مستوى الخدمات المتوفرة من جهة وطرق عرض موادها الصحفية من جهة ثانية والتي يبرز من خلالها عدم الاستغلال الأمثل لما يتيح الوسيط الجديد من مزايا (المرجع السابق، 289).
- تتجلى الهوية الثقافية العربية بشكل رئيسي في الدين الإسلامي، اللغة العربية والتراث الإسلامي العربي ويكون للثقافة الثقافية والإبداع الثقافي دور رئيسي في الحفاظ على معالم هذه الهوية.
- تواجه الهوية الثقافية العربية جملة من التحديات التي تتعرض لها كل هويات العالم والمتمثلة في الاندثار على وقع المد الهادر للعولمة، غير أن اقترانها بالإسلام يضعها في خط المواجهة الأول، على اعتبار أن صراع الثقافات يبدأ على خطوط التماس الغربية الإسلامية، ولنا أن نتصور مصير اللغة والتراث العربيين في إطار هذا التوجه.
- فاللغة العربية إضافة إلى ما تعانيه جراء انتشار اللغة الإنجليزية الذي يغذي إمكانيات انحصارها بشكل مستمر، هي لغة القرآن والتحديات التي يواجهها الإسلام مثلما بينا سابقا، لا بد وأن يكون له انعكاس عليها.
- وعلى نفس الشاكلة يتحول التراث العربي - في إطار العولمة - إلى مجرد فلكور لا صلة له بمستقبل الأمة العربية، ولأن التاريخ الإسلامي يكون أحد العناصر الأساسية للتراث العربي فإن ضلال التحديات المفروضة على الإسلام ستمتد لتطال التراث بكافة عناصره.

- أسس العرب فكريا لعمليات الاحتكاك التي تشهدها هويات العالم الثقافية ولعل أبرز ما قدمه العرب في هذا المجال نظرية تعارف الحضارات التي قدمها زكي الميلاد مستلهما أفكارها من القرآن الكريم.
- تبرز الصحف الإلكترونية العربية ملامح الخصوصية الثقافية بشكل ضعيف ذلك أن المواضيع المعالجة في هذا الإطار تقدم عناصر الهوية الثقافية بمعزل عما يترصدها من تحديات.
- تهتم الصحف الإلكترونية العربية بقضايا التراث العربي وتستغرق في إحياء عناصر التاريخ العربي الإسلامي والعادات والتقاليد العربية كما تهتم بشكل واضح بالتقديم للفكر العربي والآثار القديمة والعمران العربي.
- لا تتعامل الصحف الإلكترونية العربية مع مواضيع الدين الإسلامي إلا في إطار ما تستقره الأحداث اليومية، هذا ما عدا الصحف التي تدرج للدين أركاناً خاصة تسهب - في إطارها- في تقديم مواضيع الدعوة، في حين تقل بشكل سافر المواضيع التي تربط الإسلام بواقع تحديات العولمة وتكنولوجيا الاتصال.
- لا تهتم الصحف الإلكترونية العربية باللغة العربية على الرغم مما تشهده هذه الأخيرة من تحديات. وفي إطار إجمالي ما نشر من مواضيع في هذا الشأن تشكل قواعد اللغة العربية أكبر اهتمامات الصحف.
- تهتم الصحف الإلكترونية العربية بمواضيع التنشئة الثقافية مركزة في ذلك بشكل كبير على نشر وتبيان مكارم القيم الأخلاقية، في حين لا تساهم مواضيع الإبداع الثقافي بالشكل الكافي في الحفاظ على الهوية الثقافية العربية لاقتصارها على عرض مواضيع الفنون التمثيلية والموسيقية التي لا تقدم سوى أخبار الفنانين والممثلين (المرجع السابق، 290).

2-2- الدراسات العربية

في سعيها لجمع الدراسات السابقة قامت الباحثة بجرد عدد مرتفع منها عربياً حيث يتواجد فعليا العشرات من الدراسات التي عنت بظاهرة الصحافة الإلكترونية في مختلف الأقطار العربية. وكان من أولها دراسة حسني نصر وعصام عبد الهادي بعنوان "الصحافة الإلكترونية في دولة الإمارات العربية المتحدة" العام 1998 م، ودراسة نجوى عبد السلام فهمي بعنوان "تجربة الصحافة الإلكترونية المصرية والعربية" في نفس السنة (شعيب الغباشي، 2010، 192). وتوالت بعدهما الكثير من التجارب البحثية التي حصلت عليها الباحثة بشكل ورقي من جامعتها الأصلية، أو في شكلها الإلكتروني عبر قواعد بيانات عربية وأجنبية أتاحت لها خلال تريضات قصيرة المدى قامت بها في عدد من الدول العربية، من أجل ذلك حاولت الباحثة غرلة هذه الدراسات، واختارت منها بشكل نهائي فقط ما يدرس بشكل مباشر التفاعلية في الصحافة الإلكترونية، وصنفتها حسب عامل الزمن من الأحدث إلى الأقدم للتعرف على تاريخ البحث في التفاعلية في عالمنا العربي كالاتي:

• الدراسة الأولى

هي دراسة أقيمت بجامعة الشرق الأوسط بالأردن، للباحث نائر محمد تلاحمة تحت عنوان "حراسة البوابة الإعلامية والتفاعلية في المواقع الإخبارية الفلسطينية على شبكة الإنترنت" في إطار نيته لشهادة الماجستير في الإعلام، قدمت هذه الدراسة للمناقشة في ماي 2012.

✓ إشكالية الدراسة وأسئلتها

في ظل الثورة الرقمية وما أتاحتها لجميع وسائل الإعلام من بروز ونشاط على الشبكة العنكبوتية، تظن الباحثة نائل محمد تلاحمة إلى ضرورة دراسة الأدوار التي يقوم بها حراس البوابة في المواقع الإخبارية الفلسطينية في ظل ما تعرفه هذه المواقع من تفاعلية. وطرح في ذلك التساؤل الرئيسي التالي: ما هي الإمكانيات التفاعلية التي أتاحتها حراس البوابة الإعلامي الفلسطيني في هذه المواقع الإخبارية الفلسطينية للجمهور؟ وللإجابة عن هذا التساؤل فككه إلى تساؤلات فرعية هي:

- ما دور حراس البوابة في توجيه المواقع الإخبارية الفلسطينية؟
- لماذا تستخدم المواقع الإخبارية الفلسطينية أساليب توفر فيها خاصية مشاركة النص في مواقع التواصل الاجتماعي مثل (فايس بوك ويوتيوب وتويتر)؟
- هل تستخدم المواقع الإخبارية الفلسطينية نظام الوسائط المتعددة في نشر المادة الخبرية؟
- هل يوفر الموقع تعددا في الخيارات أمام زواره؟
- هل يوفر الموقع إمكانية الاتصال والتواصل مع الزوار؟
- هل يوفر الموقع إمكانية إضافة معلومات والتواصل مع المترددين من خلال ساحاته؟
- هل توجد آلية بحث وقاعدة بيانات بالموقع؟
- هل توجد آلية لتحديث الموقع؟
- هل تستخدم المواقع الإخبارية الفلسطينية أساليب تتيح ربط التفاعل مع النص الإخباري (الوصلات التشعبية)؟ (نائل محمد تلاحمة، 2012، 5).

✓ الإجراءات المنهجية للدراسة وأدواتها

- تنتمي هذه الدراسة إلى صنف الدراسات الوصفية التي تهدف إلى جمع الحقائق والبيانات عن ظاهرة التفاعلية في الصحافة الإلكترونية.
- اعتمدت على أداة الاستبيان حيث وزعه الباحث على عينة عشوائية من حراس البوابة الإلكترونية للمواقع الإخبارية الفلسطينية، وتم استخدام أسلوب سحب العينة الاحتمالية من بين 102 موقعا إخباريا فلسطينيا، وبناء على ذلك تم في الأخير سحب 31 موقعا من أصل 102 بتمثيل يقارب 30 بالمائة.

✓ نتائج الدراسة

أسفرت الدراسة عن جملة من النتائج التي أجابت عن تساؤلاتها كالاتي:

- يقوم حراس البوابة بدور الرقابة على تعليقات وإضافات المتصفحين بنسبة 77.4 بالمائة مقابل فقط 9.7 بالمائة من المواقع التي لا يقوم حراس بوابتها بالرقابة.
- 72.4 بالمائة من المواقع لديها أكثر من حارس بوابة، فقط 58.1 بالمائة من حراس البوابة لديهم الحرية الكاملة في الكتابة على الموقع.
- 67 بالمائة من المواقع تخضع كل التعليقات والإضافات المقدمة من المستخدمين للرقابة المسبقة.

- 71 بالمائة من المواقع تخصص مشاركة لموادها عبر أكثر من شبكة للتواصل الاجتماعي.
- 100 بالمائة من المواقع الإخبارية الفلسطينية تستخدم الوسائط المتعددة في مضامينها.
- تقدم المواقع الإخبارية الفلسطينية تعددا في الخيارات بالنسبة للمواضيع السياسية بنسبة 93 بالمائة ثم المواد الاجتماعية بنسبة 80 بالمائة، فالرياضية بنسبة 74 بالمائة. تليها الاقتصادية بـ 61 بالمائة، فأسعار العملات وأحوال الطقس بـ 48 بالمائة، وأخيرا مواد التسلية والترفيه بـ 41 بالمائة.
- وفرت 93 بالمائة من المواقع الإخبارية البريد الإلكتروني للقراء من أجل التواصل مع حارس البوابة مباشرة، في حين أن فقط 64 بالمائة منها هي التي وفرت البريد الإلكتروني لمحرر المادة الإعلامية.
- تقدم 74 بالمائة من المواقع الفرصة للمستخدمين بإضافة معلومات فقط عبر التعليقات. في حين فقط 32 بالمائة من مجمل هذه المواقع تتيح نقاشا بين الزوار عبر مساحات للحوار، بعدما خصصت فقط 19 بالمائة من هذه المواقع صفحات داخلها لمنتديات الحوار. أما عن إمكانية إضافة مقالات أو دراسات من قبل الزوار فأُتيح في 19 بالمائة فقط من المواقع الإخبارية.
- 93 بالمائة من المواقع الإخبارية تتيح البحث والأرشيف في مواقعها لزوارها.
- 100 بالمائة من حراس البوابة يقومون بتحديث المادة الإعلامية بشكل فوري لحظة وصولها.
- تتيح 74 بالمائة من المواقع استخدام النص الشعبي، وتنتقل 93 بالمائة من المواقع بين النص المختصر والنص التفصيلي، وتحيل فقط 29 بالمائة من المواقع المستخدم من نص لآخر يربط داخله.

• الدراسة الثانية

هي دراسة محكمة نشرت للأستاذ حسين إسماعيل حداد في مجلة آداب ذي قار بجامعة ذي قار بالعراق، عنونها بـ "مدى توفر تطبيقات التفاعلية في مواقع وكالات الأنباء العراقية على الإنترنت"، العام 2010.

✓ إشكالية الدراسة وأسئلتها

تناقش هذه الدراسة مدى مساهمة وكالات الأنباء العراقية لتطور شبكة الإنترنت ومدى توفر التطبيقات التفاعلية على مواقعها عبر دراسة ستة مواقع منها طارحة التساؤلين الآتيين: هل وظفت المواقع الإلكترونية لوكالات الأنباء العراقية السمات الاتصالية لشبكة الإنترنت متمثلة في تطبيقات التفاعلية؟ وما هي أبرز السمات الاتصالية التفاعلية المتاحة على مواقعها كدلالة على التنوع ومواكبة التطور الحاصل في هذا المجال؟

✓ الإجراءات المنهجية للدراسة وأدواتها

- تعتمد الدراسة على منهج المسح الوصفي، وتم في إطار هذا المنهج استخدام أداة تحليل المضمون لغرض جمع البيانات الخاصة بالدراسة، حيث تم تصميم استمارة لتحليل مواقع الوكالات العراقية على الإنترنت تتضمن الأبعاد الستة للتفاعل التي تم صياغتها بناء على النموذج النظري لـ Heeter ومدى توفر كل بعد منها.
- لقد اعتمد الباحث على تحليل المضمون، وارتكز على الصفحة الرئيسية للموقع كوحدة تحليل بما تتضمنه من عناصر وخدمات أو تطبيقات تفاعلية متوفرة على الصفحة تمثل فئات تكشف عن التفاعلية وأشكالها.

- حدد الباحث فئات التحليل بعد زيارات متكررة قام بها للمواقع الإلكترونية بوقع مرتين في الأسبوع خلال فترة بين 15 أوت 2010 و15 سبتمبر 2010.

- اعتمدت طريقة اختيار عينة البحث من خلال البحث في موقع دليل المواقع العراقية على شبكة الإنترنت المتوفر على العنوان التالي: <http://www.iraqws.com/iraq/>، والدخول إلى رابط الشبكات الإخبارية العراقية الذي ضم مواقع عراقية متنوعة من بينها وكالات الأنباء. وشملت عينة البحث مواقع ستة وكالات أنباء عراقية على شبكة الإنترنت وهي: الوكالة المستقلة للأنباء أصوات العراق، الوكالة الوطنية العراقية للأنباء، وكالة الأنباء الإعلامي العراقي، وكالة بغداد برس، وكالة خبر للأنباء، وكالة الأنباء الوطنية العراقية.

✓ نتائج الدراسة

توصل الباحث عبر تحليله لعينته إلى عدد من النتائج المهمة هي:

- وفرت جميع وكالات الأنباء العراقية خاصية التحديث بنسبة 100 بالمائة وهو دليل على الأنية والمتابعة المستمرة للأخبار.

- انعدمت خدمة الفيديو في كل المواقع، وكذلك لم تستخدم وصلات النص الفائق أو روابط داخل الأخبار.

- جاءت الخدمة السمعية بنسبة متدنية بلغت 16.6 % في كل المواقع.

- استخدمت 50 % من المواقع أكثر من لغة على واجهتها، ونفس النسبة لخدمة التحكم بحجم اللون أو الخط للمادة الخبرية وكانت أبرز اللغات العربية والإنجليزية والكردية.

- وفر 83.3 % منها صوراً مرافقة للمواد المنشورة على الواجهة، فضلاً عن استخدام قائمة محتويات الموقع الرئيسية التي تعطي وصفاً موضوعياً للموقع، فيما حققت المساحات الإعلامية نسبة استخدام بلغت 63.6 %.

- لم يوفر دليل فهرس الموقع إلا في موقع واحد وبنسبة 16.6 % من عينة الدراسة (حسين إسماعيل حداد، 2010، 241).

- جميع المواقع وفرت خدمة الشريط العاجل للأنباء وبنسبة 100 %.

- 66.6 % من مواقع وكالات الأنباء العراقية الإلكترونية وفرت الخيارات التالية: خدمة RSS ، وأداة البحث المتقدم وخدمة الرسائل عبر الموقع.

- جميع المواقع حققت نسبة كاملة 100 بالمائة من ناحية وضعها لعنوان بريدي يتيح الاتصال بين الموقع والمستخدم، فضلاً عن توفير رابط التعريف بالموقع.

- 50 بالمائة من المواقع وفرت خدمة المساعدة help للمستخدم وتمثل بعضها بإتاحة بريد إلكتروني لهذا الغرض، فيما انعدم وجود خدمة رسائل الإشعار بالخطأ عند الاستخدام الخاطئ من قبل المستخدم لخيارات الموقع.

- 66.6 بالمائة من المواقع استخدمت عدادات لزائري الموقع، ونفس النسبة لخدمة تسجيل الزائرين.

- لم تستخدم أي وكالة ملفات الكوكيز Cookies files .

- 16.6 بالمائة من المواقع وفرت إمكانية إضافة إعلانات للراغبين بذلك من المستخدمين حيث وفرت مساحات لهذا الغرض وقد توفر في موقع واحد.
 - لم يوفر أي موقع خدمة إنشاء مدونات. ولعل ذلك يعود لطبيعة عمل الوكالة الموجه أساسا وبشكل تقليدي إلى توفير الأخبار.
 - حققت استطلاعات الرأي أعلى نسبة بـ 83.3 بالمائة.
 - 16.6 بالمائة من المواقع وفرت إمكانية إضافة تعليقات على المواد المنشورة.
 - 50 بالمائة من المواقع وفرت خدمة الرسائل إلى المحررين بإنشاء بريد إلكتروني شامل لهذا الغرض ولكن ليس إلى كل محرر بعينه.
 - وفر 33.3 بالمائة من المواقع روابط لاستكشاف آراء القراء حسب محاور تطرحها لهذا الغرض.
 - 16.6% وفرت عنوان بريد إلكتروني لغرض الاتصال بمحرري الموقع ونفس النسبة لخدمة المحادثة chat عبر الاستفادة من خدمات الماسنجر Messenger لهذا الغرض، حيث توفر ذلك في موقع واحد.
 - لم توفر المواقع خدمة التغذية المرتدة المباشرة feedback، فيما جاءت إمكانية الاتصال بالهاتف الجوال بإدارة الموقع بنسبة 33.3 بالمائة.
 - 50 بالمائة منها أتاحت أربعة خيارات هي: وجود روابط بمواقع أخرى، والمقالات الأكثر قراءة أو أكثر زيارة أو شعبية حسب توصيفات كل موقع، وسجل الزوار الذي يسجل رأي المستخدم في الموقع، وأخيرا خدمة إرسال المادة المنشورة إلى شخص آخر.
 - جاءت خدمات التعريف بحالة الطقس بنسبة 33.3 بالمائة، وخدمات أسعار العملات أو السوق وتقديم خارطة بالموقع بنسبة 16.6 بالمائة، فيما وفرت 63.3 بالمائة من المواقع إمكانية طباعة أو حفظ المادة المنشورة.
- (المرجع السابق، 246).

• الدراسة الثالثة

هي دراسة مقدمة من طرف الدكتور سعيد محمد الغريب النجار بعنوان "التفاعلية في الصحف العربية على الإنترنت"، وهي ورقة بحثية عرضت في أشغال المؤتمر الدولي: الإعلام الجديد تكنولوجيا جديدة لعام جديد، بجامعة البحرين، في الفترة الممتدة بين 7-9 أبريل 2009، ونشرت عبر موقع الجامعة في كتيب جماعي للأوراق البحثية المشاركة فيه.

✓ إشكالية الدراسة وأسئلتها

تتلخص إشكالية الباحث في تساؤل جوهري مفاده ما مدى تحقق التفاعلية بأبعادها الستة لهيتر في الصحف العربية على الإنترنت؟ وهل تعمل هذه الصحف بالنموذج الطقوسي للاتصال متعدد الاتجاه، أم لا تزال تعمل بدرجة ما في ظل النموذج التقليدي للاتصال أحادي الاتجاه؟ وهل ثمة فروق جوهريّة بين الصحف العربية على

الإنترنت ذات النسخ الورقية المطبوعة من جهة، والصحف العربية الخالصة على الإنترنت من جهة أخرى أي التي ليس لها نسخ ورقية، من حيث مستوى التفاعلية في كل من النوعين من الصحف العربية على الإنترنت؟ وتختبر الدراسة فرضية أساسية تقول: أن الصحف العربية الخالصة على الإنترنت تحقق مستويات من التفاعلية أكثر من الصحف العربية على الإنترنت ذات النسخ الورقية المطبوعة (سعيد محمد الغريب النجار، 2009، 569).

✓ الإجراءات المنهجية للدراسة وأدواتها

- تقع هذه الدراسة في إطار الدراسات الوصفية الكمية التي تهدف إلى الكشف عن المعلومات والبيانات التي تعتمد على الأساليب الرياضية والإحصائية.

- في ظل منهج المسح استخدم الباحث أداة تحليل المضمون التي تعتبر من الأدوات البحثية التي أثبتت كفاءة عالية في تحليل مضمون مواقع الويب على الإنترنت.

- ومن أجل قياس التفاعلية في الصحف العربية على الإنترنت بنوعيتها، تم تصميم استمارة تحليل مضمون تتضمن عدة فئات رئيسية وفرعية تمثل 18 مقياسا للتفاعلية بأبعادها الستة التي حددتها الدراسة، ستة مقاييس منها تفصيلية لقياس كل بُعد، بحيث يتضمن كل مقياس منها وسائل تحقيق كل بُعد من أبعاد التفاعلية وإعطاء درجات لكل وسيلة منها، ثم نجد ستة مقاييس تجميعية أخرى للدرجات العديدة للمقاييس الستة الأولى على أن تكون وحدة التحليل الأساسية هي الصفحة الرئيسية للمواقع.

- من أجل سحب عينة الصحف العربية على الإنترنت، دخلنا على موقع دليل نسناس الشامل للإعلام والصحافة العربية والعالمية، وعنوانه على الإنترنت هو "http://www.nesnas.com/ac/news/" :

ونظرا لقلة عدد الصحف العربية الخالصة على الإنترنت التي ليس لها نسخ ورقية، فقد تم اختيار كل هذه النوعية من الصحف الموجودة على الموقع، والتي أمكن لنا الدخول إليها على الإنترنت، وعليه بلغ عددها 18 صحيفة، أما الصحف العربية على الإنترنت ذات النسخ المطبوعة، فقد تم اختيار الصحيفة الأولى من بين كل صحيفتين على الموقع بالنسبة لكل قطر من الأقطار العربية، وذلك من بين الصحف اليومية والأسبوعية والتي تتيح اللغة العربية على موقعها، وعليه بلغ عددها 53 صحيفة، وبذلك وصل العدد الإجمالي لعينة الصحف العربية على الإنترنت بنوعيتها 71 صحيفة (المرجع السابق، 571، 572).

✓ نتائج الدراسة

- تم تحليل 71 صحيفة من الصحف العربية على الإنترنت، 25.4 % منها كانت صحف إلكترونية خالصة ليست لها نسخ ورقية مطبوعة، و 74.6 % من الصحف العربية على الإنترنت كانت لها نسخ ورقية مطبوعة .

وتم تحليل التفاعلية بالصحف العربية جميعا من حيث أبعادها الستة المحددة في مقياس هينتر .

- 12.7 بالمائة تضع اختيار اللغة على الصفحة الرئيسية لموقع الصحيفة.

- 46.5 بالمائة تقدم بعض المعلومات الخدمية على الصفحة الرئيسية لموقع الصحيفة مثل أخبار الطقس وأسعار العملات والذهب ومواقيت الصلاة والتوقيت وغيرها.

- 36.6 بالمائة تستخدم مع بعض الموضوعات وصلات النص الفائقة Hypertext .

- 43.7 بالمائة تستخدم مع بعض الموضوعات وصلات الوسائط الفائقة Hypermedia .
- 83.1 بالمائة تعرض أربع قصص إخبارية أو أكثر على الصفحة الرئيسية لموقع الصحيفة.
- 70.4 بالمائة تضع عنوان بريد إلكتروني واحد على الصفحة الرئيسية لموقع الصحيفة.
- 18.3 بالمائة تضع أكثر من عنوان بريد إلكتروني على الصفحة الرئيسية لموقع الصحيفة.
- 11.3 بالمائة تتيح إمكانية الاتصال بمحرري القصص الإخبارية لموقع الصحيفة.
- 16.9 بالمائة تتيح غرف الدردشة Chat Rooms .
- 5.6 بالمائة تقدم مجموعات النقاش Discussion Groups .
- 49.3 بالمائة تقدم استطلاعات للرأي حول قضايا معينة - واحد على الأقل - على الصفحة الرئيسية لموقع الصحيفة.
- 18.3 بالمائة تستخدم عدادات الزوار.
- 33.8 بالمائة تستخدم ملفات الكوكيز Cookies files .
- 18.3 بالمائة تستخدم خاصية التسجيل مطلوب قبل التعليق.
- 84.5 بالمائة توفر محرك بحث في المعلومات المتاحة على موقع الصحيفة.
- 9.9 بالمائة توفر محرك بحث في المعلومات المتاحة على شبكة الويب.
- 81.7 بالمائة توفر أرشيفا للأعداد السابقة من الصحيفة.
- 45.1 بالمائة توفر وسيلة واحدة لإضافة المعلومات.
- 8.5 بالمائة توفر وسيلتين لإضافة المعلومات.
- 2.8 بالمائة توفر عدة وسائل - ثلاثة على الأقل - لإضافة المعلومات.
- أشارت النتائج إلى صحة الفرضية الأساسية للدراسة التي تقول أن الصحف العربية الخالصة على الإنترنت تحقق مستويات من التفاعلية أكثر من الصحف العربية على الإنترنت ذات النسخ الورقية المطبوعة..

• الدراسة الرابعة

هي أطروحة دكتوراه للدكتور حسن محمد حسن منصور ناقشها في جامعة الأزهر العام 2007 بجمهورية مصر العربية، وكانت تحت عنوان: "الإعلام العربي في شبكة الإنترنت دراسة تحليلية لمواقع وسائل الإعلام الغربية على شبكة الإنترنت".

✓ إشكالية الدراسة

حاولت هذه الدراسة التعرف على مدى استثمار وسائل الإعلام العربية (صحف - مجلات - محطات راديو - قنوات تلفزيونية) للمزايا التقنية والخدمات التفاعلية التي توفرها شبكة المعلومات الدولية (الإنترنت)، ودرجة توفير تلك المواقع لعناصر المحتوى التي تدعم الوسيلة الإعلامية الصادرة عنها باستخدام أساليب تحليلية

تقويمية تمثل البداية الضرورية لوضع التصورات والحلول المناسبة لجوانب القصور في الخدمة الإلكترونية التي تقدمها تلك الوسائل من خلال مواقعها الإلكترونية على شبكة الإنترنت (حسن محمد حسن منصور، 2007، 2).

✓ الإجراءات المنهجية للدراسة وأدواتها

- تعتبر هذه الدراسة من البحوث الوصفية التي تعتمد على مناهج بحثية متعددة بهدف الوصول إلى نتائج علمية.

- اعتمد فيها الباحث على منهج المسح (بالعينة) نظرا لصعوبة المسح الشامل لجميع المواقع الإلكترونية التابعة لوسائل الإعلام العربية على شبكة الإنترنت. كما دعت الضرورة البحثية في هذه الدراسة إلى اعتماد المنهج المقارن لإجراء المقارنات بين وسائل الإعلام العربية المختلفة (تليفزيون - إذاعة - صحافة) في مدى استفادة كل منها من الإمكانيات الهائلة التي توفرها شبكة الإنترنت في تقديم خدماتها الإعلامية.

- بلغ حجم عينة التحليل (122) موقعا إلكترونيا، وهي عينة عمدية تتمثل في المواقع الإلكترونية التابعة لوسائل الإعلام العربية والتي جاءت ضمن قائمة المائة ألف موقع الأكثر شعبية The Most Popular Sites on the web بحسب إحصائيات (أليكسا)، يفترض أنها الأكثر تجسيدا لمدى استفادة وسائل الإعلام العربية من شبكة الإنترنت.

- واعتمدت الدراسة على أداة (تحليل المضمون)، وصممت (مقياسين كميين) يهدف الأول لقياس مستوى (كفاءة وتفاعلية) عناصر البناء في الصفحات الافتتاحية للمواقع الإلكترونية الإعلامية العربية، مكون من مائة درجة، ويقيس الثاني مستوى دعم المواقع الإلكترونية للوسيلة الإعلامية التي يصدر عنها، ويتكون من مائة درجة أيضا.

✓ نتائج الدراسة

توصلت الدراسة إلى إثبات ما يأتي:

إن المواقع الإلكترونية - عينة الدراسة - قد نجحت في تقديم عناصر دعم الوسيلة الإعلامية التي تصدر عنها، أكثر من نجاحها في استثمار المزايا التقنية والخدمات التفاعلية التي توفرها شبكة الإنترنت (الكفاءة والتفاعلية)، فقد فشلت المواقع - مجتمعة - في الحصول على متوسط درجات يساوي 50% على الأقل من درجات مقياس (الكفاءة والتفاعلية) المكون من مائة درجة، وكان موقع (الجزيرة نت) هو الأفضل (77 درجة) يليه موقعا (النهار اللبنانية) و(راديو مونتكارلو) ثم موقع (الأخبار) المصرية، ثم موقع (مؤسسة الإمارات للإعلام) ثم موقع (عكاظ) السعودية، وموقع (راديو عمان نت)، وحتى بعد استبعاد عنصري الاتصال الشخصي بين المستخدمين (غرف المحادثات الحرة - الحوار المباشر مع شخصيات عامة) فإن 42% فقط من عينة الدراسة قد نجحت في إحراز 50 درجة فأكثر في مقياس الكفاءة والتفاعلية المكون من مائة درجة. أما في مقياس دعم الوسيلة الإعلامية من خلال موقعها الإلكتروني فقد حصلت مواقع الدراسة على 64 درجة من مائة، ونجح 79.5% منها في إحراز 50 درجة فأكثر في المقياس، وكانت مواقع (قناتي الجزيرة والعربية) وصحيفة النهار اللبنانية هي الأفضل في دعم الوسيلة الإعلامية، بدرجة وصلت إلى 95% في المقياس (المرجع السابق، 7).

• الدراسة الخامسة

هي دراسة محكمة للدكتور عبد الرحمان محمد سعيد الشامي نشرت له بالمجلة العربية لعلوم الإعلام والاتصال في عددها الثاني العام 2007 وقاعدة البيانات العربية إي-معرفة، عنونها بـ "آفاق التفاعلية في ظل الإعلام الجديد دور البريد الإلكتروني في تحقيق التفاعل بين القراء والكتاب".

✓ إشكالية الدراسة وأسئلتها

تحاول الدراسة معرفة الجوانب الجديدة في علاقة القراء والكتاب عبر الصحافة الإلكترونية من خلال تقنية البريد الإلكتروني، وما ترتب عن ذلك من اتساع لقاعدة المشاركة، وتفعيل الحوار بين الطرفين، وقد حاولت الدراسة الإجابة عن التساؤلات الآتية:

- ما أكثر وسائل الاتصال التي يتم التواصل من خلالها بين الكتاب والقراء؟
- كم مرة في الأسبوع يفتح الكتاب بريدهم الإلكتروني؟
- ما الأماكن التي يفتح فيها الكتاب بريدهم الإلكتروني؟
- كم عدد الرسائل التي يتلقاها الكتاب بعد كتابتهم للمقالة الصحفية؟
- ما مدى اهتمام الكتاب بفتح الرسائل الواردة إلى بريدهم الإلكتروني وقراءتهم لها؟
- كم متوسط الوقت الذي يمضيه الكتاب في قراءة بريدهم الإلكتروني؟
- ما مدى اهتمامهم بالرد على رسائل القراء الإلكترونية وحفظها؟
- ما مدى حرص الكتاب على تجديد التواصل مع قرائهم؟
- ما النوع الغالب على جنس القراء المتواصلين مع الكتاب الصحفيين؟
- ما أغلب الجهات التي ترد منها رسائل القراء، وما أهم موضوعاتها؟
- هل تزود رسائل القراء الكتاب بأفكار لموضوعات جديدة؟
- هل يغير الكتاب بعض اتجاهاتهم إزاء بعض الموضوعات جراء رسائل القراء؟
- ما تقييم الكتاب لخدمة الإنترنت الحالية المقدمة الآن في اليمن؟
- ما مدى امتلاك الكتاب لأجهزة حواسيب شخصية؟ (عبد الرحمان محمد سعيد الشامي، 2007، 139، 140).

✓ الإجراءات المنهجية للدراسة وأدواتها

- تنتمي هذه الدراسة إلى الدراسات الوصفية التي تعتمد على منهج المسح الإعلامي، وطبقت على عينة اختيرت بالحصص الشامل من الكتاب الصحفيين اليمنيين الذين قاموا بنشر مقالاتهم من خلال مواقع صحفهم بصيغتي النصوص الفائقة و PDF طوال شهر أوت من عام 2005، وذلك من ذوي المستويات التعليمية والعمرية المختلفة. وقد بلغ عددهم 129 كاتباً وكاتبة.

- صمم الباحث استمارة استبيان مكونة من 14 سؤالاً تغطي تساؤلات الدراسة كلها، وأرسله إلى مفردات العينة عبر البريد الإلكتروني، حيث أجابه فعليا 41 كاتباً صحفياً.

✓ نتائج الدراسة

من أهم ما توصلت إليه هذه الدراسة الميدانية ما يأتي:

- يتصدر البريد الإلكتروني كأحدث وسيلة تواصل قائمة وسائل الاتصال بين الكتاب والقراء اليمينيين.
- يفتح معظم الكتاب البريد الإلكتروني كل يوم سواء في المنزل أو العمل أو مقاهي الإنترنت.
- بلغ عدد الرسائل التي تردهم يوميا بعد نشر مادتهم الإعلامية ما بين رسالة واحدة وثلاث رسائل.
- اهتم أغلب الكتاب بفتح بريدهم بشكل منتظم، وقراءة رسائله والرد عليها، واستغرقوا في ذلك ساعة غالبا.
- خزن أغلبهم هذه الرسائل في بريدهم الإلكتروني وعناوين أصحابها ومبادلة المعايدات معهم، ولم يتضح لهم نوع الأشخاص المتواصلين ولا من أي جهة يتم معهم التواصل.
- حسب أغلبية المبحوثين شكل البريد الإلكتروني إضافة للصحفيين كما أتاح لهم التواصل مع قرائهم، خاصة في المواضيع السياسية التي تتفاوت الآراء حولها غالبا.
- مثلت رسائل القراء مصدرا ثريا لكتابة مقالات جديدة، إضافة إلى تأثيرها في آرائهم إزاء بعض المواضيع.
- كان اتجاه الكتاب إيجابيا نحو البريد الإلكتروني من حيث كونه: أداة حديثة للتواصل الفعال مع قرائهم، قدم إضافة متميزة للعمل الإعلامي، بناء علاقة جديدة مع القارئ، فعاليته للتواصل مع القارئ، توسيعه من انتشار المادة الصحفية، فتحه لمجالات من الحوار مع القراء وزملاء من المهنة ذاتها (المرجع السابق، 178).
- على الرغم من امتلاك معظم المبحوثين لأجهزة حواسيب شخصية إلا أن سوء خدمة الإنترنت في اليمن يعد من المعوقات الأساسية لانتشار خدمة البريد الإلكتروني.

• الدراسة السادسة

هي دراسة منشورة لحملي محمود محمد أحمد محاسب، عنوانها بـ "قياس تفاعلية المواقع التلفزيونية الإخبارية على الإنترنت بالتطبيق على موقعي الجزيرة و CNN"، نشرت له بالمجلة المصرية لبحوث الإعلام في 2008، أنجزت من طرفه في 2007.

✓ إشكالية الدراسة وأسئلتها

الدراسة تسعى لقياس تفاعلية المواقع الإخبارية التلفزيونية على الإنترنت، وتطرح التساؤلات الآتية:

- إلى أي مدى يستخدم موقعا CNN والجزيرة الأدوات التفاعلية لتسريع توصيل المعلومات إلي المستخدم؟
- إلى أي مدى يفيد موقعا CNN والجزيرة من تعدد الخيارات التي تتيحها الإنترنت؟
- هل يفيد موقعا CNN والجزيرة من أدوات الاتصال الشخصي التي تقدمها الإنترنت؟
- كيف يساعد موقعا CNN والجزيرة المستخدمين في التعبير عن أفكارهم وفي طرح إسهاماتهم؟
- كيف يرد موقعا CNN والجزيرة على استفسارات وتساؤلات المستخدمين؟
- هل طريقة عرض المعلومات والأخبار في موقعي CNN والجزيرة تتسم بالسهولة؟ (حملي محمود محمد أحمد محاسب 1، مرجع سبق ذكره، 11).

✓ الإجراءات المنهجية للدراسة وأدواتها

- تنتمي هذه الدراسة إلى الدراسات الوصفية الكمية، التي تسعى إلى توصيف الظاهرة محل الدراسة، ومن ثم محاولة التحكم فيها رقمياً.
- تعتمد الدراسة بشكل أساسي على منهج المسح والأسلوب المقارن إذ تسعى إلى رصد أوجه الشبه والاختلاف في استخدام المواقع التلفزيونية الإخبارية للعناصر التفاعلية.
- تعتمد هذه الدراسة على نوعين من وحدات التحليل الصفحة الرئيسية، وخريطة الموقع، فكثير من مواقع الإنترنت لا تضع كل أدواتها التفاعلية في الصفحة الرئيسية.
- اختار الباحث موقعي الجزيرة و CNN، وقرر أن تكون فترة الدراسة من 1 جانفي 2007 إلى 1 أفريل 2007 للوقوف على الخدمات التفاعلية التي تقدمها المواقع الإخبارية التلفزيونية وقياسها كمياً.

✓ نتائج الدراسة

أسفرت الدراسة عن جملة من النتائج أهمها:

- تبين دلالات الأرقام تفوق موقع قناة CNN على موقع الجزيرة في الخدمات التفاعلية بصفة عامة، ومرجع هذا التفوق يعود إلى تميز موقع CNN على الجزيرة في مجموعة من الأبعاد التي حصل فيها على 100 % وهي: بعد سرعة الحصول على المعلومات، وبعد سهولة الاتصال الشخصي، وبعد سهولة الوصول إلى المعلومات، وبعد إضافة المعلومات، في الوقت الذي كان فيه نصيب موقع قناة الجزيرة من بعد سهولة الاتصال الشخصي 66.66%، وبعد سهولة الحصول على المعلومات 66.66%، وبعد سرعة الحصول على المعلومات 50 %، أما بعد سهولة إضافة المعلومات، فقد جاء في المرتبة الأخيرة بـ 33.33 % .
- كما تبين المؤشرات الرقمية على الجانب الآخر تدني بعض الخدمات وهو ما أظهره بعد الاستجابة التفاعلية في موقعي الجزيرة و CNN؛ فقد حصل كل من موقعي الجزيرة و CNN على نسبة متساوية هي 40 % . مما يؤكد على بقاء وسيادة فلسفة أحادية الاتصال Communication One Way؛ التي تنتهجها المؤسسات الإعلامية التقليدية، وعلى الرغم من اتفاق علماء الاتصال على أن الاتصال التفاعلي متعدد إلا أن ذلك لم يظهر بوضوح في المواقع التلفزيونية الإخبارية فقد أهمل تقديم غرف الدردشة (المرجع السابق، 35).
- كما تميز موقع CNN على موقع الجزيرة في بعد تعدد الخيارات، فقد حصل على نسبة 93.75 %، بينما حصل موقع الجزيرة على 62.5%.

• الدراسة السابعة

هي دراسة للباحث عبد الباسط أحمد هاشم عنونها بـ "التفاعلية في المجالات الإلكترونية على شبكة الإنترنت: دراسة تحليلية لمجلتي "آخر ساعة المصرية" و"تايم الأمريكية" مع دراسة ميدانية للقائمين بالخدمات الإلكترونية"، أنجزها العام 2005 بكلية الآداب قسم الإعلام في جامعة جنوب الوادي سوهاج المصرية.

✓ إشكالية الدراسة

تستهدف هذه الدراسة التعرف على الخصائص الاجتماعية والثقافية للقائمين بالخدمات الإلكترونية على مواقع المؤسسات الصحفية المصرية، والكشف عن مختلف استخداماتهم للأدوات التفاعلية المتاحة عبر الإنترنت، وأساليب توظيفها في مواقع الصحف الإلكترونية التي يعملون بها. كما استهدفت الدراسة رصد وتحليل وتقويم الأدوات التفاعلية المتاحة على مواقع المجلتين الإلكترونيتين المصرية والأمريكية (آخر ساعة وتايم). ومعرفة مدى استخدامهما للإمكانيات التفاعلية.

✓ الإجراءات المنهجية للدراسة وأدواتها

- تعتبر هذه الدراسة من الدراسات الوصفية الكمية التي تسعى إلى توصيف الظاهرة محل الدراسة، ومن ثم محاولة التحكم فيها رقمياً.
- تعتمد الدراسة بشكل أساسي على منهج المسح والأسلوب المقارن إذ تسعى إلى رصد أوجه الشبه والاختلاف في استخدام موقعي آخر ساعة وتايم للعناصر التفاعلية.
- اعتمدت الدراسة التحليلية على عينة تحليلية قصدية هي مجلتي تايم وآخر ساعة.
- أما الدراسة الميدانية مع القائمين بالخدمات الإلكترونية فقد شملت مسحا شاملا لكل العاملين في مواقع الصحف المصرية الإلكترونية.

✓ نتائج الدراسة

توصلت هذه الدراسة إلى جملة من النتائج هي:

- تميز موقع مجلة تايم في عرض لبعض الخدمات التفاعلية مثل: خدمة الأرشيف الإلكتروني، وخدمة التسلية وخدمة الإعلانات وإتاحة عناوين البريد الإلكتروني الخاص بكتاب المجلة ونقل الأخبار العاجلة والتحديث اليومي (عبد الباسط أحمد هاشم، 2005، 290).
- تميز موقع مجلة آخر ساعة بإتاحته لعدد من الأدوات التفاعلية المتمثلة في: إتاحة عناوين البريد الإلكتروني الخاصة بالزوار والمنديات الإلكترونية ودفتر الزوار.
- هناك أدوات تفاعلية اشترك الموقعان في عرضها بنسب متفاوتة أو متساوية، نظرا لأهميتها الكبيرة في تصميم مواقع الصحف الإلكترونية، وهذه الأدوات هي: عرض محتوى العدد، خدمة البحث، الصوت ولقطات الفيديو، الصور، والرسوم، الوصلات الداخلية، الوصلات الخارجية، إتاحة عنوان البريد الإلكتروني الخاص بالمجلة.
- كشفت الدراسة عن عدم إتاحة بعض العناصر التفاعلية المهمة على موقعي المجلتين هي: اختيار اللغة، الدردشة، المجموعات الإخبارية، إتاحة البريد الإلكتروني الخاص بذوي العلاقة بالموضوع، خدمة الرسائل الإلكترونية.
- ارتفاع نسبة الشباب من بين القائمين بالخدمات الإلكترونية على مواقع الصحف الإلكترونية.
- تدني نسبة القائمين بالخدمات الإلكترونية الحاصلين على مؤهلات علمية متخصصة في الإعلام وارتفاع نسبة الحاصلين على مؤهلات جامعية وفوق جامعية متخصصة في مجال الكمبيوتر والإنترنت.

- تدني مستويات الدخل الشهري للقائمين بالخدمات الإلكترونية وذلك بما لا يتناسب مع الجهد التقني والإعلامي المبذول من قبلهم، الأمر الذي يؤثر سلبا على الرضا الوظيفي لديهم وبالتالي على عملهم.

- باستثناء مؤسسة الأهرام، هناك تدني في اهتمام المؤسسات الصحفية المصرية بتنظيم دورات تدريبية في مجال الإعلام والاتصال بالجمهور للقائمين على الخدمات الإلكترونية، والتركيز على تدريبهم على تكنولوجيا الحاسب الآلي والإنترنت بشكل كبير، وهو ما يفقد الخدمات الإلكترونية على مواقع الصحف المصرية الحس الإعلامي، وهو ما يقلل من فرص تفاعلهم مع المادة الإعلامية وجمهورها.

- أجمع القائمون على الخدمات الإلكترونية أن المواقع التي يعملون بها تتيح الأدوات التفاعلية التي تمكن الجمهور من تبادل الرسائل معهم.

- اقترح القائمون على مواقع الصحف الإلكترونية بعض العوامل التي تزيد من إمكانات التفاعل بينهم وبين الجمهور، وهي: توفير الإمكانيات والكوادر البشرية المدربة، العمل على تصميم مواقع متميزة تفاعلية، تنظيم دورات في مجال الإعلام الإلكتروني، توعية الجمهور بأهمية الإنترنت والصحافة الإلكترونية، الاستجابة لرسائل الجمهور والرد عليها، مراعاة الجانب الأخلاقي في عرض المواد الإعلامية، إتاحة أكبر عدد ممكن من الأدوات التفاعلية على الموقع، العمل على تقديم مادة إعلامية ذات طابع ترفيهي وكذلك الألعاب التفاعلية (المرجع السابق، 305).

• الدراسة الثامنة

هي أطروحة دكتوراه بعنوان "استخدامات النخب المصرية للصحافة الإلكترونية وتأثيرها على علاقتهم بالصحافة الورقية" (2005) للأستاذ رضا عبد الواحد أمين حصل عليها من قسم الصحافة والإعلام بجامعة الأزهر بمصر. تم نشرها من قبل دار الفجر العام 2007.

✓ إشكالية الدراسة

شهدت الأعوام الأخيرة زيادة أعداد مستخدمي شبكة المعلومات الدولية (الإنترنت)، وظهرت الصحف الإلكترونية عليها، سواء كانت صحفا إلكترونية ظهرت على الشبكة كامتداد للنسخة الورقية، أو صحفا إلكترونية ليس لها أصل مطبوع، وتردد على هذه المواقع مستخدمون لهذا النوع من الصحف، ومنهم النخبة المؤثرة في المجتمع بأنواعها المختلفة، الأمر الذي يقتضي دراسة استخدامات النخب المصرية للصحافة الإلكترونية وتفضيلا تهم لها ومدى الإشباع الذي يحققه هذا الاستخدام (رضا عبد الواحد أمين 1، 2007، 16)

✓ منهج الدراسة وإجراءاتها

- اعتمد الباحث على المنهج المسحي الوصفي، حيث وقع اختياره على عينة من أعضاء النخب المصرية وزع عليها استمارة الاستبيان بعد تحكيمها، تجربتها للتأكد من سلامتها ومناسبتها للتحقق من فروض البحث ثباتا أو عدمه، بالإضافة إلى الاستعانة ببعض الوسائل الإحصائية كالجداول التكرارية والمعاملات الإحصائية لسهولة عرض النتائج واستنتاج العلاقات بين مختلف المتغيرات .

- وقسم استمارة الاستبيان إلى عدة محاور هي :
- 1- قياس مستوى فرد النخبة في استخدامه للإنترنت.
 - 2- معرفة دوافع تعرض النخبة المصرية للإنترنت.
 - 3- قياس مستويات تفضيل النخبة لأنواع الصحف الإلكترونية المصرية والعربية والأجنبية .
 - 4- دراسة أنماط التعرض للصحف الإلكترونية المصرية.
 - 5- دراسة أنماط التعرض للصحف الإلكترونية العربية.
 - 6- دراسة أنماط التعرض للصحف الإلكترونية الأجنبية.
 - 7- قياس أثر ظهور وانتشار الصحف الإلكترونية على مستوى التعرض للصحف الورقية.
 - 8- اتجاهات النخبة المصرية نحو مستقبل العلاقة بين الصحف الإلكترونية والورقية.
 - 9- قياس تصورات النخبة المصرية لقدرة الصحف الورقية للاحتفاظ بقراءها ومواردها الإعلانية .
- وقع اختيار الباحث على 4 فئات من النخب هي: النخبة الأكاديمية، الإعلامية، الدينية والسياسية بمعدل 100 مفردة لكل فئة.

✓ نتائج الدراسة

أسفرت الدراسة عن جملة مهمة من النتائج، أهمها:

- 1- وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين متغير الفئة العمرية واستخدام الصحف الإلكترونية.
- 2- توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين متغير مجال النخبة واستخدام الصحف الإلكترونية .
- 3- توجد فروق ذات دلالة بين متغير الفئة العمرية ومستويات التفضيل بين الصحف الإلكترونية المصرية والعربية والأجنبية.
- 4- توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين متغير النوع ومستويات التفضيل بين الصحف الإلكترونية المصرية والعربية والأجنبية.
- 5- توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين متغير نوع النخبة ومستويات التفضيل بين الصحف الإلكترونية المصرية والعربية والأجنبية.
- 6-توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين متغير النوع والاتجاه نحو تأثير الصحف الإلكترونية في الصحف الورقية.
- 7- توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين متغير الفئة العمرية والاتجاه نحو تأثير الصحف الإلكترونية في الصحف الورقية.
- 8- توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين متغير المجال النخبوي والاتجاه نحو تأثير الصحف الإلكترونية في الصحف الورقية.

- 9- وجود فروق دالة إحصائية بين الخبرة الزمنية للمبجوثين في استخدامهم للإنترنت واستخدام الصحف الإلكترونية.
- 10- توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين متغير مرات الدخول للإنترنت في الأسبوع والتعرض للصحف الإلكترونية.
- 11- توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين متغير الوقت المخصص لكل جلسة إنترنت والتعرض للصحف الإلكترونية.
- 12- وجود فروق دلالة إحصائية بين مستوى تعرض أعضاء النخب المصرية للصحف الإلكترونية ومستوى تعرضهم للصحف الورقية.
- 13- يتعرض أفراد النخبة المصرية للإنترنت بكثافة خاصة فئة الشباب، والصحف الإلكترونية المصرية أكثر تفضيلاً لديهم من مثيلتها العربية والأجنبية. واحتل المضمون السياسي المراتب الأولى بين المضامين الأخرى. وثبت عدم صحة الفروض البحثية الآتية :
- 1/ توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين متغير النوع واستخدام الصحف الإلكترونية.
- 2/ وجود فروق دالة إحصائية بين مكان التعرض للإنترنت والتعرض للصحف الإلكترونية.
- الدراسة التاسعة

هي دراسة للدكتورة نجوى عبد السلام فهمي من جامعة القاهرة عنونها بـ "تجربة الصحافة الإلكترونية المصرية والعربية الواقع وآفاق المستقبل" نشرت لها في المجلة المصرية لبحوث الإعلام بالعدد الرابع في ديسمبر 1998م وهي دورية فصلية علمية محكمة تصدر عن كلية الإعلام - جامعة القاهرة مصر.

✓ إشكالية الدراسة وأسئلتها

سعى هذا البحث إلى التعرف على الإمكانيات التي تتيحها الكتابة الإلكترونية وأدوات الصحفي في مجال الصحافة الإلكترونية، والعناصر التي يعتمد عليها تصميم الصحافة الإلكترونية، والتعرف على تجربة عدد من الصحف الإلكترونية المصرية والعربية كالأهرام والشعب المصريتين والراية القطرية والجزيرة السعودية ومدى استغلالها للإمكانيات التكنولوجية للإنترنت، والمشاكل الفنية التي تواجه القائمين عليها، والأعباء التي تتحملها المؤسسات الصحفية في سبيل إصدارها والعائد الذي يتحقق منها.

وطرحت الباحثة خلاله تساؤلات عديدة من أهمها:

- 1- ما المزايا التي توفرها الكتابة الإلكترونية للصحافة الإلكترونية؟
- 2- ما الخدمات التي توفرها الصحافة الإلكترونية لقراءها، وخاصة بالنسبة لعملية التجول الحر والوقت؟
- 3- ما طرق تصميم مواقع الصحف الإلكترونية المصرية والعربية؟
- 4- ما الأعباء المادية التي تتحملها الصحافة المطبوعة لإصدار نسخة إلكترونية على شبكة الإنترنت؟

5- ما المشكلات الفنية التي تواجه القائمين بإعداد الصحف الإلكترونية المصرية والعربية والتصورات المطروحة للتغلب عليها؟

✓ الإجراءات المنهجية للدراسة وأدواتها

- اتسمت الدراسة بالطابع الاستطلاعي الاستكشافي حيث تحاول توضيح مفهوم الصحافة الإلكترونية، وسمات الكتابة الإلكترونية، والأدوات المستخدمة فيها، وعناصر تصميم الصحافة الإلكترونية والمزايا التي توفرها للقارئ، أما الجزء الثاني من البحث يتسم بالطابع الوصفي التحليلي للأساليب التي اتبعتها بعض المؤسسات الصحفية المصرية والعربية.

- اعتمدت الباحثة على منهج المسح الإعلامي وذلك بإجراء مسح شامل لمواقع الصحف الإلكترونية المصرية واختيار عينة من مواقع الصحف الإلكترونية العربية، كما استعانت الباحثة بالمنهج المقارن.

- أجرت الباحثة عددا من المقابلات المقننة مع المسؤولين عن النسخ الإلكترونية في صحف الأهرام والشعب وتم إرسال بريد إلكتروني لعدد من الصحف الإلكترونية العربية.

- شملت عينة الدراسة كل الصحف المصرية التي شرعت في إنشاء موقع لها على شبكة الإنترنت. وبعض المواقع لصحف إلكترونية عربية.

✓ نتائج الدراسة

- هناك العديد من الصحف العربية التي تبنت عملية إصدار نسخ إلكترونية لها على شبكة الإنترنت، أما أول مؤسسة صحفية مصرية أنشأت موقعا لها على الشبكة فكانت مؤسسة "دار التحرير للطباعة والنشر" التي أنشأت موقعا في 16 فبراير 1997.

- اتبعت الصحافة العربية طريقتين في عملية إدخال أعدادها على شبكة الإنترنت، الأولى تعتمد على إدخالها كصورة وليس نص، أما الطريقة الثانية والتي يتم التعامل من خلالها مع النص فنجد نموذجا لها في موقع جريدة الجزيرة وهي جريدة يومية سعودية.

- لم تحاول استخدام إمكانات النص الفائت عند تقديم المادة التحريرية الأمر الذي أفقد النص الإلكتروني أحد أهم مقوماته وهو اعتماده على قاعدة معلومات تسمح للقارئ بالتعمق في النص.

- اكتفت الصحف الإلكترونية بالوصلات بين الأيقونات في صفحة الاستقبال والموضوعات المرتبطة بها، وذلك دون ربطها بأرشيف جريدة أو بمواقع أخرى تضيف للقارئ تفاصيل أعمق عن الحدث.

- عن استخدام الوسائط المتعددة، فلم تحاول أي من الصحف الإلكترونية المصرية أو العربية إضافة الصوت أو المشاهد الحية التي تعكس الأحداث الجارية، لتضيف بعدا جديدا للمادة التحريرية التي تقدمها.

- تقتصر تجربة الصحافة الإلكترونية المصرية والعربية على إدخال النصوص المكتوبة والصور الفوتوغرافية فقط.

- التزام النسخة الإلكترونية بالمادة التحريرية المنشورة في الجريدة دون إضافات فيما عدا خدمتي الأرشيف للأعداد السابقة وخدمة البحث عما يهم القارئ مباشرة عبر محرك بحث فقط.

- كما تكتفي معظم الصحف المصرية والعربية بتحديث نسختها الإلكترونية بعد مرور 12 ساعة من صدور النسخة الورقية، وبالنسبة "للأهرام ويكلي" بعد يومين من الصدور.
- عدم استغلال الإمكانيات الإعلانية للصحف الإلكترونية خاصة في مؤسستي "الأهرام ويكلي" و"الشعب" المصريتين.
- إن مستقبل الصحافة الإلكترونية المصرية والعربية يحتاج إلى إعداد كوادر صحفية قادرة على إدارة اللعبة الإلكترونية بجدارة بغية إرضاء القراء والتوسع جماهيريا أكثر فأكثر داخليا وخارجيا (نجوى فهمي عبد السلام، 1998، (229).

2-3- الدراسات الغربية

خلال مرحلة جمعها للدراسات السابقة قامت الباحثة برصد عدد مرتفع جدا منها في العالم الغربي حيث يتواجد فعليا المئات من الدراسات التي عنت بظاهرة الصحافة الإلكترونية في وقت مبكر من ظهورها وانتشارها بالنظر إلى مواكبة التطور العلمي لنظيره التقني هناك في العالم الغربي. إلا أن الباحثة لم تستطع الحصول على الكثير من التجارب البحثية خاصة في شكلها الإلكتروني لأنها متاحة عبر قواعد بيانات أجنبية وفق خدمات الدفع، ووجدت في ذلك نفسها أمام بعض دراسات استخدامات للصحافة الإلكترونية، ودراسات القائم بالاتصال فيها، ودراسات تحليلية تربط الصحف الإلكترونية بقضايا راهنة، ودراسات تقيس التفاعلية المتاحة عبر مختلف الصحف الإلكترونية في العالم حصلت عليها خلال تربصات قصيرة المدى في دول عربية فتحت مكنتها جامعاتها قواعد بيانات غربية وفق اتفاقيات لمحدودية الاستخدام. من أجل ذلك حاولت الباحثة غربة هذه الدراسات، واختارت منها بشكل نهائي فقط ما يدرس بشكل مباشر التفاعلية في الصحافة الإلكترونية، وصنفتها حسب عامل الزمن من الأحدث إلى الأقدم للتعرف على آخر ما توصلت إليه الدراسات الغربية في التفاعلية كالاتي:

• الدراسة الأولى

هي دراسة كل من كينسي كيث وأليكسندر غورك وسام مونغي (Keency Keith & Alexander Gorelik & Sam Mwangi)، نشرت في مجلة فورست مونداي في جانفي 2000، عنونت بـ "ملاحم التفاعلية في الصحافة الإلكترونية". وهي منشورة على موقع المجلة أيضا.

✓ إشكالية الدراسة

تبحث هذه الدراسة عن كل العناصر التفاعلية على الصفحة الرئيسية لعينة الدراسة، بما في ذلك الأخبار مع الوصلات الداخلية والخارجية، والصور والفيديو والصوت ووسائل الإعلام الأخرى المقدمة من الصحفيين، وكذلك أي نص وأي ميزات أخرى تعمل على إبلاغ أو تسليمة المستخدمين. تتناول هذه الدراسة أيضا الإعلان (عرضه أو تصنيفه) والخدمات ذات الصلة (المساعدة في العثور على منزل، والمساعدة في مطابقة سير الأشخاص مع إعلانات الوظائف المصنفة، والقدرة على تحضير حجوزات السفر أو البنك،... الخ).

✓ منهج الدراسة وأدواتها

- هذه الدراسة من الدراسات الوصفية المسحية، اعتمدت على اختيار عينة من موقع أنشأته جمعية الصحف الأمريكية (<http://newspapers.com/>)، حيث أخذ الباحثون منه 12 صحيفة من مختلف الولايات ومن الصحف الكبرى. كما اختاروا 88 صحيفة من مختلف دول العالم بشكل عشوائي حيث كانوا يدخلون عبر الموقع إلى كل بلد ليجدوا قائمة بكل صفحه الإلكترونية فيختارون الأولى بعد التأكد من وجود تعدد للغة بها، وإن لم يوجد فالثانية وهكذا دواليك إلى غاية الوصول إلى 100 صحيفة بين الإلكترونية الخالصة والتي لها مثل مطبوع (Keency Keith & al, 2000).

- تم اعتماد الصفحة الأولى كوحدة تحليل، واستعمل مقياس هيتير ذو الستة أبعاد لقياس مختلف ملامح التفاعلية في عينة الدراسة.

✓ نتائج الدراسة

أسفرت الدراسة عن عدة نتائج هي:

- من 100 صحيفة تم اختيارها على الإنترنت، كانت 85 بالمائة منها ربحية و15 في المئة غير ربحية. و92٪ منها لها نسخة مطبوعة و8٪ كانت إلكترونية خالصة.

- في بعد تعدد الخيارات: 2٪ من المواقع عرضت اختيار اللغة، 23٪ محركات البحث، 83٪ وضعت الأخبار في مكان بارز على الصفحة الرئيسية. 33٪ أوجدت الوصلات في الأخبار. 52٪ خلقت نوعا من الارتباطات التشعبية.

- في بعد الجهد المبذول من المستخدم: كانت المعلومات في 83٪ من المواقع صعبة العثور عليها، 14٪ من المواقع توجد المعلومات بها مع جهد معتدل للبدل، 3٪ من المواقع تمكن المستخدمين من العثور على المعلومات بسرعة وسهولة.

- في بعد الاستجابة للمستخدم: في 36٪ من المواقع لم يكن هناك طريقة لإرسال سؤال لكاتب القصة. في حين وجد في 64٪ من المواقع عناوين البريد الإلكتروني للصحفيين.

- في بعد تسهيل التواصل بين الأشخاص: وفرت 12٪ من المواقع غرف الدردشة. و17٪ مجموعات للنقاش. و49٪ آليات التغذية المرتدة. و51٪ وفرت عنوان بريد إلكتروني واحد على الأقل يظهر على الصفحة الرئيسية.

- في بعد سهولة إضافة المعلومات: فقط 7٪ من الصحف عرضت وسيلة للمستخدمين لإضافة معلومات إلى مواقع ويب الصحف. أما البقية فلم تقدم هذه الخدمة أصلا.

- في بعد استخدام نظام مراقبة: 37٪ تستخدم الكوكيز، و12٪ العدادات. وطلبت 5٪ التسجيل من المستخدم قبل الدخول. أي أن 56٪ من المواقع لا تراقب المستخدمين. و36٪ تضع جهاز مراقبة واحدا، و6٪ تضع جهازين، و2٪ ثلاثة أجهزة.

- تفتح الصحف الإلكترونية الخالصة التفاعل بشكل قوي مع مستخدميها عكس هيئات تحرير الصحف ذات النسخ الورقية نظرا لانشغالهم بها.

• الدراسة الثانية

هي دراسة للباحث تانجاف سكولتز (Tanjev Schultz) أنجزها في العام 1999، ونشرت له في مجلة الاتصالات الحاسوبية (Journal of Computer-Mediated Communication) خلال سبتمبر 1999، أطلق عليها عنوان: "الخدمات التفاعلية في الصحافة الإلكترونية دراسة تحليلية لمائة صحيفة أميركية إلكترونية".

✓ إشكالية الدراسة

تتمحور إشكالية البحث حول مجموعة تساؤلات هي:

- كم عدد الصحف على الإنترنت التي توفر عنوان بريد إلكتروني بإمكان المستخدم الاتصال به بهيئة التحرير؟
- كم عدد الصحف على الإنترنت التي تقدم قائمة عناوين شخصية للبريد الإلكتروني للمحررين؟
- هل للصحف على الإنترنت وصلات البريد الإلكتروني مباشرة مع أسماء المؤلفين في نهاية المواد الإعلامية؟
- كم عدد غرف الدردشة في الصحف على الإنترنت؟
- كم عدد الاستطلاعات الموجودة في الصحف الإلكترونية؟
- كم عدد منتديات الحوار المتوفرة في الصحف الإلكترونية؟
- ما هو المستوى العام من الخيارات التفاعلية التي تقدمها الصحف على الإنترنت؟
- هل هناك فرق في خيارات التفاعلية المطروحة بين الصحف الإلكترونية التي تستخدم الصور وتطبيقات الوسائط المتعددة مقارنة بمن لا تستخدم الصور والوسائط المتعددة؟
- هل هناك فرق في خيارات التفاعلية المقدمة بين الصحف المملوكة للدولة والمملوكة للخواص على الإنترنت؟
- هل هناك فرق في الخيارات المطروحة للتفاعلية بين الصحف على الإنترنت من أحجام مختلفة (صغيرة وكبرى)؟

✓ منهج الدراسة وأدواتها

- تم فحص مائة من الصحف الأمريكية على الإنترنت عن طريق تحليل المحتوى في صيف عام 1998. وتم أخذ العينة من قائمة موقع الويب للصحافة الأمريكية (<http://www.newslink.org/daily.htm>). وهو واحد من المواقع الأكثر موثوقية واستحداثا في أمريكا. تم اختيار 100 من الصحف بشكل عشوائي طبقي من أصل 517 صحيفة إلكترونية.

✓ نتائج الدراسة

أسفرت الدراسة عن جملة من النتائج، نلخص أهمها كالاتي:

- كل صحف العينة تقريبا قدمت على الأقل عنوان بريد إلكتروني واحدا للاتصال بهيئة التحرير. فقط 6 من أصل 100 من الصحف لم تقدم هذه الفرصة.

- 29 صحيفة فقط من أصل 100 تستخدم الدلائل التي سردها المحررون والمراسلون مع وصلات البريد الإلكتروني الشخصية الخاصة بهم. و25 من الصحف عرضت قائمة محدودة تقدم فيها عناوين البريد الإلكتروني على الأقل لبعض المحررين والكتاب، وعادة كتاب الرأي أو كبار المحررين.
- معظم الصحف على شبكة الإنترنت (67 في المائة) لم تقدم وصلات البريد الإلكتروني مباشرة مع قصص الكتاب. قدمت فقط 10 من الصحف وصلات البريد الإلكتروني لمؤلف واحد على الأقل. وقدمت 23 من الصحف فقط عددا قليلا من الروابط للمؤلفين مع قصصهم، ومعظم هؤلاء كانوا كتاب الأعمدة.
- 92 من أصل 100 من الصحف الإلكترونية لا تقدم الدردشة المتزامنة على الإطلاق، 3 قدمت وصلة مباشرة إلى مزود دردشة في موقع آخر. عرضت 5 من الصحف فقط في العينة غرف الدردشة الخاصة بها. 3 من الصحف الخمس قدمت غرفا للدردشة منظمة لكن دون مشاركة من الصحفيين فيها.
- 24 من أصل 100 من الصحف الإلكترونية أجرت استطلاعات للرأي عبر الإنترنت أو دراسات استقصائية، والملاحظ عليها البساطة وعدم الموثوقية بسبب إمكانية أن يصوت القراء بسهولة لمرة أو أكثر. فقط 5 من أصل 24 من الصحف تقطنت للأمر وجعلت من التصويت للمرة الثانية ملغيا مع وصول تحذير لصاحبه.
- 33 من أصل 100 من الصحف على الإنترنت لديها منتديات للنقاش. 15 منها تطلب من المستخدم التسجيل البسيط بالبريد الإلكتروني وكلمة المرور، في حين يمكن الوصول إليها في 18 صحيفة من دون تسجيل.
- قدمت 8 صحف وصلات البريد الإلكتروني للسياسيين. وظهرت في أخرى خيارات البحث الخاصة و"المسابقات التفاعلية"، والتي استندت فقط على وصلات. 4 صحف عرضت "بطاقات بريدية رقمية" يمكن للقراء إرسالها إلى الأصدقاء. وأخيرا قدمت 5 صحف أداة تستند إلى البريد الإلكتروني لتمكين القراء من إرسال المقالات لأشخاص آخرين.
- ارتبط استخدام الصور والوسائط المتعددة مع الخيارات التفاعلية. واستخدمت 77 من أصل 100 من الصحف الصور في موقعها على شبكة الإنترنت. ووظفت 16 من أصل 100 تطبيقات الوسائط المتعددة. وقد سجلت معظم الصحف على الإنترنت مؤشرا منخفضا للخيارات التفاعلية.
- لا فرق في خيارات التفاعلية المقدمة بين الصحف المملوكة للدولة والمملوكة للخواص على الإنترنت خاصة في استخدام الصور والوسائط المتعددة.
- يكون من الأسهل بالنسبة للصحف الكبيرة تخصيص الموارد اللازمة لتطوير موقعها على شبكة الإنترنت. كما أن محرري وإدارة الصحف الصغيرة قد لا يرون ضرورة التركيز على أدوات التفاعل، كما أن القراء أقرب إلى غرف الأخبار والحوار في المنظمات الكبيرة على حساب الصغيرة.

• الدراسة الثالثة

هي دراسة أنجزها تانجاف سكلتزر (Tanjev Schultz) في أكتوبر 1997، ونشرت له في مجلة إعلام، ثقافة ومجتمع (Media Culture & Society) خلال مارس 2000، عنوانها بـ "الإعلام الجماهيري ومفهوم التفاعلية، دراسة استكشافية لمنتديات الصحف الإلكترونية وبريد القراء".

✓ إشكالية الدراسة

هدفت هذه الدراسة إلى إلقاء الضوء على أحد أهم خيارات التفاعلية في الصحافة الإلكترونية الأمريكية؛ المنتديات الإلكترونية وبريد القراء، وهي دراسة استكشافية لصحفي نيويورك تايمز والمشاركين في المنتدى للمساعدة على توضيح فرص ومشاكل التفاعلية على الإنترنت.

✓ منهج الدراسة وأدواتها

- طبقت الدراسة على عينة من المنتديات المباشرة لصحيفة نيويورك تايمز في أكتوبر 1997، بهدف دراسة تفاعل المشاركين والمحررين عن طريق المنهج الوصفي المسحي.

✓ نتائج الدراسة

كشفت الدراسة عن عدة نتائج منها:

- عدد رسائل البريد الإلكتروني المتبادل بين المشتركين على مدى 10 شهور تراوح بين رسالة واحدة و 1500 رسالة.

- تبين أن المشاركين يتلقون في المتوسط 25 رسالة تتضمن تعليقات على الموضوعات خلال هذه الشهور.

- إن الأفراد المسيطرين على هذه المنتديات (الذين يستخدمونها بكثافة) يمثلون مشكلة للآخرين الذين يشاركون بها قليلا كهواية فقط.

- رغم رجوع الصدى الضعيف من المجلة، أغلب المشاركين يزورون المنتديات الخاصة بها كثيرا، 79 بالمائة يزورونها يوميا أو عدة مرات في الأسبوع، 21 بالمائة يزورونها عادة، و58 بالمائة من زوارها من قراء النسخة الورقية للجريدة بانتظام.

- ما زال الصحفيون بحاجة للمشاركة أكثر في المنتديات لكتابة مقالات وعقد مؤتمرات عن بعد مع المشاركين.

- كشف المسح الخاص بصحفي المؤسسة أن الأغلبية 12 من 19 صحفيا لا يزورون المنتديات الخاصة بالموقع فقط 7 يزورونها من وقت لآخر.

- ينصب اهتمام الصحفيين على المشكلات التقنية والسيطرة على المحتوى أكثر من مناقشة قراء المنتديات، في وقت خصصت فيه بعض الوسائل الأمريكية الأخرى مثل يو إس إي توداي (USA Today) فريقا من المحررين مكونا من 5 أفراد قائمين على بريد متاح للقراء للرد على انشغالاتهم.

- ترجع أسباب عدم التفاعل بين القراء والمحررين إلى: جماهيرية الوسيلة وكثرة الانشغالات والاستفسارات بما قد يتعذر معه الإجابة عن الجميع لانشغال الصحفيين بالمادة الصحفية. كما أن الخوف من الرسائل السلبية من قبل الجمهور قد يمنع الصحفيين من التفاعل معهم (Tanjev Schultz 2, 2000, 220, 221).

2-4- مناقشة الدراسات

لقد وضعت الباحثة في مرحلة تقديم الدراسات السابقة العديد من الاعتبارات في الحساب، وهي:

- الإتاحة والتوافر على الرغم من سعيها بطرق مختلفة للحصول على ما أرادت دائما.
- الارتباط المباشر بمتغير من متغيرات الموضوع فإما هو الصحافة الإلكترونية أو الاستخدام أو التفاعلية.
- تنوع الدراسات المقدمة من حيث البلدان والبيئات وزوايا رؤية الموضوع، والمزج بين المستحدث فيها والقديم (من 1994 تقريبا إلى غاية 2015) بغية الوقوف على التطور البحثي الحاصل في حقل الصحافة الإلكترونية عموما والتفاعلية خصوصا.

وتجدر الإشارة قبل عرض أوجه الاستفادة من هذه الدراسات السابقة إلى أن دراستنا الحالية تختلف عما سبقها في نقطة جوهرية، هي كونها دراسة اهتمت بالجوانب الأساسية الثلاث في الموضوع دون إغفال أحدها: دراسة ميدانية لاستخدامات جمهور الصحافة الإلكترونية من النخبة الأكاديمية الجزائرية لها، دراسة ميدانية مع القائمين على مواقع الصحف الإلكترونية الجزائرية، ودراسة تحليلية تقيس مستوى التفاعلية المتاح عبر الصحف الإلكترونية الجزائرية. وبذلك فإن الباحثة تسعى لمحاصرة الموضوع والقبض على كل زواياه. وتتلخص أوجه الاستفادة من الدراسات السابقة المعروضة أعلاه في النقاط الآتية:

✓ في الإطار النظري

إذ تتناول أغلبية هذه البحوث العلمية ظاهرة الصحافة الإلكترونية بالتحليل والنقاش مما ساعد الباحثة على تحديد الخطة الأولية للجزء النظري في الدراسة من خلال غرلة وتصنيف وتبويب المعلومات التي حصلت عليها من هذه الدراسات ومن مراجع متنوعة كانت قد جمعتها خلال فترة أربع سنوات، زارت خلالها عددا من الدول العربية في تربية قصيرة المدى وزيارات علمية في إطار مؤتمرات وندوات دولية (الأردن، مصر، المغرب، وتونس). فضلا عن تقديم بعض هذه الدراسات ليد العون للباحثة في الحصول على بعض المصادر الإلكترونية النادرة عن طريق إتاحة روابط هذه المصادر، وبذلك استطاعت الباحثة الرجوع إليها في شكلها الأصلي واستقاء ما شاءت من معلوماتها.

✓ في المنهج المتبع

اعتمدت معظم الدراسات السابقة المطروحة أعلاه على المنهج الوصفي، واختارت منه المسح الإعلامي بنظام العينة في غالب الأحيان الملائم لدراسة موضوع بحجم الصحف الإلكترونية أو مستخدميها، هذه الأخيرة التي بلغ عددها في الجزائر خلال رصد بسيط من طرف الباحثة دام شهرا -بالإمكانات التقنية والمالية المتواضعة الموجودة على الساحة الإلكترونية الجزائرية- 136 صحيفة إلكترونية مختلفة من حيث طبيعة الملكية بين خاصة وعمومية، خالصة وذات نسخ ورقية، جهوية ووطنية، عامة ومتخصصة،... الخ من

محددات اختلافها. وتشير إحصائيات العام 2000 إلى أن هناك في العالم أزيد من 4000 صحيفة إنترنت، وبحسب مركز "بيو" للأبحاث، بلغت نسبة قراء الصحف الإلكترونية إلى أكثر من ثلث إجمالي قراء الصحف بكافة أشكالها، وبلغ عدد زوار مواقع الصحف الإلكترونية ما نسبته 41% من مجمل مستخدمي الإنترنت في الربع الأخير من 2008. ووفق آخر بحث أجرته رابطة الصحف الأمريكية العام 2012، وجد انخفاض في معدل توزيع الصحف الورقية، على الرغم من تزايد معدل الإقبال على قراءة الصحف بين الشباب لكن عبر الإنترنت، فمواقع الصحف على الإنترنت ساهمت في زيادة عدد جماهير قراء الصحف بين البالغين من العمر 25 إلى 34 عاما بمقدار 13.7%، و9.2% بين البالغين من العمر 18 إلى 24 عام (حسين فاروق، 2012/11/21). إن كل هذه الأرقام تسمح بما ليس فيه شك أمام الباحث في هذا المجال إلى انتهاج أسلوب العينات التمثيلية لدراسة جزء منه. وهو فعلا ما قامت به الباحثة وكل أصحاب الدراسات السابقة. بالإضافة إلى منهج المسح الإعلامي فإن الكثير من هذه الدراسات استخدمت المنهج المقارن لاكتشاف أوجه الشبه وأوجه الاختلاف بين المواقع الإلكترونية في الدراسات التحليلية، وهو ما نبه الباحثة لذلك بما أنها اختارت عينة مكونة من 8 صحف إلكترونية كبرى في الجزائر.

✓ في الإطار الميداني واختيار العينات

بما يتعلق به من أدوات جمع البيانات وطريقة توظيفها، فكل من الاستبيان والمقابلة ومقياس التفاعلية اعتمدت عليها الباحثة في جمع البيانات المتعلقة بموضوعها، لذا فالاطلاع على طريقة توظيفها ميدانيا في بحوث سابقة يعدّ إضافة إيجابية للعمل وتمهيدا ممتازا للتحليل دونما تخوف مسبق من أخطاء فادحة قد ترتكب خلال الدراسة. كما أن الباحثة تقدر للدراسات السابقة المساعدة الكبيرة لها في الفصل في وحدة التحليل في شق الدراسة التحليلي، إذ كان من السهل اتخاذ القرار بكون الصفحة الرئيسية وحدة تحليل عينة المواقع التي اختارتها. دون أن ننسى طريقة اختيار العينات، وأسسها خاصة فيما تعلق بالعينة التحليلية إذ اتفقت جل الدراسات مع اختيار الباحثة على أساس حجم المؤسسة ووزنها في الساحة الإعلامية المدروسة وكذا الاعتداد بترتيب موقع الإحصاءات العالمي أليكسا (Alexa) من حيث نسب التصفح والانتشار على الشبكة.

✓ في طريقة تحليل البيانات الإحصائية وتفريغ الجداول واستخدام برنامج SPSS واختباره

استطاعت الباحثة بعد الاطلاع على التراث النظري الخاص بالتفاعلية في الصحافة الإلكترونية وعلى رأسه الدراسات السابقة في مختلف البيئات في العالم، المباشرة في تحليل بيانات ثلاث دراسات متعلقة بالجمهور والقائم بالاتصال والمضمون دونما خوف. فضلا عن أن هذه التجارب البحثية شجعت الباحثة على خوض غمار التحليل الإحصائي بمساعدة البرمجيات الحديثة، ونخص هنا بالذكر برنامج SPSS في نسخته 21.

✓ في تشابهه وتقاطع بعض الدراسات مع الأطروحة الحالية

في كونها تتشارك في دراسة المجتمع الجزائري ذاته، أو مجتمعات عربية قريبة مماثلة له في الحضارة والثقافة والتاريخ. إضافة إلى تقاطع بعضها في زاوية رؤية الموضوع على اعتبار موضوع الأطروحة الحالية جاء جامعا شاملا لزاويا عدة، كدراسات الاستخدامات والإشباع، دراسات النخب، الدراسات التحليلية لمواقع الصحف الإلكترونية، دراسات القائم بالاتصال أو المحررين الإلكترونيين.

✓ في مقارنة النتائج واستخلاص النتائج الخاصة بالتفاعلية في الصحافة الإلكترونية الجزائرية

حيث تمكنت الباحثة في نهاية المطاف من إجراء مقارنات بين نتائج دراسات سابقة في جزئيات معينة بنتائج الأطروحة الحالية كنوع من مناقشة مدى تطور الفهم العام والاستغلال الأمثل لإمكانيات التفاعلية في مواقع صحف العالم العربي بشكل عام، والجزائر -بيئة الدراسة- بشكل خاص. على العموم فإن الباحثة حاولت قدر الإمكان الاستفادة من الدراسات والبحوث السابقة في كل جوانبها الإيجابية وتوخي الحذر من الأخطاء المرتكبة فيها، مركزة مجهودها على تقديم دراسة علمية أصيلة تساعد باحثين مستقبليين في إيجاد طريق جديد لفهم التفاعلية في الصحافة الإلكترونية الجزائرية.

الفصل الثالث

أسس الصحافة الإلكترونية وتفاعليتها

الفصل الثالث: أسس الصحافة الإلكترونية وتفاعليتها

1- الصحافة الإلكترونية في العالم

- 1-1- تطور الإعلام الإلكتروني.....
- 2-1- أسس التحرير الصحفي الإلكتروني.....
- 3-1- تطور الصحافة الإلكترونية في العالم.....
- 4-1- خصائص وتصنيفات الصحافة الإلكترونية.....

2- التفاعلية المتاحة عبر الصحافة الإلكترونية

- 1-2- تصميم مواقع الصحف الإلكترونية.....
- 2-2- مستويات وتطبيقات التفاعلية في الصحافة الإلكترونية.....
- 3-2- قياس التفاعلية عبر الصحافة الإلكترونية.....
- 4-2- حراسة البوابة وتفاعلية الصحف الإلكترونية.....

1- الصحافة الإلكترونية في العالم

1-1- تطور الإعلام الإلكتروني

1-1-1 وسائل الإعلام الإلكتروني

أ. تشكل مفهوم الإعلام الإلكتروني

بدأت الثورة الإلكترونية التي تعد ثورة الاتصال الثالثة بعد ثورتَي المعلومات التي أحدثت انفجاراً معرفياً، وثورة وسائل الاتصال الحديثة التي بدأت باستخدام الراديو بدايات القرن العشرين وصولاً إلى التلفزيون، باستخدام الحاسبات الإلكترونية وشبكاتهما، وهي ما اصطلح عليه أيضاً "الثورة الرقمية" (غير الربحاني، مرجع سبق ذكره، 48). وقد أتى الإعلام الإلكتروني ليعبر عن التزاوج بين الكمبيوتر ووسائل الاتصال، وقد كان من أبرز تبعاته ما عرف بـ "طريق المعلومات السريع" الذي تعرفه اليونسكو بأنه شبكة رقمية تربط بين عدد كبير من مواقع الكمبيوترات والمنازل للتمكين من انتقال سريع للمعلومات والبرامج خاصة المواد المصورة والمرئية. وهو ما ارتبط بتردده على لسان نائب الرئيس الأمريكي آل غور (Al-Gore) أثناء حملة الانتخابات الرئاسية الأمريكية في عام 1992 إشارة منه إلى التطور الحاصل في شبكة الإنترنت وتهيئة بنيتها الأساسية آنذاك. في حين أن جذوره تعود إلى فترة الستينيات لأنه كان متعلقاً بالتلفزيون الكابلي الناشئ حينما بدأ يكرس مبدأ التغطية المكثفة والمتواصلة للأحداث (عباس مصطفى صادق 1، مرجع سبق ذكره، 21، 22). وتحققت هذه الإرهاسات وفق ما سبق وقدمه مارشال ماكلوهان (M.Mcluhan) حول مفهوم القرية الكونية التي تتبأ ببداية تشكلها بعد عام 1900 م عبر شبكة الاتصالات الإلكترونية عن بعد (من الراديو وصولاً إلى التلفزيون فالحاسوب المربوط بمختلف الشبكات الداخلية أو الخارجية أو الويب العالمية)، والتي انسحبت فيما بعد على كل أجزاء العالم من أجل إتاحة المعلومات إلى كافة الشعوب. فقد شهد عقد الثمانينيات تطوراً واسعاً نتيجة تكنولوجيا شبكات الهاتف، وإدخال وسائط مثل الألياف الصوتية البصرية، والأقمار الصناعية (حسنين شفيق 1، مرجع سبق ذكره، 15). واتسعت رقعة التطور بعدها لتطال مبتكراً جديداً حينها؛ الكمبيوتر وما صحبه من شبكات متطورة.

إن الانتقال من معالجة البيانات تماثلياً أو تشابهياً أو قياسيياً أو تناظرياً (Système Analogique) إلى معالجتها رقمياً أدى إلى تسارع كبير في التحول نحو الإعلام الرقمي (الجديد). والنظام الرقمي (Système Digital) هو نظام ثنائي (Binaire 0.1) يستخدم الأعداد المنفصلة مثل الأعداد الثنائية للعمليات التي تقوم بها الأجهزة الإلكترونية بما فيها الكمبيوتر، حيث يتم تمثيل جميع مراحل العمل رقمياً وهي:

- عملية الإدخال: تدخل المعلومات إلى النظام في شكل إشارات رقمية.
- عملية الإرسال: حيث يتم نقل الإشارات رقمياً.
- عملية التخزين: وهي أيضاً تنفذ رقمياً.
- عملية المعالجة: وفيها تعالج المعلومات بطريقة رقمية.

- عملية العرض: تتغير الإشارات المعالجة إلى شكل يفهمه المستخدم (عباس مصطفى صادق¹، مرجع سبق ذكره، 119).

ب- مظهرات الإعلام الإلكتروني

إن الإعلام الإلكتروني هو العملية الاجتماعية التي يتم فيها الاتصال عن بعد، بين أطراف يتبادلون الأدوار في بث الرسائل الاتصالية المتنوعة واستقبالها، من خلال النظم الرقمية ووسائلها، لتحقيق أهداف معينة. ولقد أتاح التطور التكنولوجي فرص الاختيار من بين خدمات ووسائل الإعلام الإلكتروني التي أضافت عدة أبعاد على العمليتين الإعلامية والاتصالية، نحاول من خلال هذا العنصر شرح أهم مظهرات الإعلام الإلكتروني متمثلة في: الإذاعة الرقمية، الأقمار الصناعية الرقمية، الشبكات الاجتماعية والمدونات، مواقع الويب، التلفزيون الرقمي، السينما الرقمية، الهاتف الرقمي، الكتاب الإلكتروني والمكتبات الإلكترونية، والصحافة الإلكترونية.

- الأقمار الصناعية الرقمية

إن ظهور الأقمار الصناعية كما هو معروف يعود إلى مقال كتب بمجلة اللاسلكي العام 1945 م، طرح إمكانية إنجاز وإرسال أجهزة اتصالات إلى الفضاء الخارجي، إلا أن تجسيد وإطلاق أول قمر صناعي في الفضاء الخارجي تأخر عن ذلك حوالي عشر سنوات، إذ كان على يد الروس في 1957 م لما أطلقوا القمر سبوتنيك 1 (عبد الرزاق محمد الدليمي¹، مرجع سبق ذكره، 109). ومن بين أهم الأغراض التي سخرت لها الأقمار منذ ظهورها:

- الأغراض العسكرية وتصوير مواقع العدو

- جمع المعلومات عن كوكب الأرض والكواكب الأخرى والمجرة.

- الاتصالات السلكية واللاسلكية والرقمية

- دراسة المناخ والطقس.

وقد مر تطورها التقني بعدة مراحل كما تطورت استخداماتها بتطور حاجات البشرية، إلى أن وصلت إلى ما هي عليه اليوم، بحيث أصبح هناك ما يعرف بـ "الأقمار الصناعية الرقمية"، وهو مشروع طموح نفذته شركة "تيلي ديسك" (TELE-DISQUE)، أطلقت عليه "إنترنت في السماء" عبر شبكة مكونة من 288 قمرا صناعيا رقميا، قادرا على توفير اتصال مزدوج ذو نطاق عريض وخدمات صوتية وبيانات وخدمات ومؤتمرات بالفيديو إضافة إلى الربط السريع بالإنترنت (المرجع السابق، 125، 126). وحققت هذه التكنولوجيا عدة فوائد منها:

- منع التشويش الداخلي عبر الإرسال الرقمي.

- تحقيق فوائد اقتصادية وخفض التكاليف.

- توفير سعة استخدام، ونسق تعدد الوصول (المرجع السابق، 137).

- اتساع قواعد الحاسبات والأجهزة الرقمية.

- تحقيق سهولة في الربط ما بين المحطات الأرضية ومختلف المستقبلات والوسائط الناقلة من أنظمة ميكروفونية أو كوابل، ألياف ضوئية أو غيرها.
 - استقلالية جودة الإرسال عن مسافة الاتصال وتكنولوجيا الشبكات.
 - الإذاعة الرقمية
- لقد امتد التطور التكنولوجي من الإذاعة المحلية التقليدية، إلى الإذاعات الدولية ثم الإذاعات الفضائية، فالإذاعة الإلكترونية أو ما أصبح يسمى بـ "الإذاعة الرقمية". هذه الأخيرة التي أدخلت تقنية البث الرقمي على الإذاعة التقليدية، وبها طرأت العديد من التحسينات والفوائد على هذه الوسيلة الإعلامية، نذكر من أهمها:
- التمكن من إرسال إشارات الأقمار الصناعية بكل سهولة، عبر قيام الإذاعة بتحديد رقم معين، وذلك نتيجة اعتمادها على تقنية البث الرقمي العالمي (عبير الرحباني، مرجع سبق ذكره، 66).
 - أدت تقنية البث الإذاعي الرقمي إلى الوصول لجودة عالية في الصوت، مما أدى إلى تحسين الأداء الإذاعي بأقل التكاليف.
 - إن التكنولوجيا الحديثة للراديو الرقمي تمكن المستمعين خاصة المستعملين للموجات القصيرة من اختيار اللغة التي يريدونها ضمن مجموعة اللغات الحية التي تبث بها الإذاعة (المرجع السابق، 66).
 - تستطيع تقنية البث الإذاعي الرقمي أن تغطي كافة أنحاء العالم، وتحقق فرصة لاستفادة الدول الفقيرة الأمية منها.
 - يحقق البث الإذاعي الرقمي القدرة على استيعاب التردد لعدة برامج إذاعية، مع تراسل المعطيات في شكل نصوص وصور ثابتة، بدلا من التردد الواحد للبرنامج (المرجع السابق، 66).
 - تستطيع هذه التقنية الجديدة تغطية عشرات القنوات الصوتية ذات الجودة العالية.
 - إمكانية استفادة المناطق النائية من خدمة الإذاعات الرقمية التعليمية، إضافة إلى دمج الإذاعة ضمن تقنيات الهواتف الخلوية وبثها عبر المواقع الإلكترونية.
 - التلفزيون الرقمي
- يمثل التلفزيون الرقمي (Digital TV) الجيل الثالث في مراحل تطور التلفزيون، بعد التلفزيون الأسود والأبيض والتلفزيون الملون، وحاليا انتقل البث الرقمي من الفضائيات إلى القنوات التلفزيونية الأرضية، وتستخدم التكنولوجيا الرقمية في تصوير البرامج التلفزيونية وتحريرها وإنتاجها وبثها ونقلها واستقبالها (عباس مصطفى صادق، 1، مرجع سبق ذكره، 245). وقد وفرت التقنية الرقمية التلفزيونية العديد من الميزات منها:
- استخدام الحيز الترددي بفاعلية أكبر ونوعية أفضل للصوت والصورة.
 - إمكانية استقبال الثابت والمحمول.
 - إدخال الصوت الرقمي المقولب من نوعية هاي- فاي (Hi-Fi) الذي يعد تحسينا فعليا آخر للتلفزيون الرقمي (عبير الرحباني، مرجع سبق ذكره، 78).

- بإمكان المشاهد اختيار لغة البث التي يريد سماعها.
- بإمكان المشاهد كذلك مشاهدة قناتين وبلغتين مختلفتين بذات الوقت.
- تقديمه لخدمات غير تلفزيونية مثل الوسائط المتعددة وألعاب الفيديو والتلفزيون التفاعلي... الخ.
- يمكن أن يحول جهاز التلفزيون إلى شاشة كمبيوتر موصول بشبكة الإنترنت، ومن ثم استقبال البرامج التفاعلية وتحميل المزيد من القنوات (عباس مصطفى صادق 1، مرجع سبق ذكره، 246)

وقد اتسع هذا النظام التقني العالي الجودة الذي لم يعد يبيث فقط عن طريق الأنظمة الأرضية والكوابل والأقمار الصناعية بل اندمج مع الإنترنت خاصة بعد زيادة استخدامها وانخفاض تكلفته وتطورها، وصار من الشائع جدا الحصول على المواد التلفزيونية التقليدية على شبكة الإنترنت. وتجدر الإشارة إلى أن تطور البث التلفزيوني لم يتوقف عند هذه المرحلة بل قطع أشواطاً كبيرة بعدها بظهور التلفزيون التفاعلي (Interactive TV) الذي هو وسيط ثنائي الاتجاه (TwoWay) يمنح المشاهد الفرصة في الاختيار والتعديل بجدول البرامج ومواعيدها كي يتلاءم مع مواعيده وأذواقه فهو بهذه الحالة يزيد من المشاركة بين المرسل والمستقبل ويمنح عملية الاتصال المرنة المطلوبة (يسري خالد إبراهيم، 2010، 251). وكذلك بروز التلفزيون المفتوح (Open TV)، وتلفزيون البلازما (Plasma TV)، وتلفزيون الكريستال السائل (LCD TV)، وتلفزيون الأبعاد الثلاثة (3D TV)، والتلفزيون فائق الوضوح (HDTV)... الخ.

- السينما الرقمية

السينما الرقمية (Digital Cinema) هي تكنولوجيا التصوير والمونتاج والتوزيع والعرض عبر أجهزة رقمية تنتهي بتوزيع الفيلم إما بواسطة قرص صلب رقمي (CD)، أو دي في دي (DVD)، أو عن طريق الأقمار الصناعية إلى دور سينما أو إلى أجهزة تلفزيون منزلية... أي هي إرسال الفيلم إلى دور عرض مباشرة في شتى أنحاء العالم بواسطة نظم رقمية (عباس مصطفى صادق 1، مرجع سبق ذكره، 208). إنها ببساطة تنطلق من كاميرا رقمية لا تحتاج فيلماً بل تستخدم أقراصاً رقمية يجري نقلها مباشرة بعد التصوير إلى جهاز كمبيوتر ليتم إكمال مراحل صنع الفيلم، ثم يتم بثه عبر شبكة الإنترنت إلى دور عرض أو قنوات تلفزيونية أو منازل مباشرة دون الحاجة إلى نسخ الفيلم وتوزيعه إلى كل دول العالم (حسين شفيق 2، 2010، 227، 228). وقد بدأ العصر الرقمي في السينما في عقد الثمانينيات، إلا أنه اكتسب زخماً كبيراً حوالي العام 1990 م. ومن أهم ميزات هذه الموجة السينمائية الرقمية:

- صفاء ووضوح الصورة كاملة حتى في الأطراف.
- الصورة الرقمية أشد سطوعاً وأفضل إنارة.
- الصورة لا تبلى مع الوقت بل تحافظ على الجودة ذاتها.
- حاجتها إلى معدات تقنية خفيفة ذات جودة وتكنولوجيا عالية.

- الفروق الرقمية حررت السينما من الميزانيات الضخمة للإنتاج مما فتح المجال أمام أجيال جديدة من المخرجين والممثلين الفنيين الذين يمارسون مهنة الفن السابع عن طريق الموهبة والهواية لا الاحتراف.
- التقنيات الرقمية سمحت بإنتاج مواد سمعية بصرية لشخص واحد هو يقوم بالأدوار كلها؛ هو السيناريسيت وهو الممثل أو الممثلون بأصوات مختلفة، وهو المخرج وهو القائم بالمونتاج وهو الموزع عبر الإنترنت.

ولم يتوقف الحد عند تطوير المعدات السينمائية ومراحل الإنتاج والتوزيع فيها بل طال طبيعتها من خلال دخولها مجالين مهمين هما السينما ثلاثية الأبعاد والسينما التفاعلية. هذه الأخيرة التي دخلت قاعات السينما عام 1992، حيث قامت الشركة النيويوركية أنترفيلم تكنولوجيز (Interfilm Technologies) بتقديم اقتراح نظام تفاعلي يتيح للمشاهدين تحديد مجريات الفيلم، باستخدام نظام التصوير (من الممكن الاختيار من بين عدة سيناريوهات مختلفة) وتتم عملية الاختيار كل 80 ثانية - الفترة الزمنية للفيلم 20 دقيقة- وذلك بالاعتماد على جهاز تحكم موضوع تحت كرسي المشاهد (المرجع السابق، 240).

- المنتديات

عرف أول منتدى حوار إلكتروني تحت اسم "يوزرنيت" (Usernet (Unix user network) وأنشئ سنة 1979 م من قبل طالبة جامعة Caroline بشمال الولايات المتحدة الأمريكية، ومازالت هذه الشبكة مستخدمة لغاية اليوم. ونستطيع القول إن المنتديات تسمح بتبادل الرسائل بين أعضاء مجموعة من الممكن أن يكونوا منتشرين جغرافيا ومتباعدين. فضلا عن أن المجموعات الحوارية تكون حول موضوعات متنوعة منها الهزلي ومنها الجدي، لكن إنشاء مثل هذه المجموعات معقد ويتطلب عددا كبيرا من المشاركين، فضلا عن أن الخصوصية تبقى إشكالية لأن الجميع يستطيعون الاطلاع على الرسائل المنشورة عبر هذه الشبكة (وداد سميشي، 2015، 137). وللمنتديات ميزات أهمها:

- يجعل من الممكن الحوار بين أشخاص متباعدين جغرافيا.
- يجمع متحاورين مستقلين في الوضع الإيديولوجي، إذ يمكن الاتصال بالآخرين ليس من خلال أسمائهم أو أماكنهم ولكن من خلال مراكز اهتمامهم.
- تسمح بجمع أشخاص من فئات اجتماعية متنوعة (وداد سميشي، مرجع سبق ذكره، 144).
- المدونات

هي إحدى أهم تطبيقات الإنترنت وأسرعها نموا على شبكة الإنترنت، يرجع ظهور مفهوم (Blog) إلى قيام بيتر مير هولز عام 1997 م، وهو من المهتمين بهذه النوعية من المواقع بكتابة المصطلح (Weblog) في موقعه مما جعل كلمة (Blog) تتحول وتقبل كاسم في اللغة الإنجليزية، ثم كفعال (To blog) يعني التحرير أو النشر عبر الإنترنت (حسنين شفيق3، 2011، 223). وتعتبر المدونة في أبسط تعاريفها صفحة على شبكة الإنترنت تحتوي مجموعة من المقالات القصيرة التي يتم تحديثها باستمرار من خلال نظام لإدارة المحتوى، وهي مؤرخة

ومرتبة ترتيباً زمنياً تصاعدياً، ترافقها في ذلك آلية للأرشفة لكل المقالات والمشاركات والتعليق عليها. ومن أبرز فوائد المدونات نجد:

* الحرية والصراحة في طرق الموضوعات والأفكار التي قد لا يجدها المستخدم في أية وسيلة إعلامية أو اتصالية أخرى.

* تعتبر المدونات مصدراً لتنمية المعارف وتوسع المعلومات وتعميقها، نتيجة لما تعرضه من معلومات في مختلف النواحي، وما يطرأ على هذه المعلومات من تطوير وتحديث (المرجع السابق، 108).

* سهولة إدارة وإنشاء المدونات ومجانيتها أمام كافة الإنترنتيين.

* إتاحة الفرصة أمام الناجحين في مجالات عملهم ونشاطهم في الحياة لإبراز ونشر هذه النجاحات في مجال الأبحاث، والدراسات، والاختراعات، والمواهب، والمداخلات... الخ.

* إمكانية التعبير بالوسيلة التي يرغب بها المدون الكلمات، الكلام الشفوي، الفيديو، الصور... الخ.

* كما يمكن أن تتخذ المدونات كوسيلة ربط بين الشخصيات العامة من سياسيين، أدباء، مثقفين وفنانين وجمهورهم العريض بشكل مباشر ودون وسيط، مثلما قام به السيناتور بل فرست (Bill Frist) حينما جعلها وسيلة للرد على أسئلة واستفسارات القراء المهتمين بالشؤون العامة (المرجع السابق، 109).

- الشبكات الاجتماعية

نشأ هذا النوع من الشبكات عام 1995 م، حيث ظهرت شبكة (Class matesn.com) والتي أسسها رانويك ونرادز، وقد بلغ عدد مستخدميها في الولايات المتحدة الأمريكية وكندا 50 مليوناً، ينتمون إلى 200 ألف مؤسسة تعليمية تمثل جميع مراحل التعليم من الحضنة وحتى الجامعة. وقد أحدث عام 2005 م نقلة نوعية في الشبكات الاجتماعية حيث ظهر موقع ماي سبيس الأمريكي، وفي نفس العام ظهر موقع "الفيس بوك" على يد طالب جامعة هارفارد الأمريكية مارك جوكربيرغ والذي تفوق على المواقع الأخرى، حيث بلغ عدد مستخدميها 400 مليون شخص في العالم (المرجع السابق، 58). واستمر نجاح هذا الأخير وكانت هذه التطبيقات من أهم خصائص ثورة الويب 2.0 (Web 2.0)، وحتى أنها صُنفت ضمن مواقع الجيل الثاني للويب.

ومن أهم التعريفات المقدمة لها نجد: الشبكات الاجتماعية هي مواقع على الإنترنت يتواصل من خلالها ملايين البشر الذين تجمعهم اهتمامات أو تخصصات معينة، ويتاح لأعضاء هذه الشبكات مشاركة الملفات والصور وتبادل مقاطع الفيديو، وإنشاء المدونات وإرسال الرسائل، وإجراء المحادثات الفورية، وسبب وصف هذه الشبكات بالاجتماعية، أنها تتيح التواصل مع الأصدقاء وزملاء الدراسة، وتقوي الروابط بين أعضاء هذه الشبكات في فضاء الإنترنت (حسنين شفيق 3، مرجع سبق ذكره، 181). ويمكن أن نستنتج مجموعة خصائص تتمتع بها الشبكات الاجتماعية كالآتي:

* توفير قدر كبير من المعلومات والمستجدات لكافة مستخدميها.

* التعاون والتشارك في مختلف المشكلات والهوم وإيجاد الحلول لها واتخاذ القرارات وتنفيذها على أرض الواقع.

* التعليم والتعلم والتدريب وتبادل مختلف الخبرات والمدرجات.

* التعبير عن المشاعر والأفكار والآراء وتقديم النصح والإرشاد حول كافة القضايا والمواضيع الإنسانية.

* إمكانية التفاعل الفوري والمباشر مع كافة الأحداث والقضايا على كافة الأصعدة.

ومن أشهر هذه الشبكات وأوسعها انتشارا في العالم نجد:

➤ الفايسبوك (Facebook)

تأسس موقع الفايسبوك سنة 2004 من طرف "مارك جزكريبرغ" وهو طالب في جامعة هارفارد الأمريكية، حيث كان الموقع في البداية عبارة عن شبكة لتعارف طلاب البكالوريوس في جامعة هارفارد، ثم تدريجيا فتح الشبكة لطلاب جامعات الإيفي ليغ. وفي سنة 2005 توسع الموقع باتجاه طلبة الثانويات الأمريكية، ثم إلى كندا وبريطانيا، وبعدها في عام 2006 إلى بقية دول العالم (سوهيلة بضيف، 2009، 2010، 78). وحسب تقرير قدمته كلية دبي للإدارة الحكومية عنونته بـ "تقرير الإعلام الاجتماعي العربي"، تجاوز عدد مستخدمي الفايسبوك 677 مليون مستخدم في أبريل من عام 2011 (وجاءت منطقة الشرق الأوسط من بين المناطق التي كان لها نصيب الأسد من حيث عدد المستخدمين الجدد) (فادي سالم، رشا مرتضى، 2011، 2).

➤ تويتر (Twitter)

ظهر موقع تويتر عام 2006 كمشروع بحثي قامت به شركة (Obvious) الأمريكية، ثم أطلق رسميا للمستخدمين في نفس العام (علي خليل شقرة، مرجع سبق ذكره، 75). وهو حاليا أحد أهم مواقع التواصل الاجتماعي بعد الفايسبوك يتم فيه التواصل بين الأعضاء بمداخلات محدودة الحجم بـ 140 حرفا للرسالة الواحدة. كما يتيح ذلك أيضا عن طريق الرسائل النصية (SMS)، ويمكن لصاحب الرصيد تحديد أوقات استقبال الرسائل منعا للإزعاج. ويمكن لأصدقاء المستخدم متابعة آخر أخباره وتحديثاته على صفحته مباشرة. ونظرا للسرعة التي تميز هذا الموقع فإنه يمكن أن يكون أداة فعالة جدا في التسويق والترويج للأفكار والمنتجات خاصة في الدول الصناعية الكبرى. وحسب ذات تقرير كلية دبي للإدارة الحكومية تجاوز عدد مستخدمي تويتر 200 مليون في نهاية مارس للعام ذاته (أي 2011)، ليبلغ إجمالي عدد التغريدات التي يرسلها هؤلاء أربعة مليارات تغريدة شهريا (فادي سالم، رشا مرتضى، مرجع سبق ذكره، 3).

وغيرهما الكثير من هذه الشبكات الاجتماعية كانستغرام (Instagram)، واتس آب (Whatsapp)، سكايب (Skype)، ما سبايس (My space)، اليوتيوب (Youtube)، فليكر (Flickr)، لينكدان (Linkedin)، غوغل بلوس (Google +)، فيد (Pheed)، فياديو (Viadeo)، دايلي موشن (Dailymotion)، فايبر (Viber)، بيبو (Bebo)، بادوو (Badoo)، سكايب بلوغ (Skyblog)... الخ.

- الهاتف الجوال والبلوتوث

يمثل الهاتف المتحرك (الجوال أو الخليوي) بأنواعه المختلفة وبكافة مستحدثاته واحدا من أكثر تظاهرات الإعلام الإلكتروني تأثيرا على حياة الإنسان وطريقة عيشه برمتها، ليس فقط كوسيلة اتصال شخصي

ولكن كأداة جماهيرية للتجارة والترويج والتسلية والترفيه وكوسيلة إعلامية شاملة وجديدة كلياً. وحسب هارت لورنس (Harte Lawrence) ظهر الهاتف المتحرك تجارياً في عام 1946 ثم بدأت أولى الكتابات عن الاتصال المتحرك الخليوي في 1947، ولكن حتى وقت قريب لم يكن التطبيق على الأرض جدياً من جميع النواحي، وقد أخذ التطوير وقتاً طويلاً بسبب السعي التكنولوجي وبيروقراطية الجهات المنظمة لقطاع الاتصالات للاتفاق على أنظمة الاتصال. وبعد سنوات طويلة من العمل تم استخدام نظامين رقميين هما الـ GSM الأوروبي المستخدم في عدد كبير من دول العالم، والنظام الأمريكي الـ CDMA (عباس مصطفى صادق 1، مرجع سبق ذكره، 287).

ويقدم الهاتف النقال عدة خدمات وفوائد أصبحت من أبرز ميزاته منها:

* يوفر التكلفة في الجهد والمال.

* تقصير المسافات وتوفير الوقت ومرونة الاستخدام.

* يوفر عدة خدمات شخصية لممتلكيه: منبه للتذكير بالمواعيد (دفتر مواعيد) والاستيقاظ في أي وقت يريده المستخدم له، آلة حاسبة لإجراء مختلف العمليات الحسابية، يقدم الساعة والتاريخ، دليل للاحتفاظ بمختلف أسماء وأرقام وعناوين الأشخاص الذين يهتمون المستخدم له، إضافة إلى قدرة تخزينية للمعلومات لا محدودة متعلقة بذاكرتي الهاتف وشريحة ذاكرة، الألعاب الإلكترونية التي تتوفر عليها، مسجل ومشغل للموسيقى في أي وقت يرغب صاحبه بالاستماع، خدمات تحديد المواقع الجغرافية، الترجمة، البحث عن المعلومات، ... الخ.

* يقدم خدمات اتصالية اجتماعية مع الآخرين: عن طريق الصوت بالمكالمات الهاتفية، أو الرسائل القصيرة (SMS)، الفيديو ورسائل الوسائط المتعددة (MMS).

* خدمات الإنترنت: توفر الأنظمة الجديدة من الهاتف الخليوي خدمة الاتصال بشبكة الإنترنت وخدمات الواب والاطلاع على البريد الإلكتروني وإرسال الرسائل الإلكترونية (المرجع السابق، 299). وهناك العديد من الجهات التي أصبحت تصمم موقعها لكي يتم استعراضه بواسطة الخليوي، فالموقع الذي يستطيع المتحرك دخوله هو الذي يعده أصحابه لهذا الغرض. وتجدر الإشارة إلى أن ما سيلي هذه الخدمات سيكون نتيجة لها.

* يوفر خدمات إعلامية كثيرة منها: الخدمات الإخبارية عن طريق متابعة الأخبار المختلفة السياسية، الاقتصادية، الرياضية... وأحوال الطقس أولاً بأول على مدار الساعة، خدمة الأخبار المصورة عبر مشاهدة البرامج التي تبث على الفضائيات حسب الطلب (علي خليل شقرة، مرجع سبق ذكره، 86). خدمتي التصوير والتسجيل أو المشاركة في تغطية الأحداث بالصوت والصورة، حيث يمكن الكثيرين من حملة الهواتف الجواله من تصوير كثير من المشاهد والجرائم التي لا ينشرها الإعلام الرسمي، وتسجيل العديد من الأصوات والأحداث (عبير الربحاني، مرجع سبق ذكره، 102، 103). وأيضا المشاركة بالآراء حول مختلف المضامين الإعلامية والدخول في نقاشات مباشرة وفورية مع كتابها أو بقية المستخدمين لها.

* يقدم خدمات تجارية ومصرفية: تشمل تبادل الأموال وعمليات البيع والشراء... وتوفر هذه الميزة للجهات المصرفية التواصل مع العملاء بتوفير بيانات خاصة بحساباتهم المصرفية وحركة أموالهم (عباس مصطفى صادق 1، مرجع سبق ذكره، 299).

* خدمات البلوتوث: تعود تسمية البلوتوث إلى الملك هارولد بلوتوث (Harold Bluetooth) الذي عاش في الألفية الأولى، ومات في معركة مع ابنه عام 986 م بعد أن وحد الدنمارك وأحاء النرويج في مملكة واحدة وأدخلهما في الديانة المسيحية... وعندما اتفقت مجموعة من شركات الاتصال في فنلندا والسويد والدنمارك والنرويج اختاروا اسم بلوتوث لتكنولوجيا جديدة وكدلالة أيضا على مدى أهمية الشركات الرائدة في هذا المجال في هذه البلدان (المرجع السابق، 307). وجاءت تقنية البلوتوث ثمرة تعاون بين مجموعة من الشركات المتخصصة بالاتصالات وتقنية المعلومات؛ حيث اشتركت خمس من كبرى تلك الشركات، هي شركات IBM، Nokia، Toshiba، Ericsson، Intel، من أجل إيجاد طريقة يمكن بواسطتها ربط الأجهزة الرقمية النقالة، كالهواتف الجواله والكومبيوترات المحمولة والكاميرات النقالة وساعات الرأس... الخ لاسلكيا (Wireless) عام 1998 م (عبد الرزاق محمد الدليمي 1، مرجع سبق ذكره، 173). وهي كما هم مبين أعلاه تكنولوجيا متطورة تمكن الأجهزة الإلكترونية (مثل الكمبيوتر، الهاتف المحمول، سماعات الرأس) من تبادل البيانات ونقل المعلومات من غير أسلاك أو كوابل أو تدخل المستخدم.

- الكتاب الإلكتروني والمكتبات الرقمية

تعتبر المكتبات الإلكترونية من أبرز مخرجات التطور التكنولوجي والثورة المعلوماتية التي يعيشها العالم الحديث. وتعرف المكتبة الإلكترونية بأنها تلك التي تتكون مقتنياتها من مصادر المعلومات الإلكترونية المختزنة على الأقراص المرنة (Floppy Disk CD) أو المتراسة (CD-Rom) أو المتوافرة من خلال البحث بالاتصال المباشر (Online) أو عبر الشبكات كالإنترنت. ولا ينحصر محتوى المكتبة الرقمية على الكتب الرقمية فقط بل يتعداه إلى غيرها من الوسائط (عبيد الرباني، مرجع سبق ذكره، 111). وهو في الحقيقة مفهوم يعكس كل أشكال المعلومات المخزنة إلكترونيا والمتاحة للمستفيدين من خلال نظم شبكات إلكترونية مما يحقق انخفاضا في تكاليف الإنتاج والتخزين، ولا يتوقف الأمر عند الفوائد الاقتصادية فحسب بل يتجاوز ذلك إلى الإتاحة الأفضل في جميع الأوقات وسهولة الاستخدام إضافة إلى تعدد الأوعية التي يمكن تخزينها فيها.

والكتاب الإلكتروني أو النشر الإلكتروني للكتاب يعرف بأنه عبارة عن الجمع ما بين التكنولوجيا وطباعة الكتب حيث أصبح بالإمكان قراءتها من خلال الحواسيب الشخصية PCs أو قارئ الكتب الإلكترونية e-Book reader، وهي عبارة عن أجهزة مصممة خصيصا لاستخدامات هذا النوع من الكتب. وكذلك ما يعرف (PDA) Personal Digital Assistance بالمساعد الإلكتروني الشخصي لقراءة الكتب الإلكترونية. وهو عبارة عن حاسوب شخصي صغير يمكن حمله باليد بكل سهولة أو حتى وضعه في الجيب Pocket PC (ربحي مصطفى عليان، إيمان السامرائي، 2010، 191). بدأ الكتاب الإلكتروني مع Michael S. Hart في 1971، وكانت النماذج المقدمة في السبعينيات في شركة بارك كاقترحات للحاسوب المحمول Dynabook، وهي من أوائل تنفيذات الحواسيب الشخصية التي تستطيع قراءة الكتب الإلكترونية (علي عبد الفتاح كنعان 1، 2014، 29). وتجدر الإشارة إلى أن هارت ميشال هو مؤسس المكتبة الافتراضية (بروجيكت غوتنبرغ). ويجب التنبيه في نهاية عرضنا لهذا العنصر أن

الباحثة استنتجت بشكل مقصود الصحافة الإلكترونية من عرضها ضمن تظاهرات الإعلام الإلكتروني بسبب وجود عنصر مستقل خاص بها سيأتي لاحقا لأنها من المتغيرات الأساسية للأطروحة.

1-1-2- خصائص الإعلام الإلكتروني

فرض الإعلام الإلكتروني بتنوع تظاهراته، وبتعدد وسائطه واقعا إعلاميا جديدا من حيث سعة الانتشار وضخامة التغطية، وتعدد أطراف العملية الاتصالية عبره، ويتأكد ذلك من الخصائص الكثيرة التي يتمتع بها، نقدم هذه الخصائص كآتي:

أ. التفاعلية

هي ميزة اتصفت بها لفترة طويلة أشكال الاتصال المواجهي منفردة، بينما كان الاتصال الجماهيري مفقدا لها تماما. وتعني التفاعلية Interactivity انتهاء فكرة الاتصال الخطي Linear أو الاتصال في اتجاه واحد من المرسل إلى المتلقي وهو ما كان يتسم به الاتصال الجمعي والجماهيري والثقافي اعتمادا على وسائل الاتصال الجماهيري التقليدية (محمد عبد الحميد 3، مرجع سبق ذكره، 30). وقد ولى زمن الخطية وأصبح الاتصال ذو اتجاهين، حيث تتبادل فيه أطرافه الأدوار ويكون لكل طرف فيه القدرة والحرية في التأثير على عملية الاتصال في المكان والزمان الذي يناسبه وبالدرجة التي يراها. وقد نتج عن ذلك عدة تحولات في العملية الاتصالية هي:

- لم يعد دور المتلقي يتوقف عند التلقي أو القيام بالفهم والاستيعاب بعيدا عن المرسل، لكن تحول إلى مشارك في عملية الاتصال ومؤثر في بناء عناصرها عبر تعدد اختياراته.
- لا تتوقف المشاركة على الاختيار بل تمتد إلى التأثير في بناء المحتوى وتوجيهه.
- إمكانية تعدد المشاركين في عملية الاتصال عن بعد في وقت متزامن من خلال عدة وسائط منها مؤتمرات الفيديو مع تبادل الأدوار وفقا لاتجاه الحوار ونتائجه.

ب. الشمول والتنوع والتكامل والاندماج

حيث كان الصحفي أو الإعلامي يعاني في الإعلام التقليدي من ضيق المساحة المخصصة لتناول موضوع معين، أو نشر أي تحقيق أو إنجاز أية مادة إعلامية (علي خليل شقرة، مرجع سبق ذكره، 56). ومع تطور المستحدثات الرقمية في الاتصال وتعددتها، بالإضافة إلى ارتفاع القدرة على التخزين والإتاحة للمحتوى الاتصالي تنوعت عناصر العملية الاتصالية ووفرت للمتلقي خيارات أكبر لتلبية حاجاته ودوافعه، وشمل هذا التنوع الآتي:

- تنوعا في أشكال وقوالب الاتصال (الاتصال الكتابي، الصوتي، الفيديو... الخ).
- تنوعا في المضمون الذي يختاره المتلقي من حيث وظائف أو مجالات هذا المحتوى أو وسائل ترميزه وروابطه وتفسيراته من خلال النصوص الفائقة أو التشعبية (Hypertext).

إن كلا من التنوع والشمول جعلتا من شبكة الإنترنت مظلة اتصالية تجمع بين نظم الاتصال وأشكالها، والوسائل الرقمية المختلفة والمحتوى بأشكاله ووظائفه في منظومة واحدة توفر للمتلقي الخيارات المتعددة في إطار متكامل... وذلك لأن النظام الرقمي بمستحدثاته يوفر أساليب التعرض والإتاحة ووسائل التخزين في أسلوب متكامل خلال وقت التعرض إلى شبكة الإنترنت ومواقعها المتعددة (محمد عبد الحميد 3، مرجع سبق ذكره، 33).

وتشير الدراسات الحديثة حول الإعلام الجديد (الإلكتروني) إلى حالة التماهي بين وسائل الإعلام الجديد كإحدى الصفات التي تتصف بها: فتكنولوجيا الإعلام الجديد أدت إلى اندماج وسائل الإعلام المختلفة، والتي كانت في الماضي مستقلة لا علاقة لكل منها بالأخرى بشكل ألغيت معه تلك الحدود الفاصلة بين تلك الوسائل (عباس مصطفى صادق 1، مرجع سبق ذكره، 48).

ج. الإتاحة شبه الكاملة لحرية الفكر والرأي

بعد أن واجهت وسائل الإعلام التقليدية تدخلات السلطات الرسمية في مختلف دول العالم بالمنع أو القمع أو الحجز أو التوقيف، إذ أن قدرة التحكم في وسائل الإعلام ألغت في كثير من الأحيان السلطة الرابعة التي امتلكتها هذه الوسائل على مر الزمن. جاءت الوسائل الإلكترونية لتجعل حرية الإعلام حقيقة لا مفر منها؛ وذلك عبر قدرتها على اختراق الحواجز الحدودية والزمنية، وتمكينها للمواطنين البسطاء من النشر وإيصال رسائلهم وتظلماتهم إلى كافة أنحاء العالم.

د. الفردية والتجزئة

يرفع الاتصال الرقمي من قيمة الفرد وتميزه، عندما توفر برامجه المتعددة وبروتوكولاته قدرا كبيرا من الخيارات التي منحت أطراف الاتصال حرية أوسع في التجول والاختيار والاستخدام وتقييم الاستفادة من عملية الاتصال. وهو ما يعلي من شأن الفردية (Individuality) ويرفع قيمتها (محمد عبد الحميد 3، مرجع سبق ذكره، 34). ويمثل كل من التحكم الذاتي، وتأمين المعلومات وسريتها أساسا لتكوين أعلى درجات الفردية والمحافظة على الخصوصية في الاتصال. إن طغيان الفردية في وسائل الإعلام الجديد أدى إلى تفتيت متعدد لمستويات الجمهور بحيث يصل إلى تقسيمهم إلى مجموعات صغيرة جدا تجمعهم اهتمامات معينة ربما ظرفية تتصف بالخصوصية الشديدة، بل وتتيح تعددية وتنوع المحتوى والخيارات وصولا إلى تقسيمات تفصيلية معينة لدى مجموعات من الأفراد من ذوي الاهتمامات والرغبات الواحدة. ومن ذلك فالاتصال الرقمي كما يعلي من شأن الفرد والفردية في تلبية حاجاته والمحافظة على خصوصية الاتصال والتحكم، فإنه على مستوى جمهور المتلقين يرفع من شأن الاهتمامات والتفضيلات الجمعية مهما كان حجم هذا الاهتمام والتفضيل. وهو ما يظهر في مواقع المنتديات Forums أو مواقع المدونات Blogs التي يجتمع حول موضوعاتها أصحاب الاختصاص أو الاهتمام بالموضوعات (المرجع السابق، 35).

هـ. تجاوز الحدود الجغرافية والثقافية

من المعروف أنه يطلق على شبكة الإنترنت شبكة الشبكات لما يجتمع فيها من شبكات محلية وإقليمية ودولية أصبحت لا تعد ولا تحصى بالنظر للتطور التقني والمعلوماتي الهائلين. وذلك ما سمح بزيادة كبيرة في أعداد مستخدمي الشبكة في جميع دول العالم تقريبا مما أنتج ثقافة واحدة عابرة للحدود الجغرافية وتميز الاتصال الرقمي بالكونية أو العالمية، وجاءت في ظل هذا الاتصال الثقافي المفتوح مفاهيم عدة توظف شبكة الإنترنت منها: التسويق الإلكتروني، التجارة الإلكترونية، الأعمال الإلكترونية ... الخ.

و. تجاوز المكان والزمان

إن الاتصال الرقمي بمختلف مستوياته وأشكاله لا يشترط تواجد أطراف العملية الاتصالية في مكان واحد، حتى أنه تتوفر حاليا أجهزة محمولة تسهل الاتصال عن بعد أكثر دونما حاجة لتنقل الأفراد للاتصال. كما أن التزامن الذي كان من أسس الاتصال المواجهي سابقا لم يعد ضروريا لقدرة الأجهزة الرقمية على الاستقبال والتخزين أو التحميل على وسائط معدة لذلك وإعادة الاستقبال في وقت لاحق. وشجعت هذه المزايا على الاستغراق في برامج الإعلام الإلكتروني بهدف التعلم مثلا في إطار فردي. كما ساعد تطور برامج النصوص الفائقة والوسائل الفائقة على طول فترة التجول Navigation بين المعلومات والأفكار التي تتضمنها لأغراض اكتساب المعلومات والتسلية. ولذلك فإن فترة استخدام الحاسب وبرامجه تفوق في كثير من الأحيان الفترات التي يستقطبها الفرد من وقته للقراءة أو المشاهدة أو الاستماع (المرجع السابق، 38).

1-2-1 - أسس التحرير الصحفي الإلكتروني

1-2-1-1 - القواعد الأساسية في التحرير الإلكتروني

أ- التحرير الإلكتروني

إذا كان التحرير الصحفي يعرف بأنه العملية التي تبدأ فور عملية الكتابة الصحفية، وتتم بشكل يدوي باستخدام الورقة والقلم. فإن التحرير الإلكتروني يعرف بأنه التحرير الذي يتم على إحدى شاشات الكمبيوتر، حيث يجلس المحرر أمامه ليقوم بتصويب، وتعديل المادة الصحفية المعروضة عليها، والمخزنة على الملفات داخل الكمبيوتر... وعليه فإن التحرير الإلكتروني أو الكتابة الرقمية، يختلفان عن الكتابة الورقية من حيث التأثير على القارئ، وتغيير طرق استقبال النصوص، وطريقة التدوين، وثبات أو حركية النصوص، والخطوط، وتشعبها، وتشجيرها، أو تفاعلها مع نصوص أخرى موازية أو مجانسة لها (عباس ناجي حسن، 2013، 120، 121). وذلك يعني أن المسألة تتجاوز كون المحرر الصحفي يكتب موضوعا بالاستعانة بأداة تكنولوجية، فهي تتعداه إلى إدارة محتوى إلكتروني بالكتابة والتخطيط والتفكير في آن واحد في استخدام أدوات تفاعلية وخدمية تثير القارئ الإلكتروني لا القارئ العادي لأوراق الصحف. كما أن التحرير الإلكتروني يحتاج إلى وضع معايير سيكولوجية، وفنية، وتقنية خاصة، يجب أن يفهمها ويستخدمها الكاتب في إعداد النصوص، ويتطلب من الكاتب أن يكون ماهرا في التعامل مع بيئة الاتصال التي تتنوع عناصرها ومفرداتها بشكل كبير (فتحي حسين عامر، مرجع سبق ذكره، 135، 136).

ويبرز (فوركس وبولتروك) ثلاث فوائد رئيسية للتحرير الإلكتروني هي:

- 1- سهل التعاون بين الكتاب والمحررين، حتى وإن كانوا لا يعملون في الموقع الإلكتروني نفسه.
- 2- يسمح بتخزين الوثائق إلكترونيا، وسهولة استرجاعها.
- 3- مكن المحررين من استخدامات الكمبيوتر المتعددة (عباس ناجي حسن، مرجع سبق ذكره، 122).

ومن هذه الفوائد يمكننا استنتاج أهم خصائص التحرير الإلكتروني، نجملها في الآتي:

- التركيز والاختصار: وهما السمة المميزة للخبر على الإنترنت (عبد الرزاق محمد الدليمي 2، 2010، 216).

- السرعة، والسعة الكبيرة، وإمكانية استخدام مختلف أنواع الإشارات سواء الكتابة أو الصوت أو الألوان، أو الصور الثابتة أو المتحركة أو المشاهد الحية من موقع الحدث عبر الفيديو.
- التميز بوجود مجال لرد فعل سريع وفوري من قبل جمهور القراء والمتصفحين للمواضيع.
- وجود عدادات للقراءة والتعليق أو ردود فعل القراء.
- إن أهمية العناية بتوفر هذه الميزات جعلت جاكوب نيلسن يقول أن الحل هو:
 - يجب أن تكون الكتابة قصيرة.
 - يجب التركيز على المهم.
 - يجب مضاعفة عدد الصفحات بدل جعل الصفحة الطويلة بمعنى يجب أن نكتب عدة مقالات قصيرة بدل مقال واحد طويل.
 - يجب معرفة الجمهور الذي نكتب له (محمد لعقاب، 2013، 41)
- وينطلق التحرير الإلكتروني من عدة مبادئ تعكس فوائده وميزاته وهي:
 - الاختصار والوضوح: تتأكد أهمية هذا المبدأ إذا ما أيقن المحرر تمام اليقين عدم توفر القارئ الإلكتروني على وقت كاف للاستيعاب وبذل جهد لإدراك صياغات تقليدية تتسم بالطول والتعقيد.
 - الاتساق: أي وجوب توفر التناسق بين المعلومات المطروقة.
 - الدقة: فقد أشارت إحدى الدراسات المسحية إلى أن نسبة 40 % ممن يستخدمون الإنترنت يستخدمونها لإعطائهم أكثر من خلفية للأخبار، ويعتمدون على دقة معلوماتها (عباس ناجي حسن، مرجع سبق ذكره، 123).
 - الكفاية والتناسب: يقصد بهما كفاية وتناسب المعلومات مع مبادئ الممارسة الإعلامية التحريرية.
 - التشييد أو الربط: إذ تسمح للمؤلف أن يصوغ عناصر جديدة انطلاقاً من تلك الموجودة، مستخدماً قدرة الحاسوب على تشييد أية وحدة نصية كعنصر جديد في مفردات وإشارات تتوسع عبر تشبيك مقاطع أو فصول نصية عديدة بفضل النص الفائق (المرجع السابق، 124).

ب- أدوات التحرير الصحفي الإلكتروني

- هناك عدة أدوات تميز التحرير الإلكتروني عن الورقي بالنظر إلى الإمكانيات التي تتيحها شبكة الإنترنت للمحررين، ونقدم فيما يلي أهم هذه الأدوات:
- الروابط أو الإحالات

عادة ما تحمل المواد الورقية إحالات إلى مواضيع أو عناصر إضافية تثري محتوى ما ورد في تلك المادة نجد الإشارة إليها في العادة أسفل الصفحة دون تفاصيل دقيقة، فقد نعرث فقط على اسم مؤلف وكتاب يمكن الاستفادة منه، لتبدأ بعد إنهاء القراءة مسيرة البحث عن تلك الإحالة لضرورة ما، وربما يستغرق البحث أياماً أو أسابيع، وقد يستدعي التنقل إلى أماكن عدة. ولكن التحرير الإلكتروني قضى على هذه الإشكالية

فالتواصل المعلوماتي والتعرف على تفاصيل أدق لا يستدع غير النقر على روابط وإحالات ترافق الموضوع الأساسي. وتأخذ هذه الروابط عدة أشكال منها:

✓ روابط ذات صلة (خارج الموضوع): عادة ما نجدها مثلا تحت مسمى "اقرأ أيضا".

✓ روابط ذات صلة داخل السياق: قد تكون شرحا لفكرة أو مفهوم ورد في ذات الموضوع.

✓ روابط بمواقع ذات صلة.

- إمكانية استخدام الصوت والصورة

وهي من الإمكانيات التي تتيحها عملية النشر الإلكتروني التي تجمع بين النص المقروء والمسموع

والمرئي، ويتميز البث الصوتي والمرئي على الإنترنت عن نظيره في الجرائد الورقية بعدد من المزايا هي:

✓ تداخل النص مع الصوت أو الصورة.

✓ تتيح الإنترنت شخصية الاستقبال، من حيث قدرة المستخدم على انتقاء المادة التي يريد التعرض

لها.

✓ قدرة المستخدم على استرجاع المادة وإعادة مشاهدتها (عادل الأنصاري، 2008، 95).

وتأخذ إمكانية دمج النص مع الصورة والصوت عدة أشكال منها:

➤ طريقة الروابط الجانبية أو التحتية: تترك للمستخدم حرية الاطلاع على المحتوى الكتابي فالصوتي أو المرئي.

➤ طريقة الصوت المتلاحم مع النص: يتم فيها النقر على الصوت في سياق النص المقروء.

- الإحالة إلى ساحات الحوار

تشكل إمكانية ربط قارئ الصفحة بساحة الحوار قيمة خاصة، تفتقدها وسائل الاتصال الأخرى بما

فيها القنوات الفضائية، فليس كل ما ينشر يكون محل تسليم وقبول من القارئ؛ فربما اعترض القارئ على المقال

أو الموضوع، أو اعترض على بعض النقاط فيه، أو اكتشف خلافا منهجيا في كتابة الموضوع، أو عدم دقة

المعلومات المصاحبة... فالقارئ يمكن أن يعرب عن رد فعله إزاء الموضوع بصورة سريعة. وفي هذه الحالة

يقوم الناشر الإلكتروني بتفعيل الموضوع، وربطه بساحات الحوار ذات الصلة الموجودة في موقعه (المرجع السابق،

98).

- الأرشفة واستدعاء المعلومات

أصبح بالإمكان عبر الإعلام الإلكتروني أرشفة كل المواضيع واستدعاؤها عبر محركات البحث داخل

الموقع ذاته أو خارجه متى ما أراد المستخدم ذلك، وتتم الأرشفة عن طريق عدة أشكال منها:

✓ أرشفة المادة من خلال الملفات الخاصة.

✓ أرشفة أبواب وصفحات الموقع حسب التخصصات المختلفة.

✓ إتاحة البحث في أرشيف الموقع.

- ✓ إتاحة البحث وفقا لتاريخ العرض، وذلك في المواقع الإلكترونية للصحف الورقية (المرجع السابق، 101).
- قياس سريع لرجع الصدى
- يسهل الإعلام الإلكتروني أمام مستخدمه تقديم رأيه وانتقاد ما تقدمه مواد مختلفة، كما يتيح أمامه تعدد أشكال تعبيره عن رجوع صده عبر:
- ✓ سجلات الزائرين: هي أيقونة يمكن أن يدخل من خلالها أي زائر للتعبير عن رأيه بصورة عامة في الموقع إشادة أو انتقادا، ليظهر هذا الرأي مباشرة على صفحات الموقع.
- ✓ الويب ماستر (Web Master): هو بريد رئيسي يمكن لكل زائر كتابة رسائله وإرسالها من خلاله، وهو يختلف عن سجل الزوار في كون رسائله لا تظهر على الموقع بل تصل مباشرة إلى إدارة الموقع بشكل خفي ويستطيع متابعتها فريق الإدارة والتجاوب الفوري أو البعدي معها.
- ✓ استطلاعات الرأي: هي تنقل رد فعل أكبر عدد ممكن من زوار الموقع ومستخدميه حول موضوع أو قضية بعينها.
- إعادة إنتاج المادة
- ينتج المحررون مواضيع ومواد إعلامية يتم بثها ونشرها بصورة لحظية على الموقع كما باستطاعته التحديث المستمر للموضوع ذاته، كما يستطيعون جمع المواد المتناسقة حول الموضوع الواحد في ملف يبرز كأهم مادة إعلامية على الموقع يومها، وهو ما يدعى بإمكانية إعادة إنتاج المادة عكس ما يحدث في وسائل أخرى أبرزها الصحف الورقية أين لا يمكن تعديل وإضافة ما سبق ونشر. وتفتح هذه الأداة الباب أمام المحررين لتقديم المادة الإعلامية في عدة أشكال منها: الملفات الكاملة، الملفات المرفقة بالصور والفيديو والصوت... الخ
- إمكانية التعديل والتصحيح
- يتم اللجوء إليهما في أي وقت يرغب به المحررون وإدارة الموقع وذلك إما لتطوير الحدث ومتابعة مستجداته أو لحصول خطأ في التحرير وتداركه.
- تنوع أشكال العرض
- إن طبيعة الإنترنت تتيح أشكالا وبدائل متنوعة متعددة لعرض المادة الإعلامية منها: الصور، الصوت، الكتابة والفيديو، الرسوم المتحركة والكاريكاتور، كما أنها تتميز بإمكانية تزامن استعمالها في ذات المادة الإعلامية. إضافة إلى طرق عرض كثيرة: كنظام الشاشة، الفلاش، والجالوري... الخ.
- 1-2-2-2- القوالب الصحفية الإلكترونية**
- أ- القوالب الفنية في الكتابة للويب
- هناك عدة أساليب فنية لعرض المعلومات في التحرير الصحفي التقليدي إلا أن الهرم المعكوس يفرض نفسه بقوة في التحرير الإلكتروني لكونه الأنسب لطبيعة الإنترنت، وهو ما لا ينف وجود استعمالات لغيره. ونقدم في الآتي أهم القوالب المستخدمة في التحرير الإلكتروني:

- قالب الهرم المعكوس أو المقلوب

إن الهرم المعكوس يقوم أساسا على التنظيم الهرمي للمعلومات، فيجعلها متسلسلة بشكل انسيابي ومنطقي، ويعطي الأولوية لأهم المعلومات. إن الهرم المعكوس طريقة كلاسيكية لصياغة الخبر الصحفي بطريقة سهلة وفعالة وتأثير قوي. هذه التقنية التحريرية تقوم على وضع العناصر الخبرية الأكثر أهمية والأكثر قربا من القارئ (أكثر إثارة لاهتمام القارئ) في أعلى الخبر، ثم نقوم بالتفصيل بعد ذلك (محمد لعقاب، مرجع سبق ذكره، 100). ومازال هذا القالب من أفضل القوالب الصحفية التي تسهم في زيادة المقروئية ونجاح المواضيع الإعلامية، إضافة إلى استقطاب اهتمام القراء، وتقديم الفائدة المباشرة لهم. وهو ما يخدم بشكل مباشر أهداف الإعلام الإلكتروني، وميزة مستخدميه المتمثلة في السرعة وعدم توفر الوقت.

ويقول فريديريك روس في ذات الشأن يمكن القول أن أي موقع إلكتروني يكون مفيدا عندما يكون مقروء، ويكون كذلك عندما يتوفر على: تنظيم جيد للمعلومات، يضمن تجوالا سهلا، أسلوب كتابة سهل، لديه نصوص متشعبة مفيدة (المرجع السابق، 108). وتجدر الإشارة إلى أن الهرم المعكوس ليس فقط تقنية للتحليل بل هو أيضا تقنية لعرض صفحة الويب الرئيسية وكذا الصفحات الداخلية.

- قالب السرد المتسلسل

يقوم على تقسيم الموضوع إلى مقاطع قصيرة، ومن ثم يكتب بطريقة خطية سردية من غير وصلات تتيح الانتقال غير الخطي، ويراعى فيه وضع نهاية شيقة لكل مقطع حتى يستأنف المتلقي قراءته، ويشار إلى أن هذا القالب يستخدم في الموضوعات ذات الصبغة القصصية أو الدرامية (إبراهيم بعزيز، 3، 2012، 116).

- قالب النص الطويل

يقوم 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 بشكل غير خطي (عباس ناجي حسن، مرجع سبق ذكره، 148).

- قالب الكتل النصية بحجم الشاشة

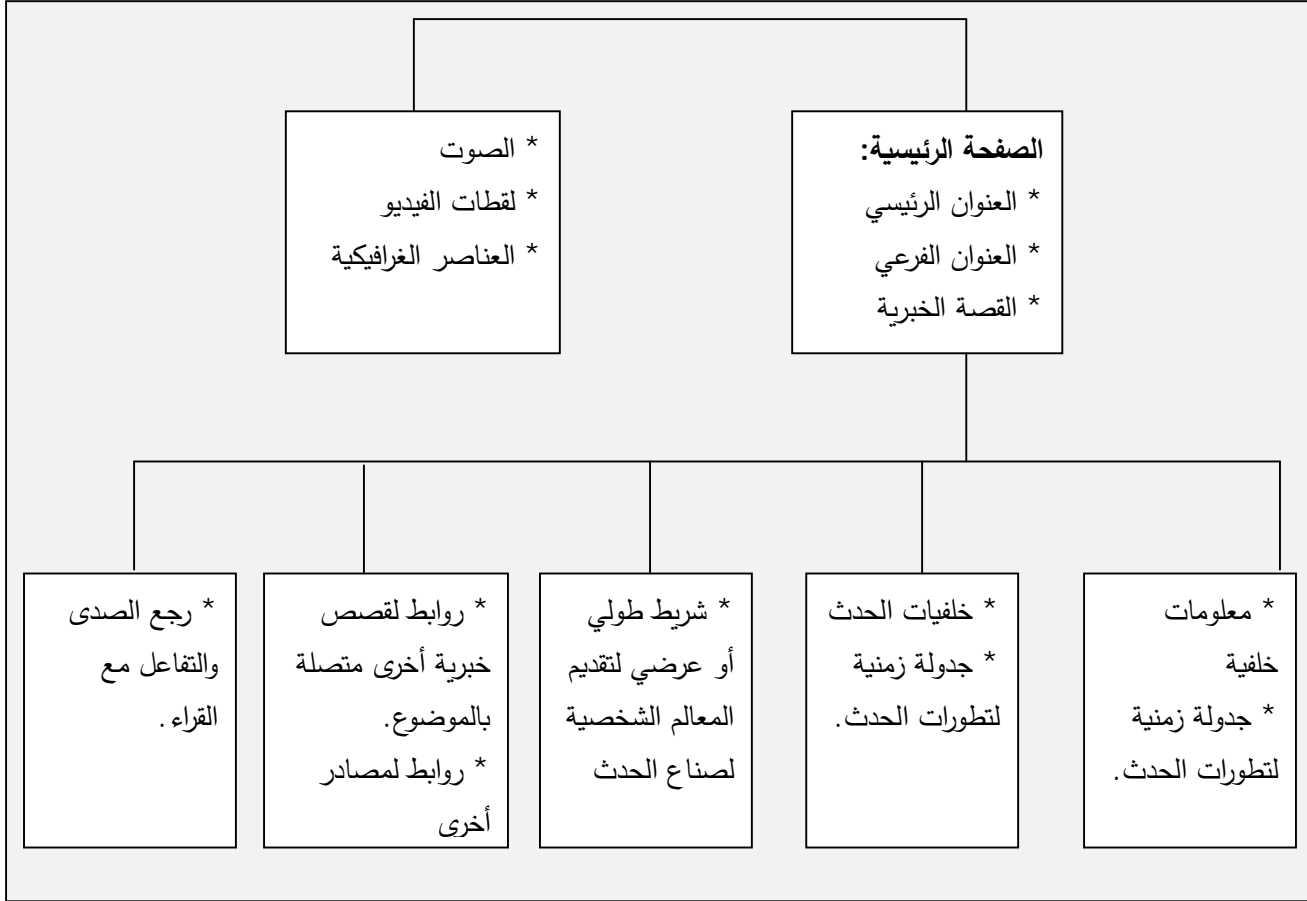
يعرض هذا القالب المادة الإعلامية على شكل وحدات أو كتل وكل جزء بحجم شاشة واحدة، وتوجد وصلات بين هذه الكتل تنقل المستخدم بشكل خطي بين الوحدات (التالي) و(السابق) وكل وحدة منها امتداد لما سبق وتمهيد للآتي، لذا ليس لها نهاية محددة، كما قد توجد وصلات خارجية تنقل لصفحات ومواقع أخرى على الشبكة العالمية للمعلومات (إبراهيم بعزيز، 3، مرجع سبق ذكره، 117).

- قالب لوحة التصميم (Story-board)

هو من القوالب المهمة في تحرير الأخبار التي أفرزتها تكنولوجيا الاتصال عبر الإنترنت، ويأخذ 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 المتعددة التفاعلية، ويتم في هذا قالب إدخال الصوت والصورة ورجع الصدى إلى الموضوع الصحفي (عباس ناجي حسن، مرجع سبق ذكره، 149).

شكل رقم (01): يوضح قالب لوحة التصميم للخبر الإلكتروني



المصدر: (عبد الرزاق محمد الدليمي¹، مرجع سبق ذكره، 263)

ب- فنون التحرير الصحفي الإلكتروني

تتمثل فنون التحرير الصحفي الإلكتروني في: الخبر الإلكتروني، التقرير الإلكتروني، القصة الصحفية الإلكترونية، التغطية الخاصة، الحديث الإلكتروني، المقال والكاركاتير.

- الخبر الإلكتروني

يشير مفهومه إلى الأخبار التي يتم نشرها عبر مواقع الصحف الإلكترونية والمواقع الإخبارية الإلكترونية المختلفة على الشبكة وعلى مدار الساعة، وهي أخبار تخضع للتحديث المستمر وتزود بخلفيات من الصور والفيديوهات بالإضافة إلى ربطها بأحداث مشابهة. ومن أهم الشروط التي يجب أن تتوفر فيه:

- أن يكتب بوضوح ودقة ومباشرة أي أن يكتب للإنترنت وليس للوسائل الإعلامية التقليدية.

- تكون جملة قصيرة ومكثفة.
- أن يكون على شكل فقرات.
- ألا يتجاوز أربع جمل بسيطة.
- يجب أن يتوفر فيه: الصدق-الحالية- السرعة- الجدة- الدقة- الإثارة- الأهمية (فحي حسين عامر، مرجع سبق ذكره، 145).

ويمكن أن نستنتج مما سبق أن الخبر الإلكتروني غير الخبر الصحفي التقليدي له عدة ميزات أفرزتها الشبكة العنكبوتية منها: تعدد الوسائط المستخدمة فيه (الصورة الثابتة والمتحركة، الصوت، الفيديو)، تعدد مصادره، التحديث المستمر له، الربط بين مختلف الأخبار، إمكانية البحث في الموقع عن أخبار بعينها وإيجادها بكل سهولة، إمكانية الوصول مباشرة إلى المحرر عبر بريده الخاص المرفق بالخبر، إمكانية العودة إلى كل الأخبار السابقة بشكل فوري وأني من خلال نظام الأرشيف الإلكترونية للمواد الإعلامية.

- التقرير الصحفي الإلكتروني

يعرف التقرير الصحفي الإلكتروني بأنه مادة إخبارية تخدم فكرة واحدة، وتعلق على ما هو أعمق من الخبر ويستمد من المعلومات الموثوقة. ومن أبرز شروطه:

- لا يتجاوز عدد كلماته 400 كلمة.
- الالتزام باللغة المباشرة والأسلوب البسيط الواضح.
- يمكن استخدام معلومات وإحصائيات لتعزيز محتواه في أقل قدر ممكن من الكلمات.
- لا يذكر المحرر رأيه في التقرير الإلكتروني (عباس ناجي حسن، مرجع سبق ذكره، 141).

ويتكون التقرير الإلكتروني من: تمهيد، خلفية مختصرة عن الأحداث الماضية، تفسيرات وتعليقات للأشخاص المشتركين في الحدث، وثائق وإحصائيات، مشاهد حية للحدث، الربط بأحداث أخرى ذات صلة بالحدث، ونتائج الحدث.

- القصة الصحفية الإلكترونية

وهي التي تبنى على أساس الخبر الإلكتروني على ألا تتجاوز 800 كلمة، فيجب أن يتأكد المحرر الإلكتروني من إبقائها في صفحة واحدة... ويقترح (جوناثان دوب) على كتاب الإنترنت لتسهيل استيعاب النص، تقسيم النص إلى مزيد من الأجزاء واستعمال مزيد من العناوين الفرعية والنقاط المبرزة لفصل الأفكار على نحو أكثر مما يفعلونه في الصحافة المطبوعة (المرجع السابق، 143).

- التغطية الخاصة

وهي أحد أشكال فنون التحرير الإلكتروني يركز على الشكل المباشر، وتقديم صورة فورية عن الحدث، ويستخدم هذا الفن التحريري تقنية الفلاش لعرض مضامينه في الصفحة الأولى (التمهيدية) للموقع.

- الحديث الصحفي الإلكتروني

ينبني كالحديث التقليدي على حوار بين صحفي وشخصية من الشخصيات العامة أو الخاصة، ويستهدف عموماً نفس الأهداف كالحصول على المعلومات أو الاستفسار عن وجهات النظر أو نقل انشغالات الجمهور إلا أن الجديد فيه هو استخدامه لتقنيات حديثة متنوعة، فيمكنه أن يكون مكتوباً ومصحوباً بقطاعات فيديو، أو تسجيلاً صوتياً وروابط فائقة تربطه بأخبار مشابهة أو في ذات السياق إضافة إلى إمكانية تعليق الجمهور عليه وإرسالهم لآرائهم حول مضمونه.

- المقال الصحفي

نظراً لكونه معبراً بشكل مباشر عن سياسة المؤسسة الإعلامية مهما كانت طبيعتها فهو يتمتع بخاصية النشر اليومي له لاسيما لبعض أنواعه بالذات كالعمود، والافتتاحية. وعادة ما تلجأ الوسائل الإلكترونية لاستنكاف شخصيات عامة سياسية أو ثقافية أو فنية مرموقة لجلب المزيد من اهتمام القراء.

- الكاريكاتير

هو من أهم الفنون ظهوراً في مختلف الوسائل الإلكترونية نظراً لاعتباره من الوسائط المتعددة من جهة، وقدرته على توصيل المعلومات في شكل فكاهي ساخر قريب جداً من القراء من جهة ثانية. ولأهميته نجد أن مختلف المواقع الإعلامية تبني أرشيفاً خاصاً به تعرض فيه كامل الرسوم الكاريكاتيرية منذ أن قررت وضعها على موقعها.

1-2-3- الصحفي الإلكتروني

أتاحت التقنيات الحديثة للصحافة المعاصرة فرصة مواءمة قدراتها المرتبطة بطبيعتها الخاصة مع ما تتطلبه المرحلة الحالية التي تشهد تنافساً محموماً بين الصحافة والوسائل الإلكترونية، يقوم على سعي الوسائل المختلفة لتلبية الحاجات الاتصالية للجماهير بغية كسبها حيث استطاعت الصحافة الإلكترونية أن تستغل التقنيات الخاصة بالحصول على المعلومات وتوثيقها واسترجاعها... من خلال الاستفادة السريعة من محتويات بنوك ومراكز المعلومات (فهد بن عبد العزيز بدر العسكر، 1998، 93)، مما أدى إلى تطوير العمل الصحفي الإلكتروني، وظهور ما يسمى بالصحفي الإلكتروني في مختلف الوسائل الإلكترونية. لقد طال هذا التطور العديد من عناصر العملية الاتصالية كالاتي:

أ. تطور القارئ

طورت تفاعلية الوسائل الإلكترونية من دور القارئ بل نستطيع القول أنها عززت تعبيره عن رجع صداه، وتوصلت به إلى المشاركة في صناعة المضامين الإعلامية من خلال عدة خدمات وتطبيقات تفاعلية كالتعليق، مساحات الحوار، إضافة المواضيع، الاشتراك للحصول على الأخبار، استطلاعات الرأي، إرسال المحتوى، ... الخ.

ب. تطور المادة الإعلامية

أدت إتاحة الفرصة لتعبير المتلقي عن رأيه إلى تغير العديد من الأساسيات في التحرير الصحفي الإلكتروني، حيث أصبحت المادة الإعلامية الإلكترونية موجزة، سهلة المقروئية، مباشرة، قابلة للتحديث المستمر، تفاعلية قابلة للرد والتعليق الفوري، مستخدمة للأرقام، مستخدمة للبنط العريض، مرفقة بالصور والصوت ومقاطع الفيديو، مرتبطة بأخبار أخرى تشعبية (محمد لعقاب، مرجع سبق ذكره، 110، 111).

ت. تطور الوسائل

حيث أصبح الحاسوب وبرامجه المعلوماتية هما أساس الإنتاج التحريري والإخراجي لمختلف الوسائل الإعلامية الإلكترونية.

ث. تطور المصادر

على الرغم من أن المصادر الصحفية للأخبار هي الوكالات والمراسلين والمندوبين والشخصيات العامة وغيرها من المصادر الأخرى، إلا أننا اليوم نرى تطورا في مصادر الخبر فلم تعد المعلومة والخبر حكرا لنشرها إلا من قبل العاملين في الصحافة والإعلام، وإنما أصبح المواطن العادي أيضا مراسلا بإمكانه نقل ونشر الخبر عبر الإنترنت... وخير مثال على تطور هذا النوع من المصادر (المواطن) هو ما حدث في تونس ومصر وليبيا واليمن وسوريا والعراق في نقل ما يحدث في ساحات الأحداث عبر الإنترنت من خلال أجهزة الموبايل والكاميرات الشخصية (عباس ناجي حسن، مرجع سبق ذكره، 166).

ج. تطور منتج المادة الإعلامية

إن الصحفي الإلكتروني هو وليد الوسائل الإعلامية الإلكترونية، وهو من يقوم بتحرير أو المساعدة في تحرير مضامين الوسيلة الإلكترونية مهما كان شكلها ومكانها... وأصبح هذا الصحفي له مواصفات مثل:

- 1- التمكن من استخدام الحاسب الآلي وبرامجه، خاصة برنامج الكتابة وبرنامج الصور والفيديو.
- 2- التعامل مع شبكة الإنترنت، وكيفية البحث عبرها، وكيفية التجول على مواقعها المختلفة.
- 3- يكون له بريد إلكتروني يرسل منه ويستقبل من خلاله الرسائل من المصادر المختلفة، ولا بد أن يكون مدركا لحجم بريده الإلكتروني وسعته حتى لا يتسبب جهله في منع وصول رسالة بها خبر هام في الوقت المناسب.
- 4- لديه خبرة بطرق حماية وأمن الحاسب الآلي مثل البرامج المضادة للفيروسات والبرامج المضادة للتجسس، وما إلى ذلك حتى يتمكن من التعامل مع أي طارئ يسيطر على جهازه.
- 5- متابعة ما يقوم بنشره وردود الفعل حتى يمكنه الرد عليها إن احتاج الأمر.
- 6- معرفة القوالب الصحفية الإلكترونية وأبجديات التعامل معها (عبد الرزاق محمد الدليمي 2، مرجع سبق ذكره، 217).

كما يجب عليه اتباع طرق للعمل الصحفي مثل:

- الاتصال بمصادر الأخبار بواسطة البريد الإلكتروني وشبكات التواصل الاجتماعي.

- إجراء المقابلات الصحفية الإلكترونية مع المصادر بواسطة البريد الإلكتروني أو الدردشة المصورة عن بعد عبر مختلف الوسائط السامحة بذلك كالفيسبوك، السنجر، السكايب، ... الخ.
- الحصول على خرائط أي موقع في العالم، والسجلات والإحصائيات الرسمية لمختلف الظواهر.
- تكثيف الاتصالات والاشتراكات بكافة مواقع جماعات النقاش والدردشة وساحات الحوار للحصول على كافة مصادر الأخبار.
- توطيد العلاقات بمصادر خبيرة في موضوعات وتخصصات متعددة.
- لقد رافق ظهور مصطلح الصحفي الإلكتروني مفهوماً آخر هو صحفي الوسائط المتعددة؛ وهو صاحب القدرة والتمكن من الإنتاج والحصول على المواد السمعية والسمعية البصرية بأبسط المعدات الإلكترونية وفي أقصر الأوقات حول مختلف الأحداث والأخبار في كل مكان. لقد انتهت مع الإعلام الإلكتروني الحدود الفاصلة بين مختلف مهن الإعلام فالصحفي الإلكتروني أصبح صحفياً ومخرجاً ومصوراً ومعلقاً ومقدماً (رندي ربيك، إيوت كينغ، 2009، 362، 363). ومع التمتع بمختلف هذه المواصفات الصحفية الفنية والتقنية للمحررين الإلكترونيين يجب أيضاً ألا ننسى المواصفات الأخلاقية التي تحكم عمل هؤلاء الذين أصبحوا يتمتعون بهامش من الحرية وانفلات الرقابة عنهم في زمن تعيش فيه أغلب الوسائل الإلكترونية سباقاً محموماً لكسب ثقة الإنترنتيين وزيادة التصفح ورفع نسب المشاركات والتفاعل مع مضامينها، ونذكر منها:
- الحقيقة: يجب على الصحفيين الإلكترونيين السعي بإصرار للحصول على الحقيقة.
- الإنصاف والعدل: يجب على الصحفيين الإلكترونيين عرض الأخبار بإنصاف وحيادية وإضافة قيمة أساسية على ما هو مهم وذو علاقة.
- الصدق: يجب على الصحفيين أن يقدموا الأخبار بصدق وشرف وأن يتجنبوا تضارب المصالح وأن يحترموا كرامة وذكاء الجمهور (فتحي حسين عامر، مرجع سبق ذكره، 148).
- الاستقلالية: يجب على الصحفي الدفاع عن استقلالية آرائه وأن يبعد المسيطرين على مضمون خبره.
- المحاسبة: يجب إدراك كون الصحفيين محاسبون على أقلامهم أمام الجمهور العام والمهنة وأمام أنفسهم.

1-3-1 - تطور الصحافة الإلكترونية في العالم

1-3-1-1 - نشوء الصحافة الإلكترونية وتطورها في العالم

أ- نشأة الصحافة الإلكترونية

مع أوائل الألفية الجديدة بدأت المؤسسات الصحفية تسعى لنشر المحتوى الإعلامي الإخباري والإعلاني لها عبر شبكة الإنترنت، كما انطلقت أيضا مختلف المؤسسات الإعلامية في تنافس محموم لدى الشركات المصممة لمواقع الويب بغية حجز مساحات لها عبر الشبكة استعدادا لإنشاء مواقعها، وذلك سعيا منها لكسب جمهور إلكتروني بدأت أعداده تتضاعف منذ انتشار استخدام الشبكة ومجانيتها أو زهد سعر الحصول عليها في كافة أقطار العالم.

وترجع نشأة الصحافة الإلكترونية إلى بداية السبعينيات من القرن الماضي بظهور خدمة التلنكست (Teletext) سنة 1976 كثمرة تعاون بين مؤسستي BBC و IBA وسمي النظام الخاص بالمؤسسة في ظهوره الأول سيفاكس (CEEFAX) في حين عرف نظام المؤسسة الثانية بـ (Oracle). وفي سنة 1979 ولدت خدمة الفيديوتكس (Videotext) الأكثر تفاعلية وكان أول ظهورها في بريطانيا مع نظام (Prestel) على يد مؤسسة BTA. وبناء على النجاح الذي أحرزته المؤسسات المذكورة في توفير خدمة النصوص التفاعلية للمستفيدين شرع عدد من المؤسسات الصحفية الأمريكية في منتصف عام 1980 في العمل على توفير النصوص الصحافية التي تنتجها بشكل إلكتروني إلى المستفيدين عبر الاتصال الفوري المباشر ومن بين هذه المؤسسات Mirror، Knight Riders Viewtron، Times (علي عبد الفتاح كنعان 1، مرجع سبق ذكره، 71، 72). ويقر العديد من المختصين أن هذه البداية للصحافة الإلكترونية لم تكن موفقة تماما ولم تجد صدى جماهيري بالقدر المطلوب خاصة الأمريكية منها، وأرجعوا ذلك إلى عدة أسباب منها: عدم توفر تقنيات متطورة تسمح بوصول غير مكلف وسهل للمحتوى الإلكتروني إلى كافة فئات الجمهور، كما أنها عرفت نقصا في اهتمام هذا الأخير بها إضافة إلى إهمالها من قبل المعلنين ورؤوس الأموال.

ومع بداية التسعينيات تطورت تقنيات النشر الإلكتروني مع اتساع استخدامات شبكة الإنترنت وتوصل أغلب رؤساء ومدراء المؤسسات الصحفية إلى اعتبار التحرير على الخط عنصرا أساسيا لنجاح وانتشار صحفهم التي كانت مقيدة في أغلب الأحيان بالوقت والحدود الجغرافية، حيث أصبح بمقدورها تجاوز محليتها وخلق متلقين وقراء عبر كافة قارات العالم. وتجدر الإشارة في مستهل عرضنا لتطور صحافة الإنترنت إلى أن هناك صعوبة كبيرة في تحديد بواكيرها، وفي تحديد تواريخ وأسماء أولى الصحف الإلكترونية ظهورا، سواء على المستوى العالمي أو العربي أو حتى الوطني الجزائري. وبحسب رأي الباحث الأمريكي "مارك ديونيز" في دراسة له حول تاريخ الصحافة الإلكترونية، فإن أول صحيفة في الولايات المتحدة الأمريكية دشنت نسخة إلكترونية لها على الإنترنت كانت "شيكاجو تريبيون" عام 1992 مع نسختها شيكاغو أون لاين (علي عبد الفتاح كنعان 2، 2014، 50). إلا أنه وبحسب رأي الدكتور محمود علم الدين والدكتور جواد الدلو فإن صحيفة "هيلزنبورج داغبلاد"

السويدية هي أول صحيفة تنشر بالكامل على الإنترنت عام 1990 (إبراهيم بعزيز 3، مرجع سبق ذكره، 63). ثم توالى الصحف الإلكترونية في الظهور، فكان موقع بالو ألتو أون لاين في كلية الصحافة والاتصال الجماهيري بجامعة فلوريدا عام 1993، جاء بعده موقع آخر في 19 يناير 1994 هو ألتو بالو ويكلي لتصبح الصحيفة الأولى التي تنشر بانتظام على الشبكة (علي عبد الفتاح كنعان 3، 2014، 14). وقد كان من بين الصحف الأمريكية الكبرى التي ظهرت على الخط يوس توداي (Us Today) التي تسمح للمستخدم بالانتقال من موقع لآخر وكذلك الانتقال إلى أقسام متعددة.

وخلال الأعوام 1994-1995-1996 زاد عدد الصحف اليومية الأمريكية حتى أن اتحاد الصحافة الأمريكي أعلن في أبريل من عام 1996 أنه أصبح هناك 176 صحيفة يومية في أمريكا الشمالية موجودة على الشبكة، والعدد الموجود في العالم يبلغ 775 إصدارا صحفيا إلكترونيا. وفي بداية عام 1997 أعلنت جامعة كولومبيا عن منح جائزة "بولتزر" للمقالات الصحفية التي تنشر عبر الإنترنت أيضا (إبراهيم بعزيز 3، مرجع سبق ذكره، 64). وتجدر الإشارة إلى أن الديلي تلغراف البريطانية هي واحدة من أوائل الصحف الأوروبية على الإنترنت التي تصدر منذ تشرين الثاني 1994 ولديها مليون مشترك في نسختها الإلكترونية، ويمثل ذلك بداية خروج الإنترنت إلى العالم العريض (عبد الأمير الفيصل، مرجع سبق ذكره، 97).

أما بفرنسا ففي شهر نيسان عام 1997 تمكنت صحيفتا لوموند وليبراسيون من الصدور بدون أن تتم الطباعة الورقية بسبب إضراب عمال مطابع الصحف الباريسية، الصحيفتان صدرتا على موقعهما في الإنترنت لأول مرة وتصرفت إدارة التحرير بشكل طبيعي كما هو الحال اليومي للإصدار الورقي، كما أشارت المحطات الإذاعية لما نشرته الصحيفتان كما تفعل كل يوم، كما مارس الصحفيون عملهم بشكل طبيعي إلا أنهم شعروا بضرورة تقديم شيء جديد وإضافي وذلك لإحساسهم باختلاف العلاقة مع القارئ هذه المرة (علي عبد الفتاح كنعان 3، مرجع سبق ذكره، 15).

وقد ذهبت صحيفة "واشنطن بوست" إلى البعيد بتنفيذها لمشروع كلفها عشرات الملايين من الدولارات بإنشائها لمؤسسة تابعة لها هي ديجيتال لينك كو لتصدير منتجات إخبارية ومعلوماتية وتوزيعها على نطاق واسع، وكان من أول منتجاتها نسخة كمبيوترية للصحيفة والتي تقرر إصدارها في منتصف 1994، حيث توفر الأخبار باستخدام الوسائط المتعددة، وخدمة التوثيق منذ عام 1997، وقد وصل بهذه التطورات عدد الصحف الإلكترونية في العالم عام 2000 إلى حوالي 4000 صحيفة، حيث بلغت نسبة تمثيل كافة الصحف في أمريكا لوحدها 99 % (صفية خليفة بن مسعود، 2008، 141، 142).

ب- عوامل تطور الصحافة الإلكترونية

يرى العديد من الباحثين أن هناك عوامل ساهمت في ظهور وتطور الصحافة الإلكترونية في العالم الحديث هي:

- الارتفاع المدهش في قدرات الإعلام الآلي لطاقات الكمبيوتر على تخزين ومعالجة المعطيات.

- التقدم في مجال ترقيم المعطيات فكل معلومة مشفرة في شكل رقمي، مما منحها لغة عالمية، حيث يمكن نقل وتبادل المعطيات الرقمية من نقطة إلى أخرى من العالم بدون النظر إلى اللغة الأصلية التي كتبت بها.
- تطور تقنية ضغط المعلومات وإزالة ضغطها والتي تمكن من إرسال المعلومات بسهولة بدل تخصيص مساحات كبيرة تعرقل من عملية إرسالها (علي عبد الفتاح كنعان 2، مرجع سبق ذكره، 51، 52).
- تطور القارئ الرقمي الذي أصبح يفضل الاستعلام من خلال المواقع الإلكترونية، وما يتمتع به من خلالها عبر التحديث المستمر وإمكانية التعليق واستخدام مختلف الخدمات التفاعلية.
- الضغوطات التي تعاني منها الصحيفة المطبوعة وهي ضغوطات في المساحة، وضغوطات في الوقت والجهد، وضغوطات اقتصادية خاصة بتكلفة الطباعة، إضافة إلى التضييق الرسمي على أقلامها من ناحية حرية الرأي والتعبير.

ج- مراحل تطور الصحافة الإلكترونية

مرت الصحافة الإلكترونية حسب "فان كروسبي" Vin Crosbie بثلاث موجات أساسية هي:

- الموجة الأولى: في الفترة ما بين 1986/1982

قدمت "نايت رايدر وتايمز ميرور" تجربتان طموحتان في مجال الفيديو تكتس لم يكتب لهما النجاح، فقد أغلقت الخدمتان بعد أربع سنوات من تدشينهما، بسبب فشل الفيديو تكتس، وفيه كان المستخدمون متلقين وغير مشاركين، في نفس الفترة قدمت كمبيوسيرف في 1980 وبرودغي 1984 وأمريكا أون لاين في 1989 خدمات تفاعلية لا ترتبط بالصحافة التقليدية، وكان لهذه الشبكات الجديدة الرغبة في تقاسم التحكم في الشبكة مع المستخدمين الذين يتواصلون عبرها مع أصدقائهم وأسرهم وغيرهم. وقد ارتفع عدد المشتركين في هذه الشبكات خاصة مع انتشار الكمبيوتر الشخصي وتحسن أداء أجهزة (المودم) وابتكار البرامج الجديدة في نهاية الثمانينيات وبداية التسعينيات (إبراهيم بعزیز 3، مرجع سبق ذكره، 65، 66).

- الموجة الثانية: في الفترة ما بين 2001/1993

طفا إلى السطح انزعاج كبير لدى شركات الإعلام من شبكات الموجة الأولى، خصوصا بعدما تعاونت بعض شركات الإعلام مع هذه الشبكات مقابل عائدات مالية بسيطة. ولكن بعد انتشار شبكة الويب بإمكانياتها، وتوسع استخدام الوسائط المتعددة فيها والبريد الإلكتروني، بنت المؤسسات الإعلامية فروعا لها على الخط لتطوير البنى التحتية الصحفية، وتقديم خدمات أفضل للجمهور، وهو ما قامت به على سبيل المثال الواشنطن بوست كما سبق وأسلمنا الذكر في عنصر نشأة الصحافة الإلكترونية. في هذه المرحلة تطور الكمبيوتر الشخصي وأصبح بإمكان القراء نشر ما هو شخصي عبر الإنترنت واختيار ما يشاءون من المواقع لتصفحها، وانتهت هذه المرحلة بالاتجاه نحو فرض بعض المبالغ المالية البسيطة على الخدمات القيمة التي تقدمها بعض المواقع لمستخدميها بعد فترة طويلة نوعا ما من مجانية الاستخدام للشبكة.

- الموجة الثالثة: من 2002 إلى غاية يومنا هذا

وهي المرحلة التي عرفت تسارعا كبيرا في مستحدثات الشبكة، فشهدت تزاوجا واسعا بين الوسائل التقليدية والكمبيوتر. إنها مرحلة المستخدمين بامتياز، تتسم بوجود ملاك أذكى وعاملين على قدر عال من التدريب، وتقنيات تسابق الزمن والمكان في مقدرة برامجها على النشر والتوزيع والتخزين والاسترجاع. وتطور قطاعا الإعلام والاقتصاد جنبا إلى جنب عبر الشبكة؛ إذ ظهرت التجارة الإلكترونية، الإعلان والتسويق الإلكترونيين. كما ظهر مفهوم التفاعلية في هذه المرحلة مكرسا التشاركية بين المؤسسات الإعلامية والجمهور.

1-3-2- نشوء الصحافة الإلكترونية وتطورها في الوطن العربي

لقد ظهرت الصحف الإلكترونية العربية كغيرها من الصحف في العالم، في بداياتها الأولى على شكل أقراص مضغوطة، بعدها صدرت على شبكة الإنترنت كنسخ إلكترونية متطابقة مع النسخ الورقية المطبوعة للجرائد، وبعد الممارسة وحركات التحديث والتطوير، تم التوصل إلى تصميم وتأسيس صحف إلكترونية خالصة على الشبكة العنكبوتية دون دعامة ورقية (المرجع السابق، 67). توافرت الصحف اليومية العربية إلكترونيا لأول مرة في سبتمبر 1995 حيث بدأت صحيفة (الشرق الأوسط) السعودية في الظهور لأول مرة على الشبكة في شكل صور، وبذلك أصبح بمقدور قراء هذه الشبكة العالمية مطالعة الصحيفة إلكترونيا، حتى قبل أن تصلهم مطبوعة على ورق في الصباح، وكانت لا تختلف في شيء عن مضمون المادة المطبوعة، وتتميز صحيفة (الشرق الأوسط) بأنها تتيح نسخا من أعدادها لفترة عام كامل لقرائها، مما يعطي المستخدم ميزة تصفح عدد أي يوم من أيام السنة كاملا، كما توفر النسخة الإلكترونية للصحيفة إمكانية البحث عن نص محتوياتها (صفية خليفة بن مسعود، مرجع سبق ذكره، 145، 146). وكانت الصحيفة العربية الثانية التي توافرت على الإنترنت هي صحيفة النهار اللبنانية التي أصدرت طبعة إلكترونية يومية خاصة بالشبكة ابتداء من 1 يناير 1996، وتلتها جريدة الحياة اللندنية في الأول من يونيو 1996 والسفير اللبنانية في نهاية العام نفسه (عبير الرباني، مرجع سبق ذكره، 225، 226).

شهد عام 1997 ولادة أعداد كبيرة من المواقع العربية في مختلف الأقطار العربية، ففي الأول من يناير 1997 م بدأت صحيفة الراية القطرية في إصدار أول نسخة إلكترونية لها، ثم صحيفة الجمهورية المصرية في 16 فبراير، والجزيرة السعودية في 16 إبريل، والقبس الكويتية في 12 يوليو، ثم القدس الفلسطينية في أغسطس 1997، ثم الشعب الحزبية في الأول من أكتوبر، ثم الوطن الكويتية، والوطن الجزائرية الناطقة باللغة الفرنسية، وصحيفة الأيام البحرينية، والدستور والبيان والرأي الأردنية، وعكاظ المسائية، والمدينة السعودية في العام نفسه، فتضاعف عدد المواقع المستخدمة للغة العربية عشر مرات (أي من 35 موقعا في بداية 1997 إلى 350 موقعا) بحلول نهاية العام نفسه (صفية خليفة بن مسعود، مرجع سبق ذكره، 147). لقد قدر عدد مواقع الصحف العربية اليومية والأسبوعية على شبكة الإنترنت في مطلع عام 1998 بنحو (42) موقعا، بالإضافة إلى (15) موقعا لمحطات الراديو والتلفزيون العربية، وستة مواقع لوكالات الأنباء. وقد قدر عدد هذه المواقع ما بين 12-13 ألف موقع بنهاية عام 2000 (عبير الرباني، مرجع سبق ذكره، 226).

على المستوى السعودي بلغت الصحف الإلكترونية المحلية الصدور عشر صحف إضافة إلى الشرق الأوسط والحياة الصادرتان من بريطانيا. أما على المستوى اللبناني فبرزت 6 صحف تستخدم تقنيات عدة للنشر منها: النهار، السفير، الأنوار، المستقبل، نداء الوطن. وقد تفرقت صحيفه النهار لفترة زمنية طويلة بكونها توفر خدمة الاستماع إلى عناوين أخبارها وبعض الأعمدة المتميزة فيها. وفي الداخل المصري، برزت كل من الأهرام والجهورية بشكل ملفت كأولى المواقع الإخبارية المصرية. في حين برزت عدة مواقع إعلامية في الإمارات، فقد تم إطلاق موقع مؤسسة الإمارات للإعلام في فيفري 2000 ليقوم ببث أخبار قناة أبو ظبي والقناة الرياضية مع بث مباشر لجميع محطات المؤسسة الإذاعية، إضافة إلى عرض كل من صحيفة الاتحاد ومجلتي ماجد وزهرة الخليج إضافة إلى المجلة الأسبوعية صدى. ويصدر في دولة قطر ثلاث صحف يومية كبرى هي الوطن، والراية، والشرق وكلها موجودة على الإنترنت منذ دخولها إلى قطر. ولدولة الكويت خمس صحف كبرى لها مواقع على الإنترنت هي: السياسة، الرأي العام، الوطن، القبس والنبأ. أما مؤسسة الوحدة السورية فتصدر سبع صحف من أهمها الثورة والبعث وتشرين وتتواجد كلها عبر موقع المؤسسة.

تجدر الإشارة إلى أن الصحافة الإلكترونية العربية تواجه العديد من التحديات منها:

- 1- ضعف عائد السوق، والقراء، والمعلنين.
- 2- عدم وجود صحفيين مؤهلين لإدارة وتحرير الطباعات الإلكترونية.
- 3- المنافسة الشديدة من مصادر الأخبار والمعلومات العربية والدولية، التي أصدرت لها طباعات إلكترونية منافسة باللغة العربية.
- 4- عدم وضوح مستقبل النشر عبر الإنترنت في ظل عدم وجود قاعدة مستخدمين جماهيرية واسعة (صفية خليفة بن مسعود، مرجع سبق ذكره، 155).
- 5- غياب الدراسات العلمية الخاصة بالجمهور الإلكتروني للتعرف على احتياجاتهم الحقيقية ومحاولة تلبيتها.

1-4-4 - خصائص وتصنيفات الصحافة الإلكترونية

1-4-4-1 - خصائص الصحافة الإلكترونية

ترتبط خصائص الصحافة الإلكترونية بخصائص الإنترنت ذاتها؛ فقد حملت البيئة الإلكترونية الكثير من الاختلافات لتمييز الصحافة الإلكترونية عن نظيرتها الورقية. ونعرض في الآتي أهم ميزات وخصائص الصحافة الإلكترونية:

أ - خاصية التنوع وتعدد الوسائط

الصحافة الإلكترونية هي الوسيلة التي باستطاعتها تقديم الصوت والصورة والنص بشكل مترابط منسجم، مفيد للتبادل، ويعود ذلك لطبيعة نصوص الصحافة الإلكترونية التي تقوم على التعامل مع محتوى مخزن رقميا وبإمكانها أن تكون تشعبية تتعدد فيها طبيعة المضامين ومصادر المعلومات. إضافة إلى سماح الإنترنت بإنشاء صحف متعددة الأبعاد ذات حجم غير محدد نظريا، يمكن من خلالها إرضاء مستويات متعددة من الاهتمام.

ب - التفاعلية والمشاركة

تتصدر الخصائص كلها، فالقارئ أو المستخدم له الخيار المطلق في التجول بين الصفحات والعناوين والموضوعات بما يلبي حاجاته، بالإضافة إلى إمكانية الحصول على التغذية العكسية أو رجع الصدى الفوري من القارئ أو المستخدم (محمد عبد الحميد 3، مرجع سبق ذكره، 143، 144)، وذلك عبر مختلف التطبيقات والخدمات التفاعلية من تعليق، استطلاعات الرأي، التدخل لإضافة خبر، إبداء الملاحظات والانتقادات، ساحات الحوار بين المستخدمين... الخ.

ج - التمكين والتشبيك والقدرة على التحكم في ظروف التعرض

في الصحافة المطبوعة ليس للجمهور خيار سوى قراءة ما هو مكتوب بالصحيفة، لكن الصحافة الإلكترونية تقبل بفكرة تمكين الجمهور من بسط نفوذه على المادة المقدمة وعملية الاتصال ككل، من خلال الاختيار ما بين الصوت والصورة والنص الموجود مع المحتوى الصحفي سواء كان أخبارا أو تقارير أو تحليلات، أو مصادر متعددة. فالقارئ يجد أمامه شبكة من المعلومات باستطاعته التحكم في اختيار أيها يتعرض إليها إضافة إلى اختيار نوع الخط الذي يقرأ به، حجمه، ولونه... الخ.

د - السرعة والفورية والتحديث المستمر

تعني قدرة الصحافة الإلكترونية على تزويد القارئ لها بأخر الأخبار والمعلومات وجعله يقف على أحدث الأنباء، حيث أن الصحافة الإلكترونية تتميز بعمق الطرح الذي يمكن القارئ من معرفة كافة ما يتعلق بالأحداث عن طريق الروابط والمقالات الأخرى ذات الصلة (علي خليل شقرة، مرجع سبق ذكره، 150).

هـ - الشخصية

ليس بمقدور الصحافة المطبوعة أن تقدم نسخة مفصلة أو معدة حسب احتياجات كل قارئ على حدة، بيد أن البيئة الإلكترونية بإمكانها أن تجعل لكل متصفح طابعا شخصيا خاصا به يمكنه رؤية الموقع به، فتجده

مثلا يركز على أبواب ويحجب أخرى، يختار بعض الخدمات ويلغي أخرى، ويقوم بذلك وقتما شاء وأينما شاء، فهو في النهاية سيستمع ويقرأ ويشاهد ما يتفق مع خياراته الشخصية وليس كل ما يقوم الموقع ببثه.

و- الحدود المفتوحة

في الصحافة المطبوعة يواجه المحررون عادة مشكلة محدودية المساحة المخصصة للنشر، وهذه الخاصية ليست موجودة في الصحافة الإلكترونية بسبب خاصية الحدود المفتوحة، فمساحات التخزين الهائلة الموجودة على الحاسبات الخادمة التي تدير الموقع تلغي القيود التي تتعلق بالمساحة أو بحجم المقال أو عدد الأخبار، يضاف لذلك أن تكنولوجيات الإنترنت -خاصة تكنولوجيا النص الفائق والروابط النشطة- تسمح بتكوين نسيج متنوع وذو أطراف وتفرعات لا نهائية تسمح باستيعاب جميع ما يتجمع لدى الصحيفة الإلكترونية من معلومات (علي عبد الفتاح كنعان 3، مرجع سبق ذكره، 29).

ز- المرونة

تتلخص هذه الخاصية في أنه بإمكان المستخدمين حتى لو كانوا على قدر أدنى من المعرفة بالإنترنت التجوال، واستخدام مختلف خدمات ومواضيع الصحافة الإلكترونية دون حرج أو ارتباك لسهولة ومرونة التصفح والاستفادة من مواقعها المعلوماتية الإخبارية. كما يقصد بها أيضا إمكانية التعديل والتغيير وتصحيح الأخطاء في كل وقت للنسخة الإلكترونية للصحيفة.

ح- الأرشفة الإلكترونية الفورية

حيث يمكن لمستخدم الصحيفة الإلكترونية الرجوع إلى الأعداد السابقة أو إلى مواضيع أخرى كالمقالات والدراسات والتعليقات ذات الصلة بالموضوع الذي يحظى باهتمامه بشكل فوري ومباشر، مما يوفر للباحثين قاعدة معلومات ضخمة Database رهن إشارتهم، بل يجعل بين أيديهم بنكا للمعلومات يمكن الحصول عن طريقه على ما يريدون من معلومات وبيانات في كل وقت (علي خليل شقرة، مرجع سبق ذكره، 154).

ط- استخدام النص الفائق

إن استخدام نظم النص الفائق Hypertext والوسائل الفائقة Hypermedia في إنتاج المادة التحريرية يمكن القارئ أو المستخدم من الوصول من خلال الروابط Links إلى شروح أكثر تفصيلا وموضوعات ذات علاقة بما هو منشور لمزيد من التعمق والاستزادة في الموضوع عبر النص الفائق والوسائل الفائقة.

ي- توفير الوقت والجهد والمال

الصحافة الإلكترونية توفر الوقت والجهد والمال لمتابعها، كما أنها ليست بحاجة إلى مقر واحد ثابت يحتوي كل العاملين بها، كما أنها لا تحتاج كما المطبوعة لمعدات تقنية طباعية وآلات ضخمة ومبان مما يوفر تكلفة إنتاج مادتها التحريرية. إضافة إلى توفير مصاريف الورق والحبر ورواتب العاملين ورؤساء التحرير. إن كل هذه المزايا انعكست على مجانية الصحف الإلكترونية وتوفرها للمستخدمين.

ك- تغيير العديد من المفاهيم في العملية الإعلامية

فرضت الصحافة الإلكترونية واقعا جديدا فيما يتعلق بكل عناصر العملية الإعلامية طال كل عناصرها: المرسل، المتلقي، الرسالة، والوسيلة، بل طال طبيعتها إذ تحولت لعملية اتصالية إجبارية بفضل إمكانات التفاعلية التي ضمت رجع الصدى للمستخدمين، وتوصلت لجعلهم مشاركين في صناعة الرسائل الاتصالية (عبد الرزاق محمد الدليمي 2، مرجع سبق ذكره، 202).

1-4-2- تصنيفات الصحافة الإلكترونية

في بحثها عن أهم أنواع الصحف الإلكترونية صادفت الباحثة الكثير من التصنيفات التي تختلف بينها فقط في العامل أو الزاوية التي بنى عليه صاحبها تقسيمه لهذه الأنواع. ونستعرض في الآتي أهم هذه التصنيفات:

أ- التصنيف الأول

هو تصنيف اتفق عليه عدد مهم من الباحثين وروجوا له في مؤلفاتهم ودراساتهم وعلى رأسهم الدكتور رضا عبد الواحد أمين، الأستاذة عبير الرحباني، والأستاذ علي خليل شقرة، وهو التصنيف الأكثر شهرة وتواجدا في أغلب المؤلفات. وتقسم الصحافة الإلكترونية فيه إلى قسمين هما:

- الصحف الإلكترونية الكاملة (الخالصة): وهي أيضا على صورتين:

✓ صحف إلكترونية لا ترتبط بأصل مطبوع، وإنما توجد فقط على الشبكة، ولها نماذج كثيرة في الصحافة الغربية، ولها أيضا أمثلة في الصحافة العربية، حيث لم تعد هناك حاجة لإمكانات كبيرة لإصدار صحيفة (رضا عبد الواحد أمين 1، مرجع سبق ذكره، 98). ولها في الجزائر العديد من الأمثلة منها: الجزائر أنت رفاص، كل شيء عن الجزائر، الجزائر 24، ... الخ.

✓ صحف إلكترونية لها إصدار مطبوع، ولكنها لا تشترك معه في محتواه، ولا ترتبط إلا في الاسم والانتماء إلى المؤسسة الصحفية، ولها أمثلة متعددة من الصحافة الأمريكية والأوروبية. ويأتي هذا الاختلاف في المحتوى تماشيا مع خصائص الجمهور والوسيلة الإلكترونيين المختلفة عن خصائص الجمهور والوسيلة التقليديين.

- نسخ إلكترونية للصحف الورقية

وهي مواقع الصحف الورقية على شبكة الإنترنت، وهي بدورها تأخذ شكلين هما:

✓ صحف إلكترونية تقدم المضمون الورقي كاملا كما هو بعد تحويله إلى الشكل الإلكتروني.

✓ صحف إلكترونية تقدم بعض المضمون الورقي (المرجع السابق، 99).

ب- التصنيف الثاني

قدم هذا التصنيف كل من الأستاذ الدكتور محمد عبد الحميد في كتابه "الاتصال والإعلام على شبكة الإنترنت"، والدكتورة منار فتحي محمد في مؤلفها "تصميم مواقع الصحف الإلكترونية". وقد استند فيه عبد الحميد

إلى الباحث مارك دوز (M. Deuze) الذي قدم أربعة أنواع لصحافة الشبكات كما سماها معتمدا في التقسيم على مستوى تفاعلية ومشاركة القارئ، وهي:

- المواقع الإخبارية الساندة

يقصد دوز بها تلك المواقع الشائعة الاستخدام كوسيلة إخبارية على شبكة الويب، تقدم مختارات من المحتوى التحريري المرتبط بالوسيلة الأم مثل: BBC و CNN والجزيرة، أو منتجا مخصصا للنشر على الويب. وهو أكثر الأشكال سيطرة وتنظيما 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، واهتمت بها الغالبية العظمى من البحوث والدراسات الأكاديمية.

- مواقع الفهارس والتصنيف

وهذه المواقع ترتبط غالبا بمحركات البحث، مثل جوجل، ألتافيستا، ياهوو، وكذلك ببعض من شركات بحوث التسويق، والوكالات، وبعض المشروعات الفردية. وهي مواقع تسمح للمحررين بالتعمق أكثر بدعم من روابط هذه الأدوات والمحركات مع المواقع الإخبارية أينما كانت على شبكة الويب، والتي تكون في بعض الأحيان مجمعة ومصنفة في فئات بواسطة فريق المحررين. ومثل هذه المواقع وإن لم تقدم محتوى تحريريا صحفيا خالصا إلا أنها تفتح المجال للنقاش وتبادل الأخبار من خلال أدوات ترتبط بالمواقع لهذا الغرض مثل نظام لوحة النشرات (Bulletin Board System BBS).

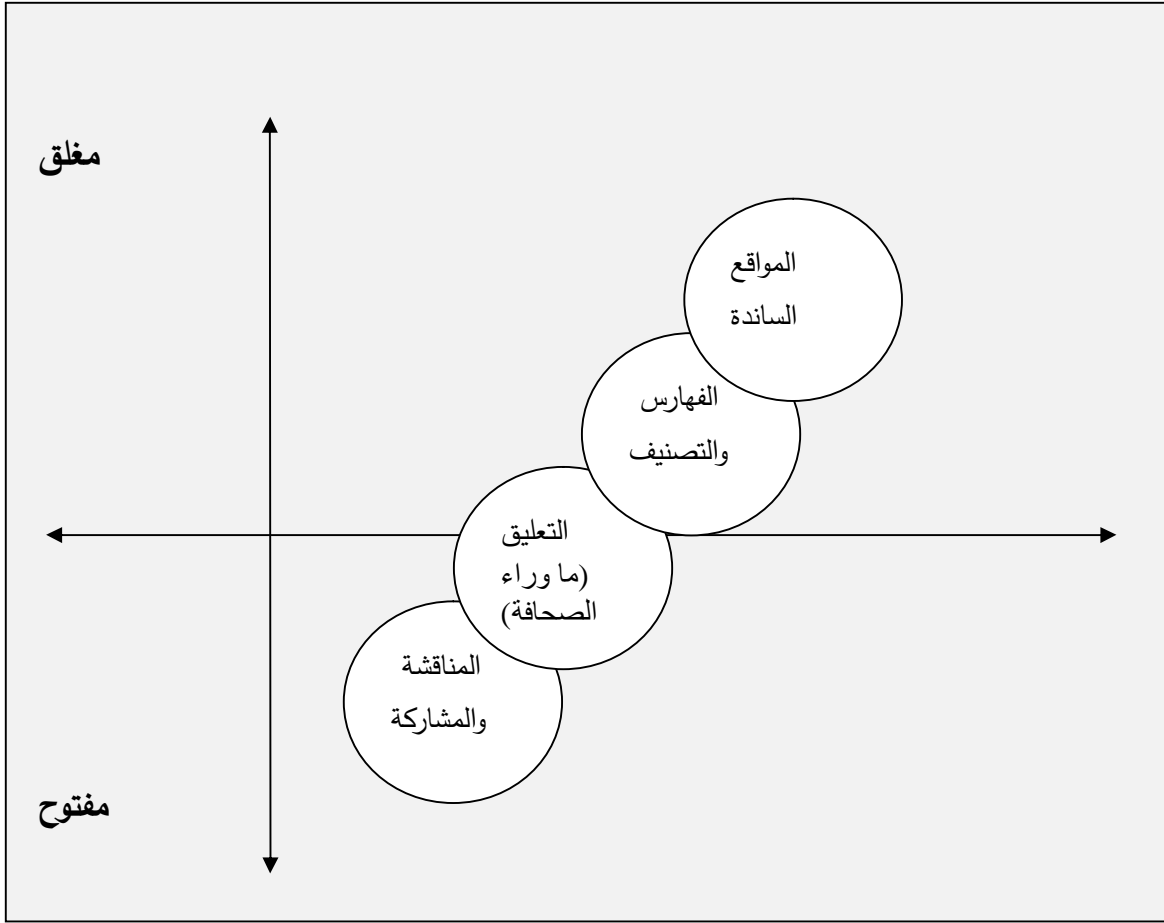
- مواقع التعليق على الأخبار وآراء وسائل الإعلام

وتتنمي هذه الفئة في بعض الأحيان إلى الصحافة الرقابية Media Wachdog، ومن أمثلتها Freedomform، Poynter، Medianews، وفي بعض الأحيان تعد امتدادا لفئة مواقع الفهارس والتصنيف. وفي هذا الشكل يقدم المحتوى التحريري صحفيون مختلفون يناقشون محتوى آخر منشورا على الإنترنت.

- مواقع المناقشة والمشاركة

تعرف هذه المواقع على أنها مدونات جمعية تقدم مساحات شخصية لعدد غير محدود من الأفراد على الإنترنت لتقديم الأخبار، خبراتهم وتجارب معينة، وهو ما أصبح يعرف فيما بعد بشبكات التواصل الاجتماعي، المدونات، والمنديات. ويوضح الشكل الآتي درجة التفاعل وحرية المشاركة لدى مستخدمي هذه الأصناف:

شكل رقم (02): يوضح درجة التفاعل والمشاركة في تصنيفات مارك دوز للصحافة الإلكترونية



المصدر: (محمد عبد الحميد 3، مرجع سبق ذكره، 154)

ويمكن أن نلاحظ من خلال هذا التصنيف أن الصحافة الإلكترونية لا تتوقف كما هو شائع في الإعلام عند مؤسسات إعلامية تنشئ مواقع إلكترونية لها على الشبكة، بل تتعداها إلى كل أنواع المواقع التي تقدم أو تحمل أخبارا ومعلومات، وتفتح مشاركة محدودة أو غير محدودة لمستخدميها.

ج- التصنيف الثالث

هو تصنيف اتفق حوله كل من الدكتور زيد منير سليمان في مؤلفه "الصحافة الإلكترونية" والأستاذ علي عبد الفتاح كنعان في كتابه "الصحافة الإلكترونية العربية"، يقوم على أساس عدم اشتراط أن تكون مؤسسة إعلامية ومحررون محترفون هم من أنشئوا الموقع وهم مديروه، لأن المسار حسبها نابع من طبيعة الإنترنت كشبكة معلوماتية إلكترونية، وما تتيحه هذه الشبكة من إمكانيات وأدوات غير مسبوقه في ممارسة العمل الصحفي، ويأتي التصنيف على الشكل الآتي:

- الأذرع الإلكترونية لوسائل الإعلام (مواقع الصحف والقنوات الفضائية والمجلات)

تعين على مختلف وسائل الإعلام المطبوعة والسمعية البصرية بحكم الاستخدام المتزايد للإنترنت، التواجد الإلكتروني بإنشاء مواقع خاصة بها، وتستخدمها الوسائل لامتناس صدمة المنافسة الناشئة عن انتشار الإنترنت على حساب الوسائل التقليدية. وتخضع تجارب هذه المؤسسات للكثير من النقاشات حول مستوى جودة الموقع من حيث التويب والتصميم، دورة تحديث البيانات، والخدمات التفاعلية المقدمة... الخ.

- الصحف الإلكترونية (بوابات صحفية بلا صحف ورقية)

في عام 1999 ظهرت على شبكة الإنترنت موجة (الدوت كوم)، والتي يقصد بها شركات ظهرت وتأسست لكي تعمل عبر الإنترنت فقط دون أن يكون لها نشاط أو وجود مادي على أرض الواقع، وبرزت مئات الشركات من هذا النوع في مجالات عديدة شملت السياحة والسفر والتجارة الإلكترونية والمجالات العلمية والصناعية وأيضا المجال الإعلامي والصحفي، فتكونت شركات لم تكن موجودة أصلا ويقتصر وجودها على شبكة الإنترنت فقط، وعرفت باسم بوابات الإنترنت الصحفية. حاليا تمثل هذه البوابات أنموذجا للصحافة الإلكترونية الصرفة التي تمارس عملها بالكامل على شبكة الإنترنت.

- الصحف الإلكترونية التلفزيونية (قنوات المعلومات)

تعتبر قنوات المعلومات عبر التلفزيون أحد أوجه ظاهرة الصحافة الإلكترونية الحديثة التي لا نستطيع إغفالها أبدا، حتى وإن لم تحظ بذات الاهتمام كالأنواع الأخرى من صحافة الإنترنت، وهي تقدم نوعا من الصحافة المقروءة على الشاشة، تستخدم فيه العديد من الفنون والمهارات الصحفية المعروفة، خاصة فن الخبر والتقرير، وإن اعتمدت على السرعة والتركيز في العرض. والحقيقة إن هذا النوع بالذات نال رواجاً كبيراً جدا بين كل الأنواع لطبيعة محتواه التلفزي (الفيديو).

- الأذرع الإلكترونية الصحفية للجهات غير الإعلامية (الأحزاب - المنظمات - الدول)

إن الطابع المفتوح لبيئة العمل الصحفي عبر الإنترنت فتح المجال أمام العديد من الجهات غير الصحفية والإعلامية، لكي تمارس بنفسها وبشكل مباشر النشاط الصحفي بشكل أو بآخر. لذلك يمكن لمستخدم الشبكة أن يجد مئات المواقع الشهيرة التابعة لأحزاب سياسية ومنظمات محلية ودولية، وحركات سياسية وعسكرية بل وحكومات ودول، جميعها يقدم خدمات صحفية متنوعة عبر هذه المواقع، تشمل الخبر والرأي والتقارير المكتوبة والمصورة والتحليلات ولقطات فيديو وتسجيلات حية ومساحات النقاش والحوار وغيرها، مما يجعلنا أمام مظهر مستقل قائم بذاته من مظاهر الصحافة الإلكترونية، تمتزج فيه السياسة والعلوم والاقتصاد بالصحافة، وتتلاشى فيه الحدود بين مصدر المعلومة والجهة القائمة على بثها ونقلها (زيد منير سليمان، مرجع سبق ذكره، 63).

يمكن أن نستنتج من هذا التصنيف أن أغلب المواقع الإلكترونية على شبكة الإنترنت هي صحافة إلكترونية بما فيها حتى التي ينتمي محتواها إلى علوم وتخصصات غير الإعلام. وقد يختلف باحثون آخرون مع هذا التصنيف لتمييز المضامين الإعلامية في نظرهم حتى ولو تم استخدام تقنيات التحرير الصحفي في بعض هذه المواقع، ومنهم الباحث العربي الدكتور "صادق حمامي" الذي يقسم محتويات شبكة الإنترنت إلى ثلاثة أنواع، أولاً: مضامين تابعة لمؤسسات Contenu institutionnel، أي مواقع تصدرها مؤسسات وجمعيات وإدارات...، ثانياً: مضامين شخصية Contenu personnel، أي مواقع يصدرها أفراد كالمدونات ومنتديات الدردشة والصفحات الشخصية...، ثالثاً: مضامين إعلامية إخبارية Contenus éditoriaux et médiatiques، أي تلك التي تصدرها مؤسسات إعلامية مهنية، وتخضع لقواعد مهنة الصحافة وأخلاقياتها (إبراهيم بعيز 3، مرجع سبق ذكره، 103).

د - التصنيف الرابع

اتفق على تقديمه كل من الدكتور رضا عبد الواحد أمين في مؤلفه "الصحافة الإلكترونية" والباحثة صفية الخليفة بن مسعود في مؤلفها "واقع الصحافة الإلكترونية" بُني على لغة الإنترنت المستخدمة في محتوى الموقع. وهو مقسم إلى أربعة أنواع هي:

- الصحف التي تستخدم تقنية الغرافيك التبادلي (الصورة GIF): والتي تتيح نقل صورة شكلية من بعض مواد الصحيفة الورقية إلى موقعها على الإنترنت، وهي تقنية لا تمكن القارئ من الميزات التفاعلية.
- الصحف التي تستخدم لغة النص الفائق (HTML): تستفيد الصحف الإلكترونية في هذا الصنف من الإمكانيات التفاعلية والاتصالية المختلفة في الشبكة مثل خدمة الاتصال بالمحررين والبريد الإلكتروني وإدارة حلقات النقاش بالإضافة إلى خدمات البحث والتصويت والخدمة التوثيقية وغيرها.
- الصحف الإلكترونية التي تستخدم تقنية النص المحمول PDF: وهو نمط قريب من نمط الصورة، يتيح نقل النصوص والأشكال والصور والرسوم والصفحات كاملة من الصحيفة الورقية إلى موقعها عبر الشبكة بشكل مطابق تماماً للنسخة الورقية.
- صحف إلكترونية تجمع بين نمط النص الفائق والنمط المحمول: وهي تستفيد من مزايا النمطين فتقدم الخدمات التفاعلية إضافة إلى النسخة الورقية كما اعتاد جمهورها قراءتها.

هـ - التصنيف الخامس

من الناحية الاقتصادية يوجد نوعان من الصحافة الإلكترونية وهما: الصحافة المجانية، والصحافة بين المجانية والمدفوعة الثمن خاصة عند تصفح الأرشيف الإلكتروني مثلما هو الحال في صحيفة لوموند الفرنسية، ومن المنتظر بروز نوع اقتصادي ثالث وهو المدفوع بالكامل حيث يعمل تنفيذيون إعلاميون على تأسيس نظام أوتوماتيكي يتيح للصحف والمجلات الحصول على رسوم مقابل تصفحها عبر الإنترنت، ويتضمن ذلك نظام اشتراك يتيح الاطلاع على العديد من المنشورات. وتسعى شركة "جورنالزم أون لاين" إلى توفير أدوات جاهزة

لتحصيل رسوم عن طريق الإنترنت رغم أن البعض يرى أن نظام الدفع وتسديد المدفوعات على الإنترنت مقعد وذو تكلفة كبيرة (محمد معمرى، 2010، 36، 37).

2- التفاعلية المتاحة عبر الصحافة الإلكترونية

1-2- تصميم مواقع الصحف الإلكترونية

يعرف التصميم بشكل عام "طريقة ترتيب الأشياء"، وعليه يعرف التصميم في الصحافة الإلكترونية بأنه طريقة تنظيم وترتيب العناصر البنائية على الصفحة (حلمي محمود محمد أحمد محسب 2، 2007، 263). ويجمع الخبراء 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 فيما يتعلق باستخدام الألوان والفراغات والهوامش والتباين (إبراهيم بعزیز 3، مرجع سبق ذكره، 119، 120). ويمكن القول كتعريف شامل: أن التصميم هو الطريقة التي تُقدّم بها الصحيفة الإلكترونية إلى المستخدم عبر ثلاث عمليات أساسية هي: الأدوات التكنولوجية، والعناصر البنائية، والتصميم، لإرضاء القارئ وإشباع احتياجاته واهتماماته (علي عبد الفتاح كنعان 3، مرجع سبق ذكره، 110). ويمكن تقسيم تصميم الصحف الإلكترونية إلى ثلاثة مستويات هي: تصميم المعلومات - تصميم التجوال - وتصميم الواجهة.

1-1-2 تصميم المعلومات

يعد تصميم المعلومات هو اتخاذ قرارات تتعلق بكيفية تقديم المعلومات حتى يستطيع الجمهور استخدامها أو فهمها بصورة أكثر سهولة ويسرا... واستخدم مصطلح مخطط المعلومات للدلالة على الشخص الذي يقوم بإنتاج وبحث واختيار وتقديم المعلومات بطريقة مفهومة وفنية. ويرى كل من روزفيلد ومورفيل أنه على مخطط المعلومات:

- توضيح رؤية وأهداف الموقع، بطريقة تتوازن فيها احتياجات المؤسسة الراعية للموقع، وحاجات الجمهور المستهدف.
- تحديد أي المضامين والوظائف سيحتويها الموقع.
- تحديد كيف سيجد المستخدم المعلومات على الموقع بتحديد التنظيم والتجول والعناوين ونظم البحث بالموقع.
- تخطيط كيف سيستوعب الموقع التغييرات والتوسع المحتمل بمرور الوقت (منار فتحي محمد، مرجع سبق ذكره، 143، 144).

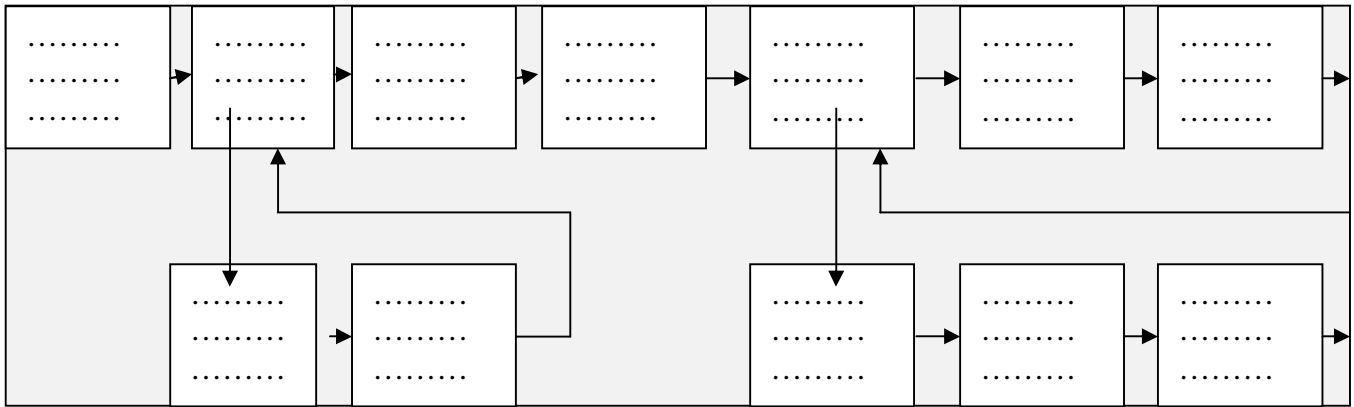
ويتعلق تصميم أو بناء المعلومات في موقع الصحف الإلكترونية بمجالات تصميم أخرى منها:

- التصميم الجرافيكي الذي يهتم بكل جوانب الاتصال المرئي بدء من شعار المؤسسة الإعلامية.
- تصميم التفاعل الذي يهتم بالعمليات التي يقوم بها المستخدم على مستوى الواجهة.

- هندسة يسر الاستخدام: يدرك المصممون كيفية تفاعل الإنسان مع الحاسب ليقدموا له مؤشرات مفيدة لتصميمهم.
- تطوير البرامج: يعتمد مدراء المواقع على مطورين لتحويل أفكارهم إلى حقيقة. توجد خمس خطوات رئيسية لتصميم وبناء المعلومات هي:
 - تقسيم المعلومات إلى وحدات منطقية.
 - تنظيم الوحدات هرميا وفقا لأهميتها.
 - استخدام البناء الهرمي في تأسيس العلاقات بين الوحدات.
 - بناء موقع يتبع بشكل كبير بناء المعلومات.
 - تحليل النجاح الوظيفي للنظام المستخدم (المرجع السابق، 148).
- يسيطر أسلوبان على بناء معلومات مواقع الصحف الإلكترونية هما:
 - بناء المعلومات من الأعلى إلى الأسفل.
 - بناء المعلومات من الأسفل إلى الأعلى.
- وينقسم بناء المعلومات وتصميمها إلى أنواع مختلفة، نستعرض أبرزها في الآتي:
 - ✓ البناء المتتابع (الخطي)

هو أبسط طرق تصميم وتنظيم المعلومات بوضعها متتابعة. ويكون هذا النوع من التصميم مفيدا في المواقع التي تعلم مهارات معينة. وتجدر الإشارة إلى أن البناء المتتابع هو من أكثر التصاميم شيوعا في الوسائل غير المباشرة كالكتب، المقالات، المواد الصوتية، ومواد الفيديو، فكلها مصممة ليتم التعرض إليها بصورة متتابعة. ويوضح الشكل الآتي هذا النوع من التصميم:

شكل رقم (03): يوضح التصميم المتتابع للمعلومات



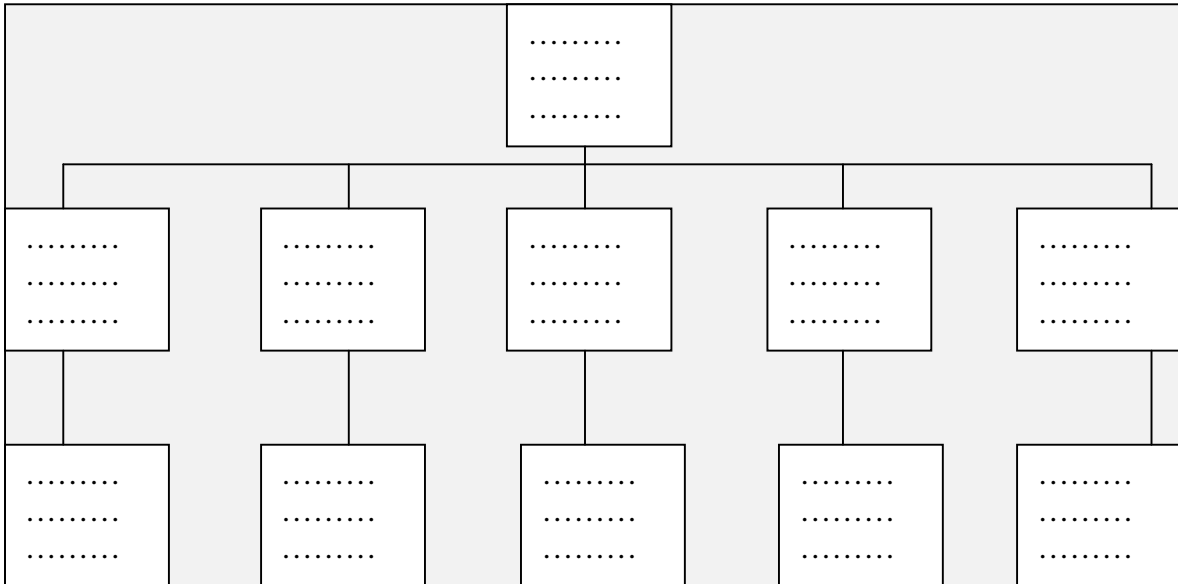
المصدر: (المرجع السابق، 152)

✓ البناء الهرمي

يعتبر أفضل الأنواع لبناء مواقع ذات معلومات معقدة؛ حيث غالبا ما يبني الموقع حول صفحته الرئيسية مفردة، ويجد المستخدمون هذا البناء سهل الإدراك والفهم. وتستخدم أغلب الصحف الإلكترونية هذا البناء، الذي يطلق عليه أيضا الشجرة. تتصل الصفحات فيه بعلاقات (الأب - الابن) فيمثل الابن الصفحات ذات المفاهيم الضيقة داخل فئة أوسع يمثلها الأب، وليست كل الصفحات لديها أبناء، ولكن لكل صفحة أب يقود إلى أعلى البناء أو جذر الشجرة إن جاز التعبير Root Page، وهذه الصفحة تكون غالبا الصفحة الرئيسية للموقع أو القسم. وتعد الصفحة الرئيسية هي صفحة مميزة، يمكن من خلالها تجول المستخدم بأعمق الموقع حيث تتجه الخيارات إلى المزيد من التخصص. وتلك الصفحات المتوجه إليها تمثل أوراق الشجرة. ولذلك تتحدد شجرة الموقع بعمقها واتساعها؛ ويمثل الاتساع عدد الخيارات المتاحة بالمستوى الأعلى، بينما يعكس العمق عدد القوائم الفرعية أو الصفحات الموجودة بالمستويات الدنيا (المرجع السابق، 153). إن للبناء الهرمي شروطا حتى يفهم ويدرك جيدا من طرف المستخدم، هي:

- بساطة البناء، فالمستخدم لن يتابع الضغط على أكثر من ثلاثة مستويات للمعلومات (صفحات).
- توفير خرائط وفهارس المواقع التي تمكن المستخدمين من إدراك الفئات الرئيسية والفرعية لمعلومات الموقع. ويوضح الشكل الآتي البناء الهرمي:

شكل رقم (04): يوضح تصميم البناء الهرمي

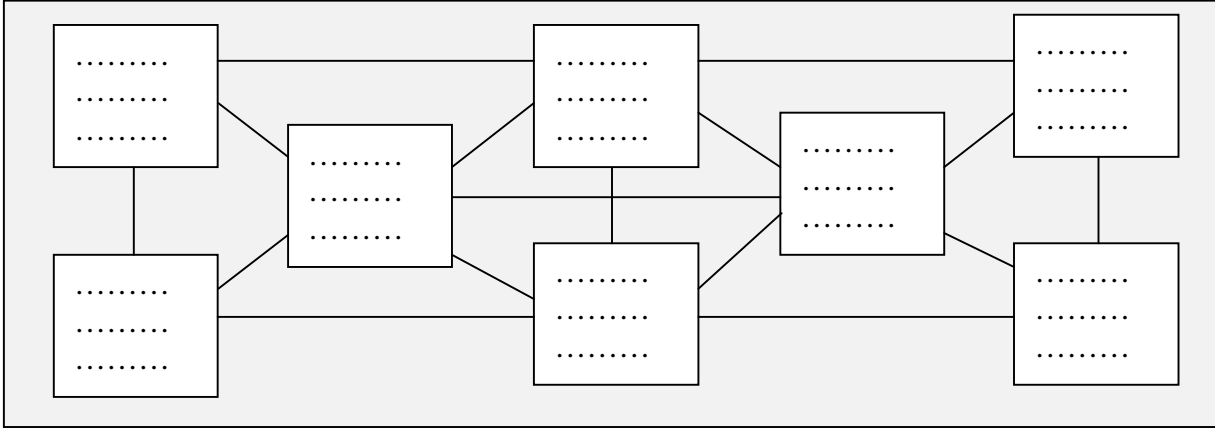


المصدر: (المرجع السابق، 153)

✓ البناء الشبكي

هدف هذا النوع من البناء هو محاكاة التفكير الترابطي، والتدفق الحر للأفكار، الذي يسمح للمستخدمين بتتبع اهتماماتهم بأسلوب خاص يشجع على الاستكشاف. يستخدم هذا البناء لأغراض تبيان روابط مكثفة سواء لمعلومات أخرى بمكان آخر بالموقع أو المعلومات بمواقع أخرى. يوضح الشكل الآتي البناء الشبكي:

شكل رقم (05): يوضح تصميم البناء الشبكي



المصدر : (المرجع السابق، 155)

2-1-2- تصميم التجوال

ينتج التجوال الفعال عن عمليتين؛ تنظيم ملائم للمضمون، وتصميم مرئي غرافيكي مدعم ومبهر لفكر المستخدم. والمستخدم في بحثه وتجوّاله يقع بين إحدى هذه الاحتمالات وصولاً إلى المعلومات:

- المستخدم يعرف العنصر المراد الوصول إليه.
- المستخدم يستكشف محتويات الموقع.
- عدم معرفة المستخدم ما الذي يبحث عنه بالضبط.
- المستخدم يريد إيجاد معلومات سبق وأن طالعها على الموقع.

لأجل هذه الاحتمالات ابتكر المصممون والمطورون أنظمة تجوال تسمح بالاستجابة لاهتمامات ومتطلبات المستخدمين هي:

أ- نظام التجوال الشامل: هو مجموعة من المكونات التي يفترض أن تكون ثابتة بكل صفحة من صفحات الموقع. وتشمل هذه المكونات ما يأتي:

- عنوان الصفحة التي يوجد بها المستخدم، وتستثنى فقط من ذلك الصفحة الرئيسية.
- ماهية الموقع وشعاره.

ب- نظام التجوال المحلي: ويسمى أيضاً بالفرعي أو الثانوي، وهو تلك الروابط التي تظهر كلما اقترب المستخدم من وجهته. وتبرز في شكل:

- عمود رئيسي من الروابط أسفل الرابط الرئيسي للصفحة مباشرة.

- عمود جديد من الروابط داخل عنصر جديد بالصفحة.

ج- نظام التجول الأساسي: هو عبارة عن روابط نصية أو مصورة توجد بأعلى يسار أو منتصف كل صفحة من صفحات الموقع. ويجب أن تؤدي تلك الروابط إلى كل الأقسام الرئيسية بالموقع (المرجع السابق، 161).

د- رابط الصفحة الرئيسية: يعني وجوب وضع رابط ثابت وملحوظ للصفحة الرئيسية بكل صفحة من صفحات الموقع، وهو عادة يتعلق باسم وشعار الموقع، ففي كل مرة يتم النقر عليه يرجع المستخدم أوتوماتيكيا للصفحة الرئيسية، وهو ما يجهله الكثير من المتصفحين للمواقع.

هـ- نظام تجول تقفي الأثر: تستخدمه المواقع لمساعدة المستخدم في إيجاد طريق العودة للصفحات التي سبق وأن زارها. ويبين الشكل الموالي هذا النظام:

شكل رقم (06): يوضح نظام تجول تقفي الأثر

الصفحة الرئيسية > الموضوع > الفئة > هذه الصفحة

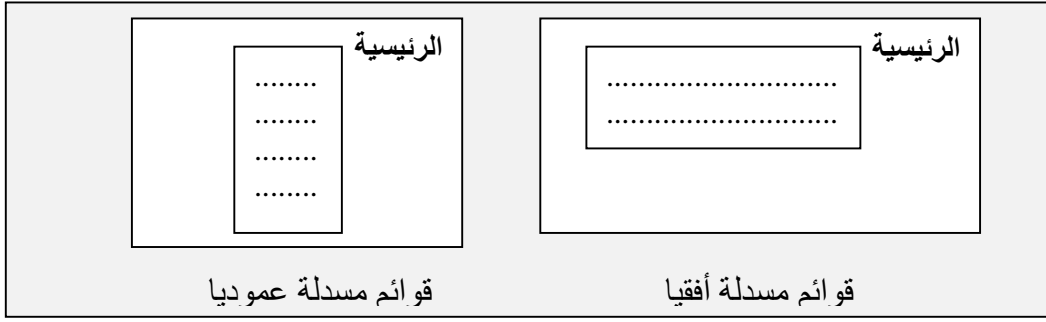
المصدر: (المرجع السابق، 162)

و- نظام التجول النفعي: يتجلى في روابط تنفع بشكل مباشر المستخدمين المهتمين بها، ومن أمثلتها: من نحن، الفهرس الأبجدي، إضافة الموقع في قائمة المواقع المفضلة لدى المستخدم، إضافة إعلانات، الأرشيف، التعليقات، رجع الصدى، اتصل بنا، حقوق الملكية، تسجيل الدخول، عربة التسوق... الخ.

* إن للتجول أشكالاً وعناصر نستعرض أهمها وأشهرها استخداماً الآتي:

- قوائم التجول: تقدم هذه القوائم في شكل قائمة مسدلة أو قائمة قابلة للتحريك، ومن أكثرها استخداماً القوائم المسدلة إلى الأسفل، ويرجع استخدامها إلى تعود المستخدم عليها في برنامج النوافذ في الوينداوز Windows. ويستطيع المصمم إنجاز قوائم مسدلة أفقياً أو رأسياً، ويستخدم فيها النصوص أو الصور. ويوضح الشكل الآتي أنواع القوائم المسدلة:

شكل رقم (07): يوضح أنواع القوائم المسدلة



المصدر: (إعداد الباحثة)

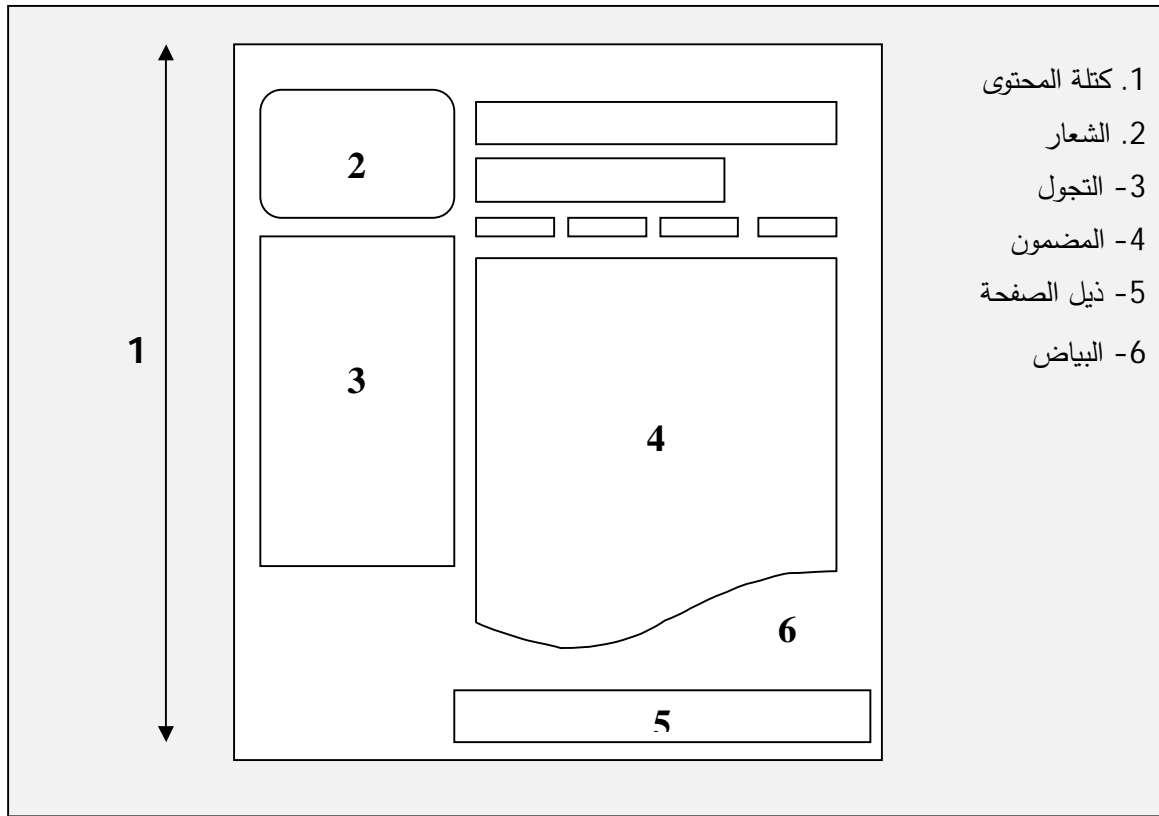
- شرائط التجول: يعتبر شريط التجول جميعا لروابط مجموعة معا في صفحة واحدة، وهناك شريط يرتكز على النص، شريط يرتكز على العناصر الجرافيكية، الأزرار، الأيقونات. نوضحها في الآتي:
- ✓ الروابط النصية: هي نصوص بسيطة تستخدم كروابط التجول الأساسي، كما قد تستخدم كروابط نصية داخل النصوص الطويلة.
- ✓ الروابط النصية الجرافيكية: قد يضطر المصمم لزيادة مؤثرات جرافيكية على النص ليظهر ويبرز بشكل أفضل كالظلال، التسطير، الألوان، زيادة الحجم، واستخدام الصور بدل الكلمات.
- ✓ الأزرار: هي أشكال جرافيكية تعكس الروابط.
- ✓ الأيقونات: هي صورة صغيرة مستحدثة لتمثل فعلا ما أو مضمونا معينا، ويمكن أن تستخدم الأيقونات بمفردها أو مع الكلمات... وهناك بعض الأيقونات معروفة المعنى مثل أيقونات الطبع، أرسلها عبر البريد الإلكتروني، احفظها، والرجوع إلى الصفحة الرئيسية (منار فتحي محمد، مرجع سبق ذكره، 167).
- خرائط الصور، أو نظام الشاشة كثيرا ما تستخدم واجهات مواقع الويب المرئية خرائط الصور، وهي صور كبيرة ذات مناطق قابلة للنقر عليها، وعندما يضغط المستخدم عليها ينتقل إلى صفحة داخلية فيطلع على موضوع الصورة بالكامل.
- شريط الإعلان: يستخدم الإعلان بشكل واضح عبر الصحف الإلكترونية، وعادة ما يصمم الإعلان في شكل شريط محدود المساحة، بإمكان المستخدم النقر عليه ليتجه مباشرة إلى موقع المعلن.
- صفحات الفهرس: قد تعتمد عليها المواقع الصحفية الكبيرة والمعقدة التي تحتوي على عدد كبير جدا من الصفحات الداخلية والروابط، وقد ترتب المواضيع فيها ترتيبا هجائيا يساعد على الوصول السهل إلى ما يريده المستخدم. ومن أهم الصحف المستخدمة له نجد يو إس توداي الأمريكية لضخامة موقعها ومضمونه.

- خرائط الموقع: في المواقع الكبيرة والمعقدة يمكن توفير خريطة الموقع لتوضيح بنائه، حيث تعطي للمستخدم نظرة شاملة عما يحتويه الموقع بالكامل من خلال صفحة واحدة، ومن أشهر المواقع الصحفية المستخدمة لهذا العنصر موقع صحيفة الواشنطن بوست.

2-1-3- تصميم واجهة الصحيفة

يرتبط تصميم الواجهة في الويب باختيار عناصر الواجهة الصحيحة للوظيفة التي يحاول المستخدم تحقيقها، وترتيب تلك العناصر على الصفحة بطريقة يمكن فهمها واستيعابها بشكل سهل وصحيح. ويقصد بواجهة الصحيفة المساحة التي تظهر للمستخدم عند مطالعته للصحيفة الإلكترونية متضمنة ترويسة الصحيفة، وأسلوب عرض الموضوعات، والتصميم الثابت والمتغير (حلمي محمود محمد أحمد محسب 2، مرجع سبق ذكره، 267). وتتكون واجهة الموقع من: كتلة محتوى، الشعار، التجول، المضمون، ذيل الصفحة، والبياض. وتتوضح هذه المكونات أكثر عبر الشكل الموالي:

شكل رقم (08): يوضح مكونات واجهات الصحف الإلكترونية



المصدر: (منار فتحي محمد، مرجع سبق ذكره، 180)

أ- ترويسة الصحيفة

تحتوي على شعار الصحيفة، تاريخ صدورها، تاريخ عدد اليوم، وقت تحديث الصفحة، ورقم عدد الصحيفة. وفي بعض الأحيان نجد أول تاريخ صدرت أو أنشئت فيه الصحيفة في نهاية الصفحة الأولى، ويعد

هذا التاريخ ذا أهمية لأنه يعرف القارئ بخبرة الجريدة ومدة ممارستها لمهنة الصحافة الإلكترونية، والتي تلعب دورا في إكساب المصداقية للصحيفة (إبراهيم بعيز، 3، مرجع سبق ذكره، 120). وتختلف الصحف في تضمينها لعناصر الترويسة، فبعضها قد يكون متواجدا في صحيفة ومتغيبا في أخرى.

ب- أسلوب عرض الموضوعات

يقصد بأسلوب عرض الموضوعات الطريقة التي تسلكها الصحيفة في تقديم موادها المتغيرة عبر صفحاتها؛ فهي إما أن تكون أفقية العرض، أو رأسية العرض، وربما تمزج بين الأفقي والرأسي مولدة أسلوبا جديدا هو المختلط.

ج- التصميم الثابت والمتغير

يمكن تقسيم مساحة الواجهة إلى عدد من الأعمدة يتراوح بين عمودين وأربعة أعمدة طويلة تضع فيها الصحيفة موادها الثابتة والمتغيرة من عدد إلى آخر.

د- عوامل مؤثرة في الواجهة

من أهمها استخدام الوصلات والموسيقى وطرق الإبحار المختلفة، وأماكن وضع المعلومات، واستخدام الألوان، وخدع البصر، وطرق عرض المعلومات، وحجم المادة والمساحات الفارغة، والإضاءة والتباين وحجم الصور، إذ تؤثر كل تلك العوامل في هدف تحقيق وضوح الرؤية وسرعة الاستعراض، وسهولة اللغة لأكبر عدد من المستخدمين المتباينين في خلفياتهم وبيئاتهم وقدراتهم على استخدام الكمبيوتر (المرجع السابق، 121).

ومن أبرز مدارس تصميم الواجهات في العالم نجد أربعاً شهيرة هي:

- مدرسة النص: تقترض أن أكثر عناصر التصميم أهمية هو النص، ويفضل مصمموه المضمون على أسلوب العرض.

- مدرسة التصميم المجازي الموضوعي: فلسفتها هي جعل صفحات الويب تشابه الواقع، فمثلا يمكن بناء واجهة موقع عن السيارات على شكل عجلة قيادة.

- مدرسة التصميم المعتمد على المستخدم: تقترّب إلى المستخدم أكثر وتحاول أن تكون مواقعها أشبه بتطبيقات البرامج التقليدية حيث تستخدم عددا كبيرا من الأزرار النصية المنظمة عبر أعلى ويسار الشاشة لتبدو تماما مثل التطبيقات.

- مدرسة التصميم غير التقليدي: تفضل الإبداع، وعدم التوقع، والعشوائية في التصميم.

وتنقسم أساليب إخراج واجهة الصحف الإلكترونية إلى:

- نموذج عمود التجول الأيسر (T.L.B): هو من أشهر أساليب التصميم في الوقت الحاضر، يستخدم فيه أعلى الصفحة للمعلومات التجارية والتجول الأساسي، الجانب الأيسر للتجول الثانوي، ويبقى المضمون بروابطه مسيطرا على غالبية المساحة.

- نموذج أعلى وأسفل الصفحة: يوفر هذا النموذج تجوالاً أعلى وأسفل الصفحة مع استخدام عرض الصفحة للنص.

- نموذج عمود التجول الأيمن: يستخدم فيه أعلى الصفحة للمعلومات التجارية والتجول الثانوي والنوعي، الجانب الأيمن للتجول الأساسي، ويبقى المضمون بروابطه مسيطراً على غالبية المساحة المتبقية.

- نموذج الثلاثة أعمدة: يرى المصممون أن أفضل طريقة لوضع أكبر كمية من المضمون، والتجول بأقصى مستويات يسر القراءة هو تقسيم الصفحة إلى ثلاثة أعمدة: يخصص العمود الأيسر منها للتجول، العمود الأوسط للمضمون، والعمود الأيمن للملاح.

2-2 - مستويات وتطبيقات التفاعلية في الصحافة الإلكترونية

2-2-1 - مستويات التفاعلية في الصحافة الإلكترونية

مكنت تكنولوجيا الاتصال وسائل الإعلام من تكريس التفاعلية بين المرسل والمتلقي، فتفاعلية الإنترنت تتفوق على التفاعلية التي اكتسبها الهاتف لزمناً طويلاً، فضلاً على اختلافها جذرياً عن التفاعلية التي يحققها كل من التلفزيون والراديو. ففي ظلها أصبح يطلق على القائم بالاتصال مصطلح مشارك بدلاً من مصدر أو مرسل، وبذلك دخلت العملية الإعلامية منحى جديداً رسخته المفاهيم الجديدة المصاحبة لبروز التفاعلية كالممارسة الثنائية، التحكم، والمشاركين. لقد اختلف العلماء في تحديد مستويات التفاعلية كما تباينوا في تقديم مفهومها وأبعادها، إلا أنهم اتفقوا في كونها أضافت إلى الإعلام التقليدي العناصر الآتية:

- تفاعل المتلقي مع كل من الرسالة والقائم بالاتصال.
- الاتصال العائد أو المرتد من المتلقي إلى القائم بالاتصال.
- فورية الاستجابة نحو العملية الاتصالية وأهدافها، مهما كان اتجاه هذه الاستجابة وشكلها (محمد عبد الحميد 3، مرجع سبق ذكره، 58).

ونستعرض في النقاط الآتية أهم مستويات التفاعلية:

أ- مستويات جوي للتفاعلية

قدم Tim Guay (1995) ثلاثة مستويات للتفاعلية بدءاً من الأدنى إلى الأعلى وهي:

- الإبحار (التفاعلية الإبحارية) (Navigational Interactivity): يركز هذا المستوى على المهام الأساسية للتجول داخل الموقع من خلال البحث عن المعلومات، وذلك باستخدام محركات البحث Search Engines، والأوامر، وقوائم الخيارات، والروابط الفائقة، حيث تعد الروابط الفائقة 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 (حلمي محمود محمد أحمد محسب 2، مرجع سبق ذكره، 205).

- الوظيفية (التفاعلية الوظيفية) (Functional Interactivity): تتم من خلال تفاعل المستخدم مع النظام لتحقيق أهدافه؛ وقد تكون تحقيق الربح في الألعاب، أو ترويج منتج، ويعد هذا المستوى أعلى من السابق، لأنه يضيف إلى المستخدم القدرة على التعامل مع المعلومات. وتسمح للقراء أيضا بالمشاركة والتفاعل مع الزوار الآخرين والصحفيين الذين يعملون على الموقع.

- التكيف (التفاعلية التكيفية) (Customizational Interactivity): تعتبر أعلى مستويات التفاعلية، وتسمح للمستخدم بتكييف الموقع حيث تمكنه من التأثير على محتويات الموقع الصحفي (حسين إسماعيل حداد، مرجع سبق ذكره، 231)، لأن التكيف يحقق قدرا أكبر من سيطرة المستخدم على النظام.

ب- مستويات جاري شيكلي للتفاعلية

قسم جاري شيكلي Jerry Schlei التفاعلية إلى ثلاثة مستويات هي:

- المستوى المنخفض: هو الطريقة الخطية في استقبال المعلومات في اتجاه واحد من المرسل إلى المستقبل.

- المستوى المتوسط: هو استجابة الموقع لاختيارات المستخدم المتعددة.

- المستوى العالي: يتمثل في استجابة كل من المرسل والمستقبل لبعضهم البعض من خلال التحوار الإلكتروني (حلمي محمود محمد أحمد محاسب 2، مرجع سبق ذكره، 206).

ج- مستويات التفاعل مع عناصر العملية الاتصالية

أشار Mc Millan إلى أن التفاعلية ثلاثة أشكال أو ثلاثة مستويات تندرج كلها تحت المفهوم الشامل للتفاعلية في عملية الاتصال منعا لحدوث أي لبس في فهم أبعادها وهي:

- التفاعل في علاقة المستخدم بغيره من المستخدمين (User to user) مثل أشكال الاتصال التفاعلي الشخصي التي تعتمد على الحاسب الآلي، ومنها البريد الإلكتروني والدرشة، والمنتديات، وتكمن أهم ملامح ذلك المستوى من التفاعلية في أنه يعد أول تطبيق للتزامنية المقترنة بالاتصال المكتوب (وداد سميثي، مرجع سبق ذكره، 133).

- التفاعل بين المستخدم والوثائق (User to document) وهو الشكل الذي يسمح للمستخدم بالتحكم التكنولوجي في اختيار المحتوى والتفاعل معه، مثل استخدام الصفحات الفورية التي تعتمد على هيكل الهايبرتكست. ومن أشهر أدواتها: استطلاعات الرأي، خدمة التعليق على الحدث، خدمة الاشتراكات RSS، خدمة الخبر العاجل عبر القوائم البريدية، خدمة الخبر العاجل عبر الهاتف المحمول، خدمة إضافة حدث من طرف المستخدمين، خدمة إرسال المحتوى إلى صديق، خدمة مشاركة المحتوى عبر شبكات التواصل الاجتماعي، خدمة نسخ المحتوى.

- التفاعل بين المستخدم والنظام (User to system) وتتضمن مختلف أشكال التفاعل بين الإنسان والآلة مثل: الألعاب وآليات البحث. وفي حالة الصحافة الإلكترونية فهي إمكانية حدوث تجاوب بين المستخدم والمحررين من خلال خدمة البريد الإلكتروني لمحرر القالب الصحفي، أو خدمة الهاتف والفاكس، أو خدمة البريد التقليدي.

د- مستويات التفاعلية حسب العناصر البنائية لها

- تنقسم مستويات التفاعلية حسب العناصر البنائية لها إلى مجموعتين: التفاعلية التواصلية والتفاعلية المعلوماتية.
- التفاعلية التواصلية: يقصد بها تلك التفاعلية الناتجة عن الأدوات التي تجعل المستخدم يتواصل مع الآخرين وفقا لاختياره، وتتمثل الأدوات في أربعة أشكال اتصالية هي: البريد الإلكتروني، حجرات الدردشة، المنتديات، واستفتاءات الرأي العام.
 - التفاعلية المعلوماتية: وهي التي تمد المستخدم بالمعلومات التي يريدها سواء أكان ذلك عن طريق مدخلاته إلى النظام مثل: محركات البحث والأرشفة، أو اختياره من بين مجموعة من البدائل المعلوماتية مثل خريطة الموقع.

هـ - مستويات التفاعلية حسب عامل الزمن

تتحدد التفاعلية حسب عامل الزمن في مستويين هما:

- التفاعلية المباشرة (التزامنية): هي التي تحدث مباشرة وفي الوقت الحقيقي بين طرفي العملية الاتصالية عبر الصحافة الإلكترونية. ويتم خلالها تبادل الآراء والأفكار في الزمن الحي. ومن أدواتها: غرف الحوار، المؤتمرات التفاعلية... الخ.
- التفاعلية غير المباشرة (اللاتزامنية): هي التي يستطيع فيها الطرف البادئ بالاتصال إرسال رأيه أو تعليقه أو فكرته للطرف المستقبل، فيقوم هذا الأخير بالاطلاع عليها بعد أي وقت لاحق والتفاعل معها بالرد. ويحدث هذا المستوى عبر الإيميل أو البريد الإلكتروني، عبر القوائم البريدية، اشتراكات نظام RSS (علي خليل شقرة، مرجع سبق ذكره، 149).

ويمكن أن نستنتج من مختلف هذه المستويات أن الصحافة الإلكترونية وسيلة غير تقليدية بالمرّة، أساسها هو التبادل والتفاعل والتواصل، ولا يمكن أن يفصل فيها بشكل قاطع بين المرسلين والمستقبلين.

2-2-2- تطبيقات التفاعلية في الصحافة الإلكترونية

تعد مواقع الصحف الإلكترونية من أكثر المواقع المتواجدة على شبكة الإنترنت جذبا للقراء، وهو ما أكدته دراسة أعدتها مجموعة رستون Reston، والتي تقول أن مواقع الصحف العالمية ومواقع المعلومات هي الأكثر نموا وحركة بين مواقع الإنترنت (علي عبد الفتاح كنعان 3، مرجع سبق ذكره، 37). وتتبع هذه الحركية من الخدمات التفاعلية التي توفرها هذه المواقع، والتي تجمع عدة مستويات للتفاعل، وفيما سيأتي نقدم أهم هذه الخدمات وأدواتها:

أ- خدمات التواصل

* القوائم البريدية: يقصد بها إرسال مجموعة من الأخبار والموضوعات المحلية والإقليمية والدولية السياسية والاقتصادية والاجتماعية والثقافية والعلمية المختصرة يوميا إلى الأعضاء المسجلين عبر موقع المؤسسة في شكل نشرة موجزة من خلال بريدهم الإلكتروني، لكي يستطيعوا في زحمة انشغالاتهم اليومية الاطلاع على كل

المستجدات، وهو ما يسهل عليهم الحصول بالضبط على ما يرغبون به لاحقا من أخبار ومقالات وتحليلات للاستزادة.

* المجموعات الإخبارية أو مجموعات الحوار أو المنتديات: تعد إحدى نماذج التواصل التي تعتمد على الإرسال والاستقبال المباشر، فهي تطبيقات للاتصال في الوقت الحقيقي، فكل المشاركين في العملية الاتصالية يكونون متواجدين إلكترونيا في ذات الوقت. كما أن الرسائل تنتقل مباشرة إلى كل المشتركين من خلال خادم وسيط. وهي خدمة توفرها الصحيفة للقراء للتعبير عن آرائهم، وتنقسم مجموعات الحوار إلى:

- مجموعات حوار حول موضوعات نشرت في العدد الأخير للصحيفة.
- مجموعات حوار حول موضوعات أخرى غير متعلقة بعدد الصحيفة، توزع وفق أقسام رئيسية وفرعية مثل: الاقتصاد، الصحة، الرياضة، التكنولوجيا، الدين، القانون، العلوم،... الخ.

* خدمة البريد الإلكتروني: ويسمى أيضا الإيميل (E-Mail) وهو أسلوب لتبادل الرسائل إرسالًا واستقبالًا عبر نظم الاتصالات الإلكترونية وشبكة الإنترنت، أو عبر شبكات الاتصال الخاصة بمنظمات وشركات ومؤسسات معينة. يشبه البريد الإلكتروني البريد العادي من حيث أن لكل شخص صندوق بريد برقم خاص، وفي عالم الإنترنت هناك صناديق بريد تمثلها مجلدات أو وحدات تخزين على جهاز الخادم، والوصول إليها لا يحتاج إلا كلمة السر الخاصة بصاحب البريد، واسم المستخدم، وأحيانا بعض الترتيبات على البرنامج (علي خليل شقرة، مرجع سبق ذكره، 97). ومن أهم فوائد البريد الإلكتروني ما يأتي:

- سرعة الإرسال، فبنقرة فأرة يرسل القارئ انشغالاته أو رجوع صداه للصحفي عن الموضوع المنشور بالصحيفة.
- سهولة فتح وإغلاق البريد الإلكتروني.
- سهولة تغيير كلمة السر.
- مجانية الاستخدام إلا في حالات قليلة.
- إمكانية إرسال نفس الرسائل في نفس الوقت إلى عدة عناوين.
- عدم وجود وسيط بين المرسل والمرسل إليه، مما يعزز حرية التعبير بين القارئ والصحفيين.
- عدم اشتراط التزامن، وإمكانية الرجوع للرسائل في أي وقت والإجابة عنها.
- وجود إمكانية تخزين وضغط الرسائل وأرشفتها.
- إمكانية وضع فلترة للبريد الإلكتروني لمنع من لا يرغب في استقبال رسائله من إرسالها للمستخدم.
- يشكل البريد الإلكتروني للصحفيين خاصة في الدول الغربية مصدرا ثريا للمعلومات والأخبار، عن طريق تبادلها بين القراء والصحفيين. وقد اعتبر في الولايات المتحدة الأمريكية بالنسبة للموظفين الحكوميين من السجل العام الذي ينبغي إتاحتها للصحفيين لمعرفة ما يدور خلف الكواليس (المرجع السابق، 100). وهذه الفوائد جعلت البريد الإلكتروني متصدرا أدوات التفاعل في الإعلام الإلكتروني.

* صناديق الاقتراع أو الاستفتاء: من أكثر الأدوات انتشارا في الصحف حيث تطرح عبرها الأفكار أو الأحداث أو الشخصيات ويطلب من القارئ المشاركة بالتصويت أو الاقتراع على الفكرة أو الرأي أو السؤال المطروح للإجابة. وتتميز هذه الأداة بالسهولة في التفاعل مع ما هو مطروح في صندوق الاقتراع 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 الموضوعات أو الأفكار المطروحة (محمد عبد الحميد 3، مرجع سبق ذكره، 87). وتعد هذه الوسيلة إضافة لمراقبة الزائرين للموقع وإحصائهم.

* التعليق على الأخبار: وهي وسيلة يتم إتاحتها للزائر حتى يقوم بالتعليق على الموضوع المنشور وإبداء رأيه، وإرسال رسائل إلكترونية إلى المحرر، يقدم فيها اقتراحا أو تصحيحا لما نشر. وتختلف تسميات هذه الخدمة في مواقع الصحف المختلفة مثل: Feedback، و Send us feedback. كما تتوفر منها خدمات أخرى في بعض المواقع مثل خدمة التصحيح Corrections. وبهذه الخدمة تتميز الصحف الإلكترونية عن الصحف الورقية التي لا تسمح طبيعتها بتقديم خدمة التعليق الفوري أو المباشر حيث تتميز بأن رجع صداها بعدي ومتأخر، ويمكن أن ينعدم.

* الحوار مع الشخصيات المختلفة: يمكن أن يكون الحوار مرئيا أو مكتوبا، عبر موقع الصحيفة الإلكترونية، يتفاعل فيه الزوار مع الشخصية بتوجيه الأسئلة والمناقشات، ولما أن تكون هذه الحوارات:

- حوارات حية نصية: تكون حوارا مفتوحا على طرفين هما الجمهور والشخصية، يتم عبره تناقل نصوص مكتوبة بينهما.
- حوارات حية صوتية: تكون بكتابة الجمهور لأسئلته وإجابة الشخصية صوتيا بشكل مباشر في أوقات محددة (عادل الأنصاري، مرجع سبق ذكره، 57، 58).
- مؤتمرات الفيديو التفاعلية: يقوم تصميم برامجها على إتاحة الفرصة للمحادثة والتفاعل بين طرفين في الوقت الحقيقي صوتا وصورة عبر الفيديو.

* شبكات التواصل الاجتماعي: استخدمت غالبية الصحف الإلكترونية الشبكات الاجتماعية للوصول إلى قاعدة جماهيرية أوسع خصوصا بعدما أصبح مشتركوها بالملايين. ومما لا شك فيه أن "التواصل الاجتماعي" أصبح من السمات الأساسية المميزة لهذا العصر بما تركته وسائله ومنصاته من آثار عميقة على المجتمع، وبما استحدثته من قواعد غير تقليدية للاتصال بين الناس وتناقل المعلومات والأخبار والصور ومقاطع الفيديو، ليتحول العالم الذي وصف في الأمس القريب ومع بدايات ثورة تقنية المعلومات بأنه "قرية صغيرة"، إلى "بيت متناهي الصغر" بفضل الانتشار الواسع لوسائل الاتصال النصي والمرئي المتنوعة، التي أضحت الشغل الشاغل لقطاع كبير من الناس جله من الشباب. وفي الوطن العربي فقط ارتفع العدد الإجمالي لمستخدمي الفيسبوك من 51 مليون مستخدما في ديسمبر 2012، ليصل إلى 71 مليون مستخدم، نهاية ديسمبر 2013.

وارتفع المعدل الوسطي لانتشار الفيسبوك في بلدان المنطقة العربية من 13.4% في ديسمبر 2012 إلى ما

يزيد عن 18.5 % في ديسمبر 2013. في حين انخفضت نسبة المستخدمين الإناث انخفاضا طفيفا إلى 32.25 % في ديسمبر 2013، وهي ما تزال أخفض بكثير من النسبة العالمية التي تصل إلى 50% تقريبا. وبلغت نسبة المستخدمين الذين تقل أعمارهم عن 30 عاما 67.5 % في ديسمبر 2013. وتستمر الإمارات العربية المتحدة باحتلال المرتبة الأولى على صعيد انتشار الفايسبوك في المنطقة تليها قطر والكويت ولبنان الأردن وتونس والبحرين وفلسطين، ثم عمان والسعودية وسوريا ومصر، ثم المغرب والعراق والجزائر، وتأتي في ذيل القائمة كل من ليبيا ثم الصومال بسبب الأوضاع الأمنية والاقتصادية التي يعيشها هذين البلدين. وما تزال مصر تمثل حوالي ربع العدد الإجمالي لمستخدمي الفايسبوك في المنطقة، وحصلت على أعلى رقم من مستخدمي الفايسبوك الجدد في العام 2013 بزيادة تروبو على 4.2 مليون مستخدم (فادي سالم وآخرون، 2014، 11).

ب- خدمات البث والنشر

* البث التلفزيوني: تلجأ بعض المواقع الإخبارية لهذه الخدمة لإتاحة الفرصة أمام الجمهور لمتابعة البث الحي على شبكة الإنترنت دون الحاجة إلى التلفزيون، وهي تقدم ميزة من أهم ميزات الإعلام الجديد؛ دمج الوسائل التقليدية مع الحديثة في أدوات بعينها.

* راديو الإنترنت: هو مصطلح يشير لتقديم المواقع الإخبارية لخدمات راديو إضافة إلى محتوياتها الاعتيادية، ومن ميزات ذلك انخفاض تكلفة إدارة الخدمة الإذاعية، وتشغيلها، وإمكانية وصولها إلى أي بقعة في العالم عبر الإنترنت. وعادة ما تكون مثل هذه الإذاعات محطات خاصة بالمستخدمين أي لا تملك محطات إذاعية تقليدية.

* الوسائط المتعددة وخدمة البودكاست: الوسائط المتعددة في مجال الاتصال والإعلام على شبكة الإنترنت هي حزمة من الوسائل الإعلامية الرقمية التي تشمل النص، والصورة بأنواعها، والصوت، والرسوم، ويتم إنتاجها وعرضها وتقديمها في موقع واحد أو مواقع متعددة، وتتفاعل مع بعضها وظيافيا في إطار نظام مؤسسي يتيح للمتلقي الوصول والتجول والاختيار الحر بجانب المشاركة في بناء المعنى (محمد عبد الحميد 3، مرجع سبق ذكره، 100).

ونستعرض في الآتي أهم الوسائط المتعددة المستخدمة في الصحف الإلكترونية:

- النص والنص الفائق (HyperText): النص هو مجموعة من البيانات مكونة من حروف ورموز يتم كتابتها ثم تخزينها، وذلك بشكل يستطيع الحاسوب قراءته، ويتم إدخال النصوص بواسطة لوحة المفاتيح، أو عن طريق الماسح الضوئي (سكنر) (عباس ناجي حسن، مرجع سبق ذكره، 154). والنصوص على شبكة الإنترنت أنواع هي:

✓ النص الممسوح ضوئيا (سكنر): هو عملية تصوير لنص مطبوع مكتوب يدويا أو إلكترونيا عن طريق ماسح ضوئي (سكنر).

✓ النص الإلكتروني: هو المتوفر في الشكل المقروء في شاشة الحاسوب.

✓ النص الفائق أو النص التشعبي (HyperText): هو نوعية خاصة من النصوص، ظهر مصطلح النص المتشعب في عام 1965 على يد Ted Nelson، ويعني هذا النص لديه النص المتعدد والمتعاقب، الذي يتوالد من نص آخر. أما عن التنفيذ الفعلي له ف جاء على يد Bill Atkinson عندما

قام بتنفيذه على حاسب Apple في عام 1987 (مروة محمد كمال الدين، 2007، 203، 204). وهو نظام لتقديم المعلومات المرتبطة في مسارات غير خطية، يجتمع كل منها في إطار دلالي معين، ويسمح للمتلقى بالتجول بين المعلومات واختبار المسارات وبناء المعنى الذي يلبي حاجاته ويتفق مع خصائصه المعرفية. ويوضح الجدول الآتي الفروق بين النص التقليدي والنص الفائق:

جدول رقم (04): يوضح الفرق بين النص التقليدي والفائق

النص التقليدي	النص الفائق
1- منتظم ومرتب Ordered	1- عشوائي Random
2- نص موحد Unified	2- نص مترزم Fragmented
3- يوضح في شكل متكامل Whole	3- يحتوي على العديد من وجهات النظر Multiperspectival
4- ذو منظور أو رؤية فردية Singular Vision	4- متناقض Control directory
5- متماسك Consistent	5- يتحكم فيه القارئ Reader Controller
6- ينضم فيه الكاتب Author Controlled	6- تضعف أهمية المصدر Undermines Authority
7- يوطد العلاقة بين النص ومصادره Establishes Authority	7- تعاوني Participatory
8- سلبي Passive	8- يتطلب البحث عن المعلومات وتتبعها Information agency
9- يعتمد على توصيل المعلومات جاهزة Information delivery	9- شبكي Network
10- خطي Linear	10- متعدد الجهات Multidimensional
11- يتم الوصول له بطريقة فردية Singular Path	11- يتم الوصول له من خلال العديد من الطرق المتعاقبة Multi sequential path
12- يتطور بشكل منطقي Logical progression	12- يتشارك مع العديد من الروابط Associative links
13- محتواه فردي Self Contained	13- محتواه موسوعي Encyclopedic

المصدر: (فتحي حسين عامر، مرجع سبق ذكره، 125)

وينقسم النص المتشعب حسب استخداماته إلى ثلاثة أنواع:

- ✓ النص المتشعب الداخلي: هو الذي يحيل المتصفح إلى نص آخر موجود على الصفحة ذاتها.
- ✓ النص المتشعب الخارجي: هو الذي يحيل المتصفح إلى صفحة أخرى موجودة على موقع آخر خارجي خلاف الموقع الأساسي الذي يتصفحه القارئ.

✓ النص المتشعب الوسيط : الذي يحيل المتصفح إلى موضوعات داخل الموقع ذاته ولكن داخل صفحات أخرى من الموقع (مروة محمد كمال الدين، مرجع سبق ذكره، 204).

- الصور: تتكون الصور من شبكة دقيقة من البيكسال (Pixels)، وكل بيكسال يمثل موقع لون معين، ويتم تخزين الصورة الرقمية بالطريقة ذاتها، ويمثل كل لون برقم، ويتم ضغط كل هذه الأرقام في الحجم، ويمكن ضغط الصورة بسهولة، وذلك لأن معظم الصور بها مساحات كبيرة تحمل الدرجة اللونية ذاتها. وعندما تتم مشاهدتها على شاشة الحاسوب، فإن الحاسب يقوم بعملية فك الضغط؛ وبذلك يعيد الحاسب بسهولة إعادة بناء شبكة Pixels التي تتكون منها الصورة. وهناك أساليب مختلفة لضغط الصورة وتخزينها، وتعتمد شبكة الإنترنت على ثلاثة أنواع أساسية من الصور هي: GIF و JPEG و PNG (مروة محمد كمال الدين، مرجع سبق ذكره، 201، 202). ويرجع ازدهار استخدامات الصورة في الصحافة الإلكترونية إلى ظهور الكاميرات الرقمية، التي تعد من أحدث طرق الإنتاج الفوري للصور وتخزينها في ذاكرات الحاسبات الآلية،... كما أن البرمجيات الحديثة فتحت الطريق أمام عمل المؤثرات الخاصة بدقة فائقة (سمير محمد محمود، 2007، 76).

- الرسوم المتحركة: هي أسلوب عمل حركات خادعة عن طريق استعراض سلسلة من الصور والأشكال والنصوص المختلفة بسرعات فائقة أثناء العرض على شاشة المتصفح، وتقوم برامج الرسوم المتحركة على الإنترنت مثل برنامج الفلاش Macromedia Flash بعمل رسوم تخدع عين المشاهد لها عن طريق ما يسمى بالخداع البصري Optimal Illusion، وتعتبر الرسوم المتحركة كأحد تطبيقات برامج الوسائط المتعددة Multimedia (مروة محمد كمال الدين، مرجع سبق ذكره، 205). وعادة ما تستخدم الرسوم المتحركة داخل مواقع الصحف الإلكترونية في الإعلانات.

- الصوت: هو يؤثر بشدة في العملية التفاعلية، حيث يشد الانتباه ويسهل الحفظ ويعزز الصورة، وهناك عدة أنواع من الصوت الرقمي التي يمكن استخدامها في الوسائط المتعددة مثل: WAV، و MP3.

- الفيديو: مما لا شك فيه أن الفيديو هو أقوى الوسائط المتعددة تأثيراً في العملية التفاعلية إذ يحتوي على كل العناصر من نص وصورة وصوت فضلاً عن الحركة،... وللفيديو الرقمي مزايا، منها أنه يمكن نسخه دون أن تفقد النسخة الأصلية أو المنقولة جودتها واستخدامها لفترة طويلة (عباس ناجي حسن، مرجع سبق ذكره، 158).

- الكاريكاتور: تقدم غالبية مواقع الصحف الإلكترونية الكاريكاتير الذي يقوم على المبالغة والتشويه لخصائص الأشخاص أو الملامح خاصة للشخصيات العامة. وتعرفه الموسوعة البريطانية بأنه صور مشوشة للتعبير عن شخصية أو حدث أو سلوك معين، كما يقدم فيه للشخص المرسوم عادة في صورة ساخرة وتحليل طريف (حسين شفيق 4، 2008، 2009، 178).

- خدمة البودكاست: هي سلسلة من ملفات الوسائط المتعددة (صوت/ فيديو) يمكن للمتصفح من خلالها الحصول تلقائياً على أحدث حلقة من البرامج التي يختارها، حيث يمكنه تحميل الملفات على جهازه المحمول أو الحاسب الشخصي ثم مشاهدتها والاستماع إليها في وقت آخر. ومن أهم المؤسسات التي تقدم هذه الخدمة نجد (الجزيرة.نت) في الوطن العربي.

* إعادة نشر المحتوى بصيغة PDF أو الفلاش: تسعى معظم مواقع الصحف الإلكترونية ذات الطباعات الورقية لتوفير نسخ مطابقة لتلك الورقية على صفحاتها الرئيسية في صيغة بي دي أف PDF، يمكن تحميلها وتصفحها على جهاز الكمبيوتر، ومنها أيضا من توفر فلاش لعرض الصحيفة وتصفحها على الموقع ذاته. وهناك من الصحف من تخصص لكل موضوع على حدة نسخته النصية بصيغة بي دي أف مع تذييله بشعار المؤسسة وتاريخ النشر واسم صاحب المقال من أجل إفادة المستخدمين أكثر.

* خدمة الاشتراك في الصحيفة الورقية: وهي طريقة مبتكرة استحدثتها العديد من الصحف الكبرى كما الصغرى لتحقيق التوازن في ميزانياتها بالنظر للعجز والتراجع الذي أصاب مبيعاتها الورقية بعدما صارت متوفرة بشكل مجاني على مواقعها، وتقتضي هذه الخدمة إتاحة الاشتراك للمستخدم في النسخة الورقية من خلال تقديم المعلومات الخاصة به وتسديد رسوم الاستخدام عبر بطاقات الائتمان.

* تقنية النشر البسيط المتزامن RSS: تمكن هذه الخدمة القارئ من الحصول على ما يستجد من أخبار ومواضيع فور ورودها على مواقعه المفضلة على شبكة الإنترنت بدلا من أن يفتح صفحات المواقع ذاتها للبحث فيها من موضوعات جديدة... وميزتها الأساسية هي إمكانية متابعة العديد من المواقع في مكان آخر (علي عبد الفتاح كنعان 3، مرجع سبق ذكره، 40).

* النسخة النصية أو الخفيفة: وهي وسيلة تسهل على القارئ الحصول على المعلومات وآخر الأخبار في حالة ما إذا كانت سرعة التحميل عبر الإنترنت بطيئة، يوجد في النسخة الخفيفة أو النصية أهم الأخبار الواردة في واجهة الصحيفة.

* خدمة المشاركة في التحرير والنشر: هي أعلى درجات التفاعلية، حيث تتيح المؤسسة الإعلامية لمفردات جمهورها مشاركتها في تحرير ونشر محتوياتها الإلكترونية مهما كانت طبيعة هذا المحتوى نصي، صوتي، أو فيديو، على أن تتأكد المؤسسة من مصداقيته واحترامه لشروط مهنة الصحافة. وهي الخدمة التي جعلت من الصحافة الإلكترونية تتحول إلى صحافة المواطن. وقد شهدت عدة مواقع عربية مشاركة واسعة لجمهورها كمراسلين ميدانيين على غرار ما حصل مطلع 2011 أثناء ما أطلق عليه ثورات الربيع العربي في تونس ومصر وليبيا وسوريا واليمن.

ج- خدمات البحث وتحميل الملفات

* محركات البحث: يحتاج مستخدمو الإنترنت إلى طريقة بحث عن المعلومات داخل المواقع التي يستخدمونها، فمحركات البحث تسهل على المستخدم الحصول على ما يريد في أقصر الآجال. وفي الأيام الأولى للإنترنت كانت مواقع البحث إما آلية أو بشرية وقد تغير الوضع حاليا فأصبحت العديد من مواقع البحث تعمل بشكل هجين Hybrid، على سبيل المثال فإن محرك موقع مايكروسوفت يقدم النتائج التي يتم الوصول إليها بالفرز اليدوي بالإضافة إلى الفرز الآلي باستخدام محرك لوكسمارت Looksmart (عباس مصطفى صادق 2، 2005، 112).

وينقسم البحث عبر الإنترنت إلى:

- بحث داخل صفحات المواقع: تستخدمه الصحف الإلكترونية ليستطيع القارئ إيجاد أي موضوع سبق نشره على صفحات مواقعها.

- بحث بين المواقع: تستخدمه مواقع الصحف الإلكترونية لتسهيل عمليات البحث على القارئ خارج الموقع.

* الأرشفة: يقصد به حفظ صفحات الصحيفة وموضوعاتها بصورة منتظمة يمكن الرجوع إليها عند الحاجة، إلا أن الصحف الإلكترونية قد تباينت في أسلوب الأرشفة بين من تخصص أرشيفا إلكترونيا عبر صيغة HTML أي الوصول إلى النصوص الفائقة المنشورة على صفحات الصحيفة وإمكانية إيجادها وفق تاريخ نشرها أو موضوعها. وهناك من تخصص من الصحف فقط أرشيفها الورقي عبر صيغة PDF أي بإمكان المستخدم تحميل وتخزين النسخ الكاملة بمواضيعها حسب تاريخ النشر. وهناك من الصحف من تجمع بين طريقتي الأرشفة الإلكترونية لإرضاء أكبر عدد ممكن من الجماهير من جهة، ولأنها لا تتطابق حرفيا مع نسختها الورقية من جهة ثانية.

* مشاركة الآخرين بالخبر: يمكن من خلال هذه الخدمة أن يشارك المستخدم الموضوع المقروء مع معارفه وأصدقائه عبر إرساله لمن يريد على البريد الإلكتروني أو المراسلة المباشرة من خلال ضغط زر أرسل الخبر أو شارك الآخرين.

د- خدمات المساعدة والتوجيه

* خريطة الموقع: هذه الخدمة تقدم محتويات الموقع كافة بطريقة مبسطة وسهلة للمستخدم، خاصة إذا كان الموقع مزدحما بالتفاصيل والخدمات، كمواقع الصحف العالمية، أو مواقع وكالات الأنباء.

* المساعدة: تقتضي أن تنشئ الصحيفة مركزا مصغر للمساعدة وذلك لتوجيه المستخدم ومساعدته في حل المشكلات التي تواجهه خلال التصفح، كإنشاء صفحة خاصة مثلا بالأسئلة الشائعة والإجابات النموذجية لها.

* تعريف الصحيفة: تتكون عادة من معلومات عن المؤسسة، مقرها، أهدافها، سياستها في نقل الأخبار، طاقمها التحريري، أقسامها، إدارة موقعها، تفاصيل الاتصال بكل مصالحها من بريد عادي، هاتف وفاكس وبريد إلكتروني، مقر وكالتها الإشهارية.

* الوصلات السريعة: تقدم خدمة للجمهور الذي لا يملك الوقت لتصفح كل الموضوعات فهي تعطيه مباشرة قائمة بأهم المواضيع؛ كالأكثر قراءة، الأكثر تعليقا، الأكثر تقييما، الأخبار الأحدث... الخ.

هـ- خدمات أخرى

* التسوق: يمكن أن توفر الصحف الإلكترونية مجالا خصبا للتسوق والتعرف على أخبار الاقتصاد كأسعار العملات، خدمات الأسهم، أسعار كافة المنتجات الاستهلاكية، كما قد تخصص صفحة أو ملحقا للموقع أي يستطيع القارئ الشراء الإلكتروني لحاجياته.

* توفير تقارير أصلية: هي تقارير قد تمس مختلف جوانب الحياة الإنسانية تعدها فرق متخصصة في المؤسسة، ولا يمكن الحصول عليها في أماكن أخرى، وتوفرها المؤسسة إما مجاناً أو مقابل اشتراكات رمزية.

2-3- قياس التفاعلية عبر الصحافة الإلكترونية

إن المعالم الخاصة بالتفاعلية تشير في بنائها وعلاقتها إلى إمكانية تقدير مستوى التفاعلية وقياسها، حيث إن الكثير من هذه المعالم مما يمكن فعلاً قياسه وتقديره مثل:

- عدد العمليات المتاحة (تجول، اختيار، ضبط، مشاركة...).
- عدد الخيارات المتاحة (وصلات نص، ووصلات وسائل).
- تعدد الأدوات المتاحة (أدوات تزامنية، أدوات غير تزامنية).
- سهولة الاتصال والتفاعل وسرعته (جهد المستخدمين).
- سهولة استخدام واجهات التفاعل للبرامج والصفحات والمحتوى.
- سهولة الاستجابة إلى مشاركات المتلقي.
- نظام الضبط والمراقبة (تقدير عدد الزوار والمشاركين والمشاركات وأنواعها) (محمد عبد الحميد 3، مرجع سبق ذكره، 69، 70). وثمة اتجاهان لقياس التفاعلية عبر الإنترنت أحدهما: يتمثل في قياس التفاعلية من خلال وضع مجموعة من الأبعاد، ثم تقييم هذه الأبعاد رقمياً وفقاً لمجموعة من المقاييس، والآخر رياضي قائم على الصرامة العلمية المتمثلة في وضع مجموعة من المصفوفات والمعادلات الرياضية، وفيما يلي طرح لوجهتي النظر للوقوف على مزايا وعيوب كل من الاتجاهين.

2-3-1- الاتجاه الأول: المقاييس الرقمية

يمثل هذا الاتجاه فريقان من الباحثين: الأول فريق بحثي ينظر إلى التفاعلية بوصفها إحدى الخصائص الوظيفية للوسيلة، وتأتي على رأسه كاري هيتز (Carrie Heeter)، بينما يري الفريق الثاني أن التفاعلية مرتبطة باتجاهات الفرد نحو مواقع الويب، وتأتي على رأسه سالي ماكملين (S.McMillan) (حلمي محمود محمد أحمد محاسب 1، مرجع سبق ذكره، 3)

أ- مقياس كاري هيتز

قامت كاري هيتز بمسح شامل لنماذج الاتصال في 1989 بدءاً من نموذج شانون وويفر ونظرية القذيفة السحرية، مروراً بنموذج تدفق المعلومات على مرحلتين، ومبدأ الانتباه والإدراك الانتقائي للمعلومات وصولاً إلى نموذج ويستلي وماكملين ومفهومها لحارس البوابة ورجع الصدى؛ حيث لاحظت أن هذه المداخل النظرية تحافظ على تدفق المعلومات في اتجاه واحد. بينما توصلت كاري إلى أن التفاعلية تتطلب اتجاهين لتدفق المعلومات أو اتجاهات متعددة Multi-directions فالأفراد يقومون بدور نشط في البحث عن المعلومات وانتقائها أكثر من استقبالهم السلبي للمعلومات في وسائل الإعلام التقليدية، كما أنهم يمكن أن يقوموا بإضافة المعلومات إلى مواقع الصحف الإلكترونية عكس الوسائل الأخرى التي يتوقف فيها دورهم عند المشاهدة أو القراءة أو الاستماع. وقد قدمت كاري سبع ملاحظات لنظم التفاعلية هي:

- المعلومات تختار لا ترسل.
 - نظام الوسيلة يتطلب اختلاف مستويات فعالية المستخدم؛ فالمستخدمون عادة فاعلون إلى مدى معين.
 - الفاعلية (Activity) تميز كلا من المستخدم والوسيلة؛ فبعض الوسائل أكثر تفاعلية من البعض الآخر، وفي المقابل بعض المستخدمين أكثر من البعض الآخر.
 - تفاعلية المستخدم والوسيلة شكل من أشكال الاتصال.
 - استمرارية رجوع الصدى (Feedback) هي شكل من أشكال رجوع الصدى الذي يقاس فيه سلوك المستخدمين صوب مصدر المعلومات.
 - ليس هناك تمييز بين المرسل والمستقبل.
 - نظام الوسيلة يسهل الاتصال الجماهيري والاتصال الشخصي أو كلاهما.
- وعلى أساس هذه الملاحظات قدمت كاري ستة أبعاد للتفاعلية في مقياسها حيث تقوم بإعطاء قيمة تتراوح بين صفر وثلاثة لكل بعد من الأبعاد الستة الموضحة أدناه، بحيث يكون الإجمالي ثماني عشرة قيمة، ويعني وصول الصحيفة إلى القيمة صفر انتفاء التفاعلية، في حين يعني وصولها إلى القيمة ثلاثة وصولها إلى أعلى مستوى للتفاعلية في كل بعد من هذه الأبعاد:

✓ تعقد نظام الاختيار المتاح

ويقصد به مدى تنوع موضوعات المحتوى التي يتيحها المحرر للقراء، ويدرك مصممو الصحف الإلكترونية أنه كلما زادت الروابط الفائقة التي يضيفونها زادت اختيارات المستخدم للتجول عبر موقع الجريدة الإلكترونية، وأن هذه الاختيارات مهمة للتفاعلية. كما يفهمون أنه يمكن تفعيل دور المستخدم عندما يختار استخدام النص أو تصفح الصور، أو تلقي المعلومات باللغة العربية مثلا أو لغات أخرى، أو إذا استخدم محرك بحث للوصول إلى المعلومات التي يبحث عنها (منار فتحي محمد، مرجع سبق ذكره، 36).

✓ مقدار الجهد المبذول من طرف المستخدمين

يقصد به مدى استطاعة القارئ الوصول بسهولة إلى ما يريد من معلومات، ومقدار تحكمه في المضمون. ويرتبط هذا البعد بتوفر أدوات متنوعة للتجول بالموقع تمكن القارئ من الوصول إلى المعلومات التي يبحث عنها والتحكم في تسلسل وتوقيت قراءتها.

✓ التجاوب مع المستخدم

يقصد به إتاحة طرق التجاوب مع المضمون بين القارئ ومحرر الصحيفة كالبريد الإلكتروني، ومدى حدوث تجاوب فعلي من القراء والمحررين على حد سواء. ويمكن استخدام عدة طرق لإيجاد هذا التجاوب غير البريد الإلكتروني باستغلال الحاسوب كأداة لذلك مثل تعليمات البرمجة، صفحات المساعدة، ورسائل الأخطاء.

✓ تسهيلات الاتصال الشخصي

يمكن أن توفر الجريدة الإلكترونية سبلا متنوعة لتحقيق الاتصال الشخصي الذي قد يكون اتصالا متزامنا، أو غير متزامن، وفي الوقت الذي يتميز الاتصال المتزامن بلحظية رجع الصدى كما في الحياة العادية، فإن الاتصال غير المتزامن يتأخر فيه رجع الصدى قليلا. ويمكن تحقيق الاتصال المتزامن باستخدام جماعات النقاش التي تحقق الاتصال على مستوى (مستخدم - مستخدم) حيث يتبادل المستخدمون آراءهم المكتوبة إزاء بعض المقالات والأخبار المنشورة (المرجع السابق، 37).

✓ سهولة إضافة المعلومات

تعني مدى إمكانية لعب المستخدم لدور محرر أو مصدر للمعلومات على الموقع. وقد اتجهت العديد من الصحف العالمية إلى هذا البعد التفاعلي بإضافة خدمة Wiki التي تمكن المستخدم من إضافة الموضوعات التحريرية. كما تتيح بعض الصحف لجمهورها إضافة معلومات بصفحات الاهتمامات الخاصة، الهوايات، تهاني الأعياد، الوفيات، نقد الأفلام والمسرحيات والأحداث الثقافية والترفيهية الأخرى. في حين تقوم صحف أخرى بإتاحة اشتراك المستخدمين مع المحررين في تحرير القصص الخبرية.

✓ مراقبة نظام الاستخدام

وهي أي وسيلة نقدية يمكن لمشغل الموقع من خلالها أن يسجل من هم زوار الموقع وأي جزء منه (صفحات) تمت زيارته. ويتم تطبيق أنظمة مراقبة الاستخدام لترتيب صفحات الموقع وفقا لعدد مرات زيارتها ولبرمجة نظام المحتوى ليقابل احتياجات الجمهور. وتعد مثل هذه المعلومات مؤشرا مهما لكيفية جذب الموقع للمستخدمين ومحاظته على جذب انتباههم (المرجع السابق، 38).

وقد استخدم هذا المقياس في دراسات عديدة مع إضافة أبعاد استجبت مع التطور التكنولوجي، ويرجع اختيار عديد المهتمين بهذا المقياس إلى أسباب منها:

- يعد مقياس هيتز من أوائل المقاييس التي قاست تفاعلية الصحف الإلكترونية على الإنترنت.
 - إن المقاييس الأخرى لم تضيف كثيرا إلى مقياس كاري هيتز، فعلى الرغم من تقديم كثير من الباحثين لمقاييس مغايرة إلا أن هذه المقاييس مختلفة في الألفاظ لا في عناصر المقياس.
 - عدم دقة المقاييس الأخرى من ناحية التكميم، فبعضها يمزج بين الكم والكيف، علاوة على تجاهلها لبعض الأبعاد الواردة في مقياس كاري هيتز (حلمي محمود محمد أحمد محسب2، مرجع سبق ذكره، 229).
- ومن تلك الدراسات التي استتارت بهذا المقياس مع تحويل ما استجد دراسة كل من ماسي وليفي (Massey & Levy 1999) ، حيث رأت أن التفاعلية تحتوي على أربعة أبعاد من تفاعلية هيتز هي: تعقيد الخيارات، والاستجابة للمستخدم، وسهولة إضافة المعلومات، وتسهيل الاتصال الشخصي، كما أضافت هذه الدراسة بعدا جديدا هو عرض الأحداث بصورة مباشرة (Immediacy).

ب - مقياس سالي ماکملين

قامت سالي بالاشتراك مع مجموعة من زملائها بتطوير مجموعة من الدراسات التي تناولت التفاعلية، بداية بدراستها المستقلة التي تناولت رصد التفاعلية من الناحية الوظيفية والإدراكية في مواقع الإنترنت عام 2000؛ حيث عرضت هذه الدراسة الاتجاهات المتباينة للباحثين إزاء التفاعلية إذا اعتبرها البعض من الخصائص الوظيفية للوسيلة، بينما ذهب البعض الآخر إلى كون التفاعلية متضمنة في مدركات المشاركين في العملية الاتصالية، استتبع ذلك عقد مقارنة بين الاتجاهين، حيث أقامت سالي ماکملين علاقة بين التفاعلية والاتجاه نحو مواقع الويب وفقا للخصائص الديموغرافية للجمهور، وطبيعة الموضوع المقدم على الويب، وخلصت دراستها إلى أنه ليس هناك اختلاف ذو دلالة بين الاتجاهين. وزيادة في دور الاتجاهات في تشكيل التفاعلية قام هونج (Hwang) بالاشتراك مع ماکملين 2002 بقياس الاتجاه نحو الإنترنت لمعرفة فاعلية (Effectiveness) مواقع الإنترنت من خلال بناء مقياس الاتجاه نحو مواقع الويب Attitude Toward the Web (AST) site، وحددت هذه الدراسة إدراك التفاعلية والاشتراك في موضوعات الموقع باعتبارهما مؤشرا للتفاعلية، محللة تأثير هذين المتغيرين على الاتجاه نحو الويب (AST)، وخلصت الدراسة من خلال تحليل العلاقة بين المتغيرين إلى أن السيطرة على مواقع الويب ذات علاقة قوية بالاتجاه نحو مواقع الويب (حلمي محمود محمد أحمد محسب 1، مرجع سبق ذكره، 5). وانضم إلى هذا التوجه فيما بعد بينج لي الذي صنف الأفراد إلى صنفين حسب استعدادهم للتفاعل عبر المواقع الإلكترونية: أفراد ذوو استعداد عالي للتفاعل، وأفراد مخفضو الاستعداد.

ج - مقياس أخرى

نذكر منها الأشهر:

- مقياس جيمس وها: طرح كل من جيمس وها (James & Ha 1998) خمسة أبعاد للتفاعلية اللذان رأيا أنها تشبع الحاجات الاتصالية وهي:

- 1- التلاعب: يقصد به استئارة ميول الفضول واللعب لدى المستخدم.
- 2- الاختيار: ويقصد به اختيار الألوان واللغات والسرعة والبدائل الأخرى التي لا تحتوي على معلومات.
- 3- الترابط: يقصد به ربط المستخدم بالمعلومات التي تهتمه إضافة إلى المعلومات الموجودة.
- 4- جمع المعلومات: ويقصد بها أدوات المراقبة لفحص الزائرين للموقع وأعدادهم.
- 5- الاتصال المتبادل: ويقصد بها الاستجابة للمستخدم، وتقديم وسيلة اتصال له يستطيع من خلالها التواصل مع الموقع (حلمي محمود محمد أحمد محسب 2، مرجع سبق ذكره، 202).

- مقياس بينج لي: قدم بينج لي (Yuping Lui 2001) أربعة أبعاد للتفاعلية في رسالته للدكتوراه بعد استعراض مجموعة كبيرة من الأبعاد ودحض أخرى من وجهة نظره، واعتقد أن أبعادها هي:

- 1- السيطرة الفعلية: يقصد بها ممارسة المستخدم لدور فعلي في عملية الاتصال عبر الإنترنت.

2- الاتصال ذو الاتجاهين: يركز على تسهيل الاتصال بين المستخدم والموقع، وذلك من خلال تسهيل منظومة الاتصال الرباعية: من شخص إلى شخص، من شخص إلى مجموعة، من مجموعة إلى شخص، من مجموعة إلى مجموعة.

3- حرية الاختيار: حرية المستخدم في الوصول إلى ما يرغبه.

4- الشعور بالتزامن: أي حصول المستخدم على المعلومة التي يريدتها بدون تأخير.

2-3-2 - الاتجاه الثاني: المقاييس الرياضية

يتبنى المنحى الرياضي في قياس التفاعلية كل من فلورين همور Florian Hammer وبيتر راخل Peter Reichl وهما تابعان لمعهد الاتصالات عن بعد بالنمسا، وجرنت كيين Gernot Kubin الذي يتبع الاتصالات اللسانية بالنمسا، وألكسندر راكي Alexander Raake الذي يتبع معهد الاتصالات الصوتية بألمانيا، وقد قاموا بأبحاث مشتركة لتطوير مقياس للتفاعلية يعتمد على المطابقة في مواصفاته مع المقاييس الحرارية المستخدمة في علم الفيزياء، وذلك من خلال عمل مجموعة من المصفوفات والمعادلات الرياضية بالتطبيق على المحادثات التفاعلية، وتوصلوا فعلا إلى معدلات حسابية لذلك. وقد بدأت أبحاثهم في عام 2004، ونظرا لغرابة استخدام هذا النمط من المعادلات الرياضية والمصفوفات استعان هؤلاء الباحثون في بادئ الأمر بالمدخل البديهي Axiomatic Approach في محاولة لجعل الموضوع منطقي بالنسبة للقراء عن طريق استهلال الدراسة بنموذج المحادثة القائمة على طرفين، من خلال تقديم أربع مصفوفات هي: صمت، أو تفاعل المحادث الأول، وكذا صمت أو تفاعل المحادث الثاني، وانتهت الدراسة بمجموعة من المعادلات الرياضية المعقدة لوصف التفاعل بين الطرفين (حلمي محمود محمد أحمد محسب 1، مرجع سبق ذكره، 6). والحقيقة أن ظاهرة التفاعلية هي ظاهرة إنسانية يشارك فيها ويصنعها إدراك وتوازن العقل البشري فمن الصعب بما كان حسابها رياضيا.

2-4-4 - حراسة البوابة وتفاعلية الصحف الإلكترونية

2-4-4-1 - القائم بالاتصال في مواقع الصحف الإلكترونية

هو أي فرد منضم لفريق عمل ينتمي إلى إحدى المؤسسات ويضطلع بمسؤوليات ما في صنع وإنتاج الرسالة الاتصالية، ويكون دوره فيها دورا مباشرا من خلال الحلقات المختلفة لعمليات صنع الرسالة الاتصالية، بدء من وضع الفكرة أو السياسية العامة ومراحل الصياغة المختلفة لها، وانتهاء بإخراجها وتقديمها للجمهور المتلقي بهدف التأثير عليه. وطبقا لهذا التعريف فإن أي دراسة على القائم بالاتصال في أي مجال من مجالات الإعلام يجب أن تضع باعتبارها تناولها له من زاوية تعبيره عن فريق ذي علاقة ما بالمؤسسة الإعلامية التي ينتمي إليها، لذلك فإن تناول القائم بالاتصال في البحث لا بد وألا يغفل دراسة العلاقة القائمة بينه وبين المؤسسة التي يمثلها، وإلا يتم النظر إليه كفرد مبتور الصلة بالمناخ أو بالمحيط الاجتماعي الذي يتحرك داخله ويمارس فيه عمله.

ونقصد به في دراستنا هذه هو الصحفي الذي يشرف على نشر الأخبار والمواد الصحفية، وتشمل المحرر الصحفي، والمراسل الصحفي، ومتابع وسائل الإعلام للموقع، والمصور الصحفي، والمخرج الفني للموقع، ومدير الموقع، ومطوره، ومصممه، والمشرف على منتديات الموقع، والمشرف على صفحات الشبكات الاجتماعية التابعة لموقع المؤسسة. أما حراس البوابة الإعلامية فهم الصحفيون الذين يقومون بجمع الأنباء، وهم مصادر الأنباء الذين يزودون الصحفيين بالأنباء، وهم أفراد الجمهور الذين يؤثرون على إدراك واهتمام أفراد آخرين من الجمهور للمواد الإعلامية، كل أولئك حراس بوابة في نقطة ما أو مرحلة ما من المراحل التي تمر بها الأنباء وصولاً إلى المستهدفين بها.

وقد غدت وسائل الإعلام الإلكترونية الجديدة منافساً قويا لوسائل الإعلام التقليدية، في مجال الأخبار والترفيه، كما أصبحت تتمتع بجمهور كبير وبسمات خاصة تجعلها قادرة على جذب أعداد أكبر منه كل يوم، وعلى تغيير المضمون الإعلامي، وطريقة عمل الصحفيين وصناعة الأخبار، وطرح تصور جديدة للعلاقة بينها وبين الجمهور، ومن بين هذه السمات: التفاعلية والفورية واللاتزامنية وتجاوز الحدود المكانية واللامركزية والمرونة وغيرها، كما خلقت لذاتها مجموعة خاصة من القيم وأساليب العمل التي تتفق مع طبيعتها. وكل هذه التغيرات طرأ جزء منها على حراسة البوابة في الوسائل الإلكترونية، ونقدم في دراستنا هذه أهم الفروقات التي أصبحت ظاهرة للعيان:

أ- عدد أفراد حراس البوابة

في وقت يصل فيه حراس البوابة إلى المئات في وسائل الإعلام التقليدية بسبب وجود دور ووظيفة ومهام معينة لكل واحد منهم، قلصت البيئة الإلكترونية هذه الأعداد إلى حد كبير، فأصبح حارس البوابة مكلفاً بمهام كثيرة في وقت واحد، فهو محرر المادة ويتخذ قرار النشر فينشرها، وقد يصمم كاركاتير أو وسيط متعدد، ويختار المواد التي تنشر وكيف تنشر، وقد يغربل تعاليق المعلقين، ويرد على انشغالات السائلين... الخ.

ب- عدد بوابات الحراسة

لقد قلصت شبكة الإنترنت إلى مدى بعيد من البوابات الإعلامية التي كانت تمر بها المعلومات في الوسائل التقليدية، فلم يعد من الضروري مرورها بعدة بوابات من المصدر إلى الإعلامي، فالأقسام الإعلامية والصحفية المتعددة ليتخذ بشأنها قرار النشر من عدمه، ثم الأقسام الإنتاجية المختلفة لإخراج المادة، حيث تختزل هذه البوابات كلها في واحدة أو أكثر، تتجمع فيها مفردات عملية الحراسة، وهو أمر يقلل من كم ونوعية التدخل في المادة المنشورة كما يسرع من عملية اتخاذ قرار النشر، كما قد يمس دقة وجودة المضمون الإعلامي.

ج- طريقة توصيل الأخبار والمعلومات

كان من أبرز مخرجات البيئة الإلكترونية الأشكال والوسائل الحديثة في توصيل المعلومة إذ بإمكان حارس البوابة الدفع مباشرة بالمعلومة إلى الجمهور بواسطة البرامج الحديثة مثل القوائم البريدية ونظام RSS، حيث تسمح هذه التقنيات للجمهور باختيار ما يريد الوصول إليه بسهولة أكبر، كما تعزز الانتقاء والتواصل

المعرفي لديه مع حراس البوابة. إضافة إلى أنه ويفضل هذه التقنيات أصبحت المعلومات تتدفق دون توقف للمستخدم وهو في أي مكان.

د - المضمون الرقمي وحراسة البوابة

إن الاعتماد المتزايد على المعالجة الرقمية للمعلومات غير من مراحل العمل الإعلامي التقليدي في مجال حراسة البوابة سواء في شق إنتاج المعلومة أو استهلاكها، كما أثر كذلك في كم وكيفية وسرعة إنتاجها، وفي طريقة استقبالها، وبثها وسهولة التعامل معها. وبينما قل جهد حارس البوابة في الحصول على المعلومات فقد زاد الجهد المبذول من طرفه لإنتاج وتحرير وإخراج هذه المادة الرقمية، حيث أصبح منوطا به توليف موقعه الإعلامي، واختيار المواد وقولبها، ودعمها بالتقنيات والتكنولوجيات الحديثة والسعي إلى تصميم مواقع جذابة تفاعلية تخدم الجمهور العريض. لكن خلقت هذه الرقمنة إشكاليات أخلاقية كبرى مثل: التعدي على الحقوق الفكرية لحراس البوابة، سهولة عمليات التشويه والتحريف والتزييف الإعلامي، كما تراجع دور جامعي الأخبار في البيئة الإلكترونية لصالح معالجي الأخبار ومحرريها، فيمكن لأي صحفي جمع الأخبار مباشرة من الإنترنت والاتصال بمصادرها والتحقق أو عدم التحقق منها عبر البريد الإلكتروني ووسائل الاتصال المتاحة وتحريرها ونشرها بشكل فوري وكأنه كان في الميدان. وهو ما أدى أيضا إلى تراجع الأدوار المهنية لحراس البوابة.

هـ - طبيعة عمل حارس البوابة

بقيت بعض مهام حراس البوابة على حالها كجمع المادة وتقييمها وتحريرها وتصميمها وإخراجها إلا أنهم أنيط بهم مهام جديدة تتماشى وطبيعة البيئة الإلكترونية كاتخاذ القرارات فيما يتعلق بطبيعة النصوص المصاحبة للمادة، والروابط المتضمنة والصور الرقمية الخاصة بها، ونوعية التسجيلات الصوتية المرافقة، والرسوم التوضيحية، والجغرافية والخرائط، وقواعد المعلومات المناسبة، وروابط البريد الإلكتروني لأصحاب المقالات. أي أصبح من أهم مهامه تصميم المعلومات والتجوال وواجهة الصحيفة.

و - الأشكال والصيغ الإعلامية

لقد أثرت البيئة الإلكترونية على الأساليب التحريرية في الصحف الإلكترونية إذ أصبحت أقل رسمية وروتينية في مقابل زيادة الاعتبارات الشخصية والذاتية، وتوفر المزيد من الخيارات أمام حارس البوابة عند اتخاذ القرارات بتمرير المادة، فقد أتاحت البيئة الإلكترونية أشكالا جديدة من القوالب الإعلامية، كما أتاحت التنوع فيها ودمجها بالوسائط المتعددة، فالخبر مثلا ينشر لحظة حدوثه ومن موقع الحدث مدعما بالوسائط المتعددة مع كثير من العمق والتحليل، كذلك القصة الخبرية تقسم إلى مقاطع بفضل روابط تشعبية تقدم خلفياتها وتقود بالتفسير في سياق معلوماتي جذاب ومميز.

ز - علاقة حراس البوابة بالأطراف التقليدية في العمل الإعلامي

إن تغير طبيعة المصادر وغدو معظمها إلكترونيا بدل الكثير من العلاقات بين حراس البوابة وغيرهم من الأطراف المنخرطين في الحراسة، حيث أصبح يفضل التعامل مع أجهزة ووسائل إلكترونية أكثر من التعامل

مع المصادر الحية، وبمقتضى ذلك يقوم حراس البوابة برصد وجمع وتصنيف وتحليل وتبويب المواد الإعلامية التي يستقبلونها من المصادر الإلكترونية؛ كوكالات الأنباء، والشبكات الإخبارية، وقواعد المعلومات وغيرهم.

ح- علاقة حراس البوابة بالجمهور

من أهم ميزات البيئة الإلكترونية هي الزوال التدريجي للتدفق أحادي الاتجاه للمعلومات من حراس البوابة إلى الجمهور، حيث صار يتخذ شكلا تفاعليا وتبادليا للمواقع مصدرا ومتلقيا. بالإضافة إلى تغير حركة أضلاع المثلث التقليدي في العلاقة بين المصادر وحراس البوابة والجمهور، إذ أصبح الجمهور قادرا على الاتصال المباشر بالمصادر الأصلية دون المرور بحراس البوابة، كما لم يعد الجمهور متلقيا سلبيًا حيث غدا قادرا على الاختيار وتقرير ما يتعرض إليه فضلا عن قدرته على المشاركة في صنع الحدث والمضمون والرأي. وهو ما دفع بحراس البوابة إلى التفاعل والمشاركة في حوارات مع قرائهم ومتصفحهم عبر عدة أدوات تفاعلية.

2-4-2- العوامل المؤثرة على حارس البوابة في البيئة الإلكترونية

مما لا شك فيه أن البيئة الإلكترونية غيرت معالم العملية الإعلامية برمتها، وكان التأثير شديدا على طرفي المعادلة الجمهور وحراس البوابة، مما خلق الكثير من العوامل المؤثرة على الطرفين، سبق وأوضحناها بالنسبة للجمهور في عناصر سابقة، نتولى إبرازها بالنسبة لحارس البوابة في الآتي:

أ- زيادة ضغط التكيف مع مقتضيات سرعة البث والنشر على الويب

إن عامل السرعة على شبكة الإنترنت يقضي على كل فرصة راحة بالنسبة لحراس البوابة، فهم موجودون على الخط على مدار الساعة لاستقبال كل ما يستجد أولا بأول ونشره بشكل فوري بعد صياغته واختيار القوالب الملائمة له وروابطه والوسائط المتعددة المرافقة له.

ب- ضغط الدقة والمصادقية

خلق جو السرعة المسيطر على العمل الإعلامي الإلكتروني الكثير من المخاوف حول دقة المعلومات، وثبوتها، حيث أن حرية النشر مضمونة لأي شخص دون وجود ضوابط علمية، فلا تتمر المواد المنشورة غالبا على لجنة للقراءة والتحكيم والمراجعة والرقابة قبل نشرها كما هو الحال في المصادر التقليدية. إضافة إلى عدم استقرار مصادر المعلومات على الإنترنت فهي ذات طابع ديناميكي مما يجعل من الصعب العثور على هذه المصادر أو معاودة الاهتداء إليها مستقبلا. فضلا عن قابلية محتويات هذه المصادر للتغير والتبديل أو الحذف والإضافة. كل تلك العوامل خلقت ضغطا مضاعفا على حراس البوابة في مرحلة جمع واستقاء المعلومات والتعامل مع مصادرها وخاصة المجهولة منها.

ج- احترام المبادئ المهنية والفنية للإعلام

بقدر ما أعطت الإنترنت حرية التعبير للجميع، فتحت باب الانتهاكات الحقوقية والمهنية في حق الأشخاص ومهنة الإعلام، بل تعدى الأمر الانتهاك إلى جرائم صنف في العديد من الدول على أنها جرائم

معلوماتية. ووسط هذا الجو المشحون بالأخلاق نجد حراس البوابة يعانون من ضغط رهيب لاحترام ضوابط المهنة ومبادئها الأخلاقية والفنية والمهنية.

د- جودة الأدوات الفنية والتكنولوجية الموظفة إعلاميا

إن التقنيات التي أتاحتها الإنترنت أمام حراس البوابة بما لها من مزايا تشكل ضغطا عليهم بسبب جدتها وتعدد استعمال بعضها وسط منافسة محمومة بين مختلف المصادر على الاستغلال الأمثل لها لاستقطاب اهتمام الجمهور العريض بكل شرائحه. لقد أصبح حارس البوابة في خضم هذه التطورات مجبرا على تعلم استعمال كل التقنيات وتحديث تعلمه كلما تطلب منه الأمر ذلك.

الفصل الرابع الصحافة الإلكترونية وتفاعل النخبة الأكاديمية في الجزائر

الفصل الرابع: الصحافة الإلكترونية وتفاعل النخبة الأكاديمية في الجزائر

1- واقع الصحافة الإلكترونية في الجزائر

- 1-1- البنية التحتية للإعلام الإلكتروني في الجزائر.....
- 2-1- الإطار القانوني المنظم للإعلام الإلكتروني في الجزائر.....
- 3-1- تجارب التفاعلية في الصحف الإلكترونية الجزائرية.....
- 4-1- معوقات تطور الصحف الإلكترونية في الجزائر.....

2- النخبة الأكاديمية والتفاعل عبر الإنترنت

- 1-2- استخدامات النخبة الأكاديمية الجزائرية للإنترنت.....
- 2-2- جمهور الصحافة الإلكترونية من النخبة الأكاديمية.....

1- واقع الصحافة الإلكترونية في الجزائر

1-1- البنية التحتية للإعلام الإلكتروني في الجزائر

في سبعينيات القرن الماضي كانت الجزائر تخصص 25 % من ميزانية الدولة لإقامة هياكل للتكوين في كل المستويات منها في الإعلام الآلي، ثم أدى انخفاض البترول في 1986 إلى أزمة اقتصادية وضعف الاستثمار في قطاعات خدمية كالاتصال، ثم إلى أزمة أمنية أوقفت أي نوع من أنواع التطور في البنى التحتية للاتصال والإعلام. وفي عام 1996 دق ناقوس الخطر وظهرت بإلحاح ضرورة التوجه نحو اللامركزية والخصوصية، وتحرير الاقتصاد، والمنافسة واقتصاد السوق. وشهد عام 1997 إعادة هيكلة حوالي مئة شركة عمومية اقتصادية، ومع ارتفاع سعر البترول في بداية الألفية وتحسن الوضع الأمني عرف الاقتصاد الوطني انتعاشا محسوسا ولكن تحقيق الإصلاحات عرف بطئا خاصة فيما يتعلق بتحرير التجارة الخارجية، عصرنة القطاع المصرفي، تطوير النصوص القانونية وتطوير قطاع المؤسسات الصغيرة والمتوسطة.

في أوت 2000 تمت المصادقة على القانون المتعلق بالبريد والاتصالات وهو خطوة أولى له من الأهمية بما كان في مسار التطوير، حيث تم بموجبه تغيير وضعية المتعامل الرسمي العام للهاتف إلى شركة تجارية بالأسهم وبذلك إنهاء احتكار الدولة لقطاع الاتصالات وإنشاء سلطة ضبط، وبذلك تم منح رخصتين لمتعاملين أجنيين فيما يخص الاتصالات الهاتفية الأولى في جويلية 2001 لأوراسكوم المصرية والثانية في ديسمبر 2003 للوطنية الكويتية. وفي أفريل 2001 تمت المصادقة على مخطط الإنعاش الاقتصادي 2001-2004 بتمويل قدره 525 مليار دينار مخصصة لتكاليف التجهيزات ومساعدات للمؤسسات. إن قطاع تكنولوجيات الإعلام والاتصال استفاد مباشرة من بعض الحصص في الميزانية منها في الهياكل القاعدية للاتصالات وبالتالي ثلاثة مشاريع تحت مسؤولية وزارة البريد وتكنولوجيات الإعلام والاتصال ويتعلق الأمر ب:

- إنشاء حظيرة لتكنولوجيات الإعلام والاتصال بتكلفة قدرها 130 مليون دولار.
- تطوير خدمات البريد وترقيتها على المستوى الوطني بما قيمته 83 مليون دولار.
- برنامج توسيع الارتباطية الهاتفية في البلديات النائية بقيمة 83 مليون دولار.

والمشروع الرابع تابع لوزارة التعليم العالي والبحث العلمي وهو خاص بدعم وتطوير برامج البحث في مؤسسات التعليم العالي وخصص له 86 مليون دولار (أمنة بن عبد ربه، 2005، 2006، 34).

جمد برنامج خصوصية الشركات العمومية الكبرى تقريبا بين عامي 1996 و2002 ليطمئئنه فيما بعد. ففي أفريل 2002 نشرت قائمة تضم ستين شركة قابلة لفتح رأسمالها للمستثمرين الخواص، كما تم الإعلان عن قرب إنشاء وكالة للخصوصية غير أن الحصيلة التي سبّجها الديوان الوطني للإحصاء بينت أن النتائج المتوخاة من كل هذه التحفيزات فيما يخص إنشاء المؤسسات المتوسطة والصغيرة وتشجيع الاستثمار لم تبلغ الحد المطلوب. وفي 28 أكتوبر 2001 تمت المصادقة على قانون توجيهي لترقية المؤسسات المتوسطة

والصغيرة، هذا القانون يضم تكييفاً للنظام الجبائي وتبسيطاً للإجراءات المتعلقة بالتعامل البنكي والنقدي فيما يخص المؤسسات المتوسطة والصغيرة وإنشاء صندوق ضمان للقروض البنكية.

وقد تم إنشاء لجنة خاصة بمجتمع المعلومات في 9 ماي 2001 تتكون من عشرين شخصاً هم ممثلون عن الوزارات والهيئات العمومية والخاصة وأعضاء من الدواوين الوزارية وأساتذة ومانحي خدمات الإنترنت لتقديم تقرير حول الرهانات التي يطرحها مجتمع المعلومات والشروط اللازم توفرها لتحقيقه وقد تم عرض التقرير في أكتوبر 2001، وهو يحلل النقائص القانونية التنظيمية البنكية والضريبية والاقتصادية التي تقف عائقاً أمام المبادرات الخاصة والعامة، أمام تحقيق مجتمع متكامل للمعلومات (Djamel , 2004, 221). كما تم إنشاء اتصالات الجزائر بموجب قانون 03-2000 بتاريخ 5 أوت 2000 المتعلق بإعادة هيكلة قطاع البريد والاتصالات والذي يفصل النشاط البريدي عن الاتصالي، وهي شركة ذات أسهم وبرأسمال عمومي، تنشط في سوق الشبكات والخدمات الاتصالية الإلكترونية وهي مؤسسة عمومية اقتصادية بدأت نشاطها الفعلي في الأول من يناير 2003 وفروعها هي: موبيليس للهاتف الخليوي وجواب لشبكة الإنترنت (IBID, 271).

يرد ذكر الإنترنت كثيراً في الأوساط الاقتصادية والتربوية ومختلف قطاعات النشاط ولكن يبقى استعماله فعلياً محدوداً إلى حد ما، فحتى سنة 1998 كان احتكار معهد (CERIST) كاملاً للدخول إلى شبكة الإنترنت في الجزائر. وفي أوت 1999 فتح الباب للخواص ليصبحوا مانحي خدمات Fournisseur d'Accès Internet، وحتى عام 2003 منحت 65 رخصة مانح خدمات على شبكة الإنترنت ولكن 15 منهم فقط يمارسون نشاطهم التسييري في الشبكة (امنة بن عبد ربه، مرجع سبق ذكره، 50). وتشير الأرقام إلى وجود 730.000 مرتبطين بالإنترنت على التراب الوطني أي مشترك أو (Internaute) ولكن هذا يشمل المقاهي الإلكترونية والميدياتيك ونوادي الإنترنت، وقد أعلن وزير البريد وتكنولوجيات الإعلام والاتصال في ندوة صحفية في مارس 2004 أنه يوجد أكثر من 4800 مقهى إلكتروني عبر التراب الوطني (المرجع السابق، 51).

ونقدم فيما يأتي آخر ما توفر لدى الباحثة من إحصاءات (ديسمبر 2008) حول تكنولوجيات الإعلام والاتصال التي نشرتها وزارة البريد وتكنولوجيات الإعلام والاتصال والمقدمة إليها من طرف مركز البحوث في الاقتصاد التطبيقي من أجل التنمية (CREAD)، مع العلم أن الباحثة زارت لمرتين الوزارة للحصول على إحصائيات جديدة في 30 ماي 2013 و 29 ماي 2014 حول كل التكنولوجيات بما فيها الصحافة الإلكترونية، وتم إخبارنا من طرف مسؤولة مصلحة الإحصاء بالوزارة أنه خلال 2014 ستطلق هذه الأخيرة مشروع قاعدة بيانات تعمل عليها المصلحة تقدم فيها كل الإحصاءات اللازمة حول قطاع البريد وتكنولوجيات الإعلام والاتصال في الجزائر، وستكون هذه القاعدة متاحة عبر الموقع الرسمي للوزارة. واليوم ونحن نجاوز 2015 بأشهر لا تزال هذه القاعدة غير موجودة وغير متاحة على الموقع.

جدول رقم (05): يوضح مؤشرات تكنولوجيا الإعلام والاتصال لعام 2008 حسبما نشرته وزارة

البريد وتكنولوجيات الإعلام والاتصال

النسبة	الأرقام بالقيمة المطلقة		تعيين	التعريف بالمؤشر	الفئة
0.164	9.300		مقاهي الإنترنت	مؤشر 1 : "تجهيزات عمومية لـ 1000 نسمة (مقاهي الإنترنت، الأكشاك المتعددة الخدمات، مخادع عمومية للهاتف)"	مؤشرات الهياكل
2.17	51.504		الأكشاك المتعددة الخدمات		
0.874	4.247	اتصالات الجزائر	مخادع عمومية للهاتف		
	16.500	حورية			
	20.747		المجموع		
13.35	2.990.000		الهاتف الثابت :	مؤشر 2 : "الكثافة الهاتفية بالنسبة لـ 100 نسمة".	
	697.603		- الخطي - WLL		
	3.687.603		المجموع		
97.90	7.703.689		الهاتف الجوال :	مؤشر 3 : "تجهيزات الإعلام الآلي والاتصال"	
	14.108.857		-موبليس		
	5.218.926		-جيزي -نجمة		
	27.031.472		المجموع		
12.31	710.967		نسبة العائلات التي لها حاسوب بالنسبة لـ 100 عائلة	مؤشر 4 : "تجهيزات الإعلام الآلي لقطاع التربية"	
93.1	31.579.616		نسبة السكان الذين لهم جهاز تلفاز بالنسبة لـ 100 نسمة		
معلومة غير متوفرة	الطور الابتدائي				
0.58	الطور المتوسط :		نسبة تجهيزات التربية		
حاسوب/100 تلميذ	18.384 حاسوب/3.158.117				

	تلميذ			
2.54	الطور الثانوي : 24.848			
حاسوب/100	حاسوب/974.736 تلميذ			
تلميذ				
4.72	45.000	نسبة تجهيزات التعليم العالي		
حاسوب/100	حاسوب/952.067			
طالب	طالب			
4.80	20.000	نسبة تجهيزات التكوين والتعليم المهنيين		
حاسوب/100	حاسوب/416.642			
متربص	متربص			
10.14	585.455	نسبة النفاذ إلى الإنترنت ذي التدفق العالي بالنسبة لـ 100 نسمة	مؤشر 5 : "النفاذ إلى الإنترنت المشاركين المقيمين"	مؤشرات النفاذ إلى تكنولوجيات الإعلام والاتصال
1.83	105.892	نسبة النفاذ إلى الإنترنت ذي التدفق المنخفض بالنسبة لـ 100 نسمة		
13.94	16.579	نسبة النفاذ إلى الإنترنت المشاركين المهنيين (مؤسسات)	مؤشر 6 : "النفاذ إلى الإنترنت المشاركين المهنيين (مؤسسات)"	
1.8 الأجر	السعر المتوسط لحاسوب في السوق/الأجر الوطني الأدنى المضمون	أسعار النفاذ إلى تجهيزات الإعلام الآلي في السوق المحلية		
الوطني الأدنى المضمون				
3.33% الأجر	السعر المتوسط للوصلة في السوق/الأجر الوطني الأدنى المضمون	أسعار النفاذ إلى الإنترنت في السوق المحلية بالعرض المحدود	مؤشر 7 : "أسعار النفاذ إلى الإنترنت"	
الوطني الأدنى المضمون				
4.91% الأجر	السعر المتوسط للوصلة في السوق/الأجر الوطني الأدنى المضمون	أسعار النفاذ إلى الإنترنت في السوق		
الوطني الأدنى				

المضمون	الأدنى المضمون	المحلية بالعرض غير المحدود		
3.18 سا/شهرين	192 دقيقة/ شهرين	نسبة استعمال الإنترنت ذي التدفق المنخفض من طرف الأشخاص	مؤشر 8 : "الاستعمال الشخصي للإنترنت ذي التدفق المنخفض"ترنت"	مؤشرات استعمال تكنولوجيايات الإعلام و الاتصال
58.2%	عنوان إلكتروني	نسبة استعمال الإنترنت من طرف المؤسسات	مؤشر 9 : "الاستعمال المهني للإنترنت"	
29.4%	موقع ويب	نسبة الدخول إلى الإنترنت من طرف المؤسسات		
15.2%	اسم مجال			
41.44%	مؤشر الدخول			

المصدر : (وزارة البريد وتكنولوجيايات الإعلام والاتصال، 2008)

ويتضح من هذه الإحصاءات عدة نقاط نفصلها كآتي:

- تدني نسبة التجهيزات العمومية لكل 1000 نسمة (مقاهي الإنترنت، الأكشاك المتعددة الخدمات، مخادع عمومية للهاتف)، حيث لا تتجاوز في أقصى حدودها 2.17 % وهي نسبة محتشمة جدا بالنظر إلى البجوحة الاقتصادية والاستقرار الأمني والسياسي الذي عاشته الجزائر منذ أواخر 1999 خصوصا بعد مشروع الوئام المدني، وارتفاع أسعار النفط على المستوى العالمي.
- تدني الربط بالهاتف الثابت مقابل 97.90% للتزود بخطوط الهاتف المحمول، وهي نسبة تعكس توزع السوق الجزائرية بين ثلاثة متعاملين: موبيليس، جازي ونجمة.
- ضعف التزود بأجهزة الحواسيب الآلية للعائلات الجزائرية بنسبة 12.31% مقابل اقتناء أجهزة تلفزيون بنسبة 93.1%.
- ضعف اقتناء تجهيزات الإعلام الآلي في قطاع التربية بأطواره والتعليم العالي والتكوين المهني التي تراوحت بين 0.58 و 4.80 %، والمؤسف هو عدم توفر معلومات لدى الوزارة عن نسبة التجهيز في الطور الابتدائي.
- تدني نسبة النفاذ إلى الإنترنت للمشاركين المقيمين، حيث لم تبلغ نسبة النفاذ ذو التدفق العالي إلا 10.14 % في ظل نسبة أقل بكثير للنفاذ ذو التدفق المنخفض ب 1.83%. في حين ترتفع نسبة نفاذ المهنيين بقليل إلى 13.94%.

- وتفسير هذه النسب المنخفضة يقع على عاتق أسعار النفاذ إلى الإنترنت المرتفعة نسبيا بالنسبة للأجر الوطني الأدنى المضمون فهي ترتفع إلى غاية 5 % تقريبا منه.
- لا يزال الاستخدام المهني للإنترنت ضعيفا في الجزائر خصوصا في إنشاء المواقع الخاصة بالشركات الذي قدرت نسبته فقط بـ 29.4 % في وقت أصبحت فيه الشركات في الدول الأجنبية تمتلك أكثر من موقع واحد.
- وأدت هذه الأرقام المحتشمة مطلع 2008 إلى إطلاق الوزارة لمشروع الجزائر الإلكترونية، والذي سطرت له مدة وأهدافا ومستويات عمل بين 2009 و2013. وهدف هذا المشروع إلى إبراز مجتمع العلم والمعرفة الجزائري على غرار مجتمعات المعلومات الغربية من خلال تعزيز أداء الاقتصاد الوطني والشركات والإدارات، وتحسين قدرات التعليم والبحث والابتكار وإنشاء كوكبات صناعية في مجال تكنولوجيايات الإعلام والاتصال، ورفع جاذبية البلد وتحسين حياة المواطن من خلال تشجيع نشر واستخدام تكنولوجيايات الإعلام والاتصال. وتتمحور خطة عمل المشروع حول 13 محورا هي:
- تسريع استخدام تكنولوجيايات الإعلام والاتصال في الإدارات العمومية.
- تسريع استخدام تكنولوجيايات الإعلام والاتصال في الشركات.
- تطوير الآليات والإجراءات التحفيزية الكفيلة بتمكين المواطنين من الاستفادة من تجهيزات وشبكات تكنولوجيايات الإعلام والاتصال.
- دفع تطوير الاقتصاد الرقمي.
- تعزيز البنية الأساسية للاتصالات ذات التدفق السريع وعالي السرعة.
- تطوير الكفاءات البشرية.
- تدعيم البحث والتطوير والابتكار.
- ضبط مستوى الإطار القانوني الوطني.
- تطوير وسائل الإعلام والاتصال.
- تشمين التعاون الدولي.
- آليات التقييم والمتابعة.
- إجراءات تنظيمية
- الموارد المالية.

وقد نشرت الوزارة من خلال موقعها العديد من المقالات التي تؤكد على تحقيق الكثير من أهداف مشروع الجزائر الإلكترونية في مجال تكنولوجيايات الاتصال منذ 2009 حيث:

- نشرت الوزارة في نهاية 2011 أنه بلغ عدد المشتركين في شبكة الهاتف النقال خلال 2011 في الجزائر 35.2 مليون مشترك مما يمثل ارتفاعا بـ 2.5 مليون زبون مقارنة بسنة 2010 حسبما أعلنته سلطة ضبط البريد والاتصالات السلكية واللاسلكية. وبهذا بلغت نسبة الاشتراك أكثر من 95 بالمائة من سكان البلاد في

خدمات المتعاملين الثلاث للهاتف النقال. ويأتي المتعاملان أوراسكوم تيليكوم الجزائر (جازي) واتصالات الجزائر موبيليس (متعامل عمومي) في الصدارة من حيث حصص السوق متبوعين بالوطنية (نجمة) من حيث عدد المشتركين. حيث يملك كل كتعامل على التوالي 46.81 بالمائة و29.18 بالمائة و24.01 بالمائة (المرجع السابق، 2011).

- نشرت الوزارة تقريرا في 06 مارس 2012 تصرح فيه بأن الجزائر والعربية السعودية وجزر القمر ومصر والمغرب وعمان وقطر هي الدول العربية الوحيدة التي أحرزت تقدما في مجال تكنولوجيايات الإعلام والاتصال، في وقت تراجعت فيه خمس دول ما بين سنتي 2008 و2010، واحتفظت أربعة دول بمراتبها وذلك حسب تقرير للاتحاد الدولي للاتصالات السلكية واللاسلكية أعد على أساس مؤشر تطور تكنولوجيايات الإعلام والاتصال. وحول نسبة الولوج إلى الخدمات المتنقلة خاصة منها الجيل الثالث في منطقة العالم العربي فقدها التقرير بـ 13 % لتبقى أقل من المعدل العالمي الذي قدر بـ 17 % (المرجع السابق، 2012).

- وفي 24 جويلية 2012، صنف تقرير عربي الجزائر في المرتبة العاشرة في قائمة الأسواق العربية الأكثر تنافسية في مجال الهاتف المحمول، وذلك بنسبة قدرها 58.91 بالمائة، فيما تصدرت القائمة السعودية بنسبة 74.56 بالمائة، تليها الأردن بـ 70.67 بالمائة ثم فلسطين بـ 70.43 بالمائة.

- وفي 4 أكتوبر 2012، صنفت الجزائر في المرتبة 42 عالميا من حيث عدد مستخدمي شبكة التواصل الاجتماعي "فيسبوك"، والذي قدر بـ 3 ملايين و858 ألف و840 مستخدما، وقد تطورا كبيرا في الستة أشهر الأخيرة. وهي تأتي بعد كل من السعودية والمغرب المصنفتين في المرتبتين 32 و36 على التوالي. وقد نشر الموقع الإلكتروني المتخصص في متابعة نجاح التسويق الاجتماعي "سوشل باكر"، آخر الأرقام والمعطيات المتعلقة باستخدام الفيسبوك في الجزائر، حيث بلغت نسبة المستخدمين لهذه الشبكة الاجتماعية 32 بالمائة مقابل 68 من المائة رجال. وهم من الشباب ما بين 18 و24 سنة بنسبة 42 بالمائة متبوعين بفئة ما بين 25 و34 سنة بـ 26 بالمائة. وتجدر الإشارة إلى أن الفيسبوك استطاع أن يكون دولة يسكنها الملايين من المستخدمين عبر العالم، حيث يعد الشبكة الاجتماعية الأكثر استخداما بـ 900 مليون مستخدم ناشط شهريا، 2.7 مليار إعجاب في اليوم، 250 مليون صورة محملة يوميا، 425 مليون مستخدم من النقال، كما أن 57 بالمائة عبر العالم من مجموع المستخدمين من النساء (المرجع السابق، 2012).

ومن جهتها وتأكيدا على التقدم الحاصل في الجزائر في مجال الإعلام والاتصال نشرت وزارة الاتصال عبر موقعها الرسمي تقريرا عنونته بـ "تتمية" سنة 2015 تضمن ما يأتي:

- استقاد قطاع الاتصال خلال السنوات الأخيرة من برنامج تجهيزي هام، خصص لخلق ديناميكية جديدة في القطاع، هذا بمراعاة ما حصل حديثا من تحولات سوسيو اقتصادية على المستوى الوطني وكذا المحيط الجهوي والدولي وما صاحبه من تطور تكنولوجي. وقد أسفر هذا المجهود عن قفزة نوعية سواء على مستوى المخطط التنظيمي أو على مستوى التطور الكمي والنوعي. يسعى قطاع الاتصال من خلال هذا البرنامج إلى تجسيد المحاور الأساسية التالية:

*فيما يخص البث الإذاعي:

- 1- تعزيز وسائل إنتاج البرامج الإذاعية بتوجيه الاستثمار نحو التكنولوجيا الرقمية.
- 2- تعزيز الهياكل القاعدية.
- 3- ضبط خارطة توزيع المحطات الإذاعية الجهوية.
- 4- تطوير وتنويع البرامج الإذاعية.
- 5- خلق قنوات إذاعية موضوعاتية.
- 6- إنشاء مقر وكذا الحصول على تجهيزات لمصلحة الإذاعة الدولية.

*فيما يخص التلفزيون:

- 1- تعزيز وسائل إنتاج البرامج التلفزيونية بتوجيه الاستثمار نحو التكنولوجيا الرقمية.
- 2- إنشاء وتجهيز دار التلفزيون.
- 3- خلق قنوات تلفزيونية موضوعاتية.
- 4- تطوير وتنويع البرامج التلفزيونية.
- 5- إنشاء أو إعادة تهيئة مراكز التلفزيون الجهوية.

* فيما يخص البث التلفزيوني:

- 1- توسيع وتحسين تغطية التراب الوطني بالبرامج الإذاعية والتلفزيونية.
- 2- تطوير شبكة الإرسال وكذا البرامج الإذاعية والتلفزيونية الموجهة للخارج.
- 3- إنشاء شبكة تلفزيونية رقمية أرضية (TNT).
- 4- تطوير وتعزيز وسائل السلامة من أجل حماية التراث.

* فيما يخص الصحافة المكتوبة:

- 1- تجسيد حق المواطن في المعلومة.
- 2- عصرنه وسائل وأنشطة الوكالة الوطنية للصحافة.

* للإشارة فقد أسفرت حركة قطاع الاتصال عن:

- 1- إتمام خارطة إنشاء الإذاعات الجهوية من خلال تشغيل محطة إذاعية لكل ولاية.
- 2- إطلاق خدمة الإذاعة الدولية.
- 3- إنشاء قناتين تلفزيونيتين واحدة بالأمازيغية وواحدة خاصة بالقرآن.
- 4- تحسين وتوسيع تغطية التراب الوطني بالبرامج الإذاعية.
- 5- يركز البث الإذاعي الأرضي على دعامتين:

- التعديل التضخمي (La Modulation d'Amplitude) الأمواج المتوسطة والأمواج الطويلة والأمواج القصيرة.

- التعديل الترددي (La Modulation de Fréquence FM): في هذا المجال تم إنشاء مركزي بث جديدين، كما تم تجديد تجهيزات محطات البث الإذاعي (FM) الرئيسية، إضافة إلى اقتناء ونصب وتشغيل محطات البث وإعادة البث الموزعة عبر التراب الوطني.

6- إنشاء شبكة للبث التلفزيوني الرقمي الأرضي (TNT) التلفزيون الرقمي الأرضي هو نوع من البث الأرضي للتلفزيون أين تكون الإشارات البصرية والسمعية والمعلوماتية مشفرة ثم بعد ذلك مرتبة في تدفق (flux) وحيد (le multiplex) قبل أن يتم بثها عبر أمواج إلكترومغناطسية (وزارة الاتصال، 2015).

1-2-1- الإطار القانوني المنظم للإعلام الإلكتروني في الجزائر

1-2-1- الإجراءات القانونية المنظمة لشبكة الإنترنت في الجزائر

إن انتشار الإنترنت في الجزائر ساهم في إيجاد صيغ قانونية تنظم فيها الدولة هذا القطاع من أجل السماح للمواطنين بالاستغلال الأمثل لهذه الخدمة. ونقدم في النقاط الآتية أهم الإجراءات القانونية المتخذة من طرف الدولة منذ دخول وانتشار الإنترنت:

- صادقت الحكومة على المرسوم رقم 98-257 الصادر في 25 أوت 1998، والذي بموجبه تم الترخيص بإمكانية إنشاء موزعين وسطاء للإنترنت، كما يضبط شروط وكيفيات إقامة خدمات الإنترنت واستغلالها. إلا أنه لم يتم الاستغلال الحقيقي للشبكة إلا بعد 1999، أين أصبح لدينا 18 موزعا حتى عام 2000، واستمر في الارتفاع إلى أكتوبر من نفس السنة ليلعب 65 موزعا أي ما يعادل موزعين (2) لكل 100.000 نسمة.

- المرسوم التنفيذي 2000-307 الصادر في 14/10/2000 تم فيه ترخيص الشراكة بين شركات أجنبية وفتح المجال للاستثمارات الخارجية في قطاع الإنترنت، فكانت أول عملية جمعت مجموعة WANADOO بالشراكة مع الموزع EEPAD في مارس 2000.

- في 5 جوان 2005 أصدر رئيس الحكومة أحمد أويحي مرسوما يحظر فيه أي نشاط لمقاهي الإنترنت بعد منتصف الليل، ورافق هذا المرسوم دعوات وزارية لتشريع قانون ينظم عمل مقاهي الإنترنت.

- قانون 09-04 المؤرخ في 5 أوت 2009، وهو أول قانون في الجزائر اهتم بكيفية تبادل المعلومات الرقمية وتجري فيه كل أنواع المعاملات والخدمات الإلكترونية، والمتضمن القواعد الخاصة للوقاية من الجرائم المتصلة بتكنولوجيات الإعلام والاتصال ومكافحتها. وجاء نص هذا القانون في 6 فصول كالآتي:

- الفصل الأول يحتوي على أحكام عامة تبين أهداف القانون وتحدد مفهوم التقنية الواردة فيه، فضلا عن مجال تطبيق أحكامه.
- الفصل الثاني نصت مواده على ضرورة مراقبة الاتصالات الإلكترونية.
- الفصل الثالث يحتوي القواعد الإجرائية التي تخص الحجز والتفتيش في مجال جرائم تكنولوجيات الإعلام والاتصال وفقا للمعايير العالمية المعمول بها.
- الفصل الرابع تضمن التزامات المتعاملين في مجال الاتصالات الإلكترونية.

- الفصل الخامس أشار إلى الهيئة الوطنية للوقاية من الإجرام المتصل بتكنولوجيات الإعلام والاتصال ومكافحته.
 - الفصل السادس نص على التعاون والمساعدة القضائية الدولية، إذ تناول قواعد الاختصاص القضائي والتعاون الدولي.
- للإشارة فإن أهم النصوص التشريعية المتصلة بمكافحة الجريمة الإلكترونية في الجزائر هي:
- القانون المدني لاسيما المادة 323 مكرر 1 منه.
 - الأمر 03-05 المتعلق بحقوق المؤلف والحقوق المجاورة الصادر في 19 / 07 / 2003.
 - الأمر 03-06 المؤرخ في 19/07/2003 المتعلق بالمحافظة على العلامة التجارية.
 - المادة 2 من قانون 03-07 المؤرخ في 19/07/2003 المتعلق ببراءات الاختراع.
 - القانون 03-2000 المحدد للقواعد العامة المتعلقة بالبريد والمواصلات السلكية واللاسلكية.
- وأهم الجرائم المعلوماتية المنصوص عليها في التشريع الجزائري:
- الجرائم الماسة بأنظمة المعالجة الآلية للمعطيات (القانون رقم 04-15 المؤرخ في 10 نوفمبر 2004 المعدل لقانون العقوبات).
 - إحداث قسم جديد في قانون العقوبات هو القسم السابع مكرر (المواد من 394 مكرر حتى 394 مكرر) .
 - الدخول أو البقاء عن طريق الغش في نظام المعالجة الآلية للمعطيات (المادة 394 مكرر فقرة 1 من قانون العقوبات).
 - تخريب نظام المعالجة الآلية للمعطيات (المادة 394 مكرر فقرة 3 من قانون العقوبات) .
 - المساس بسلامة المعطيات (المادة 394 مكرر 1 من قانون العقوبات).
 - التصرف في المعطيات المتحصل عليها من الجرائم الماسة بأنظمة المعالجة الآلية للمعطيات (المادة 394 مكرر 2 فقرة 2 من قانون العقوبات) (صغير يوسف، 2013، 25) .
 - تجريم المشاركة في مجموعة أو اتفاق مسبق لارتكاب الجرائم الماسة بأنظمة المعالجة الآلية للمعطيات (المادة 394 مكرر 5 من قانون العقوبات).
 - تجريم محاولة ارتكاب الجرائم الماسة بأنظمة المعالجة الآلية للمعطيات (المادة 394 مكرر 7 من قانون العقوبات).
 - تشديد العقوبات في حالة استهداف الدفاع الوطني أو الهيئات أو المؤسسات الخاضعة للقانون العام (المادة 394 مكرر 3 من قانون العقوبات).

1-2-2- قانون الإعلام 2012

يرجع عمر الصحافة الإلكترونية في العالم لحوالي ربع قرن (23 سنة)، خلت فيها عبر الصحافة العالمية شوطا كبيرا في التطور والتفاعلية والتقنين، في حين يعادل عمرها في الجزائر 18 سنة، كانت هذه الأخيرة كافية لإيجاد فصل خاص بالصحافة الإلكترونية في القانون العضوي رقم 12-05 الصادر في 12 يناير 2012، مع الإشارة إلى أن الاعتراف بالوثيقة الإلكترونية يرجع إلى 1998 في أول مرسوم تنفيذي يعالج مواضيع خاصة بشبكة الإنترنت ومضامينها كما هو مذكور أعلاه. وفيما يأتي نتطرق لمواد القانون العضوي 2012 المتعلقة بالصحافة الإلكترونية:

- المادة 67: يقصد بالصحافة الإلكترونية في مفهوم القانون العضوي، كل خدمة اتصال مكتوب عبر الإنترنت موجهة للجمهور أو فئة منه، وينشر بصفة مهنية من قبل شخص طبيعي أو معنوي يخضع للقانون الجزائري، ويتحكم في محتواه الافتتاحي.

ويتضح من خلال هذه المادة أن مفهوم الصحافة الإلكترونية في هذا القانون يضم أنواعا محددة منها هي:

- الصحف الإلكترونية الخالصة.
- الصحف الإلكترونية ذات النسخة الورقية.
- الصحف الإلكترونية ذات الاتصال المكتوب (لأن هناك أنواعا تعترف بالاتصال عبر الفيديو كصحافة إلكترونية كما سبق وأوضحناه في عنصر أنواع الصحافة الإلكترونية).
- الصحف الإلكترونية الموجهة للجمهور العام.
- الصحف الإلكترونية المتخصصة.
- الصحف الإلكترونية المملوكة من مؤسسات.
- الصحف الإلكترونية المملوكة من أشخاص طبيعيين. على أن يكون الشرط الأساسي فيها هو الخضوع للقانون الجزائري الذي يتحكم في محتواها الافتتاحي.

ويلاحظ عبر تعريف القانون الجزائري للصحافة الإلكترونية محدودية مفهومها واقتصارها فقط على نشاط الاتصال المكتوب سواء كان على الإنترنت فقط أو النشر على الشبكة مع وجود نسخة ورقية، وأهم ما تتميز به حسب التشريع الجزائري هو النشر بصفة مهنية، أي أنه لا يعترف بصحافة الهواة أو ما أصبح يعرف بصحافة المواطن، التي يقوم في الغالب بالإشراف عليها وإنتاج مضمونها مواطنون أو مستعملون عاديون، ليسوا مهنيين مثل الصحفيين في وسائل الإعلام التقليدية، أي أنهم هواة من كل أنحاء العالم ومن مختلف المستويات والأجناس.

- المادة 68: يتمثل نشاط الصحافة المكتوبة عبر الإنترنت، في إنتاج مضمون أصلي موجه إلى الصالح العام، ويجدد بصفة منتظمة ويتكون من أخبار لها صلة بالأحداث وتكون موضوع معالجة ذات طابع

صحفي. لا تدخل المطبوعات الورقية ضمن هذا الصنف، عندما تكون النسخة عبر الإنترنت والنسخة الأصلية متطابقتين.

يشترط في الصحافة المكتوبة عبر الإنترنت حسب هذا القانون:

- إنتاج مضمون أصلي موجه إلى الصالح العام
- يحدد بصفة منتظمة أي التحديث المستمر للمضمون.
- يتكون من أخبار لها صلة بالأحداث أي ينقل أخبارا واقعية ترتبط بأحداث واقعية.
- تكون معالجتها ذات طابع صحفي أي يشترط فيها احترام المبادئ الفنية والمهنية الإعلامية.
- لا تدخل في هذا الصنف النسخ الإلكترونية المطابقة للورقية مما يعني أن صحيفة Le Soir d'Algérie لا تنتمي حسب هذا القانون إلى هذا الصنف بسبب مطابقتها لنسختها الإلكترونية والمكتوبة.
- المادة 69: يقصد بخدمة السمع البصري عبر الإنترنت في مفهوم هذا القانون العضوي، كل خدمة اتصال عبر الإنترنت (واب-تلفزيون، واب- إذاعة) موجهة للجمهور أو فئة منه، وتنتج وتبث بصفة مهنية من قبل شخص طبيعي أو معنوي يخضع للقانون الجزائري، ويتحكم في محتواه الافتتاحي.
- يتضح من هذا التعريف أن هناك اعترافا بمواقع المؤسسات السمعية البصرية على شبكة الإنترنت، نظرا لكون المؤسسة التلفزيونية والإذاعية الرسمية ممثلة على الشبكة.
- المادة 70: يتمثل النشاط السمع البصري عبر الإنترنت، في إنتاج مضمون أصلي موجه إلى الصالح العام، ويحدد بصفة منتظمة ويتكون من أخبار لها صلة بالأحداث وتكون موضوع معالجة ذات طابع صحفي.
- المادة 71: يمارس نشاط الصحافة الإلكترونية والنشاط السمع البصري في ظل احترام أحكام المادة 2 من هذا القانون العضوي. يشار إلى أن المادة 2 تنص على:
- المادة 2: يمارس نشاط الإعلام بحرية في إطار أحكام هذا القانون العضوي والتشريع والتنظيم المعمول بهما، وفي ظل احترام: الدستور وقوانين الجمهورية، الدين الإسلامي وباقي الأديان، الهوية الوطنية والقيم الثقافية للمجتمع، السيادة الوطنية والوحدة الوطنية، متطلبات أمن الدولة والدفاع الوطني، متطلبات النظام العام، المصالح الاقتصادية للبلاد، مهام والتزامات الخدمة العمومية، حق المواطن في إعلام كامل وموضوعي، سرية التحقيق القضائي، الطابع التعددي للأفكار والآراء، كرامة الإنسان والحريات الفردية والجماعية.
- المادة 72: تستثنى من هذه التعاريف الأخبار التي تشكل أداة للترويج أو فرعا لنشاط صناعي أو تجاري.

ونستج من خلال هذا القانون العضوي عدة نقاط حول مفهوم الإعلام الإلكتروني في التشريع

الجزائري:

- الفصل في التعاريف بين الصحافة الإلكترونية وخدمات السمع البصري على الإنترنت.
 - الفصل في التعاريف بين الوسائل الإلكترونية المحضة، وذات الأصل التقليدي (صحافة، تلفزيون، إذاعة...).
 - الفصل بين وسائل الإعلام الإلكترونية ومواقع الشركات والمؤسسات الصناعية والتجارية.
 - اشتراط المهنية واحترام قواعد العمل الصحفي في كل وسائل الإعلام الإلكترونية أي استثناء صحافة المواطن أو المواقع التشاركية من أحكام هذا القانون.
 - اشتراط التحديث المستمر للوسائل الإلكترونية.
 - اشتراط الخضوع لأحكام القانون الجزائري في المحتوى الافتتاحي للوسائل الإلكترونية.
- ومع صياغة هذا القانون غير التفصيلي لازالت الصحافة الإلكترونية تعاني الكثير من الفراغ القانوني الخاص بكل مقتضيات عملها، ونحاول في نقاط تحديد أهم الإشكالات القانونية التي تواجه الصحافة الإلكترونية في الجزائر:
- الجوانب القانونية الخاصة بالصحفي الإلكتروني الذي يزاول عمله في الصحف الإلكترونية، والإداريين الذي يسيرونها.

- تشريعات تنظيمية لنشاط الصحف الإلكترونية تأخذ بعين الاعتبار طبيعة وخصوصية الصحافة الإلكترونية.
- قضية حقوق المؤلف، وكيفية حماية مقالاته من الجرائم الإلكترونية مثل القرصنة والتعدي على كتاباته.
- إشكالات تتعلق بتهم القذف الموجهة للصحفيين هل يتحمل مسؤولياتها مدير الجريدة أم الصحفي كاتب المقال؟ وهل تتم محاكمتهم وفق القوانين التقليدية أم يتم إحداث قوانين جديدة؟
- قضية الوضع السوسيو-مهني للصحفي، كمنحه البطاقة المهنية من عدمه، وكيفية اعتبار موقع ما بمثابة صحيفة إلكترونية، وكيفية اعتمادها، وحصولها على ترخيص وكيفيات الخضوع لقوانين الضرائب.
- أما المشكلة الأكثر خطورة في العالم المتخلف، فهي عدم الاعتراف بالصحف الإلكترونية أصلا، وبذلك عدم القيام بسن القوانين التنظيمية والتشريعية الخاصة بالإعلام الإلكتروني.
- مازالت تطبيقات الموبايل في الجزائر في فترة الحضانة، وهي التي أصبحت في كل العالم مرافقة لخدمات الصحافة الإلكترونية، فلم تفلح أية مؤسسة إعلامية بعد في تقديم تطبيقات منافسة محليا علاوة على المنافسة العالمية، وهذا راجع في الأساس إلى التأخر الفادح في تسويق خدمات الإنترنت المحمول بجيليه الثالث والرابع، وكذلك يرجع إلى مستوى التكوين الأكاديمي الذي يتلقاه الطالب في كليات الإعلام الآلي والذي يبقى بعيدا عن تلبية احتياجات السوق المحلية من المطورين والمبرمجين، وعليه فواقع هذه التطبيقات مازال في خانة "تطبيقات الهواة". (عبد القادر بن خالد، <http://www.dzayn.com/article61.html>).

1-3-3- تجارب التفاعلية في الصحف الإلكترونية الجزائرية

1-3-3-1 ظهور الصحافة الإلكترونية الجزائرية

عرفت الجزائر دخول الإنترنت في مارس (1994) رغم أن الربط لأول مرة كان في سنة 1993 عن طريق خط هاتفي متخصص دون الاستفادة من خدمات الإنترنت، وفي عام 1994 تم الربط الكامل بشبكة الإنترنت عن طريق كابل من الألياف الضوئية يربط مركز البحث في الإعلام العلمي والتقني "Cerist" قدرت سرعة هذا الربط في البداية بـ 9600 بايت/ثا وهي سرعة جد بطيئة، وقد تم إقامة المشروع السابق بالتعاون مع منظمة اليونسكو في إطار مشروع إفريقي يعرف بشبكة الإعلام الإفريقي والتي كانت النقطة المحورية للشبكة. وفي ديسمبر 1997 وبالتعاون مع مصالح البريد والمواصلات، تم تدعيم هذا الكابل بخط متخصص آخر، بعدها لم يعد الدخول إلي الشبكة محصورا فقط على المؤسسات الحكومية، والجامعات بل أصبح من الممكن للخواص أن يدخلوا للشبكة إذا استطاعوا توفير جهاز إعلام آلي ومودام وخط هاتفي (حمدي محمد الفاتح، مرجع سبق ذكره، 142).

وفي نهاية أكتوبر 1998 وبموجب اتفاقية أبرمها مركز البحث في الإعلام العلمي والتقني وهيئة Netsat الأمريكية تم ربط هذا المركز بواسطة القمر الصناعي MAA، بقدرة 1 " ميغابيت/ثا" إلى 2 ميغابيت/ثا " مع برمجة مشروع يرمي إلى إقامة خط للاتصال عبر الأقمار البصرية، وخط آخر للربط عبر الأقمار الصناعية لتفادي أي توقف اضطراري مستقبلا للشبكة. وعلى مستوى المؤسسات الرسمية صادقت الحكومة على مرسوم تنفيذي رقم 98-257 المؤرخ في 25 أوت 1998، حدد هذا المرسوم شروط الاستثمار في ميدان الانترنت حيث سمح بإنشاء موزعين وسطاء خواص على غرار Cerist مركز البحث في الإعلام العلمي والتقنيين وهم Gecos، Benetwork، Cosnet، Solinet، وبهذا تم رفع احتكار الدولة ووصل عددهم (في 2005) إلى ما يفوق 80 موزعا. كما أن طاقة الربط وصلت إلى 34 ميغابايت (جمال بوعجيمي، بلقاسم بن روان، 2005، 18). لقد وصل عدد المستخدمين في سنة 2001 إلى 250.000 مستخدم من بينهم 20.000 مشترك، بعد أن زودت المشتركين العوام بأكثر من 20 نقطة وصول للإنترنت، و 43 خطا متخصصا لبقية القطاعات الأخرى من بينها الموزعين الخواص بـ 2000 خط هاتفي مستخدم للدخول للشبكة. وقد عدد المستخدمين للإنترنت في الجزائر حسب آخر رقم وزاري لسنة 2005 بـ 1.500.000 مستخدم (يمينة بلعالي، مرجع سبق ذكره، 140). وقد عرفت الساحة الإعلامية الجزائرية في ظل انتشار واتساع القاعدة الجماهيرية للإنترنت، انتقالا تدريجيا من أشكال الصحافة التقليدية وصولا إلى الإعلام الرقمي الحديث، ففي البداية لم تكن هناك صحف إلكترونية خالصة مائة بالمائة، وإنما كانت هناك نسخ إلكترونية لجرائد ورقية، وبعد مرحلة من الزمن بدأت تظهر إلى الوجود بعض الصحف الإلكترونية، وبدأت الجرائد الورقية تصمم مواقع لها على الشبكة، واضعة بذلك الصحافة على طريق إنشاء صحف إلكترونية خالصة مستقلة عن النسخ الورقية.

***عوامل الظهور المحتشم للصحافة الإلكترونية في الجزائر**

كانت البداية الأولى للصحافة الإلكترونية في الجزائر محتشمة جدا مقارنة بنظيرتها في كافة أقطار العالم بسبب عوامل عدة منها:

- ضعف انتشار الإنترنت في الجزائر .
 - قلة عدد مستخدمي الإنترنت مما أنتج تدني في نسب قراءة الصحافة الإلكترونية.
 - نظرة المشتغلين بالصحافة التقليدية وخاصة القائمين عليها ومدراء التحرير التي تتجسد في عدم اهتمامهم بهذا النوع الجديد، وعدم اقتناعهم بالاستثمار فيه واعتباره مغامرة غير مضمونة (إبراهيم بعزيم، 3، مرجع سبق ذكره، 78) .
- إلا أن ذلك لم يستمر طويلا بسبب تحول الصحف الإلكترونية إلى ضرورة فرضتها الثورة التكنولوجية مع ما أفرزته من أشكال صحفية جديدة كالصحف الإلكترونية، المدونات، والمواقع الشخصية... الخ. من أجل ذلك فقد تتابعت الصحف الجزائرية التي صممت مواقعها على شبكة الإنترنت؛ بدأتها وكالة الأنباء "الخدمات الإعلامية الجزائرية" التي استثمرت في شبكة الإنترنت في أكتوبر 1996، (وهي تملك حاليا موقعا إلكترونيا ، وبوابة الدخول إلى منتجات وكالة الأنباء الجزائرية بخدماتها المختلفة: نصوص عربية، انجليزية، فرنسية وإسبانية يتم استحداثها مرتين في اليوم، إضافة إلى الصور) (بوسجرة ليليا، مرجع سبق ذكره، 105).

وقد كانت جريدة الوطن الصادرة باللغة الفرنسية هي السبابة في إنتاج نسخة إلكترونية لمثيلتها الورقية ابتداء من نوفمبر 1997 ، أما بالنسبة للصحافة الصادرة باللغة العربية فكانت جريدة الخبر هي الأولى وهذا في أبريل 1998 وفيما يخص إعداد الصحف فهناك من تستخدم تركيبة PDF وهي تركيبة تعطي النسخة نفسها الورقية في شكل إلكتروني، أما تركيبة "HTML" فتتميز بالعرض الجميل للصور والمقالات والعناوين، حيث يمكن قراءتها من خلال "Naviateur" مثل "Internet explorer"، أما الدمج بين التركيبتين "HTML" و"PDF" يضمن ويوفر الامتيازات المشتركة. والملاحظ أن أغلب الصحف الجزائرية على الخط لا تختلف عن نسختها الورقية في المضمون وهناك فقط بعض التعديلات الطفيفة التي نلاحظها على النسخة الورقية (حمدي محمد الفاتح، مرجع سبق ذكره، 143).

أما فيما يخص الصحف الإلكترونية التي لا تملك نظيرا لها في النسخة المطبوعة، فكانت أول تجربة في الجزائر لجريدة ALGERIA INTERFACE، التي أسسها أحد الإعلاميين الجزائريين سنة 1996. حيث كانت تقدم تقارير وأخبار حول المسائل السياسية والاقتصادية والاجتماعية بمشاركة وكالة التنمية السويدية SIDA ثم تم التخلي عنها لاحقا وتحولت الفكرة إلى إنشاء جريدة على الإنترنت. وفي سنة 1998 ظهرت صحيفة Watch Alegria (بوتلجي إلهام، مرجع سبق ذكره، 55). لتظهر بعدها العديد من الصحف الإلكترونية الخالصة مثل: Algérie focus، Tout Sur L'Algérie (TSA)، Algérie 24... الخ، وفي أغلبها تنشر من طرف صحفيين من خارج البلاد. وهكذا وفي أقل من عامين أنشأت كل الجرائد اليومية في الجزائر (وعددها في تلك الفترة يتجاوز 20 جريدة باللغتين العربية والفرنسية) مواقعها الخاصة والتحتت بذلك ببعض الجرائد الخاصة التي خاضت هذه المغامرة ابتداء من سنة 1996. وقد سمح تحرير الشبكة بعد نضال طويل من طرف وسائل

الإعلام خلال صيف 1998، بإحداث ما يمكن أن نسميه "ثورة الناشرين" (جمال بوعجمي، بلقاسم بن روان، مرجع سبق ذكره، 26). ويوضح الجدول الموالي أولى الصحف الإلكترونية ظهورا في الجزائر:

جدول رقم (06): يوضح أولى الصحف الورقية ذات النسخ الإلكترونية ظهورا في الجزائر

نوع الملكية	تاريخ إنشاء الموقع	الموقع الإلكتروني	الصحيفة
مستقلة	نوفمبر 1997	www.elwatan.com	El watan
مستقلة	جانفي 1998	www.liberte-algerie.com	Liberté
مستقلة	فيفري 1998	www.akhbareyoum.dz	أخبار اليوم
مستقلة	أفريل 1998	www.elkhabar.com	الخبر
مستقلة	أفريل 1998	www.horizons-dz.com	Horizons
مستقلة	أفريل 1998	www.lequotidien-oran.com	Quotidien d'Oran
مستقلة	أفريل 1998	www.ouestribune-dz.com	Ouest Tribune
عمومية	جوان 1998	www.ech-chaab.com	الشعب
مستقلة	جوان 1998	www.jeune-independant.net	jeune-indépendant
عمومية	جويلية 1998	www.elmoudjahid.com	El moudjahid
مستقلة	أكتوبر 1998	www.lematindz.net	Le matin
مستقلة	نوفمبر 1998	www.lesoirdalgerie.com	Le soir d'Algérie
مستقلة	مارس 2000	www.elacil.com	Elacil

المصدر: (إعداد الباحثة من مسح عدة مراجع)

1-3-2- عوامل اللجوء للصحافة الإلكترونية في الجزائر

أ- العامل السياسي والأمني

إن الانفجار والانفتاح الإعلامي اللذين شهدتهما الساحة الجزائرية، كانا محصلة الظروف السياسية الخاصة التي عرفتها الجزائر بعد أحداث أكتوبر 1988 والاستفتاء على دستور 1989 الذي فتح المجال السياسي والإعلامي أمام التعددية وحرية الرأي والتعبير. وجاءت العناوين الجديدة في الصحافة المستقلة لتجسد ذلك التعطش الإعلامي داخل المجتمع الذي كان يطالب بحريات أكبر، وبتغيير أكثر في جميع أوجه الحياة الاجتماعية والسياسية والاقتصادية والثقافية. لكن الأزمة الأمنية التي دخلت الجزائر فيها شجعت الصحافة الخاصة للاتجاه نحو الصحف الإلكترونية كحل للوضع الأمني المتأزم.

ب- العامل الاقتصادي

تتلخص أهم الدوافع الاقتصادية لظهور الصحافة الإلكترونية:

- عرفت السوق الإعلامية الجزائرية في هذه السنوات منافسة غير عادلة، باعتبار أن سوق الإشهار كان غير

مقنن، حيث كان من بين الأدوات التي تستخدمها السلطة في الضغط على بعض العناوين، وبالصحافة الإلكترونية تحررت المؤسسات الإعلامية منه.

- الاختلالات الكثيرة في قطاع التوزيع للجرائد، وغياب التجربة والتنظيم وشساعة القطر الجزائري.
- ارتفاع تكلفة إنتاج الجرائد وارتفاع سعر الجريدة، وتدهور القدرة الشرائية للمواطن.
- الديون المتراكمة للجرائد لدى مطابع القطاع العام.
- ج- عوامل تقنية وفنية خاصة بطبيعة الصحافة الإلكترونية

تتلخص في أنها ليست بحاجة إلى إجراءات إدارية كالصحف المطبوعة، مثل الحصول على رخص من هيئات وصية على الإعلام، كما أنها مستقلة من حيث الإشهارات التي تحصل عليها، ومن ضغوط الضرائب والطبع والورق. فضلا عن عدم احتياجها لإمكانات ضخمة كميان للإدارات والأقسام المتعددة والصحفيين والتجهيزات المختلفة.

د- الهروب من الضغوط

يقصد بذلك أنها أصبحت متنفسا للصحفيين من مختلف المضايقات التي يتعرضون إليها خاصة من طرف السياسيين أو جماعات الضغط أو ملاك وسائل الإعلام... الخ.

1-3-3- نماذج من الصحف الإلكترونية الجزائرية

أ- الصحف الإلكترونية ذات النسخ الورقي

حاولت الباحثة تقديم نماذج من الصحف الإلكترونية الجزائرية ذات النظير الورقي هي نفسها الصحف عينة الدراسة التحليلية من أجل محاصرة موضوع التفاعلية عبرها من كل النواحي العلمية والميدانية من جهة، ولكونها من أكثر التجارب بروزا ومن أقدم المواقع ظهورا من ناحية أخرى.

1- الشروق أون لاين

*التعريف بالشروق أون لاين

تقدم مؤسسة الشروق أون لاين نفسها على موقعها الرسمي عبر رابط "حول الشروق أون لاين" بأنها موقع إخباري يصدر من الجزائر، ويوفر تغطية آنية ومستمرة للأحداث في الجزائر والوطن العربي والعالم، باللغات العربية، الإنجليزية والفرنسية وهو يمثل النسخة الإلكترونية لجريدة الشروق اليومي. تم إنشاء موقع إلكتروني للجريدة مع البدايات الأولى لصدورها سنة 2000، لكنه لم يكن يحمل اسم "الشروق أون لاين" بل كان مجرد موقع بسيط يكتفي بنشر بعض المقالات المنشورة بالطبعة الورقية. ثم تم حل الشراكة بين المساهمين بحكم قضائي في سنة 2004 لتنفرد مؤسسة الشروق للإعلام والنشر بإصدار يومية الشروق التي انطلقت منذ 2005 وإلى يومنا هذا. على إثر ذلك 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.

مر موقع الشروق أون لاين بمراحل أساسية منذ تأسيسه:

- من 2005 إلى 2007 كان الموقع عبارة عن واجهة إلكترونية للنسخة الورقية لصحيفة الشروق اليومي (نسخة مصورة + مقالات Html).

- إنشاء نسختين باللغتين الفرنسية والإنجليزية للموقع.

- من 2007 إلى 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.

- 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.

- ابتداءً 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 للإنترنت في الجزائر وخارجها. وفي نفس العام بدأ الموقع الذي أصبح قرآؤه بمئات الآلاف يستقطب المعلنين الذين بدأوا يهتمون بسوق الإعلان الإلكتروني.

- ومع بداية الثورات العربية في نهاية 2010 في تونس ثم مع طول العام 2011 في كل من مصر وليبيا واليمن وسوريا، خصص "الشروق أون لاين" تغطية خاصة للثورات العربية، وأصبح مصدرا مهما للأخبار حتى داخل دول الربيع العربي نفسها.

- وفي جانفي 2012 تم إطلاق آخر نسخة مطورة لموقع الشروق أون لاين، على شكل بوابة إلكترونية، تتميز بتصميم جذاب وبخريطة سهلة لأقسام الموقع، كما تم تصنيف جميع الدول العربية في الموقع الجديد في كلمات مفتاحية وفي خريطة تفاعلية، وذلك في إطار خطة لتعزيز اهتمام الموقع بأحداث المنطقة العربية والوصول إلى القراء العرب مهما كانت جنسياتهم. ويسهر على تنفيذ هذه الخطة فريق صحافي وتقني شاب وطموح.

- وفي مارس 2012 تم تطوير منتديات الشروق أون لاين وإطلاقها في نسخة جديدة، وربط المنتديات مع الجريدة الورقية من خلال صفحة أسبوعية ينشر فيها أعضاء المنتدى أهم مشاركاتهم على صفحات الجريدة الورقية، كما تم تعيين مشرف عام جديد ومساعد مشرف عام و22 مشرفا فرعيا، الأمر الذي مكن الموقع في ظرف وجيز (8 أشهر فقط) من الحصول على أكثر من 170 ألف عضو جديد، ليصل العدد الإجمالي للأعضاء أكثر من 332 ألف عضو (2012).

- وفي منتصف نفس العام تم إطلاق بوابة البث الحي لقناة الشروق الفضائية عبر موقع الشروق أون لاين، وهي عبارة عن بوابة تفاعلية تتيح فرصة مشاهدة القناة عبر الموقع وأيضا مشاهدة أرشيف برامج القناة والتفاعل معها من خلال خدمة التعليقات.

- وتوجد في إستراتيجية الموقع لعام 2013، إطلاق مجموعة من المواقع الفرعية والخدمات التفاعلية مع شرائح أخرى من مستخدمي الشبكة العنكبوتية لا تبحث فقط عن الأخبار.

- ويقوم تحديث الموقع حاليا على متابعة الأحداث الوطنية والدولية بشكل متواصل على مدار ساعات اليوم مع استعمال التقنيات الحديثة المستعملة في الصحافة الإلكترونية وكذا شبكات التواصل الاجتماعي (فائسبوك، تويتر، يوتيوب وغوغل بلاس).

ويسهر على سير موقع الشروق أون لاين طاقم صحفي وتقني مجند على مدار الساعة، تتوزع مهامه كالآتي:

1- قسم التحرير: يتابع الأحداث الوطنية والدولية.

2- قسم التعليقات: ويقوم بالسهرة على نشر تعليقات القراء على مدار اليوم بعد معالجتها.

3- قسم تقني: يتابع سير الموقع تقنيا إلى جانب طاقم الفيديو الذي يعمل بالتنسيق مع هيئة التحرير.

الشروق أون لاين واحد من أكبر 1500 موقع في العالم حسب إحصائيات شبكة أليكسا المتخصصة في حساب ترتيب المواقع العالمية. ويحتل الموقع صدارة المواقع الإخبارية في الجزائر وفي منطقة المغرب العربي كما يحتل المراكز الأولى في ترتيب المواقع الإعلامية العربية. فاز موقع الشروق أون لاين عام 2011 بجائزة مجلة فوربس كثنائي أكبر المواقع العربية تأثيرا على الشبكة العنكبوتية متقدما بمركز واحد عن تصنيف العام 2010 أين حل في المركز الثالث عربيا. حسب آخر إحصائية لموقع "غوغل أناليتيك" (2010/2011) فموقع الشروق أون لاين يستقطب ما يقارب 400 ألف زائر يوميا وشهريا 6 ملايين زائر، وتتمركز أكبر نسبة لقراء الشروق حسب موقع "أليكسا" في إفريقيا حوالي 470.924 ألف زائر خلال شهر واحد أما من داخل الجزائر فحوالي 4484 ألف زائر، تأتي تونس بـ 50 ألف زيارة وليبيا 8 آلاف زيارة، والمغرب 107 ألف زيارة، أما مصر فحوالي 112 ألف زيارة وهذا نتيجة للأزمة الكروية التي حصلت بين مصر والجزائر سنة 2010 (بوئلجي إلهام، مرجع سبق ذكره، 57، 58). وتحرص مؤسسة الشروق على تجديد واجهة موقعها كل سنة على الأقل، كانت آخرها في 3 ماي 2015 أي احتفلت لحدثين إطلاق النسخة المطورة لبوابة الشروق أون لاين، وتحقيقها لمليون متابع عبر رصيدها بالفائسبوك.

*تصميم واجهة موقع الشروق أون لاين

تتلخص أهم الخصائص التصميمية لموقع الشروق أون لاين فيما يأتي:

- أهم خاصية لموقع الشروق أون لاين أنه موقع إلكتروني ديناميكي وهو الحل الأمثل والبديل المناسب للمواقع ثابتة المحتوى، ونقصد بذلك تلك المواقع التعريفية التي لا يتغير محتوى صفحاتها إلا فيما نذر. وليس ذلك فحسب بل هو من أفضل الحلول للمواقع البسيطة الخاصة بالمؤسسات الإعلامية على وجه خاص والشركات والأفراد الذين يبحثون عن موقع قوي وآمن وفعال في نفس الوقت. لقد صمم هذا النظام بهدف تلبية احتياجات كل فئات ومفردات الجمهور، فهم ليسوا بحاجة إلى موقع ضخم بقدر ما هم بحاجة لموقع سهل الإدارة والتحكم

من أجل تحقيق أعلى نسب تفاعل بكل مستوياته. كما أن نظام المواقع الثابتة لا يساعد أصحاب الموقع على تغيير محتوى الصفحات إلا باستخدام بعض البرامج المخصصة لذلك بالإضافة إلى أنه ليس من السهل إضافة صفحات جديدة إلا من قبل متخصص أو من لديه خبرة في برامج تصميم المواقع بينما يمكن لمدير الموقع الديناميكي إضافة أو تعديل أو حذف صفحات الموقع عن طريق لوحة تحكم سهلة الإدارة والاستخدام.

- واجهة موقع الشروق أون لاين ذات خلفية بيضاء تماما تتوسط شريطا ثلاثي الأضلاع ذو لون أزرق متوسط في درجة القتامة. في دراسة أجريت بألمانيا أظهرت نتائجها أن 46% من الرجال يعتبرون اللون الأزرق لونهم المفضل وكذلك 44% من النساء. كما نجد الكثير من المواقع المهنية أو المواقع الخاصة بالشركات الكبرى تستخدم درجات مختلفة من اللون الأزرق لأنه يرمز دائماً إلى الجدية والمعرفة والقوة (شركة سوفتكس، <http://www.softexsw.com/ar/>).

- تستخدم الشروق في جميع الخطوط المستعملة في واجهتها درجات لونية من اللونين الأسود والأزرق، باللونين العريض والعادي، وبأحجام مختلفة.

- تتوسط صفحتها شاشة تتحرك من خلالها أهم الأخبار بصورها، حيث تتداول على نفس المكان مع عنوان الخبر، وعدد قراءاته، وعدد التعليقات عليه، ومشاركة الموضوع عبر الفايسبوك والتويتر وغوغل بلوس. بإمكان المستخدم النقر على إحدى هذه الصور للدخول إلى صفحة الخبر والاطلاع على تفاصيله.

- في أقصى اليمين نجد خارطة الموقع ترافقها قائمة تجول مسدلة عموديا تحتوي كل صفحات المواقع الفرعية لبوابة الشروق أون لاين وهي: الشروق أون لاين، الشروق السياسي، الشروق الرياضي، جواهر الشروق، الشروق TV، راديو الشروق، الشروق العربي، الشروق Fr فرنسي، الشروق En إنجليزي، أسواق الشروق، منتديات الشروق.

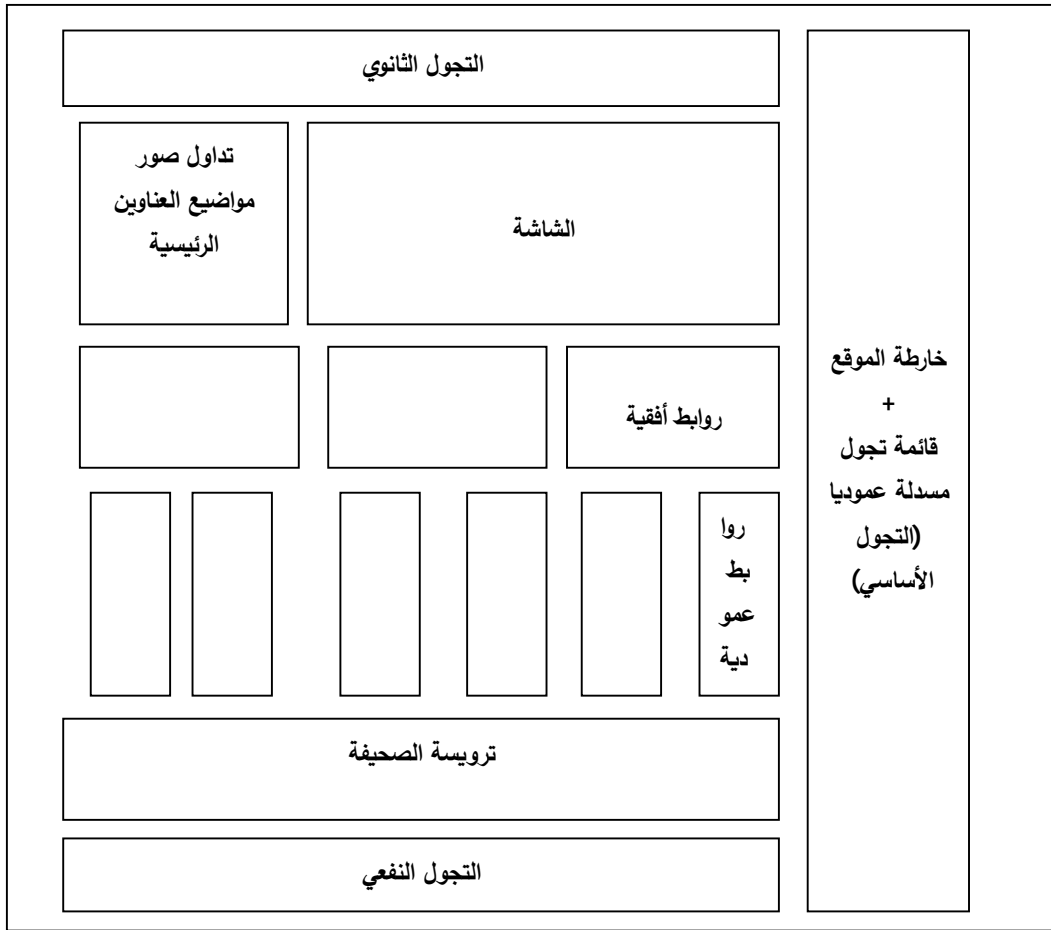
- وأهم صفحات الشروق أون لاين الموقع الرئيسي للبوابة، الموجودة في القائمة المسدلة رأسيا نجد: الوطني، المحليات، الاقتصاد، الدولي، الرياضة، الرأي، وأقسام خاصة؛ هذه الأخيرة التي تنضوي تحتها كل من منوعات، قضايا المجتمع، ثقافة وفن، أوراق حضارية، تكنولوجيا، ملفات، شروقيات، فيديو. ونجد تحت أقسام خاصة كل من آخر التطورات ومصورون.

- استخدام الواجهة لنموذج التجول الأيمن: يستخدم فيه أعلى وأسفل الصفحة للمعلومات التجارية والتجول الثانوي والنفعي، الجانب الأيمن للتجول الأساسي، ويبقى المضمون بروابطه مسيطرا على غالبية المساحة المتبقية.

- تنوع الشروق من شرائط التجول حيث تستخدم الروابط النصية، النصية الجرافيكية، الأزرار، والأيقونات. كما تحوز على عدد معتبر من شرائط الإعلانات إذ يتواجد 7 شرائط إعلانات في الواجهة لمختلف المؤسسات الوطنية والأجنبية الناشطة في السوق الجزائرية في مختلف الميادين: سيارات، بنوك، طيران، فنادق، نشاطات وزارية... الخ.

- أما عن أسلوب عرض المواضيع فهو مختلط بين توزيع أفقي ورأسي.
- يتضح أن كتلة المضمون تتفرع إلى أهم الأخبار في مختلف مواقع البوابة فنجد أكثرية المواضيع العلوية الأساسية في الصفحة هي لموقع الشروق أون لاين الذي يعتبر الموقع الرئيسي في البوابة. فضلا عن أهم الأخبار لمواقع: الشروق الرياضي، جواهر الشروق، الشروق TV، منتديات الشروق، الشروق العربي وأسواق الشروق أخيرا. وتختتم تقسيم الصفحة إلى روابط أساسية لكل المواقع بجزء خاص من مختارات من كل المواقع (مواضيع، صور وفيديوهات).
- تقدم الشروق أون لاين نسختها الورقية، إلى جانب الكاريكاتير والبث الحي لقناتها التلفزيونية، وتتفرد بتقديم خدمات تفاعلية كشارك برأيك ومصورون، إلى جانب المنتديات والاستفتاءات وأدوات أخرى سنكتشفها في الدراسة التحليلية لمقياس التفاعلية المصمم من طرف الباحثة في الجزء التطبيقي. ولتقريب شكل التصميم أكثر لجأت الباحثة إلى تقديم الشكل رقم (09) أدناه والذي رسمت من خلاله صورة تقريبية لما هو عليه تصميم واجهة موقع الشروق أون لاين.

شكل رقم (09): يوضح تصميم واجهة موقع الشروق أون لاين



المصدر: (من إعداد الباحثة بالملاحظة بالتصفح)

***إحصائيات موقع أليكسا حول موقع الشروق أون لاين**

- حسب إحصائيات الثلاثي الأول من سنة 2015 فإن موقع الشروق أون لاين، يقع في المرتبة 3015 عالميا من حيث المواقع الأكثر زيارة. أما وطنيا فهو يرتب في المرتبة 12 كأول موقع لمؤسسة إعلامية جزائرية، وتسبقه مواقع عالمية وجزائرية هي:

جدول رقم (07): يوضح المواقع ذات المراتب الأولى في الجزائر من حيث عدد الزوار

الرتبة في الجزائر من حيث عدد الزوار	الموقع
1	Facebook.com
2	Google.dz
3	Youtube.com
4	Google.com
5	Yahoo.com
6	Google.fr
7	Ask.com
8	Ouedkniss.com
9	Xnxx.com
10	Blogspot.com
11	Alibaba.com
12	Echoroukonline.com

المصدر: (<http://www.alexa.com>)

- وفيما يخص جنسيات الزائرين لموقع الشروق أون لاين فهي تترتب كآلاتي: يتصدر الجزائريون قائمة زائري موقع الشروق أون لاين بأزيد من 84 %، ليأخذ المرتبة 12 على المستوى الوطني، يليهم الفرنسيون بحكم تواجد جاليات جزائرية بنسب عالية في فرنسا بنسبة 3 % ليحتل الرتبة 2348 على المستوى الفرنسي، ثم البلجيكيون فالسعوديون (بسبب ما يعرف عن الشروق من محافظة وتدين بيرزان على خطها الافتتاحي)، والمغاربة بنسب متوسطها 1.5 %، ليحتل الموقع الرتب 722، 1733، 620 على التوالي على مستوى هذه البلدان في ترتيب المواقع الأكثر تصفحا فيها.

شكل رقم (10): يوضح جنسيات زوار موقع الشروق أون لاين

Country	Percent of Visitors	Rank in Country
<u>Algeria</u>	84.6%	12
<u>France</u>	3.0%	2,348
<u>Belgium</u>	1.7%	772
<u>Saudi Arabia</u>	1.5%	1,733
<u>Morocco</u>	1.3%	620

المصدر: (<http://www.alexa.com>)

- أما بالنسبة لبعض خصائص مفردات المتصفحين لبوابة الشروق، فيقدم موقع أليكسا بعضها كالآتي:
- 1- هو جمهور ذكوري بامتياز بحوالي 90 % حيث يلاحظ شبه غياب للمرأة عن الساحة الإلكترونية الجزائرية.
 - 2- هو جمهور متعلم تعليما ثانويا وجامعيا ودراسات عليا بدرجة أولى.
 - 3- هو جمهور متابع لكل جديد في مدارسه وجامعاته ثم في منزله وأخيرا في مكان عمله أثناء دوامه.
- ويقدر موقع أليكسا متوسط عدد الصفحات التي يزورها المستخدم الواحد في الزيارة الواحدة لموقع الشروق أون لاين بـ 3.68 صفحة، وهو أمر دال على الاهتمام بالصحيفة ومضامينها إذ لا يكتف القارئ بتصفح واجهتها بما تحمله من كل عناوين روابط المواضيع كافة بل يتوغل ليقراً من 3 إلى 4 مواضيع مما اختاره من الواجهة من صفحات داخلية. وهذا المتوسط تدنى بـ 1.34 % عن نظيره المسجل في الثلاثي الأخير من سنة 2014.
- أما فيما يخص الوقت الذي يقضيه المستخدم خلال الزيارة الواحدة في التجوال داخل الموقع، فبلغ متوسطه 7 دقائق و8 ثوان وهو ما تراجع أيضا بنسبة 4 % عما سجله الموقع خلال الثلاثي الأخير من سنة 2014.

شكل رقم (11): يوضح عدد الصفحات التي يزورها المستخدمون يوميا والوقت الذي يقضونه في كل زيارة

لموقع الشروق أون لاين

<i>*Daily Pageviews per Visitor</i>
3.68 - 1.34 %
<i>*Daily Time on Site</i>
7:08 - 4%

المصدر: (<http://www.alexa.com>)

- يبدو أن غالبية مستخدمي بوابة الشروق يفضلون تصفح موقعها الإخباري الرئيسي الشروق أون لاين (Echoroukonline.Com) بأزيد من 87.38%، ويفسر ذلك بارتباط القراء ذوي الجنسية الجزائرية في غالبيتهم بالصحيفة الورقية للشروق كوسيلة رائدة في الساحة الإعلامية الجزائرية بما تقدمه هذه الجريدة من آخر الأخبار والتغطيات، والاهتمام بكل فئات المجتمع من القراء. ويليه الموقع الرياضي للشروق (sport.Echoroukonline.com) بنسبة تقارب 20 % وذلك راجع لطبيعة المجتمع الجزائري المحب للرياضة خصوصا منها كرة القدم. ثم تليه (jawahir.Echoroukonline.com) بنسبة 8.92 %، هو ما يفسر باحتشام التصفح النسوي لموقع الشروق حسب إحصائيات أليكسا ذاتها أعلاه. وتأتي النسخة الورقية للشروق عبر (pdf.Echoroukonline.com) تقريبا بـ 8 % في المرتبة ما قبل الأخيرة، لتحل منتديات الشروق أون لاين (montada. Echoroukonline.com) ذيل قائمة المواقع الأكثر تصفحا في بوابة الشروق بنسبة 7.65 %، وهو ما يثبت وجود نسبة ضعيفة من وعي الجمهور بالتفاعل البيئي بين أفرادها.

شكل رقم (12): يوضح صفحات موقع الشروق الأكثر زيارة

Subdomain	Percent of Visitors
echoroukonline.com	87.38%
sport.echoroukonline.com	19.83%
jawahir.echoroukonline.com	8.92%
pdf.echoroukonline.com	8.26%
montada.echoroukonline.com	7.65%

المصدر: (http://www.alexa.com)

- وحسب أليكسا دائما فإن بوابة الشروق تحمل ببطء شديد في 6.16 ثانية، وذلك وفق الإمكانيات التكنولوجية الأمريكية. وهو ربما ما يرجع إلى كثافة العناصر الغرافية ذات الأحجام الكبيرة، الصور وكم الفيديوها وأيضاً نوعية التصميم المتبع لواجهة الصحيفة.

2- الخبر

*التعريف بموقع الخبر

تعد مجموعة الخبر إحدى كبريات الشركة الإعلامية الخاصة في الجزائر وفقاً لحجم أدائها على الصعيد الاقتصادي، وتنوع نشاطها من النشر والطبع والتوزيع، فضلاً عن كونها من كبريات الصحف بالجزائر

من حيث الانتشار والمقرئية على المستوى الوطني والإقليمي. وهي جريدة يومية شاملة، صدر أول عدد لها في الفاتح من نوفمبر عام 1990 على يد مجموعة من الصحفيين الشباب وكان هذا في بداية انفتاح إعلامي وفضاء لحرية التعبير السياسية، الاجتماعية والثقافية. وبعد مرور عشر سنوات من تأسيس الجريدة، صارت "الخبر" تمثل أول سحب في الجزائر بمعدل نصف مليون نسخة يوميا ولها نسختين إضافيتين في موقعها الإلكتروني بالإنجليزية والفرنسية. ويكمن سر نجاحها في قربها من المواطن الجزائري، حيث احتضنت كل همومه وانشغالاته، حتى أصبحت الناطق باسمه تجاه السلطات العمومية. وتحاول الباحثة في النقاط الآتية تقديم بطاقة فنية مقتضبة عن مؤسسة الخبر:

- عنوان الصحيفة: 55 شارع الفتح بن خلقان ليتورال سابقا- حيدرة - الجزائر العاصمة، وهو المقر الحالي لمكاتب التحرير والإخراج والإدارة ومديرية الإشهار ومركز الدراسات التابع لمجمع الخبر.
- تعتبر الصحيفة نفسها جريدة "مستقلة" وترفع شعار "الصدق والمصداقية" وتتبنى "الحياد" وعدم الانتماء السياسي كمرتكز في خطها الافتتاحي. وهي إخبارية وطنية شاملة.
- صحيفة "الخبر" تصدر بشكل يومي على تمام الساعة الثالثة صباحا بوسط البلاد والخامسة بغرب وشرق البلاد وعلى مدار الأسبوع حتى يوم الجمعة بداية من العام 2010.
- حققت أعلى سحب في 19 نوفمبر 2009 في خضم تأهل المنتخب الوطني لكأس العالم بجنوب أفريقيا على حساب نظيره المصري، بسحب تجاوز 1.2 مليون نسخة على طبعيتين.
- تحوز شركة "الخبر" ثلاثة مطابع موزعة على وسط، غرب وشرق البلاد، في شكل مؤسسات ذات مساهمة محدودة بالشراكة مع جريدة "الوطن" الصادرة باللغة الفرنسية.
- توظف مؤسسة الخبر 215 شخصا منهم 72 صحفيا دائما و03 مصورين وكاريكاتوريين، تملك الخبر 48 مكتبا عبر التراب الوطني و07 مكاتب في بلدان عربية وأجنبية، وحوالي مائة مراسل متعاون عبر الوطن. كما تملك الخبر مكتبين جهويين أحدهما في شرق البلاد بولاية قسنطينة والثاني في غرب البلاد بولاية وهران، بالإضافة إلى مكاتب ولاتية عبر كامل التراب الوطني.
- أنشئت جائزة الخبر الدولية في 28 ماي 1998 تخليدا لذكرى شهيد المهنة عمر أورتيلان، رئيس تحرير الجريدة، الذي اغتيل من قبل متطرفين في 3 أكتوبر 1995، تكرم "الخبر" من خلال هذه الجائزة كافة الصحافة الجزائرية، وبمناسبة اليوم العالمي لحرية الصحافة الذي يصادف 03 ماي من كل سنة، تكافئ "الخبر" الصحفي الشجاع الممارس لمهنته سواء كان في الجزائر أو في دولة أخرى.
- أما فيما يخص الموقع الإلكتروني لجريدة الخبر فقد تم إنشاؤه لأول مرة في أبريل 1998، حيث تأسس موقع الخبر الإلكتروني www.elkhabar.com بصيغة PDF، حيث تسجل الجريدة على شكل ملف إلكتروني وتوضع مع صورة في الواجهة، فيضغط الزائر ليتم تحميل الجريدة مباشرة، واستمر على هذه الصيغة إلى غاية 2005، غير أن الموقع شهد تطورات خلال سنة 2001 لتسهيل العملية على المستخدم، وذلك

بإضافة تقنية HTML التي تم جمعها مع تقنية PDF ، أتاحت هذه الصيغة الجديدة تبويب الموقع (قسم السياسة، الرياضة، الاقتصاد...الخ)، بالإضافة إلى استحداث قسми الفرنسية والإنجليزية، حيث تترجم أهم المواضيع إلى هاتين اللغتين، بالإضافة إلى معلومات خاصة بالجريدة (مقابلة مع مدير الموقع غير فاروق، 18 ماي 2015).

ومع نهاية سنة 2005 بدأت إدارة مؤسسة الخبر تغير من سياساتها اتجاه الصحافة الإلكترونية فطرت تحديثات على موقع الجريدة حيث انتقل إلى موقع ديناميكي سمح بنشر كل مقال على حدة بصورته وفي بعض الأحيان يتم إضافة محتوى غير موجود في الصحيفة الورقية، ويتيح للزوار البحث عن مقالات خاصة بالخبر عن طريق محرك البحث Google وتمت إضافة بعض العناصر التفاعلية الجديدة كالفيديو والاستفتاء. منذ حلول سنة 2007 وحتى يومنا هذا وبفضل تطور التكنولوجيات الحديثة وباستثمار مالي أكبر من طرف المؤسسة تغير الموقع سنتي 2010 و2015، وتمت إضافة خدمات تفاعلية كثيرة في الموقع حيث أصبح متاحا للزائر بأن يتفاعل مع أخبار الموقع، من خلال إبداء رأيه في مختلف المواضيع، أن يرسلها لأصدقائه، أن يطبعها، أن يحملها على صفحته على الفايسبوك، كما يستطيع أن يطالع على المواضيع الأكثر أهمية بالنسبة للزوار من خلال الوصلات السريعة (الأكثر قراءة، والأكثر تعليقا)، وهو ما يسمح للمؤسسة بمعرفة توجهات الزوار ورغباتهم لتقديم ما هو أفضل، وسمحت هذه التقنية الجديدة بفتح خدمة الأرشيف مجانية، وإضافة شبكات التواصل الاجتماعي. وللاشارة فإن النسخة الأخيرة في 2015 تسعى لأن تكون نسخة إلكترونية مستقلة تماما عن الورقية. وللأمانة فإن جريدة الخبر الإلكترونية تجربة لازالت في طور التطور، إلا أنها لازالت متأخرة بالنظر لمكانتها وسط قرائها فتطورها بطيء ولا يليق بمكانتها على الأقل من حيث أنها أكبر جريدة تسحب ورقيا، في حين وفي الآونة الأخيرة صنعت الشروق كأحسن موقع لجريدة جزائرية بالرغم من أنها كانت تحتل المرتبة الثانية من حيث السحب بعد جريدة الخبر.

*تصميم واجهة موقع الخبر

تتميز واجهة الخبر بخصائص تصميمية تجعلها متفردة نحاول مسحها جميعا فيما يلي:

- أهم خاصية لموقع الخبر أنه موقع إلكتروني ديناميكي وهو النظام المصمم بهدف تلبية احتياجات كل فئات ومفردات الجمهور.
- واجهة موقع الخبر ذات خلفية بيضاء تماما يحفها شريط رمادي من الجهتين اليسرى واليمنى لتحديد معالمها، يعلوها شريط أزرق، وينتهيها شريط رمادي قاتم، بهما العديد من الروابط.
- تستخدم الخبر في جميع الخطوط المستعملة في واجهتها درجات لونية من الألوان: الأسود والأزرق والأبيض، بالبنيطين العريض والعادي، وبأحجام مختلفة، مع خاصية تغير اللون والتسطير في حالة وضع الفأرة فوق العناوين للضغط على روابطها.

- تتوسط واجهتها شاشة ثابتة مقسمة إلى جزء كبير رئيسي وجزئين صغيرين، تحمل هذه الأجزاء صوراً مع عناوين أهم ثلاثة أخبار موجودة بالموقع، وتجاوز هذه الشاشة قائمة قابلة للتحريك بأخر الأخبار مع توقيت تحديثها.

- في أسفل وأعلى الواجهة تماماً نجد خارطة الموقع تحتوي كل الصفحات الرئيسية وهي: الرئيسية، أخبار الوطن، العالم، رياضة، مجتمع، إسلاميات، ثقافة، ألبوم الفيديو، والأرشيف.

- استخدام الواجهة لنموذج أعلى وأسفل الصفحة الذي يوفر تجوالاً أعلى وأسفل الصفحة مع استخدام عرض الصفحة للنص ومواضيع وروابط لصفحات داخلية. حيث تستخدم الخبر نظامها للتجول الأساسي أعلى وأسفل الصفحة الرئيسية في شكل خارطة للموقع، مع وجود رابط الصفحة الرئيسية في المنطقتين، كما أنها تستخدم تجوالاً نفعياً قبل قائمة التجول الأساسي السفلية، ويحتوي على: من نحن، هيئة التحرير، الإشهار بالجريدة، الإشهار بالموقع، اتصل بنا، غوغل ماب والربط بشبكات التواصل الاجتماعي: الفايسبوك والتويتر واليوتيوب. وترويسة الصحيفة التي تحمل شعارها تقع في أعلى الصفحة تماماً وتضم كلا من تلفزيون الخبر، الخبر الرياضي، المنتدى، الربط بشبكات التواصل الاجتماعي: الفايسبوك والتويتر واليوتيوب، وأخيراً الاشتراك في نظام RSS. وتغيب القوائم المسدلة عن الموقع تماماً. كما تكاد تنعدم الروابط الجغرافية والأيقونات والأزرار فيما عدا أيقونات شبكات التواصل الاجتماعي الثلاث ونظام RSS، وتسود جل المواقع الروابط النصية والقليل من الروابط النصية الجغرافية. في حين أن هناك شريط إعلان وحيد يعلو الواجهة بمحاذاة الترويسة.

- أما عن أسلوب عرض المواضيع فهو مختلط بين توزيع أفقي ورأسي.

- يتضح أن كتلة المضمون تتفرع إلى أهم الأخبار في مختلف أقسام الصحيفة؛ تبدأ باستعراض من 10 إلى 12 موضوعاً أساسياً يعبر عن خطها الافتتاحي. ثم تقدم قسم أخبار الوطن في مجموعة من الأخبار المصممة بشكل أفقي، يتراوح عددها في الغالب بين 4 إلى 6 أخبار هامة. ثم يلي ذلك قسم الرياضة بذات طريقة العرض، فقسم العالم، ثم المجتمع والثقافة وإسلاميات، وعبادة الخبر لتنتهي الصفحة بألبوم للفيديوهات وألبوم الصور الذي يعرض فيه من 4 إلى 6 فيديوهات أو صور.

- لا تقدم الخبر نسختها الورقية، بل تقدم الأرشيف الإلكتروني في صيغة HTML فقط. إلى جانب الكاريكاتير والبرث الحي لقناتها التلفزيونية، إلى جانب المنتديات والاستفتاءات والوصلات السريعة وأدوات أخرى سنكتشفها في الدراسة التحليلية لمقياس التفاعلية المصمم من طرف الباحثة في الجزء الميداني التطبيقي. ولتقريب شكل التصميم أكثر لجأت الباحثة إلى تقديم الشكل رقم (13) أدناه والذي رسمت من خلاله صورة تقريبية لما هو عليه تصميم واجهة الخبر.

- وفيما يخص جنسيات الزائرين لموقع الخبر فهي تترتب كآآتي: يتصدر الجزائريون قائمة زائري موقع الخبر بأزيد من 83 %، ليأخذ المرتبة 28 على المستوى الوطني، يليهم الفرنسيون بنسبة 4.2 % ليحتل المرتبة 3426 على المستوى الفرنسي، ثم الإماراتيون فالسعوديون، والمغاربة بنسب متوسطة 1.7 %، ليحتل الموقع الرتب 886، 2889، و1281 على التوالي على مستوى هذه البلدان في ترتيب المواقع الأكثر تصفحا فيها.

شكل رقم (14): يوضح جنسيات زوار موقع الخبر

Country	Percent of Visitors	Rank in Country
<u>Algeria</u>	83.5%	28
<u>France</u>	4.2%	3,426
<u>United Arab Emirates</u>	2.0%	886
<u>Saudi Arabia</u>	1.7%	2,889
<u>Morocco</u>	1.2%	1,281

المصدر: (http://www.alexa.com)

- أما بالنسبة لبعض خصائص مفردات المتصفحين لموقع الخبر، فيقدم موقع أليكسا بعضها كآآتي:
- 1- هو جمهور ذكوري بامتياز بحوالي 95 % حيث يلاحظ بشكل عام انخفاض شديد لحضور المرأة في الساحة الإلكترونية الإعلامية الجزائرية.
 - 2- هو جمهور متعلم تعليما جامعا بدرجة أولى ثم متمدرس فغير متعلم تماما، ليحل في الأخير فئة المتعلمين تعليما بسيطا جدا.
 - 3- هو جمهور متابع لكل جديد في مدارس وجامعاته ثم في منزله وأخيرا في مكان عمله أثناء دوامه.
- ويقدر موقع أليكسا متوسط عدد الصفحات التي يزورها المستخدم الواحد في الزيارة الواحدة لموقع الخبر بـ 2.71 صفحة، وهو أمر دال على اهتمام منخفض بالصحيفة ومضامينها إذ يكتف القارئ بتصفح الصفحة الأولى وصفحة واحدة أو صفحتين داخليتين. وهذا المتوسط تدنى بـ 1.45 % عن نظيره المسجل في الثلاثي الأخير من سنة 2014.

- أما فيما يخص الوقت الذي يقضيه المستخدم خلال الزيارة الواحدة في التجوال داخل الموقع، فبلغ متوسطه 5 دقائق و8 ثوان وهو ما تراجع أيضا بنسبة 4 % عما سجله الموقع خلال الثلاثي الأخير من سنة 2014. شكل رقم (15): يوضح عدد الصفحات التي يزورها المستخدمون يوميا والوقت الذي يقضونه في كل زيارة لموقع الخبر

*Daily Pageviews per Visitor	
2.71	-1.45 %
*Daily Time on Site	
5:08	- 4%

المصدر: (http://www.alexa.com)

- يبدو أن الغالبية الساحقة لمستخدمي موقع الخبر يفضلون تصفح موقعها الإخباري الرئيسي (elkhabar.com) بأزيد من 99.7%، ويفسر ذلك بارتباط القراء ذوي الجنسية الجزائرية في غالبيتهم بالصحيفة الورقية للخبر كوسيلة رائدة في الساحة الإعلامية الجزائرية بما تقدمه هذه الجريدة من آخر الأخبار والتغطيات، والاهتمام بكل فئات المجتمع من القراء، علما أنها كانت أول جريدة جزائرية تحقق متوسطا بلغ نصف مليون في السحب. ويليه موقع منتدى الخبر بنسبة محتشمة جدا 0.49 %، وهو ما يعني عدم اهتمام متصفح موقع الخبر بالتفاعل البيئي مع مستخدمين آخرين.

شكل رقم (16): يوضح صفحات موقع الخبر الأكثر زيارة

Subdomain	Percent of Visitors
elkhabar.com	99.76%
montada.elkhabar.com	0.49%

المصدر: (http://www.alexa.com)

- وحسب أليكسا دائما فإن الخبر تحمل ببطء في 2.951 ثانية، وذلك وفق الإمكانيات التكنولوجية الأمريكية. وهي في زمن التحميل أحسن من الشروق أون لاين، ذلك ما يرجع ربما إلى بساطة الموقع وعدم استخدامه للصور الكبيرة الحجم والعناصر الجرافيكية.

3- النهار أون لاين

* التعريف بموقع النهار أون لاين

جريدة النهار الجديد هي جريدة يومية جزائرية مستقلة تصدر عن شركة الأثير للصحافة في حيدرة بالجزائر العاصمة، صدرت عام 2007. تعتبر هذه الجريدة أول يومية إخبارية مستقلة في الجزائر تصدر عن صحافيين لم يعملوا في الصحافة الحكومية من قبل، كما أنها لا تتبع لأي حزب سياسي. يدير هذه الجريدة أنيس رحماني الذي كان قد اشتغل من قبل مدير تحرير جريدة الشروق اليومي. يتم سحب جريدة النهار الجديد في أربع مطابع وهي موجودة في الجزائر العاصمة، وهران، قسنطينة، وورقلة. يصل سحبها اليومي إلى 400 ألف نسخة... وأطلقت المؤسسة في نفس سنة النشأة موقعها الإلكتروني 2007 النهار أون لاين (<http://www.ennaharonline.com>) (سمية بورقعة 1، مرجع سبق ذكره، 62)، وهو الذي يقدم النسخة الورقية للجريدة إضافة إلى خدمات إخبارية أخرى، فضلا عن خدمات تفاعلية كثيرة لعل أبرزها كان منتديات النهار أون لاين التي تحتل المراتب الأولى في الجزائر من حيث عدد الأعضاء والمشاركات والمتصفحين بعد كل من منتديات الجلفة، ستار تايمز، ومنتديات الشروق.

ومما يعاب على الموقع عدم وجود أي رابط يعرفنا بمؤسسة النهار أون لاين، فقط نجد معلومات الاتصال وعنوان صندوق بريدي فقط في حيدرة، على الرغم من أن المؤسسة حاليا تملك مقرا ضخما ومتميزا لها في أعالي حيدرة بالجزائر العاصمة، وهما في الحقيقة مقران أحدهما للنهار الجديد والنهار أون لاين، وثانيهما للنهار نيوز القناة التلفزيونية التابعة للمؤسسة الأم الأثير للصحافة، كانت الباحثة قد زارتها سابقا لإجراء مقابلة مع مدير موقع النهار أون لاين الذي وافق في البداية على المقابلة وتحدث معها لدقائق قبل أن يغير رأيه برفض المقابلة بعد استشارته للإدارة العامة للمؤسسة لأسباب لم يذكرها.

* تصميم واجهة موقع النهار أون لاين

تتميز الصفحة التمهيدية للنهار أون لاين بخصائص تصميمية تجعلها متفردة نحاول مسحها جميعا

فيما يلي:

- أهم خاصية لموقع النهار أون لاين كونه موقعا إلكترونيا ديناميكيا، وهو نظام مصمم بهدف تلبية احتياجات كل فئات ومفردات الجمهور، فيمكن لمدير الموقع إضافة أو تعديل أو حذف صفحات الموقع عن طريق لوحة تحكم سهلة الإدارة والاستخدام وجعل الموقع في أي وقت على مقياس الجمهور ورغباته تماما.

- واجهة موقع النهار أون لاين ذات خلفية بيضاء مزخرفة بتصاميم غرافيكية رمادية اللون شفافة على شكل لعبة الشطرنج، تحُفها من كل الجهات خلفية زرقاء رسمت من خلالها رسوم لأشخاص كدلالة على التواصل ووضعت على يمينها أيقونة من الفايسبوك الدالة على الإعجاب، ووضع أعلاها عنوان رصيد النهار على ذات الشبكة الاجتماعية بمجرد النقر عليه يدخل المتصفح مباشرة إلى رصيد الصحيفة فيها، وفي حالة ما إذا غيرت الصفحة في الموقع فإن الخلفية البيضاء تختفي لثوان فقط وتظهر خلفية زرقاء برسوم غرافيكية خاصة بالتواصل

يتوسطها شعار النهار. والملاحظ هو إكثار استخدام اللون الرمادي في واجهة النهار أون لاين، وحسب مختصي التصميم فهو يجلب الثقة لصاحب الموقع، فيجد القراء راحة أكثر وثقة وهم يتصفحونه. تعلق الواجهة الترويسة يقابلها ويقاسمها المجال شريط إعلاني.

- تستخدم النهار أون لاين في جميع الخطوط المستعملة في واجهتها درجات لونية من الألوان: الأسود والأزرق والأبيض، بالبنيطين العريض والعادي، وبأحجام مختلفة، مع خاصية تغير اللون في حالة وضع الفأرة فوق العناوين للضغط على روابطها، وتجدر الإشارة إلى استخدام النهار أون لاين للون البرتقالي أيضا في واجهتها.

- تتوسط واجهتها شاشة متحركة تتداول من خلالها بشكل أوتوماتيكي 10 صور لأهم 10 عناوين موضوعات ينشرها النهار أون لاين، يكتفي المتصفح بالنقر على ما يرغب منها لتظهر الصفحة الداخلية التي تتضمن تفاصيل الموضوع. كما بإمكانه التحكم فيها عن طريق شريط التمرير، فضلا عن السيطرة على حجمها بالتكبير أو التصغير، تجاورها خانة صغيرة في الجهة اليسرى مخصصة للأرشفة بصيغة PDF.

- في أعلى الواجهة تماما نجد خارطة الموقع أو شريط التجول الأساسي الذي يحتوي على جميع أقسام الموقع، وهي: الرئيسية، الوطني، الحدث، المجتمع، الاقتصاد، أخبار عربية، البث المباشر، العالم.

- تستخدم الواجهة نموذج أعلى وأسفل الصفحة الذي يوفر تجوالا أعلى وأسفل الصفحة مع استغلال عرض الصفحة للنص ومواضيع وروابط لصفحات داخلية. حيث تستخدم النهار أون لاين نظامها للتجول الأساسي أعلى الصفحة الرئيسية في شكل خارطة للموقع، كما أنها تستخدم شريطين للتجول النفعي أسفل الصفحة تماما، ويحتوي على: كل معلومات الاتصال بهيئة تحرير النهار، كما تستخدم شريطا آخر للتجول النفعي بشكل رأسي في أقصى يسار الصفحة يتضمن الربط بشبكات التواصل الاجتماعي: الفيسبوك والتويتر واليوتيوب وغوغل بلوس، فضلا عن رابط تحميل تطبيق الأندرويد للنهار. وتغيب القوائم المسدلة عن الموقع تماما. ويبرز إضافة إلى ما سبق من شرائط التجوال نوع آخر هو تقفي الأثر بحيث أنه كلما تصفح المستخدم صفحة داخلية يجد أعلاها دائما شريطا يرجعه إلى الصفحة التي كان فيها سابقا ويتتبع الصفحات إلى غاية الوصول للرئيسية.

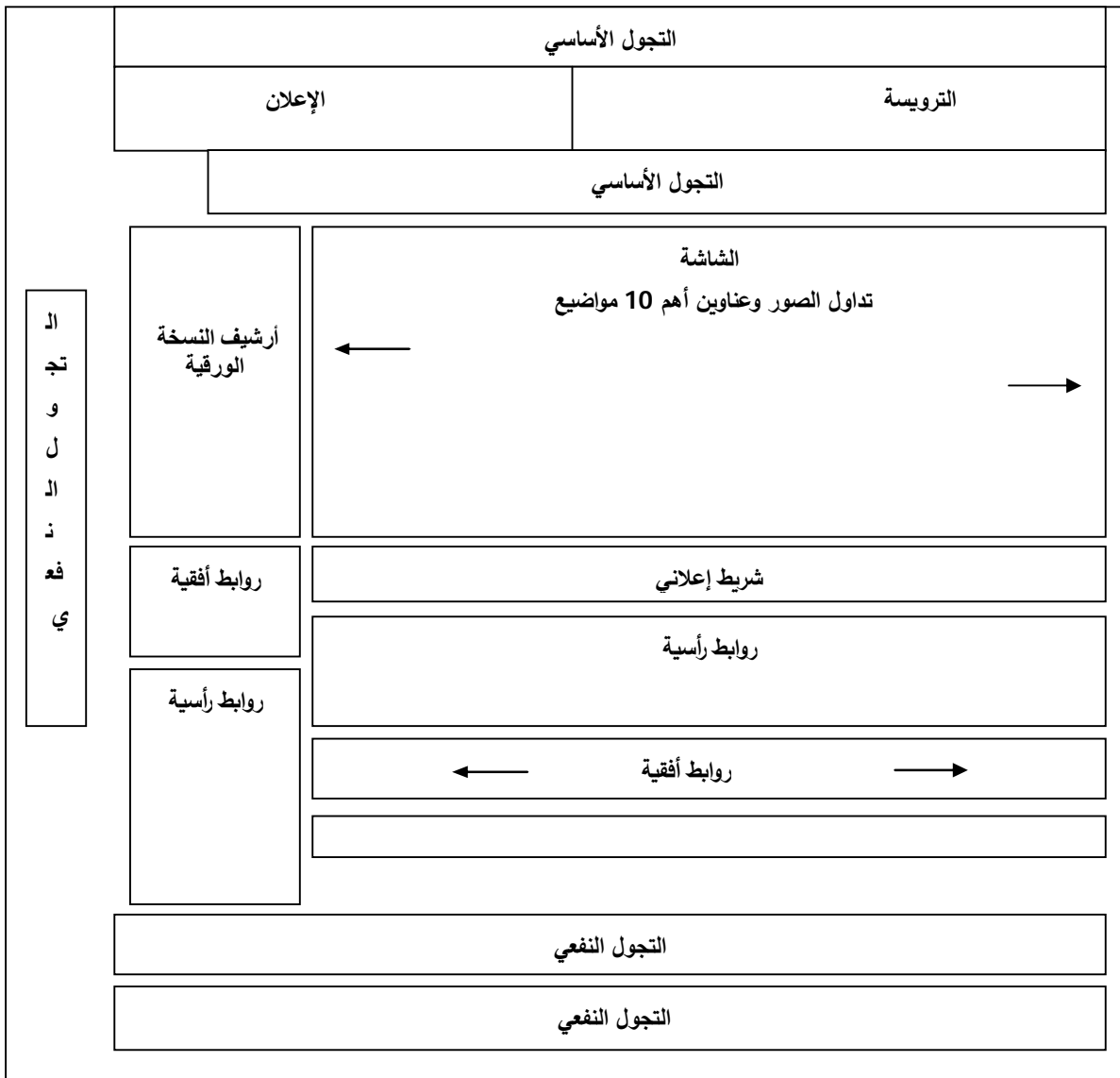
يُكثر الموقع من استخدام الأيقونات في كل موضوع حيث نجد عدد المشاهدات وعدد التعليقات في شكل عين للأولى وباللون حديث في الثانية (Q)، فضلا عن استخدامها في شبكات التواصل الاجتماعي الأربع وتطبيق الأندرويد، وتسود جل الموقع الروابط النصية والروابط النصية الجغرافية. في حين أن هناك 4 شرائط إعلانات في الموقع تستخدم للفصل بين أقسام الصفحة الأولى. أما عن أسلوب عرض المواضيع فهو مختلط بين توزيع أفقي ورأسي.

- يتضح أن كتلة المضمون تتفرع إلى أهم الأخبار في مختلف أقسام الصحيفة؛ تبدأ باستعراض قسم آخر الأخبار ثلاثة مواضيع أساسية بشكل عمودي ثم تقدم في شاشة صغيرة متحركة حوالي 6 أخبار تتداول في الظهور من اليمين إلى اليسار. ثم تقدم الرياضة في مجموعة من الأخبار المصممة بشكل أفقي، يتراوح عددها في الغالب بين 4 إلى 6 أخبار هامة. ثم يلي ذلك ألبوم الصور بذات طريقة العرض (أفقي) لكنه يظهر في

شكل شاشة عرضية متحركة، فقسم العالم، ثم تلفزيون النهار وأهم مجريات برامجه، فالثقافة وأقلام النهار، وحديث الشبكة، لتنتهي الصفحة بالمزيد على النهار؛ كأخبار الجزائر، المجتمع، أخبار المنتدى وقلوب حائرة.

- تستخدم النهار مدرسة التصميم المجازي الموضوعي التي تقوم فلسفتها على جعل صفحات الويب تشابه الواقع. ولا تقدم النهار أون لاین الكاريكاتير ولا الاستفتاءات وتكتفي بالمنتديات وتعاليق الجمهور والقوائم البريدية والبت الحي لقناتها التلفزيونية كأهم خدمات تفاعلية تتيحها لمستخدميها، إلى جانب وصلات السريعة والشبكات الاجتماعية وأدوات أخرى سنكتشفها في الدراسة التحليلية. ويتضح التصميم أكثر من خلال الشكل الموالي الذي أعدته الباحثة.

شكل رقم (17): يوضح تصميم واجهة موقع النهار أون لاین



المصدر: (من إعداد الباحثة بالملاحظة بالتصفح)

* إحصائيات موقع أليكسا حول موقع النهار أون لاين

- حسب إحصائيات الثلاثي الأول من سنة 2015 فإن موقع النهار أون لاين، يقع في المرتبة 6085 عالميا من حيث المواقع الأكثر زيارة، وقد سجل تراجعا بـ 1094 مرتبة. أما وطنيا فهو يرتب في المرتبة 22 كرابع موقع لمؤسسة إعلامية جزائرية في ترتيب مواقع الصحف الإلكترونية الجزائرية بعد كل من الشروق اليومي والهداف والجلفة أنفو، وتسبقة مواقع عالمية وجزائرية منها: الفيسبوك، غوغل، ياهوو، يوتيوب، واد كنيس... الخ.

- وفيما يخص جنسيات الزائرين لموقع النهار أون لاين فهي تترتب كآلاتي: يتصدر الجزائريون قائمة زائري موقع النهار أون لاين بحوالي 90.9 %، ليأخذ المرتبة 22 على المستوى الوطني، يليهم الفرنسيون بنسبة 2.2 % ليحتل الرتبة 5530 على المستوى الفرنسي، ثم البلجيكيون، فالمغاربة والإيرلنديون بنسب متوسطها 0.9 %، ليحتل الموقع الرتب 1974، 1887، و2207 على التوالي على مستوى هذه البلدان في ترتيب المواقع الأكثر تصفحا فيها.

شكل رقم (18): يوضح جنسيات زوار موقع النهار أون لاين

Country	Percent of Visitors	Rank in Country
<u>Algeria</u>	90.9%	22
<u>France</u>	2.2%	5,530
<u>Belgium</u>	1.4%	1,974
<u>Morocco</u>	0.9%	1,887
<u>Ireland</u>	0.8%	2,207

المصدر: (<http://www.alexa.com>)

- أما بالنسبة لبعض خصائص مفردات المتصفحين لموقع النهار أون لاين، فيقدم موقع أليكسا بعضها كآلاتي:
- 1- هو جمهور ذكوري بامتياز بحوالي 95 %.
- 2- هو جمهور متعلم تعليما جامعا بدرجة أولى ثم ممتدرس فغير متعلم تماما، ليحل في الأخير فئة المتعلمين تعليما بسيطا جدا.

3- هو جمهور متابع لكل جديد الموقع في منزله أولاً بنسبة 80 % ثم في مكان عمله بحوالي 20 % فقط.
 - ويقدر موقع أليكسا متوسط عدد الصفحات التي يزورها المستخدم الواحد في الزيارة الواحدة لموقع النهار أون لاين بـ 3.51 صفحة، وهو أمر دال على اهتمام نسبي بالصحيفة ومضامينها إذ لا يكتف القارئ بتصفح الصفحة الأولى بل يزيد من صفحتين داخليتين إلى ثلاث تقريباً. وهذا المتوسط ارتفع بـ 20 % عن نظيره المسجل في الثلاثي الأخير من سنة 2014. أما فيما يخص الوقت الذي يقضيه المستخدم خلال الزيارة الواحدة في التجوال داخل الموقع، فبلغ متوسطه 6 دقائق و51 ثانية وهو ما أحرز تقدماً أيضاً بنسبة 34 % عما سجله الموقع خلال الثلاثي الأخير من سنة 2014.

شكل رقم (19): يوضح عدد الصفحات التي يزورها المستخدمون يوميا والوقت الذي يقضونه في كل زيارة

لموقع النهار أون لاين

*Daily Pageviews per Visitor	
3.51	+20%
*Daily Time on Site	
6 :51	+34 %

المصدر: (http://www.alexa.com)

- يبدو أن الغالبية الساحقة من مستخدمي موقع النهار أون لاين يفضلون تصفح موقعها الإخباري الرئيسي (ennaharonline.com) بأزيد من 98.57%، ويفسر ذلك بارتباط القراء ذوي الجنسية الجزائرية في غالبيتهم بالصحيفة الورقية للنهار أون لاين كوسيلة رائدة في الساحة الإعلامية الجزائرية بما تقدمه هذه الجريدة من آخر الأخبار والتغطيات، والاهتمام بكل فئات المجتمع من القراء، علماً أنها جريدة حديثة النشأة إلا أنها في سنوات قليلة استطاعت أن تتبوأ مكانة مهمة بين كبريات المؤسسات الإعلامية الجزائرية ورقياً وإلكترونياً. وتليه النسخة الورقية للجريدة عبر رابط (pdf.Ennaharonline.com) بنسبة 13.31 %، ثم رابط منتديات النهار بنسبة ضعيفة جداً 1.07 %، وهو ما يعني عدم اهتمام متصفح موقع النهار أون لاين بالتفاعل البيئي مع مستخدمين آخرين، وهو لا ينفى تبوأ المنتديات لمراتب جيدة وطنياً بأعضاء من خارج الموقع الإلكتروني بالتأكيد (أي من غير المتابعين للنهار أون لاين الصحيفة الإلكترونية). فرابط (static.Ennaharonline.com) بنسبة 0.73 %، وأخيراً وبنسبة تكاد تنعدم رابط (ref-redaction.ennaharonline.com) بحوالي 0.38 %.

شكل رقم (20): يوضح صفحات موقع النهار أون لاین الأكثر زيارة

Subdomain	Percent of Visitors
ennaharonline.com	98.57%
pdf.ennaharonline.com	13.31%
forum.ennaharonline.com	1.07%
static.ennaharonline.com	0.73%
ref-redaction.ennaharonline.com	0.38%

المصدر: (http://www.alexa.com)

- وحسب أليكسا دائما فإن النهار أون لاین تحمل ببطء في 2.767 ثانية، وذلك وفق الإمكانيات التكنولوجية الأمريكية. وهي في زمن التحميل أحسن من الشروق أون لاین والخبر، ذلك ما يرجع ربما إلى بساطة الموقع وعدم استخدامه للصور الكبيرة الحجم والعناصر الجرافيكية.

4- الشعب

* التعريف بموقع الشعب

هي صحيفة يومية عمومية إخبارية شاملة صادرة باللغة العربية، تأسست في 11 ديسمبر 1962، مديرتها العامة ومسؤولة نشرها هي أمينة دباش، ومدير تحريرها هو فنيديس بن بلة. وواكبت الصحيفة التطورات التكنولوجية التي سادت الجزائر بعد منتصف التسعينيات حيث كانت من الصحف السبّاقة لإنشاء موقعها الإلكتروني (http://www.ech-chaab.com) في جوان 1998. وهو ما توفر لدى الباحثة من معلومات عن المؤسسة والموقع من الموقع ذاته بسبب تعذر مقابلة مديره في ماي 2015.

* تصميم واجهة موقع الشعب

تتميز الصفحة التمهيديّة للشعب بخصائص تصميمية تجعلها متقدمة نحاول مسحها جميعا فيما يلي:

- أهم خاصية لموقع الشعب كونه موقعا إلكترونيا ديناميكيا، إذ يمكن لمديره إضافة أو تعديل أو حذف صفحات الموقع عن طريق لوحة تحكم سهلة الإدارة والاستخدام.
- واجهة موقع الشعب ذات خلفيتين بيضاء تماما تحتوي على كتلة المضمون، تحفها من كل الجهات خلفية خضراء فاتحة رسمت عليها بدرجة لونية أقم خارطة العالم بحيث تتوسط الخلفية البيضاء بكتلة المضمون الخارطة وتقع تماما في قارة إفريقيا. تلو الخلفية البيضاء ترويسة الصفحة الأولى مع الربط بشبكات التواصل الاجتماعي الفايسبوك واليوتيوب فقط. ويختار المصممون عادة اللون الأخضر لأنه يسبب راحة للعين والنفس

البشرية لارتباطه بلون الطبيعة. ولكن في حالة الشعب هنا فهي اختارت عمدا ألوان العلم الوطني في كل تفاصيل موقعها وهي: الأبيض والأحمر والأخضر، عند فتحك للوهلة الأولى الموقع تكتشف الأمر مباشرة.

- تستخدم الشعب في جميع الخطوط المستعملة في واجهتها بشكل مكثف درجات لونية من الألوان: الأخضر والأحمر والأبيض، مع الأسود بالتأكيد، بالبنتين العريض والعادي، وبأحجام مختلفة، مع خاصية تغير أي لون من ألوان الخطوط في حالة وضع الفأرة فوق العناوين للضغط على روابطها إلى اللون الأخضر تحديدا، وتجدر الإشارة إلى استخدام الشعب للألوان البرتقالي والأزرق والرمادي فقط في عناوين أقسام الصفحة الأولى.

- تعلق واجهتها قائمة متحركة لآخر الأخبار مع صور صغيرة، كما تتوسط واجهتها شاشة متحركة تتداول من خلالها بشكل غير أوتوماتيكي 8 صور لأهم 8 عناوين موضوعات تنشرها صحيفة الشعب، يكتفي المتصفح بالنقر على ما يرغب منها لتظهر الصفحة الداخلية التي تتضمن تفاصيل الموضوع. كما بإمكانه التحكم فيها عن طريق شريط التمرير، تجاورها خانة صغيرة في الجهة اليسرى مخصصة للأرشيف بصيغة PDF. ثم تتابع الأقسام الخاصة بالصحيفة في الظهور أسفل ذلك بشكل أفقي أحيانا ورأسي أحيانا أخرى.

- في أعلى الواجهة تماما نجد خارطة الموقع أو شريط التجول الأساسي الذي يحتوي على جميع أقسام الموقع، وهي: الأولى، الحدث، الملفات الأسبوعية، الافتتاحية، أعمدة ومقالات، صفحات خاصة، النسخة الورقية.

- لا يخضع تصميم الواجهة إلى أي نموذج من نماذج التصميم التي تعرفنا عليها في عنصر تصميم الصحف الإلكترونية، إذ يوفر تجوالا أساسيا أعلى الصفحة مع استخدام عرض الصفحة للنص ومواضيع وروابط لصفحات داخلية. حيث تستخدم الشعب نظامها للتجول الأساسي أعلى الصفحة الرئيسية في شكل خارطة للموقع، مع وجود رابط الصفحة الرئيسية، كما أنها تستخدم تجولا نفعيا أسفل الصفحة تماما، ويحتوي على: من نحن، الإشهار، اتصل بنا، كما تستخدم محرك بحث في أعلى الصفحة تماما فوق الترويسة. وتغيب القوائم المسدلة عن الموقع تماما.

- وينعدم استخدام الأيقونات والأزرار والروابط النصية الجرافيكية في كل الموقع ما عدا أيقونتا الفايسبوك واليوتيوب. وتسود جل الموقع الروابط النصية في أغلبية مواضيعه. فضلا عن انعدام الإشهار بالموقع إذ لا يوجد ولو شريط واحد لذلك.

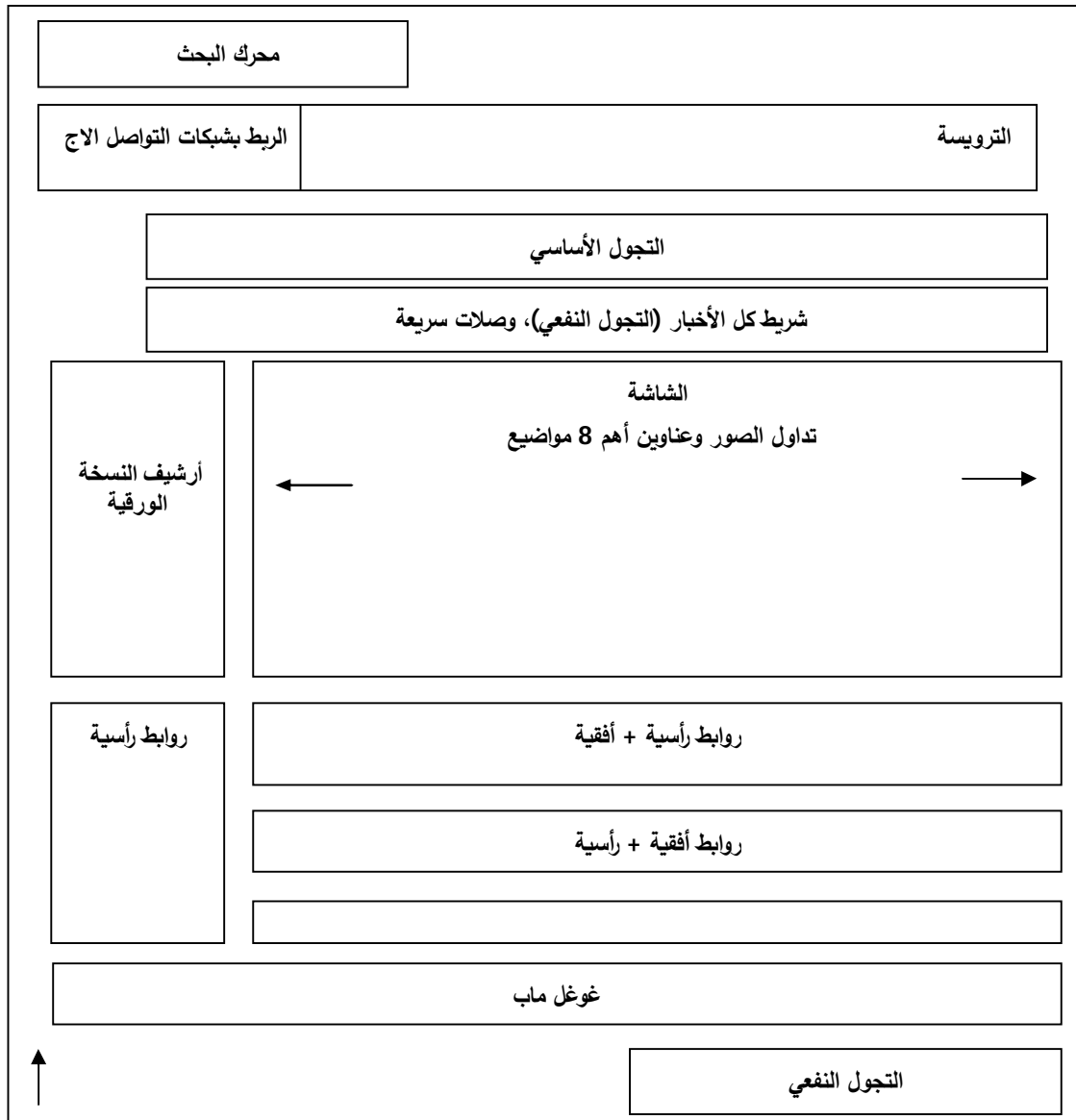
- أما عن أسلوب عرض المواضيع فهو مختلط بين توزيع أفقي ورأسي.

- يتضح أن كتلة المضمون تتفرع إلى أهم الأخبار في مختلف أقسام الصحيفة؛ تبدأ باستعراض كل الأخبار في شريط متحرك، لتقدم بعدها قسم الوطني في خمسة مواضيع بشكل عمودي، يظهر بينها موضوع رئيسي بصورة كبيرة يأخذ نصف المساحة المخصصة تقريبا للقسم وإلى جانبه أربعة مواضيع ثانوية بصورها. ثم تقدم الأحزاب في مجموعة من الأخبار المصممة بشكل أفقي، يتراوح عددها في الغالب بين 4 إلى 6 أخبار هامة. ثم يلي ذلك القسم الرياضي بذات طريقة عرض القسم الوطني، فقسم المحلي بشكل أفقي تماما، ثم الدولي والاقتصادي بنفس الطريقة، فالمجتمع مناصفة مع الافتتاحية، والثقافي مع حوارات، ثم ثلاثة أقسام بشكل عمودي هي: مساهمات،

مقالات وتحقيقات. فمساحة للترفيه عبر الشعب فيديو، بعد ذلك ثلاثة أقسام متتالية بشكل أفقي: الملفات الأسبوعية، إفريقيا وملفات خاصة على التوالي. لتنتهي الصفحة بأرشيف الشعب بصيغة PDF وتحديد موقعه عبر غوغل ماب بشكل أفقي. ويلاحظ الإطالة في حجم الصفحة الرئيسية وكثافة المضمون بشكل يدعو للملل مع غياب التحديث المستمر للأخبار بساعته وتاريخه.

- لا تقدم الشعب الكاريكاتير ولا الاستفتاءات ولا المنتديات ولا القوائم البريدية بل تكتفي بتعاليق الجمهور والفيديو والأرشيف والوصلات السريعة والربط بشبكات التواصل الاجتماعي كأهم خدمات التفاعلية المتاحة لمستخدميها، إلى جانب أدوات أخرى سنكتشفها في الدراسة التحليلية لمقياس التفاعلية المصمم من طرف الباحثة في الجزء التطبيقي. ويتضح التصميم أكثر من خلال الشكل الموالي الذي أعدته الباحثة.

شكل رقم (21): يوضح تصميم واجهة موقع الشعب



المصدر: (من إعداد الباحثة بالملاحظة بالتصفح)

* إحصائيات موقع أليكسا حول موقع الشعب

- حسب إحصائيات الثلاثي الأول من سنة 2015 فإن موقع الشعب، يقع في المرتبة 402, 170 عالميا من حيث المواقع الأكثر زيارة، وقد سجل تراجعاً بـ 4147 مرتبة. أما وطنياً فهو يرتب في المرتبة 1579 بعد عدد مهم من المواقع العالمية والجزائرية منها: الفيسبوك، غوغل، ياهوو، يوتيوب، واد كنيس، الشروق اليومي، الهدف، النهار، الخبر، الجلفة أنفو، Elwatan، Liberté، Elmoudjahid، البلاد، الفجر، ... الخ. ويرجع ذلك لطبيعة ملكية المؤسسة الإعلامية العمومية، وعدم ثقة المتصفح في شفافية الأنباء عبرها.

- وفيما يخص جنسيات الزائرين لموقع الشعب فهي تترتب كآتي: يتصدر الجزائريون قائمة زائري موقع الشعب بحوالي 86.2%، ليأخذ المرتبة 1579 على المستوى الوطني، ولا يمتلك الموقع معلومات إضافية حول جنسيات 13.8 بالمائة المتبقية من نسبة الزوار، ربما لتشتتهم عبر كل أنحاء العالم.

شكل رقم (22): يوضح جنسيات زوار موقع الشعب

Country	Percent of Visitors	Rank in Country
<u>Algeria</u>	86.2%	1,579

المصدر: (http://www.alexa.com)

- أما بالنسبة لبعض خصائص مفردات المتصفح لموقع الشعب، فلا يقدم موقع أليكسا أي معلومة عنها، إذ توجد في موقعه خانة مخصصة للخصائص لكنها فارغة بسبب حجب موقع الشعب لها ربما بما أنه مملوك من طرف الدولة الجزائرية.

- ويقدر موقع أليكسا متوسط عدد الصفحات التي يزورها المستخدم الواحد في الزيارة الواحدة لموقع الشعب بـ 02 (صفحتين)، وهو أمر دال على اهتمام ضعيف جداً بالصحيفة ومضامينها إذ يكتف القارئ بتصفح الصفحة الأولى و صفحة داخلية لموضوع جذبه بالتأكيد. وهذا المتوسط انخفض بـ 20.78 % عن نظيره المسجل في الثلاثي الأخير من سنة 2014.

- أما فيما يخص الوقت الذي يقضيه المستخدم خلال الزيارة الواحدة في التجوال داخل الموقع، فبلغ متوسطه دقيقتين و 33 ثانية وهو ما سجل تراجعاً أيضاً بنسبة 19 % عما سجله الموقع خلال الثلاثي الأخير من سنة 2014.

شكل رقم (23): يوضح عدد الصفحات التي يزورها المستخدمون يوميا والوقت الذي يقضونه في كل زيارة لموقع الشعب

*Daily Pageviews per Visitor	
02	-20.78%
*Daily Time on Site	
2 :33	-19 %

المصدر: (http://www.alexa.com)

- يبدو أن كل مستخدم موقع الشعب يفضلون تصفح موقعه الإخباري الرئيسي (http://www.ech-chaab.com) بنسبة 100 %. وهو راجع لبساطة تصميمه وعدم توفره على مواقع مرافقة كالمندديات مثل بقية المواقع السابقة.

شكل رقم (24): يوضح صفحات موقع الشعب الأكثر زيارة

Subdomain	Percent of Visitors
ech-chaab.com	100.00%

المصدر: (http://www.alexa.com)

- وحسب أليكسا دائما فإنه لا توجد لديها معلومات عن متوسط زمن تحميل موقع الشعب.

5- الوطن Elwatan

* التعريف بموقع الوطن Elwatan

تعتبر الوطن أول جريدة جزائرية خاضت غمار شبكة الإنترنت منذ 30 نوفمبر 1997 مع العلم أن تأسيس المؤسسة الأم جاء بعد التعددية الإعلامية مباشرة بتاريخ 8 أكتوبر 1990 حسب ما جاء في الموقع من خلال رابط "من نحن". ولقد كان مطمح المؤسسة الحضور على الويب من خلال موقع خاص بها، بالمضمون نفسه والأفكار نفسها، على غرار أخبار وكالات الأنباء. وكان مستضيفها آنذاك (L'hébergeur) هو GECOS الأمريكي الذي قدم لها خدمة نصية فقط. واستطاعت الجريدة أن تتجح في تقديم الأخبار وخدمة الأرشيف عبر نظام "PDF" ثم "HTML" بطريقة يومية، وبذلك قدم الوطن بالصيغتين للقارئ سهولة الحصول على المعلومة والبحث عن كل الأخبار والقضايا من خلال استرجاعها في الحين. كما تم تحديث الموقع بتحويله وتعديله من موقع ساكن (استاتيكي) كخدمة نصية إلى موقع متحرك (ديناميكي) في سنة 2004، مما يعني قدرة مدير الموقع على إضافة أو تعديل أو حذف صفحات الموقع عن طريق لوحة تحكم سهلة الإدارة والاستخدام، وبذلك

أصبح الموقع يتمتع بخاصية التفاعلية والتواصل عبر البريد الإلكتروني، والإبحار في الأرشيف، وتقديم تعاليق المتصفحين... الخ.

وفيما يتعلق بوكالة إنشاء المواقع فقد تعاملت الجريدة مع مؤسسة GECOS خلال الفترة الممتدة من سنة 1999 إلى غاية 2008، ليتم تغييرها مع نهاية هذه السنة حيث أصبحت مؤسسة NETACTIVE الفرنسية المستضيف الجديد لموقع الجريدة، حيث أسفر عن هذا التغيير إضافة خدمة: الفيديو والصورة، مع الإشارة أنه لم يكن للموقع فريق تحرير خاص به مما أدى إلى عدم إمكانية تجديد أخبار الموقع إلا بعد 24 ساعة. وبعد تشكيل أول فريق عمل خاص بالصيغة الإلكترونية للجريدة نهاية 2008، مكون من 03 صحفيين وتقني فيديو تحت إشراف رئيس تحرير الموقع الإلكتروني السيد مراد حشيد، وهو قسم مستقل عن الأقسام التحريرية الأخرى. أصبحت خدمة الأرشيف هي الأكثر جذبا للمستخدمين.

وحرصا من الجريدة على تحسين الموقع، وبمساهمة فعالة للسيد مراد حشيد رئيس تحرير الموقع الإلكتروني لجريدة ElWatan تمكنت الجريدة في سنة 2008 من تغيير المستضيف مرة أخرى، حيث تعاملت مع مؤسسة SDV Plurimédia الفرنسية وهذا باستشارة السيد أليكسي دال كومبر Alexis DEL COMBRE رئيس تحرير جريدة Le monde.fr الإلكترونية، حيث لبت الوكالة طلبات مدير الموقع الذي قدم إليها رسما كان قد خطه شخصيا لأهم ما ترغب الإدارة فيه في الموقع عبر الإكسال (Excel) في العام 2009. وتجدر الإشارة إلى احترافية الوكالة وسمعتها الطيبة في فرنسا حيث تستضيف كلا من لوموند ولوفياغرو، وتلي غرام، وسيد أواس (مقابلة مع مدير الموقع حشيد مراد، 20 ماي 2015).

وحسب مدير الموقع شخصيا فإن استحداث هذا التغيير في الاستضافة وطاقت الموقع الإلكتروني يعдан علامة فارقة في تاريخ الموقع، والدليل على ذلك هو الزيادة المستمرة لعدد زيارته منذ ذلك الحين حتى أنه بلغ في الثلاثي الأول لسنة 2015: 2.244.365 زيارة شهريا، ووصل عدد المتصفحين في ذات الفترة 842.191 زائرا، بمعدل صفحات متصفح 5.488.846 صفحة شهريا. معبرا في ذات الوقت عن أسفه لعدم وجود كفاءات مؤسساتية جزائرية قادرة على تصميم صحف إلكترونية تضاهي الصحف العالمية من حيث الجذب والتفاعلية إلا نادرا بوجود حالات فردية معزولة كما حصل مع المؤسسة في تطبيقها الخاص بالهواتف والحواسيب المحمولة، فقد اتصل به شاب جزائري هاو مبتكر للتطبيقات قام بابتكار تطبيق الوطن، وتمت فعلا عملية الشراء منه.

وحول الخصائص العامة لمستخدمي الموقع، ذكر مديره أن أزيد من 51 % من المستخدمين هم جزائريون، و 30 % هم فرنسيون، و 6 % هم كنديون وتتنوع النسبة المتبقية على مختلف أنحاء العالمين العربي والغربي. وهم رجال بنسبة 80 % تتراوح أعمارهم بين 25 و 54 سنة بنسبة 65 %. وصرح المدير أن المؤسسة تسعى لتحقيق أهداف مهمة هي:

- تطمح جريدة الوطن الإلكترونية إلى إنشاء مصلحة أرشيف مقابل الدفع وهذا الأمر من شأنه أن يجلب عائد مالي هائل.

- الحصول على رخصة لاستقبال مواضيع وملفات مقابل الدفع في رغبة من الجريدة لتحقيق سبق صحفي هام ليزيد من قيمة وعراقة وحجم مبيعات الجريدة.

- إنشاء معرض صور فوتوغرافي وكاريكاتيري تعده الجريدة بنفسها (المرجع السابق).

* تصميم واجهة موقع الوطن Elwatan

تتميز الصفحة التمهيدية للوطن بخصائص تصميمية تجعلها متفردة نحاول مسحها جميعا فيما يلي:

- أهم خاصية لموقع الوطن كونه موقعا إلكترونيا ديناميكيا.

- واجهة موقع الوطن ذات خلفية بيضاء ورمادية اللون مناصفة تقريبا، والملاحظ هو إكثار استخدام اللون الرمادي في واجهة الوطن، وحسب مختصي التصميم فهو يجلب الثقة لصاحب الموقع، فيجد القراء راحة أكثر وثقة وهم يتصفحونه. تلو الواجهة الترويسة يقابلها ويقاسمها المجال شريط تجوال نفعي، تنتهي الواجهة بخارطة تفصيلية للموقع بها كل صفحاته تقريبا. ويحف الخلفية البيضاء شريط رأسي في أقصى اليمين به مدونات الوطن وشريطان إعلانيان متتاليان رأسيا أيضا تتناوب فيهما إعلانات الموقع الإلكتروني، ويوجد بالوطن حوالي 9 إعلانات لمؤسسات جزائرية وأجنبية تنشط في مختلف الميادين.

- تستخدم الوطن في جميع الخطوط المستعملة في واجهتها درجات لونية من الألوان: الرمادي والأزرق والأبيض والأحمر، بالبنيطين العريض والعادي، وبأحجام مختلفة، مع خاصية التسطير في حالة وضع الفأرة فوق العناوين للضغط على روابطها، وتجدر الإشارة إلى استخدام الوطن للونين البرتقالي والأسود أيضا في واجهتها.

- تتوسط واجهتها صورة كبيرة الحجم لآخر تحديث قدمته بتاريخه وساعته مع عنوان رئيسي ومقدمة مقتضبة، يكتفي المتصفح بالنقر على تابع أو La suite لتظهر الصفحة الداخلية التي تتضمن تفاصيل الموضوع. يقابل هذا الموضوع الرئيسي ثلاثة زوايا هي: أخبار الصحف العالمية، الافتتاحية والكاريكاتير. ثم تتوالى جميع الأقسام والزوايا في شريطين رأسيين يقسمان الصفحة إلى جزأين.

- في أسفل وأعلى الواجهة تماما نجد خارطة الموقع أو شريط التجول الأساسي الذي يحتوي على جميع أقسام الموقع، وهي: الأولى، أخبار الوطن، رياضة، اقتصاد، العالم، ثقافة، محليات (شرق، غرب، القبائل، وسط، جنوب)، صفحات أسبوعية (أدب وفنون، سيارات، بيئة، فرنسا، تاريخ، موضحة، إعلام، بورترية، صحة)، إسهامات، ملفات خاصة، خدمات (للاتصال بنا، مناصب عمل، من نحن، قانون الموقع).

- استخدام الواجهة لنموذج أعلى وأسفل الصفحة الذي يوفر تجوالا أعلى وأسفل الصفحة مع استخدام عرضها للنص ومواضيع وروابط لصفحات داخلية. حيث تستخدم الوطن نظامها للتجول الأساسي أعلى وأسفل الصفحة الرئيسية في شكل خارطة للموقع، مع وجود رابط الصفحة الرئيسية في المنطقتين، كما أنها تستخدم تجولا نفعيا قبل قائمة التجول الأساسي العلوية مع الترويسة تماما، يحتوي على: الأرشيف، القوائم البريدية، نظام RSS

ومحرك البحث. فضلا عن شريط آخر للتجول النفعي بشكل أفقي في أقصى أسفل الصفحة قبل خارطة الموقع يتضمن من نحن، الأرشيف، القوائم البريدية، نظام RSS وللاتصال بنا. وتتواجد القوائم المسدلة إسدالا أفقيا في شريط التجوال الأساسي العلوي.

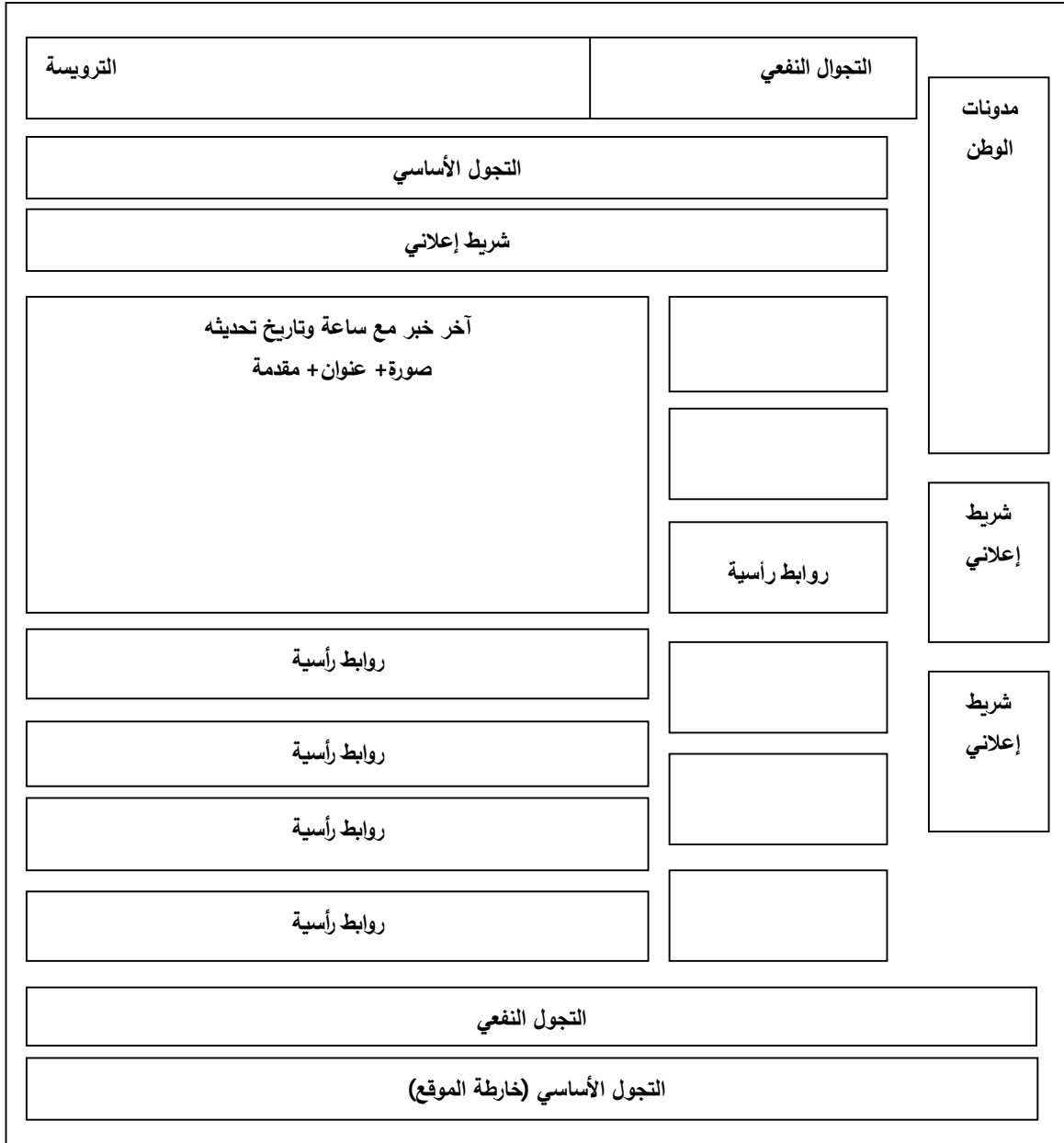
- وتغيب عن الموقع تماما الأيقونات والأزرار في حين تسود جله الروابط النصية والروابط النصية الجغرافية مثل الربط بشبكات التواصل الاجتماعي، القوائم البريدية، الأرشيف، ... الخ.

- أما عن أسلوب عرض المواضيع فهو توزيع رأسي تماما إذ يقسم الموقع بالعين المجردة إلى قسمين عموديين تتابع فيهما الأقسام والزوايا والمواضيع.

- يتضح أن كتلة المضمون تتفرع إلى أهم الأخبار في مختلف أقسام الصحيفة؛ تبدأ باستعراض قسم آخر الأخبار لموضوع رئيسي يعد آخر ما ورد للمؤسسة بحجم كبير للصورة وساعة وتاريخ تحديثه تليه أهم وآخر 4 أخبار بصور صغيرة نوعا ما. ثم تقدم كل عناوين الوطن في مجموعة من الأخبار المصممة عموديا في شكل عناوين، يتراوح عددها في الغالب بين 8 و10 أخبار هامة. ثم يلي ذلك الرياضة بذات طريقة العرض (عمودي)، فقسم الاقتصاد والعالم، والثقافة بنفس الكيفية، وتتابع بعد ذلك مناطق البلاد الخمس المقسمة وفق الوطن إلى أخبار منطقة الشرق، الغرب، الوسط، القبائل والجنوب حيث تقدم مجموعة من الأخبار تتراوح بين 6 و10 أخبار لكل منطقة على التوالي. ثم كل من: إسهامات، المجلة، مجلة الطالب، السيارات، البيئة، فرنسا، تاريخ، موضة، إعلام، بورترية، صحة، أدب وفنون. ليختم الصفحة شريطان للتجوال النفعي ثم التجوال الأساسي بخارطة تفصيلية للموقع.

- تقدم الوطن الكاريكاتير والاستفتاءات وتعاليق الجمهور والقوائم البريدية والمدونات كأهم خدمات التفاعلية المتاحة لمستخدميها، إلى جانب الوصلات السريعة والشبكات الاجتماعية وأدوات أخرى سنكتشفها في الدراسة التحليلية لمقياس التفاعلية المصمم من طرف الباحثة في الجزء التطبيقي. ويغيب عن موقعها كل من المنتديات والبت الحي لقناتها الخاصة. ويتضح التصميم أكثر من خلال الشكل الموالي الذي أعدته الباحثة.

شكل رقم (25): يوضح تصميم واجهة موقع Elwatan



المصدر: (من إعداد الباحثة بالملاحظة بالتصفح)

* إحصائيات موقع أليكسا حول موقع الوطن Elwatan

- حسب إحصائيات الثلاثي الأول من سنة 2015 فإن موقع Elwatan، يقع في المرتبة 17.729 عالميا من حيث المواقع الأكثر زيارة، وقد سجل تراجعاً بـ 4551 مرتبة. أما وطنيا فهو يرتب في المرتبة 92 كتاسع موقع لمؤسسة إعلامية جزائرية في ترتيب مواقع الصحف الإلكترونية الجزائرية بعد كل من الشروق اليومي والهداف، والجلفة أنفو والنهار والخبر، والبلاد، وكل شيء عن الجزائر (TSA) و Le Butteur . وتسبقه مواقع أخرى عالمية وجزائرية منها: الفاييبوك، غوغل، ياهوو، يوتيوب، واد كنيس، الجيميل، في بلادي، الخضرة... الخ.

- وفيما يخص جنسيات الزائرين لموقع Elwatan فهي تترتب كآآتي: يتصدر الجزائريون قائمة زائري موقع الوطن بحوالي 75.8 %، ليأخذ المرتبة 92 على المستوى الوطني، يليهم الفرنسيون بنسبة 16.4 % ليحتل الرتبة 2617 على المستوى الفرنسي، ثم البريطانيون، فالإماراتيون والأمريكيون بنسب متوسطها 0.8 %، ليحتل الموقع الرتب 23.621، 7.230، و 212.523 على التوالي على مستوى هذه البلدان في ترتيب المواقع الأكثر تصفحا فيها.

شكل رقم (26): يوضح جنسيات زوار موقع Elwatan

Country	Percent of Visitors	Rank in Country
Algeria	75.8%	92
France	16.4%	2,617
United Kingdom	1.7%	23,621
United Arab Emirates	0.8%	7,230
United States	0.8%	212,523

المصدر: (<http://www.alexa.com>)

- أما بالنسبة لبعض خصائص مفردات المتصفحين لموقع Elwatan، فيقدم موقع أليكسا بعضها كآآتي:
- 1- هو جمهور أنثوي بامتياز بحوالي 75 % وهو أمر مفاجئ بالنظر إلى غياب المرأة عن التعرض لوسائل الإعلام الإلكتروني بشكل عام في الجزائر، وهو عكس ما صرح به مدير الموقع ذاته.
 - 2- هو جمهور غير متعلم بنسبة 60 % تقريبا ثم متعلم تعليما بسيطا (المدرسة الابتدائية والمتوسطة)، فمتعلم تعليما عال بنسب متقاربة تماما.
 - 3- هو جمهور متابع لكل جديد الموقع في مدارس وجامعاته أولا بنسبة 95 % ثم في مكان عمله، فمنزله في الأخير.

- ويقدر موقع أليكسا متوسط عدد الصفحات التي يزورها المستخدم الواحد في الزيارة الواحدة لموقع Elwatan بـ 2.14 صفحة، وهو أمر دال على اهتمام ضعيف بالصحيفة ومضامينها إذ يكتفي القارئ بتصفح الصفحة

الأولى فضلا عن صفحة داخلية وحيدة. وهذا المتوسط انخفض بـ 7.36 % عن نظيره المسجل في الثلاثي الأخير من سنة 2014. أما فيما يخص الوقت الذي يقضيه المستخدم خلال الزيارة الواحدة في التجوال داخل الموقع، فبلغ متوسطه 4 دقائق و48 ثانية وهو ما سجل تراجعاً ملحوظاً أيضاً بنسبة 15 % عما سجله الموقع خلال الثلاثي الأخير من سنة 2014.

شكل رقم (27): يوضح عدد الصفحات التي يزورها المستخدمون يوميا والوقت الذي يقضونه في كل زيارة

لموقع Elwatan

*Daily Pageviews per Visitor	
2.14	- 7.36 %
*Daily Time on Site	
4 : 48	- 15 %

المصدر: (http://www.alexa.com)

- يبدو أن الغالبية الساحقة لمستخدمي موقع Elwatan يفضلون تصفح موقعه الإخباري الرئيسي (elwatan.com) بأزيد من 99.32% ويؤسّر ذلك بارتباط القراء سواء كانوا ذوي الجنسية الجزائرية أو الجنسيات الأخرى في غالبيتهم بالصحيفة كوسيلة رائدة في الساحة الإعلامية الجزائرية بما تقدمه من آخر الأخبار والتغطيات، والاهتمام بكل فئات المجتمع من القراء، وكذلك يرجع الاهتمام بنسختها الإلكترونية إلى اعتبار كونها سبّاقة في الظهور على الساحتين الجزائرية والعربية في نهاية 1997. فضلا عن تفضيل متصفحها بنسبة محتشمة جدا بـ 0.59%، لصفحتها (mail.elwatan.com)، وهو ما يؤكد تسجيل نسب تفاعلية ضعيفة جدا في التفاعل بين القراء والمحررين عبر الموقع.

شكل رقم (28): يوضح صفحات موقع Elwatan الأكثر زيارة

Subdomain	Percent of Visitors
elwatan.com	99.32%
mail.elwatan.com	0.59%

المصدر: (http://www.alexa.com)

- وحسب أليكسا دائما فإن موقع Elwatan يحمل ببطء نسبي في 2.491 ثانية، وذلك وفق الإمكانيات التكنولوجية الأمريكية. وهو زمن تحميل أقل من كل الصحف الإلكترونية السابقة، وذلك ما يرجع ربما إلى بساطة الموقع وعدم استخدامه للصور كبيرة الحجم ونظام الشاشة والعناصر الغرافية.

6- ليبرتي Liberté

* التعريف بموقع ليبرتي Liberté

تأسست Liberté في 27 جوان 1992، من قبل أربعة شركاء - ثلاثة صحفيين محترفين هم أحمد فطاني، حسان ونجيلي وعلي وافق - ورجل الأعمال المعروف إسعد ربراب عبر شركة SARL SAEC Liberté. وجاءت النشأة مباشرة قبل يومين من اغتيال الرئيس محمد بوضياف بعناية في 29 جوان من ذات السنة، وسط سياق سياسي متأزم لمرحلة ما بعد أكتوبر 1988، وداخل ساحة إعلامية وسياسية تزخر بالأفكار والقوى الديمقراطية التي تواجه الحركات الأصولية الناشئة آنذاك، وهذا يعني أن عدم الاستقرار كان في ذروته، وكانت الصحافة تعيش مناورات كبيرة من أجل نشر الحقيقة.

هذه اليومية الناطقة بالفرنسية اتخذت شعار "الحق في المعرفة وواجب الإعلام" أنشئت لتحتل مساحة بين وسائل الإعلام معززة الصحافة المستقلة، وقد جعلت من مهمتها تقديم المعلومات ومبادئ الديمقراطية، العدالة والمثل العليا لحرية الإعلام، وذلك حسبما تقدمه المؤسسة من تعريف لها عبر موقعها الرسمي. ومنذ ذلك الحين، والصحيفة تحتل المراكز الأولى في الصحافة الوطنية الخاصة في الجزائر من حيث السحب والمصادقية لدى جمهورها. مثل غيرها من الصحف المستقلة، دفعت الصحيفة ثمنا باهظا لحرية التعبير فقد قتل أربعة من صحفييها من قبل جماعات إسلامية مسلحة. كما خضع أيضا العديد من أعدادها للتعليق، وسجن اثنين أيضا من الصحفيين. وكانت الصحيفة ثاني الصحف الجزائرية (بعد صحيفة الوطن) التي قامت بإنشاء موقع لها بعد دخول الإنترنت إلى الجزائر، وكان تاريخ نشأته في جانفي 1998.

* تصميم واجهة موقع ليبرتي Liberté

تتميز الصفحة التمهيديّة لـ Liberté بخصائص تصميمية تجعلها متفردة نحاول مسحها جميعا فيما يلي:

- أهم خاصية لموقع Liberté كونه موقعا إلكترونيا ديناميكيا.
- واجهة موقع Liberté ذات خلفية بيضاء ورمادية اللون حيث يعلو الواجهة شريطان رماديان مخططان يمثلان خلفية شريط إعلاني وترويسة الصحيفة وشريط التجوال النفعي، والملاحظ هو إكثار استخدام اللون الرمادي في واجهة Liberté، وحسب مختصي التصميم فهو يجلب الثقة لصاحب الموقع، فيجد القراء راحة أكثر وثقة وهم يتصفحونه.

- يعلو الواجهة شريط إعلاني يليه شريط تجوال نفعي ثم الترويسة يقابلها ويقاسمها المجال شريط البحث داخل الموقع وأحوال الطقس، تنتهي الواجهة بشريط إعلاني وآخر للتجوال الأساسي مع شعار المؤسسة وتقديم مقتضب لها. ويتضح أن واجهة الحرية محددة بإطار ذو لون رمادي فاتح، يحفه شريط رأسي في أقصى أعلى اليسار به أيقونات للربط بشبكات التواصل الاجتماعي (الفايسبوك، تويتر وغوغل بلوس، والاشتراك بنظام RSS). ويوجد بواجهة Liberté حوالي 5 إعلانات لمؤسسات جزائرية وأجنبية تنشط في مختلف الميادين.

- تستخدم Liberté في جميع الخطوط المستعملة في واجهتها درجات لونية من الألوان: الرمادي والأزرق والأبيض والأحمر والأسود، بالبنيطين العريض والعادي، وبأحجام مختلفة، مع خاصية تغير لون الخط إلى الأزرق في حالة وضع الفأرة فوق العناوين للضغط على روابطها.
- تتوسط واجهتها بشكل عرضي شاشة صور كبيرة الحجم لآخر المستجدات المقدمة بتاريخها وساعة تحديثها مع عنوان رئيسي وعناوين فرعية للموضوع، يكتفي المتصفح بالنقر على عنوان الموضوع الرئيسي لتظهر الصفحة الداخلية التي تتضمن تفاصيله، عادة ما تتضمن على ثلاثة مواضيع رئيسية تحمل عناوين كبرى لنسخة ذلك اليوم. يعلو هذه الشاشة شريط لأهم ثلاثة أنباء على شكل فلاش عناوين .
- في أسفل وأعلى الواجهة تماما نجد شريط التجول الأساسي الذي يحتوي على جميع أقسام الموقع، وهي: الأولى (تحتوي على قائمة مسدلة بشكل أفقي تضم: (آخر الأخبار، الأخبار الدولية، رياضة، ثقافة، ملفات، إسهامات، تحقيقات، ريبورتاجات، مقابلات، أخبار الجزائر العاصمة، بيئة، تاريخ، أحداث، مجلة، تكنولوجيا، صحة)، إضافة إلى رادار، إضافات اقتصادية، إضافات رياضية، إضافات إلى عالم السيارات، الجزائر العميقة، ومواضيع أخرى، وكل هذه الأقسام تضم قوائم مسدلة بشكل أفقي تقدم فيها عناصر فرعية تحوي مواضيع. وفي أقصى يمينها كلها نجد الأرشيف بصيغة PDF لذات الأقسام أو المواضيع.
- استخدام الواجهة لنموذج أعلى وأسفل الصفحة الذي يوفر تجوالا في الأعلى والأسفل مع استخدام عرضها للنص ومواضيع وروابط لصفحات داخلية. حيث تقدم Liberté نظامها للتجول الأساسي أعلى وأسفل الصفحة الرئيسية، مع وجود أيقونة الصفحة على شكل منزل للعودة إليها في الشريط العلوي فقط، كما أنها تستخدم تجولا نفعيا قبل قائمة التجول الأساسي العلوية فوق الترويسة تماما، يحتوي على: رابط الصفحة الرئيسية، جعل الصفحة للانطلاق، جعل الصفحة مفضلة، نظام RSS، الإشهار، الاتصال بالموقع، توقيت آخر تحديث للموقع، التعاليق، التسجيل في الموقع . فضلا عن شريط آخر للتجول النفعي بشكل أفقي في أقصى أسفل الصفحة يتضمن: التسجيل بالقوائم البريدية، شعار الصحيفة وتعريف بسيط بها، رابط الصفحة الرئيسية، من نحن، الإشهار، قانون الموقع وللاتصال بنا. وتحتوي ترويسة الموقع على شعار المؤسسة ومحرك بحث داخل موقعها وأحوال الطقس.
- توجد بالموقع القليل من الأيقونات (شبكات التواصل الاجتماعي، الصفحة الرئيسية، نظام RSS ، والقوائم البريدية)، في حين تسود جله الروابط النصية والروابط النصية الجرافيكية مثل عناوين المواضيع، ... الخ.
- أما عن أسلوب عرض المواضيع فهو توزيع مختلط إذ يقسم الموقع أقسامه بشكل أفقي وعمودي.
- يتضح أن كتلة المضمون تنتفرع إلى أهم الأخبار في مختلف أقسام الصحيفة؛ تبدأ باستعراض 5 مواضيع مقسمة بشكل أفقي مرفقة بصور صغيرة نوعا ما، يقابلها كل من الكاريكاتير وموضوع ضد التيار وأرشيفهما بصيغة HTML. ثم تقدم الافتتاحية وأرشيفها بصيغة HTML، تلي ذلك شاشة صغيرة تتوسط الصفحة تحمل أهم الفيديوهات المنشورة على الموقع مع شريط تحكم يعلوها لتميرها والحصول على ما يريد القارئ مشاهدته.

تقسم بعدها الصفحة إلى ثلاثة أشرطة عمودية تحتوي العديد من الأقسام والخدمات مقسمة بشكل عمودي تضم كلا من: أخبار العالم، ملفات، مدونات لبيرتي، صور لبيرتي، ثقافة، الربط بشبكات التواصل الاجتماعي، الأرشفة بصيغة PDF، الوصلات السريعة (الأكثر قراءة والأكثر تعليقا).

- تقدم لبيرتي الكاريكاتير وتعاليق الجمهور والقوائم البريدية والمدونات كأهم خدمات تفاعلية تتيحها لمستخدميها، إلى جانب الوصلات السريعة والشبكات الاجتماعية وأدوات أخرى سنكتشفها في الدراسة التحليلية. ويغيب عن موقعها كل من المنتديات واستطلاعات الرأي. ويتضح التصميم أكثر من خلال الشكل الموالي الذي أعدته الباحثة.

شكل رقم (29): يوضح تصميم واجهة موقع Liberté

التجوال النفعي		
التجوال النفعي	الترويصة	
التجول الأساسي		
شاشة آخر 3 أخبار مع ساعة وتاريخ تحديثها صورة+ عنوان رئيسي + عنوان فرعي		
روابط أفقية		
روابط أفقية		
روابط أفقية لفيدوهات الموقع		
روابط رأسية	روابط رأسية	روابط رأسية
التجول النفعي		
التجول الأساسي		

المصدر: (من إعداد الباحثة بالملاحظة بالتصفح)

* إحصائيات موقع أليكسا حول موقع لبيرتي Liberté

- حسب إحصائيات الثلاثي الأول من سنة 2015 فإن موقع Liberté ، يقع في المرتبة 19,578 عالميا من حيث المواقع الأكثر زيارة متقدما بأزيد من 500 رتبة عما سبق. أما وطنيا فهو يرتب في المرتبة 98 آخذا المرتبة 12 بين مواقع المؤسسات الإعلامية الجزائرية بعد كل من الشروق اليومي والهداف، والجلفة أنفو والنهار

والخبير، والبلاد، وكل شيء عن الجزائر (TSA) و Le Butteur والوطن Elwatan ولوسوار دالجيري Le soir و d'Algérie و Compétition. وتسبقه مواقع أخرى عالمية وجزائرية منها: الفيسبوك، غوغل، ياهوو، يوتيوب، واد كنيس، الجيميل، في بلادي، الخضرة... الخ.

- وفيما يخص جنسيات الزائرين لموقع Liberté فهي تترتب كآآتي: يتصدر الجزائريون قائمة زائري موقع Liberté بحوالي 83.6 %، ليأخذ المرتبة 98 على المستوى الوطني، يليهم الفرنسيون بنسبة 7.6 % ليحتل المرتبة 6163 على المستوى الفرنسي، فالإماراتيون والكنديون والبلجيكيون بنسب متوسطها 1 % (2.9 % و 0.9 % و 0.9 % على التوالي).

شكل رقم (30): يوضح جنسيات زوار موقع Liberté

Country	Percent of Visitors	Rank in Country
Algeria	83.6%	98
France	7.6%	6,163
United Arab Emirates	2.9%	2,719
Canada	0.9%	38,954
Belgium	0.9%	14,947

المصدر: (http://www.alex.com)

- أما بالنسبة لبعض خصائص مفردات المتصفحين لموقع Liberté فيقدم موقع أليكسا بعضها كآآتي:

- 1- هو جمهور ذكوري بامتياز بحوالي 80 %.
 - 2- هو جمهور متعلم تعليما ثانويا بنسبة 80 % تقريبا ثم متعلم تعليما بسيطا (المدرسة الابتدائية والمتوسطة)، فغير متعلم تماما ومتعلم تعليما عال بنسبتين متقاربتين.
 - 3- هو جمهور منقسم في متابعته لكل جديد الموقع بين مدارس وجامعاته ومكان عمله، ومنزله.
- ويقدر موقع أليكسا متوسط عدد الصفحات التي يزورها المستخدم الواحد في الزيارة الواحدة لموقع Liberté بـ 2.02 صفحة، وهو أمر دال على اهتمام ضعيف بالصحيفة ومضامينها إذ يكتفي القارئ بتصفح الصفحة الأولى فضلا عن صفحة داخلية وحيدة. وهذا المتوسط انخفض بـ 1.94 % عن نظيره المسجل في الثلاثي الأخير من سنة 2014. أما فيما يخص الوقت الذي يقضيه المستخدم خلال الزيارة الواحدة في التجوال داخل الموقع، فبلغ متوسطه 3 دقائق و 28 ثانية.

شكل رقم (31): يوضح عدد الصفحات التي يزورها المستخدمون يوميا والوقت الذي يقضونه في كل زيارة

لموقع Liberté

*Daily Pageviews per Visitor	2.02 - 1.94%
*Daily Time on Site	3:28

المصدر: (http://www.alex.com)

- يبدو أن الغالبية الساحقة لمستخدمي موقع Liberté يفضلون تصفح موقعه الإخباري الرئيسي (liberte-algerie.com) بأزيد من 99.78% .

شكل رقم (32): يوضح صفحات Liberté موقع الأكثر زيارة

Subdomain	Percent of Visitors
liberte-algerie.com	99.78%

المصدر: (http://www.alex.com)

- وحسب أليكسا دائما فإن موقع Liberté يحمل ببطء نسبي في 2.349 ثانية، وذلك وفق الإمكانيات التكنولوجية الأمريكية. وهو زمن تحميل أقل من الصحف الإلكترونية السابقة وذلك ما يرجع ربما إلى بساطة الموقع.

7- المجاهد El moudjahid

* التعريف بموقع المجاهد El moudjahid

المجاهد صحيفة عمومية ناطقة باللغة الفرنسية تأسست في جوان 1956 إبان الثورة الجزائرية ضد الاستعمار الفرنسي. أما موقعها الإلكتروني فتأسس في 22 سبتمبر 1998 تحت عنوان (www.elmoudjahid-dz.com) ثم تم تغيير عنوانه في 14 جويلية 2001 إلى (www.elmoudjahid.dz) ، وأخيرا إلى (www.elmoudjahid.com) منذ 14 مارس 2010. في البداية وفر الموقع نسخة من أخباره بصيغة PDF كانت تنشر فوراً بعد اعتماد النسخة الورقية كل ليلة. وفي جانفي 2002 أدخل الموقع قاعدة بيانات أتاحت المعلومات والأخبار بشكل أفضل في صيغة نصوص مكتوبة مع وضع محرك بحث داخل الموقع تحت تصرف طالبيه مما جعل الموقع يتصدر قائمة المواقع الأكثر اطلاعا وتصفحاً في الجزائر حسبما أدلى به مدير الموقع السيد بنقبة شكيب في مقابلة معه أجرتها الباحثة في 17 ماي 2015 بمقر المؤسسة في الجزائر العاصمة. وفي 2010

قامت إدارة الموقع بتطويره للمرة الثانية وذلك بتصنيف أخباره في أقسام وصفحات داخلية، إضافة إلى إتاحة خدمتي الصور والفيديو لأول مرة وكذا تزويده بخدمة تعدد اللغات (اللغة العربية، الإنجليزية والإسبانية) بعدما كان ناطقا باللغة الفرنسية فقط منذ تأسيسه. ويطمح الموقع في القريب العاجل إلى تقديم نسخة باللغة الأمازيغية إضافة إلى تطوير طريقة للدفع المسبق من طرف المستخدمين للحصول على أرشيف المجاهد الثوري إضافة إلى ثروة من الصور والملفات التاريخية الخاصة بثورة الجزائر، والتي لا تمتلكها إلا صحيفة المجاهد حصريا (مقابلة مع مدير الموقع السيد بنقبة شكيب، 17 ماي 2015).

* تصميم واجهة موقع المجاهد El moudjahid

تتميز الصفحة التمهيدية للمجاهد El moudjahid بخصائص تصميمية تجعلها متفردة نحاول مسحها جميعا فيما يلي:

- أهم خاصية لموقع El moudjahid كونه موقعا إلكترونيا ديناميكيا.
- واجهة موقع El moudjahid ذات خلفية بيضاء ورمادية والملاحظ هو إكثار استخدام اللون الأحمر في واجهة El moudjahid، وحسب مختصي التصميم فهو لون يقدم لهجة قوية وتأثيرا قويا يساعد على جذب الانتباه وغالبا ما يتم استخدامه أو أحد درجاته في تقديم العاجل أو الملح الواجب الاطلاع عليه.
- يعلو الواجهة شريط تجوال نفعي يليه شريط ربط برصيد المجاهد على الفايسبوك ثم الترويسة يقابلها ويقاسمها المجال شريط البحث داخل الموقع وشريط تغيير لغة الموقع، تنتهي الواجهة بشريط للتجوال الأساسي مع شعار المؤسسة وعنوان الاتصال بها وببريد إلكتروني للموقع. ويتضح أن واجهة المجاهد محددة بإطار ذو لون رمادي فاتح مع خلفية بيضاء لكثافة المضمون، يحفه شريط رأسي في أقصى أعلى اليسار به شعار "رأيكم يهمنا" كتعبير عن اهتمام المجاهد بأراء القراء وتفاعلهم مع الموقع ومضامينه. ولا توجد بواجهة El moudjahid أية إعلانات لمؤسسات اقتصادية وطنية ولا أجنبية.
- يستخدم El moudjahid في جميع الخطوط المستعملة في واجهته درجات لونية من الألوان: الأزرق والأبيض والأحمر والأسود والرمادي، بالبنيطين العريض والعادي، وبأحجام مختلفة، مع خاصية تغير لون الخط إلى الأحمر عكس كل المواقع السابقة في حالة وضع الفأرة فوق العناوين للضغط على روابطها.
- تتوسط واجهة موقع El moudjahid بشكل عرضي ثلاث صور كبيرة الحجم لآخر المستجدات المقدمة بتاريخها وساعة تحديثها مع عنوان رئيسي وعناوين فرعية للموضوع، يكتفي المتصفح بالنقر على عنوان الموضوع الرئيسي لتظهر الصفحة الداخلية التي تتضمن تفاصيله، يجاورها شريط طولي لأهم 10 أبناء بتوقيت ورودها إلى موقع الصحيفة على شكل فلاش عناوين بإمكان القارئ التحكم فيه بالتمرير للوصول إلى آخره أو أوله.
- في أسفل وأعلى الواجهة تماما نجد شريط التجول الأساسي الذي يحتوي على جميع أقسام الموقع، وهي: الأولى، الصور، الفيديوهات، المحليات، وسائل الإعلام، اقتصاد، ريبورتاجات، العالم، ثقافة، إسلام، ولايات،

رياضة، موضوعات أخرى (تأتي في قائمة مسدلة عموديا تحتوي على: المجتمع، الصحة، الحدث، التاريخ، والسيارات).

- تستخدم الواجهة نموذج أعلى وأسفل الصفحة مع استخدام عرضها للنص ومواضيع وروابط لصفحات داخلية. حيث تقدم صحيفة المجاهد نظامها للتجول أعلى وأسفل الصفحة الرئيسية، مع وجود رابط الصفحة الأولى في أعلى وأسفل الصفحة للعودة إليها متى ما أراد المستخدم ذلك، كما أنها تتيح تجولا نفعيا قبل قائمة التجول الأساسي العلوية فوق الترويسة تماما، يحتوي على: رابط الصفحة الرئيسية، جعل الصفحة للانطلاق، جعل الصفحة مفضلة، نظام RSS، الاتصال بالموقع، الحصول على الخبر العاجل عبر الهاتف المحمول، التسجيل في الموقع. زيادة على ذلك نجد شريطا آخر للتجول النفعي بشكل أفقي في أقصى أسفل الصفحة يتضمن: التسجيل بالقوائم البريدية، شعار الصحيفة وعنوانها، رابط الصفحة الرئيسية، من نحن، روابط مفيدة (للوزارات ورياسة الحكومة)، والإشهار.

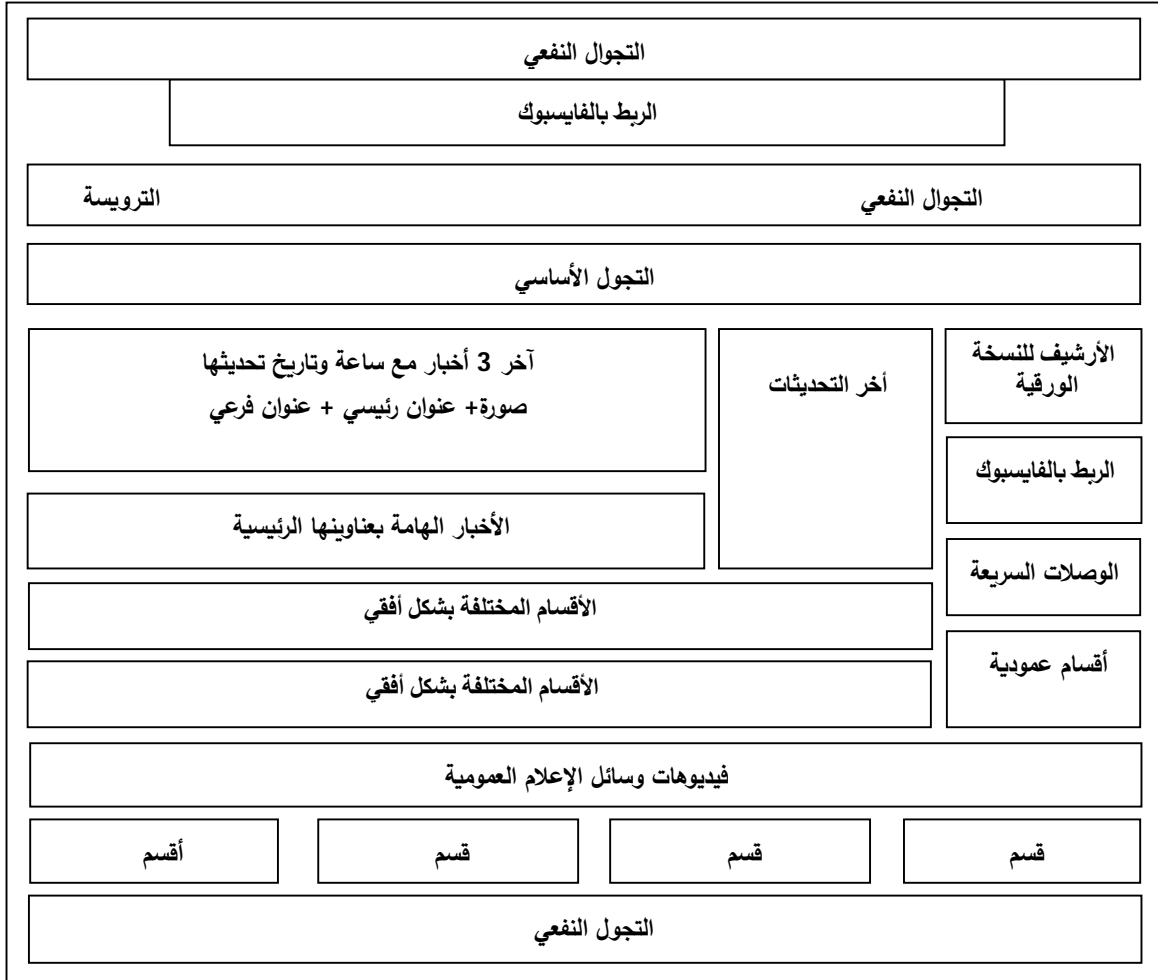
- توجد بالموقع القليل جدا من الأيقونات (الفايسبوك ونظام RSS)، في حين تسود جله الروابط النصية مثل عناوين المواضيع، الأقسام المختلفة، والخدمات التفاعلية المتاحة... الخ.

- أما عن أسلوب عرض المواضيع فهو توزيع مختلط إذ يقسم الموقع أقسامه بشكل أفقي وعمودي.

- يتضح أن كتلة المضمون تتفرع إلى أهم الأخبار في مختلف أقسام الصحيفة؛ وتظهر مقسمة طوليا إلى قسمين كبيرين، القسم الأيسر منهما هو أكبر عرضا، يحتوي على مواضيع مصنفة عرضيا. تبدأ كتلة المضمون باستعراض 5 عناوين كبرى لخمس مواضيع من أحداث الساعة مقسمة بشكل أفقي، يقابلها كل من آخر التحديثات لآخر الأخبار الواردة إلى الموقع بتوقيت نشرها، والأرشيف بصيغة PDF تحته الربط بشبكة الفايسبوك فالوصلات السريعة للأخبار الأكثر قراءة والأكثر تعليقا. ثم تقدم المحليات في 7 أخبار مقسمة عرضيا إلى جزأين بصورتين مرفقتين لخبرين منها مهمين جدا. تقابلها الفيديوهات المختارة. تلي ذلك شاشة صغيرة تتوسط الصفحة تحمل أهم الصور المنشورة على الموقع مع قائمة مسدلة أفقيا توضح تاريخ الصورة ومحتواها، تقابلها الافتتاحية. تقسم بعدها الصفحة بذات الطريقة لعرض أخبار العالم بـ 7 أخبار مقسمة عرضيا إلى جزأين، وصورتين مرفقتين لخبرين منها مهمين جدا. يقابلها كل من ريبورتاجات وملاحق المجاهد. ثم قسم الثقافة يقابله ريبورتاجات أيضا، فالرياضة يقابلها فراغ لخلق توازن لدى القارئ وعدم الإحساس بكثافة أقسام ومعلومات الموقع. بعدها نجد شاشة عرضية كبيرة تغطي وسط الصفحة بالكامل تتداول عليها أهم فيديوهات نشاطات وتصريحات الشخصيات العامة والسلطة الجزائرية في مختلف وسائل الإعلام العمومية. لنجد قبل شريط التجول النفعي في آخر الصفحة 4 خانات متساوية الأبعاد تحتوي كل منها على قسم من أقسام الصحيفة المتبقية تضم 6 أخبار أساسية ورابطا في النهاية للحصول على كل مقالاتها، وهذه الأقسام هي: وسائل الإعلام، ريبورتاجات، الإسلام، الحدث.

- تقدم واجهة El moudjahid تعاليق الجمهور والقوائم البريدية ونظام RSS والاتصال بالموقع كأهم الخدمات التفاعلية المتاحة، إلى جانب الوصلات السريعة وشبكة الفايبروك وأدوات أخرى سنكتشفها في الدراسة التحليلية. ويغيب عن موقعها كل من المنتديات واستطلاعات الرأي والكاريكاتير. ويتضح التصميم أكثر من خلال الشكل الموالي الذي أعدته الباحثة.

شكل رقم (33): يوضح تصميم واجهة موقع El moudjahid



المصدر: (من إعداد الباحثة بالملاحظة بالتصفح)

* إحصائيات موقع أليكسا حول موقع المجاهد El moudjahid

- حسب إحصائيات الثلاثي الأول من سنة 2015 فإن موقع El moudjahid ، يقع في المرتبة 108,063 عالميا من حيث المواقع الأكثر زيارة متراجعا بأزيد من 10.800 رتبة عما سبق. أما وطنيا فهو يرتب في المرتبة 633. وتسبقه العديد من المواقع العالمية والجزائرية منها: الفايبروك، غوغل، ياهوو، يوتيوب، واد كنيس، الجيميل، في بلادي، الخضرة... الخ. إضافة إلى الكثير من المواقع الإعلامية لصحف ذات نظير ورقي وأخرى إلكترونية خالصة جزائرية وغير جزائرية.

- وفيما يخص جنسيات الزائرين لموقع El moudjahid فهي تترتب كالآتي: يتصدر الجزائريون زائري موقع الوطن بحوالي 80.6 %، ليأخذ المرتبة 633 على المستوى الوطني، يليهم الفرنسيون بنسبة 13.4 % ليحتل الرتبة 19.269 على المستوى الفرنسي. ومنه فإن 6 % المتبقية هي زواره من بقية أنحاء العالمين العربي والغربي.

شكل رقم (34): يوضح جنسيات زوار موقع El moudjahid

Country	Percent of Visitors	Rank in Country
Algeria	80.6%	633
France	13.4%	19,269

المصدر: (http://www.alexa.com)

- أما بالنسبة لبعض خصائص مفردات المتصفحين لموقع El moudjahid فيقدم موقع أليكسا بعضها كالآتي:

- 1- هو جمهور ذكوري تماما بحوالي 99 %.
- 2- هو جمهور متعلم تعليما ثانويا بنسبة 70 % وتعلما عال بـ 30 %.
- 3- هو جمهور متابع لكل جديد الموقع في مكان عمله بنسبة 90 % ومنزله بـ 10 %.

- ويقدر موقع أليكسا متوسط عدد الصفحات التي يزورها المستخدم الواحد في الزيارة الواحدة لموقع El moudjahid بـ 1.70 صفحة، وهو أمر دال على اهتمام ضعيف بالصحيفة ومضامينها إذ يكتفي القارئ بتصفح الصفحة الأولى في غالب الأحيان. أما فيما يخص الوقت الذي يقضيه المستخدم خلال الزيارة الواحدة في التجوال داخل الموقع، فبلغ متوسطه دقيقتين و 20 ثانية.

شكل رقم (35): يوضح عدد الصفحات التي يزورها المستخدمون يوميا والوقت الذي يقضونه في كل زيارة

لموقع El moudjahid

*Daily Pageviews per Visitor 1.70
*Daily Time on Site 2:20

المصدر: (http://www.alexa.com)

- يبدو أن كل مستخدم موقع El moudjahid يفضلون تصفح صفحته الرئيسية فقط (elmoudjahid.com) 100%.

شكل رقم (36): يوضح صفحات موقع El moudjahid الأكثر زيارة

Subdomain	Percent of Visitors
elmoudjahid.com	100.00%

المصدر: (http://www.alexa.com)

- وحسب أليكسا دائما فإن موقع El moudjahid يحمل بشكل معتدل في 1.475 ثانية، وذلك وفق الإمكانيات التكنولوجية الأمريكية. وهو زمن التحميل الأقل على الإطلاق بين كل الصحف الإلكترونية السابقة والمسجل من طرف الباحثة عندما تمت المقارنة بينها، وذلك ما يرجع ربما إلى بساطة الموقع المتناهية.

8- لوسوار دالجيري Le soir d'Algérie

* التعريف بموقع لوسوار دالجيري Le soir d'Algérie

لوسوار دالجيري Le soir d'Algérie أو مساء الجزائر جريدة خاصة ناطقة باللغة الفرنسية تأسست في 3 سبتمبر 1990 إثر تعديل الدستور وصياغة قانون الإعلام 1990 السامح بالتعددية الإعلامية. أما موقعها فظهر على شبكة الإنترنت في نوفمبر 1998 أي بعد حوالي سنة من دخول الصحافة الجزائرية للبيئة الإلكترونية من طرف مؤسسة الوطن. وهو في الحقيقة موقع إستانتيكي منذ ظهوره حيث يعد نسخة كربونية لنظيرته الورقية، لا يضيف عليها إلا خدمتان هما استطلاعات الرأي والفيديو.

* تصميم واجهة موقع لوسوار دالجيري Le soir d'Algérie

هو تصميم بسيط جدا نظرا لطبيعة الموقع الاستاتيكية، وكونه يعيد نشر ذات محتويات النسخة الورقية في شكل نصوص إلكترونية فقط. نقدم أهم خصائصه كآتي:

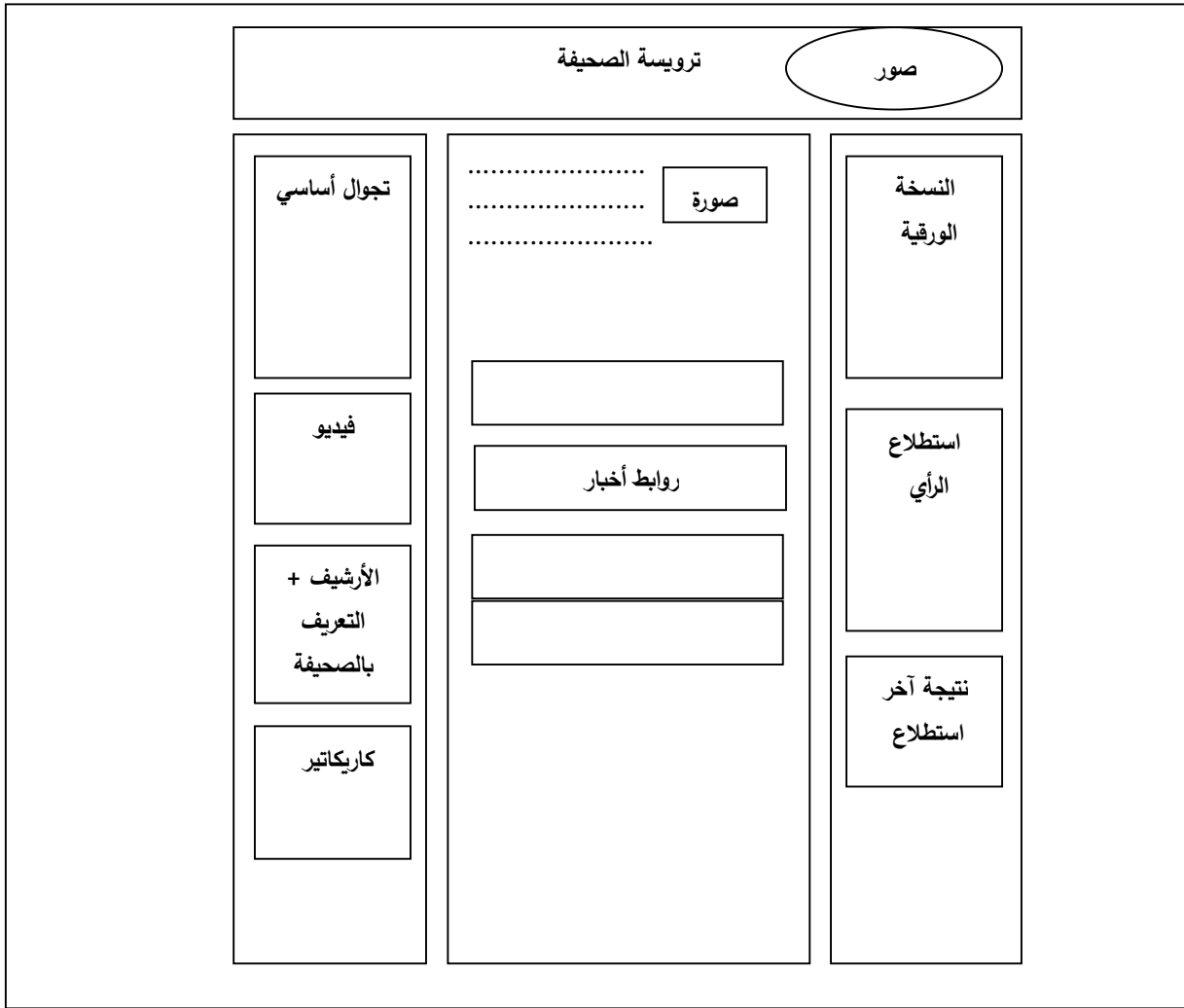
- يظهر في منتصف صفحة الويب إطار عام للصفحة الأولى لموقع لوسوار دالجيري Le soir d'Algérie محفوظا بخلفية سوداء قاتمة تزج المتصفح. تتلون خلفية الإطار المحدد للصفحة الأولى باللون الرمادي والأبيض.

- يستخدم الموقع في الخطوط المستعملة لنصوصه أربعة ألوان هي: الأسود، الأزرق، الأحمر والأبيض. مع خاصية تغير اللون عند النقر على الروابط بالفأرة.

- تعلق الواجهة الترويسة التي تضم شعار الصحيفة، وتعريفا مقتضيا بها، وبعضا من الصور الصغيرة جدا دلالة على نقل الأحداث، وتاريخ اليوم.

- تتاح الصفحة الأولى لموقع Le soir d'Algérie وفق نموذج الثلاثة أعمدة الذي يرى المصممون أنه أفضل طريقة لوضع أكبر كمية من المضمون، والتجول بأقصى مستويات يسر القراءة، حيث يخصص العمود الأيسر منها للتجول بنوعيه (الأساسي والنفعي)، العمود الأوسط لكتلة المضمون، والعمود الأيمن للملاح وبعض الخدمات النفعية.
- يحتوي العمود الأيسر على شريط للتجول الأساسي في شكل قائمة عمودية تضم مختلف أقسام النسخة الورقية من أحداث الساعة، السبق الصحفي، محليات، رياضة، المرأة، ملفات فساد، ثقافة، مساهمات، العمود اليومي، مقابلات. يأتي تحته مباشرة رابط فيديو لوسوار، ثم نسخة اليوم من الصحيفة الورقية، فالأرشيف بصيغة HTML، ثم التعريف بالصحيفة ومختلف مكاتبها، ومصلحة الإشهار فيها. يليهم الخط المباشر مع هيئة تحرير الموقع عبر البريد الإلكتروني المباشر، وأخيرا نجد خدمة الكاريكاتير.
- أما العمود الأوسط الخاص بكتلة المضمون: فنجد فيه موضوعا أساسيا بصورة صغيرة جدا يتوسط الصفحة بعنوان رئيسي وعناوين فرعية ومقدمة للخبر مع رابط "تابع" في الأخير أو " Suite " لمتابعة قراءة الموضوع في صفحة داخلية. ثم تتوالي 6 مواضيع كبرى طرحت في النسخة الورقية تقدم بذات الطريقة مع عنوان رئيسي وعناوين فرعية ومقدمة بسيطة برابط "تابع (Suite) " .
- أما العمود الأيمن فقد خصصه الموقع لخدمات هي: الأرشيف الخاص بالصحيفة بصيغة PDF، تحته مباشرة استطلاع الرأي مرفق بصورة الشخصية المثار حولها الجدل، وفي الأخير نجد نتيجة آخر استطلاع قدمه الموقع.
- تتعدم في الموقع الأيقونات والأزرار والروابط النصية الغرافيكية، إذ لا يحتوي إلا على الروابط النصية.
- تكاد تتعدم الخدمات التفاعلية فيه أيضا فيما عدا القليل منها كاستطلاع الرأي والفيديو والكاريكاتير. ويتضح التصميم أكثر من خلال الشكل الموالي الذي أعدته الباحثة.

شكل رقم (37): يوضح تصميم واجهة موقع Le soir d'Algérie



المصدر: (من إعداد الباحثة بالملاحظة بالتصفح)

* إحصائيات موقع أليكسا حول موقع لوسوار دالجيري Le soir d'Algérie

حسب إحصائيات الثلاثي الأول من سنة 2015 فإن موقع Le soir d'Algérie، يقع في المرتبة 27,110 عالميا من حيث المواقع الأكثر زيارة متراجعا بأزيد من 1500 رتبة عما سبق. أما وطنيا فهو يرتب في المرتبة 90، محتلا المركز العاشر بين مواقع المؤسسات الإعلامية الجزائرية بعد كل من الشروق اليومي والهداف، والجلفة أنفو والنهار والخبر، والبلاد، وكل شيء عن الجزائر (TSA) و Le Butteur والوطن Elwatan. وتسبقه العديد من المواقع العالمية والجزائرية منها: الفايسبوك، غوغل، ياهوو، يوتيوب، واد كنيس، الجيميل، في بلادي، الخضرة... الخ.

- وفيما يخص جنسيات الزائرين لموقع Le soir d'Algérie فهي تترتب كالآتي: يتصدر الجزائريون زائري موقع الوطن بحوالي 92.8 %، ليأخذ المرتبة 90 على المستوى الوطني، يليهم الفرنسيون بنسبة 4.2 % ليحتل الرتبة 12.530 على المستوى الفرنسي. إضافة إلى 2.2 % من البلجيكين.

شكل رقم (38): يوضح جنسيات زوار موقع Le soir d'Algérie

Country	Percent of Visitors	Rank in Country
Algeria	92.8%	90
France	4.2%	12,530
Belgium	2.2%	7,367

المصدر: (http://www.alex.com)

- أما بالنسبة لبعض خصائص مفردات المتصفحين لموقع Le soir d'Algérie فيقدم موقع أليكسا بعضها كالآتي:

1- هو جمهور ذكوري بحوالي 70 %، وأنثوي بـ 30 % .

2- هو جمهور متعلم تعليماً ثانوياً بنسبة 70 % وتعليماً عالٍ بـ 30 % .

3- هو جمهور متابع لكل جديد الموقع في مكان عمله بنسبة 80 % ومنزله بـ 20 % .

- ويقدر موقع أليكسا متوسط عدد الصفحات التي يزورها المستخدم الواحد في الزيارة الواحدة لموقع Le soir d'Algérie بـ 2.13 صفحة، وهو أمر دال على اهتمام ضعيف بالصحيفة ومضامينها إذ يكفي القارئ بتصفح الصفحة الأولى و صفحة أخرى داخلية فقط. أما فيما يخص الوقت الذي يقضيه المستخدم خلال الزيارة الواحدة في التصفح داخل الموقع، فبلغ متوسطه 3 دقائق و 16 ثانية.

شكل رقم (39): يوضح عدد الصفحات التي يزورها المستخدمون يوميا والوقت الذي يقضونه في كل زيارة

لموقع Le soir d'Algérie

*Daily Pageviews per Visitor	2.13
*Daily Time on Site	3:16

المصدر: (http://www.alex.com)

- يبدو أن كل مستخدمي موقع Le soir d'Algérie يفضلون تصفح صفحته الرئيسية فقط (lesoiralgerie.com) بـ 100 % .

شكل رقم (40): يوضح صفحات موقع Le soir d'Algérie الأكثر زيارة

Subdomain	Percent of Visitors
Lesoirdalgerie.com	100.00%

المصدر: (http://www.alexa.com)

- وحسب أليكسا دائما فإن موقع Le soir d'Algérie يحمل بشكل معتدل في 1.227 ثانية، وذلك وفق الإمكانيات التكنولوجية الأمريكية. وهو زمن التحميل الأقل على الإطلاق بين كل الصحف الإلكترونية السابقة والمسجل من طرف الباحثة عندما تمت المقارنة بينها، وذلك ما يرجع إلى استاتيكية الموقع وبساطته المتناهية.

ب- الصحف الإلكترونية الخالصة

إن لحظة التحول نحو الفضاء الرقمي في الجزائر بدأت مع مطلع العام 2010، حيث ظهر عدد من المواقع الإخبارية الإلكترونية، من بينها الجزائر فوكوس (Algérie Focus) المؤسس في 1 نوفمبر 2008، و"ألجيري 360"، و"Algérie24"، وموقع "شوف شوف" المتخصص في آخر الأخبار المصورة (الفيديوهات)، ومؤخرا النسخة الجزائرية للعلامة التجارية الأمريكية "هافينغتون بوست"، حيث أطلقت الهافينغتون بوست بالجزائر، لأول مرة، موقعها الإلكتروني المفتوح لأزيد من 70 ألف مدون عبر العالم. وكان قد صرح سعيد جعفر، مدير التحرير بهافينغتون بوست الجزائر، في ندوة صحفية نظمت بفندق الجزائر بالعاصمة، أن الطبعة الجزائرية أطلقت، مشيرا إلى أن المؤسسة الإعلامية المغربية افتتحت أولا بتونس في 25 جوان 2013 بمكتبين، ثم الجزائر، على أن يدخل فريق ثالث حيز الخدمة في المغرب يوم 20 أكتوبر المقبل (2015).

ويتكون الهافينغتون بوست المغرب من مزيج من المعلومات على المباشر ومساهمات وأشرطة فيديو، أما الطبعة الجزائرية فهي موجهة للقراء الجزائريين والمغاربة وقد افتتحت صفحتها على الويب بعنوان "دزاير ستوري" علما أنها تبث باللغة الفرنسية. للإشارة تعتبر هافينغتون بوست مؤسسة صحفية إلكترونية تضم أمريكيين وكنديين وفرنسيين وهي منصة مفتوحة لأزيد من 70 ألف مدون في العالم بدءا من السياسيين إلى الطلاب، مروراً بالمشاهير والأكاديميين والخبراء الذين يساهمون في إثراء المحتوى بمواضيعهم المختلفة ويفوق عدد الطباعات الهافينغتون بوست في جميع أنحاء العالم 90 مليون زائر شهريا (لمياء ح، http://www.al-fadjr.com/ar/index.php?news=276428%3Fprint

هذه المواقع دعمت تواجد أخرى سبق ظهورها، ككل شيء عن الجزائر (TSA-Algérie) الذي أنشئ في 2007، وهو جريدة إلكترونية تصدر باللغة الفرنسية لكنها لا تصدر في شكل مطبوع أي أنها جريدة إخبارية إلكترونية خالصة، يحتل موقعها الإخباري المرتبة السادسة من حيث عدد الزوار وبالتالي أصبح أول موقع إخباري فرنسي من حيث أعداد الزوار بعدما كانت الوطن Elwatan وليبرتي Liberté محتلة الصدارة لسنوات

طويلة. وقد أخذ شهرة كبيرة بعد الضجة الكبيرة التي أخذتها تصريحات الأمين العام للأفان عمار سعداني قبل رئاسيات 17 أبريل 2014 التي اتهم فيها الجنرال توفيق مدير المخابرات الجزائرية بعرقلة ترشح الرئيس عبد العزيز بوتفليقة لعهدة رئاسية رابعة، فبعد أن تناقلت مختلف الوسائل الجزائرية هذه التصريحات كثيرا شهد الموقع أعداد كبيرة من الزوار تحولت نسبة مهمة منهم لقراء دائمين للموقع. الموقع جاء في المرتبة 55 في الجزائر والمرتبة 12,258 عالميا. في ترتيب أليكسا مطلع 2015. ووفق ذات المصدر (أليكسا) فإن 75.4% من زوار الموقع يأتون من الجزائر، 11.7% من فرنسا، 4.5% من كندا، 1.0% من بلجيكا، 1% من الولايات المتحدة الأمريكية والبقية من أغلب دول العالم. للإشارة فإن جميع هذه المواقع الإخبارية الإلكترونية الخالصة محتضنة من خارج الجزائر، خاصة في فرنسا وسويسرا، حتى لا تعاني أي انقطاع محتمل في الإنترنت، حيث يعتبر هذا تحديا متكررا تعيشه الجزائر.

ج- أهم مواقع الصحف الإلكترونية الجزائرية

قامت الباحثة بعملية مسح لكامل المواقع الإخبارية الجزائرية، وخاصة منها تلك التي تقدم قوائم وإحصاءات لأهم وسائل الإعلام الإلكترونية في الجزائر، ودامت مدة المسح شهرا (فترة بداية الدراسة التحليلية جويلية 2014)، بحيث كانت كل يوم صباحا تحمل كافة المواقع التي تقدم إحصاءات عن المؤسسات الإعلامية المالكة لمواقع إلكترونية في الجزائر بكافة أصنافها: صحف إلكترونية محضة، صحف إلكترونية ذات طبعة ورقية، صحف ومجلات باللغتين العربية والفرنسية، أسبوعيات، صحف وطنية وصحف جهوية، صحف متخصصة في الاقتصاد والرياضة والمرأة والعلوم، صحف جمعيات أو أحزاب... الخ. وحاولت الباحثة في كل يوم الدخول إلى المواقع جميعا من أجل التأكد من الوجود الفعلي للموقع من عدمه، وفعلا حذفت العديد من المواقع التي لم تجد لها أثرا على الشبكة، فيما أبقى فقط على المواقع ذات الحضور الدائم والمنتظم. مع البحث في موقع أليكسا عن آخر ترتيب لها في نسب التصفح في الجزائر منتصف العام 2015. وتقدم الباحثة من خلال الملحقين رقم (05) و(06) أهم هذه المواقع بعدما صنفتها إلى مواقع ناطقة باللغة العربية وأخرى باللغة الفرنسية.

1-4- معوقات تطور الصحف الإلكترونية في الجزائر

يرى عبد الرزاق الدليمي أن الصحافة الإلكترونية تواجه العديد من الصعوبات منها:

- تعاني العديد من الصحف الإلكترونية صعوبات مادية في تسديد مصاريفها.
- غياب التخطيط وعدم وضوح الرؤية المتعلقة بمستقبل هذا النوع من الصحافة.
- غياب الأنظمة واللوائح والقوانين الرقابية.
- عدم وجود عائد مادي للصحافة الإلكترونية من خلال الإعلانات لعدم الإيمان المطلق للمؤسسات والشركات بها.

- الحاجة للسرعة في الحصول على الأخبار .

- عدم القدرة على التأكد من صحة مصادر المعلومات (عبد الرزاق محمد الدليمي¹، مرجع سبق ذكره، 21، 22).

وترى الباحثة أن العديد من الصحف الإلكترونية بدأت تتجاوز المشكلات المادية التي كانت تعاني منها وذلك من خلال تمويل ذاتها بالإعلانات والاشتراكات ضمن الخدمات الإخبارية التي تتيحها لمشتركها، وبدأت هذه الصحف تضع لنفسها نظاما وأسلوبا يميزها عن الصحافة المطبوعة، حيث برز للعديد منها مراسلون خاصون بها لتنفرد بالخبر الصحفي وتتفادى الاعتماد على القنوات الفضائية ووكالات الأنباء في الحصول على الأخبار . ويقول الواقع الجزائري أن الصحف الإلكترونية الجزائرية تعاني من معوقات عديدة هي:

- قلة متصفحي الصحف الإلكترونية في الجزائر وضعف البنى التحتية للإنترنت

لا زال الفرد الجزائري يستقي أخباره ومعلوماته من التلفزيون ثم الصحافة الورقية وأخيرا الإنترنت، على الرغم من رواج شبكات التواصل الاجتماعي بين الشباب الجزائري وتسجيلها لأكثر من 5.6 مليون مشترك نهاية 2014. وشهدت الساحة الإعلامية منذ 2012 سيطرة للقنوات الخاصة على قطاع كبير من جمهور وسائل الإعلام الجزائرية، حيث استحوذت على كل اهتمامه خصوصا بعدما حل الربيع العربي في الدول المجاورة، وانتهاج هذه القنوات خلاله لسياسة الدفاع عن حقوق المواطن ورفع مطالبه وانشغالاته على كافة الأصعدة من خلال نشراتها وبرامجها. كما يسجل ضعف شديد في البنى التحتية للإنترنت في الجزائر مقابل تدفق عال للشبكة في دول عربية مجاورة كتونس والمغرب مثلا، على الرغم من إطلاق الجيل الثالث من التدفق العالي للإنترنت في نهاية 2013 إلا أنه مازال لا يغطي كل التراب الجزائري في ظل بوادر لإطلاق الجيل الرابع وتعميمه قريبا .

- نظرة المشتغلين بالصحافة التقليدية وخاصة القائمين عليها من مدراء وملاك ورؤساء تحرير

حيث تتجسد في عدم اهتمامهم بهذا النمط الصحفي الجديد، واعتبارهم له مغامرة غير مضمونة العواقب، خاصة بالنسبة لصحفيها، الذين يتخوفون من عدم نجاح تجربة الصحف الإلكترونية، وبالتالي ضياع مستقبلهم، وإن كان هذا التخوف مبررا إلى حد كبير بحكم العدد المعتبر من الصحف الإلكترونية التي اختفت بعد مدة وجيزة من ظهورها، إلا أنه ينم عن جهل هؤلاء بأهمية الصحف الإلكترونية كشكل جديد من الصحافة المواكبة لتطورات العصر، والمسايرة لاحتياجات القراء وال جماهير، التي أصبح توجهها إلى الإنترنت مقلتا (براهيم بعزیز3، مرجع سبق ذكره، 78).

- غياب الإطار القانوني المفصل والكافي لحماية الصحف الإلكترونية كوسائل والعاملين فيها

تعاني الصحافة الإلكترونية من غياب الإطار القانوني حتى وإن اعتبره الكثير فرصة للهروب من مقص الرقابة أو الحذف، أو تعليق مقال أو حتى جريدة. ولكن في نفس الوقت هذا قد يسبب فتح المجال أمام السلطة لاعتماد بعض مواد قانون الإعلام لصالحها بصورة اعتباطية. فحتى بعد قانون الإعلام 2012 لازالت الصحف الإلكترونية تعاني من ضعف في تنظيمها القانوني حيث اكتفى هذا القانون بإعطاء مفاهيم عامة لها ولبعض من أقسامها كأذرع القنوات التلفزيونية والإذاعية دونما تفصيل في بنائها وتنظيم تسييرها والجرائم الخاصة بها بالنظر إلى خصوصية مضامينها وطبيعة العمل فيها .

- هشاشة النظام المصرفي والبنكي في الجزائر وتأثيراته على الإعلان الإلكتروني والخدمات المدفوعة الممكن توفرها عبر الصحف الإلكترونية الجزائرية.

يتسبب الوضع الاقتصادي حاليا في تعطيل عملية تطور الصحافة الإلكترونية من خلال تغييب التعامل التجاري عبر الإنترنت لضمان المورد المالي، وحتى على مستوى الإدارات لازال التعامل بالصكوك البريدية أو البنكية هو السائد، فالسياسة المصرفية والبنكية الجزائرية تخلق معوقات أمام المؤسسات والشركات الأجنبية المستثمرة، بحيث أن الوضعية التي تعيشها البنوك العمومية، لا تبتعد من حيث محتواها عن الوضعية التي عاشتها بعض البنوك التابعة للقطاع الخاص والتي بلغت درجة تصنيفها بالكامل بسبب هشاشة النظام البنكي، وهذا باعتراف المسؤولين عن القطاع المصرفي والبنكي (يمينه بلعالي، مرجع سبق ذكره، 160). إضافة إلى ذلك يخلق عدم تنظيم النظام البنكي والمصرفي إشكالية لدى الصحيفة حين يغيب المورد المالي عن طريق الإشهار الإلكتروني أو الخدمات المدفوعة لعدم قناعة صاحب الإشهار بتبني سياسة إشهارية عبر الإنترنت لصعوبات الدفع والتعامل عبرها.

2- النخبة الأكاديمية والتفاعل عبر الإنترنت

2-1- استخدامات النخبة الأكاديمية الجزائرية للإنترنت

فتحت شبكة الإنترنت مجالا واسعا في نقل المعلومات بشتى صورها ومضامينها المتنوعة في مختلف الخدمات (اقتصاد، سياحة، تعليم، إعلام، طب... الخ) التي تقدمها. وقد كان للإعلام سبق طبعاً بعد النظام العسكري والأمني في استخدام مواقع الشبكة، وبالأخص الصحافة المكتوبة التي اعتمدت على التقنيات الحديثة في تجاوز مشاكل التوزيع والرقابة وذلك من خلال إنشاء وتصميم مواقع لها على الشبكة، أضيف إلى ذلك استخدام النشر الإلكتروني في مجال الإعلام وخاصة في الصحافة الإلكترونية، وهذا ما فتح الباب أمام معرفة الأساليب والطرق المتنوعة في الإخراج الفني للمواقع الصحفية، ليكون لها البعد في التنوع والمنافسة فيما بينها إلى جانب وسائل الإعلام الأخرى؛ ونقصد الإذاعة والتلفزيون في الشبكة العنكبوتية. هذا دون التغافل عما أضاف الإنترنت أيضا لإدارات العلاقات العامة من مواقع تساعد على التسويق لصورة المؤسسة وربط صلات جديدة مع الجمهور. ومنه يمكن القول أن الإنترنت فتحت آفاقا جديدة أمام كل فئات المجتمع عبر تدفق معلوماتها دون انقطاع، وخصوصا منها فئة الشباب التي تعلق كثيرا بشبكات التواصل الاجتماعي، إذ تشير دراسة Cassidy إلى تغلغل هذه الشبكات في أوساط الشباب الجامعي، حيث وصلت نسبتهم 79%، ويقضي هؤلاء 20 دقيقة في المتوسط يوميا على هذه المواقع، ويدخل نصف هؤلاء على هذه المواقع أكثر من مرة يوميا، وما يعادل 80 مليون عضو في هذه الشبكات ينتمون للولايات المتحدة الأمريكية وحدها... حتى أن مجلة Business Week Magazine قد وصفت الجيل الجديد من شباب الولايات المتحدة الأمريكية بأنه جيل My Space، وهي إحدى مواقع التواصل الاجتماعي الشهيرة (عبد الصادق حسن، 2013، 10).

ويقول الأستاذ الدكتور جمال الزرن في الكتاب الجماعي "العرب وثورة المعلومات" في حديثه عن علاقة النخب العربية بالإنترنت: في عالمنا العربي، النخبة المثقفة هي أكثر الفئات ترددا وسجالا حول منظومة الإعلام الجديد والإنترنت، فيوجد من يأخذها أخذاً ليبراليا يريد عبر الإنترنت إحداث الهزة التاريخية الفكرية والأخلاقية في الفكر العربي وذلك عبر إنترنت ليبرالي وحر. أما الشق النخبوي الآخر فقد انسحب من الجدل والنقاش والتفاعل مع الإنترنت لأنه يخشى خيبة جديدة كخيبة التعامل مع التلفزيون أو حتى مع الصحافة المكتوبة. أما النخب الجامعية الأكاديمية فهي متحمسة للإنترنت فقط لأدائه المعرفي والعلمي كوسيلة تعليمية بيداغوجية، فهذه الرؤية النفعية البراغماتية تتعامل النخب الجامعية مع الإنترنت لسد ثغرات غياب الترجمة واستيراد الكتب والبقاء على صلة مع العلم والمعرفة الإنسانية. مقاربات نتحسسها ونستشعرها لكنها لا تعبر عن نفسها لأن الإنترنت لم يأخذ مكانه داخل الدول العربية من النقاش والجدل والمشاورات، وحدها الدولة انفردت بالتصور والقرار والتنظيم وصولاً إلى تأسيس شرطة إنترنت في بعض الدول العربية (أسامة الخولي وآخرون، 2005، 45).

وتركز أغلبية الدراسات التي تناولت استخدامات الإنترنت على انخراط جميع فئات المجتمع بما فيهم الأساتذة الجامعيون في فضاء التكنولوجيا الحديثة للاتصال، والتفاعل القائم بين مختلف المفردات، أفراداً وجماعات، مع الإنترنت كفضاء اتصالي جديد، ساهم في تغيير الكثير من المفاهيم، ومن ذلك مفهوم النشر الإلكتروني كوجه جديد من أوجه النشر في عصر الرقمية، خصوصاً عبر الصحافة الإلكترونية والمدونات والشبكات الاجتماعية.

في الجزائر أفادت دراسة أعدتها مؤسستا إيدياتيكي وميدكوم نشرت نتائجها يوم الأربعاء 13 أكتوبر 2010 أن أكثر من نصف مستعملي الإنترنت الجزائريين المقدر عددهم بـ 4,5 مليون مستعمل (12,8 بالمائة من السكان)، من ذوي المستوى التعليمي العالي (بكالوريا + سنة إلى 5 سنوات جامعية). وأشارت الدراسة المسماة "واب ديالنا" والتي خصت عينة من 18.064 شخصا أن 66,2 بالمائة من مستعملي الإنترنت الجزائريين يتمتعون بمستوى تعليمي عالي (بكالوريا + سنة إلى خمسة سنوات في الجامعة)، و 20,1 بالمائة لهم مستوى ثانوي (بين السنة الأولى والثالثة)، و 7 بالمائة لهم مستوى متوسط (بين السنة الأولى والسنة الرابعة) في حين أن 8,1 بالمائة فقط هم من خريجي التكوين المهني... وأوضح التحقيق، الذي أنجز عبر استمارة إلكترونية نشرت على عدة مواقع أن 37 بالمائة من مستعملي الإنترنت من الإطارات و 25 بالمائة من الطلبة، مضيفاً أن 70 بالمائة منهم من الذكور و 30 بالمائة من الإناث (من كل الأعمار)، وقد قدر تحقيق سابق عدد النساء المستعملات للإنترنت في الجزائر بـ 25,8 بالمائة من مجموع المستعملين (محمد أمزيان برغل، مرجع سبق ذكره، 99، 100).

وكشفت دراسة لمؤسسة "ماد أند كوم Med&Com" في شهر أكتوبر سنة 2010 عن تفاصيل علاقة الجزائريين بالإنترنت واهتماماتهم عند الإبحار في الشبكة العنكبوتية، حيث مثل الجزائريون المتراوحة أعمارهم ما بين 26

و35 سنة الشريحة الأكثر إقبالاً على الإنترنت في هذه الدراسة، وأغلبهم خريجو الجامعات والمعاهد العليا، موزعين على الجهات الأربع للوطن.

وتمثل الإنترنت مصدراً غنياً وثرياً بالمعلومات، بصورة غير مسبقة في مجال المعلوماتية، وتتعدد استخدامات أساتذة الجامعات ما بين الاستخدامات العامة والمتخصصة؛ فأما الاستخدامات العامة فيمكن أن تتمثل في البحث عن المعلومات، وإرسال وتلقي البريد الإلكتروني، والاطلاع على الأخبار الجديدة، والحصول على الوثائق والمستندات والبيانات والإحصائيات والاتصال المباشر والسريع بمصادر المعلومات، واستخدام قواعد المعلومات والمكتبات، وتلقي الموضوعات والأخبار وفقاً لاهتماماتهم. أما الاستخدامات المتخصصة فيمكن أن تتمثل في الاستفادة من تقنيات وأدوات البحث والتخزين والاسترجاع على الإنترنت، وجلب المقالات أو الدراسات أو الأبحاث الحديثة والمتجددة من الإنترنت أو الاستفادة من القواميس الإلكترونية أو شراء الكتب أو الأبحاث من خلال الإنترنت أو زيارة المواقع الأكاديمية المتخصصة، والتعرف على مواعيد المؤتمرات العلمية الدولية، واستخدام مراجع أو اقتباسات من بعض المواقع، وتبادل الأفكار والآراء حول عمل بحثي مشترك مع آخرين، وتحميل بعض البرامج الإعلامية من الإنترنت، والاستفادة من الموسوعات وطرق التدريس عبرها، وإجراء مسح ميدانية عبرها، وتصفح المجلات الأكاديمية، والتعرف على الفنون الإعلامية الجديدة، والتقنيات التكنولوجية الحديثة، والتخاطب والتحاور مع أساتذة آخرين... الخ (السيد بخيت، 2010، 29).

وأفادت عدة دراسات جزائرية أن هناك ارتباطاً وثيقاً بين النخبة الأكاديمية والإنترنت عموماً لما تقدمه من معلومات وأخبار تفيدهم في مجال عملهم، وما تفتحه أمام مفرداتها من فرص لنشر آرائهم وأفكارهم وإنتاجهم العلمي. نقدم في الآتي أهم هذه الدراسات التي حصلت عليها الباحثة:

- دراسة الباحث محمد أمزيان برغل حول " اتجاهات أساتذة علوم الإعلام والاتصال في الجزائر نحو تقنية النشر الإلكتروني دراسة تحليلية وصفية" حيث توصل إلى أن أكثر من نصف المبحوثين (54%) يملكون فضاء إلكتروني على شبكة الإنترنت، بحيث يملك حوالي 52% من هؤلاء مواقع شخصية، في حين يملك أكثر من 31% منهم مدونات... و89% من المبحوثين يعتبرون النشر الإلكتروني فضاء جديداً للتواصل مع أكبر قدر ممكن من الجمهور، في حين حوالي 43% منهم يرون أنه تقنية تسهل إنتاج وتوزيع المواد التقليدية، ويرى 14% أنه مجرد وسيلة لتحويل المطبوع الورقي إلى نسخة إلكترونية، في حين اعتبره أكثر من 18% من المبحوثين تقنية تهدد حقوق التأليف وتسهل عملية قرصنة المواد الشخصية. وأكثر من 82% من المبحوثين الذين ينشرون مواد علمية على شبكة الإنترنت أكدوا تفاعل جمهور الويب مع المواد المنشورة من قبلهم (محمد أمزيان برغل، مرجع سبق ذكره، 193، 194).

2-2- جمهور الصحافة الإلكترونية من النخبة الأكاديمية

لقد ساد تيار بارز في دراسات الصحافة الإلكترونية هو دراسات المستخدم User Studies، وهي دراسات ركزت على استخدامات الجمهور للصحافة الإلكترونية ومدى الاعتماد عليها كمصدر للأخبار، ومدى تأثير الوسائط المتعددة في مقدار تعلم الأفراد من مواقع الأخبار، وكيف يؤثر موقع المؤسسة أو الروابط في تعلم المستخدمين، وكيف تؤثر طرق بناء القصص على اهتمامات وفهم الجمهور لها، ودوافع المستخدمين من استخدام عناصر التفاعلية، وتحديد الفوارق ما بين الجمهور السلبي (الذي يزور فقط المواقع الإعلامية) والجمهور الإيجابي الذي ينتج مواد إعلامية ويشارك في المضامين المنشورة على المواقع الإعلامية (السيد بخيت، مرجع سبق ذكره، 246، 247). كما بدأت الدراسات الحديثة في التركيز على الدور الذي يلعبه الجمهور في صناعة المضامين الإعلامية، وإن خلصت هذه الدراسات إلى ضرورة مراجعة مثل هذه المفاهيم في ضوء واقع المجتمعات، حيث تتباين استخداماتها وتطبيقاتها من مجتمع لآخر، فعلى سبيل المثال، لم يسهم المستخدمون العرب بفعالية في صناعة المضامين المنشورة على المواقع الإعلامية العربية، وحالت عدة عوامل دون وجود فاعل للمستخدمين على هذه المواقع.

ومر تكوين جمهور الصحافة الإلكترونية بمرحلتين:

- مرحلة الصفوة: ويشمل جمهور الصحافة الإلكترونية القطاعات الأكثر تعليماً وثراءً وهو صغير العدد نسبياً، حيث أن البدايات الأولى لهذه الوسيلة كان ينظر إليها على أنها وسيلة إعلام نخبوية.
- مرحلة الحشد: وفيها يتكون جمهور الصحافة الإلكترونية الفعلي من قطاعات المجتمع عامة بحيث أتاحت شبكة الإنترنت إمكانيات هائلة للحوار والمعرفة والتنقيف والتأطير لكل فئات المجتمع (الهام بوتلجي، مرجع سبق ذكره، 84).

في الجزائر يرى العديد من المراقبين أن الصحافة الإلكترونية مازالت فضاء محتكراً من طرف النخبة، التي لديها ولوج إلى شبكة الإنترنت بجودة عالية، رغم أن معدل الاختراق يعد واحداً من أدنى المعدلات في العالم، وهو 14 بالمائة، لكن عدداً من المشغلين الذين ينتمون إلى شركات عدة، وخاصة "ARPT"، يهتمون الجهات المنظمة للقطاع، بالعمل على عرقلة تطويره ورفع كفاءته. ويقول إلياس حلاس الصحفي في الموقع الإخباري الاقتصادي "المغرب الناشئ"، "لقد أعلن عن إطلاق الجيل الثالث G3 في بعض المناطق من الأراضي الجزائرية، وذلك في شهر ديسمبر عام 2013، إثر صراع طويل مع السلطات، لكن واحداً من تحديات تطوير العمل الإعلامي عبر الإنترنت يتجلى في تحقيق المتابعة المطلوبة، حيث إن الجمهور المتابع للأخبار ما يزال مرتبطاً بالورق، وهذا ما يطرح عدداً من المشاكل، عند محاولة مقارنة مصادر جديدة للمعلومات ونشرها (<http://www.dc4mf.org/fr/node/6082>).

وقد اهتم عدد من الدراسات بالنخبة الأكاديمية الجزائرية في علاقتها مع الدوريات الإلكترونية من

الصحف الإلكترونية والمجلات العلمية منها:

- أكدت دراسة للباحث حمدي محمد الفاتح حول "استخدامات النخبة للصحافة الإلكترونية وانعكاساتها على مقروئية الصحف الورقية" الفروض الآتية:

1- التعرض لوسيلة هو تعبير عن دوافع سيكولوجية واحتياجات فردية متمثلة في الحاجات الإعلامية والصحفية من أخبار وأحداث ومعلومات ومقالات وغيرها.

2- كشفت الدراسة أن أعضاء النخبة الجامعية الجزائرية يتفاعلون عبر الوسائط التفاعلية الموجودة عبر مواقع الصحف الإلكترونية، من خلال ما يعرض عبرها من موضوعات سياسية ورياضية وعلمية وثقافية، خصوصا مواقع الصحف الجزائرية والعربية.

3- الملاحظ من خلال الدراسة أن هناك منافسة بين الصحافة الإلكترونية والصحافة الورقية من أجل استقطاب أكبر قدر من القراء، ولكن كل وسيلة إعلامية تعمل على تكملة الدور الذي تؤديه الأولى.

4- من خلال الدراسة توصل الباحث إلى أن أعضاء النخبة يستخدمون الصحف الإلكترونية والورقية لدوافع متعددة منها الدوافع المعرفية والإعلامية والصحفية وغيرها وهذا تلبية لرغباتهم واحتياجاتهم المتعددة (حمدي محمد الفاتح، مرجع سبق ذكره، 355).

- أما دراسة الدكتور بوكرزازة كمال حول "استخدام الدوريات الإلكترونية العلمية من قبل الأساتذة الجامعيين دراسة ميدانية بجامعة قسنطينة" فتوصلت إلى:

1- الغرض الأساسي من استخدام الأساتذة الجامعيين للدورية العلمية هو إعداد الرسالة أو الأطروحة العلمية، في حين لم يكن تدعيم المقاييس الدراسية بها إلا في آخر اهتمامات غالبيتهم.

2- معيار المحتوى أفضل المقاييس المستخدمة في اختيار دورية علمية من بين مثيلاتها.

3- يشكل ارتفاع سعر الدورية العلمية أكبر عقبة أمام الاستفادة منها.

4- لجوء حوالي نصف العينة المدروسة إلى استخدام الدورية الإلكترونية العلمية.

5- إتاحة الدورية الإلكترونية العلمية عبر الإنترنت هي الطريقة الأكثر تفضيلا من قبل الأساتذة الجامعيين من بين طرائق النشر الإلكتروني المتعددة.

6- يعد البريد الإلكتروني أحسن وسيلة مستخدمة للحصول على معلومات حول الدوريات الإلكترونية العلمية عبر الإنترنت.

7- أكبر عائق أمام الاستفادة من الدورية الإلكترونية العلمية عبر الإنترنت هو ضعف الاتصال الشبكي.

8- توافر النصوص الفائقة، ووجود الروابط التشعبية المتعددة، إضافة إلى الخصوصية الملتيميديالية، وتمكين المستفيد من التفاعلية، وسهولة الطبع حسب الحاجة؛ هي أهم مميزات الدورية الإلكترونية العلمية عبر الإنترنت في نظر الأساتذة الجامعيين.

9- تفضل غالبية العينة المدروسة الاستخدام المزدوج للدورية الإلكترونية العلمية عبر الإنترنت؛ أي اللجوء إلى القراءة الإلكترونية بالدرجة نفسها مع الاستخدام بعد الطبع.

10- يرى غالبية الأساتذة أن فقدان نقاط البحث الرئيسة أثناء الإبحار، وتشعب المعلومات، وقلة العناوين بالمقارنة مع الدورية العلمية الورقية؛ هي أكبر السلبيات الملاحظة على الدوريات الإلكترونية العلمية عبر الإنترنت (كمال بوكرازة، 2010، 333).

الفصل الخامس: الدراسة الميدانية لجمهور النخبة الأكاديمية الجزائرية

الفصل الخامس: الدراسة الميدانية لجمهور النخبة الأكاديمية الجزائرية

- 1- عادات وأنماط وتفضيلات استخدام الصحافة الإلكترونية لدى النخبة الأكاديمية الجزائرية....
 - 1-1- عادات وأنماط استخدام النخبة الأكاديمية للصحافة الإلكترونية.....
 - 1-2- تفضيلات النخبة الأكاديمية الجزائرية في الصحافة الإلكترونية.....
- 2- دوافع استخدام الصحافة الإلكترونية من طرف النخبة الأكاديمية الجزائرية والإشباع المحققة منها.....
 - 1-2- دوافع استخدام الصحافة الإلكترونية من طرف النخبة الأكاديمية الجزائرية.....
 - 2-2- الإشباع المحققة لدى النخبة الأكاديمية الجزائرية من استخدام الصحافة الإلكترونية.....
- 3- حجم الاتصال التفاعلي للنخبة الأكاديمية الجزائرية وتقييمهم حول الإمكانيات التفاعلية المتاحة عبر الصحافة الإلكترونية.....
 - 1-3- حجم مشاركة النخبة الأكاديمية في الاتصال التفاعلي عبر الصحافة الإلكترونية.....
 - 2-3- تقييم النخبة الأكاديمية للتطبيقات التفاعلية المتاحة عبر الصحافة الإلكترونية الجزائرية.....
 - 3-3- علاقات الارتباط بين متغيرات الدراسة.....
- 4- النتائج العامة لدراسة جمهور النخبة الأكاديمية الجزائرية.....

1- عادات وأنماط وتفضيلات استخدام الصحافة الإلكترونية لدى النخبة الأكاديمية الجزائرية

1-2- عادات وأنماط استخدام النخبة الأكاديمية للصحافة الإلكترونية

جدول رقم (08): يوضح مدى تعرض النخبة الأكاديمية للصحافة الإلكترونية

مدى التعرض	ك	%
دائما	148	46,4
غالبا	79	24,8
أحيانا	92	28,8
Σ	319	100,0

يكشف الجدول رقم (08) أن 46.4% من مفردات العينة تتعرض للصحافة الإلكترونية بشكل دائم حيث يواظبون على الدخول إلى مواقعها، وهي تقريبا نسبة النصف، وفي ظل هذه النتيجة لا يمكن إنكار أن الصحافة بشكل عام إحدى الوسائل التي لا يمكن الاستغناء عنها على الرغم من التقدم التكنولوجي المذهل في الميدان السمعي البصري الذي طبع عصرنا الحالي والسبب في ذلك يعود أساسا لدورها التكميلي. ومع اكتساح المؤسسات الصحفية للبيئة الإلكترونية بمواقع إخبارية متنوعة زاد عدد مستخدمي مواقع الصحف بشكل ملحوظ حيث أجرت شركة ميكروسوفت دراسة حول مستقبل الصحف الإلكترونية تؤكد أن العالم سيشهد طباعة آخر صحيفة ورقية في عام 2018، وحسب بعض الإحصائيات فإن نسبة تعرض المواطنين في العالم للصحافة الإلكترونية تقارب الـ 60%، حيث لا ينتظر المواطن الصحيفة المكتوبة ليوم غد؛ فهو يحتاج أن يعرف الأخبار أينما كان وفي أي وقت وبشكل مجاني عبر الشبكة (www.pfln.org.dz/?p=6117، 23 نوفمبر 2014). ويضاف إلى ذلك قوة الكلمة المكتوبة في حد ذاتها بالمقارنة مع الكلمة الشفوية في التأثير وجلب الانتباه، فالنص المكتوب أكثر كثافة من الخطاب الشفوي. إن الانتباه الضروري للقراءة أقوى من الانتباه الذي يتطلبه استماع الراديو أو مشاهدة العروض التلفزيونية لأن الصورة بطبيعتها تبهر المشاهد فلا تترك مجالا كبيرا للانتباه والتركيز.

وتتقاسم الـ 50% تقريبا المتبقية نسبتان لصالح التعرض أحيانا للصحافة الإلكترونية من طرف النخبة الأكاديمية الجزائرية بـ 28.8% والتعرض غالبا بـ 24.8%، مع الإشارة إلى إلغاء احتمال "أبدا" من أجوبة هذا السؤال بالنظر إلى توجهنا إلى عينة قصدية من النخبة الأكاديمية المتعرضة للصحافة الإلكترونية بغض النظر عن درجة تعرضها. وقد ترجع أسباب تذبذب التعرض لدى هاتين النسبتين من مفردات العينة إلى الانشغال المكثف بالنشاطات العلمية والبيداغوجية التي تمارسها هذه الفئة من الطبقة العاملة بالجزائر.

وتوصلت دراسة سابقة للباحثة منار منير محمود من جامعة الأزهر بمصر في نتائج مقارنة لدراستنا إلى أن غالبية أفراد العينة يستخدمون مواقع الصحف الإلكترونية بنسبة 79.6%، وينقسم معدل الاستخدام لديهم

إلى معدل متوسط وهو الغالب بنسبة 44.3% ومعدل ضعيف بنسبة 28.5% ومعدل مرتفع بنسبة 27.2%. (منار منير محمود، 2015، 280).

جدول رقم (09): يوضح منذ متى والنخبة الأكاديمية تتعرض للصحافة الإلكترونية

منذ متى	ك	%
سنة	20	6,3
سنتين	50	15,7
ثلاث سنوات	61	19,1
أكثر من أربع سنوات	188	58,9
Σ	319	100,0

أسفرت نتائج الجدول رقم (09) عن خبرة مهمة لدى النخبة الأكاديمية الجزائرية في استخدام الصحافة الإلكترونية إذ عبّر 58.9% من أصل 319 منهم عن التعرض للصحف الإلكترونية لأكثر من 4 سنوات مما يعني اكتسابهم قاعدة معرفية جيدة حول أجديات الصحافة الإلكترونية؛ كيفية استخدامها وكيفية التعامل مع تطبيقات التفاعلية فيها من تعاليق واستقتاءات ومنتديات ومدونات... الخ، وهي نسبة مقاربة لما توصل إليه الباحث حمدي محمد الفاتح حيث عوّ أزيد من 60.65% من ذكور عينته المكونة من 230 أستاذا جامعيًا عن مدة تعرض تزيد عن أكثر من 4 سنوات، كما أدلت 54.62% من إناث عينته كذلك بذات مدة الاستخدام (حمدي محمد الفاتح، مرجع سبق ذكره، 207).

في حين صرح 19.1% بكونهم ذوو خبرة متوسطة عبر التعرض للصحافة الإلكترونية منذ 3 سنوات فقط. فضلا عن 15.7% من مفردات العينة من ذوي الخبرة الضعيفة الذين لم يتعرضوا للصحف الإلكترونية إلا منذ عامين فقط. وأخيرا عوّ 6.3% من مفردات عينة الدراسة الميدانية عن خبرة ضعيفة جدا باستخدامات الصحف الإلكترونية من خلال التعرض لها منذ سنة لا غير. وبشكل عام يمكننا القول أن النتائج تظهر خبرة معتدلة في استخدام الصحف الإلكترونية لدى مفردات النخبة الأكاديمية الجزائرية تتراوح بين 3 إلى 4 سنوات فأكثر، بالنظر أيضا إلى انقسامهم إلى نصفين فيما يخص مدى مداومة الاطلاع على الصحف الإلكترونية من عدمه، مما يحيلنا إلى الاعتقاد أنهم واعون أتم الوعي بمختلف التطبيقات التفاعلية التي بإمكانهم مصادفتها عبر مختلف صفحات مواقع الصحف سواء أكانت واجهة الصحيفة أو الصفحات الداخلية (على قلة استخدام الخدمات التفاعلية في الصفحات الداخلية).

جدول رقم (10): يوضح مكان التعرض للصحافة الإلكترونية

مكان التعرض	ك	%
من خلال حاسوبك في المنزل	247	77,4
أثناء وقت فراغك في الجامعة	26	8,2
أينما كنت من خلال هاتفك المحمول	24	7,5
في مقهى الإنترنت	22	6,9
Σ	319	100,0

يقيس الجدول رقم (10) مدى توفر الشروط والظروف الملائمة لتعرض جيد للمادة الإعلامية الإلكترونية. وكشفت الدراسة في صدهه أن 77.4 % من العينة يتعرضون للصحف الإلكترونية في منازلهم، بما توفره لهم من راحة وهدوء يتسنى لهم بهما التركيز في مواضيعها والتعرض الواعي المستوعب للمحتوى الصحفي والمشاركة في مختلف التطبيقات التفاعلية. فيما صرح 8.2 % من مفردات العينة أنهم يقرؤون الصحف في الجامعة أثناء وقت فراغهم، يفسر ذلك بتولي البعض منهم لمناصب إدارية، تكون معها الفرصة متاحة في المكتب للاطلاع على آخر مستجدات مواقع الصحف الإلكترونية خصوصا في الوقت الحالي الذي توفر فيها أغلب الجامعات خدمات الإنترنت مجانا في مكاتب الإدارة أو في قاعات إنترنت مجهزة لاستقبال الأساتذة والطلبة على حد سواء. إضافة إلى أن البعض الآخر يدفعه تواجد وقت فراغ بين الحصص التدريسية فقط للتعرض لبعض الصحف الإلكترونية.

وتحدث 7.5 % عن قراءة الصحف الإلكترونية عبر الهاتف المحمول أينما كانوا متواجدين، نظرا لإدماجهم أو ارتباطهم الشديد بالإنترنت والتواصل المستمر عبرها إما بزيارة مواقع الصحف مباشرة أو عبر أرصدها في مختلف شبكات التواصل الاجتماعي. وقدم 6.7 % من العينة مكانا آخر للتعرض هو مقاهي الإنترنت قد يعود ذلك إلى ولاية سكنهم ومكان إقامتهم بالضبط إذ لا يخفى على أحد أنه وبالرغم من إطلاق الجيلين الثالث والرابع للإنترنت عبر مختلف متعلمي الهاتف النقال (جازي، موبيليس، وأوريدو) لا تزال هناك مناطق نائية بالجزائر العميقة لا تتوفر حتى على الجيل الثاني أو مجرد الربط بخطوط الهواتف الثابتة للحصول على اشتراك للإنترنت لدى المتعامل العمومي اتصالات الجزائر، وذلك يعود لكون عينة دراستنا من النخبة الأكاديمية التي تمثل مختلف جهات الوطن (شمال، جنوب، شرق وغرب). ونتائج هذا الجدول مقارنة لما سبق وتوصل إليه تقرير حول "العالم العربي على الإنترنت 2014" حيث يتصل أفراد العينة بالإنترنت من المنزل (88%)، وبنسبة مهمة لكن أقل من العمل، ونادرا من المدرسة أو من الجامعة (مركز نماء، 2014).

جدول رقم (11): يوضح متوسط الوقت الذي تقضيه النخبة في التعرض للصحيفة الإلكترونية الواحدة

متوسط الوقت	ك	%
أقل من ساعة	290	90,9
أكثر من ساعة	29	9,1
Σ	319	100,0

كشف **الجدول رقم (11)** أن 90.9 % من المبحوثين يقضون وقتا متوسطا نسبيا في قراءة الصحيفة الإلكترونية الواحدة إذ هو أقل من ساعة. وهو أمر طبيعي على أساس أن الغالبية العظمى من الزوار لا يوجد لديهم الصبر للإبحار خلال العديد من صفحات الموقع للوصول إلى المعلومات التي يريدونها (سعيد محمد الغريب النجار، مرجع سبق ذكره، 570)، كما أن إتاحة الخيارات المتنوعة أمامهم في واجهة الموقع تسمح بدخولهم مباشرة إلى مبتغاهم، فضلا عن توفير أغلب الصحف لمحركات بحث داخلية في الموقع تمنع ساعات البحث الطويلة عن الموضوع المرغوب فيه. بينما يقضي 9.1 % وقتا طويلا نوعا ما في الصحيفة الواحدة وهو أكثر من ساعة، ذلك ما يوضح عنايتهم بالتعرض لمضامين متنوعة من الصحيفة والاستغراق فيها، كما قد يفسر ذلك أيضا بالإدمان على تعاطي مصادر المعلومات الإلكترونية عند البعض. إضافة إلى أنه قد يكون ضعفا في خبرة الاستخدام أي الإطالة في فهم خطوات الانتقال بين الصفحات أو كيفية التجول أو العكس تماما أي قوة الخبرة وذلك بالاستغراق بتناول المعلومات المتنوعة والمشاركة في مختلف الخدمات التفاعلية المتاحة عبر المواقع.

جدول رقم (12): يوضح أنسب فترة للتعرض للصحف الإلكترونية

أنسب فترة	ك	%
صباحا	167	52,4
الظهيرة	18	5,6
مساء	47	14,7
ليلا	87	27,3
Σ	319	100,0

أسفرت نتائج الدراسة الميدانية من خلال **الجدول رقم (12)** أن هناك ثلاث فترات مفضلة لدى النخبة الأكاديمية للتعرض للصحف الإلكترونية هي كالاتي: الصباح بـ 52.4 %، وهو يعكس أساسا الدافع الأول لتعرضهم لها، وهو مواكبة الأحداث والتطورات. فهم يفضلون المضي إلى مراكز عملهم وهم على دراية مسبقة بمستجدات الساعة تحسبا للدخول في أية حوارات أو نشاطات علمية أو شخصية مواجهة مع الزملاء من

الأساتذة أو الإداريين أو حتى الطلبة. كما تلت هذه الفترة الليل بنسبة 27.3 %، ويعود ذلك إلى إمكانية عودتهم لمواضيع شاغلة لفكرهم بالقراءة المتمعنة والاستغراق، كما أنه قد تهمهم قراءة النسخ الإلكترونية لصحف ذلك اليوم من خلال صيغة PDF أو HTML أو للغد عبر الاطلاع المسبق على آخر التحديثات بشكل فوري في وقت متأخر من الليل. وهي ذات التفسيرات الموضحة لاحتلال فترة المساء مرتبة ثالثة بنسبة 14.7%. وأخيرا فترة الظهيرة بـ 5.6 %، قد يشرحها تفرغهم من الحصص التدريسية أو وجود فراغات بينها بإمكانهم فيها الاطلاع في عجلة على موقع أو أكثر عبر هواتفهم النقالة بغرض المعرفة أو التسلية.

جدول رقم (13): يوضح عدد مرات استخدام الصحافة الإلكترونية

الجزائرية في الأسبوع

عدد مرات الاستخدام في الأسبوع	ك	%
يومية	121	37,9
أكثر من ثلاث مرات في الأسبوع	105	32,9
مرتان في الأسبوع	43	13,5
مرة واحدة في الأسبوع	50	15,7
Σ	319	100,0

من خلال الأرقام المسجلة في الجدول رقم (13) يتبين أن أكثرية النخبة الأكاديمية انقسمت من حيث عدد مرات استخدام الصحف الإلكترونية في الأسبوع بين يوميا بنسبة 37.9% وأكثر من ثلاث مرات في الأسبوع بنسبة 32.9 %، وهو ما يعني وجود اهتمام معتبر بالصحافة الإلكترونية بين أوساط النخبة الأكاديمية بالنظر إلى الأهمية التي أصبحت تكتسبها مصادر المعلومات الإلكترونية في العالم بأسره وليس في الجزائر فقط. فهذه المصادر الجديدة تتيح للأفراد تجاوز مستوى المسافة المطلوبة لعملية الاتصال، أي أنها تتيح للفرد أن يدخل في علاقة مع أي شخص كان وفي أي مكان دون أي إحساس بصعوبة الاتصال المباشر، فعالم الاتصال اليوم يتجاوز حدود وسائل الإعلام الجماهيرية التقليدية بفضل ما توفره شبكة الإنترنت من تواصل فوري، دائم وتفاعلي (جاسم محمد جرجيس، بديع قاسم، 1998، 268). بينما يقوم 15.7 % من المبحوثين بمطالعة الصحف الإلكترونية مرة واحدة في الأسبوع فقط، و 13.5 % يطالعونها مرتان في الأسبوع على الأقل، ونجد هذا التفاوت في النسب راجع إلى اختلاف درجات اهتمام النخبة بمطالعة الصحف الإلكترونية تبعا لعدة أسباب منها الانشغال الدائم بالنشاطات البحثية والبيداغوجية خاصة أن أغلبية العينة من الشباب ممن لا يزالون يحضرون أطروحات دكتوراه.

2-1- تفضيلات النخبة الأكاديمية الجزائرية في الصحافة الإلكترونية

جدول رقم (14): يوضح تفضيلات النخبة الإلكترونية بين مختلف الدوريات الإلكترونية المحلية والأجنبية

الرتبة	%	المجموع	الجداء	معامل الترجيح	ك	الرتبة	الصحيفة
1	43.42	872	711	3	237	1	دوريات إلكترونية جزائرية
			158	2	79	2	
			3	1	3	3	
2	30.72	617	228	3	76	1	دوريات إلكترونية عربية
			292	2	146	2	
			97	1	97	3	
3	25.84	519	180	3	60	1	دوريات إلكترونية غربية
			160	2	80	2	
			179	1	179	3	
	100,00	2008					

تتوفر حاليا شبكة الإنترنت على الملايين من المواقع الإلكترونية في مختلف التخصصات والميادين (الإعلامية، السياسية، الاجتماعية، الاقتصادية، الثقافية، الدينية، التعليمية... الخ)، ولقد احتلت في السنوات الأخيرة مواقع الصحف الإلكترونية مكانة هامة ضمن الشبكة وهذا راجع لتنوع الخدمات التي تقدمها الصحف الإلكترونية على المستوى العالمي. ووسط ذلك يخوض الإعلام الجزائري غمار التجربة الإعلامية المكتوبة والإلكترونية في عصر مليء بالتحديات على مستوى كل الأصعدة السياسية، الاقتصادية، الاجتماعية، الثقافية، والتكنولوجية، وعلى المستويين الداخلي والخارجي، فالصحافة الإلكترونية الجزائرية تنمو بشكل واضح، ولا تمض فترة طويلة إلا وتؤسس صحيفة جديدة أو قديمة موقعا لها على الشبكة، إلا أنها مازالت في مرحلة البداية بالنسبة لوجودها فيها، إذ ما زالت ذهنية النشر الورقي هي السائدة في معظم الصحف الجزائرية، وغالبيتها لا يتم تحديثها على مدار الساعة بل هي نسخة إلكترونية للصحيفة الورقية مما أدى إلى إهمال الإمكانيات التفاعلية للإنترنت.

ومع ذلك فإن النخبة الأكاديمية تعد وفيه لها فقد اختارت الصحافة الإلكترونية الجزائرية في طليعة الدوريات التي تطلعتها على الإنترنت كما يبينه الجدول رقم (14)، إذ حصلت على نسبة تكاد تكون النصف بـ 43.42 % وهي نسبة مقاربة لما تحصل عليه الباحث حمدي محمد الفاتح فقد تقدمت الصحف الإلكترونية الجزائرية في دراسته على نظيرتها العربية والأجنبية بنسبة 53.93 % (حمدي محمد الفاتح، مرجع سبق ذكره، 221)، تليها مباشرة الدوريات الإلكترونية العربية من صحف ومجلات عامة ومتخصصة في المرتبة الثانية بنسبة 30.72 %، يعود تراجعها بالنسبة للجزائرية، كون هذه الأخيرة تجذب اهتمام المستخدمين بما تنشره من أخبار وتفاصيل

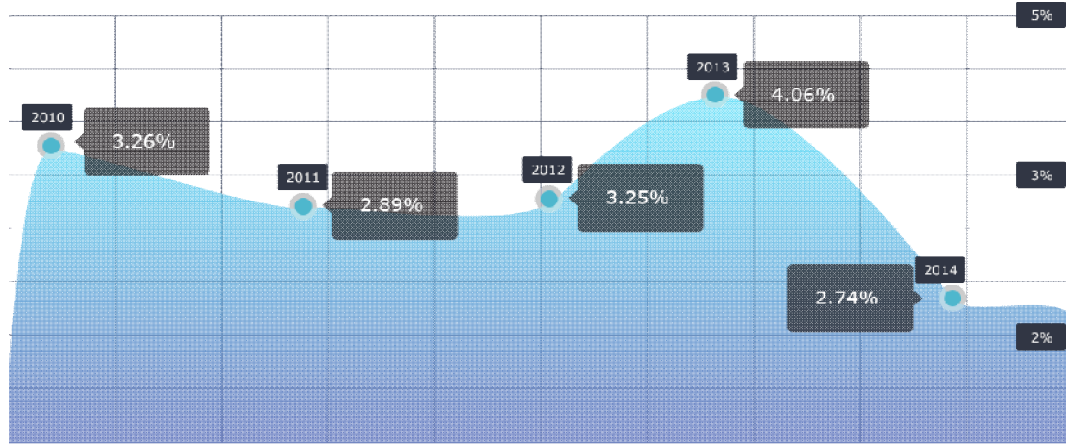
عن الحياة اليومية للمجتمع الجزائري، إضافة إلى مختلف الأخبار المتعلقة بالتعليم العالي والجامعة الجزائرية وما تحمله الفترة الراهنة من إصلاحات عميقة تمس هذا القطاع الحساس الذي تنتمي إليه عينة دراستنا.

ثم الدوريات الغربية بنسبة 25.84 % من عينة الدراسة. ويرجع انخفاض نسبة التعرض لها إلى عامل اللغات الحية بشكل عام خاصة منها الإنجليزية المسيطرة فعليا على شبكة الإنترنت بحوالي 42 % من مواقع الشبكة حسب تقرير Internet World Stats في العام 2010. في حين أظهر تقرير صادر عن الاتحاد الدولي للاتصالات أن حجم المحتوى العربي على الإنترنت لا يتجاوز 3%، وأن المملكة الأردنية احتلت المرتبة الأولى من حيث نسبة مساهمتها في صناعة هذا المحتوى. ووفق المدير التنفيذي لشركة الخدمات الآمنة لصناعة البرمجيات فإن حجم المحتوى العربي على الشبكة الدولية لا يمكن مقارنته بأي حال من الأحوال بالمحتوى الإنجليزي أو غيرها من اللغات العالمية، خاصة وأن الجزء الأكبر من المحتوى العربي إما مترجم صرف أو مترجم بتصريف (<http://www.aljazeera.net/news/miscellaneous/2012/4/2/>، 2 أبريل 2012).

كما أشارت دراسة صدرت مؤخراً لموسوعة موضوع العربية الإلكترونية أنه قد بلغ عدد صفحات الإنترنت العربية 660 مليون صفحة منذ تأسيس شبكة الإنترنت وحتى اليوم (2015)، حيث أظهرت نتائج الدراسة التي أعلنتها الموسوعة، أن نسبة مساهمة المحتوى العربي خلال عام 2014 هي 2.74% من نسبة المساهمة العالمية لنفس العام، وهي نسبة متدنية إذا ما قورنت بنسبة عام 2013 التي كانت أعلى من ذلك حيث بلغت 4.06% من نسبة المساهمة العالمية،... وعندما نتحدث عن 660 مليون صفحة عربية أي نسبة 0.89% منذ تأسيس شبكة الإنترنت لليوم من مجموع الصفحات الكلي على الإنترنت، والتي بلغ متوسط مجموعها حوالي 74.5 مليار صفحة هذا يعني أن حجم هذا المحتوى العربي ضعيف جداً ولن يستمر على الرغم من أن اللغة العربية أكثر اللغات انتشاراً حيث تعد اللغة الرابعة على مستوى العالم وبلغ عدد مستخدميها ما يقارب الـ 135.6 مليون مستخدم عربي حسب الدراسات لغاية عام 2013 (<http://www.bbc.com/arabic/scienceandtech>، 04 أبريل 2015) ويوضح الشكل أدناه تذبذب المحتوى العربي على شبكة الإنترنت خلال السنوات الأخيرة (2010-2014). وتجدر الإشارة أن انخفاض استعمال اللغة الأجنبية قد يرجع أيضاً إلى النسبة المحدودة من مفردات النخبة من ذوي اللسان الأجنبي، فقد أظهرت نتائج السمات العامة لهم عن كون 16.3% فقط منهم من ذوي التكوين اللغوي الفرنسي، 24.5% من ذوي التكوين اللغوي المزدوج عربي - فرنسي، و فقط 2.2% من ذوي التكوين اللغوي الإنجليزي.

وهذا الترتيب عموماً هو ما تحصل عليه أيضاً الدكتور رضا عبد الواحد أمين في أطروحته للدكتوراه "استخدامات النخب المصرية للصحافة الإلكترونية وتأثيرها على علاقتهم بالصحافة الورقية"، المنجزة العام 2005 بجامعة الأزهر في مصر. ونالت آنذاك الصحف الإلكترونية المصرية المرتبة الأولى بـ 80.9%، تليها الصحف العربية بنسبة 69.6%، ثم الصحف الأجنبية بنسبة 35.5% من مفردات عينة الدراسة (رضا عبد الواحد أمين 1، مرجع سبق ذكره، 190).

شكل رقم (41): يوضح تذبذب نسب المحتوى العربي عبر شبكة الإنترنت بين سنتي 2010 و 2014



المصدر: (http://www.bbc.com/arabic/scienceandtech · 04 أبريل 2015)

جدول رقم (15): يوضح تفضيلات النخبة للصحف الإلكترونية الجزائرية من حيث لغة الصدور

الرتبة	%	الجداء	معامل الترتيب	ك	الرتبة	الصحيفة	
1	88,66	508	2	254	1	صحافة صادرة باللغة العربية	الصحف من حيث لغة الصدور
2	11,34	65	1	65	2	صحافة صادرة باللغة الفرنسية	
100,00		573					

يظهر الجدول رقم (15) تفضيل النخبة الأكاديمية الجزائرية للصحف الإلكترونية الصادرة باللغة العربية بنسبة 88.66% وهو أمر يعكس تماما نسبة المفردات التي تلقت تكويننا باللغة العربية حيث بلغت 57.1% إضافة إلى 24.5% التي تلقت تكويننا مزدوجا عربي- فرنسي. في حين انخفضت نسبة المبحوثين الذين يطالعون الصحف الإلكترونية الصادرة باللغة الفرنسية إلى 11.34% ويعود ذلك أيضا إلى النسبة المحتمثة للمفرنسين من بين عينة الدراسة والتي بلغت 16.3%. وتتأكد هذه النتيجة بدراسة سابقة كانت أجرتها الباحثة كريمة بوفلاحة عن "الجمهور المتفاعل في الصحافة الإلكترونية دراسة استكشافية لعينة من القراء المتفاعلين في الصحافة الإلكترونية الجزائرية"، حيث سجلت مواقع الصحف المطبوعة على الإنترنت المراتب الأولى من حيث مشاركة المبحوثين فيها، فتحصلت النسخ الإلكترونية للصحف الناطقة باللغة العربية على نسبة 71.21%، تليها الناطقة باللغة الفرنسية بنسبة 14.88% (كريمة بوفلاحة، مرجع سبق ذكره، 238).

جدول رقم (16): يوضح تفضيلات النخبة للصحف الإلكترونية الجزائرية من حيث طبيعة الملكية

الرتبة	%	الجداء	معامل الترجيح	ك	الرتبة	الصحيفة	الصحف من حيث طبيعة الملكية
1	80.52	430	2	215	1	صحافة خاصة	
2	19.48	104	1	104	2	صحافة عمومية	
		534					100,00

بتعديل الدستور الجزائري سنة 1989 دخلت البلاد عهد التعددية السياسية ثم التعددية الإعلامية بعد إصدار قانون الإعلام 1990، مما أنتج صدور العشرات من الصحف الخاصة المستقلة عن الدولة والممثلة لكل الأطياف السياسية الناشئة إلى جانب حزب جبهة التحرير الوطني آنذاك. لكن هذا الانفجار الإعلامي الحر (حوالي 140 عنوانا عموميا وخصوصا، وحزبيا) والذي لم يسبق له مثيل في العالمين العربي والإسلامي، لم يعمر طويلا؛ حيث تجلت بوادر انحرافه منذ البداية، فظهرت مشاكل مهنية مرتبطة بارتفاع تكاليف السحب، ومشاكل الطباعة، الإشهار، والتوزيع، وعدم كفاية دعم الدولة للحق في الإعلام، خاصة فيما يتعلق بالتوزيع للجنوب، التمييز المفرط بين الصحف في التعامل الإعلامي مما ساعد على ارتباط بعض مديري الصحافة الخاصة بالمال ومراكز القرار، فاختراروا سندا ماليا سياسيا، أو أكثر في آن واحد (مجد قيراط، مرجع سبق ذكره، 107، 108). وما زاد الطين بلة هو الوضع الأمني المستجد على الساحة الجزائرية أواخر 1992 مع إلغاء نتائج الانتخابات البرلمانية. وفي ظل ما صادفته الصحافة الخاصة من عراقيل ظل الجمهور الجزائري مرتبطا بها بسبب هامش الحرية الذي عرفته في بداية التسعينيات، وكذا طرحها لمشاكله وهمومه وانشغالاته الكبرى على مر السنوات الـ 25 الماضية، هو ما أدى إلى رسوخ مصداقية معينة لعناوين خاصة بعينها لدى عامة الجزائريين مما رفع من مقروئيتها وشعبيتها داخليا وخارجيا. من أجل ذلك اتضح من خلال نتائج الجدول رقم (16) الارتباط الوثيق للنخبة الأكاديمية بالصحافة الإلكترونية الخاصة على حساب العمومية بنسبة تراوح 80.52 % مقابل 19.48 % من المبحوثين للصحافة العمومية. وسبق أن أرجع الباحث الجزائري نور الدين هادف سيطرة الصحافة الخاصة على الساحة الإعلامية الجزائرية في دراسة حول "التكنولوجيا الحديثة للإعلام والاتصال دراسة في الاستخدامات والإشباع" إلى أسباب تقارب ما قدمته الباحثة سالفا كالاتي:

- 1- تعطش القارئ الجزائري إلى إعلام حر وصادق يعبر عن مشاكله وهمومه اليومية.
- 2- مخلفات التعددية السياسية والتي تمخضت عن أحداث 05 أكتوبر 1988 واتساع رقعة الحريات.
- 3- اهتمام الأحزاب السياسية بتأسيس "صحافة رأي" تكون مقربة منها وتشكيل قاعدة نضالية بعيدا عن الخطاب السلطوي الأحادي.

4- تأثير نوع الخطاب الإعلامي الذي تبنته الصحافة الخاصة التي بدأت تطرق مواضيع ساخنة لم يألفها القارئ الجزائري في الصحافة الحكومية (نور الدين هادف، 2008، 131).

جدول رقم (17): يوضح تفضيلات النخبة للصحف الإلكترونية الجزائرية من حيث نوع وطبيعة مضمونها

الرتبة	%	الجداء	معامل الترجيح	ك	الرتبة	الصحيفة	الصحف من حيث نوع وطبيعة مضمونها
1	82,72	450	2	225	1	صحف عامة (متنوعة المضمون)	
2	17,28	94	1	94	2	صحف متخصصة	
100,00		544					

من خلال الجدول رقم (17) يتضح لنا أن أغلب أفراد العينة يطالعون الصحف الإلكترونية الإخبارية أو الجادة المتنوعة وذلك بنسبة 82.72 %، في حين نسبة 17.28 % يطالعون صحف إلكترونية متخصصة، وقد يرجع ذلك إلى أن الصحف الإخبارية هامة بالنسبة للنخبة فهي تساعدهم في الحصول على المعلومات التي تفيدهم في المجال العملي والعلمي الخاص بهم مما يجعلهم يتجهون إليها أكثر فأكثر، أما فيما يخص الفئة التي تتجه إلى الصحف المتخصصة فهذا يرجع ربما إلى أنها تتناسب مع تخصصاتهم العلمية أو ميولهم، ويمكن أن تكون أيضا دوريات علمية خاصة بالجامعات أو مراكز البحث في مختلف التخصصات الأدبية والعلمية حسبما توصلت إليه دراسة Borrego Angel Angloda، فإن نسبة عالية من أساتذة الجامعات تستخدم الصحف والمجلات الإلكترونية في مجال التعليم والبحث أي الدوريات العلمية المتخصصة، ودراسة Robert Laboree التي أشارت إلى أن الصحافة الإلكترونية أصبحت متاحة وعلى نطاق واسع بين الباحثين (شعيب الغباشي، مرجع سبق ذكره، 54).

جدول رقم (18): يوضح تفضيلات النخبة للصحف الإلكترونية الجزائرية من حيث مجال التوزيع

الرتبة	%	الجداء	معامل الترجيح	ك	الرتبة	الصحيفة	الصحف من حيث مجال التوزيع
1	94,37	570	2	285	1	صحافة وطنية	
2	5,63	34	1	34	2	صحافة جهوية (محلية)	
		604	100,00				

سحقت حسبما يبين الجدول رقم (18) الصحف الإلكترونية الوطنية الشاملة نظيرتها الجهوية أو المحلية في نسب التعرض من طرف النخبة الأكاديمية الجزائرية حيث سجلت نسبة 94.37 % مقابل 5.63 % فقط. ويرجع ذلك أساسا إلى تغطية الصحف الوطنية لكل المجالات الإعلامية الممكنة المحلي، السياسي، الرياضي، الثقافي، الأدبي، الاقتصادي،... إلخ بما يلغي الحاجة للجهوية إلا في حالات خاصة جدا، يفسرها ربما دافع متابعة التغطية الصحفية لنشاطات بعض الأساتذة الباحثين بأنفسهم من بين المبحوثين، أو متابعة أخبار ولاية إقامتهم أو ولاية عملهم.

جدول رقم (19): يوضح تفضيلات النخبة للصحف الإلكترونية الجزائرية من حيث طبيعتها الورقية أو الإلكترونية

الرتبة	%	الجداء	معامل الترجيح	ك	الرتبة	الصحيفة	الصحف من حيث طبيعتها
1	83.36	456	2	228	1	صحف إلكترونية ذات نسخة ورقية	
2	16.64	91	1	91	2	صحف إلكترونية خالصة	
		547	100,00				

من خلال ملاحظتنا للجدول رقم (19) يتضح لنا أن أغلبية أفراد العينة يفضلون مطالعة الصحف الإلكترونية التي لها نظير مكتوب وذلك بنسبة 83.26 %، أما نسبة 16.64 % فيميلون إلى مطالعة الصحف الإلكترونية الخالصة التي ليس لها نظير مكتوب، وهذا قد يرجع إلى تمسك النخبة بالصحف الورقية وبالتالي فقد تعودوا على تلك الصحف وهم يطالعونها إما إلكترونيا أو في شكلها الورقي، أما فيما يخص الذين يطالعون الصحف الإلكترونية التي ليس لها نظير ورقي، فهذا قد يرجع إلى حب الاطلاع على كل الصحف واكتشاف ما لم تنشره الصحف الورقية، أو بحثا عن هامش أوسع من الحرية في الحصول على كل المعلومات والخبيا في

الحياة العامة الجزائرية، فضلا عن البحث عن تفاعل أكبر مع محرريها ومضمونها لأنه وحسب دراسة قام بها كينسي كيث وزملاؤه حول "الإمكانات التفاعلية في الصحف الإلكترونية"، وبعد تحليل أزيد من 100 صحيفة: 12 أمريكية و88 صحيفة من دول العالم الأخرى شرط توفرها على تعدد اللغات. توصل الباحثون إلى أن الصحف التي ليس لها نسخة ورقية تعتمد على التفاعلية أكثر من الصحف التي لها نظير مطبوع حيث يكون اهتمام هيئة التحرير منصبا على النسخة الورقية على حساب الإلكترونية في غالب الأحيان (Keency Keith & al, Opcit).

جدول رقم (20): يوضح تفضيلات النخبة في الصحيفة الإلكترونية من صفحات وروابط

ما الذي تقرأه النخبة في الصحيفة الإلكترونية من صفحات وروابط	ك	%
- تكفي بقراءة الصفحة الأولى (Home page) فقط	11	3,4
- تختار المواضيع من بين العناوين المطروحة في الصفحة الأولى وتدخل إلى روابطها لتقرأها.	149	46,7
- تقرأ الموضوع الذي يثيرك عنوانه سواء كان في الصفحة الأولى أو الروابط الداخلية	76	23,8
- تقرأ مواضيع الرأي بشكل دائم	11	3,4
- تتقصد التعليق على المواضيع التي تهتمك فقط	7	2,2
- تتجول وتقرأ مختلف المواضيع المتاحة عبر جميع روابط الصحيفة	65	20,4
Σ	319	100,0

من خلال الأرقام المحصل عليها من الجدول رقم (20) اتضح لنا أن معظم أفراد العينة انقسموا بين ثلاثة مقترحات فيما يخص الإجابة عن سؤال: ما الذي تقرأه النخبة الأكاديمية في الصحيفة الإلكترونية بالضبط من صفحات وروابط، حيث اتجهوا لمطالعة المواضيع التي تهتمهم فقط عبر اختيارها من الصفحة التمهيديّة للصحيفة والدخول لروابطها الداخلية بنسبة 46.7 %، أما في المرتبة الثانية فجاءت نسبة 23.8 % لصالح قراءة الموضوع الذي يثيرك عنوانه سواء كان في الصفحة الأولى أو الروابط الداخلية، وهو ما يحقق افتراض الجمهور النشط في مدخل الاستخدامات والإشباع، فهو حسب هذين النتيجةين يشارك بدرجة عالية من النشاط في عملية الاتصال بمعنى أن سلوكه هادف ومحدد، يختار ما بين وسائل الإعلام المختلفة ومضامينها، والتي تحدد دوافعه الشخصية وأهدافه واحتياجاته. ذلك ما يؤكد ما سبق وأدلى به إلهيو كاتز حينما أشار إلى

أن دراسة الاتصال باعتباره عملية إقناعية وصلت إلى طريق مسدود لأن الباحثين كانوا يهدفون إلى الإجابة على السؤال التالي: ماذا تفعل الميديا بالناس؟ واقترح من أجل إنقاذ هذا الميدان بأن على الدارسين التحول إلى السؤال التالي: ماذا يفعل الناس بالميديا؟ (محمد فضل الحديدي، 2، 1997، 4). وفي رتبة ثالثة نجد بنسبة 20.4 % أقرت العينة أنها تتجول وتقرأ مختلف المواضيع المتاحة عبر جميع روابط الصحيفة.

أما أقلية قليلة من أفراد العينة فصرّحوا بأنهم يكتفون بقراءة الصفحة الأولى (Home page) فقط ومواضيع الرأي بشكل دائم بنسبة 3.4 % للاحتمالين، وذلك راجع إما إلى أن النخبة الأكاديمية تتوجه إلى الصحف الإلكترونية لأجل الحصول على المعلومات أو مجرد إشباع الفضول للاطلاع على آخر المستجدات في عجلة. أو أن مفرداتها تطلب التحليل والتعليق ونقاش القضايا الراهنة، والتعمق في الأخبار فتتجه مباشرة إلى مواضيع الرأي. ويرجع انخفاض نسبة التعرض لمواد الرأي للوقت الطويل الذي يمكن استغراقه فيها، وهي ذات النسبة تقريبا التي حققتها دراسة لسعيد الغريب النجار حول "استخدام الشباب للصحف الإلكترونية"، مع العلم أن عينة الدراسة الحالية كذلك من الشباب بغالبية 84 % (فئة ما بين 25 و 40 سنة) (شعيب الغباشي، مرجع سبق ذكره، 50). واهتم فقط 2.2 % من المبحوثين بالتعليق على مواضيع تهمهم.

جدول رقم (21): يوضح تفضيلات النخبة لمختلف الموضوعات المطروقة عبر الصحف الإلكترونية الجزائرية

الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	لا أقرؤها نهائيا	أقرؤها أحيانا	أقرؤها باستمرار	الموضوع (الترتيب حسب نتائج الجدول)	
0,73295	2,4044	47	96	176	ك	الموضوعات السياسية (1)
		14,7	30,1	55,2	%	
0,74299	2,0376	82	143	94	ك	أخبار الاقتصاد (7)
		25,7	44,8	29,5	%	
0,72979	2,1442	65	143	111	ك	الموضوعات الثقافية (5)
		20,4	44,8	34,8	%	
0,71067	2,2821	48	133	138	ك	الموضوعات الاجتماعية (4)
		15,0	41,7	43,3	%	
0,80503	1,8150	138	102	79	ك	الموضوعات الرياضية (8)
		43,3	32,0	24,8	%	
0,56680	1,4295	194	113	12	ك	الموضوعات الفنية (13)
		60,8	35,4	3,8	%	
0,77381	2,2414	66	110	143	ك	الأخبار المحلية (3)
		20,7	34,5	44,8	%	

0,72432	2,4044	45	100	174	ك	الأخبار الدولية (2)
		14,1	31,3	54,5	%	
0,64853	1,5016	186	106	27	ك	منتديات الحوار (11)
		58,3	33,2	8,5	%	
0,66097	1,7555	118	161	40	ك	التعليق (10)
		37,0	50,5	12,5	%	
0,75334	2,0408	84	138	97	ك	المقالات وصفحات الرأي(6)
		26,3	43,3	30,4	%	
0,70011	1,9404	88	162	69	ك	استطلاعات الرأي (9)
		27,6	50,8	21,6	%	
0,61678	1,6458	137	158	24	ك	الأرشيف الإلكتروني (12)
		43,0	49,5	7,5	%	
0,7051	1,9725	المتوسط العام				

بينت الدراسة عبر الجدول رقم (21) أن أكثر المضامين تفضيلا في الصحف الإلكترونية الجزائرية من قبل النخبة الأكاديمية الجزائرية هي الموضوعات السياسية حيث حرص 55.2% منهم على قراءتها باستمرار، وذكر 30.1% أنهم يقرؤونها أحيانا، وحوالي 14.7% عن عدم قراءتها نهائيا. وأكد أحد أهم مقاييس النزعة المركزية؛ المتوسط الحسابي الاتجاه الإيجابي للنخبة عموما نحو الموضوعات السياسية إذ سجل قيمة 2,4044 (أي أكبر من 2)، في حين أثبت مقياس التشتت الانحراف المعياري (0,73295) تباينا وتشتتا في إجابات مفردات المبحوثين بالمقارنة مع انخفاضه في مضامين أخرى كالموضوعات الفنية والأرشيف الإلكتروني.. الخ. ويرجع تفضيل النخبة لهذا النوع من المضامين لكون الصحف الإلكترونية مصدرا مهما لها بالنسبة لمستخدمي الإنترنت، وفي مقدمتها الصحف الإخبارية الكبرى التي تتهافت للتحديث ومسايرة كل جديد في مجال السياسة بشكل فوري. وسجلت دراستا كل من الدكتورين حمدي محمد الفاتح ورضا عبد الواحد أمين ذات الترتيب للمضمون السياسي بنسب متقاربة جدا مع ما توصلت إليه الدراسة الحالية.

في حين ترتبت الموضوعات الدولية كثاني مضمون يتابعه أفراد النخبة الأكاديمية إذ أصر 54.5% منهم على قراءتها باستمرار، وذكر 31.3% أنهم يقرؤونها أحيانا، وحوالي 14.1% عن عدم قراءتها نهائيا. وأكد المتوسط الحسابي الاتجاه الإيجابي للنخبة عموما نحو الموضوعات الدولية إذ سجل على غرار الموضوعات السياسية قيمة 2,4044، في حين أثبت الانحراف المعياري (0,72432) تباينا وتشتتا في إجابات مفردات المبحوثين بشكل أقل بقليل من المضامين السياسية، ولكن أكثر من مضامين أخرى كالفنية والأرشيف ومنتديات الحوار والتعليق.

أما المواضيع المحلية فجاءت في مرتبة ثالثة إذ عرّ 44.8 % منهم عن قراءتها باستمرار، وأشار 34.5 % أنهم يقرؤونها أحيانا، وأقر 20.7 % عن عدم قراءتها نهائيا. وأكد المتوسط الحسابي الاتجاه الإيجابي للنخبة عموما نحو الموضوعات المحلية إذ سجل على غرار الموضوعات السياسية والدولية قيمة 2,2414، وهي في الحقيقة ثالث قيمة من حيث ترتيب المتوسطات الحسابية بعد تساوي كل من الموضوعات السياسية والدولية في القيمة، ثم تليهما قيمة الموضوعات الاجتماعية فالمحلية. وأثبت الانحراف المعياري عدم اتفاق وتباينا في إجابات مفردات المبحوثين بقيمة (0,77381) أكبر من المضامين السياسية والدولية، مع العلم أنه التباين الثاني في آراء مفردات النخبة حول مجموع المضامين المطروحة في السؤال بعد التباين الحاصل حول المضامين الرياضية بقيمة 0,80503. وسبق أن أثبتت العديد من الدراسات اتجاها إيجابيا لدى كافة أطراف الجمهور نحو المواد الإخبارية في الصحافتين الورقية والإلكترونية على حد سواء، فقد احتلت المراتب الثلاث في معظم تلك الدراسات كل من الأخبار السياسية والدولية والمحلية (المرجع السابق، 66).

في حين أن المواضيع الاجتماعية احتلت المرتبة الرابعة إذ انقسمت النخبة الأكاديمية بين 43.3 % منهم عبروا عن قراءتها باستمرار، وأشار 41.7 % أنهم يقرؤونها أحيانا، وأقر 15 % عن عدم قراءتها نهائيا. وأثبت المتوسط الحسابي وجود اتجاه إيجابي للنخبة عموما نحو الموضوعات الاجتماعية إذ سجل على غرار الموضوعات السياسية والدولية والمحلية قيمة 2,2821، وهي في الحقيقة ثاني قيمة من حيث ترتيب المتوسطات الحسابية بعد تساوي كل من الموضوعات السياسية والدولية في القيمة. وأكد الانحراف المعياري عدم اتفاق وتباينا (0,71067) في إجابات مفردات المبحوثين بقيمة أقل بقليل من المضامين السياسية والدولية والمحلية.

وقد احتلت المواضيع الثقافية المرتبة الخامسة إذ انقسمت النخبة الأكاديمية بين 34.8 % منهم عبروا عن قراءتها باستمرار، وأشار 44.8 % أنهم يقرؤونها أحيانا، وصرح 20.4 % عن عدم قراءتها نهائيا. وأكد المتوسط الحسابي وجود اتجاه إيجابي للنخبة عموما نحو الموضوعات الثقافية إذ سجل على غرار الموضوعات السياسية والدولية والمحلية والاجتماعية قيمة 2,1442، وهي في الحقيقة رابع قيمة من حيث ترتيب المتوسطات الحسابية بعد تساوي كل من الموضوعات السياسية والدولية في القيمة، وتلتها قيم كل من الاجتماعية والمحلية. وأكد الانحراف المعياري عدم اتفاق وتباينا في إجابات مفردات المبحوثين بقيمة 0,72979 في تقارب كبير مع درجة التباين حول المواضيع الدولية.

في حين جاءت مقالات وصفحات الرأي في المرتبة السادسة حيث انقسمت مفردات النخبة الأكاديمية بين 30.4 % منهم عبروا عن قراءتها باستمرار، وأكد 43.3 % أنهم يقرؤونها أحيانا، وصرح 26.3 % عن عدم قراءتها نهائيا. وأكد المتوسط الحسابي وجود اتجاه إيجابي للنخبة عموما نحو مقالات وصفحات الرأي إذ سجل على غرار الموضوعات السياسية والدولية والمحلية والاجتماعية والثقافية قيمة 2,0408، وهي في الحقيقة خامس قيمة من حيث ترتيب المتوسطات الحسابية بعد تساوي كل من الموضوعات السياسية والدولية في القيمة،

وتلتها قيم كل من الاجتماعية والمحلية والثقافية. وأثبت الانحراف المعياري عدم اتفاق وتباينا في إجابات مفردات المبحوثين بقيمة 0,72979 في تقارب كبير مع درجة التباين حول المواضيع الدولية.

وكشفت الدراسة أن أخبار الاقتصاد جاءت في المرتبة السابعة حيث أصرت مفردات النخبة الأكاديمية بنسبة 44.8 % منهم عن قراءتها أحيانا، وأكد 29.5 % أنهم يقرؤونها باستمرار، وصرح 25.7 % عن عدم قراءتها نهائيا. وبرهن المتوسط الحسابي وجود اتجاه إيجابي ضعيف جدا للنخبة عموما أخبار الاقتصاد إذ سجل قيمة هي الأضعف بين الموضوعات السياسية والدولية والمحلية والاجتماعية والثقافية ومقالات وصفحات الرأي بـ 2,0376، وهي في الحقيقة سادس وآخر قيمة إيجابية من حيث ترتيب المتوسطات الحسابية بعد تساوي كل من الموضوعات السياسية والدولية في القيمة، وتلتها قيم كل من الاجتماعية والمحلية والثقافية ومقالات وصفحات الرأي. وأكد الانحراف المعياري عدم اتفاق وتباينا كبيرين في إجابات مفردات المبحوثين بقيمة 0,74299.

واحتلت المواضيع الرياضية المرتبة الثامنة إذ أكدت النخبة الأكاديمية بنسبة 43,3 % منهم عن عدم قراءتها نهائيا، وأشار 32 % أنهم يقرؤونها أحيانا، وصرح فقط 24,8 % عن قراءتها باستمرار. وأكد المتوسط الحسابي وجود اتجاه سلبي للنخبة عموما نحو الموضوعات الرياضية إذ سجل قيمة 1,8150 أي أقل من 2. وأثبت الانحراف المعياري أن عدم الاتفاق والتشتت بلغ ذروته في إجابات مفردات المبحوثين بقيمة 0,80503 في أعلى قيمة سجلت بين كل الموضوعات.

في حين جاءت استطلاعات الرأي في المرتبة التاسعة حيث صرحت مفردات النخبة الأكاديمية بنسبة 50,8 % أنهم يقرؤونها أحيانا، وأكد 27.6 % أنهم لا يقرؤونها نهائيا، وأشار فقط 21.6 % إلى قراءتها باستمرار. وبرهن المتوسط الحسابي وجود اتجاه سلبي للنخبة عموما نحو استطلاعات الرأي، فهم يعارضون التعرض لها، إذ سجل قيمة 1,9404 أي أقل من 2. وأكد الانحراف المعياري أن عدم الاتفاق والتشتت بلغ قيمة 0,70011 في إجابات مفردات المبحوثين.

وقد احتلت التعاليق المرتبة العاشرة إذ أكدت النخبة الأكاديمية بنسبة 50,5 % أنهم يقرؤونها أحيانا، وأكد 37 % أنهم لا يقرؤونها نهائيا، وأشار فقط 12.5 % إلى قراءتها باستمرار. وأكد المتوسط الحسابي وجود اتجاه سلبي للنخبة عموما نحو التعاليق، فهم يعارضون التعرض لها، إذ سجل قيمة 1,7555 أي أقل من 2. وأثبت الانحراف المعياري أن عدم الاتفاق والتشتت بلغ قيمة 0,66097 في إجابات مفردات المبحوثين.

وكشفت نتائج الدراسة أن المنتديات أتت في المرتبة الحادي عشرة بنسبة عدم قراءة لها نهائيا بـ 58.3 %، وأكد 33.8 % أنهم يقرؤونها أحيانا، وأشار فقط 8.5 % إلى قراءتها باستمرار. وأكد المتوسط الحسابي وجود اتجاه سلبي للنخبة عموما نحو منتديات الحوار، فهم يعارضون التعرض لها، إذ سجل قيمة 1,5016 أي أقل من 2. وأثبت الانحراف المعياري أن عدم الاتفاق والتشتت بلغ قيمة 0,64853 في إجابات مفردات المبحوثين، وهي قيمة أقل من قيم أخرى خاصة بالمواضيع السياسية، والدولية، والمحلية، والاجتماعية،

والثقافية، والمقالات وصفحات الرأي، والرياضية، وأخبار الاقتصاد، استطلاعات الرأي والتعليق مما يعني أنه هناك اتفاقاً أكبر بين مفردات العينة حول درجات التعرض لمنتديات الحوار.

في حين أن الأرشيف الإلكتروني جاء في المرتبة الثاني عشرة حيث انقسمت النخبة بنسبة 49,5 % بين من يقرؤونه أحيانا، و43 % ممن لا يقرؤونه نهائيا، وأشار فقط 7.5 % إلى قراءته باستمرار. وأكد المتوسط الحسابي وجود اتجاه سلبي للنخبة عموما نحو الأرشيف الإلكتروني، فهم يعارضون التعرض له، إذ سجل قيمة 1,6458. وأثبت الانحراف المعياري أن عدم الاتفاق والتشتت بلغ قيمة 0,61678 في إجابات مفردات المبحوثين.

وقد أسفرت نتائج الدراسة أن الموضوعات الفنية جاءت في ذيل القائمة (المرتبة الثالث عشرة) إذ انقسمت النخبة بنسبة 60.8 % بين من لا يقرؤونها أبدا، و35.4 % ممن يقرؤونها أحيانا، وأشار فقط 3.8 % إلى قراءتها باستمرار. وأكد المتوسط الحسابي وجود اتجاه سلبي للنخبة عموما نحو الموضوعات الفنية، فهم يعارضون التعرض لها، إذ سجل قيمة 1,4295. وبلغ الانحراف المعياري ذروة الانخفاض بقيمة 0,56680 في إجابات مفردات المبحوثين، مما يدل على اتفاق أكبر في الإجابات أي ميل النخبة نحو عدم قراءة المواضيع الفنية نهائيا.

وعلى العموم فقد أبدى أفراد النخبة الأكاديمية اتجاها إيجابيا نحو مختلف الموضوعات والصفحات المطروقة في الصحف الإلكترونية الجزائرية إذ قاربت قيمة المتوسط الحسابي الـ 2 بـ 1,9725، في حين أثبت التحليل الإحصائي عبر الانحراف المعياري اختلافا وتشتتا في آراء المبحوثين بين بعضهم البعض فقد بلغت قيمته 0,7051.

جدول رقم (22): يوضح ما الذي يشد النخبة الأكاديمية بشكل أكبر في مواقع الصحف الإلكترونية الجزائرية

الذي يشد النخبة أكثر في مواقع الصحف الإلكترونية الجزائرية	ك	%
المواضيع	212	66,5
التصميم والشكل	5	1,6
الاثنان معا	55	17,2
الأدوات التفاعلية (المنتديات، التعليق، استطلاعات الرأي...)	47	14,7
Σ	319	100,0

دخلت صناعة الصحافة مرحلة جديدة تتحكم فيها التقنية الرقمية في مختلف أطرافها وعملياتها بدء من إعداد المادة التحريرية مرورا بتصميم الصفحات وصولا إلى إخراجها، ووفق هذا النظام الجديد للإنتاج الرقمي للصحف سوف تتحد حدود الكلمة والصورة والرسوم والصوت والتي ستعمل معا وبشكل تفاعلي لإنتاج مستندات

وثائق ذات جودة ودقة ومرونة، إذ تقوم فكرة الإنتاج الرقمي (Digital Production) للصحيفة على أساس التجميع الكامل لعناصر الصفحات من نصوص وصور ورسوم وإعلانات وغيرها من العناصر البنائية على شاشة حاسوب واحد يضم المراحل الإنتاجية كلها، أو على مجموعة من الحاسبات المرتبطة معاً من خلال شبكة إنتاجية واحدة. ويحقق إخراج الصحف الإلكترونية بالذات العديد من الأبعاد الاتصالية للمضامين المقدمة؛ وتتمثل هذه الأبعاد في إضافة معانٍ للرسالة الإعلامية، إلى جانب إضافة البعد التفاعلي الذي يعد سمة من السمات الرئيسية للاتصال عبر الإنترنت. كما يمكن من خلال إخراج الصحف الإلكترونية إكساب هذه الصحف شخصيات متميزة تعبر عن هويتها الخاصة التي تتفرد بها كل صحيفة على حدة، كما يحقق ربط المضامين المقدمة بسياقها التاريخي والجغرافي، والاقتصادي... الخ من العناصر البنائية والوظيفية التي تجعل الجمهور منجذباً نحو وسيلة بعينها دون أخرى. وفي سؤال حول الذي يشد النخبة الأكاديمية في مواقع الصحف الإلكترونية الجزائرية أشارت نتائج الجدول رقم (22) إلى أن جل مفردات النخبة تتجذب إلى المواضيع أكثر من أي شيء آخر بنسبة 66.5 %، وهو ما قد يؤكد عقلانية تعاملها مع الصحف الإلكترونية وشبكة الإنترنت عموماً بالنظر إلى المستوى الثقافي والفكري الذي تتمتع به كوادرات الجامعات الجزائرية المختلفة من جهة، وترشيد الاستهلاك الإعلامي أي عدم انجرار المبحوثين وراء العناصر الغرافيكية والشكلية المبهرة من جهة ثانية. وقد أثبتت دراسة لسوزان مينغز (Suzan M.Mings)، أنجزتها في العام 1998 حول "استخدامات الصحف الإلكترونية المنشورة على الإنترنت" أن الجمهور يقضي أغلب الوقت في مطالعة الصفحات المكونة بشكل كلي أو جزئي من النصوص (شريف درويش اللبان 1، مرجع سبق ذكره، 113)، مما يؤكد نتيجة الدراسة الحالية. أما 17.2 % من النخبة فأكدوا انجذابهم للمواضيع والشكل والتصميم على حد سواء. وعبر فقط 14.7 % منهم عن اهتمامهم أكثر بالأدوات التفاعلية (المنتديات، التعليقات، استطلاعات الرأي... الخ) من مكونات أخرى للصحف الإلكترونية. وانبهرت أقلية قليلة جداً بشكل وتصميم المواقع بنسبة 1.6 %، وهو ما يدل أصلاً على عدم إيلاء الصحف الجزائرية في معظمها لعنصر الإبهار البصري والإيقان الشكلي والتصميمي للمواقع.

جدول رقم (23): يوضح تفضيلات النخبة بين مختلف الصحف الإلكترونية الجزائرية

الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	أقروها أحيانا	أقروها غالبا	أقروها دائما	الموقع (الترتيب حسب أليكسا جوان 2015)
0,61383	2,6364	23	70	226	ك
		7,3	21,9	70,8	%
0,52187	2,7179	11	68	240	ك
		3,4	21,3	75,3	%
0,84729	1,9530	122	90	107	ك
		38,2	28,2	33,5	%
0,53506	1,2853	241	65	13	ك
		75,5	20,4	4,1	%
0,55714	1,2978	240	63	16	ك
		75,2	19,7	5,0	%
0,51223	1,2476	252	55	12	ك
		79,0	17,2	3,8	%
0,70827	1,5266	191	88	40	ك
		59,9	27,6	12,5	%
0,48421	1,1975	268	39	12	ك
		84,0	12,2	3,8	%
0,57665	1,3229	234	67	18	ك
		73,4	21,0	5,6	%
0,76420	1,5799	188	77	54	ك
		58,9	24,1	16,9	%
0,64844	1,4201	213	78	28	ك
		66,8	24,5	8,8	%
0,72398	1,5580	185	90	44	ك
		58,0	28,2	13,8	%
0,62805	1,3386	238	54	27	ك
		74,6	16,9	8,5	%
0,61146	1,4483	196	103	20	ك
		61,4	32,3	6,3	%

0,61852	1,4828	186	112	21	ك	المساء (648)
		58,3	35,1	6,6	%	
0,75438	2,0094	89	138	92	ك	(48) El Watan
		27,9	43,3	28,8	%	
0,68068	1,5361	182	103	34	ك	(433) El Moudjahid
		57,1	32,3	10,7	%	
0,86680	1,7555	168	61	90	ك	(78) Le soir d'Algérie
		52,7	19,1	28,2	%	
0,83156	1,7618	157	81	81	ك	(83) Liberté
		49,2	25,4	25,4	%	
0,57019	1,3197	234	68	17	ك	(840) Horizons
		73,4	21,3	5,3	%	
0,51650	1,2320	259	46	14	ك	(3060) El Acil
		81,2	14,4	4,4	%	
0,56176	1,2665	253	47	19	ك	(286) L'Expression
		79,3	14,7	6,0	%	
0,57157	1,2915	245	55	19	ك	(297) Le Matin
		76,8	17,2	6,0	%	
0,37922	1,1285	283	31	5	ك	(5613) La Tribune
		88,7	9,7	1,6	%	
0,78055	1,4953	218	44	57	ك	Le Quotidien d'Oran (149)
		68,3	13,8	17,9	%	
0,35092	1,1097	288	27	4	ك	Le Jeune Indépendant (1108)
		90,3	8,5	1,3	%	
0,38302	1,1411	278	37	4	ك	La Nouvelle (1760) République
		87,1	11,6	1,3	%	
0,50832	1,2790	239	71	9	ك	(55) Le Butteur
		74,9	22,3	2,8	%	
0,56459	1,2351	266	31	22	ك	L'Echo d'Oran (1732)
		83,4	9,7	6,9	%	
0,34380	1,1034	290	25	4	ك	La Dépêche de (714) Kabylie
		90,9	7,8	1,3	%	
0,35100	1,0940	295	18	6	ك	Le Courier d'Algérie

		92,5	5,6	1,9	%	(2842)
0,37862	1,1034	294	17	8	ك	(974) Le temps d'Algérie
		92,2	5,5	2,5	%	
0,47608	1,1473	288	15	16	ك	(2537) Le Maghreb
		90,3	4,7	5,0	%	
0,5751	1,4439	المتوسط العام				

بلغ عدد العناوين الصحفية في الجزائر 291 عنوانا عام 2008، وبسحب يومي قياسي يصل إلى مليونين و430 ألف نسخة يوميا ويبلغ عدد اليوميات 65 عنوانا منها 57 يومية شاملة، و03 يوميات اقتصادية، و05 رياضية وبسحب يومي يقدر بمليونين و160 ألف نسخة. وتبقى الصحف الجزائرية تحتفظ بنوعها التقليديين (الناطقة باللغة العربية والناطقة الفرنسية)، حيث يبلغ عدد اليوميات الناطقة باللغة العربية 32 عنوانا، وتتمتع بقدرة سحب مرتفعة (مليون و255 ألف نسخة)، أما اليوميات الناطقة باللغة الفرنسية فتقدر بـ 33 عنوانا لكنها تسحب أقل من الصحف "العربية" (900 ألف نسخة يوميا). من جهة أخرى يشهد عدد الأسبوعيات ارتفاعا مهما (89 عنوانا)، مقارنة بالمراحل السابقة في الجزائر، في حين يبلغ عدد الدوريات 213 دورية، منها 76 دورية متخصصة و137 دورية تصدر بصفة غير منتظمة (نور الدين هادف، مرجع سبق ذكره، 138).

بالموازاة مع هذا التطور الورقي، نجد أن التواجد الإلكتروني لهذه الصحف بالذات وأخرى إلكترونية خالصة في تزايد مستمر خصوصا في السنوات الأخيرة، وسبق أن عدت الباحثة 136 صحيفة إلكترونية جزائرية من خلال مسح شامل قامت به خلال شهر كامل (جويلية 2014). وفي سؤال حول هوية الصحف الإلكترونية الجزائرية المفضلة لدى مفردات النخبة الأكاديمية، أسفرت نتائج الجدول رقم (23) عن تفضيلهم لخمس (5) صحف كبرى في الجزائر، ثلاث منها ناطقة باللغة العربية وإثنين ناطقة باللغة الفرنسية، وهي كلها ذات نظير ورقي، فضلا عن واحدة فقط إلكترونية خالصة وهي كل شيء عن الجزائر (TSA)، حيث عبر أزيد من 95 % من المبحوثين عن الاطلاع الدائم عليها وقراءتها باستمرار. وقد ترتبت هذه الصحف كالاتي:

جاءت في طليعة الترتيب صحيفة الخبر بعد (TSA) باتجاه ايجابي نحوها بلغت قيمة المتوسط الحسابي معه 2,7179، وهي القيمة الأعلى المسجلة بين مختلف الصحف الإلكترونية الجزائرية المذكورة في الجدول مع اتفاق نسبي حول هذا الاتجاه وضعف التشتت والتباين بقيمة انحراف معياري بلغت 0,52187. وهي الصحيفة التي تصدر بالجزائر العاصمة وتعد من كبريات الجرائد في الجزائر وفي العالم العربي من حيث السحب والمقروئية لدى غالبية فئات المجتمع، حيث كانت من أوائل الصحف الجزائرية الناطقة باللغة العربية إنشاء لموقعها الإلكتروني، فضلا عن تحقيقها لأعداد سحب عالية بلغت نصف مليون نسخة. وفي الثالث من نوفمبر 2010 نشرت الخبر مقالا للصحفي حفيظ صواليلي تحت عنوان " الخبر ضمن أكبر 200 صحيفة على المستوى العالمي"، جاء فيه: صنف الدليل الدولي للإعلام والصحافة يومية "الخبر" في المرتبة 122 على

المستوى العالمي من مجموع 200 صحيفة، في قائمة إجمالية تضم أكثر من 7000 وسيلة إعلامية وصحيفة منتشرة عبر القارات الخمس. متخطية بذلك العديد من العناوين الكبرى في أوروبا والولايات المتحدة من بينها: لونغول أوبسرفاتور ودائلي ميرور البريطانية وألموندو الإسبانية. كما تم تصنيف "الخبر" أيضا في المرتبة الثانية إفريقيا مباشرة بعد الأهرام المصرية. كما صنفت الهيئة الدولية المتخصصة أيضا جريدة "الخبر" ضمن اليوميات العشر الأولى عربيا وبالضبط في الرتبة التاسعة، بعد الأهرام المصرية والشرق الأوسط السعودية والوطن الكويتية والجزيرة السعودية أيضا إلى جانب عرب نيوز السعودية وغولف تايم القطرية والوطن العمانية وغولف دايلي نيوز البحرينية (حمدي محمد الفاتح، مرجع سبق ذكره، 230). ونظير ذلك عبرت أزيد من 75,3 % من النخبة عن قراءة هذه الصحيفة الإلكترونية باستمرار، وأشار 21.3 % أنهم يقرؤونها غالبا، وأصر 3.4 % فقط على قراءتها أحيانا.

فيما احتلت جريدة الشروق أون لاين المرتبة الثانية في قائمة الترتيب، بنسبة قراءة مستمرة بلغت 70,8 % بين أوساط النخبة الأكاديمية، و 21.9 % لقراءتها غالبا، و فقط 7.3 % لقراءتها أحيانا. محققة بهذه النسب اتجاهها إيجابيا لدى النخبة نحو قراءتها والتعرض إليها بانتظام، بمتوسط حسابي بلغت قيمته 2,6364، ولكن على الرغم من هذا الاتجاه إلا أن تشتت آراء الباحثين وتباينهم كان واضحا من خلال قيمة الانحراف المعياري المرتفعة نسبيا 0,61383 (مقارنة بقيم أخرى كالقيمة الخاصة بجريدة الخبر). ويفسر احتلال هذه الصحيفة للمراتب الأولى من حيث تعرض النخبة الأكاديمية إلى عدة أسباب أهمها:

- احتلالها للمراتب الأولى جزائريا وعربيا في نسب التعرض لها وتصفح موقعها، فهي تحتل منذ سنوات المرتبة الأولى بين وسائل الإعلام والتراتب ما بين 10-18 بين أقوى المواقع تصفحا في الجزائر حسب تصنيف مؤسسة أليكسا الأمريكية.
- تطويرها المستمر والمتلاحق لموقعها من حيث التصميم والخدمات التفاعلية، حيث كانت السبابة في فتح المجال أمام المستخدمين للمشاركة بمضامين من إنتاجهم ونشرها عبر موقعها كخدمتي "شارك برأيك" و"مصورون".
- استخدامها لنظام البوابة وجمعها من خلاله لعدة صفحات مواقع تغطي جميع اهتمامات وميول كل فئات الجمهور تقريبا.

وكشفت الدراسة أن المرتبة الثالثة كانت من نصيب موقع الوطن El Watan، وذلك مفهوم جدا بالنظر إلى أنها الصحيفة الأولى جزائريا التي خاضت تجربة الصحافة الإلكترونية أواخر نوفمبر 1997، زيادة على كونها ناطقة باللغة الفرنسية أي أنها تناسب فئة معتبرة من عينة الدراسة 16.3 % ممن تلقوا التكوين اللغوي الفرنسي و 24.5 % التكوين اللغوي المزودج فرنسي-عربي أي 40.8 % من العينة وهو تقريبا نصفها. وحققت هذه الصحيفة اتجاهها إيجابيا لدى النخبة حول قراءتها والتعرض إليها، بمتوسط حسابي بلغت قيمته 2,0094، ولكن على الرغم من هذا الاتجاه إلا أن تشتت آراء الباحثين وتباينهم كان واضحا جدا من خلال

قيمة الانحراف المعياري المرتفعة 0,75438. وبذلك تكون النخبة الأكاديمية قد أجابت بنسبة 43,3 % لصالح قراءة هذه الصحيفة غالبا، ونسبة 28,8 % لقراءتها باستمرار. في حين عبر 27,9 % عن قراءتها أحيانا. ويعكس واقع مؤسسة الوطن هذا التقدم؛ إذ تعد هي الأخرى من المؤسسات الصحفية الرائدة على الساحة الجزائرية، بل وتحتل المرتبة الأولى من حيث المقروئية والتصفح بين الصحف الجزائرية المفرنسة.

أما المرتبة الرابعة فقد آلت إلى موقع صحيفة النهار أون لاين بمتوسط حسابي قريب إلى العدد 2، بلغت قيمته 1,9530، واختلاف حاد في الآراء عكسته القيمة المرتفعة للانحراف المعياري، حيث عدت من بين الأكثر ارتفاعا بـ 0,84729، اتضح ذلك جليا من خلال الانقسام الكبير حول التعرض لها بين 38,2 % من المبحوثين ممن يقرؤونها أحيانا، ونسبة 33,5 % من الذين يواظبون على قراءتها باستمرار، و 28,3 % ممن يقرؤونها غالبا، لتميل الكفة عموما لصالح قراءتها بحوالي 71.7 % . وتعد مؤسسة النهار من المؤسسات الخاصة الحديثة النشأة نوعا ما، إذ دخلت الساحة الإعلامية في العام 2007 فقط، ولكنها استطاعت أن تجد لنفسها مكانا مع قائمة الأوائل متابعة واستقطابا للجماهير. يعود سبب اختلاف النخبة حول التعرض لها إلى تركيز هذه الجريدة وميلها إلى الأحداث الحركية والعنف والأمور العاطفية، وهذا ما يثير حفيظة الفئة المثقفة التي نحن بصدد دراسة استخداماتها وإشباعاتها لمختلف الخدمات التفاعلية في الصحف الإلكترونية الجزائرية.

واحتلت صحيفة Liberté المرتبة الخامسة بين خيارات النخبة الأكاديمية، حيث حققت اتجاها يميل إلى السلبية بمتوسط حسابي قدره 1,7618 مما استدعى انقساما حادا في آراء النخبة حيث بلغ الانحراف المعياري قيمة 0,83156، وهي القيمة الثالثة من حيث الارتفاع بعد قيمتي Le soir d'Algérie والنهار أون لاين. والحقيقة أن النخبة الأكاديمية انقسمت بين من يقرؤها أحيانا بنسبة 49,2 %، ومن يقرؤها غالبا بـ 25.4 %، وبذات النسبة لمن يقرؤها باستمرار. على الرغم من أن Liberté من الصحف الإلكترونية الجزائرية الكبرى بالنظر إلى كونها من أقدم الصحف الورقية الخاصة ظهورا، ومن أوائل المواقع الإلكترونية نشأة خلال العام 1998.

تقع بين الفئة السابقة وفئة الصحف الأقل قراءة على الإطلاق، فئة من الصحف الإلكترونية توسطت نسب التعرض، فنالت نسب قراءة ضئيلة (أحيانا) تراوحت بين 50 % إلى 70 % ، نقدمها في الآتي مرتبة تصاعديا حسبما جاء في الجدول من نتائج: Le soir d'Algérie (52.7%)، El Moudjahid (57.1%)، الجزائر نيوز (58%)، المساء (58.3%)، الهدف (58.9%)، البلاد (59.9%)، أخبار اليوم (61.4%)، والخبر الرياضي (66.8%).

على العموم فقد حققت غالبية الصحف المذكورة في الجدول فيما عدا الصحف أعلاه نسبا متدنية جدا للتعرض حيث نالت الكثير منها ما يفوق نسبة 70 % للقراءة أحيانا، نقدمها مرتبة تصاعديا كالآتي:

الفجر (73.4%)، Horizons (73.4%)، الشباك (74,6%)، Le Butteur (74.9%)، النصر (75,2%)، الشعب (75,5%)، Le Matin (76.8%)، آخر ساعة (79%)، L'Expression (79.3%)، El Acil

La Nouvelle République، (84%)، صوت الأحرار (83.4%)، L'Echo d'Oran، (81.2%)، (87.1%)، La Tribune، (88.7%)، Le Jeune Indépendant، (90.3%)، Le Maghreb، (90.3%)، (92.5%)، وتتأكد هذه النتائج بمراجعة القيمة المتدنية جدا للمتوسط العام للإجابات التي بلغت 1,4439، وهي حقيقة تعكس الاتجاه السلبي نحو غالبية الصحف المذكورة في الجدول، ويعزز هذه النتيجة التشتت العام والتباين في تفضيلات النخبة الذي أظهره الانحراف المعياري العام الذي بلغ 0,5751.

بشكل عام يمكن أن نستنتج أن النخبة تنجذب أكثر إلى الصحف ذات المثل الورقي لمصادقية معلوماتها وطابع عملها المهني الاحترافي المؤسساتي ربما، كما تميل إلى الصحف الخاصة أكثر من العمومية، وتتعلق بالناطقة باللغة العربية على حساب المفرنسة. كما أنها تفضل العامة المضامين الوطنية الشاملة على حساب المحلية والمتخصصة (خاصة الصحافة الرياضية). وهو ما يؤكد النتائج السابقة المتحصل عليها في الجداول الخاصة بتفضيلات النخبة بين: العمومية والخاصة، الوطنية والمحلية، المعربة والمفرنسة، الورقية والإلكترونية الخالصة، العامة والمتخصصة. كما تجدر الإشارة إلى نتائج التعرض في الجدول السابق أكدت الاختيار الصائب لعينة الدراسة التحليلية من طرف الباحثة فقد حازت 7 من أصل 8 صحف اهتمام ومتابعة النخبة الأكاديمية لمواقعها بقوة.

2- دوافع استخدام الصحافة الإلكترونية من طرف النخبة الأكاديمية الجزائرية والإشباع المحققة منها

2-1- دوافع استخدام الصحافة الإلكترونية من طرف النخبة الأكاديمية الجزائرية

جدول رقم (24): يوضح أسباب لجوء النخبة الأكاديمية للصحافة الإلكترونية الجزائرية

أسباب لجوء النخبة للصحافة الإلكترونية الجزائرية	ك	%
- لأنها غير مكلفة	92	28,8
- لأنها أكثر حرية من الصحافة الورقية	34	10,7
- سهولة التصفح	148	46,4
- كفاءة تصميم المواقع الإلكترونية الجزائرية	1	0,3
- توفر إمكانية التفاعل مع المضامين	31	9,7
- توفر إمكانية التفاعل مع المستخدمين الآخرين	7	2,2
- توفر إمكانية التفاعل مع الصحفيين والمحررين	6	1,9
Σ	319	100,0

إن الدافع هو حالة نفسية توجه الفرد إلى القيام بسلوك معين يقوي استجاباته إلى مثير ما أو يشبع أو يرضي حاجة ما، ويعتبر إشباع الحاجات وتلبية الدوافع ضرورة لدى الفرد حتى يتحقق له الاتزان النفسي الذي يساعده على استمرار التواصل مع الغير والتكيف مع البيئة. وفي سؤال طرحناه على النخبة الأكاديمية حول الدوافع العامة لتعرضهم للصحافة الإلكترونية الجزائرية، بين الجدول رقم (24) أن الدافع الأول لديهم في تعرضهم لها هو سهولة التصفح بنسبة 46.4%، تلاه دافع كونها غير مكلفة تماما بنسبة 28.8% ثم حريتها الزائدة عن نظيرتها الورقية بنسبة راوحت 10.7% في الصدد ذاته سبق وتوصلت الباحثة كريمة بوفلاقة إلى إجماع المبحوثين في دراستها على عنصرَي التفاعلية وحرية التعبير المتوفرين في الصحف الإلكترونية الجزائرية كأهم الأسباب التي تدفعهم للتفاعل والتعرض لها (كريمة بوفلاقة، مرجع سبق ذكره، 241). وجاء دافع إمكانية التفاعل مع المضامين في مرتبة رابعة بـ 9.7%. في حين حلت دوافع التفاعل مع المحررين والتفاعل مع المستخدمين الآخرين وكفاءة تصميم المواقع الجزائرية في ذيل الترتيب بنسب محتشمة جدا 2.2%، و 1.9%، و 0.3% على التوالي.

وتمثلت أهم مميزات الصحافة الإلكترونية من وجهة نظر المبحوثين التي تدفعهم للتعرض إليها في دراسة سابقة للباحثة منار منير محمود في السرعة في نقل الأخبار والفورية في تحديث المضمون بنسبة 89.8%. ثم بنسبة 60.7% ميزة استخدامها لأشكال متنوعة لعرض المحتوى (نص - صوت - صورة - مقاطع فيديو حية) أو الجمع بين هذه الأشكال فيما يسمى تقنيات الوسائط المتعددة (Multimedia) ثم إمكانية البحث عن الموضوعات القديمة في الأرشيف الإلكتروني، ثم التكلفة الأقل، وتميزها بأخبار جديدة غير متاحة في الوسائل التقليدية (منار منير محمود، مرجع سبق ذكره، 275).

جدول رقم (25): يوضح الدوافع المعرفية لاستخدام النخبة الأكاديمية للصحافة الإلكترونية الجزائرية

الدوافع المعرفية لاستخدام النخبة للصحافة الإلكترونية	ك	%
- تساعدك في مجال عملك	54	16,9
- السرعة والتحديث المستمرين للمعلومات	163	51,1
- انفرادها بنقل أخبار معينة	23	7,2
- تكسبك مهارات جديدة	19	6,0
- تتيح لك قراءة الجريدة قبل نزولها إلى الأسواق	60	18,8
Σ	319	100,0

أظهرت نتائج الدراسة الميدانية من خلال الجدول رقم (25) أن السرعة والتحديث المستمرين للمعلومات جاءا على رأس الدوافع المعرفية لتعرض النخبة الأكاديمية للصحافة الإلكترونية الجزائرية بنسبة أزيد

من النصف (51.1%)، وهي نتيجة توافق ما توصل إليه الدكتور رضا عبد الواجد أمين في دراسته لاستخدامات النخب المصرية للصحافة الإلكترونية، حيث كشفت نتائج دراسته أن الدوافع والحاجات المعرفية جاءت على رأس دوافع تعرض النخبة المصرية للصحافة الإلكترونية، فقد وافق 83 %، على أنهم يستخدمون الصحف الإلكترونية بدافع تزويدهم بالأخبار الفورية والمعلومات، حيث وافق 35.4 % على هذا الدافع، ووافق عليه بشدة 47.6 % من إجمالي من يقرؤون الصحف الإلكترونية من عينة الدراسة (رضا عبد الواجد أمين 1، مرجع سبق ذكره، 198). كما أثبتت دراسة الدكتور حمدي محمد الفاتح صحة فرضه القائل: تعد سهولة الحصول على الصحافة الإلكترونية وتناولها للعديد من المواضيع بالشرح المفصل الذي يسمح للقارئ بالاطلاع على الأحداث اليومية بشكل فوري دافعا قويا في إقبال النخبة الجامعية على تصفح الصحيفة الإلكترونية (حمدي محمد الفاتح، مرجع سبق ذكره، 22).

وفي مرتبة ثانية اختارت العينة إتاحة قراءة الجريدة قبل نزولها إلى الأسواق بنسبة 18.8 %، ويظهر هنا الشق النفسي والمعرفي لدى المبحوثين إذ أظهروا حاجة للمعرفة المسبقة بالأحداث للاستفادة منها، وتوظيفها في أشغالهم وحياتهم العملية. وفي مرتبة ثالثة وبنسبة مقاربة جدا تحصل دافع المساعدة في مجال العمل بنسبة 16.9 %، وهو ما يؤكد ما ذهبت إليه الباحثة في تحليلها لنتيجة الدافع السابق، فالبحث عن المعرفة عبر الصحف الإلكترونية لدى مفردات النخبة الأكاديمية ليس عشوائيا بل هو منفعي مقصود، وهنا يظهر نشاط الجمهور (العمدية) حسب المدخل المعتمد (الاستخدامات والإشباعات). وتوزعت النخبة فيما تبقى من دوافع بين 7.2 % لانفراد الصحافة الإلكترونية بأخبار معينة، و6 % لأنها تكسبهم مهارات جديدة. وعلى العموم فإن دوافع النخبة الأكاديمية معرفية نفعية بالدرجة الأولى في تعرضهم للصحافة الإلكترونية الجزائرية تلخصت في ثلاثة دوافع رئيسية هي: السرعة والتحديث المستمرين للمعلومات وإتاحة قراءة الجريدة قبل نزولها إلى الأسواق والمساعدة في مجال العمل على التوالي.

جدول رقم (26): يوضح الدوافع الشخصية لاستخدام النخبة الأكاديمية للصحافة الإلكترونية الجزائرية

الدوافع الشخصية لاستخدام الصحافة الإلكترونية	ك	%
- وسيلة عصرية تواكب بها تطور العصر	181	56,7
- وسيلة مسلية وممتعة	15	4,7
- لأنك تعودت على تصفحها عبر الإنترنت	117	36,7
- تمثل نوعا من بروتوكولات مركزك الاجتماعي	6	1,9
Σ	319	100,0

أسفرت نتائج الجدول رقم (26) عن أن الدافع الشخصي الأول لدى النخبة الأكاديمية في تعرضهم للصحف الإلكترونية الجزائرية هو مواكبة تطور العصر بها لأنها وسيلة حديثة متطورة وعصرية، وذلك بنسبة 56.7% من المبحوثين. تلاه مباشرة دافع العادة أي أن العينة تعودت على تصفحها فقط بنسبة 36.7%، وهي نتيجة مقاربة جدا لما توصل إليه الباحث الدكتور رضا عبد الواحد أمين في أطروحته الخاصة باستخدامات النخبة المصرية للصحافة الإلكترونية، حيث بينت نتائج الدراسة أن 38.5% من عينته التي تقرأ الصحف الإلكترونية المصرية يستخدمونها بدافع أنهم تعودوا على قراءة الصحف المصرية (رضا عبد الواحد أمين 1، مرجع سبق ذكره، 201). وعبر فقط 4.7% أنهم يستخدمون الصحف الإلكترونية الجزائرية بغية التسلية والمتعة، فيما أقر 1.9% أنهم يعتبرونها نوعا من بروتوكولات مركزهم الاجتماعي.

2-2- الإشباعات المحققة لدى النخبة الأكاديمية الجزائرية من استخدام الصحافة الإلكترونية

جدول رقم (27): يوضح مدى تلبية الصحف الإلكترونية الجزائرية لحاجات النخبة الأكاديمية

مدى تلبية الصحف الإلكترونية لحاجات النخبة	ك	%
دائما	36	11,3
أحيانا	252	79,0
أبدا	31	9,7
Σ	319	100,0

تعد عملية التوقع والتقييم مدخلا هاما للكشف عن طبيعة المحتوى الاتصالي الذي يبحث عنه الفرد لإشباع حاجاته، والدراسة حاولت قياس هذين العنصرين عبر التقييم بشكل رئيسي، وهو " التقدير السلبي أو الإيجابي لخواص معينة أو نتائج معينة للمضمون، وعليه يرى ويندل Windhel أن المنتج النهائي لاستخدام مضمون الاتصال هو تراكم التأثير أو تتابعه " (عاطف عدلي العبد، نهى عاطف العبد، مرجع سبق ذكره، 310). ويتضح جليا من خلال الجدول رقم (27) أن مفردات النخبة الأكاديمية غير راضية عن أداء الصحف الإلكترونية الجزائرية، فهي لا تلبية حاجاتهم إلا أحيانا بنسبة تقارب الـ 80% (79)، في حين عبرت فقط 11.3% من مفرداتها أن الصحف الإلكترونية تلبية دائما حاجاتها. وصرح 9.7% أنها لا تلبية إطلاقا حاجاتهم. قد ترجع هذه النظرة السلبية نحو الصحف الإلكترونية الجزائرية لعدة أسباب منها:

1- اقتصار استخدام التقنيات التفاعلية لدى الصحف الإلكترونية الجزائر على استطلاعات الرأي فقط، والذي تعتمد مجموعة قليلة من الصحف، وتفتقد للأنواع الأخرى المستخدمة في الصحافة المتطورة، كتلك المتعلقة بمساعدة المواطن في حياته اليومية.

2- شبه انعدام التفاعلية الوظيفية التي تسمح للقراء بالمشاركة والتفاعل مع الزوار والصحفيين.

3- لا تمكن الصحف الإلكترونية الجزائرية الزوار والمستخدمين من التأثير على محتويات الموقع الصحفي، وهو ما يؤدي بالقارئ إلى اختيار مواقع أخرى تستجيب لميولاته الشخصية (نور الدين هادف، مرجع سبق ذكره، 159، 160).
جدول رقم (28): يوضح مدى مساهمة استخدام النخبة للصحافة الإلكترونية الجزائرية في تلبية حاجاتهم

مدي مساهمة استخدام النخبة للصحافة الإلكترونية الجزائرية في تلبية حاجات: (يمكن أن تتعدد خيارات الإجابة)	ك	%
توفير وقتك	248	46,0
توفير مصروف اقتناء جريدة ورقية يوميا	119	22,1
تعزيز قدرتك على النقاش في مختلف المواضيع	80	14,8
تعبيرك عن آرائك بكل حرية حول مضامينها	59	11,0
ربطك بعلاقات اجتماعية مع مستخدمين آخرين لها	21	3,9
توطيد علاقتك بأحد أو بعض الصحفيين	12	2,2
Σ	539	100,0

اعترف 46 % من النخبة الأكاديمية وفق الجدول رقم (28) أن الصحف الإلكترونية الجزائرية توفر وقتها الثمين من خلال سهولة التصفح والتواجد في كل وقت وفي أي مكان معها، كما زاد على ذلك 22.1 % منهم حينما أقر أنه إلى جانب الوقت فهي توفر أيضا المال أي مصروف اقتناء جريدة ورقية يوميا. وأشار 14.8 % من المبحوثين إلى ميزتها الخاصة بعمق المضمون وكثافة المعلومات حيث أنها تعزز لديهم القدرة على النقاش في مختلف المواضيع. ويذكر أن الخدمات الصحفية المقدمة في الصحف الإلكترونية تتميز بالعمق المعرفي والشمول، وبتهيأ ذلك من اتساع المساحة المتاحة لهذه الصحف، حيث لا ترتبط الصحف الإلكترونية شأنها في ذلك شأن كل المواقع الإلكترونية بقيد المساحة كما في الصحف المطبوعة. وإلى جانب ذلك يتوفر في المواد الصحفية المنشورة بالصحف الإلكترونية قدر معرفي مناسب حيث تعمل هذه الصحف على تقديم عمق معرفي إضافي للمواد المنشورة فيها، وتستهدف هذه الخدمات تقديم خلفيات الأحداث وربطها بالقضايا أو الموضوعات المتعلقة بها، ويتم ذلك من خلال سماح النمط الإلكتروني المستخدم في تصميم الصحف الإلكترونية، بانتقال القراء بمجرد الضغط على أيقونة خاصة بذلك، إضافة إلى خدمات معرفية أخرى تقدمها الصحيفة نفسها ومن هذه الخدمات مايلي:

- تصفح موضوعات صحيفة أخرى ذات علاقة بالموضوع المستهدف.
 - العودة إلى أرشيف الصحيفة.

- الاطلاع على عدد من الطباعات التي تصدرها الصحيفة، على الرغم من قلة الصحف الجزائرية العاملة بهذا المبدأ، خصوصا منها تلك التي لها نظير ورقي (انعدام استغلال النص الفائت في هذه الخدمة).

وثن فقط 11 % من مفردات النخبة الحرة المتاحة عبر الصحف الإلكترونية الجزائرية عبر ذكهم أنها تشعب لديهم التعبير عن آرائهم المختلفة حول مضامينها (عبر خدمة التعاليق). فيما جاء توطيد العلاقات الاجتماعية مع مستخدمين آخرين، وربط علاقة بالمحررين في ذيل الترتيب بـ 3.9 % و 2.2 % على التوالي. وهذا ما يدل على ضعف هذين المستويين من التفاعلية في الصحف الإلكترونية الجزائرية إذ تمتلك من أصل 136 صحيفة إلكترونية جزائرية 4 صحف كبرى فقط منتديات للحوار الإلكتروني هي: الشروق أون لاين، الخبر، النهار أون لاين والهداف. في حين أثبتت الدراسة التحليلية التي أجرتها الباحثة على ثماني صحف كبرى في الجزائر: الشروق أون لاين، الخبر، النهار أون لاين، الشعب، الوطن، الحرية (ليبرتي)، المجاهد، مساء الجزائر (لوسوار دالجيري) أن فقط 25 % منها توفر بريدا إلكترونيا لكتابها، وهم غالبا كتاب مقالات الرأي. كما بينت دراسة سابقة قام بها كل من الشهري وغونتر (Al-Shehri & Gunter) العام 2002 بعنوان "سوق الصحف الإلكترونية في العالم العربي" أن سبب رضا الجمهور عن الصحف الإلكترونية وإقبالهم عليها يرجع إلى:

- 1- كونها متوفرة طوال اليوم.
- 2- لا تحتاج إلى دفع رسوم.
- 3- كما أنها تمكنهم من متابعة الأخبار من أي مكان وعن أي بلد مهما تباعدت مواقعهم (عبر شفيق جورج الربحاني، 2009، 63).

جدول رقم (29): يوضح الإشباعات المعرفية المحققة لدى النخبة الأكاديمية من استخدام الصحف الإلكترونية

الجزائرية

الإشباعات المعرفية المحققة لدى النخبة (يمكن أن تتعدد خيارات الإجابة)	ك	%
- اكتساب معلومات كثيرة عن محيطك الخارجي	257	55,6
- مساعدتك في مجال عملك	79	17,1
- اكتساب مهارات تكنولوجية جديدة	61	13,2
- الحصول على سبق الصحفي	65	14,1
Σ	462	100,0

بينت نتائج الدراسة عبر **الجدول رقم (29)** أن اكتساب معلومات كثيرة عن المحيط الخارجي يأتي في مقدمة الإشباعات المعرفية التي تحققتها النخبة الأكاديمية من التعرض للصحف الإلكترونية الجزائرية بنسبة فاقت النصف (55.6% من عينة الدراسة). وقد جاء الإشباع المتعلق بتزويد المستخدمين بالأخبار والتحليلات الإخبارية التي يريدونها في المرتبة الأولى من حيث الإشباعات المحققة من استخدام الصحف الإلكترونية المصرية بنسبة 67.7 % في دراسة الدكتور رضا عبد الواحد أمين (رضا عبد الواحد أمين 1، مرجع سبق ذكره، 204). وهو

أمر جد منطقي بالنظر إلى الطابع المعلوماتي والإخباري للمواقع الصحفية، وظهور القارئ الرقمي الذي أصبح يفضل الاطلاع على الأخبار والمعلومات في المواقع الإلكترونية، لما تتمتع به من خصائص فنية كأن يتم تحديثها باستمرار، وتوفرها على كم هائل من المعلومات التي يتم اقتناؤها بطرق تفاعلية مختلفة.

في مرتبة ثانية حلت المساعدة في مجال العمل بنسبة 17.1 %، ثم الحصول على السبق الصحفي بـ 14.1 %، وأخيرا اكتساب مهارات تكنولوجيا جديدة بحوالي 13.2 %. ويذكر أن نتائج دراسة الدكتور عبد الواحد أمين توصلت أيضا إلى اكتساب مفردات النخبة المصرية لمهارات جديدة بالتعرض للصحف الإلكترونية بنسبة 23.2 %.

جدول رقم (30): يوضح الإشباعات الشخصية المحققة لدى النخبة الأكاديمية من استخدام الصحف الإلكترونية الجزائرية

الإشباعات الشخصية المحققة لدى النخبة الأكاديمية (يمكن أن تتعدد خيارات الإجابة)	ك	%
-الحصول على الراحة والتسلية	135	34,3
-تقوية شعورك بالانتماء إلى محيطك الخارجي	169	42,9
-تحقيق وجودك الافتراضي	90	22,8
Σ	394	100

تحقق الصحافة الإلكترونية الجزائرية تقوية الشعور بالانتماء إلى المحيط الخارجي لدى النخبة الأكاديمية بنسبة معتبرة قدرت بـ 42.9 % حسبما يثبته الجدول رقم (30)، ويحدث ذلك من خلال الاطلاع المتواصل على كل المستجدات فور حدوثها. ففي دراسة بعنوان "حالة وسائل الإعلام الإخبارية لسنة 2004 في الولايات المتحدة الأمريكية" أجراها مشروع "التفوق الصحفي" بالاشتراك مع كلية الصحافة في "كولومبيا"، كشفت أن ظاهرة سيطرة الصحف الإلكترونية على اهتمامات المتصفحين ملفتة للانتباه، خصوصا إذا ما قوبلت بتراجع مبيعات الصحف الأمريكية الصادرة بالإنجليزية والمقدر بمعدل 11% على مدى العقد الأخير (1994-2004)، ليصل مجموع النسخ الموزعة يوميا إلى 55 مليون نسخة. وتراجع خلال الفترة ذاتها جمهور النشرات الإخبارية المسائية على المحطات التلفزيونية المحلية المرتبطة بالشبكات الكبرى بمعدل 34%، كما أن الأمريكيين لم يعودوا يشاهدون الأخبار على الشبكات التلفزيونية الكبرى على الرغم من الأحداث المهمة التي تستقطب انتباه الرأي العام. وتشير الدراسة إلى تراجع الثقة بمصادقية الصحف الأمريكية من 80% عام 1985 إلى 59%. وفي المقابل سجل الإقبال على 26 موقعا على الإنترنت صنفت على أنها الأكثر شعبية، تزايد بمعدل 70% ما بين مايو 2002 وأكتوبر 2003. ولوحظ في الدراسة أن الأمريكيين كانوا يستشيرون

بصورة خاصة خلال الحرب على العراق مواقع الشبكات الإخبارية ومن ثم مواقع الصحف، وبعدها مواقع الحكومة الأمريكية وأخيرا المواقع الإخبارية الأجنبية (أمنة نبیح، 04 جانفي 2012، <http://diae.net/6790>).
 وصرح الباحثون أن ثاني إشباعاتهم الشخصية هو الحصول على المتعة والتسلية، بنسبة 34.3 %
 وذلك راجع إلى استخدامات الصحف الإلكترونية لمواد ترفيهية كالفيديو والصور والكاريكاتير والأخبار الطريفة... الخ.

في حين ذهب حوالي 22.8 % إلى إشباع رغبتهم بتحقيق الوجود الافتراضي لهم، فالتكنولوجيا الرقمية شكلت حضورا طاغيا في الحياة البشرية الحالية، ولها إسهامها الواضح في تطور الكثير من مجالات الحياة وأبواب العلم وحاجات البشر حتى ظهر مصطلح الواقع الافتراضي Virtual reality، وهو عملية محاكاة لبيئة حقيقية أو خيالية، وهي تقع في واقع ثلاثي الأبعاد يتكون من طول وعرض وعمق وتوفر هذه المحاكاة القدرة على الأخذ والرد عن طريق النظر في وقت آني بالإضافة إلى القدرة على سماع الأصوات وأمور أخرى. ووسط هذه الحقيقة التي أصبحت واقعا صار من اللازم والضروري تواجد كل فرد موجود على سطح الأرض على شبكة الإنترنت ليحقق وجودا افتراضيا نظير وجوده على سطح الأرض. وللواقع الافتراضي خاصيتان أساسيتان: أولهما الوجود الحميم (الانغماس والاستغراق) Immersion شعور يتولد لدى مستخدم برامج الواقع الافتراضي بأنه موجود داخل هذا العالم حقا ومرتبطة به ومسؤول عنه. وثانيهما: التفاعل Interactivity وهو قدرة المستخدم على التأثير في هذا العالم المصنوع الذي يراه أمامه ويتعامل معه بالمنطق ذاته الذي يستطيع التعامل به مع الحياة العادية. وهما الخاصيتان اللتان تجذبان أكثر فأكثر المتعرض للواقع الافتراضي.

3- حجم الاتصال التفاعلي للنخبة الأكاديمية الجزائرية وتقييمهم للإمكانيات التفاعلية المتاحة عبر الصحافة الإلكترونية

3-1- حجم مشاركة النخبة الأكاديمية في الاتصال التفاعلي عبر الصحافة الإلكترونية

جدول رقم (31): يوضح مدى تفاعل النخبة مع مضمون الصحف الإلكترونية الجزائرية

الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	أبدا	أحيانا	دائما	العبارة (الترتيب حسب نتائج الجدول)
0,62670	1,5517	166	130	23	ك تشعر بالتزام التعليق على كل موضوع تقرأه عبر الموقع. (10)
		52,0	40,8	7,2	%
0,65592	1,7304	123	159	37	ك تستخدم كافة اللغات المتاحة عبر الموقع (7).
		38,6	49,8	11,6	%
0,78527	1,9467	107	122	90	ك تستخدم محركات البحث المتاحة عبر الموقع (Moteur de recherche). (2)
		33,6	38,2	28,2	%
0,67180	1,8276	104	166	49	ك تطلع على الأرشيف الإلكتروني المتوفر عبر

		32,6	52,0	15,4	%	الموقع (6).
0,59408	1,8777	78	202	39	ك	تشارك في استطلاعات الرأي عبر الموقع (4)
		24,5	63,3	12,2	%	
0,63640	1,4451	202	92	25	ك	ترغب في إضافة حدث أنت كنت شاهدًا على حدوثه (12)
		63,3	28,8	7,8	%	
0,70285	1,5455	184	96	39	ك	تساهم في تصويب أي خطأ تحريري قد تجده عبر الموقع (11)
		57,7	30,1	12,2	%	
0,75897	1,9060	108	133	78	ك	تنتظر التحديث المستمر للخبر عبر الموقع (3)
		33,9	41,6	24,5	%	
0,68456	1,6834	141	138	40	ك	ترسل الخبر إلى صديق ما (8)
		44,2	43,3	12,5	%	
0,73453	1,6144	171	100	48	ك	تطبع الخبر لإعادة قراءته وتخزينه (9)
		53,6	31,3	15,0	%	
0,65811	2,5078	29	99	191	ك	تبحث مباشرة عما يهيك في الموقع من أخبار عبر الوصلات السريعة (المواضيع الأكثر تصفحًا، المواضيع الأكثر تعليقًا.....). (1)
		9,1	31,0	59,9	%	
0,46901	1,1944	267	42	10	ك	تشارك في خدمة الخبر العاجل عبر الهاتف المحمول (15).
		83,7	13,2	3,1	%	
0,58248	1,3072	241	58	20	ك	تشارك في خدمة الخبر العاجل عبر القوائم البريدية (13)
		75,5	18,2	6,3	%	
0,78749	1,8652	123	116	80	ك	تخزن صفحة الخبر كما هي في حاسوبك الشخصي (5)
		38,6	36,4	25,1	%	
0,53118	1,2759	244	62	13	ك	تشارك بنظام RSS للحصول على آخر الأخبار فور حدوثها (14)
		76,5	19,4	4,1	%	
0,6677	1,7145	المتوسط العام				

التفاعلية المعلوماتية هي التي تمد المستخدم بالمعلومات اللازمة عن طريق مدخلاته إلى النظام مثل: محركات البحث والأرشفة، أو اختياره من بين مجموعة من البدائل المعلوماتية مثل خريطة الموقع، أو غيرها من سبل التواصل مع مضمون الوسيلة الإعلامية. وهناك من يطلق عليها كذلك التفاعلية الإبحارية (Navigational Interactivity)، وهو مستوى يركز حسب صاحب هذا المصطلح Tim Guay على المهام الأساسية للتجول

داخل الموقع من خلال البحث عن المعلومات، وذلك باستخدام محركات البحث Search Engines، والأوامر، وقوائم الخيارات، والروابط الفائقة، حيث تعد الروابط الفائقة 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، ويستطيع مع هذا الانجذاب المشاركة بأرائه حول مختلف خدماتها ومواضيعها. ويتضح من خلال الجدول رقم (31) أن النخبة الأكاديمية تمارس هذا المستوى من التفاعلية من خلال البحث مباشرة عما يهمها في الموقع من أخبار عبر الوصلات السريعة (المواضيع الأكثر تصفحا، المواضيع الأكثر تعليقا... الخ) باتجاه إيجابي قوي قدر معه المتوسط الحسابي بـ 2,5078، مع تباين معتدل في الآراء حيث بلغ الانحراف المعياري 0,65811. فقد عبر حوالي 60 % من المبحوثين عن قيامهم بذلك دائما (59.9 %)، واستخدم هذا المستوى 30 % أحيانا، في حين رفض استخدامه 9.1 %.

وجاء في مرتبة ثانية استخدام محركات البحث المتاحة عبر الموقع (Moteur de recherche)، بنسبة 38.2 % ممن يستخدمونها أحيانا، و28.2 % من الذين يلجؤون إليها دائما، أما 33.6 % فلم يجربوا هذه الخدمة أبدا. وسجلت هذه الخدمة اتجاها أقرب إلى السلبي منه إلى الإيجابي من خلال قيمة متوسط حسابي قدرت بـ 1,9467 لترتفع بذلك حدة التشقت في آراء مفردات العينة إلى أعلى درجاتها في مرتبة ثانية بعد خيار (تخزين صفحة الخبر كما هي في حاسوبك الشخصي) فيصل الانحراف المعياري إلى 0,78527. أما المرتبة الثالثة فكانت لخيار انتظار التحديث المستمر للخبر عبر الموقع بنسبة 41,6 % للاستخدام أحيانا، و33,9 % للامتناع عن الاستخدام نهائيا، و فقط 24,5 % للاستخدام الدائم. وبذلك فقد اتجهت النخبة الأكاديمية نحو السلبية أكثر فأكثر بمتوسط حسابي راوح 1,9060، وتشقت أقل بقليل من الخيار السابق في الآراء من خلال انحراف معياري بقيمة 0,75897.

وكشفت نتائج الدراسة أن المشاركة في استطلاعات الرأي عبر مواقع الصحف الجزائرية هي رابع خدمة تشارك فيها النخبة الأكاديمية ضمن تفاعلها مع المضمون بنسبة 63.3 % بعدم الانتظام في المشاركة بها (أحيانا)، و12.2 % لديمومة المشاركة، في حين لم تشارك فيها قط نسبة 24,5 % من عينة الدراسة. وتوصلت دراسة رضا عبد الواجد أمين إلى أن أكثر الأشكال التفاعلية استخداما من النخبة عينة دراسته كانت المشاركة في الاستفتاءات واستطلاعات الرأي التي تقوم بها بعض الصحف، حيث ذكر 81.7 % من المبحوثين أنهم يستخدمون هذا الشكل التفاعلي، منهم 42.4 % يشتركون في الاستفتاءات بانتظام، و39.3 % يشاركون فيها بين الحين والآخر، بينما ذكر 18.3 % فقط من المبحوثين أنهم لا يشتركون فيها نهائيا (رضا عبد الواجد أمين 1، مرجع سبق ذكره، 202).

تستخدم النخبة الأكاديمية خدمة تخزين صفحة الخبر كما هي في الحواسيب الشخصية في رتبة خامسة بنسبة 36,4 % لاستخدامها أحيانا و25.1 % لانتظام الاستخدام دائما أي بمجموع 61.5 % للاستخدام عموما. ونسبة 38.5 % لرفض استخدامها بشكل نهائي مما أمال الكفة نحو اتجاه سلبي لهذه الخدمة لدى

مفردات النخبة الأكاديمية وعكس ذلك المتوسط الحسابي بقيمة 1,8652، وارتفاع الانحراف المعياري لأعلى قيمه بين كل الخيارات دليلا على عدم الاتفاق والتباين الحاد في الآراء بـ 0,78749 .

كما أنها تقوم كذلك بالاطلاع على الأرشيف الإلكتروني بنسبة معتبرة 67.4 % بين 52 % ممن يطلعون عليه أحيانا، و 15.4 % من الذين يستخدمونه بانتظام دائما. أما 32,6 % المتبقون من عينة الدراسة فلم يتعرضوا للأرشيف على الإطلاق. وذكر 61.4 % من مفردات النخبة أنها تستخدم كافة اللغات المتاحة عبر الموقع المتصفح، وانقسموا بين 49.8 % ممن يستخدمونها أحيانا و 11.6 % فقط ممن يواظبون على الدخول إلى كافة طبعات المواقع بمختلف اللغات المتاحة، ونشير إلى أن 3 من أصل 8 صحف قيست تفاعليتها في الدراسة التحليلية (فقط 37.5 % منها) تقدم طبعات بلغات مختلفة لموقعها كانت أبرزها: اللغة العربية، الفرنسية، والإنجليزية، والإسبانية. وأثبتت نتائج الدراسة عن استغلال خدمة إرسال الخبر إلى صديق من قبل 55.7 % من أفراد عينة الدراسة بمعدل 43.3 % للمستخدمين أحيانا، و 12.5 % للمستخدمين دائما. في حين ارتفع رافضو الاستخدام إلى 44.2 %.

وهي آخر الخدمات التي سجلت اتجاها قريبا للإيجابي لأن الخدمات المتبقية سجلت مستويات أعلى في سلبية الاتجاه وتشتت الآراء لدرجة وصول رفض الاستخدام فيها لما يفوق 80 %، ونذكر هذه الخدمات مرتبة ترتيبا تصاعديا كالآتي: 52 % الشعور بالتزام التعليق على كل موضوع تقرأه عبر الموقع، 53.6 % لطبع الخبر لإعادة قراءته وتخزينه، 57.7 % المساهمة في تصويب أي خطأ تحريري قد تجده عبر الموقع، 63.3 % الرغبة في إضافة حدث أنت كنت شاهدا على حدوثه، 75.5 % للاشتراك في خدمة الخبر العاجل عبر القوائم البريدية وهي تقريبا نفس نسبة الرفض التي تحصل عليها رضا عبد الواحد أمين حيث بلغت في دراسته 80.3 % من العينة (المرجع السابق، 203). 76.5 % الاشتراك بنظام RSS للحصول على آخر الأخبار فور حدوثها، وأخيرا 83.7 % الاشتراك في خدمة الخبر العاجل عبر الهاتف المحمول. على العموم فإن النخبة الأكاديمية اتخذت اتجاها سلبيا نحو أغلب خدمات التفاعل مع المضمون، فقد برهن المتوسط العام لكل من المتوسط الحسابي والانحراف المعياري ذلك من خلال قيمتي 1,7145، و 0.6677 على التوالي.

جدول رقم (32): يوضح مدى تفاعل النخبة مع محرري الصحف الإلكترونية الجزائرية

الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	دائما	أحيانا	أبدا	العبرة (الترتيب حسب نتائج الجدول)	
					ك	%
0,48380	1,2539	7	67	245	ك	تراسل الصحفي عبر بريده الإلكتروني المتاح مع الموضوع (1)
		2,2	21,0	76,8	%	
0,37815	1,1191	6	26	287	ك	تتصل بهيئة التحرير لمناقشة صحفي حول مضمون إعلامي له (4)
		1,9	8,2	90,0	%	
0,42739	1,1850	5	49	265	ك	تراسله بالفاكس لتحاوره حول موضوعه المنشور (3)
		1,6	15,4	83,1	%	
0,25933	1,0439	4	6	309	ك	تطلب موعدا لمقابله لتجاذب أطراف الحديث حول آراءه (5)
		1,3	1,9	96,9	%	
0,48033	1,2351	8	59	252	ك	تراسله عبر البريد التقليدي لتناقشه حول موضوع كتبه (2)
		2,5	18,5	79,0	%	
0,4058	1,1674	المتوسط العام				

إن التفاعل بين المستخدم والنظام (User to system) يعد من أهم مستويات التفاعلية في وسائل الإعلام الإلكتروني، إذ يتضمن مختلف أشكال التفاعل بين الإنسان والآلة والقائم بالاتصال أو القائم على النظام. وفي حالة الصحافة الإلكترونية فهو يتمثل في إمكانية حدوث تجاوب بين المستخدم والمحررين من خلال خدمة البريد الإلكتروني لمحرر القالب الصحفي، أو خدمة الهاتف والفاكس، أو خدمة البريد التقليدي أو طلب المقابلات الشخصية... الخ. وتتخذ النخبة الأكاديمية الجزائرية بشكل عام اتجاها سلبيا قويا نحو التفاعل مع محرري وصحفي المواقع الإلكترونية الجزائرية، فقد سجل **الجدول رقم (32)** أدنى متوسط حسابي عام منذ بداية الدراسة الميدانية بقيمة 1.1674، كما وشهد هذا الاتجاه التقافا من مختلف مفردات العينة حوله فقد سجل الانحراف المعياري أدنى قيمة له بـ 0.4058 كدليل على تدن حاد في تباين وتشتت الآراء. وقد ترتبت الخدمات المتوفرة حسب آراء النخبة الأكاديمية فيها من الاتجاه الأكثر سلبية إلى الأقل كالاتي:

- رفض حوالي 96,9 % من العينة طلب موعدا لمقابلة محرر أو صحفي لتجاذب أطراف الحديث حول آراءه .
- ولم يقدم أبدا 90 % على الاتصال بهيئة التحرير لمناقشة صحفي حول مضمون إعلامي له.
- لا يقبل أبدا 83.1 % مراسلة المحررين بالفاكس لمحاورتهم حول موضوع منشور .
- رفض 79 % مراسلة الصحفيين عبر البريد التقليدي لمناقشتهم حول موضوع منشور .
- لم يقدم 76.8 % على مراسلة الصحفيين عبر بريده الإلكتروني المتاح مع الموضوع. وهي نتيجة مقارنة لما تحصل عليه الباحث رضا عبد الواحد أمين حيث لم يستخدم البريد الإلكتروني 61.1 % من عينة دراسته

(المرجع السابق، 202). في وقت سجل فيه الباحث حمدي محمد الفاتح نسبة 87.68 % ممن لا يستخدمون إطلاقا البريد الإلكتروني، نصفها إناث والنصف الآخر من الذكور.

جدول رقم (33): يوضح مدى تفاعل النخبة مع المستخدمين الآخرين للصحف الإلكترونية الجزائرية

الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	أبدا	أحيانا	دائما	العبارة (الترتيب حسب نتائج الجدول)	
0,61649	1,3762	222	74	23	ك	تدخل غرف الدردشة للتعرف على مستخدمين آخرين ومحاورتهم (3).
		69,6	23,2	7,2	%	
0,62868	1,5141	178	118	23	ك	تسجل في المنتديات التابعة لموقع الصحيفة لتشارك الآخرين بأرائك (2)
		55,8	37,0	7,2	%	
0,79265	1,9749	104	119	96	ك	تكتفي بتصفح المنتديات دون الاشتراك والنقاش (1)
		32,6	37,3	30,1	%	
0,22758	1,0408	308	9	2	ك	تدخل في حوار مباشر مع شخصيات عامة عبر موقع الصحيفة. (4)
		96,6	2,8	0,6	%	
0,5664	1,4765	المتوسط العام				

إن تفاعل المستخدم مع غيره من المستخدمين (User to user) يمثل شكلا من أشكال الاتصال التفاعلي الشخصي الذي يعتمد على الحاسب الآلي وشبكة الإنترنت، ومن تطبيقاته نجد: غرف الحوار والدردشة، والمنتديات. وتكمن أهم ميزات هذا المستوى من التفاعلية في أنه يعد أول تطبيق لمبدأ التزامنية المقترنة بالاتصال المكتوب. ويوضح الجدول رقم (33) أن النخبة لا تهتم كذلك بالتفاعل مع المستخدمين الآخرين مثلما تفعل مع المحررين والصحفيين، فالإتجاه العام لها سلبي قوي كذلك، وهو واضح من خلال قيمة المتوسط العام المحصلة 1.4765. فقد صرحت في ذات الصدد أنها تكتفي بتصفح المنتديات التابعة لموقع الصحيفة دون الاشتراك والنقاش بنسبة 67.4 % بين من يقوم بذلك أحيانا بـ 37.3 %، ومن يعتمد ذلك دائما بنسبة 30.1 %، في حين لا يقبل فعل الأمر بتاتا حوالي 32.6 % من عينة الدراسة، وتبين هذه النسب مقدار التشتت والتباين في الآراء وهو ما أكدته قيمة الانحراف المعياري المرتفعة 0.79265. في المقابل ذكر فقط 44.2 % أنهم يسجلون في المنتديات التابعة لموقع الصحيفة لمشاركة الآخرين بأرائهم. وهي نسبة قريبة جدا مما توصل إليه الباحث رضا عبد الواحد أمين إذ لم يستخدم غرف الحوار والنقاش في دراسته سوى 31.4 % من النخبة المصرية (المرجع السابق، 203).

ويقابل بالرفض حوالي 69.6% و 96.6% لكل من دخول غرف الدردشة للتعرف على مستخدمين آخرين ومحاورتهم والدخول في حوار مباشر مع شخصيات عامة عبر موقع الصحيفة على التوالي، مع العلم أنه ومن بين 8 صحف إلكترونية كبرى في الجزائر تم تحليلها لا توفر ولا واحدة الخدمة الأخيرة أي الحوار المباشر مع شخصيات عامة عبر موقع الجريدة. وعلى المستوى العالمي نجد تجربة فريدة ليو إس إي توداي (USA Today) التي تقدم خدمة للقراء (Ask Jack) أي تخصص محررا يتفرغ للرد على أسئلة القراء عبر الإيميل بمعاونة فريق من 4 محررين فمثلا عندما زار الرئيس الأمريكي السابق "بيل كلينتون" الصين أعلنت الجريدة في نسختها المطبوعة أن القراء يمكنهم إرسال أسئلة للصحفي المرافق للرئيس عبر الموقع الإلكتروني (شعيب الغباشي، مرجع سبق ذكره، 75، 76).

إن الملاحظة العامة التي توصلت إليها الباحثة من مختلف أسئلة تفاعل النخبة مع المضمون والمحررين والمستخدمين الآخرين للصحف الإلكترونية الجزائرية، أن النخبة الأكاديمية لا تستخدم التطبيقات التفاعلية بحجم كاف يعكس وعيها بالأحداث وبدورها في قيادة الرأي العام، حيث تكتفي بالإقبال على مختلف المضامين والخدمات المعلوماتية والإبحارية المتاحة على المواقع، حتى في استعمالها للمنتديات التي تعد من أهم تطبيقات التفاعل بين المستخدمين فإنها اختارت الاكتفاء بتصفحها دون الدخول في نقاش مع الآخرين. أما بقية التطبيقات الأخرى فإن استخدام النخبة لها يكاد يندم، خاصة فيما تعلق بمستوى التفاعل مع المحررين والصحفيين، وهذا يمكن تفسيره بعدة أسباب منها:

- نقص الخبرة لدى النخبة الأكاديمية في استخدام هذه التطبيقات التفاعلية.
- عدم حاجتهم لهذه الخدمات أثناء تصفح مواقع الصحف الإلكترونية والاكتفاء بالتعرض للأحداث فقط.
- ضيق الوقت مما يجعلهم لا يستخدمون الخدمات التفاعلية بغية أداء مهامهم العلمية والبيداغوجية إضافة إلى تطوير مساهمهم العلمي والعملية بالدراسات والأبحاث والمنشورات.
- اختيار النخبة المثقفة في الجزائر للانسحاب وعدم أداء أي من أدوارها حتى في المشاركة برأيها من خلال الإعلام الإلكتروني في مختلف قضايا المجتمع والإنسانية. وهو ما سبق وناقشته جريدة الخبر في عددها الصادر في 3 أوت 2014، حيث صرح آنذاك الدكتور عبد العالي رزاق: تراجع المثقف عن دوره منذ أكثر من 15 سنة، لأن السلطة في الجزائر أصبحت هي المثقف (مسعودة بوظلة، 2014/08/03، 21).

3-2- تقييم النخبة الأكاديمية للتطبيقات التفاعلية المتاحة عبر الصحافة الإلكترونية الجزائرية

جدول رقم (34): يوضح تقييم النخبة الأكاديمية لكفاءة الصفحة الأولى في الصحف الإلكترونية الجزائرية

تقييم النخبة لكفاءة الصفحة الأولى (Home page) في الصحف الإلكترونية الجزائرية	ك	%
جيدة	138	43,3
ضعيفة	111	34,8
لا أدري	70	21,9
Σ	319	100,0

تتعلق كفاءة الصفحة الافتتاحية أو الصفحة التمهيدية (Home Page) بعدد من المحددات والعناصر التي تتكامل فيما بينها لتبهر القارئ وتجذبه للتعرض لمختلف مضامين الموقع منها: أعداد الوصلات، متوسط زمن التحميل، حجم ملفات الصور، حجم ملف الصفحة، عدد شاشات الصفحة، بما يشير إلى أنها لم تعد تكتفي بإعادة إصدارها للمطبوع في الموقع الإلكتروني مع عدد أقل من الروابط، كما أن حضور ملفات الصوت والفيديو يوفر لها تفوقا في إتاحة الوصلات والروابط. فضلا عن مختلف الخدمات المعلوماتية والتفاعلية التي توفرها وتنوع منها بغية إرضاء شرائح مختلفة من الجمهور الإلكتروني. دون أن ننسى عنصر الإبهار الفني والتصميمي وسهولة التجول وإمكانية تحكم القارئ في بعض من هذه الخدمات. وفي سؤال حول تقييم كفاءة الصفحة الأولى للصحف الإلكترونية الجزائرية الموضح في الجدول رقم (34) انقسمت النخبة الأكاديمية بين من اعتبروها جيدة بنسبة 43.3 %، و34.8 % ممن قيموها على أساس كونها ضعيفة. قد يرجع ذلك إلى بساطة تصاميم الصحف الإلكترونية وشبه انعدام الإبهار الغرافيكي والفني فيها. كما قد يرجع إلى نقص الخدمات التفاعلية والمعلوماتية الضرورية. فقط 21.9 % اختاروا التزام الحياد وعدم إظهار اتجاههم نحو السؤال.

جدول رقم (35): يوضح تقييم النخبة الأكاديمية للجوانب التقنية للصفحة الأولى في الصحف الإلكترونية الجزائرية

الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	غير مقبول	لا أدري	مقبول	العبارة (الترتيب حسب نتائج الجدول)	
0,85812	2,4295	78	26	215	ك	زمن تحميل الصفحة الأولى (1)
		24,5	8,2	67,4	%	
0,75864	2,4075	53	83	183	ك	استخدام نظام البوابة بدل الصفحة الرئيسية البسيطة (مثل الشروق أون لاين) (2)
		16,6	26,0	57,4	%	
0,70831	2,3605	43	118	158	ك	استخدام خدمة إحصائيات الزوار (3)
		13,5	37,0	49,5	%	
0,81055	1,9843	107	110	102	ك	كثرة استخدام الروابط والوصلات (7)
		33,5	34,5	32,0	%	
0,75060	2,2006	64	127	128	ك	تقديم التعريف بالصحيفة الإلكترونية (6)
		20,1	39,8	40,1	%	
0,79489	2,2100	74	104	141	ك	خدمة الربط بمواقع أخرى (5)
		23,2	32,6	44,2	%	
0,70630	2,2194	52	145	122	ك	خدمة النص الفائق (Hypertexte) (4)
		16,3	45,5	38,2	%	
0,7696	2,2588	المتوسط العام				

كشفت نتائج الدراسة من خلال الجدول رقم (35) أن النخبة الأكاديمية راضية إلى حد ما عن الكفاءة التقنية للصفحة الأولى في مواقع الصحف الإلكترونية الجزائرية فقد حقق المتوسط العام الحسابي قيمة معتدلة نحو الاتجاه الإيجابي بـ 2.2588، بمعدل تباين واختلاف في الآراء مرتفع بعض الشيء ظهر من خلال الانحراف المعياري العام المسجل بقيمة 0.7696. ووفق قوة الاتجاه الإيجابي نحو الرضا ترتبت عناصر الكفاءة التقنية كالآتي:

- عبرت معظم مفردات العينة عن رضاها عن زمن تحميل الصفحة الأولى لمواقع الصحف الجزائرية، بنسبة تجاوزت 67 %، مع اعتراض 24.5 % عليه. وقد سجل أقوى اتجاه إيجابي بقيمة متوسط حسابي بلغت 2,4295، وتباين هو الأكثر حدة في الآراء بقيمة انحراف معياري راوحت 0,85812. وتبرز هذه النتيجة في ظل بطء سجلته الباحثة في متوسط زمن تحميل 8 من أقدم وأكبر الصحف الإلكترونية الجزائرية، حيث حملت الصفحة الأولى فيما بـ 25 % منها في زمن يعد سريعاً بأقل من 5 ثوان، في حين استغرق تحميل 75 % منها أكثر من ذلك. كما أكدت دراسة سابقة لصالح بن زايد بن صالح العنزي بعنوان "إخراج الصحف السعودية

الإلكترونية في ضوء السمات الاتصالية لشبكة الإنترنت دراسة وصفية تحليلية" أنه يوجد بطء في تحميل الصفحات الرئيسية للصحف السعودية الإلكترونية، حيث أظهرت دراسته أن أسرع الصحف الإلكترونية تحميلا أمام المتلقين يستغرق متوسط تحميلها 4.63 ثانية (صالح بن زايد بن صالح العنزي، 2005، 3).

- أعجبت مفردات العينة بنظام البوابة في تصميم مواقع الصحف الإلكترونية الجزائرية وكان المثال الذي فضله هو موقع الشروق أون لاين لأنه الوحيد وطنيا في هذا المجال، حيث جاء هذا الخيار في مرتبة ثانية من حيث قوة الاتجاه الإيجابي نحوه بين أفراد العينة بقيمة متوسط حسابي قدرت بـ 2,4075، وذلك بدرجة تشتت أقل عكستها قيمة الانحراف المعياري التي وصلت إلى 0,75864. وقد أكد 57.4 % من النخبة الأكاديمية أنه أسلوب مقبول عندهم، بينما التزم 26 % الحياد، وعارض توظيفه في الصحف الإلكترونية 16.6 %. ويركز أسلوب البوابة على عرض مجموعة كبيرة من الروابط التشعبية والعناوين الخاصة بالأبواب والمواد الصحفية المنشورة في الصفحات الداخلية مع التركيز على نص أو قصة خبرية واحدة. ويعد الأسلوب الأحدث في إخراج الصحف الإلكترونية مما قد يقود الصحف الإلكترونية إلى التحول إليه خاصة مع تسابق الصحف إلى تقديم خدمات أوسع والدخول في منافسة مع البوابات الإلكترونية الأمر الذي يتطلب إبراز هذه العناصر على واجهتها.

- أبدت النخبة الأكاديمية ارتياحا وقبولا اتجاه خدمة إحصائيات الزوار، التي يجدونها في منتديات الصحف الكبرى فقط، لأن الباحثة سبق وأجرت دراسة تحليلية لثمانية مواقع كبرى في الجزائر ولم توفر ولا واحدة منها هذه الخدمة. وكان الاتجاه نحوها معتدل القوة بقيمة متوسط حسابي بلغت 2,3605، وكان ذلك بدرجة تشتت أقل عكستها قيمة الانحراف المعياري التي وصلت إلى 0,75831. وقد صرح 49.5 % من النخبة الأكاديمية أنها خدمة مقبولة عندهم، بينما التزم 37 % الحياد، وعارض توظيفها في الصحف الإلكترونية 13.5 %.

- عبر حوالي ثلث مفردات العينة عن رضاهم عن استخدام النص الفائق (Hypertexte) في مواقع الصحف الجزائرية، بنسبة تجاوزت 38 %، مع اعتراض 16.3 % عليه، وحياد أزيد من 45 %.

- ذكر 44.2 % من الأساتذة أنهم راضون عن المواقع الجزائرية في تقديمها لخدمة الربط بمواقع أخرى، في حين اعترض عليها 23.2 %. والتزم الحياد إزاءها 32.6 %. على الرغم من نقص هذه الخدمة في الصحف الجزائرية والعربية بشكل عام مثلما توصلت إليه سابقا الباحثة نجوى فهمي عبد السلام حيث توصلت إلى عدم السعي إلى الربط بمواقع أخرى رغم إمكانية إقامة وصلات تتيح التحول داخل مواقع مثل مواقع الوزارات والهيئات الحكومية والجامعات ومواقع العديد من المؤسسات والشركات والفنادق والمستشفيات التي تمتلك بالفعل مواقع على الإنترنت (نجوى فهمي عبد السلام، مرجع سبق ذكره، 227).

- أبرزت مفردات العينة ارتياحا اتجاه تقديم الصحف الإلكترونية الجزائرية لتعريف بها، بنشاطها، وعنوانها البريدي، وتقديم شعارها أحيانا، وقيمتها على أنها مقبولة في ذلك بنسبة 40.1 %، بينما اعتبرها غير مقبولة 20.1 % منهم.

- وأخيرا اتخذت النخبة اتجاها سلبيا نحو كثرة استخدام الروابط في الصحف الإلكترونية الجزائرية بقيمة متوسط حسابي بلغت 1.9843، وتباين في الآراء هو الثاني من حيث الحدة بقيمة انحراف معياري راوحت 0,81055. وانعكس ذلك على نسب القبول (32%)، والحياد (34.5%)، وعدم القبول (33.5%).

جدول رقم (36): يوضح تقييم النخبة الأكاديمية للجوانب الشكلية للصفحة الأولى في الصحف الإلكترونية

الجزائرية

الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	غير مقبول	لا أدري	مقبول	العبرة (الترتيب حسب نتائج الجدول)	
0,66614	2,6646	35	37	247	ك	نوعية الخطوط المستعملة في الكتابة (1)
		11,0	11,6	77,4	%	
0,84678	2,3918	76	42	201	ك	نوعية الألوان المستخدمة (2)
		23,8	13,2	63,0	%	
0,83945	2,1850	88	84	147	ك	أسلوب عرض مختلف مكونات الصفحة الأولى (3)
		27,6	26,3	46,1	%	
0,7841	2,4138	المتوسط العام				

أسفرت نتائج الدراسة في **الجدول رقم (36)**، أن النخبة الأكاديمية راضية بنسبة كبيرة عن الجوانب الشكلية للصفحة الأولى، فقد بلغ المتوسط العام الحسابي قيمة معتدلة نحو الاتجاه الإيجابي بـ 2.4138، بمعدل تباين واختلاف في الآراء مرتفع ظهر من خلال الانحراف المعياري العام المسجل بقيمة 0.7841. ووفق قوة الاتجاه الإيجابي نحو الرضا ترتبت عناصر الكفاءة الشكلية كالآتي:

- ذكرت أغلبية مفردات العينة عن رضاها عن نوعية الخطوط المستعملة في الكتابة لدى مواقع الصحف الجزائرية، بنسبة جاوزت 77%، مع اعتراض 11% عليها. وقد سجل أقوى اتجاه إيجابي بقيمة متوسط حسابي بلغت 2,6646، وتباين هو الأقل حدة في الآراء بقيمة انحراف معياري قدرت بـ 0.66614. وقد يرجع ذلك إلى انتهاج معظم الصحف الإلكترونية لأسلوب ترك المجال أما المتصفح للتحكم في خط الكتابة عبر التكبير والتصغير، وخاصة تغير اللون عند وضع الفأرة أو النقر عليه، وتؤكد ذلك الدراسة التحليلية التي قامت بها الباحثة، إذ توفرت هذه الخدمة في 50% من أصل 8 صحف كبيرة في الجزائر.

- أبدت النخبة الأكاديمية ارتياحا وقبولا اتجاه الألوان المستخدمة في الصحف الإلكترونية الجزائرية، لأن الباحثة سبق وأجرت دراسة تحليلية لثمانية مواقع وقامت أغلبها باختيار ألوان مريحة هي: الأزرق، الرمادي، والأبيض والأسود. وكان الاتجاه نحوها معتدل القوة بقيمة متوسط حسابي بلغت 2,3918، وكان ذلك بدرجة تشتت هي الأكبر بين عناصر الكفاءة الشكلية للصفحة الأولى عكستها قيمة الانحراف المعياري التي وصلت إلى

0,84678. وقد صرح 63 % من النخبة الأكاديمية أنها مقبولة عندهم، بينما التزم 13.2 % الحياد، وعارض طريقة توظيفها في الصحف الإلكترونية 23.8 %.

- أعجبت مفردات العينة بأسلوب تقسيم مساحات الصفحة الأولى في تصميم مواقع الصحف الإلكترونية الجزائرية حيث جاء هذا الخيار في مرتبة ثالثة من حيث قوة الاتجاه الإيجابي نحوه بين أفراد العينة بقيمة متوسط حسابي قدرت بـ 2,1850، وذلك بدرجة تشتت أقل بقليل من الخيار السابق عكستها قيمة الانحراف المعياري التي وصلت إلى 0,83945. وقد أكد 46.1 % من النخبة الأكاديمية أنه أسلوب مقبول عندهم، بينما التزم 26.3 % الحياد، وعارض توظيفه في الصحف الإلكترونية 27.6 %.

جدول رقم (37): يوضح تقييم النخبة الأكاديمية لمضمون الصفحة الأولى في الصحف الإلكترونية الجزائرية

الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	غير مقبول	لا أدري	مقبول	العبارة (الترتيب حسب نتائج الجدول)	
					ك	%
0,77536	2,4577	56	61	202	ك	استخدام الوسائط المتعددة (التسجيل الصوتي، الصور، الفيديو، الرسوم المتحركة) (1)
		17,6	19,1	63,3	%	
0,83945	2,1850	88	84	147	ك	الإعلانات (8)
		27,6	26,3	46,1	%	
0,84197	2,2476	83	74	162	ك	تعدد اللغات في الصفحة الرئيسية (6)
		26,0	23,2	50,8	%	
0,79392	2,3292	65	84	170	ك	وجود محركات بحث في الصفحة الرئيسية (تسهل عليك رفق ما تريد البحث عنه مباشرة وإيجاده) (4)
		20,4	26,3	53,3	%	
0,81926	2,3386	71	69	179	ك	وجود وصلات سريعة تسهل عملية البحث عما تريده (3)
		22,3	21,6	56,1	%	
0,85479	2,2665	85	64	170	ك	وجود روابط ضمن الخبر (5)
		26,6	20,1	53,3	%	
0,79542	2,2226	73	102	144	ك	وجود رابط منتديات الحوار (7)
		22,9	32,0	45,1	%	
0,82429	2,3448	72	65	182	ك	وجود استطلاعات الرأي (2)
		22,6	20,4	57,1	%	
0,8181	2,2990	المتوسط العام				

يوضح الجدول رقم (37) تقييم النخبة الأكاديمية لمضمون الصفحة الأولى في الصحف الإلكترونية الجزائرية، وكشفت نتائجها عن اتجاه معتدل القوة نحو مختلف مضامين الصفحة الأولى بمتوسط حسابي يقدر بـ 2.2990، بمعدل تباين واختلاف في الآراء مرتفع بعض الشيء ظهر من خلال الانحراف المعياري العام المسجل بقيمة 0.8181. ووفق قوة الاتجاه الإيجابي نحو الرضا ترتبت مضامين الصفحة الأولى كالاتي:

- عبرت معظم مفردات العينة عن رضاها عن استخدام الوسائط المتعددة (التسجيل الصوتي، الصور، الفيديو، الرسوم المتحركة) في مواقع الصحف الجزائرية، بنسبة تجاوزت 63 %، بينما اعترض عليه فقط 17.6 %.

وقد سجل هذا الخيار أقوى اتجاه إيجابي بقيمة متوسط حسابي بلغت 2,4577، وتباين في الآراء مرتفع الحدة بقيمة انحراف معياري راوحت 0,77536. وتبرز هذه النتيجة في ظل اتجاه قوي لدى الصحف الإلكترونية الجزائرية نحو مداومة تقديم مضامين سمعية بصرية في مواقعها (الفيديو) حتى في المواقع الاستاتيكية مثل: Le soir d'Algérie، وثبت ذلك بالفعل من خلال الدراسة التحليلية التي قامت بها الباحثة لثمانية صحف إلكترونية جزائرية تعتبر الأقدم ظهوراً، تبين من خلالها استخدام الفيديو بـ 100 % من عينة الدراسة، في حين قدمت 50 % منها فن الكاريكاتير. ورغم هذا الاهتمام بالعنصرين السابقين إلا أننا نأخذ على أغلبية الصحف عدم استغلالها للمحتوى الصوتي في الأخبار.

- أكدت مفردات العينة في مرتبة ثانية من حيث قوة الاتجاه الإيجابي أنها راضية إلى حد ما عن وجود استطلاعات الرأي بمواقع الصحف الإلكترونية الجزائرية بقيمة متوسط حسابي قدرت بـ 2,3448، وذلك بدرجة تشتت في الآراء أكبر من الخيار السابق عكستها قيمة الانحراف المعياري التي وصلت إلى 0,82429. وقد أكد 57.1 % من النخبة الأكاديمية أنها خدمة مقبولة عندهم، بينما التزم 20.4 % الحياد، وعارض كيفية توظيفها في الصحف الإلكترونية 22.6 %.

وتعرف استطلاعات الرأي عادة إقبالا وقبولاً من كافة أطراف الجمهور، وتستخدم في غالبية الأحيان لقياس الوعي والشعور حيث لا يمكن قياسهم إلا عن طريقها على خلاف السلوك الذي يمكن قياسه بأساليب أخرى.

- أظهرت النخبة الجزائرية ارتياحاً وقبولاً اتجاه وجود وصلات سريعة، إذ تبين وجود اتجاه معتدل القوة بقيمة متوسط حسابي بلغت 2,3386، وكان ذلك بدرجة تشتت أقل عكستها قيمة الانحراف المعياري التي وصلت إلى 0.81926. وقد صرح 56.1 % من النخبة الأكاديمية أنها خدمة مقبولة عندهم، بينما التزم 21.6 % الحياد، ولم يتقبل طريقة توظيفها في الصحف الإلكترونية 22.3 %.

ويرجع هذا الارتياح إلى كون الوصلات السريعة تسهل على المستخدمين عملية البحث عما يريدونه، كما تقرب إليهم آخر وأهم المعلومات من خلال وصلات: الأخبار العاجلة، الأكثر قراءة، الأكثر تعليقا، مستجدات شبكات التواصل الاجتماعي، الفيديوهات الأكثر مشاهدة... الخ. كما أنه تبين من خلال الدراسة التحليلية اجتهاد غالبية الصحف الإلكترونية في تقديم هذه الخدمة مساعدة للقراء بنسبة 75 % من العينة التحليلية.

- صرح حوالي 53 % من مفردات العينة عن رضاهم على وجود محركات بحث في الصفحة الرئيسية (تسهل عليهم رقب ما يريون البحث عنه مباشرة وإيجاده) في مواقع الصحف الجزائرية، مع اعتراض 20.4 % عليه، وحياد أزيد من 26.3 %.

- عبر 53.3 % من الأساتذة أنهم راضون عن المواقع الجزائرية في وجود روابط ضمن أخبارها، في حين اعترض عليها 26.6 %، والتزم الحياد إزاءها 20.1 %. على الرغم من قلة الصحف الإلكترونية المستغلة لهذه الإمكانية التفاعلية المهمة، فكثيرا ما كان يعاب عليها عدم إيلائها الاهتمام لتقنية النص الفائق خاصة في تحقيق العمق المعرفي في أخبارها عبر التنسيق والربط بين مختلف الأحداث بروابط داخلها. وأكدت الدراسة التحليلية ذلك لأنه فقط 50 % من الصحف العينة وفرت هذه الخدمة، وهي تقريبا ما استطاع سعيد الغريب النجار الوصول إليه في دراسة سابقة له "الصحيفة الإلكترونية والورقية" حيث أن الصحف المصرية لم تستعد الاستفادة الكاملة من ثورة المعلومات المتوفرة وتقنيات النص الفائق (شعيب الغياشي، مرجع سبق ذكره، 18).

- أبدت مفردات العينة ارتياحا اتجاه تقديم الصحف الإلكترونية الجزائرية لتعدد اللغات في الصفحة الرئيسية، وقيمت النخبة هذه الخدمة التفاعلية على أنها مقبولة بنسبة 50.8 %، بينما اعتبرها غير مقبولة 26 %.

- أبرز أساتذة مختلف الجامعات الجزائرية اتجاهها إيجابيا نحو وجود رابط منتديات الحوار ببعض مواقع الصحف الجزائرية على الرغم من عدم مشاركتهم بأرائهم فيها أو محاورتهم لمستخدمين آخرين من خلالها إلا بنسبة 44.2 % و 30.4 % على التوالي. مع الإشارة إلى نقص استخدام هذا التطبيق وتقصير الغالبية الساحقة للصحف الإلكترونية في توفيره عبر مواقعها.

- واتخذت النخبة اتجاهها إيجابيا ضعيفا نحو الإعلانات الموجودة في الصحف الإلكترونية الجزائرية بقيمة متوسط حسابي بلغت 2,1850، وتباين في الآراء هو الثالث من حيث الحدة بقيمة انحراف معياري راوحت 0,83945. وانعكس ذلك على نسب القبول (46.1 %)، والحياد (26.3 %)، وعدم القبول (27.6 %).

على العموم يمكن أن نستنتج من النتائج السابقة أن عناصر كفاءة الصفحة الأولى نالت قدرا من الرضا والتقييم الإيجابي عند النخبة الأكاديمية مما يوضح قبولا عاما للصفحات الرئيسية الخاصة بالصحف الإلكترونية الجزائرية على الرغم من بساطة أغلبها وعدم توفرها على إمكانات تفاعلية تضاهي الصحف العالمية. حيثرتّب الأساتذة عناصر كفاءة الصفحة الأولى من حيث رضاهم كالاتي: الرضا عن الجوانب الشكلية أولا بمتوسط حسابي قدر بـ 2.4138، ومعدل تباين واختلاف في الآراء مرتفع ظهر من خلال الانحراف المعياري العام المسجل بقيمة 0.7841. وقد جاء التقييم أكثر إيجابية في شأن نوعية الخطوط المستعملة في المواقع. ثم الرضا عن مضمون الصفحة الأولى بمتوسط حسابي بلغ 2.2990، ومعدل تباين واختلاف في الآراء مرتفع جدا (وهو الأعلى بين الخيارات) ظهر من خلال الانحراف المعياري العام المسجل بقيمة 0.8181. أما المضمون الأفضل تقييما كان استخدام الوسائط المتعددة إلى جانب النصوص الصحفية. وأخيرا الرضا عن الجوانب التقنية بتحقيق المتوسط العام الحسابي لقيمة معتدلة نحو الاتجاه الإيجابي بـ 2.2588، ومعدل تباين

واختلاف في الآراء هو الأقل بين الثلاثة خيارات ظهر من خلال الانحراف المعياري العام المسجل بقيمة 0.7696. وأبدت النخبة اتجاها أكثر إيجابية نحو زمن تحميل الصفحة الأولى من بين هذه الجوانب التقنية.

جدول رقم (38): يوضح تقييم النخبة الأكاديمية لمستوى التفاعلية المتاحة عبر الصحف الإلكترونية الجزائرية

تقييم النخبة لمستوى التفاعلية المتاحة عبر الصحف الإلكترونية الجزائرية	ك	%
ضعيف	131	41,1
مقبول	142	44,5
جيد	46	14,4
Σ	319	100,0

إن الحصول على المعلومات وتوثيقها واسترجاعها وصياغة مادة إعلامية متميزة، والعمل على تحقيق سبق الإخباري والمتابعات والتغطيات المتواصلة والتحليلات المعمقة وتقديم المواد الإعلامية الفورية بأداء فريد وإخراج فني تقني جذاب، مما يساعد على تفاعل القارئ مباشرة مع وسيلته، وزيادة شعبيتها لاسيما مع تزايد الاتصال التفاعلي المباشر وتطور التطبيقات التفاعلية مع زيادة مساحة الحرية للتعبير وتبادل الآراء ووجهات النظر والأفكار عبر مختلف وسائل الإعلام الإلكتروني، وعلى رأسها الصحافة الإلكترونية، يعد كل ذلك من أهم محددات نجاح العمليات الاتصالية التفاعلية الناشئة بين المستخدم وبين المضمون والمحررين والمستخدمين الآخرين عبر النت. يتحلل هذا النشاط إلى العمدية والاختيار والاستغراق والتقييم. هذا الأخير الذي حاولت الباحثة قياسه في سؤال للنخبة الأكاديمية حول تقييمهم لمستوى التفاعلية المتاحة عبر الصحف الإلكترونية الجزائرية. فشهدت نتائج **الجدول رقم (38)** انقساما حادا بين مفردات النخبة الأكاديمية حول هذا التقييم، انفتحت 44.5% من مفردات العينة أن التطبيقات التفاعلية عبر الصحف الجزائرية مقبولة إلى حد ما، وهو ما يفسره الاتجاه الإيجابي العام الذي سجلته الباحثة عند العينة اتجاه مختلف عناصر كفاءة الصفحة الأولى من شكل وتقنية ومضمون. إلا أن نسبة مماثلة تقريبا 41.1% رفضت الأمر مصرحة أن مستوى التفاعلية فيها ضعيف ولا يرقى إلى مستوى الصحف العالمية والأجنبية عموما، وقد أرجعت ذلك لعدد الأسباب التي سنفصلها في الجدول الموالي. أما نسبة الذين يعتقدون أن المستوى جيد فهي الأضعف بـ 14.4%، وتقترب هذه النتيجة من التي توصلت إليها الباحثة صفية خليفة بن مسعود في دراستها لواقع الصحافة الإلكترونية الليبية، حيث أكد حوالي 49% من عينتها من مستخدمي التطبيقات التفاعلية بالصحافة الإلكترونية الليبية أنها مقبولة لديهم في حين 36% وصفوها بالضعيفة مقارنة بالصحف الأجنبية (صفية خليفة بن مسعود، مرجع سبق ذكره، 214).

جدول رقم (39): يوضح أسباب ضعف مستوى التفاعلية المتاحة عبر الصحف الإلكترونية الجزائرية من وجهة نظر النخبة الأكاديمية

الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	معارض	محايد	موافق	العبارة	
0,61188	2,6260	9	31	91	ك	تعاني الصحافة الإلكترونية الجزائرية من ضعف في البنية التحتية والإمكانيات الكفيلة باستغلالها للأدوات التفاعلية. (6)
		6,9	23,7	69,5	%	
0,49353	2,7634	4	23	104	ك	ضعف التكوين لدى الصحفيين منع الصحف الإلكترونية من إنتاج إعلام إلكتروني تفاعلي فاعل. (2)
		3,1	17,6	79,4	%	
0,49353	2,7634	4	23	104	ك	غياب الوعي لدى أطراف العملية الاتصالية (المرسل والمستقبل) بأهمية التفاعلية عبر الإعلام الإلكتروني في ترقية الإعلام ككل (2)
		3,1	17,6	79,4	%	
0,54756	2,7099	6	26	99	ك	الخوف من الهويات الافتراضية للمستخدمين يحد من قابلية التفاعل مع المحتوى أو الاتصال بالآخرين. (5)
		4,6	19,8	75,6	%	
0,55226	2,7328	7	21	103	ك	غياب الخبرة الإعلامية الكبيرة نظرا لِقُوَّةِ التجربة الإعلامية الخاصة بشكل عام في الجزائر. (4)
		5,3	16,0	78,6	%	
0,63938	2,6107	11	29	91	ك	الخوف من الرقابة الممارسة من قبل المشرفين على المنتديات وغرف الحوار. (7)
		8,4	22,1	69,5	%	
0,61485	2,6107	9	33	89	ك	الخوف من الرقابة الذاتية لهيئة التحرير على نشر بريد القراء والرسائل الإلكترونية الواردة للصحفيين. (7)
		6,9	25,2	67,9	%	
0,68049	2,5649	14	29	88	ك	الخوف من رقابة الدولة. (8)
		10,7	22,1	67,2	%	
0,51655	2,7481	5	23	103	ك	غياب الوعي بحرية الرأي والتعبير وتقدير الإعلام التشاركي الديمقراطي وقدرته في تحقيق التنمية. (3)
		3,8	17,6	78,6	%	
0,43712	2,8015	2	22	107	ك	غياب المصادقية والتأكد من صحة المعلومة في المضامين التي ينتجها المستخدمون. (1)
		1,5	16,8	81,7	%	
0,5587	2,6931	المتوسط العام				

لقد كان للتطور الهائل والمتلاحق في شبكة الإنترنت والتقدم الديمقراطي الذي يشهده العالم والاتجاه نحو القبول بمزيد من التعددية والتنوع في وسائل الإعلام التقليدية والإلكترونية، تأثيرات مختلفة أكثرها إيجابي على المضامين والجمهور والوسائل، وظهر ذلك جليا في أغلبية أقطار العالم الغربي. في الجزائر ورغم تواجد الصحافة على شبكة الإنترنت منذ سنة 1997، إلا أنها لم تستغل الإمكانيات التفاعلية المتاحة عبر الشبكة بالصورة المطلوبة. وأكد هذا الواقع الاتجاه العام المائل إلى السلبي نحوها والمسجل خصوصا في دراستنا لدى النخبة الأكاديمية؛ إذ تعيب عليها عدة نقائص ومشاكل تسبب ضعف مستوى التفاعلية المتاحة عبرها. ترتبت هذه النقائص حسب وجهة نظر العينة كالاتي:

1- غياب المصادقية والتأكد من صحة المعلومة في المضامين التي ينتجها المستخدمون: أخذ هذا المبرر إجماع أغلب الأساتذة غير المقتنعين بمستوى التفاعلية في الصحف الإلكترونية الجزائرية حيث أكد 81.7 % منهم على موافقتهم عليه، ورفضه فقط 1.5 %، في حين حاد عن الإدلاء برأيه 16.8 % منهم. وسجل هذا الخيار بفضل هذه النسب أقوى اتجاه إيجابي للعينة نحوه بمتوسط حسابي قدر بـ 2.8015 مما عزز الاتفاق وهدم التشتت بانحراف معياري بلغ 0.43712.

2- تقاسم المرتبة الثانية في قائمة النقائص كل من غياب الوعي لدى أطراف العملية الاتصالية (المرسل والمستقبل) بأهمية التفاعلية عبر الإعلام الإلكتروني في ترقية الإعلام ككل، وضعف التكوين لدى الصحفيين منع الصحف الإلكترونية من إنتاج إعلام إلكتروني تفاعلي فاعل، باتجاه إيجابي قوي أيضا إذ راح المتوسط الحسابي 2.7634 في اتفاق كبير بين المبحوثين حول هذا الاتجاه بضعف شديد في الانحراف المعياري بـ 0.49353. وبرهنت على ذلك النسب المحصل عليها بـ 79.4 % للموافقين، و 17.6 % للمحايدين، بينما عارضهما 3.1 %.

لقد تأكدت هذه النقاط لدى الباحثة بفضل أمرين: أولهما هي نتائج الدراسة الميدانية الحالية الخاصة بالجمهور بما أكدته من عزوف لدى النخبة عن استخدام ما توفر من التطبيقات التفاعلية في الصحف الإلكترونية الجزائرية، وثانيهما هي سلسلة المقابلات التي جمعتها بمديري أو القائمين على المواقع الإلكترونية بتأكيد أكثرهم على ضعف القدرات البشرية والوعي في ظل نقص في الخضوع للدورات والتكوين في الإعلام الإلكتروني لدى غالبية المؤسسات الصحفية في الجزائر.

3- عابت النخبة في واقع الإعلام الإلكتروني الجزائري غياب الوعي بحرية الرأي والتعبير وتقدير الإعلام التشاركي الديمقراطي وقدرته في تحقيق التنمية، وأخذت اتجاهها إيجابيا قويا في هذا الأمر، فسجلت نتائج الجدول متوسطا حسابيا وصل إلى 2.7481، ونظرا لهذا الاتجاه القوي فقد تراجع الانحراف المعياري الدال على التباين والتشتت بقيمة 0.51655. وبذلك تكون النخبة قد عبرت بنسبة 78.6 % عن موافقتها على هذا العيب، ورفضه 3.8 %، في حين بقي محايدا 17.6 % منهم.

4- تعتقد النخبة الأكاديمية أن تدني مستوى التفاعلية في الصحف الإلكترونية الجزائرية راجع إلى غياب الخبرة الإعلامية الكبيرة نظرا لفتوة التجربة الإعلامية الخاصة بشكل عام في الجزائر، بنسبة عالية نوعا ما بلغت 78.6 %، في حين يعترض عليها فقط 5.3 %، ولم يفصح عن رأيه في هذا الخيار بالذات حوالي 16 % من مفرداتها. وبشكل عام فقد أخذت الإجابات اتجاها إيجابيا بمتوسط حسابي راوح 2.7328 محتلا بقيمته المرتبة الرابعة بين الخيارات، وكان الانحراف المعياري معتدل القيمة بـ 0.55226 أي أن التباين في الآراء وتشتتها كان ضعيفا تقريبا، وهو أعلى بقليل عن الخيار السابق.

5- أما مبرر الخوف من الهويات الافتراضية للمستخدمين يحد من قابلية التفاعل مع المحتوى أو الاتصال بالآخرين، فقد نال نسبة 75.6 % من بين الموافقين عليه، و فقط 4.6 % من المعارضين، بينما التزم الصمت حياله 19.8 %. وذلك ما دفع بالمتوسط الحسابي للتراجع إلى 2.7099 أي أن قوة الاتجاه الإيجابي نقصت قليلا، وذلك ما انعكس أيضا على قيمة الانحراف المعياري الذي تراجع أيضا إلى 0.54756 مما يعني زيادة في الاتفاق حول الإجابات أفضل من الخيار السابق.

6- تعاني الصحافة الإلكترونية الجزائرية من ضعف في البنية التحتية والإمكانيات الكفيلة باستغلالها للأدوات التفاعلية: أخذ هذا المبرر حسب اعتقاد أساتذة الجامعات الجزائرية المرتبة السادسة بنسبة قبول فاقت 69 %، في حين رفضه 6.9 %، والتزم الحياد نحوه 23.7 %. وهو ما جعل الاتجاه القوي يتراجع بتقهقر المتوسط الحسابي إلى 2.6260، ومعه ارتفع الانحراف المعياري إلى 0.61188 للدلالة على التشتت والتباين الزائدين على ما سجل في الخيار السابق.

7- يتقاسم المرتبة السابعة مبرران هما: الخوف من الرقابة الممارسة من قبل المشرفين على المنتديات وغرف الحوار، والخوف من الرقابة الذاتية لهيئة التحرير على نشر بريد القراء والرسائل الإلكترونية الواردة للصحفيين، حيث نال الخيار الأول نسبا أعلى بقليل عن الثاني بـ 69.5 % للموافقين عليه، و 22.1 % للمحايدين، و 8.4 % للمعارضين. وعلى الرغم من الاتجاه الإيجابي المعتدل المسجل للخيارين والذي عكسه المتوسط الحسابي بقيمة 2.6107، فإنهما اختلفا من ناحية التشتت والاتفاق بين قيمتي 0.63938 و 0.61485 على التوالي. بينما حصل الخيار الثاني على 67.9 % للموافقين، و 25.2 % للمحايدين، وأخيرا 6.9 % للمعارضين عليه.

8- وفي مرتبة أخيرة تخوفت النخبة من رقابة الدولة على تفاعلية الصحف الإلكترونية باتجاه ضعيف القوة حسب متوسط حسابي قدر بـ 2.5649، وتشتت في الآراء هو الأقوى بين الخيارات كلها بانحراف معياري بلغ 0.68049، مما انعكس سلبا على انقسام الآراء على 67.2 % من الموافقين عليه، و 22.1 % للمحايدين وأخيرا 10.7 % للمعارضين له.

3-3 - علاقات الارتباط بين متغيرات الدراسة

جدول رقم (40): يوضح علاقة الارتباط بين متغيري الجنس والتعرض للصحافة الإلكترونية

Σ	الجنس		/		
	أنثى	ذكر			
148	63	85	ك	دائما	التعرض للصحافة الإلكترونية
100,0	42,6	57,4	%		
79	20	59	ك	غالبا	
100,0	25,3	74,7	%		
92	17	75	ك	أحيانا	
100,0	18,5	81,5	%		
319	100	219	ك	Σ	
100,0	31,3	68,7	%		

القرار الإحصائي	الدلالة	درجة الحرية	قيمة كا ²
فروق دالة إحصائيا	0,000	2	17,073

يكشف الجدول رقم (40) عن العلاقة الموجودة بين متغيري الجنس وكثافة التعرض للصحافة الإلكترونية، وتشير نتائجه إلى أن الذكور أكثر اهتماما بالصحافة الإلكترونية وأقل بقليل مواظبة واستمرارية في التعرض لها من الإناث. إذ سجلت نسبة كثافة تعرض عالية لديهم بـ 81.5% أحيانا على خلاف التعرض غالبا ودائما للذين سجلا نسبتي 74.7% و 57.4% على التوالي. في حين احتل التعرض دائما لها المرتبة الأولى لدى الإناث بحوالي نصفهن بـ 42.6%، ثم التعرض غالبا بنسبة 25.3%، وفي المرتبة الأخيرة 18.5% لأحيانا. هو أمر مقبول إذا سلمنا بسببين: طبيعة الأعمال والمسؤوليات الملقاة على عاتق الذكور خارج المنزل. فمن البديهي الانشغال الدائم لهم فضلا عن الأعباء العائلية ومجموع الالتزامات المهنية بصفتهن أساتذة بالجامعة تجعل التفرغ لقراءة الصحف الإلكترونية أمرا صعبا نسبيا مقارنة بالمرأة التي تعمل نهارا خارج المنزل وتكون مساء داخله مما قد يمنحها فرصة التعرض لها مع وجود ربط بالإنترنت في معظم بيوت الأساتذة حاليا. أما السبب الثاني فيعود إلى ارتفاع ارتباط الرجل بالتلفزيون والقنوات الفضائية الإخبارية خصوصا العربية منها (الجزيرة والعربية) كمصدر أول يستقي منهما معلوماته في كافة الميادين. وقد كشفت دراسة سابقة لمها عبد المجيد صلاح بعنوان "استخدامات الجمهور المصري للصحف اليومية الإلكترونية على شبكة الإنترنت" أن استخدام الذكور للنسخ الإلكترونية أكثر كثافة من الإناث (شعيب الغباشي، مرجع سبق ذكره، 63، 64).

وأكد معامل الارتباط χ^2 وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين متغيري الجنس وكثافة التعرض للصحف الإلكترونية عند درجة الحرية 2 ومستوى الدلالة 0.000، بقيمة جدولية لكا² بلغت 17.073.

جدول رقم (41): يوضح علاقة الارتباط بين متغيري التخصص والتعرض للصحافة الإلكترونية

Σ	التخصص		/		
	أدبي	علمي			
148	102	46	ك	دائما	التعرض للصحف الإلكترونية
100,0	68,9	31,1	%		
79	61	18	ك	غالبا	
100,0	77,2	22,8	%		
92	67	25	ك	أحيانا	
100,0	72,8	27,2	%		
319	230	89	ك	Σ	
100,0	72,1	27,9	%		

القرار الإحصائي	الدلالة	درجة الحرية	قيمة كا ²
فروق غير دالة إحصائيا	0,407	2	1,796

يهدف الجدول رقم (41) للكشف عن العلاقة الموجودة بين متغيري التخصص العلمي وكثافة التعرض للصحافة الإلكترونية، وتشير نتائجه إلى أن الأدبيين أكثر اهتماما بالصحافة الإلكترونية وأكثر مواظبة واستمرارية في التعرض لها بأكثر من ضعف العلميين. إذ سجلت نسبة كثافة تعرض عالية لديهم بـ 77.2 % غالبا على خلاف التعرض أحيانا ودائما اللذين سجلا نسبتي 72.8 % و 68.9% على التوالي. في حين تصدر التعرض دائما لها لدى العلميين الخيارات الثلاث بحوالي 31.1%، ثم التعرض أحيانا بنسبة 27.2%، وفي المرتبة الأخيرة 22.8 % لغالبا. قد ترجع هذه النتائج إلى الانشغال لدى العلميين بالبحوث التطبيقية، والمجلات والمواقع العلمية التجريبية على حساب المواقع الإخبارية عكس الأدبيين الذين هم في بحث دائم عن المواضيع الإنسانية الاجتماعية التي قد يجدون في الصحافة الإلكترونية بذورا لها عبر إحصائيات أو معالجات لمختلف الظواهر الإنسانية. وأكد معامل الارتباط χ^2 عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين متغيري التخصص العلمي وكثافة التعرض للصحف الإلكترونية عند درجة الحرية 2 ومستوى الدلالة 0.407، بقيمة جدولية لكا² قدرت بـ 1.796.

جدول رقم (42): يوضح علاقة الارتباط بين متغيري السن والتعرض للصحافة الإلكترونية

Σ	السن			/		
	أكبر من 55	55-41	40-25			
148	2	21	125	ك	دائما	التعرض للصحف الإلكترونية
100,0	1,4	14,2	84,5	%		
79	1	8	70	ك	غالبا	
100,0	1,3	10,1	88,6	%		
92	3	16	73	ك	أحيانا	
100,0	3,3	17,4	79,3	%		
319	6	45	268	ك	Σ	
100,0%	1,9	14,1	84,0	%		

القرار الإحصائي	الدلالة	درجة الحرية	قيمة كا ²
فروق غير دالة	0,502	4	3,343

يحاول الجدول رقم (42) التعرف على العلاقة الموجودة بين متغيري السن وكثافة التعرض للصحافة الإلكترونية، وتشير نتائجه إلى أن فئة الشباب (25-40 سنة) هي الطاغية والمسيطرة على أعلى نسب التعرض والاهتمام بالصحافة الإلكترونية كما أنها الأكثر مداومة واستمرارية في التعرض لها من الفئات الأخرى (41-55 سنة وأكبر من 55). إذ سجلت نسبة كثافة تعرض ساحقة لديهم بـ 88.6% لغالبا، على خلاف التعرض دائما وأحيانا للذين سجلا نسبتي 84.5% و 79.3% على التوالي.

في حين تصدر التعرض أحيانا لها لدى فئة 41 إلى 55 سنة الخيارات الأخرى بحوالي 17.4%، ثم التعرض دائما بنسبة 14.2%، وفي المرتبة الأخيرة 10.1% لغالبا. أما فئة أكبر من 55 سنة فحققت نسبا ضعيفة جدا بالنظر إلى قلة عدد مفرداتها بين الفئات الثلاث، واختارت التعرض أحيانا كأول خيار بنسبة 3.3%، فالتعرض غالبا بـ 1.4%، وأخيرا دائما بـ 1.3%. وهي نتائج معقولة تماما إذا ما علمنا أن أغلب الدراسات والإحصائيات أكدت أن الشباب هم الفئة الأكثر استخداما للإنترنت بشكل عام ووسائل الإعلام الإلكتروني بشكل

خاص. مثلما توصل إليه استبيان إقليمي أجراه برنامج الحوكمة والابتكار بالتعاون مع بيت دوت كوم، استهدف القاطنين في 22 بلداً عربياً، واستكمل الاستبيان في مارس 2014، وبلغ عدد المجيبين تقريباً 3000 فرداً، وجرى استلام الإجابات من كافة البلدان في المنطقة العربية، وكانت العينة تتألف بصورة أولية من مستخدمي الإنترنت، حيث أنها أُديرت من خلال استبيان على الإنترنت. وكانت تتألف من 75% من الذكور، وتضم الشباب في الغالب (النسبة الأكبر منهم عمرهم ما بين 24 و 34 عاماً) بنسبة 59%. وكانت مصر والسعودية والأردن والجزائر والإمارات والمغرب هي الدول التي تحظى بأكبر تمثيل في حجم العينة (مركز نماء، مرجع سبق ذكره). وأكد معامل الارتباط كاً² عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين متغيري السن وكثافة التعرض للصحف الإلكترونية عند درجة الحرية 4 ومستوى الدلالة 0.502، بقيمة جدولية لكاً² قدرت بـ 3.343.

جدول رقم (43): يوضح علاقة الارتباط بين متغيري الجنس وتلبية الصحف الإلكترونية لحاجات النخبة الأكاديمية

Σ	الجنس		/		
	أنثى	ذكر			
36	7	29	ك	دائماً	تلبية الصحف الإلكترونية لحاجات النخبة الأكاديمية
100,0	19,4	80,6	%		
252	84	168	ك	أحياناً	
100,0	33,3	66,7	%		
31	9	22	ك	أبداً	
100,0	29,0	71,0	%		
319	100	219	ك	Σ	
100,0	31,3	68,7	%		

القرار الإحصائي	الدلالة	درجة الحرية	قيمة كاً ²
فروق غير دالة إحصائية	0,234	2	2,909

يكشف الجدول رقم (43) عن العلاقة الموجودة بين متغيري الجنس وتلبية الصحف الإلكترونية لحاجات النخبة الأكاديمية، وتشير نتائجه إلى أن الصحف الإلكترونية تلبية حاجات الذكور أكثر من الإناث. إذ سجلت نسبة دوام تلبية الحاجات لديهم 80.6%، على خلاف أحياناً التي سجلت 66.7%. أما الذين لم تلبية الصحف الإلكترونية تماماً حاجاتهم فقد مثل الذكور من بينهم 71%.

في حين احتلت تلبية حاجات الإناث أحيانا المرتبة الأولى بين الخيارات الثلاث بحوالي 33.3%، ثم جاء انعدام التلبية بنسبة 29%، وفي المرتبة الأخيرة 19.4% لدوام التلبية. وأكد معامل الارتباط كا² عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين متغيري الجنس وتلبية الصحف الإلكترونية لحاجات النخبة الأكاديمية عند درجة الحرية 2 ومستوى الدلالة 0.234، بقيمة جدولية لكا² قدرت بـ 2.909 .

جدول رقم (44): يوضح علاقة الارتباط بين متغيري التخصص وتلبية الصحف الإلكترونية لحاجات النخبة الأكاديمية

Σ	التخصص		/		
	أدبي	علمي			
36	28	8	ك	دائما	تلبية الصحف الإلكترونية لحاجات النخبة
100,0	77,8	22,2	%		
252	182	70	ك	أحيانا	
100,0	72,2	27,8	%		
31	20	11	ك	أبدا	
100,0	64,5	35,5	%		
319	230	89	ك	Σ	
100,0	72,1	27,9	%		

القرار الإحصائي	الدلالة	درجة الحرية	قيمة كا ²
فروق غير دالة إحصائيا	0,481	2	1,465

يهدف الجدول رقم (44) للتعرف على مدى العلاقة الموجودة بين متغيري التخصص وتلبية الصحف الإلكترونية لحاجات النخبة الأكاديمية، وتشير نتائجه إلى أن الصحف الإلكترونية تلبية حاجات الأدبيين أكثر من العلميين. إذ سجلت نسبة دوام تلبية الحاجات عندهم 77.8%، على خلاف أحيانا التي سجلت 72.2%. أما الذين لم تلبية الصحف الإلكترونية تماما حاجاتهم فقد مثل الأدبيون من بينهم 64.5%. أما تلبية حاجات العلميين فصرح 35.5% منهم في المرتبة الأولى بين الخيارات الثلاث بعدم تلبية الصحف الإلكترونية الجزائرية لحاجاتهم أبدا، ثم جاءت التلبية أحيانا بنسبة 27.8%، وفي المرتبة الأخيرة 22.2% لدوام التلبية. وأكد معامل الارتباط كا² عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين متغيري التخصص وتلبية الصحف الإلكترونية لحاجات النخبة الأكاديمية عند درجة الحرية 2 ومستوى الدلالة 0.481، بقيمة جدولية لكا² بلغت 1.465.

جدول رقم (45): يوضح علاقة الارتباط بين متغيري السن وتلبية الصحف الإلكترونية لحاجات النخبة الأكاديمية

Σ	السن			/		
	أكبر من 55	55-41	40-25			
36	0	4	32	ك	دائما	تلبية الصحف الإلكترونية لحاجات النخبة الأكاديمية
100,0	0,0	11,1	88,9	%		
252	6	34	212	ك	أحيانا	
100,0	2,4	13,5	84,1	%		
31	0	7	24	ك	أبدا	
100,0	0,0	22,6	77,4	%		
319	6	45	268	ك	Σ	
100,0	1,9	14,1	84,0	%		

القرار الإحصائي	الدلالة	درجة الحرية	قيمة كا ²
فروق غير دالة إحصائيا	0,443	4	3,732

يكشف الجدول رقم (45) عن العلاقة الموجودة بين متغيري السن وتلبية الصحف الإلكترونية لحاجات النخبة الأكاديمية، وتشير نتائجه إلى أن فئة الشباب (25-40 سنة) هي الطاغية والمسيطرة على أعلى نسب التلبية وعدمها حيث أن الصحف الإلكترونية الجزائرية أكثر مداومة واستمرارية لتلبية حاجاتها من الفئات الأخرى (41-55 سنة وأكبر من 55). إذ سجلت نسبة ساحقة لديهم بـ 88.9%، على خلاف التلبية أحيانا بنسبة 84.1%، والذين لم يجدوا في الصحف الإلكترونية حاجاتهم أبدا بـ 77.4%.

في حين تصدر عدم تلبية الحاجات نهائيا لدى فئة 41 إلى 55 سنة الخيارات الأخرى بحوالي 22.6%، ثم التلبية أحيانا بنسبة 13.5%، وفي المرتبة الأخيرة 11.1% لدوام تلبية حاجاتهم. أما فئة أكبر من 55 سنة فحققت نسا معدمة بالنظر إلى قلة عدد مفرداتها بين الفئات الثلاث، واختارت تلبية حاجاتها أحيانا بنسبة 2.6% فقط، حيث اتضح عدم رضاها بشكل عام عن الصحف الإلكترونية الجزائرية.

وأكد معامل الارتباط كا² عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين متغيري السن وتلبية الصحف الإلكترونية لحاجات النخبة الأكاديمية عند درجة الحرية 4 ومستوى الدلالة 0.443، بقيمة جدولية لكا² بلغت 3.732.

جدول رقم (46): يوضح العلاقة بين متغيري الجنس وتفاعل النخبة مع مضمون الصحف الإلكترونية الجزائرية

الدلالة	ت	المتوسط الحسابي	الجنس	التفاعل مع مضمون الصحيفة الإلكترونية الجزائرية
0,683	0,408	1,7094	نكر	
		1,7257	أنثى	

يكشف الجدول رقم (46) عن العلاقة بين متغيري الجنس ومدى تفاعل النخبة الأكاديمية مع مضمون الصحف الإلكترونية الجزائرية، ويظهر اختبار "ت" (T-Test) الذي يقوم باختبار الفروق الإحصائية بين مجموعتين مستقلتين، أنه لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين الذكور والإناث في مدى تفاعلهم مع مضمون الصحف وذلك لأن قيمة الدلالة (0.683) أكبر من احتمال الخطأ المسموح به في العلوم الاجتماعية الذي هو 0.05.

جدول رقم (47): يوضح العلاقة بين متغيري التخصص وتفاعل النخبة مع مضمون الصحف الإلكترونية الجزائرية

الدلالة	ت	المتوسط الحسابي	التخصص	تفاعل مع مضمون الصحيفة الإلكترونية الجزائرية
0,408	0,828	1,7392	علمي	
		1,7050	أدبي	

يوضح الجدول رقم (47) العلاقة بين متغيري التخصص ومدى تفاعل النخبة الأكاديمية مع مضمون الصحف الإلكترونية الجزائرية، ويظهر اختبار "ت" (T-Test)، أنه لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين العلميين والأدبيين في مدى تفاعلهم مع مضمون الصحف وذلك لأن قيمة الدلالة (0.408) أكبر من احتمال الخطأ المسموح به في العلوم الاجتماعية الذي هو 0.05.

جدول رقم (48): يوضح العلاقة بين متغيري السن وتفاعل النخبة مع مضمون الصحف الإلكترونية الجزائرية

الدالة	F	متوسط المربعات	درجة الحرية	مجموع المربعات	تفاعل مع مضمون الصحيفة الإلكترونية الجزائرية
0,605	0,503	0,055	2	0,110	داخل المجموعات
/	/	0,110	316	34,670	بين المجموعات
/	/	/	318	34,781	Σ

يوضح الجدول رقم (48) العلاقة بين متغيري السن ومدى تفاعل النخبة الأكاديمية مع مضمون الصحف الإلكترونية الجزائرية، ويظهر اختبار أنوفا (Anova) الذي يقيس عادة الفروق الإحصائية بين ثلاث مجموعات أو أكثر، أنه لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين مختلف فئات (مجموعات) السن في مدى تفاعلهم مع مضمون الصحف وذلك لأن قيمة الدلالة (0.605) أكبر من احتمال الخطأ المسموح به في العلوم الاجتماعية الذي هو 0.05.

جدول رقم (49): يوضح العلاقة بين متغيري الجنس وتفاعل النخبة مع محرري الصحف الإلكترونية الجزائرية

الدالة	ت	المتوسط الحسابي	الجنس	التفاعل مع محرري وصحفي الصحافة الإلكترونية الجزائرية
0,762	0,304	1,1887	ذكر	
		1,1783	أنثى	

يوضح الجدول رقم (49) العلاقة بين متغيري الجنس ومدى تفاعل النخبة الأكاديمية مع محرري الصحف الإلكترونية الجزائرية، ويظهر اختبار "ت" (T-Test)، أنه لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين الذكور والإناث في مدى تفاعلهم مع محرري الصحف وذلك لأن قيمة الدلالة (0.762) أكبر من احتمال الخطأ المسموح به في العلوم الاجتماعية الذي هو 0.05.

جدول رقم (50): يوضح العلاقة بين متغيري التخصص وتفاعل النخبة مع محرري الصحف الإلكترونية الجزائرية

الدالة	ت	المتوسط الحسابي	التخصص	التفاعل مع محرري وصحفي الصحافة الإلكترونية الجزائرية
0,091	1,696	1,1423	علمي	
		1,2022	أدبي	

يكشف الجدول رقم (50) عن العلاقة بين متغيري التخصص ومدى تفاعل النخبة الأكاديمية مع محرري الصحف الإلكترونية الجزائرية، ويظهر اختبار "ت" (T-Test)، أنه لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين العلميين والأدبيين في مدى تفاعلهم مع محرري الصحف وذلك لأن قيمة الدلالة (0.091) أكبر من احتمال الخطأ المسموح به في العلوم الاجتماعية الذي هو 0.05.

جدول رقم (51): يوضح العلاقة بين متغيري السن وتفاعل النخبة مع محرري الصحف الإلكترونية الجزائرية

الدالة	F	متوسط المربعات	درجة الحرية	مجموع المربعات	التفاعل مع محرري وصحفي الصحافة الإلكترونية الجزائرية
0,846	0,168	0,014	2	0,027	داخل المجموعات
/	/	0,081	316	25,527	بين المجموعات
/	/	/	318	25,554	∑

يبين الجدول رقم (51) العلاقة بين متغيري السن ومدى تفاعل النخبة الأكاديمية مع محرري الصحف الإلكترونية الجزائرية، ويظهر اختبار أنوفا (Anova)، أنه لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين مختلف فئات (مجموعات) السن في مدى تفاعلهم مع محرري الصحف وذلك لأن قيمة الدلالة (0.846) أكبر من احتمال الخطأ المسموح به في العلوم الاجتماعية الذي هو 0.05.

جدول رقم (52): يوضح العلاقة بين متغيري الجنس وتفاعل النخبة مع مستخدمي الصحف الإلكترونية الجزائرية

التفاعل مع المستخدمين الآخرين للصحافة الإلكترونية الجزائرية	الجنس	المتوسط الحسابي	ت	الدلالة
	نكر	1,4646	0,768	0,443
	أنثى	1,5025		

يكشف الجدول رقم (52) عن العلاقة بين متغيري الجنس ومدى تفاعل النخبة الأكاديمية مع مستخدمي الصحف الإلكترونية الجزائرية، ويظهر اختبار "ت" (T-Test)، أنه لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين الذكور والإناث في مدى تفاعلهم مع مستخدمي الصحف وذلك لأن قيمة الدلالة (0.443) أكبر من احتمال الخطأ المسموح به في العلوم الاجتماعية الذي هو 0.05.

جدول رقم (53): يوضح العلاقة بين متغيري التخصص وتفاعل النخبة مع مستخدمي الصحف الإلكترونية الجزائرية

التفاعل مع المستخدمين الآخرين للصحافة الإلكترونية الجزائرية	التخصص	المتوسط الحسابي	ت	الدلالة
	علمي	1,3820	2,592	0,010
	أدبي	1,5130		

يبرز الجدول رقم (53) العلاقة بين متغيري التخصص ومدى تفاعل النخبة الأكاديمية مع مستخدمي الصحف الإلكترونية الجزائرية، ويظهر اختبار "ت" (T-Test)، أنه توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين العلميين والأدبيين في مدى تفاعلهم مع مستخدمي الصحف وذلك لأن قيمة الدلالة (0.010) أصغر من احتمال الخطأ المسموح به في العلوم الاجتماعية الذي هو 0.05. وبالمقارنة بين المتوسطات تميل هذه الفروق الإحصائية لصالح الأدبيين لأن قيمة متوسطهم الحسابي (1.5130) أكبر من قيمته لدى العلميين (1.3820).

جدول رقم (54): يوضح العلاقة بين متغيري السن وتفاعل النخبة مع مستخدمي الصحف الإلكترونية الجزائرية

التفاعل مع المستخدمين الآخرين للصحافة الإلكترونية الجزائرية	مجموع المربعات	درجة الحرية	متوسط المربعات	F	الدلالة
داخل المجموعات	0,021	2	0,011	0,063	0,939
بين المجموعات	53,052	316	0,168	/	/
Σ	53,074	318	/	/	/

يوضح الجدول رقم (54) العلاقة بين متغيري السن ومدى تفاعل النخبة الأكاديمية مع مستخدمي الصحف الإلكترونية الجزائرية، ويظهر اختبار أنوفا (Anova)، أنه لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين مختلف فئات (مجموعات) السن في مدى تفاعلهم مع مستخدمي الصحف وذلك لأن قيمة الدلالة (0.939) أكبر من احتمال الخطأ المسموح به في العلوم الاجتماعية الذي هو 0.05.

جدول رقم (55): يوضح العلاقة بين متغيري السن وتقييم النخبة لمستوى التفاعلية المتاحة عبر الصحافة الإلكترونية الجزائرية

Σ	تقييم النخبة لمستوى التفاعلية المتاحة عبر الصحافة الإلكترونية الجزائرية			ك	/	السن
	جيد	مقبول	ضعيف			
268	41	116	111	ك	40-25	
100,0	15,3	43,3	41,4	%		
45	5	23	17	ك	54-41	
100,0	11,1	51,1	37,8	%		
6	0	3	3	ك	أكبر من 55	
100,0	0,0	50,0	50,0	%		
319	46	142	131	ك	Σ	
100,0	14,4	44,5	41,1	%		

القرار الإحصائي	الدلالة	درجة الحرية	قيمة كا ²
لا توجد فروق دالة إحصائية	0,705	4	2,165

يوضح الجدول رقم (55) العلاقة الموجودة بين متغيري السن وتقييم النخبة لمستوى التفاعلية المتاحة عبر الصحافة الإلكترونية الجزائرية، وتشير نتائجه إلى أن فئة (أكبر من 55) هي الفئة غير الراضية إلى حد كبير عن التفاعلية المتاحة عبر الصحف الإلكترونية الجزائرية أكثر من الفئات الأخرى (25-40 سنة و 41-55 سنة). حيث انقسمت مناصفة بـ 50 % لكل من خيارى مستوى التفاعلية ضعيف ومقبول. ولم ير أي فرد منهم أنه جيد إطلاقاً.

في وقت أبدت فيه فئة 41-55 سنة حداً أقل من غير الرضا عن التفاعلية في الصحف الإلكترونية الجزائرية إذ سجلت نسبة 51.1 % لديهم لخيار كون مستوى التفاعلية مقبولاً، إضافة إلى 37.8 % منهم ممن يعتبرونه ضعيفاً تماماً، مقابل فقط 11.1 % من الذين وصفوه بالجيد.

أما فئة 25-40 سنة فحققت نسبة مقاربة بين مقبول وضعيف بـ 43.3 % و 41.4 % على التوالي. بينما اختار 15.3 % فقط منهم كون التفاعلية جيدة عبر الصحف الجزائرية، وقد اتضح عدم رضاهم عن التفاعلية في الصحف الإلكترونية الجزائرية بشكل أقل من الفئتين السابقتين. وأكد معامل الارتباط χ^2 عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين متغيري السن وتقييم النخبة لمستوى التفاعلية المتاحة عبر الصحافة الإلكترونية الجزائرية عند درجة الحرية 4 ومستوى الدلالة 0.705، بقيمة جدولية لكا² بلغت 2.165.

جدول رقم (56): يوضح العلاقة بين متغيري الجنس وتقييم النخبة لمستوى التفاعلية المتاحة عبر الصحافة

الإلكترونية الجزائرية

Σ	تقييم النخبة لمستوى التفاعلية المتاحة عبر الصحافة الإلكترونية الجزائرية			/		الجنس
	جيد	مقبول	ضعيف			
219	33	101	85	ك	ذكر	
100,0	15,1	46,1	38,8	%		
100	13	41	46	ك	أنثى	
100,0	13,0	41,0	46,0	%		
319	46	142	131	ك	Σ	
100,0	14,4	44,5	41,1	%		

قيمة كا ²	درجة الحرية	الدلالة	القرار الإحصائي
1,471	2	0,479	لا توجد فروق دالة إحصائية

يظهر الجدول رقم (56) مدى العلاقة الموجودة بين متغيري الجنس وتقييم النخبة لمستوى التفاعلية المتاحة عبر الصحافة الإلكترونية الجزائرية، وتشير نتائجه إلى أن الإناث أقل رضا عن مستوى التفاعلية من الذكور. إذ سجلت نسبة ضعفه لديهن 46 %، على خلافه عند الذكور بنسبة 38.8 % . أما الذكور فقد مالوا لاعتباره مقبولا أكثر من الإناث واتضح ذلك بتحقيقه لنسبتي 46.1 % و 41 % على التوالي. بينما قلت نسبة الذين اعتبروه جيدا لدى الإناث بنسبة 13 % عن الذكور بنسبة 15.1 % . وأكد معامل الارتباط كا² عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين متغيري الجنس وتقييم النخبة لمستوى التفاعلية المتاحة عبر الصحافة الإلكترونية الجزائرية، عند درجة الحرية 2 ومستوى الدلالة 0.479، بقيمة جدولية لكا² بلغت 1.471 .

جدول رقم (57): يوضح العلاقة بين متغيري التخصص وتقييم النخبة لمستوى التفاعلية المتاحة عبر الصحافة الإلكترونية الجزائرية

∑	تقييم النخبة لمستوى التفاعلية المتاحة عبر الصحافة الإلكترونية الجزائرية			/		
	جيد	مقبول	ضعيف			
89	9	42	38	ك	علمي	التخصص
100,0	10,1	47,2	42,7	%		
230	37	100	93	ك	أدبي	
100,0	16,1	43,5	40,4	%		
319	46	142	131	ك	∑	
100,0	14,4	44,5	41,1	%		

القرار الإحصائي	الدلالة	درجة الحرية	قيمة كا ²
لا توجد فروق دالة إحصائية	0,393	2	1,867

يبين الجدول رقم (57) مدى وجود علاقة بين متغيري التخصص وتقييم النخبة لمستوى التفاعلية المتاحة عبر الصحافة الإلكترونية الجزائرية، وتشير نتائجه إلى أن العلميين أقل رضا على مستوى التفاعلية من الأدبيين. إذ سجلت نسبة ضعفه لديهن 42.7 %، على خلافه عند الأدبيين بنسبة 40.4 % . أما الأساتذة من ذوي التخصصات العلمية فقد مالوا لاعتباره مقبولا أكثر من أصحاب التخصصات الأدبية واتضح ذلك بتحقيقه لنسبتي 47.2 % و 43.5 % على التوالي. بينما قلت نسبة الذين اعتبروه جيدا لدى العلميين بنسبة 10.1 % عن الأدبيين بنسبة 16.1 % .

وأكد معامل الارتباط كاً² عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين متغيري التخصص وتقييم النخبة لمستوى التفاعلية المتاحة عبر الصحافة الإلكترونية الجزائرية، عند درجة الحرية 2 ومستوى الدلالة 0.393، بقيمة جدولية لكاً² بلغت 1.867 .

جدول رقم (58): يوضح العلاقة بين متغيري كثافة التعرض للصحافة الإلكترونية ودوافعه لدى النخبة الأكاديمية

Σ	أسباب لجوئك للصحافة الإلكترونية الجزائرية							ك	دائما	التعرض للصحف الإلكترونية
	7ع	6ع	5ع	4ع	3ع	2ع	1ع			
148	3	4	8	0	75	11	47	ك		التعرض للصحف الإلكترونية
100,0	2,0	2,7	5,4	0,0	50,7	7,4	31,8	%		
79	3	3	11	0	31	12	19	ك	غالبا	
100,0	3,8	3,8	13,9	0,0	39,2	15,2	24,1	%		
92	0	0	12	1	42	11	26	ك	أحيانا	
100,0	0,0	0,0	13,0	1,1	45,7	12,0	28,3	%		
319	6	7	31	1	148	34	92	ك	Σ	
100,0	1,9	2,2	9,7	0,3	46,4	10,7	28,8	%		

القرار الإحصائي	الدلالة	درجة الحرية	قيمة كاف مربع
لا توجد فروق دالة إحصائية	0,070	2	19,849

ع = عبارة

يهدف الجدول رقم (58) للتعرف على مدى العلاقة الموجودة بين كثافة التعرض للصحافة الإلكترونية ودوافعه لدى النخبة الأكاديمية، وتشير نتائجه إلى أن الدافع الأول لمداومة التعرض إلى الصحف الإلكترونية لدى مفردات النخبة الأكاديمية الجزائرية هو سهولة التصفح بدرجة أولى بنسبة 89.9 % بين 50.7 % دائما و39.2 % غالبا. في حين نال خيار أحيانا نسبة 45.7 %.

يليه مباشرة دافع كونها غير مكلفة بنسبة 31.8 % لديمومة التعرض، فنسبة 28.3 % للاطلاع أحيانا على الصحف الإلكترونية ثم 24.1 % للتعرض غالبا.

وتتوالى الدوافع بعد ذلك بين: كونها أكثر حرية من الصحافة الورقية (15.2 % غالبا، 12.2 % أحيانا، 7.4 دائما)، وتوفيرها لإمكانية التفاعل مع المضامين (13.9 % غالبا، 13 % أحيانا، و5.4 % دائما)، ثم إمكانية التفاعل مع المستخدمين الآخرين (3.8 % غالبا، و2.7 % دائما)، وإمكانية التفاعل مع المحررين (3.8 % غالبا، و2 % دائما). لينعدم تقريبا دافع كونها تملك كفاءة في تصميمها (1.1 % أحيانا).

وأكد معامل الارتباط χ^2 عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين متغيري كثافة التعرض للصحافة الإلكترونية ودوافعه لدى النخبة الأكاديمية عند درجة الحرية 2 ومستوى الدلالة 0.070، بقيمة جدولية لكا² بلغت 19.849. **جدول رقم (59):** يوضح العلاقة بين متغيري كثافة التعرض للصحافة الإلكترونية ومدى الإشباع المحقق منها

المجموع	تلبية الصحف الإلكترونية لحاجات النخبة			/		التعرض للصحافة الإلكترونية
	أبدا	أحيانا	دائما	ك	دائما	
148	19	120	9	ك	دائما	
100,0	12,8	81,1	6,1	%		
79	6	67	6	ك	غالبا	
100,0	7,6	84,8	7,6	%		
92	6	65	21	ك	أحيانا	
100,0	6,5	70,7	22,8	%		
319	31	252	36	ك	المجموع	
100,0	9,7	79,0	11,3	%		

القرار الإحصائي	الدلالة	درجة الحرية	قيمة كا ²
توجد فروق دالة إحصائية	0,001	4	19,409

يكشف الجدول رقم (59) عن مدى العلاقة الموجودة بين كثافة التعرض للصحافة الإلكترونية ومدى الإشباع المحقق منها لدى النخبة الأكاديمية الجزائرية، وتشير نتائجه إلى أن هناك اعتدالا في تلبية حاجات النخبة والإشباع المحققة من التعرض للصحافة الإلكترونية، حيث حاز خيار أحيانا بالنسبة للإشباع على أعلى نسب التعرض بين نسبة 84.8 % للتعرض غالبا، و81.1 % لدائما و70.7 % أحيانا. يليه مباشرة عدم تحقيق الإشباع نهائيا بنسبة 12.8 % لديمومة التعرض، فنسبة 7.6 % للاطلاع غالبا على الصحف الإلكترونية ثم 6.5 % للتعرض أحيانا.

فيما نال التحقق الدائم للإشباع من التعرض للصحف الإلكترونية الجزائرية أدنى النسب كالآتي: 22.8 % للتعرض أحيانا، و 7.6 % غالبا، و 6.1 % دائما. وأكد معامل الارتباط ك² وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين متغيري كثافة التعرض للصحافة الإلكترونية ومدى الإشباع المحقق منها لدى النخبة الأكاديمية الجزائرية، عند درجة الحرية 4 ومستوى الدلالة 0.001، بقيمة جدولية لك² بلغت 19.409.

4- النتائج العامة لدراسة جمهور النخبة الأكاديمية الجزائرية

توصلت الباحثة من دراستها لجمهور الصحافة الإلكترونية من النخبة الأكاديمية إلى عدة نتائج عامة، حاولت تلخيصها وإجمالها كالآتي:

1- جمهور الصحافة الإلكترونية من النخبة الأكاديمية عينة الدراسة هو جمهور ذكوري بالثلثين من ذوي التخصصات الأدبية بأزيد من الثلثين، لغة تكوينه الأولى هي اللغة العربية بحوالي النصف، فضلا عن كونه شبابي بـ 84 % من ذوي رتبة أستاذ مساعد بأزيد من 78 %.

2- تتعرض النخبة الأكاديمية منذ أزيد من 4 سنوات للصحافة الإلكترونية دائما ثم أحيانا فغالبا، في أقل من ساعة بنسبة ساحقة من خلال حواسيبهم في منازلهم صباحا أو ليلا أو مساء. ويتم ذلك يوميا أو لأكثر من ثلاث مرات في الأسبوع.

3- تفضل النخبة التعرض للصحف الإلكترونية الجزائرية فالعربية ثم الغربية على أن تكون هذه الصحف الجزائرية وطنية خاصة، ناطقة باللغة العربية، متنوعة المضامين وذات نظير ورقي.

4- تختار النخبة المواضيع من بين العناوين المطروحة في الصفحة الأولى وتدخل إلى روابطها لقراءتها كما قد تقرأ المواضيع التي تثيرها عناوينها سواء كانت في الصفحة الأولى أو الروابط الداخلية أو تتجول لتقرأ مختلف المواضيع المتاحة عبر جميع روابط الصحيفة.

5- ترغب النخبة في الاطلاع الدائم على الموضوعات السياسية فالدولية، ثم المحلية، والاجتماعية وأخيرا الثقافية، تشدها في ذلك المواضيع بالدرجة الأولى فالتصميم والمحتوى معا في المرتبة الثانية.

6- تقرأ النخبة باستمرار صحيفة إلكترونية خالصة واحدة هي: "كل شيء عن الجزائر" (TSA)، وخمس صحف ورقية كبرى في الجزائر هي بالترتيب: الخبر، الشروق، الوطن (El Watan)، النهار، وليبرتي (Liberté).

7- تلجأ مفردات العينة إلى الصحف الإلكترونية الجزائرية لأنها سهلة التصفح وغير مكلفة كما أنها تتمتع بهامش أكبر من الحرية مقارنة بالصحف الورقية.

8- إن دوافع النخبة الأكاديمية المعرفية نفعية بالدرجة الأولى في تعرضهم للصحافة الإلكترونية الجزائرية تلخصت في ثلاثة دوافع رئيسية هي: السرعة والتحديث المستمرين للمعلومات وإتاحة قراءة الجريدة قبل نزولها إلى الأسواق والمساعدة في مجال العمل.

9- إن الدافع الشخصي الأول لدى النخبة الأكاديمية في تعرضهم للصحف الإلكترونية الجزائرية هو مواكبة تطور العصر بها لأنها وسيلة حديثة متطورة وعصرية، تلاه مباشرة دافع العادة أي أن العينة تعودت على تصفحها فقط.

10- مفردات النخبة الأكاديمية غير راضية عن أداء الصحف الإلكترونية الجزائرية، فهي لا تلبي حاجاتهم إلا أحيانا بنسبة تقارب الـ 80 %.

- 11- أقرت النخبة الأكاديمية أن الصحف الإلكترونية الجزائرية توفر وقتها الثمين من خلال سهولة التصفح والتواجد في كل وقت وفي أي مكان معها، كما زادوا على ذلك أنه إلى جانب الوقت فهي توفر أيضا المال أي مصروف اقتناء جريدة ورقية يوميا. فضلا عن ميزتها الخاصة بعمق المضمون وكثافة المعلومات حيث أنها تعزز لديهم القدرة على النقاش في مختلف المواضيع.
- 12- إن اكتساب معلومات كثيرة عن المحيط الخارجي يأتي في مقدمة الإشباعات المعرفية التي تحققها النخبة الأكاديمية من التعرض للصحف الإلكترونية الجزائرية بنسبة فاقت النصف. وفي مرتبة ثانية حلت المساعدة في مجال العمل.
- 13- تحقق الصحافة الإلكترونية الجزائرية تقوية الشعور بالانتماء إلى المحيط الخارجي لدى النخبة الأكاديمية بنسبة معتبرة، كما تحقق لديهم أيضا الإحساس بالمتعة والتسلية في مرتبة ثانية وتحقيق وجودهم الافتراضي في مرتبة ثالثة من بين الإشباعات الشخصية المحققة.
- 14- تمارس النخبة الأكاديمية التفاعلية الإبحارية (مع المضمون) من خلال البحث مباشرة عما يهمها في الموقع من أخبار عبر الوصلات السريعة (المواضيع الأكثر تصفحا، المواضيع الأكثر تعليقا... الخ)، أو استخدام محركات البحث الموجودة في المواقع للعثور مباشرة على طلبها. إضافة إلى انتظار التحديثات المستمرة على مواقع الصحف للحصول على الأحداث لحظة وقوعها، دونما تعليق أو إظهار لاتجاهاتها في استطلاعات الرأي إلا في حالات قليلة جدا. وتطبق عليها في ذلك قاعدة الـ 1% أو ما يعرف باسم قاعدة الـ 90-9-1، وهي مفهوم متداول في ثقافة الإنترنت Cyber culture يشير للدلالة على نسبة الأشخاص المتفاعلين مع المعلومة التي يتعرضون لها عبر الإنترنت. فيما مضى كان مصدر المعلومة محصورا بالجراند والمجلات والراديو والتلفاز بحيث كانت العلاقة ما بين الصحيفة والقراء هي علاقة جامدة نوعا ما، وكان التفاعل مع المعلومة المقدمة للمستهلك هو شيء صعب وفي غير متناوله إلى حد ما. بمجيء عصر الإنترنت تغيرت الكثير من مفاهيم التفاعل، هذه الشبكة التي كانت أول وسيلة تواصل يستطيع الفرد من خلالها التواصل مع مجموعة عبر الإنترنت للتعبير عن أفكاره والتفاعل مع غيره.
- ورغم وجود الإمكانيات الكبيرة التي أوجدتها الإنترنت ومفاهيم الويب 2.0 للتفاعل مع المعلومات المقدمة للمستخدمين، مازال العديد من الأفراد مجرد مستهلكين للمعلومة. الأمر الذي يجعل فرضية الـ 1% واقعا مفروضا؛ وهي التي تفترض بأن النسبة الأكبر من المستخدمين تكتفي بمشاهدة المحتوى الذي تتعرض له، والنسبة الأقل هي التي ستدخل في حوار مع المحررين والمضمون والمستخدمين الآخرين، ونسبة أقل من ذلك كله تكون منشئي محتوى حقيقي على الإنترنت. كما تصرح هذه الفرضية بأن عدد الأشخاص الذين يقومون بإنشاء محتوى مفيد على الإنترنت يقارب الـ 1% من عدد مستخدميها الكلي.
- 15- تتخذ النخبة الأكاديمية الجزائرية بشكل عام اتجاها سلبيا قويا نحو التفاعل مع محرري وصحفي المواقع الإلكترونية الجزائرية.

- 16- إن النخبة لا تهتم كذلك بالتفاعل مع المستخدمين الآخرين مثلما تفعل مع المحررين والصحفيين، فالإتجاه العام لها سلبي قوي كذلك، وقد صرحت في ذات الصدد أنها تكتفي بتصفح المنتديات التابعة لموقع الصحيفة دون الاشتراك والنقاش، وقد أكدت دراسة حديثة للباحثة منار منير محمود إتجاهها سلبيًا عاما لدى المستخدمين إتجاه مختلف أدوات التفاعلية حيث أوضحت دراستها ضعف معدل استخدام المبحوثين لأدوات التفاعلية، حيث جاء معدل الاستخدام الضعيف في المرتبة الأولى بنسبة 49.5% من المبحوثين، يليه معدل الاستخدام المتوسط بنسبة 45.2%، ثم معدل الاستخدام المرتفع بنسبة 5.3% فقط من المبحوثين (منار منير محمود، مرجع سبق ذكره، 290).
- 17- حول تقييم كفاءة الصفحة الأولى للصحف الإلكترونية الجزائرية انقسمت النخبة الأكاديمية بين من اعتبروها جيدة بنسبة 43.3%، و 34.8% ممن قيموها على أساس كونها ضعيفة.
- 18- إن النخبة الأكاديمية راضية إلى حد ما عن الكفاءة التقنية للصفحة الأولى في مواقع الصحف الإلكترونية الجزائرية، وانعكس ذلك على رضاها عن زمن تحميل الصفحة الأولى، كما أعجبت بنظام البوابة في تصميم وإخراج المواقع المستخدم خصوصا في صحيفة الشروق أون لاين.
- 19- النخبة الأكاديمية راضية بنسبة كبيرة عن الجوانب الشكلية للصفحة الأولى من نوعية للخطوط المستعملة إلى طبيعة الألوان المستخدمة فيها.
- 20- حول تقييم النخبة الأكاديمية لمضمون الصفحة الأولى في الصحف الإلكترونية الجزائرية، كشفت نتائج الدراسة عن إتجاه معتدل القوة نحو مختلف مضامين الصفحة الأولى، وكان على رأسها استخدام الوسائط المتعددة من فيديو وصور وكاريكاتير ووجود وصلات السريعة التي تساعد على البحث مباشرة عما هو مطلوب.
- 21- شهدت نتائج الدراسة انقساما حادا بين مفردات النخبة الأكاديمية حول تقييم تطبيقات التفاعلية المتاحة عبر الصحف الإلكترونية الجزائرية بين كونها مقبولة إلى حد ما، وهو ما يفسره الإتجاه الإيجابي العام الذي سجلته الباحثة عند العينة إتجاه مختلف عناصر كفاءة الصفحة الأولى من شكل وتقنية ومضمون. وكونها ضعيفة ولا ترقى إلى مستوى الصحف العالمية والأجنبية عموما.
- 22- ونتيجة لهذا التقييم المتجه إلى السلبي أكثر من الإيجابي، فقد عابت النخبة على الصحف الإلكترونية العديد من النقائص تسبب ضعف مستوى التفاعلية المتاحة عبرها، وعلى رأسها كان: غياب المصادقية والتأكد من صحة المعلومة في المضامين التي ينتجها المستخدمون، غياب الوعي لدى أطراف العملية الاتصالية (المرسل والمستقبل) بأهمية التفاعلية عبر الإعلام الإلكتروني في ترقية الإعلام ككل، وضعف التكوين لدى الصحفيين منع الصحف الإلكترونية من إنتاج إعلام إلكتروني تفاعلي فاعل. وكذلك غياب الوعي بحرية الرأي والتعبير وتقدير الإعلام التشاركي الديمقراطي وقدرته في تحقيق التنمية نظرا لفتوة التجربة الإعلامية الخاصة بشكل عام في الجزائر.

23- وأكد كل من اختبار أنوفا، واختبار ت (Test-T) ومعامل الارتباط كا² وجود عدد من العلاقات بين متغيرات الدراسة وعدم وجودها في البعض الآخر كالآتي:

- وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين متغيري الجنس وكثافة التعرض للصحف الإلكترونية.
- عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين متغيري التخصص العلمي وكثافة التعرض للصحف الإلكترونية.
- عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين متغيري السن وكثافة التعرض للصحف الإلكترونية.
- عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين متغيري الجنس وتلبية الصحف الإلكترونية لحاجات النخبة الأكاديمية.
- عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين متغيري التخصص العلمي وتلبية الصحف الإلكترونية لحاجات النخبة الأكاديمية.
- عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين متغيري السن وتلبية الصحف الإلكترونية لحاجات النخبة الأكاديمية.
- لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين الذكور والإناث في مدى تفاعلهم مع مضمون الصحف.
- لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين العلميين والأدبيين في مدى تفاعلهم مع مضمون الصحف.
- لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين مختلف فئات (مجموعات) السن الثلاث في مدى تفاعلهم مع مضمون الصحف.
- لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين الذكور والإناث في مدى تفاعلهم مع محرري الصحف.
- لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين العلميين والأدبيين في مدى تفاعلهم مع محرري الصحف.
- لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين مختلف فئات (مجموعات) السن الثلاث في مدى تفاعلهم مع محرري الصحف.
- لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين الذكور والإناث في مدى تفاعلهم مع مستخدمي الصحف.
- توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين العلميين والأدبيين في مدى تفاعلهم مع مستخدمي الصحف.
- لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين مختلف فئات (مجموعات) السن الثلاث في مدى تفاعلهم مع مستخدمي الصحف.
- عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين متغيري السن وتقييم النخبة لمستوى التفاعلية المتاحة عبر الصحافة الإلكترونية الجزائرية.
- عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين متغيري الجنس وتقييم النخبة لمستوى التفاعلية المتاحة عبر الصحافة الإلكترونية الجزائرية.

- عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين متغيري التخصص العلمي وتقييم النخبة لمستوى التفاعلية المتاحة عبر الصحافة الإلكترونية الجزائرية.
- عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين متغيري كثافة التعرض للصحافة الإلكترونية ودوافعه لدى النخبة الأكاديمية.
- وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين متغيري كثافة التعرض للصحافة الإلكترونية ومدى الإشباع المحقق منها لدى النخبة الأكاديمية الجزائرية.

الفصل السادس

الدراسة الميدانية للقائمين على مواقع الصحف الإلكترونية الجزائرية

الفصل السادس: الدراسة الميدانية للقائمين على مواقع الصحف الإلكترونية الجزائرية

- 1- مقابلة مع مدير موقع الشروق أون لاين.....
 - 1-1- البيانات العامة المتعلقة بالموقع والقائمين عليه.....
 - 2-1- السهر على كفاءة الصفحة الأولى (Home page).....
 - 3-1- التفاعل بين مستخدمى ومحررى الموقع.....
 - 4-1- تفاعل مستخدمى الموقع مع مضمونه.....
 - 5-1- الاتصال الشخصى بين المستخدمين.....
- 2- مقابلة مع مدير موقع الخبر.....
 - 1-2- البيانات العامة المتعلقة بالموقع والقائمين عليه.....
 - 2-2- السهر على كفاءة الصفحة الأولى (Home page).....
 - 3-2- التفاعل بين مستخدمى ومحررى الموقع.....
 - 4-2- تفاعل مستخدمى الموقع مع مضمونه.....
 - 5-2- الاتصال الشخصى بين المستخدمين.....
- 3- مقابلة مع مدير موقع ElWatan.....
 - 1-3- البيانات العامة المتعلقة بالموقع والقائمين عليه.....
 - 2-3- السهر على كفاءة الصفحة الأولى (Home page).....
 - 3-3- التفاعل بين مستخدمى ومحررى الموقع.....
 - 4-3- تفاعل مستخدمى الموقع مع مضمونه.....
 - 5-3- التفاعل بين المستخدمين والقائم على الموقع.....
- 4- مقابلة مع مدير موقع ElMoudjahid.....
 - 1-4- البيانات العامة المتعلقة بالموقع والقائمين عليه.....
 - 2-4- السهر على كفاءة الصفحة الأولى (Home page).....
 - 3-4- التفاعل بين مستخدمى ومحررى الموقع.....
 - 4-4- تفاعل مستخدمى الموقع مع مضمونه.....
 - 5-4- التفاعل بين المستخدمين والقائم على الموقع.....
- 5- النتائج العامة للدراسة الميدانية للقائمين على مواقع الصحف الإلكترونية الجزائرية.....

1- مقابلة مع مدير موقع الشروق أون لاين

1-1- البيانات العامة المتعلقة بالموقع والقائمين عليه

بتاريخ 19 ماي 2015 قصدت الباحثة مقر جريدة الشروق اليومي الكائن بدار الصحافة بشارع فريد زويوش بالقبة وسط الجزائر العاصمة إلا أنها تفاجأت بإعادة هيكلة هذه المؤسسة الإعلامية وتقسيم وتوزيع مقراتها بين مقر للصحيفة الورقية، الكائن بالعنوان أعلاه ومقرين آخرين منفصلين خاصين ببوابة الشروق أون لاين وقناة الشروق نيوز. خرجت بعدها الباحثة في رحلة بحث دامت أكثر من ساعة بين زوايا شاليهات ومنازل فخمة في حي البدر بالقبة محاولة إيجاد المقر الجديد لبوابة الشروق أون لاين. بمساعدة سكان الحي تمكنا من الوصول أخيرا إلى المقر الذي كان قيد التقسيم؛ حيث وجدناه ورشة عمل لعدد من البنائين والمختصين في تقسيم وهيكله المساحة الموجودة لتكون عددا من المكاتب المنفصلة بما يتلاءم وطبيعة العمل الصحفي بأقسامه واختصاصاته، في طابقه العلوي وجدنا عددا من المحررين دون أن نجد السيد نسيم لكحل مدير الموقع، فاستقبلنا كل من نائبه ورئيس المصلحة التقنية للموقع شارحين لنا بأن مدير الموقع غائب لعدة أيام. وتتوجب الإشارة هنا لعدم وجود خدمة تفاعلية على موقع الشروق أون لاين كانت لتسهل الوصول إلى مقر المؤسسة على الباحثة وبقية المهتمين بالوصول إليه وهي موقع المقر على غوغل ماب (Google Map)، وهي الخدمة التي توفرها كبريات المؤسسات الإعلامية العربية والعالمية.

وفي حديثنا عن مدير الموقع قدمنا للمحررين بشكل مفصل أننا على اتصال به منذ أزيد من شهرين عبر وسيط؛ هو زميل لهما يعمل مديرا للإنتاج بقناة الشروق نيوز. كما أننا راسلنا المدير مرارا وتكرارا عبر البريد الإلكتروني الخاص به والمتاح عبر الموقع إلا أننا لم نجد منه ردا، وفي خلفية ذلك تم إخبارنا من طرف الوسيط أن السيد نسيم لكحل قد يرفض هذا النوع من المقابلات بداعي المنافسة الموجودة مع صحف جزائرية أخرى لأن هناك أسرارا كثيرة تجعل من الشروق الرقم الأول في سوق الإعلام الإلكتروني الجزائري، على الرغم من كون بحثنا مفيدا لهذه المؤسسات من حيث إبراز النجاحات والكشف عن إخفاقاتها، فهو يحاول تقديم صورة شاملة عن التفاعلية في الصحافة الإلكترونية الجزائرية بطرق ثلاثة أبواب: المضمون، الجمهور والقائم بالاتصال. من أجل ذلك قرر هذان المحرران مساعدتنا في بحثنا من خلال الإجابة عن تساؤلاتنا:

1-1-1- التعريف المفصل بالمواقع الإلكترونية عينة الدراسة

في هذا الصدد قدم لنا مدراء المواقع عينة الدراسة وثائق تعريفية تفصيلية لمواقعهم وتطوراتها منذ إنشائها، ارتأينا دمجها مع المعلومات التي جمعناها مسبقا عن تجارب هذه المواقع في الفصل النظري الرابع في عنصر "تجارب التفاعلية في الصحف الإلكترونية الجزائرية" من أجل تقديم أكبر قدر من المعلومات عن هذه الصحف الإلكترونية.

1-1-2- السمات العامة للعاملين ببوابة الشروق أون لاين

صرح المحرران بأن هناك طاقما شابا من ذوي الأعمار ما بين 25 سنة و 40 سنة يقدر بحوالي 15 شخصا يقومون بالإشراف المباشر على كل حيثيات الموقع منهم: صحافيون، تقنيون، مصمم مواقع إلكترونية، مطور مواقع ومدير الموقع. وهم من بين المتحصلين على مؤهلات جامعية في تخصصي الإعلام والإعلام الآلي غير أن التقنيين في إدارة الموقع أكثر عددا من الإعلاميين وهو حسب نظرهما ما تحتته الضرورة التكنولوجية الخاصة بالعمل داخل البيئة الإلكترونية.

كما أكدا تعامل الإدارة مع وكالة اتصال متخصصة بإنشاء المواقع هي ديزاد سيكيوريتي (DZSecurity) وهي مؤسسة استشارات وخدمات في الإعلام الآلي، وحلول الإنترنت، والحلول التقنية المتقدمة، وأمن البيانات. بدأت العمل سنة 2008 تحت قوانين الدولة الجزائرية والاتفاقيات الدولية كما أنها علامة مسجلة وطنيا. تخدم هذه المؤسسة حاليا المئات من العملاء من الجزائر والوطن العربي، وهي أول مؤسسة تقدم استضافة محمية وأمنة إلكترونية في الجزائر أو ما يعرف بـ (Hébergement)، ومن أهم عملاتها في المجال الإعلامي أيضا: موقع الشروق TV (التابع لمؤسسة الشروق اليومي)، تلفزيون النهار وصحيفة النهار أون لاين، صوت الأحرار، الجزائر نيوز، Le Jeune Indépendant ... الخ. بعدما سبق التعامل في طبعة الموقع السابقة بدءاً من سنة 2013 إلى غاية 3 ماي 2015 مع مؤسسة ديزاين (Dzayn) للأعمال والخدمات، وهي شركة جزائرية أيضا ذات مسؤولية محدودة تأسست سنة 2012 متخصصة في خدمات الويب والميديا بفريق عمل شاب وطموح، يقع مقرها بالجزائر العاصمة.

في سؤال عن أدوار هذا الطاقم الشاب كل على حدة؛ كشف لنا المحرران أن الكل في مصلحة إدارة الموقع مجند للعمل على إنجاحه وتوفير كل المعلومات والخدمات عبره دونما دور محدد يقوم به الفرد الواحد منهم، فهم يتعاونون في جمع المادة المنشورة من مختلف أقسام وهيئات المؤسسة الأم الشروق اليومي، مع التحديث المستمر لكل طارئ عبر شبكة المراسلين المحليين والمتعاونين مع الشروق بعد الاتفاق المسبق مع رئاسة التحرير، في ذات الوقت هناك من يسهر على فرز التعليقات وغربلتها قبل تنزيلها على صفحات الموقع، وهناك أيضا مشرف عام يتولى تسيير المنتديات والاهتمام بانشغالات وطلبات المهتمين بها من تسجيل، إضافة مواضيع، استفسارات، الرد على المواضيع،... الخ من العمليات الدورية الجارية على صفحة منتديات الشروق أون لاين. وهناك بين كل هؤلاء من يسهر على تطوير الموقع شكلا وتصميما وخدمات باحثا دائما عن الجديد المبهر المسيطر على أبصار وعقول المتصفحين وهما مطور ومصمم الموقع. ويحكم عمل هذا الفريق قراران يرجعان لمدير الموقع والمدير العام لمؤسسة الشروق اليومي.

1-2- السهر على كفاءة الصفحة الأولى (Home page) لموقع الشروق أون لاين

صرح المحرران أن الشروق أون لاين تسعى لاكتساب المزيد من المستخدمين والحفاظ على تقدمها الدائم على الساحتين العربية والمحلية الجزائرية، وهو ما تؤكد في كل سنة إحصائيات مؤسستي فوربس وأليكسا حول المواقع الإعلامية الأكثر رواجاً وتأثيراً في الوطن العربي والجزائر، من أجل ذلك فهي تحرص أشد الحرص على بوابتها لهذا الجمهور وهي صفحتها الأولى (Home page) إذ أن هناك عملية تحسين مستمرة لتصميم بوابة الشروق من قبل مختصين في الميدان من حيث الشكل والمضمون مما يجعلها أكثر تناسقاً وتفاعلية مع إتاحة خيارات عديدة للمتصفح فضلاً عن التأقلم مع تزايد عدد متصفح المواقع المختلفة التي تضمها. كما تهتم بالشروق أون لاين بالذات كموقع رئيسي للبوابة في التغطية الآنية على مدار الساعة للأحداث المحلية والدولية إلى جانب النقاشات وسبر الآراء بشأن القضايا الراهنة، إضافة إلى تقديم خدمات تفاعلية متعددة من أرشيف ووسائط متعددة، ومساحات لآراء المستخدمين ومنتديات مختلفة المواضيع والاتجاهات، باختصار نحن نسعى لإرضاء جميع الأذواق ونتجه ببوابتنا إلى الجميع صغاراً، وشباباً، وكباراً، نساء ورجالا، مسؤولين ومواطنين، مثقفين وأناسا بسطاء، نود التوسع بشكل أكبر في السوقين الجزائرية والعربية عبر الإبهار البصري لسواد ثقافة الصورة بين الإنترنتين إضافة إلى الآنية وتقديم الخدمات التفاعلية الفورية لكل متصفحينا.

1-3- التفاعل بين مستخدم ومحرري موقع الشروق أون لاين

في سؤال وجه للمحررين في حول مدى ضمان خدمات تفاعلية بين المستخدمين والمحررين، كانت إجابتهما كالتالي:

جدول رقم (60): يوضح خدمات التفاعل بين مستخدم ومحرري موقع الشروق أون لاين

العبارة	دائماً	أحياناً	لا توفر هذه الخدمة
إرسال آخر الأخبار فور حدوثها لمشاركي القوائم البريدية (Newsletters)		×	
إرسال آخر الأخبار فور حدوثها لمشاركي نظام RSS			×
إرسال آخر الأخبار فور حدوثها لمشاركي خدمة الهاتف النقال	×		
التواصل عبر البريد الإلكتروني الشخصي للمحررين مع المستخدمين استجابة لانشغالاتهم		×	
التواصل هاتفياً بين المحررين ومستخدمي الموقع استجابة لانشغالاتهم	×		
التواصل عبر الفاكس بين المحررين ومستخدمي الموقع استجابة لانشغالاتهم		×	
التواصل عبر الاستقبال الشخصي في مقر المؤسسة الإعلامية بين المحررين		×	

			ومستخدمي الموقع استجابة لانشغالاتهم
	×		التواصل عبر البريد التقليدي بين المحررين ومستخدمي الموقع استجابة لانشغالاتهم
		×	تستعملون أسلوبا آخر، أذكره؟ شبكات التواصل الاجتماعي (الفايسبوك، التويتر، غوغل بلوس، اليوتيوب)
01	05	03	∑
11.11	55.55	33.33	%

يوضح الجدول أعلاه "خدمات التفاعل بين مستخدمي ومحري موقع الشروق أون لاين" حيث يتجلى من خلاله أن الموقع يميل إلى مداومة استخدام التقنيات السريعة والمباشرة مع مستخدميه من خلال المكالمات الهاتفية والأخبار السريعة عبر الهاتف النقال وشبكات التواصل الاجتماعي بنسبة 33.33 %، وقد يرجع ذلك إلى سهولة ومباشرة الاستخدام، كما قد يكون نوعا من توطيد العلاقة الآنية الفورية مع مستخدميه تلبية لانشغالاتهم في أقصر المدد الزمنية بغية إرضاء أكبر عدد ممكن من مفردات الجمهور واكتساب قاعدة جماهيرية واسعة خاصة بين الشباب عبر شبكات التواصل الاجتماعي.

كما ونلاحظ من خلال الجدول عدم اهتمام الشروق بدوام تقديم بعض الخدمات لمستخدمي موقعها بنسبة 55.55 % حيث يوجد عدم انتظام في إرسال النشرات الإخبارية الموجزة عبر القوائم البريدية (Newsletters)، وتم التحقق من ذلك فعلا عبر الملاحظة بالتصفح والمشاركة لأن الباحثة سبق وسجلت اشتراكا لدى الشروق أون لاين في قوائمها البريدية وتبين لها أنه خلال مدة شهر كامل يتم إرسال نشرة أو نشرتين على الأكثر للمشارك، قد يرجع ذلك لأعداد المسجلين الهائلة، أو عدم توفر العدد الكافي من القائمين على الموقع لتسخير شخص بعينه قائم على ذلك، أو لعدم وضعها كأولوية تفاعلية لدى القائمين على الموقع. أما عن التواصل بالبريد الإلكتروني فإن الموقع على قلة ما يتيح من بريد إلكتروني للمحررين والمسؤولين عليه لا يهتم بالرد بشكل منتظم ودائم على انشغالات رواده وهو ما يؤكد اتصال الباحثة مرارا وتكرارا بمدير الموقع الإلكتروني شخصيا وعدم رده لمدة شهور، وأرجع المحرران ذلك لكثرة ما يرد من رسائل من الجمهور بشكل دوري بما لا يقل عن 300 رسالة يوميا، وهو عدد يصعب الرد عليه بشكل كامل لذلك فإنه كلما أتاحت فرصة من الوقت تم الرد على أهم الانشغالات فقط.

كما يمكننا استنتاج تراجع السبل التقليدية في التواصل مع صحافيي الجريدة من استعمال فاكس أو بريد عادي أو استقبال شخصي في مقر المؤسسة الإعلامية. وأقر المحرران بعدم تقديم الشروق لخدمة إرسال الأخبار لمشاركي نظام (RSS) على الرغم من وجود رابط لها على صفحة الشروق الأولى، وهو ما يعاب على تصميم الكثير من المواقع الجزائرية حيث تستطيع إيجاد رابط الخدمة لكنه لا يؤدي بك إلى أي صفحة أخرى بل تجد

نفسك أمام خيارين إما صفحة بيضاء كتب عليها "قيد الإنجاز" أو تعود إلى نفس الصفحة الأولى كلما نقرت على الرابط.

1-4-1- تفاعل مستخدمى موقع الشروق أون لاين مع مضمونه

1-4-1-1- خدمات التفاعل بين مستخدمى موقع الشروق أون لاين ومضمونه

فى سؤال حول خدمات التفاعل بين المستخدمين ومضمون الموقع أجاب المحرران كالتالى:

جدول رقم (61): يوضح خدمات التفاعل بين مستخدمى موقع الشروق أون لاين ومضمونه

لا نوفر هذه الخدمة	بعد الفرز	فورا	العبارة
	×		تتشرون تعاليق المستخدمين على محتوى الموقع
		×	تتشرون نتائج استطلاعات الرأي
	×		تضيفون المواضيع المرسله من طرف مستخدمى الموقع
	×		تتشرون تصويبات الأخطاء التحريرية المرتكبة فى الموقع والمرسله من مستخدميه
	×		توفرون خدمات أخرى، أذكرها؟ - شارك برأيك: هي خدمة يقدم فيها الموقع سؤالا حول قضية ما ويتقدم المستخدمون بأرائهم فيها. - مصورون: هي خدمة مفتوحة لجميع مستخدمى الموقع من هواة التصوير، حيث بإمكانهم إرسال أية صورة لحادثة أو ظاهرة ما أو أي شيء شهده في المجتمع.
00	05	01	∑
00	83. 33	16. 66	%

يقدم الجدول أعلاه "الخدمات التفاعلية المتاحة بين مستخدمى ومضمون موقع الشروق أون لاين"، حيث يتبين من خلاله قيام إدارة الموقع بالغرلة المسبقة لأغلب تفاعلات المتصفح مع مضمون الموقع بنسبة 83.33% عبر عمليات فرز التعاليق، والمواضيع المرسله من طرف المستخدمين، وتصويبات الأخطاء التحريرية وحتى الخدمتين الإضافيتين اللتين يقدمهما الموقع "شارك برأيك" و"مصورون"، وهو دليل قوي على وجود حارس بوابة للموقع الإلكتروني كما النسخة الورقية تماما، قد يرجع ذلك بالدرجة الأولى للسلوكات السلبية التي يقوم بها بعض المتصفحين من خلال السب، الشتم، وخرق الآداب العامة فى الحديث عن مواضيع عدة أهمها على الإطلاق المواضيع السياسية، أو إرسال مواد تصويرية خليعة تمس بجرمة الحياة الخاصة لفرد ما،

أو تطل الآداب العامة، كما قد يكون مؤشرا عاما عن تقلص مساحة حرية التعبير في الجزائر حتى عبر الإنترنت، لأن ممارسة الرقابة المسبقة على آراء المستخدمين لا المحررين دليل قوي على وجود رقابة ذاتية عالية الدرجة لدى المؤسسة الإعلامية. في حين يقوم الموقع بالنشر الفوري فقط لنتائج استطلاعات الرأي التي يقدم من خلالها قضايا جدلية عديدة تمس الحياة العامة للمجتمع الجزائري، وهو في الحقيقة ما لن يمس بأي شخص لأن الإجابة تقتضي الموافقة أو المعارضة وأحيانا الحياد فقط، إذ لا يمكن للمستخدم السب أو القذف أو ارتكاب أي سلوك سلبي آخر. قد يكون ذلك نوعا من الرسائل المبطنة لجهات بعينها دون تدخل مباشر من المؤسسة الإعلامية، فحالات الرفض لقرار ما أو قبول آخر تعبيرا عن آراء الجمهور العريض قد يكون ما لن يستطيع الإعلام الإفصاح عنه بشكل مباشر وعلمي عبر صفحاته الورقية أو روابطه الإلكترونية.

1-4-2- طبيعة المواضيع الأكثر قراءة والأكثر تعليقا في موقع الشروق أون لاين

حسبما صرح به محررا الشروق أون لاين فإن طبيعة المواضيع الأكثر قراءة والأكثر تعليقا هي: المواضيع السياسية بالدرجة الأولى، ثم مواضيع الأحداث المجتمعية اليومية (أو الأخبار المحلية)، فالمواضيع الاقتصادية، فمواضيع الرياضة ثم بقية المواضيع المختلفة من ثقافة، فنون، معارف، تسلية،... الخ. ويرجع هذا الترتيب إلى كون الصحافة الإلكترونية الجزائرية تسلط الضوء على المجال السياسي بتعمق كبير في التفاصيل والتحليل، كما أنها تعتاش كما الورقية من الأحداث اليومية والأخبار المحلية لتغطية النقص في مصادر الأخبار إذ نجدها توزع مكاتبها في الجهات الأربع من الوطن (شرقا، غربا، شمالا وجنوبا) لجمع هذه المادة الإعلامية بالذات. في حين تركز الحياة في الجزائر على الجانب الاقتصادي أيما ارتكاز بسبب ما يوفره هذا المجال من فرص عمل، الحصول على متطلبات الحياة، الاستقرار في الجانب الغذائي والمعيشي، صادرات البترول، الاستيراد للاكتفاء الذاتي... الخ من المبررات التي تجعله ثالث اهتمامات جمهور الصحافة الإلكترونية الجزائرية، كما يرجع أيضا إلى الحالة الاقتصادية والمعيشية التي يعاني فيها الشباب الجزائري الأوفر حظا بولوج الشبكة العنكبوتية من بطالة وفقر، دون أن ننسى الفضائح الاقتصادية والسياسية التي طالت عدة شخصيات عامة من أهمها الفساد والاختلاسات في كل من: قضية الخليفة، سوناطراك 1 و سوناطراك 2، الطريق السيار شرق غرب،... الخ من الملفات التي راجت كثيرا في صفحات الجرائد الورقية كما الإلكترونية.

وفيما يخص الرياضة فظهورها بمرتبة رابعة بين اهتمامات جمهور الصحافة الإلكترونية الجزائرية يعود بطريقة مباشرة إلى سببين: أولهما كون فئة الشباب هي الفئة المسيطرة على كل الشبكة العنكبوتية من حيث الاستخدام وهو ما يؤدي بالضرورة إلى تمركز الرياضة تمركزا جيدا ضمن المواضيع الأكثر قراءة وتعليقا، ثانيهما أن المجتمع الجزائري ككل له تاريخ رياضي مشرف خاصة في كرة القدم والرياضات الأولمبية، وهو بالطبيعة من المتابعين والمشجعين لمختلف الرياضات، لذلك لا عجب في اهتمامه بها حتى عبر الإعلام الإلكتروني.

وتجدر الإشارة إلى أن السؤال وجه إلى المحررين بشكل عام وعلى مر سنوات انطلاق وانتشار موقع الشروق أون لاين إلا أنه يحتمل أن يكون الترتيب بهذه الطريقة للمواضيع الأكثر قراءة وتعليقا متأثرا أيضا بأحداث

رياضية كبرى تزامنت مع الدراسة الميدانية: نهائيات كأس العالم 2014 وتمثيل الجزائر للوطن العربي، تصفيات ونهائيات كأس إفريقيا للأمم 2015، ملف ترشح الجزائر لاستضافة كأس إفريقيا للأمم 2017، بالإضافة إلى العديد من الأحداث الرياضية الدورية التي تجذب اهتمام الجمهور الرياضي الجزائري كما العالمي كالرابطة الإسبانية المحترفة بثنائيتها ريال مدريد وبرشلونة، ورابطة أبطال أوروبا بكل نواديها المحترفة.

ويرجع احتلال الثقافة للمرتبة الخامسة إلى تراجع الاهتمام بها من جهة، ومناسبة إعادة الانشغال بها من جهة أخرى؛ وهو ما يؤكد هذا الترتيب بالذات لأن الدراسة الميدانية جاءت مع تظاهرة ثقافية كبرى عاشتها الجزائر وهي قسنطينة عاصمة الثقافة العربية 2015 أي في ذروة إعادة الانشغال بالفعل الثقافي في الجزائر، دون أن ننسى ما رافق هذه التظاهرة من فضائح فساد وانتقادات لتحضيراتها أطاح في نهاية الأمر بالوزيرة القائمة على القطاع. وعلى الرغم من ذلك لم تنل سوى المركز الخامس في ترتيب الاهتمامات.

1-5-1- الاتصال الشخصي بين مستخدمي موقع الشروق أون لاين

1-5-1- الأساليب المتاحة للاتصال الشخصي بين المستخدمين عبر الشروق أون لاين

في سؤال لمحري الشروق أون لاين عن الأساليب المتاحة للاتصال الشخصي بين المستخدمين أجابا كالاتي:

انقسمت منذ مدة قصيرة هذه الأساليب إلى فرعين رئيسيين لدواعي الحتمية التكنولوجية: منتديات الشروق أون لاين وأرصدة المؤسسة عبر مختلف شبكات التواصل الاجتماعي (وهي أربعة لحد الآن: الفايسبوك، التويتر، غوغل بلوس، واليوتيوب)، بداية فإن منتديات الشروق حملت عبر سنوات عديدة منذ إنشائها أواخر 2006 شعار "منتديات الشروق منبر الحرية المسؤولة"، وهي منتديات ذات مرتبة ثانية في الجزائر من حيث عدد الأعضاء وسعة الانتشار وكثافة المواضيع والتخصصات التي تغطيها بعد منتديات الجلفة، إذ تضم حاليا حوالي 438 ألف عضو منتسب بأزيد من 1.8 مليون مشاركة تفاعلية لترح أكثر من 268 ألف موضوع في مختلف مناحي الحياة الجزائرية بعدما كان عدد الأعضاء مطلع 2014 يقدر بـ 402.241 عضوا، وفي العام 2013 بحوالي 360 ألف عضو، وهو عدد بالنظر للتطور المستمر للمنتديات والموقع وخدماتها منقوص بعض الشيء بسبب تراجع المهتمين بالمنتديات لحساب الانشغال بموجة العصر "شبكات التواصل الاجتماعي". وهو ربما ما يفسر تحقيق صفحة الشروق الرسمية عبر الفايسبوك لما يفوق 1 108 597 معجب، وانضمام أكثر من 19 ألف مشترك لصفحتها عبر التويتر منذ إنشائها في فيفري 2013، وأزيد من 8 آلاف مشترك بقناتها الخاصة عبر اليوتيوب، وأكثر من 4 آلاف منضم لصفحتها عبر غوغل بلوس التي يزورها حاليا أزيد من 3.6 مليون متصفح.

والحقيقة أن هذه الأرقام جاءت بعد تحقيق تطبيق الشروق تولبار "EchoroukonlineToolbar" لرواج كبير منذ إنطلاقه على صفحتها الرسمية على الفايسبوك في 28 ماي 2013 وهو برنامج يُمكن المستخدم من دمج في المتصفح الخاص به لتكون بوابة الشروق صفحة الانطلاق لديه كما يكون الأمر مع "موزيلا فاير فوكس" أو

"غوغل كروم". وقد قدمنا لكم هذه الحصيصة البسيطة للقول بأن المنتديات لازلت فاعلة أكيد ومازال هناك من هو وقي لها إلا أن ما تحققه أرصدة المؤسسة عبر شبكات التواصل الاجتماعي يبشر باحتلالها مكانة مهمة في المستقبل القريب كوسيط للتواصل بين المستخدمين والمحررين من جهة وتواصل المستخدمين فيما بينهم من جهة ثانية. ويتضح من خلال القانون المنظم للمنتديات رعاية مبدأ التفاعلية الذي تنتهجه مؤسسة الشروق أون لاين منذ العام 2009 بعدما قررت تحويل الموقع إلى صحيفة إلكترونية مستقلة عن الورقية ذات جودة في متابعة الأخبار، والانتشار والجاهيرية عبر مختلف خدمات التفاعلية المتاحة في مختلف الصحف العالمية.

1-5-2- كيفية ضبط آليات التسجيل والمشاركة في منتديات الشروق أون لاين

نظرا لكثرة المنتديات الفرعية وتعدد التخصصات التي تعنى بها فإن مسألة ضبط آليات التسجيل هي من اختصاص المشرف العام، في حين أن المشاركات هي من اختصاص المشرفين على كل منتدى فرعي على حدة كالآتي:

- يتولى المشرف الإشراف على المنتدى المعين عليه بمراقبة السير الحسن للمنتدى؛ وذلك بمراقبة جميع مواضيع المنتدى والردود عليها وحذف أو نقل أي موضوع أو الرد على موضوع مخالف للقانون.

- ويتولى المشرف العام على منتديات الشروق أون لاين ككل ضبط ومراقبة المسجلين الجدد والأعضاء القدامى بالمنتديات بين قبول أو رفض للعضوية، أو إلغائها بسبب عقوبة على مخالفة ما.

1-5-3- الخدمات المتوفرة للربط بين مستخدمي منتديات الشروق أون لاين

يمكن لأعضاء المنتدى جميعا الاتصال ببعضهم البعض عن طريق الرسائل الخاصة بالمنتدى للتعرف وتبادل الأفكار والمعلومات. كما أنه يمنع استعمال الرسائل الخاصة للتهديد أو الإزعاج أو تخاطب بأسلوب غير أخلاقي أو المساس بثوابت المنتديات من عرق ودين ولغة وحضارة. والرسائل الخاصة تعتبر الوسيلة الوحيدة في الاتصال بين الأعضاء فيما بينهم أو بين الأعضاء والإدارة أو المشرفين في حالة حذف أو نقل موضوع، وفي حالة الإعلان عن مخالفة بالمنتدى وفي حالة الشكوى من أحد الأعضاء لاستعماله الوسيلة في السب والقذف أو الإزعاج. وتقوم إدارة الشروق ممثلة في المنتدى ومشرفيه بتنبيه المستخدمين دائما أنهم غير مسؤولين عن إفشاء كلمات المرور وكذا تقديم البريد الإلكتروني لأي كان والعضو وحده من يتحمل المسؤولية في أي إزعاج ينجر عن ذلك.

1-5-4- كيفية توفير الآنية والتحديث المستمرين والرد على مستخدمي منتديات الشروق أون لاين

يتولى المدير مهمة الإشراف على المنتدى ويتولى المشرفون مهمة إدارة المنتديات التي هم معينون بالإشراف عليها. كما أنشأت الشروق أون لاين جمعية من المشرفين من بين الأعضاء القدامى والأوفياء للمنتديات مهمتها المساعدة في تسيير المنتدى وهذا لتضمن الآنية والتحديث والرد دائما على انشغالات المستخدمين.

1-5-5- ضبط تجاوزات مستخدمي منتديات الشروق أون لاين

سطر الموقع لنفسه منذ انطلاقه وتوسع قاعدته الجماهيرية قانونا ينظم كل التفاعلات عبر منتدياته، حيث أن كل من يلج صفحة المنتدى بغية التسجيل، يجد نفسه مجبرا على القراءة والموافقة على بنود هذا القانون، كما أن هناك منتدى فرعيا يحمل اسم "المواضيع المحذوفة والمكررة" ينضوي تحت المنتدى الإداري، بلغ عدد مواضيعه إلى اليوم 739 موضوعا موزعين على 41 صفحة بمعدل مشاركات بلغت 3100 مشاركة، قمنا بإطلاقه لكي يتنبه الأعضاء إلى أخطاء من سبقهم في الانضمام إلينا، كما بإمكانهم أيضا مساعدتنا في القضاء على مواضيع المخالفين للقانون وحذف أرصدهم عندنا، وتقديم شكاويهم وانشغالاتهم عبره في حالة تأخر الرد عنهم عبر الرسائل الخاصة لمشرف المنتدى لأكثر من يومين.

1-5-6- التعامل مع اقتراحات وانتقادات مستخدمي منتديات موقع الشروق وأرصدته للتواصل الاجتماعي

هناك منتدى فرعي يحمل اسم "منتدى الشكاوى والاقتراحات" نتلقى فيه بشكل مستمر كل الشكاوى والاقتراحات والانتقادات حيث بلغ عدد مواضيعه إلى حد الساعة 1166 موضوعا بمعدل مشاركات معتبر من الأعضاء بلغ 7559 مشاركة، وهو منتدى مفتوح لكل من تصادفه مشكلة تقنية بالمنتدى أو حذف أو نقل موضوعه دون علمه بشرط مرور يومين من تاريخ استفساره مع المشرف عن طريق رسالة خاصة هذا من جهة، ومن جهة أخرى فإن مؤسسة الشروق تعنتي بآراء الجمهور ومقترحاته حول كل ما تقوم به من جديد عبر موقعها أو أرصدتها بشبكات التواصل الاجتماعي والدليل أنها سبق وقامت بتاريخ 19 ديسمبر 2012 بإجراء مسابقة لاستفتاء الجماهير حول إنجاز أحسن التصاميم لغلاف صفحة الشروق على الفايسبوك وأيضا الصورة الشخصية للصفحة.

2- مقابلة مع مدير موقع الخبر

2-1- البيانات العامة المتعلقة بالموقع والقائمين عليه

بتاريخ 18 ماي 2015 م في حدود الساعة السابعة والنصف صباحا توجهت الباحثة إلى أعالي العاصمة بالضبط إلى حي الفتح بن خلقان أو كما يعرف سابقا (اللييتورال) بمحاذاة القنصلية الفرنسية العامة بحيدرة أين تتواجد الإدارة المركزية لمؤسسة الخبر حيث تتكون من بناء عصري ضخم ذو مساحة واسعة في حي جد راق. يضم البناء عدة طوابق وأقسام منها: قسم الاستقبال، قسم التحرير، قسم الموقع الإلكتروني، القسم الرياضي، القسم التقني، الإدارة العامة... وغيرها من المصالح والأقسام التي تمكنت الباحثة من ملاحظتها في حدود الساعة الثامنة والنصف، وهي متجهة برفقة نائب رئيس التحرير ومدير موقع الخبر السيد فاروق غدير إلى مكتبه لبدء المقابلة التي سبق وطلبتها منه. وهو شخص مضياف جدا بدا متفهما لضروريات البحث العلمي الذي نجريه حيث كان جد متعاون وصريح في الإجابة عن كل أسئلتنا بل وفي كثير من المرات زادت صراحته لتقدم لنا تفاصيل دقيقة جدا عن سياسة مؤسسته اتجاه موقعها الإلكتروني. للإشارة فإنه ولعدم توفر خدمة تعيين موقع المقر عبر غوغل ماب (Google Map) في الموقع الإلكتروني لمؤسسة الخبر صادفتنا ذات الصعوبات التي وجدناها مع الشروق اليومي لإيجاد مقر المؤسسة في حيدرة.

2-1-1- السمات العامة للعاملين بموقع الخبر

صرح مدير الموقع السيد فاروق غدير بأنه الأكبر سنا بين أعضاء الفريق المساعد له على إدارة الموقع كما أنه الأقدم خبرة بينهم بما يقارب 15 سنة في المجال الصحفي والإعلامي (جاوز سنه 38 سنة). تعتمد المؤسسة في مصلحة إدارة الموقع عليه شخصيا، إضافة إلى زميل له صحفي شاب و05 من التقنيين الشباب المتخصصين في الإعلام الآلي وهو حسب نظره ما تحتمه الضرورة التكنولوجية الخاصة بالعمل داخل البيئة الإلكترونية بما تحمله من جدة وأنية لا يقدرها ولا يسايرها غير الشباب.

كما أكد تعامل الإدارة مع وكالة اتصال متخصصة بإنشاء المواقع دون ذكر اسمها لأنه أصلا في خلاف كبير معها بسبب الطبعة المستحدثة من موقع الخبر التي تم إطلاقها مطلع أبريل 2015، وقد استرسل في حديثه عن عدم كفاءة الوكالات الاتصالية الجزائرية وإمكانية لجوئه لمساعدة من زملاء صحفيين ووكالات اتصال تونسية كان قد التقى بهم في إحدى الدورات التدريبية حول إدارة وتسيير المواقع الإعلامية، في ذات السياق كشف أن الطبعة الجديدة للموقع تم تعديلها لحد الساعة على ثلاث مراحل بعدما خيبت الوكالة آماله في إنجاز شيء أكثر عصرية وجمالية وخدمات، كانت آخر هذه التعديلات بمعيته وفي مكتبه وتحت إشراف مباشر منه عليها.

كما أبدى رغبة المؤسسة بتوظيف صحفيين آخرين في المصلحة بغية الارتقاء بالموقع. عن هذا الأخير بالذات كان حديثه مطولا إذ ذكر أنه منذ 2010 وهو على رأسه يحاول تغيير الكثير من الأمور أولها ذهنية الإدارة العامة لمؤسسة الخبر المترددة في إيلائه أهميته من حيث التطوير والعناية وجعله مستقلا تماما

عن الصحيفة الورقية. كذلك واجه العديد من الصعوبات في إقناع المحيط الصحافي داخل مؤسسته بفائدة التوسع الإلكتروني وأهمية دعمه معنويا وماديا لاسم مؤسسة الخبر في السوق الإعلامية الجزائرية والدولية. وعاب على الكثير من صحافيي المؤسسة عدم تفريقهم بين فن الكتابة المطبوعة، وفن الكتابة الصحفية الإلكترونية، رغم الاختلاف الكبير بينهما، إذ يجد أن الصحفيين الذين يودون نشر مواضيعهم على الموقع يكتبون الأخبار والتحقيقات والبرورتاجات بنفس الطريقة التي يقدمونها للورقية، وبالنظر إلى قلة عدد العاملين على الموقع نجد العديد من الصعوبات في آنية النشر والتحديث فنضطر لنشرها كما هي مما لا يساعد على انفصال الموقع عن الصحيفة الورقية. مقرا أيضا بقلّة الدعم والامتيازات التي تمنح لمؤسسته على خلاف مؤسسات إعلامية خاصة أخرى رائدة مثل تجربة الخبر غير أنها مستفيدة من دعم معين وامتيازات عدة سمحت لها بالهيمنة والتغول الإعلاميين دونما ذكر لأسماء بعينها، لكن يتضح من إشارته هذه مؤسستا الشروق والنهار وما يشاع عن دعم جهات نافذة في الدولة لهما دعما معنويا وماديا.

في سياق متصل بالريادة على الساحة الإلكترونية الإعلامية برر السيد غدير اهتمامه الشخصي بتطوير الموقع وتكوين صحافيين أكفاء قادرين على مساندة في إدارته بغية الاستعادة منه ماديا في المرحلة المقبلة عن طريق الدفع الإلكتروني مقابل تقديم خدمات (كالأرشيف بصيغة PDF مثلا) بسبب تراجع مبيعات الجريدة الورقية علما أن الخبر تعيل حوالي 300 صحفي بطريقة مباشرة عبر التوظيف الدائم ومئات الأشخاص بطريقة غير مباشرة منهم المتعاونون، والمراسلون المحليون وغيرهم. وهو بذلك يحاول السير على درب الصحافة الإلكترونية العالمية وعلى رأسها الفرنسيين لوموند (Le Monde) ولوفيغارو (Le Figaro) بما تحقّقه من دعم لأرباحها عبر الدفع الإلكتروني لقاء خدمات معينة لمتصفحها الإلكترونية. وهي في الحقيقة سياسة اتبعتها العديد من الصحف لضخ شريان حياة جديدة في صحفها الورقية التي تراجعت مبيعاتها كثيرا، حيث تُؤنّ المبالغ المحصلة من الخدمات والإعلان على الخط مصدرا ماديا يعوض خسائر المبيعات.

2-2- السهر على كفاءة الصفحة الأولى (Home page) لموقع الخبر

صرح مدير موقع الخبر أن سياسته في واجهة الموقع محددة وهي تقديم الأخبار الآنية والتحديث المستمر لمستجدات الموقع على مدار 24 ساعة يوميا، كما أنه يسعى لتقديم أحسن المقالات التي تهم القراء فقط، وهي السياسة التي بدأ بانتهاجها منذ مدة، ومع الاقتناع التدريجي للإدارة العامة لمؤسسة الخبر بضرورة فصل الموقع عن النسخة الورقية فإن السيد غدير ماض في تطوير الموقع. يقوم الفريق العامل معه باختيار أحسن وأقصر المقالات التي تتماشى مع أجدديات التحرير الإلكتروني لتنزيلها على الموقع كما أنهم على اتصال مباشر بمراسلين ميدانيين لنقل كل الأخبار الطارئة على صعيد الحياة المجتمعية والسياسية الجزائرية لحظة حدوثها في فلاشات إخبارية. وفي جانب آخر صارحنا المسؤول الأول عن موقع الخبر أنه في صدد بلورة وتطوير أفكار تفاعلية جديدة على موقعه كالخرائط الاقتصادية التفاعلية، الرسومات البيانية، كثافة الصور على

حساب المضمون، وهي خدمات وأفكار سيحاول بها القضاء التدريجي على إعادة نشر المقالات ذات الحجم الكبير التي تصلح أصلا للجريدة الورقية فقط لا القارئ الإلكتروني.

2-3- التفاعل بين مستخدمي ومحري موقع الخبر

في سؤال وجه لمدير موقع الخبر حول مدى ضمان خدمات تفاعلية بين المستخدمين والمحريين، كانت إجاباته كالآتي:

جدول رقم (62): يوضح خدمات التفاعل بين مستخدمي ومحري موقع الخبر

لا توفر هذه الخدمة	أحيانا	دائما	العبارة
×			إرسال آخر الأخبار فور حدوثها لمشاركي القوائم البريدية (Newsletters)
	×		إرسال آخر الأخبار فور حدوثها لمشاركي نظام RSS
×			إرسال آخر الأخبار فور حدوثها لمشاركي خدمة الهاتف النقال
		×	التواصل عبر البريد الإلكتروني الشخصي للمحريين مع المستخدمين استجابة لانشغالاتهم
		×	التواصل هاتفيا بين المحريين ومستخدمي الموقع استجابة لانشغالاتهم
	×		التواصل عبر الفاكس بين المحريين ومستخدمي الموقع استجابة لانشغالاتهم
	×		التواصل عبر الاستقبال الشخصي في مقر المؤسسة الإعلامية بين المحريين ومستخدمي الموقع استجابة لانشغالاتهم
	×		التواصل عبر البريد التقليدي بين المحريين ومستخدمي الموقع استجابة لانشغالاتهم
02	04	02	∑
25	50	25	%

يوضح الجدول أعلاه "خدمات التفاعل بين المستخدمين والمحريين المتاحة على موقع الخبر" حيث يتجلى خلاله أن محري المؤسسة داوموا على دمج التكنولوجيا بالوسائل التقليدية في ارتباطهم بقرائهم ومتابعيهم بنسبة 25 % حيث يقومون بالتواصل معهم عبر البريد الإلكتروني من جهة وبتلقي مكالماتهم الهاتفية من جهة ثانية، ويتضح من ذلك تأرجح المؤسسة - كما سبق وصرح المسؤول الأول عن موقعها - بين سلوكها للنهج الإلكتروني أو البقاء مع النسخة الورقية التقليدية بما تحمله من حميمة التواصل مع الجمهور عبر الهاتف بشكل

مباشر، كما نلاحظ من خلال الجدول عدم استمرارية الاهتمام بالتواصل مع المتابعين والقراء عبر الاشتراكات بنظام (RSS) كوسيلة حديثة يمكنها تحقيق المزيد من المتصفحين والمتابعين لموقع الخبر، وكل من البريد التقليدي والفاكس والاستقبال الشخصي بمقر المؤسسة بنسبة 50 % من خدمات التواصل بين محرري ومستخدمي الموقع، وهو أمر غير مقبول بالنظر إلى عدم تعويضه بوسائل أخرى أكثر عصرة كما تفعل بقية المؤسسات الإعلامية في الجزائر والعالم كشبكات التواصل الاجتماعي، كما أنه من المفترض أن ينال القارئ أو المتصفح مزيدا من الاهتمام من طرف هيئة الموقع، قد يرجع ذلك للنقص البشري الذي تعانيه مصلحة إدارة الموقع أو للمشاكل التي لازالت تواجهها هذه المصلحة داخل المؤسسة الأم من محاربة وعدم عناية أو اهتمام بمتطلبات التواجد الإلكتروني للمؤسسة على الشبكة. ولا توفر المؤسسة خدمتي إرسال الأخبار عبر القوائم البريدية (Newsletters) وخدمة إرسال الأخبار عبر الهاتف النقال بنسبة 25 %، على الرغم من أنها من أوائل الخدمات التفاعلية التي توفرها معظم الصحف الإلكترونية العربية والعالمية، وعلى الرغم من طول تجربة الخبر عبر الشبكة العنكبوتية، فهي من أولى الصحف ظهورا (عام 1998) إلا أنها لم تستغل تجربتها بالتطوير والتحسين وهذا لغياب الاقتناع لدى ملاكها ومسيريها، وهو بالتأكيد ما عرقل العديد من الخطوات التي كان يجب اتخاذها.

2-4-4- تفاعل مستخدمي موقع الخبر مع مضمونه

2-4-4-1- خدمات التفاعل بين مستخدمي موقع الخبر ومضمونه

في سؤال حول خدمات التفاعل بين المستخدمين ومضمون الموقع أجاب المدير كالاتي:

جدول رقم (63): يوضح خدمات التفاعل بين مستخدمي موقع الخبر ومضمونه

لا توفر هذه الخدمة	بعد الفرز	فورا	العبارة
	x		تتشرون تعاليق المستخدمين على محتوى الموقع
		x	تتشرون نتائج استطلاعات الرأي
x			تضيفون المواضيع المرسله من طرف مستخدمي الموقع
	x		تتشرون تصويبات الأخطاء التحريرية المرتكبة في الموقع والمرسله من مستخدميه
01	02	01	∑
25	50	25	%

يقدم الجدول أعلاه "الخدمات التفاعلية المتاحة بين المستخدمين ومضمون موقع الخبر"، حيث يتبين من خلاله قيام إدارة الموقع بفرز دقيق للتعاليق الواردة من المستخدمين كما التصويبات المرسله من قبلهم للأخطاء المرتكبة في الموقع بنسبة 50 %، وهو ما يعزز الرقابة المباشرة لهيئة التحرير على موقعها الإلكتروني، فطريقة التسجيل المتبعة من طرف الخبر وكافة المؤسسات الإعلامية في الجزائر عبر إدخال البريد الإلكتروني ثم التعليق أو إرسال أية تصويبات أو التفاعل عبر مختلف الخدمات المتوفرة تهدف منها هذه المؤسسات حسب القائمين على مواقعها إلى تطبيق معادلتى المحاسبة وحق الرد من جهة، والحماية الفكرية من جهة ثانية. وتقتصر المحاسبة، على إمكانية رفع دعوى قضائية من أي جهة أو شخص قد يسيء إليه الشخص المعلق أو المصوب، والتزام المبادئ المعتمدة في الإعلام، ويتم هذا في ظل ما يعرف بالرقابة السابقة وهي مراقبة إدارة الموقع للتعليقات الواردة قبل نشرها في الحيز العام من الموقع.

وينشر الموقع بشكل فوري نتائج استطلاعاته بنسبة 25 % وهي الخطوة التي يهدف الموقع من خلالها لمعرفة رأي الجمهور في قضية من القضايا التي تشغل بال الرأي العام وتقديم نتائج هذه الاستفتاءات يخدم ثلاث جهات الجمهور والمسؤولين وأصحاب المؤسسة الإعلامية. فالجمهور يبقى على اطلاع دائم باتجاهات الرأي العام وبذلك يقيم مدى توافقه أو بعده عنها، كما أن المسؤولين قد يجدون في هذه الاستفتاءات ردودا عن تساؤلاتهم حول رجوع صدى سياسياتهم عند الشعب، وللمسؤولين عن مواقع المؤسسات نصيب في المنفعة

خصوصا حينما تنتهي سبل التعبير الحر عن توجهات المؤسسة في جو من الرقابة القبلية والبعديّة المسلطة على النسخ الورقية، ليكون الاستفتاء هذا المتنافس. وانتهت مقابلتنا مع مدير موقع الخبر إلى عدم توفير الموقع لخدمة إضافة مواضيع مرسلّة من طرف المستخدمين بنسبة 25 % على الرغم من كون الموجة السائدة حاليا هي المضامين المنتجة من طرف المستخدمين للشبكة العنكبوتية على أساس أن ممارسة الصحافة يجب ألا تقتصر على نقل الأحداث والمشاكل فحسب، بل يجب مشاركة المواطنين في التغطية الإعلامية للحياة السياسية والاجتماعية، واعتبارهم مشاركين فاعلين في نقل الأحداث ومناقشتها وتحليلها، أكثر من اعتبارهم مجرد متلقين سلبيين لما تعرضه لهم الوسائل الإعلامية من وقائع ورسائل أبطالها الإعلاميون والسياسيون والخبراء، خاصة بعد سنة 2011 وما شهده العالم العربي من انطلاق الثورات الشعبية والأزمات الاقتصادية وتفاقم وتيرة العنف.

إن تحولات العقد الجديد في المنطقة عززت من دور ما أصبح يسمى "صحافة المواطن والإعلام الجديد"، وذلك ببروز دور وسائل الاتصال الاجتماعي وكاميرات الهواتف النقالة والمدونات وغيرها في نقل الحدث وبناء القصة الصحفية الفورية. مما أنتج اعتماد شبكات التلفزيون والمواقع الإلكترونية على وسائل الإعلام الجديدة هذه بصورة تزداد أهمية مع سرعة تطور التكنولوجيا التي وفرت تلك الوسائل الحديثة والمتطورة باستمرار. وهو ما لم تتفهمه بعد مؤسسة الخبر أو لا تزال غير مقتنعة به وقد يرجع ذلك لاحترامها لحرفية ومهنة الإعلام والتزامها بأبجدياته لأن مثل هذه المضامين المنتجة من طرف الجمهور لا تلتزم بذلك أو لكونها سائرة في طريق تطوير منهجها الإلكتروني عبر موقعها لتتبنى ذلك في وقت قريب.

2-4-2- طبيعة المواضيع الأكثر قراءة والأكثر تعليقا في موقع الخبر

حسبما صرح به مدير موقع الخبر فإن طبيعة المواضيع الأكثر قراءة والأكثر تعليقا هي المواضيع السياسية بالدرجة الأولى، ثم مواضيع الأحداث المجتمعية اليومية (أو الأخبار المحلية)، فمواضيع الرياضة، فالمواضيع الاقتصادية ثم بقية المواضيع المختلفة من ثقافة، فنون، معارف، أدب، تسلية، ... الخ. ويرجع هذا الترتيب إلى كون الصحافة الإلكترونية الجزائرية كما الورقية تسلط الضوء على المجال السياسي بتعمق كبير في التفاصيل والتحليل، كما أنها تستمر كما الورقية من تغطيتها للأحداث اليومية والأخبار المحلية لتلافي النقص في مصادر الأخبار، حيث نجد مؤسسة الخبر توزع مكاتبها الجهوية بين الشرق والغرب في كل من وهران وقسنطينة كما أن لها مكاتب ولأثنية عبر كامل التراب الوطني لجمع هذه المادة الإعلامية من الميدان خصوصا في الجزائر التي تغيب فيها مصادر المعلومات الرسمية وقواعد البيانات والإحصائيات الضرورية لتقديم الخبر بوجهه الأكمل.

وتأتي المواضيع الرياضية في رتبة ثالثة من حيث اهتمام زائري موقع الخبر بسبب وجود رابط مباشر للخبر الرياضي على صفحة الموقع الأولى، وهو ذات الموقع الذي يعد النسخة الإلكترونية للملحق الرياضي الصادر عن مؤسسة الخبر، وهو متخصص في تقديم أخبار الرياضة الجزائرية وأخبار المقابلات، تصنيف وتحليل مختلف الألعاب الرياضية في الجزائر وفي جميع أنحاء العالم. أما نسختها الإلكترونية فهي غنية

بالمعلومات المتعلقة بالرياضة، خاصة تلك التي تتعلق بالرياضة الأكثر شعبية في الجزائر وهي كرة القدم. كما تقدم ريبورتاجات عن المقابلات الرياضية، وتحاليل وتعليق من طرف أفضل اللاعبين والمدربين والجهاز الفني والحكام والمعلقين في الجزائر عن مواضيع مختلفة حول الدوري الجزائري، دوري أبطال أوروبا وكأس الجزائر وجميع الرياضات عموما. وهي بذلك تفتح نافذة على جميع الألعاب الرياضية، سواء في الجزائر أو في العالم، فتقدم كل النتائج والمسابقات والتوقعات.

في حين تركز الحياة العامة في الجزائر على الجانب الاقتصادي أيما ارتكاز مما يجعله رابع اهتمامات جمهور الصحافة الإلكترونية الجزائرية. كما لا ننسى أن الساحة الجزائرية الاقتصادية تعيش عدة تحولات منذ أكثر من 15 سنة بسبب البجوحة المالية سابقا لارتفاع أسعار البترول وما شاع معها من قضايا فساد مالي وأخلاقي طال عددا مهما من الشخصيات العامة في الحياة السياسية في الجزائر. وتأتي المواضيع الثقافية والفنية والترفيهية في مؤخرة اهتمامات القراء والمتصفحين بالنظر إلى كونها في كثير من الأحيان ثانوية في حياة وذهنيات الجزائريين بشكل عام فيما عدا النخب الثقافية والفنية التي تعنيها مثل هذه المواضيع لعرضها لنشاطاتها وتواجدها على الساحة الثقافية والفنية الجزائرية.

2-5-الاتصال الشخصي بين مستخدمي موقع الخبر

2-5-1- الأساليب المتاحة للاتصال الشخصي بين المستخدمين عبر موقع الخبر

في سؤال لمدير الخبر عن الأساليب المتاحة للاتصال الشخصي بين المستخدمين عبر موقع مؤسسته أجاب: إن أول ما تعتمد عليه الصحيفة في ذلك هو شبكات التواصل الاجتماعي بأرصدة المؤسسة فيها، وهي أساسا ثلاث شبكات سائدة للموقع الأساسي للخبر: الفايسبوك والتويتر واليوتيوب. موضحا أنه وبدرجة ثانية يهتم المستخدمون بالتفاعل عبر منتديات الخبر.

في حديثه عن شبكات التواصل الاجتماعي أظهر السيد فاروق غدير اهتماما شديدا بها لطغيانها على الحياة الاجتماعية لكافة فئات الجمهور، حيث ذكر أنه يهتم بها شخصيا، ويقوم بالتحديثات الضرورية والرد على المستخدمين خاصة عبر رصيد المؤسسة في الفايسبوك. في وقت أظهر تقرير نشرته كلية محمد بن راشد للإدارة الحكومية مطلع 2015 حول الإعلام العربي الاجتماعي 2014، أن عدد مستخدمي الفايسبوك منفردا في الجزائر بلغ 5.6 مليون مشترك بارتفاع قدر بـ 1.5 مليون مشترك عن سنة 2013 (هادي سالم وآخرون، مرجع سبق ذكره، 9، 10). وحسب السيد غدير حققت صفحة الخبر الرسمية عبر الفايسبوك ما يفوق 864.840 معجبا منذ إنشائها في 26 أبريل 2013، وهي تأخذ شعارا لها "الصفحة الرسمية لجريدة "الخبر" على الفايسبوك... الصدق والمصادقية، متابعة آنية للأخبار بالصور والفيديوهات ونقل للواقع كما هو"، وانضم أكثر من 30.7 ألف مشترك لصفحتها عبر التويتر منذ إنشائها في مارس 2011 (أي قبل سنتين من إنشاء الشروق أون لاين لصفحتها)، و فقط 615 مشتركا بقناتها الخاصة عبر اليوتيوب منذ إنشائها حديثا في نوفمبر 2014 على الرغم من تحقيقها لمشاهدات عالية بـ 332 262 مشاهدة. وذكر أنه مؤخرا انضمت الخبر كذلك إلى شبكة غوغل بلوس من خلال صفحة رسمية لها فيها، حيث لا يزال عدد المشاركين فيها ضئيلا جدا بالنظر لجدتها (345 مشترك)، بيد أن عدد زوارها من القراء والمتصفحين بلغ 334 673 متصفا. ويسهر السيد فاروق غدير شخصيا على انتقاء المواضيع المتنوعة التي يتم نشرها على مختلف هذه الصفحات، كما يقوم بنشر جميع أنواع المعاديات لجمهورها ومتابعيها، كما يرد على انشغالات زوارها وتعليقهم على مختلف الموضوعات المنشورة من صور، أخبار، فيديوهات وإحصائيات وغيرها.

أما منتديات الخبر فصرح مدير الموقع أن مجموع زوارها ابتداء من 24 أكتوبر 2013 قدر بـ 561.128 زائرا، إلا أن عدد أعضائها أقل بكثير من ذلك، حيثراوح 6.141 عضوا، بينما الناشطون منهم عدوا بـ 76 فقط. ووصل معدل المواضيع المنشورة عليها إلى 155.682 موضوعا، بعدد مشاركات بلغ 168.581 مشاركة. ويؤكد السيد غدير أن المنتديات تضع شروطا لاستخدامها تأتي في الصياغة الآتية: "إن مشرفي وإداريي منتديات الخبر بالرغم من محاولتهم منع جميع المشاركات المخالفة، فإنه ليس بوسعهم استعراض جميع المشاركات. وجميع المواضيع تعبر عن وجهة نظر كاتبها ولا يتحمل أي من إدارة منتديات الخبر أي مسؤولية عن مضامين المشاركات. بالموافقة على هذه الشروط، فإنك تتعهد بأنك لن ترسل أي رسائل

بذئثة، تهديد، أو مخالفة للدين وقوانين المنتدى وحرمة الناس. إن مالكي منتديات الخبر لديهم الحق في حذف أو تعديل أو نقل أو إغلاق أي موضوع لأي سبب من الأسباب المخالفة."

ويتضح من خلال القانون المنظم للمنتديات أهداف الموقع منها وهي:

- فتح باب المشاركة للجميع دون إرسال رسائل بذئثة، أو تهديد، أو مخالفة للدين وقوانين المنتدى وحرمة الناس.

- خلق جو من النقاش والتبادل المعرفي والثقافي بين كل أعضاء المنتدى.

- المساعدة في حل المشاكل الاجتماعية والأسرية والتعليمية والقانونية من خلال كافة المنتديات التي تغطي جميع مناحي الحياة من: المنتدى العام، المنتدى الإسلامي، المنتدى الأدبي، منتدى الأسرة، منتدى مشاكل وحلول، منتدى الصحة، منتدى القانون والعلوم السياسية، منتدى العلوم العسكرية والأمنية، منتدى المعرفة والتفكير المتقدم، منتدى الدراسات الجامعية، منتدى التربية والتعليم، منتدى عالم الحاسوب والإنترنت، منتدى القنوات الفضائية، قسم الإشهار المجاني، المنتديات الخاصة، منتدى عالم السيارات والمركبات، المنتدى الترفيهي، القسم الإداري، قسم تحرير صفحة "منتديات الخبر" للنسخة الورقية للخبر اليومي، وأخيرا منتدى جنة الأطفال.

- اتباع هذه المنتديات لمبدأ التفاعلية منذ تأسيسها، إذ تحاول خلق تفاعل بين المستخدمين من جهة، وبين المشرفين، كما تفتح المجال أمامهم للتفاعل مع كافة الأحداث والقضايا الوطنية والدولية على كافة الأصعدة السياسية، والاجتماعية، والاقتصادية، والدينية، والتعليمية، والثقافية. فضلا عن تلقيها لكافة انشغالات المواطنين البسطاء من خلال قسم بالمنتدى العام أطلقت عليه "رسالة إلى مسؤول" من أجل إيصال أصوات من لم يستطيعوا التظلم عند المسؤولين.

2-5-2- كيفية ضبط آليات التسجيل والمشاركة في منتديات الخبر

نظرا لكثرة المنتديات الفرعية وتعدد التخصصات التي تعنى بها فإن مسألة ضبط آليات التسجيل هي من اختصاص المشرف العام والمراقب العام، في حين أن المشاركات هي من اختصاص المشرفين والمراقبين على كل منتدى فرعي على حدة كالآتي:

- دور المشرف: يعتبر دور المشرف في المنتدى دورا محوريا، فهو همزة الوصل بين (إدارة المنتدى أو مراقب القسم الذي ينتمي إليه) وبين جميع باقي الأعضاء. إن المشرف له ست علاقات: نحو الأعضاء، نحو زملاءه المشرفين، نحو المنتدى، اتجاه نفسه، اتجاه المراقب، اتجاه الإدارة. وتتوزع مهامه على محاور كالتالي :

1- المحور الفني: المساهمة في تطوير وإنتاج مواضيع وتقديم اقتراحات سواء التي تلقاها من الأعضاء أو من ممارسته اليومية، توجيه الأعضاء بأدب إلى كيفية تنظيم مشاركتهم وتقديمها في قالب يجعل العضو يهتم بها قبل قراءتها.

2- المحور الإداري: الالتزام بالخطط والسياسات العامة للمنتدى، وإذا اختلط عليه أمر ما فيمكنه الاستفسار بكل حرية في هذا القسم عبر منتدى الطاولة المستديرة. كما يقوم بترتيب المواضيع ونقلها للمنتديات ذات العلاقة أي مراقبة مشاركات الأعضاء من كل النواحي، وكذا نقل المشاركات إلى أقسامها إذا كانت قد وضعت بقسمه خطأ، أو حذفها إذا كانت غير صالحة أو مكررة مع التعليل. مع الاستعداد لتقبل أي أمر من الإدارة أو الأعضاء (معالجة الأمور بهدوء وعقلانية)، والاتصال والتواصل مع الأعضاء والإدارة بصدر رحب.

3- المحور الإيماني: بتقديم النصيحة بآدابها، قبول النصيحة، للمشرف كامل الحرية في فتح أو إغلاق الموضوع، نقله أو نسخه، تحريره، أو دمج المواضيع، أو تجزئتها، تثبيتها أو إلغائها. مع مراعاة شروط المنتدى المتعارف عليها وهي: "يكون سبب تحريك أو نقلك أو حذفك منطقي ومعقول بمعنى ليس أي موضوع لا يروق لك تحذفه، بمعنى أن تكون الأسباب منطقية ومعقولة وتكون مخالفة لشروط المنتدى. وإذا احترت في أي موضوع بإمكانك استشاره المراقب العام أو المراقب. وعدم توجيه أي نقد علني للعضو بل يجب المسايرة لأبعد حد في تليين الحوار وتهذئة الوضع. عند المواضيع التي يحدث فيها الحوار والمناقشة يحاول المشرف قدر الإمكان أن يحل الإشكال وعدم التحيز لأحد الأطراف ومراسلة المتحاورين وتهديتهم وتذكير الإخوة المتحاورين بروح الأخوة". وإذا لاحظ أن الموضوع تشعب إلى جدال وخصام وابتعد عن الموضوع الأصلي يقفل الموضوع ويراسل المتحاورين لتهذئة الوضع. إن المشرفين في القسم الواحد من المفروض أن يكون بينهم تعاون وتوزيع المهام.

- المهام الموكلة إلى المشرفين في القسم الواحد هي: قراءة جميع المواضيع مع محاولة الرد، وأي موضوع فيه سب أو شتم لأحد أعضاء المنتدى أو للمشرفين أو للمنتدى يحذف على الفور، حذف أي موضوع أو رد منافي للعقيدة الإسلامية أو الأخلاق أو الذوق العام. شكر أعضاء المنتدى المشاركين والذين ساهموا بمواضيع مميزة في منتداه الذي هو مشرف عليه، وإرسال رسائل شكر أو استفسار عنهم إذا غابوا عن المنتدى. إيجاد مواضيع حيوية بقدر الإمكان حتى يتفاعل الأعضاء معها. أي مشرف يرى أنه بحاجة لمساعد يقترحه على الإدارة. يكون على المشرف إخبار الإدارة عند غيابه الطويل أو تخليه عن تسيير المنتدى. أي مشرف له ملاحظات على أي منتدى آخر بإمكانه مراسلة مشرف المنتدى أو الإدارة أو المراقب العام أو المراقب.

- دور المراقب العام: له خصائص الإدارة وإرسال النشرات ومخاطبة وإعلام المشرفين الجدد وترشيحهم وإعطائهم الصلاحية في الإشراف على الأقسام. وسحب الصلاحيات منهم وتغيير الأسماء وإضافة الألقاب. ووضع شهادات التقدير. ومراسلة الأعضاء القدامى والسؤال عنهم وشكر الأعضاء المتميزين. محاولة استقطاب أرقام متميزة للمنتدى واستضافتهم. متابعة مواضيع الأعضاء والرد عليهم وخصوصا الأعضاء الجدد. الترحيب بالأعضاء الجدد.

- دور المراقبين: متابعة المنتديات التي هي بحاجة للمتابعة. وتعويض المشرفين عند غيابهم، مراسلة الأعضاء القدامى والسؤال عنهم وشكر الأعضاء المتميزين. والتعاون مع المشرفين في اختيار المواضيع المميزة، ومحاولة استقطاب أعلام متميزة للمنتدى. متابعة مواضيع الأعضاء والرد عليهم خصوصا الأعضاء الجدد، والترحيب بهم. كما تسمح المنتديات بالانضمام إلى فريق كتاب المنتدى عبر إعلان العضو لاستعداده للالتحاق بقسم تحرير صفحة المنتدى على النسخة الورقية لجريدة الخبر في الموضوع الحالي بإضافة تعليق مع نية الانضمام لفريق كتاب المنتدى لتنشيط الصفحة واثرائها. أو عبر رسالة خاصة مباشرة للمشرف العام أو نائبه. ليتم فيما بعدها إبلاغ العضو بكلمة المرور لقسم تحرير صفحة المنتدى، ينشأ لكل عضو قسمان خاصان به الأول لتخزين المواضيع المرشحة للنشر، والثاني لتجميع المواضيع التي نشرت في الجريدة. تحمل هذه الخدمة شعارات مستفزة للزوار، بغية المشاركة والتفاعل معها مثل: "منتديات الخبر تنتقل بكم من العالم الافتراضي إلى العالم الملموس، من صفحات الإنترنت إلى أيدي القارئ، من صفحات الإنترنت إلى المجتمع... يمكنكم اليوم مخاطبة الجميع بثقة وحكمة، مخاطبة القارئ البسيط ونخبة المجتمع والفكر، ورجال الدولة وأصحاب السلطة... فلنكتب ونستمع".

2-5-3- الخدمات المتوفرة للربط بين مستخدمي منتديات الخبر

يمكن لأعضاء المنتدى جميعا الاتصال ببعضهم البعض عن طريق الرسائل الخاصة. وتعتبر الوسيلة الوحيدة في الاتصال بين الأعضاء فيما بينهم أو بين الأعضاء والإدارة أو المشرفين والمراقبين في حالة حذف أو نقل موضوع وفي حالة الإعلان عن مخالفة بالمنتدى، أو في حالة الشكوى من أحد الأعضاء لاستعماله الوسيلة في السب والذف أو الإزعاج.

2-5-4- كيفية توفير الآنية والتحديث المستمرين والرد على مستخدمي منتديات الخبر

يتولى المدير مهمة الإشراف على المنتدى ويتولى المشرفون والمراقبون مهمة الإشراف على المنتديات الفرعية التي هم معينون بالإشراف عليها. كما تستقبل منتديات الخبر طلبات الانضمام لفريق التصميم بالمنتدى وطلبات ودعوات الإشراف على أقسام المنتدى من كافة زوارها المسجلين كأعضاء فيه. وذلك من خلال إتاحة هذه الطلبات في المنتدى العام عبر تسجيل رغباتهم في قسم الانضمام لفريق التصميم بالمنتدى وقسم استقبال طلبات ودعوات الإشراف على أقسامه، ثم الرد عليهم فيما بعد من قبل إدارة المنتدى.

2-5-5- ضبط تجاوزات مستخدمي منتديات الخبر

سطر الموقع لنفسه منذ انطلاقه وتوسع قاعدته الجماهيرية قانونا ينظم كل التفاعلات عبر منتدياته، حيث يجد كل من يلج صفحة المنتدى بغية التسجيل، نفسه مجبرا على القراءة والموافقة على بنود هذا القانون، وفي حالة عدم احترام تعليمات الموقع والمشرفين والمراقبين يتعرض موضوع المستخدم للحذف وقد يوقف رصيده، ويلغى بشكل نهائي، كما أن أي موضوع فيه سب أو شتم لأحد أعضاء المنتدى أو للمشرفين أو

للمنتدى يحذف على الفور، فضلا عن حذف أي موضوع أو رد منافٍ للعقيدة الإسلامية أو الأخلاق أو الذوق العام.

2-5-6- التعامل مع اقتراحات وانتقادات مستخدمي منتديات موقع الخبر وأرصده لتواصل الاجتماعي

تضم منتديات الخبر منتدى فرعيا بعنوان "منتدى الشكاوى والاقتراحات" يتلقى فيه المشرف العام والمراقبون والمشرفون بشكل مستمر كل الشكاوى والاقتراحات والانتقادات وهو منتدى مفتوح لكل من تصادفه مشكلة تقنية بالمنتدى أو حذف أو نقل موضوعه دون علمه. أما عن أرصدة التواصل الاجتماعي فيتم التواصل بشكل مباشر والدخول في حوار مع المتدخلين لطرح شكاوى أو اقتراحات.

3- مقابلة مع مدير موقع الوطن EIWatan

3-1- البيانات العامة المتعلقة بالموقع والقائمين عليه

بتاريخ 20 ماي 2015 م في حدود الساعة الثامنة صباحا توجهت الباحثة إلى أعالي العاصمة بمحاذاة القنصلية الفرنسية العامة بحيدرة أين كانت تتواجد الإدارة المركزية لمؤسسة النهار سابقا، حيث وجدناه بناء قديما جدا كان يستعمل في الآونة الأخيرة كمكتب للإشهار فقط نظرا لقربه للقنصليات والسفارات وبعض من الوزارات. تم الاستغناء عنه وإغلاقه تماما بعدما جهزت المؤسسة مقرا آخر أكثر حجما وعصرية في ذات المنطقة (حيدرة) لكن في حي آخر يقع على بعد 25 كلم. استقلت الباحثة سيارة أجرة وقصدت المكان الموصوف لها، وجدته حيا سكنيا راقيا لكنه منعزل قليلا ولا توجد به وسائل مواصلات نهائيا، إذ يقع على طريق سريع بمحاذاة منطقة نشاطات كبرى فيها العديد من المؤسسات الخاصة.

دخلنا مقر الجريدة الورقية والإلكترونية للنهار الذي يقابله تماما مقر قناة النهار الإخبارية الخاصة، وهما مقران فخران جدا عصريان، يتوفران على كل الإمكانيات الضرورية لتأدية رسالة الإعلام بشكل جيد وعصري جدا. بعدما طلبنا مقابلة مدير موقع النهار أون لاين من موظف الاستقبال، طلب إلينا الانتظار في قاعة مخصصة لذلك، بقينا فيها حوالي نصف ساعة كاملة. أخيرا نزل إلينا مدير الموقع، كان شابا في الثلاثينيات من العمر، تفهم ضرورة بحثنا، وطلب أن يصعد مجددا لاستئذان الإدارة العامة للجريدة من أجل إجراء المقابلة. لم يطل انتظارنا هذه المرة حيث جاءنا عون الاستقبال معتذرا عن إجراء المقابلة مع مدير الموقع طالبا منا المغادرة دون توضيح لأسباب ذلك. مع هذا الرفض لإجراء مقابلة لأهداف علمية محضة تتضح جيدا ذهنيات النخبة الإعلامية في الجزائر، ومدى اهتمامها بدراسة جماهيرها أو مضامينها أو حتى القائمين عليها.

اتجهت الباحثة مباشرة بعد الظهر لمقابلة مدير موقع الوطن (EIWatan) المتواجد في دار الصحافة الطاهر جاووت بساحة أول ماي بالجزائر العاصمة، وكانت الساعة تشير إلى الثانية والنصف بعد الزوال عندما توجهت الباحثة برفقة عون الاستقبال إلى مكاتب الوطن بعد موافقة مدير الموقع على إجراء المقابلة معها. استقبلنا السيد مراد حشيد مدير موقع الوطن منذ 2008 إلى غاية يوم المقابلة بحفاوة كبيرة، وأثاره موضوع قياس التفاعلية بل وشكر الباحثة على اختيار صحيفة الوطن (EIWatan) من بين عينتها لقياس تفاعلية موقعها الإلكتروني. وهو صحفي تزيد خبرته عن 18 سنة في الإعلام الجزائري المكتوب، استلم الموقع وحاول تطويره بالقدر الكافي ليمثل أول مؤسسة إعلامية جزائرية خاضت تجربة الصحافة الإلكترونية في نوفمبر 1997 حسب قوله (الوطن)، ولم يبخل علينا بإخبارنا عن تجارب تطويره للموقع مع عدة زملاء من الخبر ولوموند الفرنسية. وصارحنا بمواجهة مدراء المواقع الجزائرية لضغط من قبل ملاك ورؤساء تحرير المؤسسات الورقية الأم، بسبب عدم اقتناعهم بأهمية الصحافة الإلكترونية وتفاعليتها في توسيع القاعدة الجماهيرية لاسم المؤسسة وحضورها الإلكتروني العالمي.

3-1-1- السمات العامة للعاملين بموقع الوطن (ElWatan)

صرح مدير الموقع السيد مراد حشيد بأنه الأكبر سنا بين أعضاء الفريق المساعد له على إدارة الموقع كما أنه الأقدم خبرة بينهم بما يزيد عن 18 سنة في المجال الصحفي والإعلامي. وتعتمد المؤسسة في مصلحة إدارة الموقع عليه شخصيا، إضافة إلى 5 من الصحفيين والتقنيين الشباب المتخصصين في الإعلام الآلي. منهم 2 خارجيان يشرفان على التعليقات فقط، قراءتها، غريلتها ونشرها على الموقع تحت إشراف منه.

كما أكد تعامل الإدارة مع وكالة اتصال فرنسية متخصصة بإنشاء المواقع الصحفية والتجارية، لها العديد من المواقع الناجحة يتقدمها موقعا كل من لوموند (Le Monde) ولوفيغارو (Le Figaro) في المجال الإعلامي، وهي وكالة SDV Plurimédia. كان قد بدأ التعامل بين مؤسسة الوطن (ElWatan) وهذه الوكالة بتوصية من مدير موقع لوموند (Le Monde) الفرنسية الذي يعد صديقا مقربا من السيد حشيد. كما وذكر أنه في 2009 عندما أراد تطوير الموقع رسم خطوطه العريضة، والطريقة التي رغبت مؤسسته بأن يكون عليها، باستخدام برنامج إكسال (Excel)، وقدمه إلى الوكالة من أجل تصميمه.

في الحقيقة أكد السيد حشيد أن الوطن (ElWatan) تدرس حاليا إمكانية تطبيق سياسة اتبعتها العديد من الصحف العالمية لضخ شريان حياة جديدة في صحفها الورقية التي تراجعت مبيعاتها كثيرا، وذلك بإنشاء نظام الدفع لقاء بعض الخدمات والإعلانات على الخط، منها خدمة الأرشيف الإلكتروني مثلا. وهو ما سيعوض خسائر المبيعات الورقية، معترفا بتراجع المقرئية الورقية لصالح المواقع الإخبارية وشبكات التواصل الاجتماعي والقنوات الفضائية الخاصة.

3-2- السهر على كفاءة الصفحة الأولى (Home page) لموقع الوطن (ElWatan)

صرح مدير موقع الوطن (ElWatan) أن سياسته في واجهة الموقع محددة وهي تقديم الخدمات التفاعلية عبر شبكات التواصل الاجتماعي والمدونات، وإتاحة التعليقات لكافة فئات الجمهور، فهو من المقتنعين بضرورة تفاعل المحررين مع القراء من جهة، وتفاعل القراء مع المضامين من جهة ثانية. واعتبر أن ما تقدمه بعض الصحف من منتديات للحوار الإلكتروني مجرد عبث، وليس بالإعلام المحترف. وأن هناك من الصحف من يستغلها لإحداث البلبلة حول اسم الصحيفة، وتقديم الإحصائيات والأرقام المضخمة لعدد الأعضاء والمنتسبين بغية التأثير على آراء الجمهور العريض نحو قراءة الصحيفة من عدمها. وفي انتقاد لاذع للصحفيين الجزائريين في عدم إتاحة أغلبيتهم الساحقة لبريدهم الإلكتروني صرح السيد حشيد أن نقص ثقافة التفاعل مع القارئ، والخوف من الهوية الافتراضية للقراء وانشغال الصحفيين الدائم وعدم اهتمامهم أصلا بآراء القراء كلها أسباب تمنعهم من التواصل معهم. إضافة إلى أنه يسعى لتطوير الموقع وتقديم الأخبار الآنية والتحديث المستمر على مدار 24 ساعة يوميا.

3-2- التفاعل بين مستخدمي ومحري موقع الوطن (ElWatan)

في سؤال وجه لمدير موقع الوطن (ElWatan) حول مدى ضمان خدمات تفاعلية بين المستخدمين والمحريين، كانت إجاباته كالآتي:

جدول رقم (64): يوضح خدمات التفاعل بين مستخدمي ومحري موقع الوطن (ElWatan)

لا توفر هذه الخدمة	أحيانا	دائما	العبارة
		×	إرسال آخر الأخبار فور حدوثها لمشتركي القوائم البريدية (Newsletters)
		×	إرسال آخر الأخبار فور حدوثها لمشتركي نظام RSS
		×	إرسال آخر الأخبار فور حدوثها لمشتركي خدمة الهاتف النقال
×			التواصل عبر البريد الإلكتروني الشخصي للمحريين مع المستخدمين استجابة لانشغالاتهم
		×	التواصل هاتفيا بين المحريين ومستخدمي الموقع استجابة لانشغالاتهم
	×		التواصل عبر الفاكس بين المحريين ومستخدمي الموقع استجابة لانشغالاتهم
		×	التواصل عبر الاستقبال الشخصي في مقر المؤسسة الإعلامية بين المحريين ومستخدمي الموقع استجابة لانشغالاتهم
	×		التواصل عبر البريد التقليدي بين المحريين ومستخدمي الموقع استجابة لانشغالاتهم
		×	خدمات أخرى: - التواصل مع القراء عبر المدونات الإلكترونية الشخصية للصحفيين
		×	- شبكات التواصل الاجتماعي
01	02	07	Σ
10	20	70	%

يوضح الجدول أعلاه "خدمات التفاعل بين المستخدمين والمحريين المتاحة على موقع الوطن (ElWatan) " حيث أسفرت نتائجه عن مداومة تواصل محري الموقع بقرائهم عبر الدمج بين تكنولوجيا شبكة الإنترنت والوسائل التقليدية بنسبة 70 % حيث يقومون بالتفاعل معهم عبر المدونات الخاصة بهم وشبكات التواصل الاجتماعي من خلال الصفحة الرسمية للصحيفة في كل من الفيسبوك والتويتر من جهة، وبتلقي مكالماتهم الهاتفية والاستقبال الشخصي لهم في مقر المؤسسة من جهة ثانية.

كما نلاحظ أيضا من خلال الجدول الانتظام والاهتمام بالتواصل مع المتابعين والقراء عبر الاشتراكات بنظام (RSS) والقوائم البريدية (Newsletters) كطرق حديثة يمكنها تحقيق المزيد من المتصفحين والمتابعين لموقع الوطن (EIWatan)، وهو فعلا ما عايشته الباحثة مع هذا الموقع بسبب تسجيلها شخصيا للحصول على الخدمات، حيث لاحظت بالمشاركة وعن قرب كيف أن الرسالة الخاصة بأهم الأنباء من موقع الوطن (EIWatan)، تصل يوميا إلى بريدنا الإلكتروني في حدود الساعة التاسعة صباحا بمعدل رسالة كل يوم حتى أثناء العطل والمناسبات وأيام الجمعة والسبت. إضافة إلى إتاحتها لتطبيق الموقع في الهواتف المحمولة وإمكانية الحصول على آخر الأنباء لحظة ورودها إليه.

بيد أنها تستخدم البريد التقليدي والفاكس بنسبة 20 % من خدمات التواصل بين محري ومستخدمي الموقع أحيانا فقط. ولا توفر المؤسسة خدمة التواصل عبر البريد الإلكتروني الشخصي للمحررين مع المستخدمين استجابة لانشغالاتهم، بنسبة 10 %، على الرغم من أنها من أوائل الخدمات التفاعلية التي توفرها معظم الصحف الإلكترونية العربية والعالمية، وعلى الرغم من كون الوطن (EIWatan) أول موقع صحفي جزائري ظهر عبر الشبكة العنكبوتية، إلا أنها لم تستغل تجربتها الطويلة بالتطوير والتحسين بالشكل المطلوب.

3-4-4 - تفاعل مستخدمي موقع الوطن (ElWatan) مع مضمونه

3-4-4-1 - خدمات التفاعل بين مستخدمي موقع الوطن ومضمونه

في سؤال حول خدمات التفاعل بين المستخدمين ومضمون الموقع أجاب المدير كالاتي:

جدول رقم (65): يوضح خدمات التفاعل بين مستخدمي موقع الوطن (ElWatan) ومضمونه

لا يوفر هذه الخدمة	بعد الفرز	فورا	العبارة
	×		تتشرون تعاليق المستخدمين على محتوى الموقع
×			تتشرون نتائج استطلاعات الرأي
×			تضيفون المواضيع المرسله من طرف مستخدمي الموقع
	×		تتشرون تصويبات الأخطاء التحريرية المرتكبة في الموقع والمرسله من مستخدميه
02	02	00	∑
50	50	00	%

يقدم الجدول أعلاه "الخدمات التفاعلية المتاحة بين المستخدمين ومضمون موقع الوطن (ElWatan)"، حيث يتبين من خلاله قيام إدارة الموقع بفرز دقيق للتعاليق الواردة من المستخدمين كما التصويبات المرسله من قبلهم للأخطاء المرتكبة في الموقع بنسبة 50 %، وهو ما يعزز الرقابة المباشرة لهيئة التحرير على موقعها الإلكتروني، فطريقة التسجيل المتبعة من طرف الوطن (ElWatan) وكافة المؤسسات الإعلامية في الجزائر عبر إدخال البريد الإلكتروني ثم التعليق أو إرسال أية تصويبات أو التفاعل عبر مختلف الخدمات المتوفرة تهدف منها هذه المؤسسات حسب القائمين على مواقعها إلى تطبيق معادلتها المحاسبية وحق الرد. وسبق أن صرح مدير موقع الوطن (ElWatan) أن هناك صحفيين خارجيين مكلفان بفرز ونشر التعاليق على الموقع بمشورة من إدارة الموقع والتحرير بالنسخة الورقية.

وأقر مدير موقع الوطن أن الموقع لا يوفر خدمة استطلاعات الرأي كما لا يتلقى مواضيع مرسله من المستخدمين للنشر بشكل قطعي بنسبة 50%. على الرغم من طغيان المضامين المنتجة من طرف المستخدمين على الشبكة العنكبوتية خاصة بعد سنة 2011 وما شهده العالم العربي من انطلاق الثورات الشعبية والأزمات الاقتصادية وتفاقم وتيرة العنف.

3-5- التفاعل بين المستخدمين والقائم على موقع الوطن (ElWatan)

3-5-1- أهداف صحيفتكم الإلكترونية الوطن (ElWatan.com)

تعنى النسخة الإلكترونية لجريدة الوطن (ElWatan) بتحقيق جملة من الأهداف هي:

- المحافظة على السمعة الطيبة والانتشار والمقروئية التي نالتها النسخة الورقية منذ إنشائها في 1990.
- التحديث المستمر لنسخة الموقع وتطويرها من أجل الوصول بها إلى مكانة رائدة بين الصحف الإلكترونية في الجزائر.

- الاهتمام بانشغالات وتفاعل القراء والمتصفحين، والرفع من مستوى الخدمات المفضلة لديهم عبر الموقع.

3-5-2- طبيعة المواضيع التي يتفاعل معها قراؤكم أكثر من غيرها في موقع الوطن (ElWatan)

حسبما صرح به مدير موقع الوطن (ElWatan) فإن طبيعة المواضيع التي تنال تفاعلا أكبر من طرف زوار الموقع ومستخدميه هي: مواضيع سياسية بالدرجة الأولى، ثم مواضيع الأحداث المجتمعية اليومية (أو الأخبار المحلية)، بعدها الأخبار الدولية، فمواضيع الرياضة، فالمواضيع الاقتصادية ثم بقية المواضيع المختلفة من ثقافة، فنون، معارف، تسلية،... الخ. ويرجع هذا الترتيب إلى كون الصحافة الإلكترونية الجزائرية كما الورقية تسلط الضوء على المجال السياسي بتعمق كبير في التفاصيل والتحليل، كما وتقدم تقريبا ذات الأقسام وفئات الموضوعات في نظيرتها الورقية.

3-5-3- الخدمات التي توفرها للربط بين مستخدم موقع الوطن (ElWatan)

في سؤال لمدير الوطن (ElWatan) عن الأساليب المتاحة للاتصال الشخصي بين المستخدمين عبر موقع مؤسسته أجاب: إن أول ما تعتمد عليه الصحيفة في ذلك هو شبكات التواصل الاجتماعي بأرصدة المؤسسة فيها، وهي شبكتا الفايسبوك والتويتر. موضحا أنه وبدرجة ثانية يهتم المستخدمون بالتفاعل عبر المدونات الشخصية المتاحة لصحفيي الوطن (ElWatan). فيما يتعلق بشبكات التواصل الاجتماعي ذكر السيد حشيد أنه يهتم بها شخصيا، ويقوم بالتحديثات الضرورية والرد على المستخدمين خاصة عبر رصيد المؤسسة في الفايسبوك. ويسعى لنشر مواضيع جدلية تثير القراء وتستفز تفاعلهم، كما ينوع في المضامين بين نصوص وصور وفيديوهات.

وقد حققت الصفحة الرسمية للوطن (ElWatan) عبر الفايسبوك ما يفوق 94 699 معجبا منذ إنشائها في 2010، يتفاعل عبرها 2983 مستخدما، كما انضم أكثر من 70.504 مشتركا لصفحتها عبر التويتر (ElWatan) منذ إنشائها في أوت 2010 (أي قبل ثلاث سنوات من إنشاء الشروق أون لاين لصفحتها، وسنة من إنشاء الخبر لها)، بأزيد من 8 377 تغريدة، كما فتحننا صفحة ثانية (El Watan Week-end) عبر التويتر في ماي 2012، اشترك فيها أزيد من 3555 مشتركا بمعدل 1897 تغريدة منذ نشأتها.

وقد استخدمت صفحة الفايسبوك في عديد المرات للإعلان عن خدمات يوفرها موقع الوطن (ElWatan)، مثل الإعلان عن توفر نسخة لموقع الوطن على الهواتف المحمولة في فيفري 2012، ثم توفرها

على السمات فون (Smartphones) والقارئات الإلكترونية (Tablette) في سبتمبر 2012، والإعلان عن توظيف صحفيين في إدارة تحرير الموقع في أوت 2011. وتتعدد إدارة الموقع تقديم ذلك عبر شبكات التواصل الاجتماعي بالذات نظرا لشعبيتها واتساع رقعة استخدامها عند كل الفئات خاصة الشباب.

أما المدونات فهي تتبع مبدأ التفاعلية منذ تأسيسها، إذ تحاول خلق تفاعل بين المستخدمين من جهة، وبينهم وبين الصحفيين المدونين من جهة ثانية، كما تفتح المجال أمامهم للتفاعل مع كافة الأحداث والقضايا المطروحة عبرها. ويمتلك موقع الوطن ثلاث مدونات أساسية: مدونة خاصة بالصحفي والمراسل من مونتريال بكندا: سمير بن جعفر (Samir Ben)، وهي تحمل اسم "لو مونتريال دي زاد" (Le Montréal DZ)، موجهة للجالية الجزائرية الموجودة في كندا بالنظر إلى وجود 6% من زوار ومستخدمي الموقع من القاطنين فيها. تم تأسيسها في مارس 2012. والثانية مدونة الصحفي ورئيس القسم الثقافي بالوطن (EIWatan) ك. إسماعيل، المسماة (Bandes Originales)، والمتخصصة في الفن والموسيقى والسينما. فضلا عن مدونة متخصصة في أخلاقيات الإعلام الجزائري، أسست بعد 24 جانفي 2013 تاريخ تنظيم المنتدى الأول لأخلاقيات الإعلام المغربي في تونس تحت رعاية الاتحاد الأوروبي. وتحتوي موثيق شرف المهنة المصاغة على المستوى المغربي، كما تقدم توجيهات عامة للصحفيين الجزائريين خاصة منهم المبتدئين.

3-5-4- كيفية توفير الآنية والتحديث المستمرين والرد الفوري على مستخدمي موقع الوطن (EIWatan)

نظرا لكثرة أقسام الموقع، وزواره فإن الإدارة بصحفيها الأربعة والسيد حشيد تسعى لمتابعة تسجيلات الأعضاء والرد عليهم وخصوصا الأعضاء الجدد بشكل فوري.

3-5-5- كيفية ضبط تجاوزات مستخدمي موقع الوطن (EIWatan)

وضع الموقع منذ تطويره من قبل السيد حشيد، وتوسع قاعدته الجماهيرية قانونا ينظم كل التفاعلات والخدمات المتاحة عبره، حيث يجد كل من يلج خدمات الموقع آلية للتسجيل المسبق مع الموافقة على هذا القانون، وفي حالة عدم احترام تعليمات الموقع يتعرض البريد الإلكتروني للمستخدم للحذف، والمنع من متابعة الاستفادة من خدمات الموقع.

3-5-6- التعامل مع اقتراحات وانتقادات مستخدمي موقع الوطن (EIWatan) وأرصدة التواصل الاجتماعي

والمدونات

يقوم مدير الموقع شخصيا حسبما صرح بالاهتمام والرد على انتقادات ومقترحات زوار موقعه وأرصدة مؤسسته عبر شبكات التواصل الاجتماعي.

3-5-7- تقديم آخر الإحصائيات عن عدد زواركم والصفحات المتصفح في موقع الوطن (EIWatan)

قدم مدير الموقع آخر الإحصائيات بين 18 أبريل 2015 و 18 ماي 2015 كالآتي:

- بلغ عدد زيارات الموقع 2.244.365 زيارة خلال شهر.

- قدر العدد الكلي لزوار الموقع في ذات الفترة 842.191 زائرا أي حوالي المليون.

- أغلب زوار موقعنا هم من الجزائريين بنسبة 51 %، من فرنسا بنسبة 30 %، ومن كندا 6 %، و 13 % من بقية أنحاء العالمية العربي والغربي.
- تجاوز عدد الصفحات المتصفح في الموقع 5.488.846 صفحة.
- حوالي 28 % من زيارات الموقع تتم مباشرة من الهواتف المحمولة والقارئات الإلكترونية (Tablette).
- تتراوح أعمار 65 % من المستخدمين للموقع بين 25 و 54 سنة.
- 80 % من الزوار هم من الذكور.

4- مقابلة مع مدير موقع المجاهد (ElMoudjahid)

4-1- البيانات العامة المتعلقة بالموقع والقائمين عليه

بتاريخ 17 ماي 2015 م توجهت الباحثة من قسنطينة إلى الجزائر العاصمة ساعية لإتمام مقابلات مع ثمانية مدراء لمواقع صحفية جزائرية، هذه المواقع في الحقيقة هي عينة الدراسة التحليلية لأطروحتها من أجل نيل شهادة الدكتوراه في إطار موضوع معنون بـ "التفاعلية في الصحافة الإلكترونية الجزائرية". بعد وصولها وحجزها في فندق بوسط العاصمة، توجهت في حدود الساعة الثانية والنصف مباشرة لمقابلة مدير موقع المجاهد (ElMoudjahid) المتواجد في حي الحرية بوسط الجزائر العاصمة، على مقربة من مكان إقامة الباحثة.

تجدر الإشارة إلى أن خدمة تحديد موقع المؤسسة عبر غوغل ماب المتاحة على موقع المجاهد (ElMoudjahid) قد ساعدت الباحثة في الوصول بسهولة وسرعة فائقة إلى المقر من خلال تحديدها عبر GPS في هاتفها المحمول وتتبعها عبر الاتصال بالإنترنت إلى غاية الالتحاق بالموقع المحدد في حوالي 15 دقيقة سيرا على الأقدام. وكانت الساعة تشير إلى الثالثة بعد الزوال عندما صعدت الباحثة برفقة عون الاستقبال إلى مكاتب المجاهد بعد موافقة مدير التحرير بمعية مدير الموقع على إجراء المقابلة معها مباشرة بعد خروجها من اجتماع سريع لتحديد أجندة الصحيفة لليوم الموالي.

استقبلنا السيد شكيب بتقة مدير موقع المجاهد (ElMoudjahid) بترحاب كبير، وبدا مهتما بموضوع التفاعلية ومثقف جدا فيه، كما أظهر اطلاعا على كل الإحصائيات الموجودة في موقع أليكسا عن مؤسسته. كما قدم الشكر للباحثة على اختيار صحيفة المجاهد (ElMoudjahid) من بين عينتها لقياس تفاعلية موقعها الإلكتروني، ورجب في الحصول على نتائج الدراسة عند إنهاؤها. وهو صحفي بلغت خبرته 18 سنة في الإعلام الجزائري العمومي، استلم الموقع وحاول تطويره بالقدر الكافي ليمثل تاريخ صحيفة ظهرت في الجزائر منذ جوان 1956 إبان ثورة التحرير الوطني، وكانت صوت الشعب الجزائري الحر المسموع لدى الفرنسيين بسبب عامل اللغة.

4-1-1- السمات العامة للعاملين بموقع المجاهد (ElMoudjahid)

صرح مدير الموقع السيد شكيب بتقة بأنه الأكبر سنا بين أعضاء الفريق المساعد له على إدارة الموقع كما أنه الأقدم خبرة بينهم بـ 18 سنة في المجال الصحفي والإعلامي العمومي. وتعتمد المؤسسة في مصلحة إدارة الموقع عليه شخصيا، إضافة إلى صحفي وتقني في الإعلام الآلي شابيين، هؤلاء الثلاثة يوفرون التحديث المستمر والآنية في الموقع إضافة إلى الانشغال بقسمي الصور والفيديو.

كما أكد تعامل الإدارة مع وكالة اتصال جزائرية متخصصة بإنشاء المواقع الصحفية والتجارية واستضافتها على النت، هي Kreo agency، قائلا أن لها العديد من المواقع الناجحة يتقدمها موقع الهدف و Le Buteur وليبرتي Liberté في المجال الإعلامي.

2-4- السهر على كفاءة الصفحة الأولى (Home page) لموقع المجاهد (EIMoudjahid)

صرح مدير موقع المجاهد (EIMoudjahid) أن سياسة مؤسسته في واجهة الموقع محددة وهي اختيار العناوين الهامة من النسخة الورقية، وهي بالدرجة الأولى عناوين تمس الحياة العامة في الجزائر، وتجذب القراء إليها. فضلا عن الأقسام الأكثر متابعة ومقروئية في العادة، كما تضع المؤسسة بعضا من خيارات أجندها التي تريد تحويل الانتباه لها. إضافة إلى أنه يسعى شخصيا لتطوير الموقع وتقديم الأخبار الآنية والتحديث المستمر على مدار 24 ساعة يوميا، والاهتمام والعناية بتعليق الزوار حيث يضع الموقع في واجهته بأقصى اليسار بمحاذاة التروسية وشريط التجوال الأساسي شعار "رأيك يهمنا".

3-4- التفاعل بين مستخدميه ومحري موقع المجاهد (EIMoudjahid)

في سؤال وجه لمدير موقع المجاهد (EIMoudjahid) كانت إجابته كالتالي:

جدول رقم (66): يوضح خدمات التفاعل بين مستخدميه ومحري موقع المجاهد (EIMoudjahid)

لا نوفر هذه الخدمة	أحيانا	دائما	العبارة
		×	إرسال آخر الأخبار فور حدوثها لمشاركي القوائم البريدية (Newsletters)
		×	إرسال آخر الأخبار فور حدوثها لمشاركي نظام RSS
		×	إرسال آخر الأخبار فور حدوثها لمشاركي خدمة الهاتف النقال
		×	التواصل عبر البريد الإلكتروني الشخصي للمحررين مع المستخدمين استجابة لانشغالاتهم
		×	التواصل هاتفيا بين المحررين ومستخدمي الموقع استجابة لانشغالاتهم
	×		التواصل عبر الفاكس بين المحررين ومستخدمي الموقع استجابة لانشغالاتهم
		×	التواصل عبر الاستقبال الشخصي في مقر المؤسسة الإعلامية بين المحررين ومستخدمي الموقع استجابة لانشغالاتهم
		×	التواصل عبر البريد التقليدي بين المحررين ومستخدمي الموقع استجابة لانشغالاتهم
		×	خدمات أخرى: التواصل عبر الفايسبوك
00	01	08	Σ
00	11.12	88.88	%

يوضح الجدول أعلاه "خدمات التفاعل بين المستخدمين والمحررين المتاحة على موقع المجاهد (ElMoudjahid)" حيث أسفرت نتائجه عن مداومة تواصل محرري الموقع بقرائهم عبر الدمج بين تكنولوجيا شبكة الإنترنت والوسائل التقليدية بحوالي 90 % (نسبة 88.88 %) حيث يقومون بالتفاعل معهم عبر الفيسبوك من خلال الصفحة الرسمية للصحيفة من جهة وعبر البريد الإلكتروني المتاح للموقع (info@elmoudjahid.com)، وبتلقي مكالماتهم الهاتفية والبريد التقليدي والاستقبال الشخصي لهم في مقر المؤسسة من جهة ثانية.

كما نلاحظ أيضا من خلال الجدول الانتظام والاهتمام بالتواصل مع المتابعين والقراء عبر الاشتراكات بنظام (RSS) والقوائم البريدية (Newsletters) كطرق حديثة يمكنها تحقيق المزيد من المتصفحين والمتابعين لموقع المجاهد (ElMoudjahid) ، وهو فعلا ما عايشته الباحثة مع هذا الموقع بالذات هو والوطن (ElWatan) بسبب تسجيلها شخصا للحصول على الخدمات، حيث لاحظت بالمشاركة وعن قرب كيف أن الرسائل الخاصة بأهم الأنباء من موقع المجاهد (ElMoudjahid)، تصل يوميا إلى بريدها الإلكتروني بمعدل من رسالة واحدة إلى ثلاث كل يوم مع كل تحديث لمستجدات الموقع. إضافة إلى إتاحتها لتطبيق الموقع في الهواتف المحمولة وإمكانية الحصول على آخر الأنباء لحظة ورودها إليه. بيد أنها تستخدم الفاكس بنسبة 11.12 % من خدمات التواصل بين محرري ومستخدمي الموقع أحيانا فقط.

4-4-4 - تفاعل مستخدمي موقع المجاهد (ElMoudjahid) مع مضمونه

4-4-4-1 - خدمات التفاعل بين مستخدمي موقع المجاهد (ElMoudjahid) ومضمونه

في سؤال حول خدمات التفاعل بين المستخدمين ومضمون الموقع أجاب المدير كالاتي:

جدول رقم (67): يوضح خدمات التفاعل بين مستخدمي موقع المجاهد (ElMoudjahid) ومضمونه

لا توفر هذه الخدمة	بعد الفرز	فورا	العبارة
	×		تتشرون تعاليق المستخدمين على محتوى الموقع
×			تتشرون نتائج استطلاعات الرأي
×			تضيفون المواضيع المرسله من طرف مستخدمي الموقع
	×		تتشرون تصويبات الأخطاء التحريرية المرتكبة في الموقع والمرسله من مستخدميه
02	02	00	∑
50	50	00	%

يقدم الجدول أعلاه "الخدمات التفاعلية المتاحة بين المستخدمين ومضمون موقع المجاهد (ElMoudjahid)"، حيث يتبين من خلاله قيام إدارة الموقع بفرز دقيق للتعاليق الواردة من المستخدمين كما التصويبات المرسله من قبلهم للأخطاء المرتكبة في الموقع بنسبة 50 %، وهو ما يعزز الرقابة المباشرة لهيئة التحرير على موقعها الإلكتروني. بالنظر لكون المؤسسة عمومية تابعة للسلطة الجزائرية ولسانا ناطقا باسمها. وأقر مدير المجاهد (ElMoudjahid) أن الموقع لا يوفر خدمة استطلاعات الرأي كما لا يتلقى مواضيع مرسله من المستخدمين للنشر بشكل قطعي بنسبة 50%. على الرغم من طغيان المضامين المنتجة من طرف المستخدمين على الشبكة العنكبوتية خاصة بعد سنة 2011 في عالمنا العربي.

4-5-5- التفاعل بين المستخدمين والقائم على موقع المجاهد (ElMoudjahid)

4-5-5-1- أهداف صحيفتكم الإلكترونية المجاهد (ElMoudjahid.com)

تهدف النسخة الإلكترونية لجريدة المجاهد (ElMoudjahid) إلى النشر الآني والفوري للأخبار عبر الموقع الإلكتروني، وشبكات التواصل الاجتماعي من خلال الفيسبوك والتويتر.

4-5-5-2- طبيعة المواضيع التي يتفاعل معها قراؤكم أكثر من غيرها في موقع المجاهد (ElMoudjahid)

حسبما صرح به مدير موقع المجاهد (ElMoudjahid) فإن طبيعة المواضيع التي تتال أكثر تفاعل من طرف زوار الموقع ومستخدميه هي: مواضيع سياسية بالدرجة الأولى، ثم مواضيع رياضية، وثقافية في مرتبة الثالثة، وأخيرا المواضيع الصحية.

4-5-5-3- الخدمات التي توفرها للربط بين مستخدمي موقع المجاهد (ElMoudjahid)

في سؤال لمدير موقع المجاهد (ElMoudjahid) عن الخدمات التي يوفرها للربط بين مستخدمي موقع مؤسسته أجاب: إن أول ما تعتمد عليه الصحيفة في ذلك هو شبكات التواصل الاجتماعي بأرصدة المؤسسة فيها، وهي شبكتا الفيسبوك والتويتر. وذكر السيد بتقة أن هناك صحفيا شابا ساعدا له يهتم بها شخصيا، ويقوم بالتحديثات الضرورية والرد على المستخدمين خاصة عبر رصيد المؤسسة في الفيسبوك. ويسعى لنشر المواضيع التي يتفق عليها معه، كما أنه ينوع منها بين أخبار مكتوبة وصور وفيديوهات.

وقد حققت الصفحة الرسمية لموقع المجاهد (ElMoudjahid) عبر الفيسبوك 2159 معجبا منذ إنشائها، بزيادة حوالي 3 % أسبوعيا، يتفاعل عبرها 82 مستخدما، كما انضم أكثر من 72 مشتركا لصفحتها عبر التويتر منذ إنشائها في ماي 2010 (أي قبل ثلاث سنوات من إنشاء الشروق أون لاين لصفحتها، وسنة من إنشاء الخبر لها، وثلاثة أشهر من إنشاء الوطن لها)، بأزيد من 1009 تغريدة.

4-5-5-4- كيفية توفير الأنية والتحديث المستمرين والرد الفوري على مستخدمي موقع المجاهد (ElMoudjahid)

نظرا لكثرة أقسام الموقع، وزواره فإن إدارة الموقع تسعى لمتابعة تسجيلات الأعضاء والرد عليهم وخصوصا الأعضاء الجدد متى ما أتيح لها بالنظر إلى قلة عدد القائمين على الموقع.

4-5-5-4- كيفية ضبط تجاوزات مستخدمي موقع المجاهد (ElMoudjahid)

يتم ضبط التجاوزات عبر آلية للتسجيل المسبق مع تقديم معلومات كافية للاتصال بالمسجل، وفي حالة عدم احترام تعليمات الموقع يتعرض البريد الإلكتروني للمستخدم للحذف، والمنع من متابعة الاستفادة من خدمات الموقع.

4-5-6- التعامل مع اقتراحات وانتقادات مستخدمي موقع المجاهد (ElMoudjahid) وأرصدة التواصل الاجتماعي

يقوم مدير الموقع شخصيا حسبما صرح بالاهتمام والرد على انتقادات ومقترحات زوار موقعه وأرصدة مؤسسته عبر شبكات التواصل الاجتماعي.

4-5-7- تقديم آخر الإحصائيات عن عدد زواركم والصفحات المتصفح في موقع المجاهد (ElMoudjahid)

قدم مدير الموقع آخر الإحصائيات للسداسي الأول لسنة 2015 كآلاتي:

- بلغ عدد زيارات الموقع 1.5 مليون زيارة خلال الشهر.
- تجاوز عدد الصفحات المتصفح في الموقع 3 ملايين صفحة.
- زيادة بحوالي 40 % في أعداد زوار الموقع شهريا.
- يتموقع موقع المجاهد (ElMoudjahid) بين المواقع الأكثر زيارة وتصفح في المواقع الصحفية الجزائرية.

5- النتائج العامة للدراسة الميدانية للقائمين على مواقع الصحف الإلكترونية الجزائرية

تهدف الدراسة الميدانية للقائمين على مواقع الصحف الجزائرية إلى جملة من الأهداف نلخصها في النقاط الآتية:

- الكشف عن مواصفات القائمين على المواقع الصحفية الإلكترونية الجزائرية.
 - التعرف على مدى فهم وإدراك القائمين على المواقع الصحفية الإلكترونية الجزائرية للتطبيقات التفاعلية المتاحة عبر مواقعهم.
 - فهم كيفية تعامل القائمين على المواقع الصحفية الإلكترونية الجزائرية مع تفاعل مستخدمي مواقعهم مع المضمون، مع المحررين ومع المستخدمين الآخرين.
 - التوصل إلى أهم معوقات ضمان التفاعلية المثالية عبر مواقع الصحف الإلكترونية الجزائرية.
- وقد أسفرت نتائج الدراسة بسلسلة المقابلات التي أجرتها الباحثة مع أربعة من القائمين على مواقع الصحف الإلكترونية الجزائرية على:

5-1- المواصفات العامة للقائمين على مواقع الصحف الإلكترونية الجزائرية

تبين من خلال مقابلات الباحثة مع أربعة من القائمين على مواقع الصحف الإلكترونية الجزائرية، أنهم من فئة الشباب في غالبيتهم، وهم من الجامعيين في معظمهم مع احتكار منصب مدير الموقع من طرف الصحفيين المحترفين القدامى، يغلب على تخصصاتهم الإعلام الآلي وليس الإعلام والاتصال. وهم ممن تلقوا على الأقل دورة تكوينية واحدة في الصحافة الإلكترونية خارج الجزائر، ويلاقون مشاكل في تكوين وتدريب صحفيين جدد يتولون الخدمات التفاعلية عبر الصحف.

وفي الدراسة الميدانية للقائمين على مواقع المؤسسات الصحفية القومية المصرية في دراسة عبد الباسط أحمد هاشم المعنونة بـ "التفاعلية في المجالات الإلكترونية على شبكة الإنترنت: دراسة تحليلية لمجلتي "آخر ساعة المصرية" و"تايم الأمريكية" مع دراسة ميدانية للقائمين بالخدمات الإلكترونية"، والمنجزة العام 2005. أظهرت النتائج ارتفاع نسبة الشباب من بين القائمين بالخدمات الإلكترونية على مواقع الصحف الإلكترونية. وكشفت الدراسة أيضا تدني نسبة القائمين بالخدمات الإلكترونية الحاصلين على مؤهلات علمية متخصصة في مجال الإعلام، وارتفاع نسبة الحاصلين على مؤهلات جامعية وفوق جامعية متخصصة في الكمبيوتر والإنترنت. وتدني اهتمام المؤسسات الصحفية المصرية بتنظيم دورات تدريبية في مجال الإعلام والاتصال بالجماهير للقائمين بالخدمات الإلكترونية، وهو ما يفقدهم الحس الإعلامي، وهذا ما يقلل من فرص تفاعلهم مع المادة الإعلامية من جهة، وجماهير القراء من جهة أخرى (عبد الباسط أحمد هاشم، مرجع سبق ذكره، 295)

5-2- مدى فهم وإدراك القائمين على المواقع الصحفية الإلكترونية الجزائرية للتطبيقات التفاعلية المتاحة عبر مواقعهم.

يتضح جليا من خلال الأربع مقابلات مع مدراء ومحررين بالمواقع الصحفية الإلكترونية الجزائرية الاختلافات في فهم التفاعلية ومستوياتها، وهناك بشكل عام ثلاث توجهات أساسية:

- هناك من يعتبر التفاعلية هي الإبهار بالصفحة الأولى للموقع من ناحية التصميم والمضمون، وذلك بانتقاء الألوان ذات الدلالة الخادمة لأهداف الموقع، تقسيم المساحات بشكل منتظم، الابتكار والتحسين المستمر للخلفيات والمكونات الداخلية للصفحات. فضلا عن خلق جميع الخدمات الممكنة لتغطية كافة مستويات التفاعل (بين المستخدم والمضمون، المستخدم والمحرر، والمستخدمين فيما بينهم). مثلما تفعل الشروق أون لاين.
- هناك من يعتبر التفاعلية هي الآنية والتحديث المستمرين، تقديم الأخبار في شكل إلكتروني لافت مختصر إرضاءً وجلبا للقراء. والتصاميم التفاعلية المبتكرة كالخرائط التفاعلية، والرسومات والصور المعبرة، مثلما يحاول السيد فاروق غدير الوصول بموقع الخبر إلى ذلك.
- بينما تشترك الوطن والمجاهد في الرؤى من خلال إدارتي موقعهما حيث يركزان على مستويين هما: تفاعل القارئ مع المحتوى وتفاعل القارئ مع المحررين مع اختلاف في ترتيب المستويين عند كل موقع، حيث يهتم المجاهد بالتفاعل مع المحتوى أولا ثم التفاعل مع المحررين، في حين يفضل الوطن عكس ذلك.

5-3- كيفية تعامل القائمين على المواقع الصحفية الإلكترونية الجزائرية مع تفاعل مستخدمي مواقعهم مع المضمون، مع المحررين ومع المستخدمين الآخرين.

- تتخذ جميع إدارات مواقع الصحف الإلكترونية الجزائرية الحذر من تطبيقات التفاعلية، وتكاد تكون كلها خاضعة للرقابة المسبقة والفرز فيما عدا استطلاعات الرأي بالنسبة للمواقع التي تتيحها حيث تنتشر نتائج التصويت فيها بشكل فوري نظرا لآلية عملها أصلا. كما أن الصحف تتماذى في رقابتها لتلزم المستخدمين بالتسجيل للحصول على بعض الخدمات (كالتعليق، والأرشفة الإلكترونية وغيرها).

- ويلاحظ تفاعل الصحفيين مع المستخدمين بالطرق التقليدية كالهاتف والبريد التقليدي والفاكس على حساب الطرق الإلكترونية الحديثة وعلى رأسها البريد الإلكتروني، وشبكات التواصل الاجتماعي والمدونات في بعض المواقع.

- تحاول الصحف تنويع المحتوى (أخبار مكتوبة، صور وفيديوهات) وتنويع الخدمات التفاعلية لتحفز المستخدمين أكثر على التفاعل مع المضمون (التعليق، استطلاعات الرأي، خدمات الخبر العاجل عبر الهواتف والقوائم البريدية، ونظام RSS...).

- فيما عدا الشروق أون لاين لا يقتنع مدراء مواقع الصحف الإلكترونية الجزائرية كثيرا بالمنديات كآلية لتفاعل المستخدمين فيما بينهم، ويتجه أغلبهم إلى تبني شبكات التواصل الاجتماعي كحل بديل يقدم مستويات التفاعل الثلاثة دفعة واحدة (بين المستخدم والمضمون، المستخدم والمحرر، والمستخدمين فيما بينهم).

4-5- أهم معوقات ضمان التفاعلية المثالية عبر مواقع الصحف الإلكترونية الجزائرية من وجهة نظر القائمين عليها

من خلال الحديث المطول الذي جمع الباحثة بمدراء أربعة مواقع صحفية جزائرية توصلت إلى معوقات كثيرة لا تسمح لهم بضمان تفاعلية مثالية للمستخدمين عبر مواقعهم كآتي:

- الذهنية السائدة لدى ملاك ومدراء تحرير الصحف الورقية الذين لا يزالون في أغلبهم غير مقتنعين بجدوى الصحف الإلكترونية لعدم كونها تجلب مداخيل كالورقية حسب فهمهم لها.

- قلة تعداد الصحفيين في مختلف إدارات مواقع الصحف الجزائرية (ما بين 3-6) ماعدا الشروق 15 شخصا لإدارة بوابة إخبارية إلكترونية تحتوي ما لا يقل عن 8 مواقع فرعية.

- نقص التكوين والتدريب لدى الصحفيين اللازمين لضمان إعلام إلكتروني سليم للقارئ الإلكتروني.

- انعدام الكفاءات الجزائرية في التصميم الإلكتروني مما يؤدي باللجوء إلى مبتكرين ومطورين أجانب مثلما فعلت الوطن وستفعل الخبر قريبا حسب تصريحات المسؤول الأول عن موقعها.

- الوعي لدى أطراف العملية الاتصالية الإلكترونية (محررين ومستخدمين) بضرورة وفائدة التفاعلية من أجل التطوير والتحسين.

وهي في الحقيقة معوقات توصل إلى أغلبها سابقا الباحث عبد الباسط أحمد هاشم في دراسته المعنونة بـ "التفاعلية في المجالات الإلكترونية على شبكة الإنترنت: دراسة تحليلية لمجلتي "آخر ساعة المصرية" و"تايم الأمريكية" مع دراسة ميدانية للقائمين بالخدمات الإلكترونية"، والمنجزة العام 2005 حيث: اقترح القائمون على مواقع الصحف الإلكترونية بعض العوامل التي تزيد من إمكانات التفاعل بينهم وبين الجمهور، وهي: توفير الإمكانيات والكوادر البشرية المدربة، العمل على تصميم مواقع متميزة تفاعلية، تنظيم دورات في مجال الإعلام الإلكتروني، توعية الجمهور بأهمية الإنترنت والصحافة الإلكترونية، الاستجابة لرسائل الجمهور والرد عليها، مراعاة الجانب الأخلاقي في عرض المواد الإعلامية، إتاحة أكبر عدد ممكن من الأدوات التفاعلية على الموقع، والعمل على تقديم مادة إعلامية ذات طابع ترفيهي وكذلك الألعاب التفاعلية (المرجع السابق، 305).

الفصل السابع: الدراسة التحليلية للتطبيقات التفاعلية المتاحة عبر مواقع الصحف الإلكترونية الجزائرية

الفصل السابع: الدراسة التحليلية للتطبيقات التفاعلية المتاحة عبر مواقع الصحف الإلكترونية الجزائرية

- 1- التطبيقات التفاعلية المتاحة عبر عينة الدراسة للفتاح من أكتوبر 2014.....
 - 1-1- كفاءة الصفحة الأولى للصحيفة الإلكترونية.....
 - 1-2- تطبيقات الوسائط المتعددة والأرشيف الإلكتروني.....
 - 1-3- تطبيقات تمكين المستخدم من التفاعل مع المحتوى.....
 - 1-4- تطبيقات تمكين المستخدم من التفاعل مع المحررين.....
 - 1-5- تطبيقات تمكين المستخدم من التفاعل مع المستخدمين.....
 - 1-6- تطبيقات الضبط والمراقبة.....
- 2- التطبيقات التفاعلية المتاحة عبر عينة الدراسة لـ 30 أبريل 2015.....
 - 2-1- كفاءة الصفحة الأولى للصحيفة الإلكترونية.....
 - 2-2- تطبيقات الوسائط المتعددة والأرشيف الإلكتروني.....
 - 2-3- تطبيقات تمكين المستخدم من التفاعل مع المحتوى.....
 - 2-4- تطبيقات تمكين المستخدم من التفاعل مع المحررين.....
 - 2-5- تطبيقات تمكين المستخدم من التفاعل مع المستخدمين.....
 - 2-6- تطبيقات الضبط والمراقبة.....
- 3- النتائج العامة للدراسة التحليلية لمواقع الصحف الإلكترونية الجزائرية.....

1- التطبيقات التفاعلية المتاحة عبر عينة الدراسة الفاتح من أكتوبر 2014

1-1- كفاءة الصفحة الأولى

جدول رقم (68): يبين الكفاءة التقنية للصفحة الأولى لعينة أكتوبر 2014

العنصر	El moudjahid	Liber té	Le soir d'algérie	El watan	الشعب	الخبر	النهار	الشروق	الصحيفة
متوسط زمن تحميل الصفحة خلال 24 ساعة	7,60 ثا	6.30 ثا	3,40 ثا	9,85 ثا	11,2 5 ثا	6,66 ثا	32,8 ثا	3,33 ثا	
حجم ملفات الصور	50-15 Ko	-50 100 Ko	أقل من 20 Ko	-80 100 Ko	-100 200K o	- 30 100K o	- 30 100 Ko	- 30 100K o	
حجم ملف الصفحة	129 Ko	126 Ko	26 Ko	136 Ko	383 Ko	77 Ko	355 Ko	237 Ko	

تحاول هذه الدراسة التعرف على مدى استثمار الصحف الإلكترونية الجزائرية للمزايا التقنية والخدمات التفاعلية التي توفرها شبكة المعلومات الدولية (الإنترنت)، ودرجة توفير مواقعها لعناصر المحتوى التي تدعم الوسيلة الإعلامية الصادرة عنها باستخدام مقياس للتفاعلية، تمت صياغته من طرف الباحثة بالمزج بين مختلف المقاييس المتطرق إليها في الإطار النظري والأخذ بعين الاعتبار لأهداف الدراسة. وكذا تبني ثلاثة مستويات أساسية للتفاعلية وهي: التفاعل مع المحتوى، التفاعل مع المحررين، والتفاعل مع المستخدمين، إضافة إلى تقييم انقراطية الصفحة الأولى عبر دراسة كفاءتها التقنية والشكلية والخدمات، واستخدامات الوسائط المتعددة وأخيرا التعرف على أساليب الضبط والمراقبة المتاحة على الموقع.

ويوضح الجدول رقم (68) الكفاءة التقنية للصفحة الأولى للصحف الإلكترونية الجزائرية عينة الفاتح من أكتوبر 2014، التي سبق وحددت الباحثة مؤشراتها في: متوسط زمن تحميل الصفحة الأولى خلال 24 ساعة حيث يقاس 3 مرات في اليوم (الواحدة صباحا - الساعة 12 ظهرا - الساعة 11 ليلا)، تجمع المدد الثلاث وتقسّم على 3 للحصول على المتوسط، علما أن العملية تمت بإشتراك للإنترنت مع متعامل نجمة أو أوريديو الجيل الثالث. وقد بلغ زمن التحميل لـ 62.5% من المواقع الإلكترونية - عينة الدراسة - ما يزيد عن (5 ثوان) وما يقل عن (10 ثوان)، وهو دليل على ضعف تقني في مواقع كل من النهار أون لاين، الخبر، الوطن (Elwatan)، ليبرتي (Liberté) والمجاهد (Elmoudjahid)، في حين سجلت الشعب أدنى متوسط زمني للتحميل بـ 2.11 ثانية، أما

الشروق أون لاين ولوسوار دالجيري (Le soir d'Algérie) فسجلتا 3.33 و 3.40 ثا على التوالي. وهي نتيجة عكسية تماما لما سجله الباحث حسن محمد حسن منصور في دراسته الخاصة بـ "الإعلام العربي في شبكة الإنترنت دراسة تحليلية تقويمية لعينة من مواقع وسائل الإعلام العربية على شبكة الإنترنت"، إذ قدر متوسط زمن التحميل لـ 52% من المواقع الإلكترونية عينة دراسته بأقل من (5 ثوان) (حسن محمد حسن منصور، مرجع سبق ذكره).

إن الحديث عن أهمية الصور من الناحية الإخراجية تناولته أبحاث كثيرة لأن الصور تكتسب أهميتها من الوظائف التي تؤديها داخل البناء الشبكي للصحيفة بشكل عام. أما الصحف الإلكترونية فتقدم الصور فيها ثلاث وظائف أساسية هي: الصور المعلوماتية والإخبارية منها صور الأحداث... الخ، فضلا عن الصور الشخصية والصور الإبهامية الصغيرة جدا التي يصل حجمها إلى إبهام اليد. وقد جاءت مختلف أحجام الصور بنسبة 100% في الصفحات الأولى لمواقع الدراسة متفقة إذ أنها لا تتجاوز (200 كيلو بايت) للصورة الواحدة. مما يعني أنها متوسطة الحجم وقابلة للتحميل بزمن معقول. والملاحظ أن أقل حجم سجل كان لدى موقع لوسوار دالجيري (Le soir d'Algérie) بأقل من (20 كيلو بايت) نظرا لطبيعة موقعها الذي لازال يمثل نسخة إلكترونية للنسخة الورقية مع إضافة خدمة أو خدمتين تفاعليتين فقط.

فيما كانت أحجام الصفحات الأولى كلها لمواقع الدراسة تتراوح ما بين (26 إلى 383 كيلو بايت). حيث احتلت كل من الشعب والنهار أون لاين والشروق أون لاين المراتب الأولى من حيث كبر حجم ملف صفحاتها الأولى بـ 383، و 355 و 237 كيلو بايت على التوالي، في حين تأخرت لوسوار دالجيري (Le soir d'Algérie) عن كل صحف العينة وسجلت أقل حجم بالنظر إلى طبيعة موقعها الاستاتيكي بـ 26 كيلو بايت. أما الوطن (Elwatan) والمجاهد (Elmoudjahid) وليبرتي (Liberté) فقد سجلت أحجاما متقاربة جدا بـ 136، 129 و 126 كيلو بايت على التوالي. والملاحظ أن بساطة تصميم موقع الخبر الذي يعتمد على أحجام صور صغيرة من الناحية التقنية، قلل من حجمه وبالتالي سيقبل أكيد من زمن تحميله، لأن استخدام الصور يعطل سرعة تحميل الصفحة الأولى للمواقع، لذلك نلاحظ صعوبة تحميل بعض المواقع التي تحوي صوراً كثيرة، على الرغم من ذلك نلاحظ أن أكثر موقعين مستخدمين للعناصر الجرافيكية والصور على التوالي (الشروق أون لاين والشعب) هما الأقل زمنا للتحميل مما يعني أن مصممي الموقعين استطاعوا ضغط هذه الصور وجعلها مناسبة لصفحة الويب ومساحتها عكس المواقع الأخرى.

وعموما فإن الصحف الإلكترونية الجزائرية لازالت تمارس التحرير الإلكتروني بذهنية الصحف الورقية المكتوبة، إذ أن الباحثة منذ انشغالها بموضوع التفاعلية في الصحف الإلكترونية الجزائرية وهي تراقب المواقع والصحف الورقية وتطبق الملاحظة والملاحظة بالتصفح لهما من أجل إجراء المقارنات فيما يخص وظائف واستخدامات الصور في كلا النسختين، وفي نهاية أبريل 2015 مع انتهائها من تحليل آخر عينة لها خرجت بعدة استنتاجات حول الصور في الصحف الجزائرية هي:

- اتجاه الصحف الإلكترونية إلى استخدام الصور الصغيرة الحجم بشكل كبير وعلى الصفحات جميعها، وتعد هذه الطريقة من الأساليب القديمة في عملية إخراج الصفحات الورقية، إذ اتجهت الصحف الإلكترونية حالياً إلى استخدام الصور الكبيرة الحجم لقدرتها على إحداث التأثير الكبير في القارئ ولأن كثرة استعمال الصور الصغيرة يؤدي إلى ازدحام الصفحة.
- كثرة اعتماد الصور من الأرشيف، ويظهر ذلك جلياً في النسخة الورقية مع غياب التنويه إلى ذلك في النسخة الإلكترونية.
- كثرة استخدام صور الشخصيات مع الموضوعات، وهي في العادة صور مأخوذة من الشبكة العنكبوتية غير ملتقطة من طرف مصوري المؤسسة الإعلامية، إن الالتزام بأنواع محددة من الصور يؤدي إلى إضعاف شخصية الصحيفة، لا سيما وأن الاتجاهات الحديثة قلصت من حجم استخدامها واتجهت نحو الاستفادة من الأنواع الأخرى للصور.
- قلة استخدام صور الأحداث والوقائع التي إن وجدت فهي صور لوكالات الأنباء في معظمها تتكرر مع الموضوع ذاته في غالبية طبعات ذلك اليوم سواء الإلكترونية أو الورقية.

جدول رقم (69): يبين الكفاءة الشكلية للصفحة الأولى لعينة أكتوبر 2014

%	Σ	El mou dja hid	Lib e rté	Le Soir D'Al gérie	El Wa t an	الشعب	الخبر	النهار	الشروق	/	الصحيفة
											العنصر
100	08	1	1	1	1	1	1	1	1	عادية	نوع الخطوط المستخدمة
37.5	03	0	0	1	1	0	0	0	1	عادية مسطرة	
100	08	1	1	1	1	1	1	1	1	عريضة	
37.5	03	0	0	1	1	0	1	0	0	عريضة مسطرة	
50	04	0	0	0	0	1	1	1	1	اليمين	المحاذاة
50	04	1	1	1	1	0	0	0	0	اليسار	
00	00	0	0	0	0	0	0	0	0	ثلاثة ألوان	الألوان المستخدمة في النصوص
25	02	0	0	1	0	0	0	1	0	أربعة ألوان	
75	06	1	1	0	1	1	1	0	1	ألوان مختلفة	
50	04	0	0	1	1	0	1	1	0	تقسيم رأسي	أسلوب عرض الموضوعات
00	00	0	0	0	0	0	0	0	0	تقسيم أفقي	
50	04	1	1	0	0	1	0	0	1	تقسيم مزدوج	

لقد اتفق علماء التيبوغرافيا حول معنى الانقرائية، فهم يرون أنها تعني "سهولة قراءة العين للنص"، بيد أنهم اختلفوا في تحديد أبعادها، إذ يرى غوتزي (Goetze 1998) أن هناك ستة عوامل تؤثر على الانقرائية هي: وضع النص في الجهة الافتراضية للغة (اليمين واليسار)، ونوع الخط، وطول السطر، والمسافات بين النصوص والهوامش، والتباين، واستخدام النص القيادي مثل العناوين والمقدمات... في حين رأت دراسة لانث وهورتون (Lynch & Horton 2002) أن أبعاد الانقرائية هي: المحاذاة (يمين أو يسار)، ونوع الخط، وطول

السطر، وحجم الحرف، وتقسيم المساحات، والتأكدات (الخط المائل، والعريض، ووضع الخط تحت الكلمة، ولون النص) (حلمي محمود محمد أحمد محاسب 2، مرجع سبق ذكره، 62). وقد تبنت الباحثة بعضا من أبعاد لانث وهورتن (Lynch & Horton 2002) الأساسية في قياسها للكفاءة الشكلية للصفحة الأولى (أو ما عبر به كما سبق وأسلمنا الذكر الانقرائية)، وهي: نوع الخط المستخدم، ألوان النصوص، المحاذاة، أسلوب عرض الموضوعات أو تقسيم المساحات، ومبررها في ذلك أن الانقرائية ترتبط أساسا بالنص أي الحروف وما يرتبط بها بشكل مباشر كالنوع أو الطبيعة (عريض عادي)، التسطير (مسطر، وغير مسطر)، لون النص، محاذاته، نمط تقسيمه في مساحات الصفحة المختلفة.

وكشفت نتائج الجدول رقم (69) أن الصحف الإلكترونية الجزائرية عينة الدراسة التحليلية تدمج بين نوعي الخط العادي والعريض بنسبة 100 % كما تتفق في نسبة استعمال التسطير للخطين بنسبة 37.5 % إذ تستخدم الشروق أون لاين الخطوط العادية المسطرة، والخبر الخطوط العريضة المسطرة، وتتفق كل من الوطن (Elwatan) ولوسوار دالجيري (Le soir d'Algérie) في استعمال النوعين معا (العادية المسطرة والعريضة المسطرة). ويحتوي النص في الفنون الصحفية عادة على عناوين ومقدمات وجسم، لذلك نجد هذا التنوع في أنواع الخطوط بين مختلف الصحف عينة الدراسة خاصة إذا ما علمنا أن القارئ الإلكتروني يكتفي بتصفح العناوين والمقدمات بداية، ثم الإبحار في الصفحات الداخلية للمواضيع المثيرة للاهتمام شكلا ومضمونا. والملاحظ عموما أن العديد من الصحف الإلكترونية تغفل التقديم الجمالي والشكلي لمقدماتها وعناوينها الأساسية.

أما عن المحاذاة أو الجهة الافتراضية للغة المستخدمة فقد انقسمت عينة دراستنا مناصفة بين الجهة اليمنى والجهة اليسرى بـ 50 % لكل واحدة، وهو ما تفسره اللغة الأساسية المستخدمة في مواقع العينة، فكل من الشروق أون لاين والنهار أون لاين والخبر والشعب جرائد ناطقة باللغة العربية في الأساس مع عدم انتقاء استخدام بعضها للتطبيق التفاعلي "تعدد لغات الموقع"، بينما تحرر باللغة الفرنسية أساسا كل من الوطن (Elwatan)، وليبرتي (Liberté)، والمجاهد (Elmoudjahid)، ولوسوار دالجيري (Le soir d'Algérie).

وبخصوص الألوان المستخدمة في النصوص فقد أحدث الكمبيوتر ثورة في تكنولوجيا الألوان فعلت من دور النظريات السيكلوجية المرتبطة بالتأثيرات النفسية لإدراك الألوان، كما شددت على دور علم البصريات بوصفه العلم الذي يبحث عن راحة العين ويهدف من خلاله المصمم أو مخرج الصحيفة إلى إطالة عمر بقاء القارئ مطالعا للصحيفة... من أجل ذلك يعرف اللون على أنه الاستجابة السيكلوجية للمدركات؛ فهو إحساس وليس مادة، يتكون من الفعل الفيزيائي للعين والتفسير الأوتوماتيكي لاستجابة العقل لخصائص طول موجات الضوء عند مستوى وضوح معين (المرجع السابق، 139). والألوان من أهم العناصر الأساسية التي تصنع صفحة الويب، بل من أهم المعايير لتقييم هذه الصفحة. فهي مرتبطة بالمحتوى وبشخصية المصمم. وتعكس أيضا هوية الموقع واتجاهه في مرات كثيرة. إن الاكتفاء بلون واحد قد يكون سلبيا في الموقع على الأغلب بل يجب تعدد الألوان وتنوعها بحسب المحتوى ومكانه ووظيفته. توليفات الألوان قد تصنع تحفة تصميمية تبهر القارئ الإلكتروني وتعلقه بمضامين الموقع، لأجل

ذلك برز الاهتمام لدى عينة الدراسة بألوان النصوص، فاستغلت 25 % منها أربعة ألوان فقط، بينما استدعت الضرورة إضافة ألوان أخرى عند 75 % من عينة الدراسة. وفي كلتا الحالتين تم التركيز على استخدام خمس ألوان أساسية هي: الأسود، الأبيض، الأزرق والرمادي دون أن ننسى تواجد اللون الأحمر من حين لآخر عند الضرورة القصوى أي عند الأخبار العاجلة أو ذات الأهمية المراد إبرازها بشكل قوي.

أما الأسود فهو اللون التلقائي الذي يوظفه القائمون على الصحف الإلكترونية ككملي لباقي الألوان من خلال استخدامه في الجمل والمقدمات المكتوبة حول أخبار بعينها غالبا ما يستخدم بخلفية بيضاء أو رمادية فاتحة. ويساعد في القراءة والمتابعة بشكل جيد لأنه اللون التلقائي في الكتابة أصلا على الكمبيوتر. كما يعتمد عليه في درجة إظلام أو إضاءة الألوان الأخرى، حيث يكون اللون مظلمًا إذا زادت إضافة اللون الأسود، ويكون مضيئًا إذا زادت إضافة اللون الأبيض، ويقاس وضوح اللون من صفر ويعني اللون الأبيض إلى 100 وتعني اللون الأسود.

بينما يعطي اللون الأبيض الراحة للعين، وكثيرا ما يستغل على خلفيات داكنة اللون قليلا كالرمادي الداكن أو الأخضر أو الأحمر (لدى صحيفة الشعب مثلا التي هدمت التقليد المتعارف عليه في استخدام اللون الأزرق في تقديم الروابط النشطة، واعتمدت على رصيدها التاريخي في الألوان عبر التزام ألوان العلم الوطني الجزائري)، إضافة إلى إضاءته للألوان المختلفة كما سبق وشرحنا. وكثيرا ما استغل أيضا كفراغات توازن أحجام النصوص، وتفصل بينها، فهو في التصميم يقدم بشكل عام كخلفية محايدة تسمح للألوان الأخرى أن يكون لها صوت أكبر.

في حين يعطي اللون الأزرق دلالات نفسية كثيرة منها أنه من الألوان الباردة التي تقع في نصف العجلة اللونية السفلي، والتي تريح بصر الناظر إليها كما أنها تعبر عن القوة والثقة، وقد تؤدي للإحساس بالهدوء والسكينة. أما استخدامها في تصميمات المواقع الإلكترونية فهو شيء واقع على الساحة الإلكترونية وموقع الفيسبوك خير دليل على ذلك و Skype، وتويتر والعديد من العلامات التجارية العالمية مثل Intel و Samsung وفورد، وفولزفاغن وبيجو الفرنسية، وإي بي أم للسيارات وبيبسي للمشروبات الغازية وغيرها الكثير من الماركات العالمية في جميع المجالات، لما يقدمه هذا اللون من انطباع إيجابي للفرد، حتى أن الساسة قادوا حملات انتخابية بهذا اللون، وكان أبرزهم على الإطلاق باراك أوباما في رئاسيات الولايات المتحدة الأمريكية. إلا أنه يجب أن نحذر من الاستخدام المفرط للأزرق لأنه قد يؤدي إلى إجهاد العين.

بيد أن الرمادي حسب مختصي التصميم هو لون يجلب الثقة لصاحب الموقع، فيجد القراء راحة أكثر وثقة وهم يتصفحونه، ولاحظنا من خلال الدراسة الوصفية التحليلية لعينة الدراسة التركيز على استخدامه في أغلب مواقعها كثاني لون بعد الأزرق مباشرة دون احتساب اللونين التلقائيين في جميع مواقع شبكة الإنترنت؛ الأبيض والأسود. أما اللون الأحمر فقلما وجدناه في الصحف الإلكترونية الجزائرية، لأنه يقدم في التصميم لهجة قوية وتأثيرا قويا يساعد على جذب الانتباه وغالبا ما يتم استخدامه أو أحد درجاته في تقديم العاجل أو الملح الواجب الاطلاع عليه. وهو أيضا من الألوان الأنيقة المشرقة، مما جعل موقع صحيفة المجاهد (Elmoudjahid) يختاره لونا لخلفيته.

وبناء على ما سبق فإنه ليس هناك أسلوب موحد أو طريقة تميز الصحف الإلكترونية الجزائرية في استخدام الألوان، بل إن السمة العامة لديها هي الاستقادة من عدة ألوان بغض النظر عن درجتها حيث استخدمت عموماً: الأبيض، الأسود، الأزرق، الرمادي، البرتقالي، الأخضر، الأحمر، والأصفر، إضافة إلى درجات لونية مختلفة من هذه الألوان.

فيما يخص أسلوب عرض الموضوعات فقد انقسمت عينة الدراسة بين أسلوبين رئيسيين هما التقسيم أو الأسلوب الرأسي لكل من النهار أون لاين، الخبر والوطن (Elwatan) ولوسوار دالجيري (Le soir d'Algérie)، بنسبة 50%. ويتميز هذا النوع من التقسيمات للصفحة الأولى بإمكانية عرض أكبر عدد من الموضوعات في شاشة واحدة متغلباً على ضيق المساحة المعروضة أمام القارئ. بيد أنه يعاب بتنافس العناوين وازدحام المساحة بها مما يربك القارئ في تحديد الموضوع الذي يبحث عنه بالضبط في واجهة الصحيفة. والأسلوب المزدوج أو المختلط رأسي أفقي في مواقع الشروق أون لاين والشعب ولبيرتي (Liberté) والمجاهد (Elmoudjahid) بنسبة 50%، استغلته هذه الصحف لسماحه بتقديم موضوعات متعددة مع الاحتفاظ بجزء لعرض موضوع متكامل. يعاب عليه فقط الإرباك الذي قد يصيب القارئ بالنظر إلى الكثافة المعلوماتية العالية بالواجهة. فيما فضلت الصحف الإلكترونية الجزائرية عينة الدراسة الاستغناء نهائياً عن الأسلوب الأفقي في عرض موضوعاتها بالنظر إلى قلة الموضوعات التي يراها القارئ عبره في واجهة الصحيفة، مما قد يخلق اهتماماً بالموضوعات الظاهرة أمامه فقط دون أخرى أهم منها تأتي في ذيل الترتيب، وقد يجعله الأمر يسارع في التحول إلى موقع إخباري آخر إن لم يجد أولويته ظاهرة بين أولويات الصحيفة. وبناء على ما تقدم فإنه أسلوب يصلح فقط للصفحات الداخلية من وجهة نظر الباحثة، فهي التي يدخلها القارئ بمحض إرادته ليتحمل ما فيها مهما كان غير مرغوب فيه.

جدول رقم (70): يبين الكفاءة الخدمائية للصفحة الأولى لعينة أكتوبر 2014

%	Σ	El Mo udj ahid	Libe rté	Le soir d'Al gérie	El wat an	الش عب	الخبر	نها ر	الشر وق	الصحيفة	
										العنصر	
12.5	01	0	0	0	0	0	0	0	1	استخدام نظام البوابة	1
50	04	0	1	0	0	1	1	0	1	استخدام نظام الشاشة	2
75	06	1	1	0	0	1	1	1	1	الوصلات السريعة (الأكثر قراءة، الأكثر تعليقا، الأكثر تقييما...)	3
75	06	1	1	0	1	0	1	1	1	خدمة الربط بمواقع أخرى	4
75	06	0	1	1	0	1	1	1	1	خدمة عدد القراءات	5
62.5	05	1	1	0	1	0	0	1	1	خدمة عدد التعليقات	6
100	08	1	1	1	1	1	1	1	1	تنوع خيارات المواضيع والصفحات أمام المستخدم	7
75	06	1	1	0	1	0	1	1	1	خدمة الأخبار العاجلة بتوقيت وصولها (التحديث المستمر)	8
37.5	03	1	1	0	1	0	0	0	0	محركات البحث داخل الموقع	9
37.5	03	1	0	0	0	0	0	1	1	تعدد اللغات	10
87.5	07	1	1	0	1	1	1	1	1	الربط بشبكات التواصل الاجتماعي	11
50	04	0	0	0	1	0	1	1	1	روابط ضمن الخبر	12
62.5	05	0	1	0	1	0	1	1	1	الإعلانات	13
37.5	03	0	1	0	0	0	1	0	1	أخبار الطقس	14
00	00	0	0	0	0	0	0	0	0	أخبار العملات	15
25	02	0	0	0	0	0	0	1	1	البث المباشر	16
37.5	03	0	0	1	0	0	0	1	1	خدمة النص العادي	17
12.5	01	0	0	0	0	0	0	0	1	خدمات أخرى - خدمة البحث عبر محرك غوغل للبحث	18

25	02	0	0	0	0	0	1	0	1	19	- استحداث روابط خاصة بأحداث كبرى
25	02	1	0	0	0	1	0	0	0	20	- خدمة تحديد موقع المؤسسة على غوغل ماب
12.5	01	0	0	0	0	0	1	0	0	21	- مواقيت الصلاة
46.4	78	09	11	03	08	06	12	12	17	Σ	/
2											
46.4	371	42.	52.3	14.	38.0	28.	57.1	57.	80.	%	/
2	.4	85	8	28	9	57	4	14	95		

يقيس الجدول رقم (70) الكفاءة الخدماتية للصفحة الأولى لثماني صحف إلكترونية جزائرية متنوعة من حيث الملكية، ولغة الصدور، وقدم وجدة إنشاء مواقعها، وكذا ترتيبها العالمي لنسب التصفح عبر إحصائيات موقع أليكسا. وفيما يأتي نقدم الخدمات المتوفرة بنسبها مرتبة ترتيبيا تنازليا:

- وفرت 100 % من الصحف عينة الدراسة خدمة تنوع خيارات المواضيع وروابط الصفحات أمام المستخدمين بين مواضيع سياسة، أخبار محلية، وأخبار دولية، الرياضة، الاقتصاد، الدين، الثقافة والفن، المرأة والمجتمع... وغيرها الكثير من الخيارات المعلوماتية والتفاعلية كالاستفتاءات، التعاليق، الوصلات السريعة، والمننديات.

- قدمت 87.5 % من المواقع الجزائرية خدمة الربط بشبكات التواصل الاجتماعي، وكان على رأسها الفيسبوك واليوتيوب، بدرجة ثانية التويتر وغوغل بلوس. ووفر ظهور شبكات التواصل الاجتماعي فتحا ثوريا، نقل الإعلام إلى آفاق غير مسبوق، وأعطى مستخدميه فرصا كبرى للتأثير والانتقال عبر الحدود بلا قيود ولا رقابة إلا بشكل نسبي محدود. إذ أوجد ظهور وسائل التواصل الاجتماعي قنوات للبت المباشر من جمهورها في تطور يغير من جوهر النظريات الاتصالية المعروفة، ويوقف احتكار صناعة الرسالة الإعلامية لينقلها إلى مدى أوسع وأكثر شمولية، وبقدرة تأثيرية وتفاعلية لم يتصورها خبراء الاتصال. كل هذه الأسباب عززت من تبني المواقع الجزائرية لهذه الشبكات والاستعانة بها للتواصل مع قرائها. وقد أثبتت دراسة سابقة لثائر محمد تلاحمة أن 71 بالمائة من المواقع تخصص مشاركة لموادها عبر أكثر من شبكة للتواصل الاجتماعي (ثائر محمد تلاحمة، مرجع سبق ذكره، 88).

- تساوت نسب أربع خدمات في مواقع الصحف الإلكترونية الجزائرية هي: خدمة الأخبار العاجلة بتوقيت وصولها (التحديث المستمر)، الوصلات السريعة (الأكثر قراءة، الأكثر تعليقا، الأكثر تقييما...)، خدمة الربط بمواقع أخرى، وخدمة عدد القراءات، حيث حققت جميعها تواجدا في 75 % من العينة. وقد أشارت نتائج دراسة حسن محمد حسن منصور إلى أن 83 % تقريبا من مواقع دراسته تقوم بتحديث مضمونها يوميا، وأن 40% تقريبا منها تقوم بالتحديث

أكثر من مرة في اليوم الواحد، وتؤكد ذلك من خلال التأريخ بالساعة والدقيقة للتحديث وإضافة الأخبار (حسن محمد حسن منصور، مرجع سبق ذكره).

- حققت خدمات عدد التعليقات والإعلانات الإلكترونية ذات النسبة بـ 62.5 % من مواقع الصحف الجزائرية عينة الدراسة الموفرة لهما. وفي دراسة سابقة للدكتورة سميرة بورقعة استطلعت الصحف الثلاث عينة دراستها الإعلان الإلكتروني كواجهة ترويجية للمؤسسات المعلنة والصحيفة ذاتها من خلال تطبيق أضف إعلانك (سميرة بورقعة، 1، مرجع سبق ذكره، 5).

- قدمت 50 % من الصحف الجزائرية محل الدراسة خدمات استخدام نظام الشاشة ووجود روابط ضمن الخبر، وفي وقت سابق أظهرت الدراسة التحليلية للباحثة سميرة بورقعة لستة مواقع جزائرية غيابا كليا لأي وجود للروابط الفائقة ضمن الأخبار (Hyperlinks) التي تحيل المستخدم لموضوعات أخرى ذات صلة بالمادة المنشورة، في حين أن غياب هذا النوع من التفاعلية الإبحارية يعد انخفاضا في مستوى التفاعلية وعدم تمكين المستخدم من الإحاطة بالموضوع المنشور (سميرة بورقعة 2، مرجع سبق ذكره، 280). بيد أن نتائج دراسة ثائر محمد تلاحمة بينت أن 29 بالمائة من المواقع المستخدم فقط تحيل من نص لآخر برابط داخله (ثائر محمد تلاحمة، مرجع سبق ذكره، 85). كما أثبتت دراسة سابقة لسعيد النجار وجود 36.6 بالمائة من المواقع في عينة دراسته تستخدم في بعض الموضوعات وصلات النص الفائقة Hypertext (سعيد محمد الغريب النجار، مرجع سبق ذكره، 575).

- اشتركت أربع خدمات في نسبة واحدة هي 37.5 % من المواقع الموفرة لها، وهذه الخدمات هي: توفر محركات للبحث داخل الموقع، تعدد لغات الموقع، أخبار الطقس، وخدمة النص العادي. سبق وأن حققت دراسة الدكتورة سميرة بورقعة نسبة مقارنة لإتاحة لغات عدة في المواقع حيث استخدمت 33.3 % من المواقع عينة دراستها أكثر من لغة على واجهتها (سميرة بورقعة 2، مرجع سبق ذكره، 280).

- بينما تقاسمت نسبة 25 % من المواقع الإلكترونية عينة الدراسة التحليلية ثلاث خدمات هي: البث المباشر للقناة التابعة للموقع، استحداث روابط خاصة بأحداث كبرى، وتحديد موقع المؤسسة على غوغل ماب.

- في مرتبة ما قبل الأخيرة قدمت مؤسسة واحدة على الأكثر بنسبة 12.5 % من عينة مواقع الدراسة خدمات نظام البوابة والبحث عبر محرك غوغل (قدمهما موقع الشروق أون لاين). وخدمة مواقيت الصلاة الموفرة من طرف مؤسسة الخبر.

- أغفلت كل المواقع عينة الدراسة خدمة أسعار العملات بشكل نهائي، في وقت أكدت فيه دراسة للأستاذ حسين إسماعيل حداد عنونها بـ "مدى توفر تطبيقات التفاعلية في مواقع وكالات الأنباء العراقية على الإنترنت" تدني توفير خدمة أسعار العملات والسوق بنسبة 16.6 % من عينة دراسته من مواقع وكالات الأنباء العراقية (حسين إسماعيل حداد، مرجع سبق ذكره، 245).

في المقياس التجميعي للدرجات نجد أن الصحف ترتبت وفق توفيرها للخدمات كما يلي:

- تقدمت الشروق أون لاين على مواقع الصحف الإلكترونية الجزائرية بتحصيلها لـ 17 من أصل 21 درجة، وبذلك حققت نسبة مرتفعة نوعا ما بـ 80.95 % في بعد الكفاءة الخدماتية للصفحة الأولى. وقد أغفلت فقط 4 خدمات

تعد بالمقارنة بخدمات أخرى ثانوية، يمكن في أي وقت استحداثها وإضافتها إلى النسخة الحالية للموقع هي: توفير محرك بحث داخل الموقع، أسعار العملات، تحديد الموقع عبر غوغل ماب ومواقيت الصلاة. وهو ما يفسر احتلالها المرتبة الأولى جزائريا كوسيلة إعلامية ذات نسب تصفح عالية في المرتبة 12 بين كبريات المواقع العالمية التي يزورها الجزائريون حسب أليكسا (منتصف 2015).

- يليها مباشرة كل من موقع النهار أون لاين وموقع الخبر اللذين تقاسما المرتبة الثانية بـ 12 من أصل 21 درجة ونسبة 57.14 %، حيث يعاب عليهما بالدرجة الأولى عدم استخدام نظام البوابة وغياب محرك البحث داخل الموقع، كما أغفلت الخبر خدمتان هامتان جدا هما عدد التعليقات المرافقة لكل موضوع في واجهة الصحيفة وتعدد اللغات، أما النهار أون لاين فأهملت استخدام نظام الشاشة الذي يوفر عليها تقديم عدد أكبر من الأخبار في مساحات محدودة.

- ثم في مرتبة الثالثة تأتي صحيفة ليبرتي (Liberté) بتحصيلها لـ 11 من أصل 21 درجة بنسبة 52.38 %، وسجل موقعها نقصا في عدة خدمات أساسية أولها نظام البوابة، ووجود الروابط ضمن الخبر (غياب الاستخدام الأمثل لتقنية النص الفائق)، وتعدد لغات الموقع.

- وجاء موقع صحيفة المجاهد (Elmoudjahid) في المرتبة الرابعة بـ 9 درجات من أصل 21، بنسبة بلغت 42.85 %، حيث أهملت صحيفة المجاهد عددا من الخدمات الهامة تتقدمها خدمة نظام البوابة، واستغلال نظام الشاشة، فضلا عن عدد القراءات المرافق للموضوع والذي يحث القراء على الاطلاع على الموضوع خصوصا إذا ما حقق عددا مرتفعا من المشاهدات، زيادة على خدمة النص الفائق وربط الخبر بمواضيع مماثلة أو بسياقات مقاربة. تميز موقعها أيضا بعدم تقديمه للإعلانات بشكل قطعي ما قد يرجع إلى الملكية العمومية للمؤسسة المدعمة أصلا من الدولة، وعدم حاجتها إلى الإعلانات.

- في حين احتلت الجريدة الإلكترونية الأولى من حيث الظهور في الجزائر؛ الوطن (Elwatan) المرتبة الخامسة في تقديمها للخدمات الأساسية المفترض وجودها في واجهتها، بمعدل 8 خدمات من أصل 21 ونسبة متدنية قدرت بـ 38.09 %، إذ غابت عن صفحتها الأولى الكثير من الخدمات الضرورية جاء في مقدمتها نظام البوابة ونظام الشاشة، فالوصلات السريعة، وعدد القراءات، وتعدد اللغات. ويلاحظ كذلك إهمالها للربط بين قنواتها الخاصة الوطن TV وموقع الصحيفة فلم تقدم نهائيا رابط البث المباشر.

- يليها موقع صحيفة الشعب في مرتبة سادسة بعدد أقل بقليل من الخدمات 6 من أصل 21، وبنسبة متدنية جدا بلغت 28.57 %، حيث وفر الموقع كلا من: نظام الشاشة، الوصلات السريعة، عدد القراءات، تنوع خيارات المواضيع والصفحات أمام المستخدم، الربط بشبكات التواصل الاجتماعي من خلال الفايسبوك واليوتيوب، وأخيرا تحديد عنوان المؤسسة على غوغل ماب فقط. وغابت العديد من الخدمات التفاعلية الهامة عنه.

- في مرتبة أخيرة تميز موقع لوسوار دالجيري (Le soir d'Algérie) بضعف شديد في توفير خدمات إضافية إلى جانب المضامين الموجودة في النسخة الإلكترونية المنقولة عن نظيرتها الورقية حرفيا، إذ سجل وجود 3 خدمات

فقط بنسبة 14.28 % هي: عدد القراءات، تنوع خيارات المواضيع والصفحات أمام المستخدم من خلال تنوع مضامين النسخة الورقية بين سياسة، اقتصاد، محليات، مجتمع، أخبار دولية ... الخ، وأخيرا خدمة النص العادي من أجل النسخ فيما إذا أراد القارئ ذلك. وقد سجلت الباحثة بشكل عام ضعفا شديدا في هذا الموقع بالنظر إلى طبيعته الاستاتيكية.

على العموم يلاحظ أن مواقع الصحف الإلكترونية عينة الدراسة حازت على نسبة متوسطة فيما يخص الكفاءة الخدماتية للصفحات الأولى لها، حيث قدرت بـ 46.24 %، ويرجع ذلك إلى عدم إيلاء كثير منها لخدمات أساسية يفترض تواجدها بالصفحة الأولى لكل صحيفة إلكترونية تفاعلية، ونذكر على سبيل المثال أهمها: خدمة نظام البوابة ونظام الشاشة، خدمة النص الفائق والروابط ضمن الخبر، ووجود محرك بحث داخل الموقع، وخدمة تعدد لغات الموقع، البث المباشر، والنص العادي للنسخ. وهي خدمات تدخل حقيقة في غالبيتها ضمن بعد أساسي في تفاعلية كاري هيتير، ألا وهو بعد تعدد الخيارات أمام المستخدم والذي يقصد به تقديم أكثر من بديل أمام القارئ الإلكتروني، مما يمكنه من الحصول على أكبر قدر من المعلومات التي يرغب بها. يحدث ذلك فيما يعد النص الفائق مثلا كأحد أبرز نقائص الصحافة الإلكترونية الجزائرية أهم ميزات الإعلام الإلكتروني بشكل عام، وصحافة الإنترنت بشكل خاص لكون النصوص الفائقة Hyper Texte توفر ميزة الروابط Links لمصممي مواقع الإنترنت، يربط الزوار بالعديد من المواقع ذات الصلة، أو تحويلهم لملفات تفصيلية ضمن محتويات الموقع بكل انسيابية. وهذه الميزة التي توفرها تقنية النصوص الفائقة Hyper Links تسهل على الزائر، ومصمم الموقع عدم الإغراق في التفاصيل في حدود مساحة الشاشة المتاحة، وفي الوقت ذاته تعين المتصفح على الانتقال -اختياريا - إن رغب إلى الملفات التفصيلية التي قد تحوي ملفات نصوص وصورة أو لقطات فيديو.

1-2- تطبيقات الوسائط المتعددة والأرشيف الإلكتروني

جدول رقم (71): يبين تطبيقات الوسائط المتعددة والأرشيف الإلكتروني لعينة أكتوبر 2014

N°	العنصر	الشروق	النهار	الذبر	الشعب	El wa tan	Le soir d'Algérie	Li ber té	El mo udj ahid	Σ	%
1	المحتوى الصوتي	0	0	0	0	0	0	0	0	00	00
2	الفيديو	1	1	1	1	1	1	1	1	08	100
3	الكاريكاتور	1	0	0	0	1	1	1	0	04	50
4	الأرشيف PDF	1	1	1	1	1	1	1	1	08	100
5	الأرشيف HTML	0	0	0	0	0	1	1	0	02	25
/	Σ	03	02	02	02	03	04	04	02	22	55
/	%	60	40	40	40	60	80	80	40	440	55

هناك إمكانات هائلة توفرها شبكة الإنترنت كاستخدام الوسائط المتعددة، فهي تسهل تقديم محتوى فائق الجودة يفيد المستخدمين ويلبي احتياجاتهم، وهي ذات إمكانات متزايدة خاصة إذا نظرنا إلى مسألة الالتحام بين تكنولوجيا الويب والتلفزيون كما هو الحال في الخدمات الجديدة التي أتاحت مسألة الاتصال بشبكة الإنترنت وعرض محتوياتها من خلال جهاز التلفزيون ومن هذه الخدمات Net channel Direct. ومن هنا تتجاوز فكرة الصحافة الإلكترونية كونها صحافة إلى كونها عالما تكنولوجيا مختصرا باستطاعته أن يكون بديلا عن العالم الخارجي، وهذا يعني أن الدخول إلى الموقع الصحفي الإلكتروني لا يكون مجرد ولوج إلى خبر أو تعليق أو مادة صحفية، بل يعني الإبحار في عالم خاص مهني للمستخدم، ميزته الرئيسية أنه متعدد النواذ، كلما دخل نافذة ألقى به تشعباتها إلى نافذة أخرى فثالثة فرابعة وهكذا دواليك، إنه عالم شخصي جدا ولكنه أيضا عالم منفتح على الكون الخارجي بوسائل أكثر فاعلية.

ويحاول الجدول رقم (71) الكشف عن مدى توفر الوسائط المتعددة والأرشيف الإلكتروني عبر مواقع الصحف الجزائرية عينة الدراسة، واستغلالها لهذه الإمكانيات التكنولوجية عالية الجودة حيث اتضح من خلاله أن كل الصحف الجزائرية توفر بنسبة 100 % الفيديو حتى الموقع الاستاتيكي الوحيد في الدراسة ألا وهو موقع (Le soir d'Algérie)، وقد برز الاهتمام بالفيديو في أعقاب بعض الأحداث العالمية البارزة والكوارث الكبرى مثل إعصار تسونامي في نهاية 2004، وهجمات لندن 2005، وأحداث لبنان 2006، حيث لعب المواطن العادي دورا مهما في تغطية هذه الأحداث، سواء كشاهد عيان أو كصحفي أو كناشر للصور والمعلومات والفيديوهات التي تغطي الواقعة، باستخدام تقنيات بسيطة مكنته من منافسة أعتى الوسائل الإعلامية التقليدية، وتحقيق بعض الانفرادات الصحفية التي لم تتيسر لهذه الوسائل، وأدى نجاح هذه التجارب إلى إعطاء مساحة أكبر لتوفير خدمات إعلامية ينتجها المستخدمون. ثم إن قدرة الصحف الإلكترونية على اختراق الحدود والقارات والدول دون رقابة أو موانع أو رسوم، بل وبشكل فوري، ورخيص التكاليف وذلك عبر الإنترنت، حفزت المستخدمين على إنتاج ومتابعة هذه الخدمات بشكل أكبر، خاصة منها الفيديو.

إضافة إلى الفيديو، توفر كل صحف عينة الدراسة الأرشيف بصيغة PDF أيضا بنسبة 100 %، ويتيح الأرشيف الإلكتروني الفوري مخزونا وافرا من المعلومات حول نقطة واحدة وفي ثوان معدودة، بل وبميزات أخرى تميزه عن فكرة الأرشيف التقليدي وكأنه يقدم للمستخدم حافظة في جيبه لمعلومة ترد على خاطره ينقب عنها بأيسر الطرق وأكثرها فاعلية، وبهذا يعتبر الارتداد إلى الوراء هو أسرع طريقة للسير إلى الأمام في التعامل مع الخبر أو المادة موضع التعامل والتفاعل. وهي نفس النتيجة المحصلة من طرف الباحثة سمية بورقعة في دراستها "تطبيقات التفاعلية في الإعلام الجديد: دراسة تحليلية لعينة من الصحف الإلكترونية الجزائرية".

فضلا عن ذلك تتيح الصحف الإلكترونية الجزائرية رسوما كاريكاتيرية بنسبة 50 % بمعدل 4 صحف خاصة هي: الشروق أون لاين، والوطن (Elwatan)، لوسوار دالجيري (Le soir d'Algérie)، ولبيرتي (Liberté)،

وامتنعت الأربع صحف المتبقية بما فيها إثنيين منها خاصة الملكية هي النهار أون لاين والخبر عن تقديم هذه الخدمة.

لا تتيح الأرشيف بصيغة HTML سوى 25 % من الصحف عينة الدراسة هي كل من لبيرتي (Liberté) ولوسوار دالجيري (Le soir d'Algérie)، على الرغم من أهميته إلا أننا نلاحظ إهمالا له، خصوصا لدى الصحف ذات المواقع الديناميكية المتغيرة التي تسعى شيئا فشيئا للاستقلال عن النسخة الورقية بمحتويات إلكترونية متجددة لا يمكن الرجوع إليها عند الحاجة إلا من خلال الأرشيف بصيغة HTML.

غابت عن جميع مواقع الدراسة الخدمة السمعية أو المحتوى الصوتي بالرغم من كونها مادة مهمة ومساعدة في تقديم الأخبار والمعلومات بشكل متنوع. وفي وقت سابق أشارت نتائج دراسة حسن محمد حسن منصور حول "الإعلام العربي في شبكة الإنترنت دراسة تحليلية تقويمية لعينة من مواقع وسائل الإعلام العربية على شبكة الإنترنت" إلى أن 23% من مواقع الدراسة تقدم المحتوى الصوتي، إلا أن نسبة مواقع الصحف والمجلات التي تقدم المحتوى الصوتي بشكل عام في العالم لا تتجاوز 7.6% (حسن محمد حسن منصور، مرجع سبق ذكره).

بشكل عام فقد ترتبت الصحف الإلكترونية عينة الدراسة ترتيبا غير الذي تحصلت عليه الباحثة مع الكفاءة الخدماتية للصفحة الأولى، حيث سجلت صحف جديدة تقدما من خلال استغلالها المثالي للوسائط المتعددة والأرشيف الإلكتروني بصيغتيه PDF وHTML، نلخص هذا الترتيب في ثلاث مراتب محصل عليها كالاتي:

- تقدمت كل من لبيرتي (Liberté) ولوسوار دالجيري (Le soir d'Algérie)، في المرتبة الأولى بنسبة 80 % من خدمات الوسائط المتعددة والأرشيف الإلكتروني، حيث أهملتا فقط المحتوى الصوتي.

- حلت في المرتبة الثانية مناصفة كل من الشروق أون لاين، والوطن (Elwatan) بنسبة 60 % إذ لم توفرا خدمتين هما المحتوى الصوتي والأرشيف بصيغة HTML.

- تقاسمت المرتبة الثالثة والأخيرة كل من النهار أون لاين والخبر والشعب والمجاهد (Elmoudjahid) بنسبة 40 %، فقد أهملت هذه الصحف الخدمات الآتية: المحتوى الصوتي والأرشيف بصيغة HTML والكاريكاتير.

3-1- تطبيقات تمكين المستخدم من التفاعل مع المحتوى

جدول رقم (72): يبين تطبيقات تمكين المستخدم من التفاعل مع المحتوى لعينة أكتوبر 2014

N°	العنصر	الصحيفة	الشروق	النهار	الذبح	الشعب	El wat an	Le soir d'Algérie	Libe rté	El Mou djah id	Σ	%
1	استطلاعات الرأي	1	1	0	1	0	0	1	0	0	03	37.5
2	خدمة التعليق على الحدث	1	1	1	1	1	1	0	1	1	07	87.5
3	خدمة التحديث المستمر المحتوى	1	0	0	0	0	1	0	0	1	03	37.5
4	خدمة الاشتراك ضمن نظام RSS	0	0	0	0	0	1	0	0	1	02	25
5	خدمة الخير العاجل عبر القوائم البريدية	1	0	0	0	0	1	0	0	1	03	37.5
6	خدمة الخير العاجل عبر الهاتف المحمول	1	1	0	0	0	1	0	1	1	05	62.5
7	خدمة إضافة حدث من طرف المستخدمين	0	0	0	0	0	0	0	0	0	00	00
8	خدمة إرسال المحتوى إلى صديق	0	0	0	0	1	1	0	1	0	04	50
9	خدمة مشاركة المحتوى عبر شبكات التواصل الاجتماعي	1	1	0	0	1	1	0	1	1	06	75
10	خدمة نسخ المحتوى	0	0	0	0	1	1	1	1	1	06	75
11	خدمات أخرى -خدمة التحكم في المحتوى (نوع الخط، التمرير يمينا أو يسارا، زيادة مساحة الخبر)	0	0	0	0	1	1	0	0	1	04	50
12	-خدمة جعل الصفحة الأولى مفضلة	0	0	0	0	0	0	0	1	1	03	37.5
13	- خدمة جعل الصفحة	0	0	0	0	0	0	0	1	1	03	37.5

										الأولى الانطلاق. صفحة	
12.5	01	0	0	0	0	0	0	0	1	- خدمة شارك برأيك	14
12.5	01	0	0	0	0	0	0	1	0	- خدمة تقييم المحتوى	15
12.5	01	0	1	0	0	0	0	0	0	-خدمة تقديم كل خبر على حدة في صيغة PDF	16
40.6	52	10	09	02	09	05	04	06	07	Σ	/
2											
40.6	325	62.5	56.2	12.5	56.2	31.	25	37.	43.7	%	/
2			5		5	25		5	5		

يقصد بالتفاعل مع المحتوى مجموع التصرفات التي يتخذها المستخدم مع المعلومات المقدمة بغرض اكتساب المعرفة والاطلاع والتعلم وهذا التفاعل يعتمد على الخبرات السابقة للمستخدمين، وعلى قدرتهم ورغبتهم أصلا في التفاعل مع المحتوى المقدم لهم، فضلا عن العمد والاختيار والاستغراق في هذا المضمون. ويكشف **الجدول رقم (72)** عن خدمات التفاعل مع المضمون التي توفرها مواقع الصحف الجزائرية أمام مستخدميها. وفيما يأتي نقدمها مرتبة ترتيبا تنازليا وفق نسب توفرها في الصحف الإلكترونية عينة الدراسة:

- حصلت خدمة "التعليق على الأخبار" على أعلى نسب تواجد في مواقع الصحف الإلكترونية عينة الدراسة بـ 87.5 % حيث شهدت حضورا في 7 صحف من أصل 8 فلم توفرها إلا صحيفة واحدة هي (Le soir d'Algérie) نظرا لنمط موقعها الاستاتيكي. وتعرف خدمة التعليق أيضا بخدمة رجوع الصدى feed-back ، وتتيح للمستخدم التعليق على ما نشر بالصحيفة وإرسال رسائل إلكترونية إلى المحرر، يعلق ويرد فيها على ما نشر بالصحيفة أو يقدم فيها اقتراحا أو تصحيحا لما نشر. وتتباين مسميات هذه الخدمة في مواقع الصحف المختلفة مثل: feedback ، و Send us feedback ، كما تتفرع منها خدمات أخرى في بعض المواقع مثل خدمة التصحيح Corrections. وبهذه الخدمة تتميز الصحف الإلكترونية عن الصحف الورقية التي لا تسمح بطبيعة إنتاجها والتكنولوجيا المستخدمة فيها بتقديم خدمة رجوع الصدى الفوري أو المباشر، وهو ما تعاني منه وسائل الإعلام التقليدية بشكل عام حيث يتميز رجوع الصدى فيها بأنه غير مباشر ومتأخر.

- تلتها مباشرة خدمات "مشاركة المحتوى عبر شبكات التواصل الاجتماعي" و"نسخ المضامين" بنسبة 75 %، فقد دفع نشوء ظاهرة المجتمع الافتراضي والشبكات الاجتماعية جل الصحف المتواجدة على الشبكة لإنشاء صفحات وأرصدة لها على أكثر من شبكة اجتماعية لعل أهمها على الإطلاق خمس هي: الفيسبوك والتويتر واليوتيوب

والانستغرام وغوغل بلوس. وهناك أساليب ناجحة تستخدمها وسائل الإعلام للانتشار عبر شبكات التواصل الاجتماعي، هي:

- وجود استراتيجية واضحة تقوم على القيمة التي تقدمها المؤسسة، مثلا إذا كانت مميزة بالمقالات تفتح الباب لمشاركات الشباب المؤثرين على هذه المواقع ليكتبوا لديها.
- استخدام "اليوتيوب" وإنتاج محتوى على شكل برامج متنوعة وقصيرة المدة.
- التواصل عبر مواقع أخرى إلى جانب "الفيسبوك"، مثل "التويتر" و "Instagram" وغوغل بلوس.
- استخدام الإنفوغرافيك في عرض المعلومات.

- تواصل الصحفيين مع زملائهم في قسم وسائل التواصل الاجتماعي، لإيصال موضوعاتهم بشكل أفضل، وتبادل الخبرات التي تقيّد الجميع، وربما يحصل الصحفي على أفكار لموضوعات أو معلومات جديدة عبر صفحة الجريدة على هذه الشبكات، وهو ما سبق وأكدّه مدير موقع الوطن (Elwatan) السيد مراد حشيد في مقابلة معه إذ صرح أن إحدى الصحفيات العاملات في المؤسسة أرادت إجراء سبر للآراء حول قضية معينة في تحقيق تحضره، فلم تجمع سوى 100 استبيانا من القراء خلال أسبوع كامل، في حين أنها لما وضعت الاستبيان إلكترونيا على صفحة المؤسسة في شبكات التواصل الاجتماعي استطاعت جمع 1000 إجابة عن الاستبيان في ظرف يومين (مقابلة مع السيد مراد حشيد، مدير موقع الوطن، 20 ماي 2015).

- التعاون بين حسابات الجريدة وصحفيها عبر مواقع التواصل الاجتماعي، وتحاول الصحف العربية والجزائرية بشكل عام الصعود والانتشار السريع اعتمادا على أسماء صحفيين مشهورين يعملون لديها، ودوائر تأثيرهم الخاصة عبر "الفايسبوك" الذي يعتبر موقعا شخصيا يعتمد على العلاقات الاجتماعية.

وتشير العديد من التجارب إلى أن النجاح لا يقاس بالكم، إذ أن هناك تجارب صغيرة لمستخدمين هواة للإعلام والمعلوماتية بدأت في الظهور على الساحة محققة نجاحا كبيرا بكيفية تعاملها مع المواضيع وجودة بنائها للتفاعل مع مستخدميها، مثل "مجموعات ناس الخير"، و"محاربي الشيتة"، وكذلك هناك أسماء كبيرة حققت نجاحا وحافظت على استمراريتها، مثل "MBC" و "BBC" والجزيرة في العالم العربي والشروق أون لاين والخبر في الجزائر". ويعتبر سر تميز BBC مثلا هو تقديمها تقارير خاصة تتعلق بما يحدث على شبكات التواصل الاجتماعي. فإذا وجدت "هاشتاج" مثلا يشغل الصفحات، وينال تفاعلا كبيرا من الجماهير، تقوم بتقديم تقرير مفصل عنه بمعلومات أقرب إلى التحليل ولا تتضمن أي نوع من أنواع التسخيف أو المبالغة. أما الصحيفة الأفضل عالميا على شبكات التواصل فهي "هافنغتون بوست"، وترى الباحثة أنها مدرسة في التفاعلية عموما والتفاعل مع جمهورها خصوصا، مع العلم أنها جريدة إلكترونية خالصة أنشئت في العام 2005 فقط من قبل مجموعة صحفيين وهوايين للإعلام.

- أعقبتها خدمة "الاشتراك للحصول على الخبر العاجل عبر الهاتف المحمول" حيث توفرها حوالي 62.5 % من الصحف عينة الدراسة، بفضلها أصبحت متابعة الأخبار في متناول الجميع أينما كانوا وبالضغط على زر فقط، إذ تسمح بالحصول فورا على كل الأخبار الموجودة على مواقع الصحف الإلكترونية وصفحاتها الورقية، كما تسمح بمتابعة الخبر العاجل فور وروده، وقد تضع أيضا في متناول المتصفح نشرات أخبار يمكنه إعادة تصفحها في أي

وقت عبر هاتفه المحمول. وبإمكان المؤسسات الإعلامية الاستفادة أكثر فأكثر من هذه الخدمة إذا ما أرادت أن يشارك كل مواطن في صناعة الأخبار، فبنفس التطبيق الذي يستعمله لتصفح المعلومات والنشرات، تضع بمتناوله مفتاحاً أو أيقونة يحمل عبارة "صور" أو "فيديو" أو "أضف حدثاً مصوراً"، يكفي الدخول إليه والنقاط أي صورة أو فيديو عبر الهاتف أو حتى تحميل صور موجودة فيه ثم إرسالها من نفس الصفحة إلى موقع الصحيفة أو المؤسسة التلفزيونية ليأخذه فريق العمل بعين الاعتبار كما سبق وفعلة كبريات الفضائيات العربية كالجزيرة العربية وغيرها الكثير.

- تأتي في مرتبة رابعة خدمتا "إرسال المحتوى إلى صديق" و"خدمة التحكم في المحتوى (نوع الخط، التمرير يمينا أو يسارا، زيادة مساحة الخبر)" بنسبة توفر في مواقع الصحف الإلكترونية الجزائرية بلغت 50%.

- وفي مرتبة خامسة جاءت كل من خدمة "استطلاعات الرأي" و"التحديث المستمر للمحتوى" و"الاشتراك للحصول على الخبر عبر القوائم البريدية"، و"جعل الصفحة الأولى مفضلة" لدى المستخدم، وخدمة "خدمة جعل الصفحة الأولى صفحة الانطلاق"، بنسبة توفر ضعيفة في مواقع الدراسة قدرت بـ 37.5% أي بتوفرها في 3 صحف على الأكثر من بين 8 صحف تمثل عينة الدراسة. وتعد خدمة استطلاعات الرأي أو الاستفتاءات من أبرز الخدمات الضرورية لتحقيق التفاعلية عبر الصحف الإلكترونية، فإن وجدت بعض الاختلافات حول مؤشرات وتطبيقات التفاعلية بين الباحثين فإن هذه الخدمة بالذات متفق عليها ومذكورة في جل المراجع والدراسات التي تناولت التفاعلية.

- في ذيل الترتيب ضمن المرتبة السادسة نجد خدمة "الاشتراك ضمن نظام RSS" إذ توفرها فقط صحيفتين من أصل 8 صحف هما الوطن (Elwatan) والمجاهد (Elmoudjahid) بنسبة 25%. إن نظام RSS هو اختصار لـ (Rich Site Summary) أي ملخص مكثف للموقع، يسمح بتوصيل آخر تحديثات محتوى الموقع الذي قام المستخدم بالاشتراك به فور حدوثها مثلاً: عناوين الأخبار الرئيسية، محتويات المدونات، الفيديوهات، تحديثات الطقس... الخ، ويكون باستطاعة المستخدم الحصول على المحتوى الجديد لمواقع المفضلة دون الحاجة إلى الدخول إلى كل موقع على حدة، والمعلومات التي تصله من هذه المواقع تسمى RSS Feed. وهي وسيلة سهلة تمكن المستخدم من الحصول على آخر الأخبار فور ورودها على مواقع المفضلة على شبكة الإنترنت، فبدلاً من فتح صفحات المواقع والبحث عن المواضيع الجديدة، فإن خدمة RSS تطلعه بما يستجد من أخبار ومواضيع على تلك المواقع فور نشرها. والمشكل الملاحظ في أغلبية مواقع الصحف الجزائرية أن لديها رابطاً لنظام RSS إلا أنها لا تستغله، فعندما يفتحه المستخدم يجد قائمة بالمعلومات RSS Feed دون ربط بموقع مفضل كالياهو Yahoo أو My MSN، أو It's my news أو غيرهم من المواقع ومحركات البحث المستخدمة بكثافة في العالم ليتمكن من الاشتراك والحصول على الجديد دون الرجوع إلى موقع الصحيفة بل عبر مواقع المفضلة كالياهو وغيرها.

- وفرت صحيفة إلكترونية جزائرية واحدة على الأقل من بين 8 صحف عينة الدراسة كل من خدمة "شارك برأيك" للشروق أون لاين على غرار ما تقدمه الجزيرة نت، و"خدمة تقييم المحتوى للنهار أون لاين" و"خدمة تقديم كل خبر على حدة في صيغة PDF" للبيرتي (Liberté) بنسبة 12.5%.

- أخيرا انعدمت خدمة "إضافة حدث من طرف المستخدمين" حيث لم تقدمها أي صحيفة إلكترونية جزائرية. ويمكن أن نفسر ذلك بعدم الثقة فيما ينتجه المستخدمون، فضلا عن قلة أعداد المكلفين بمواقع الصحف الجزائرية مما يجعل مهمة رقابة ومراجعة المضامين والتحقق من صحتها قبل نشرها أمرا مستحيلا، فبمعدل 3 إلى 5 قائمين على الموقع الواحد مقابل 5.6 مليون مستخدم جزائري للفايسبوك فقط نهاية 2013 (حسب تقرير الإعلام الاجتماعي في العالم العربي 2014 الذي حضر في إطار برنامج الحوكمة والابتكار في كلية محمد بن راشد للإدارة الحكومية بالإمارات العربية المتحدة) (هادي سالم وآخرون، مرجع سبق ذكره، 9)، لن يتم الاعتماد على هذه الخدمة أبدا في وقت بدأت فيه المؤسسات الإعلامية الغربية البارزة تعتمد بشكل كبير على هذه الأشكال الجديدة من الصحافة وتحاول الاستفادة من المضامين التي ينتجها المستخدمون في أشكال إعلامية مختلفة، تعود بالعديد من الفوائد عليها مادياً ومعنوياً وجماهيرياً. لكن للأسف في عالمنا العربي وفي الجزائر خصوصا لا تزال العقلية التقليدية تسود واقع الممارسات الإعلامية في البيئة الإعلامية الإلكترونية، فلا يزال الصحفيون مترددين في الاستعانة بهذه الأشكال الجديدة، ولا يزالون ينظرون نظرات شك وحذر وتخوف من هذه الأنواع الجديد من الصحافة، ومن ثم تبدو الساحة الإعلامية الإلكترونية في حالة ضبابية، ما بين منظومة الممارسات الإعلامية التقليدية التي تعطي للصحفي الكثير من النفوذ والهيمنة على ما ينشر ويبث من مضامين إعلامية، وما بين الأطروحات الجديدة من الممارسات الإعلامية التي تدشن لعالم جديد أكثر انفتاحاً وشفافية وإتاحة للفرص أمام مصادر إعلامية جديدة يمكن أن تساهم في تغيير المنظومة الإعلامية ككل.

وحسب مجموع هذه الخدمات المدعمة لتفاعل المستخدم مع مضمون مواقع الصحف الإلكترونية الجزائرية ترتبت هذه الأخيرة من حيث نسب توفيرها لها كالاتي:

- احتلت صدارة الترتيب صحيفة المجاهد (Elmoudjahid) بتوفيرها 10 خدمات من أصل 16 بنسبة راوحت 62.5%، حيث أغفلت فقط 6 خدمات هي: إضافة حدث من طرف المستخدمين، استطلاعات الرأي، وخدمة إرسال المحتوى إلى صديق، شارك برأيك، خدمة تقييم المحتوى وخدمة تقديم كل خبر على حدة في صيغة PDF.

- تلتها صحيفتان في المرتبة الثانية هما الوطن (Elwatan) ولبيرتي (Liberté) بمحصلة 9 خدمات من أصل 16 مسجلتين لنسبة 52.24%.

- فيما حلت الشروق أون لاين بالمرتبة الثالثة بعدما ضعف الاهتمام في موقعها بتعدد خدمات تفاعل المستخدم مع المحتوى على الرغم من محاولتها تقليد موقع الجزيرة نت في توفيرها لتطبيق "شارك برأيك"، فقد وفرت أقل من نصف الخدمات (7 من أصل 16)، لذلك تراجعت إلى نسبة 43.75%.

- بيد أن النهار أون لاين أيضا عرفت تراجعاً في هذا البعد التفاعلي بتوفيرها لـ 6 خدمات من أصل 16، بنسبة راوحت 37.5 %، على الرغم من مبادرتها بتقديم خدمة تقييم المحتوى إضافة إلى التعليق عليه ومشاركته عبر شبكات التواصل الاجتماعي. إلا أنها كانت قد أغفلت عدة خدمات أساسية منها: إضافة مضامين من طرف المستخدمين، استطلاعات الرأي، خدمة الخبر العاجل عبر القوائم البريدية، عبر نظام RSS، إرسال المحتوى إلى صديق أو نسخه... الخ.

- جاءت الشعب في المرتبة الخامسة بتوفيرها لخمسة خدمات فقط من أصل 16 هي: خدمة التعليق على الخبر ونسخه وإرساله إلى صديق مع التحكم فيه، ومشاركته عبر شبكات التواصل الاجتماعي، بنسبة 31.25 %.

- عرف موقع الخبر تراجعاً ملحوظاً في توفير تطبيقات تفاعل متصفحيه مع مضامينه إذ احتل المرتبة ما قبل الأخيرة مباشرة قبل الموقع الاستاتيكي لوسوار دالجيري (Le soir d'Algérie)، وهو أمر غير مقبول بالنظر إلى عراقية هذه المؤسسة وسعة انتشارها ومقروئيتها الورقية ونسب تصفحها العالية، إذ وفرت فقط ربع الخدمات (4 من أصل 16 خدمة) بنسبة 25 %.

- ختمت لوسوار دالجيري (Le soir d'Algérie) الترتيب بخدمتين فقط هما "استطلاعات الرأي" و "نسخ المحتوى" بنسبة 12.5 %، ومن المتعارف عليه بعد مضي هذا الجزء البسيط من الدراسة التحليلية كون هذا الموقع من بين أضعف المواقع الموجودة في عينة التحليل لدرجة اعتذار رئيس تحرير مؤسسته عن استقبالنا للحديث عنه حينما توجهنا في ماي 2015 لمقابلته بمقر المؤسسة في دار الصحافة بساحة أول ماي في الجزائر العاصمة، موضحاً أنه في الحقيقة مجرد موقع بسيط لا يرقى لأن يكون محل دراسة حتى أن المكلف به ليس صحفياً بل هو تقني في الإعلام الآلي يقوم بالقدوم كل مساء في حدود الساعة 18 لنقل المواد المنشورة ورقياً إلى الموقع الإلكتروني ووضعها تحت خدمة المتصفحين فقط. وأضاف أن الموقع ذاته عانى سابقاً من مشاكل تقنية أدت به إلى التوقف لفترات زمنية طويلة. في ذات الوقت عبر عن أمله في الاستثمار فيه مستقبلاً من قبل ملاك الجريدة وذلك باستحداث نسخة عصرية متطورة له تتماشى وعصر التفاعلية على شبكة الإنترنت.

4-1- تطبيقات تمكين تفاعل المستخدم مع المحررين

جدول رقم (73): يبين تطبيقات تمكين تفاعل المستخدم مع المحررين لعينة أكتوبر 2014

N°	العنصر	الصحيفة	الشروق	النهار	الذبر	الشرق	El wat an	Le soir d'Algérie	Liber té	El mo udj ahid	Σ	%
2	خدمة الهاتف والفاكس	1	1	1	1	1	1	1	1	1	08	100
3	خدمة البريد التقليدي	1	1	1	1	1	1	1	1	1	08	100
4	خدمات أخرى - خدمة الربط بمدونات الصحفيين	0	0	0	0	0	1	0	1	0	02	25
/	Σ	02	02	02	03	02	03	02	04	02	20	62.5
/	%	50	50	50	75	50	75	50	100	50	500	62.5

إن الصحافة الجزائرية عبر شبكة الإنترنت قاصرة في استخدام أساليب وتكنولوجيا ومميزات النشر الإلكتروني، ولم يتبلور لدى أغلب مدرائها ومسيريها إدراك كامل بطبيعة الصحيفة الإلكترونية، وأنها في الحقيقة تمثل بداية مشروع في أطواره الأولى (To go online)، كما أن ذهنية النشر الورقي مازالت هي السائدة في معظم هذه الصحف، وإن غالبية هذه الصحف لا يتم تحديثها على مدار الساعة بل هي نسخة كربونية للصحيفة الورقية، وتفترق معظمها إلى خدمة البحث عن المعلومات، ولا يوجد في الكثير منها أرشيف للمواد التي سبق نشرها خاصة منها الإلكترونية التي ليس لها نظير ورقي. ويمكن أن نرجع كافة هذه الأسباب إلى تراجع في الاقتناع بها لدى الصحفيين أنفسهم وبضرورتها لدى ملاك الوسائل، وهو في الحقيقة ما استنتجته الباحثة من سلسلة مقابلات أجرتها مع مسيري ومدراء عدد من المواقع الكبرى في الجزائر.

وتؤكد هذه الاستنتاجات في نتائج الجدول رقم (73) الموضح لخدمات التفاعل بين المستخدمين والمحررين التي توفرها المواقع عينة الدراسة، حيث تتيح كل الصحف بنسبة 100 % خدمات اتصال تقليدية مع محرريها تتمثل أساسا في هاتف وفاكس وإدارة التحرير الورقي وعنوان البريد التقليدي، وكأن الصحيفة الإلكترونية في دلالة على ذلك لا تقدم جديدا وليس لديها طاقم خاص بها ولا مواد إعلامية إلكترونية فورية لا تتصل بالنسخ الورقية.

من جهة أخرى لا تقدم سوى الخبر ولبيرتي (Liberté) بريدا إلكترونيا أو إثنين لمحري القوالب الصحفية الخاصة بالرأي بنسبة 25 %، وللأمانة فهم ذاتهم كتاب الرأي في نسختها الورقية ومواضيعهم هي ذاتها كما أن الصحيفة تقوم بنشر نفس البريد الإلكتروني مع المقال الورقي فلا جديد يذكر مقارنة بالنسخة الورقية. والحقيقة النظرية تقول أن خدمة البريد الإلكتروني تختلف من صحيفة إلى أخرى إذ يقتصر الأمر في الصحف الصغيرة على إتاحة الفرصة أمام المستخدم لتوجيه رسائل إلكترونية إلى محرري الصحيفة. أما الصحف الإلكترونية الكبرى فإنها توسع من نطاق هذه الخدمة لتقدم خدمة إنشاء بريد إلكتروني شخصي على الموقع يمكن المستخدم من إرسال واستقبال الرسائل البريدية على أي جهاز كمبيوتر متصل بشبكة الويب في أي وقت، كما تقدم نشرة إخبارية يتم إرسالها يوميا للمستخدم على عنوان بريده الإلكتروني تتضمن ملخصات الأخبار وخدمات ملخصة أخرى. وتهدف الصحيفة الإلكترونية من وراء ذلك إلى ربط المستخدم بالموقع أطول فترة ممكنة خلال الاستخدام حتى لا يغادره للقيام بأنشطة البريد الإلكتروني من مواقع أخرى، قد يرجع سبب اتخاذ الصحفيين لموقف سلبي من سبل الاتصال الإلكتروني مع المستخدمين للهويات الافتراضية لهم، ضخامة أعداد المتصلين عبر الموقع، أو الخوف من الرسائل السلبية والسب والقذف في حقهم الذي قد يتجرأ عليه من يخالفونهم آراءهم.

في حين حاولت كل من الوطن (Elwatan) ولبيرتي (Liberté) تغطية هذا العجز في تكفل المحررين بانشغالات قرائهم بتقديم مدونات شخصية لبعض صحفييها المشهورين أو القدامى فيهما بنسبة 25 % أيضا، وتعد المدونات فضاء جيدا للتفاعل، إذ أن أولى المميزات التي يتحصل عليها صاحب المدونة هي حصوله على موقع شخصي له، ويعني ذلك أن المحتوى في هذه المدونة له علاقة بأفكاره الخاصة. فضلا عن وجود حرية الاستخدام وأرشفة المواضيع، حيث يقوم في العادة صاحب المدونة بوضع مقاله، وهنا يقوم العديد من الزائرين لهذا الموقع بالتعليق عليه. مع العلم أن صاحب الموقع لديه التحكم بجميع الكتابات والتعليقات الواردة إليه، وعدد الزائرين الذين يقرؤون مدونته، وبذلك يستطيع أن يحصل على الاهتمام المنشود ونشر ما يريد من غير رقابة أو حاجز، وبالتالي يستطيع الاحتفاظ بكم غير محدود من المدخلات التي ينشئها بواسطة نظام أرشفة تسلسلي حسب التواريخ، والرجوع إليها وقتما شاء.

تحصلت الصحف عينة الدراسة في النهاية على ترتيب محدد وفقما وفرته من تطبيقات لتفاعل المستخدمين مع المحررين كآتي:

- تصدرت الترتيب لبيرتي (Liberté) بعدد الدرجات الكامل 4 من 4 درجات بنسبة 100 %، وذلك يوضح اهتماما لديها ببعد التفاعل بين صحفييها وقرائها ومتصفحها على الرغم من النقص المسجل في إتاحة البريد الإلكتروني لكل صاحب موضوع منشور على الموقع.
- أخذت الخبر والوطن (Elwatan) المرتبة الثانية بتوفير 3 من أصل 4 خدمات بنسبة 75 % مع نقص بخدمة المدونات لدى الخبر، وانعدام وجود البريد الإلكتروني في الوطن (Elwatan).

- شاركت خمس صحف المتبقية المرتبة الثالثة بإتاحة خدمتين من أصل 4 خدمات بنسبة راوحت 50 %، وهي: الشروق أون لاين والنهار أون لاين والشعب ولوسوار دالجيري (Le soir d'Algérie) والمجاهد (Elmoudjahid).

1-5- تطبيقات تمكين الاتصال الشخصي بين المستخدمين

جدول رقم (74): يبين تطبيقات تمكين الاتصال الشخصي بين المستخدمين لعينة أكتوبر 2014

N°	العنصر	الصحيفة	الشروق	النهار	الذبر	الشعب	Elwatan	Le Soir d'Algérie	Liberté	El Mojahid	∑	%
1	المنتديات	1	1	1	0	0	0	0	0	0	03	37.5
2	- خدمة الحوار المباشر بين الشخصيات العامة وأفراد الجمهور	0	0	0	0	0	0	0	0	0	00	00
3	خدمات أخرى -شبكات التواصل الاجتماعي	1	1	1	1	1	1	0	1	1	07	87.5
/	∑	02	02	02	01	01	01	00	01	01	10	41.66
/	%	66.6	66.6	66.6	33.3	33.3	33.3	00	33.3	33.3	333.3	41.66
		6	66	66	3	3	33	33	33	3		

من بين أبعاد التفاعلية الهامة تسهيل الاتصال الشخصي بين المستخدمين، ويتاح هذا البعد في مواقع الصحف الإلكترونية عبر المنتديات، مجموعات الحوار، شبكات التواصل الاجتماعي، وخدمة الحوار المباشر بين الشخصيات العامة وأفراد الجمهور. وتنتهج معظم الصحف الجزائرية من خلال الجدول رقم (74) سياسة الاهتمام بشبكات التواصل الاجتماعي بغية الانتشار وزيادة أعداد المتصفحين إضافة إلى إتاحة الفرص أمامهم للتواصل ببعضهم بغرض عدم تكلفتها إنشاء منتديات قائمة بذاتها بما تحمله من تكلفة وضغط تسيير وتنظيم، لذلك نجد في عينتنا أن حوالي 87.5 % منها أتاح أكثر من شبكة اجتماعية أمام المستخدمين من بين: الفايسبوك، تويتر، اليوتيوب وغوغل بلوس.

أما المنتديات فنجد أن 3 صحف فقط وفرتها وهي الشروق أون لاين والنهار أون لاين والخبر، بنسبة 37.5 %، وهي الخدمة التي تقدمها الصحيفة للمتصفح للتعبير عن آرائهم في القضايا والموضوعات التي يهتمون بها والمستمدة مما تنشره الصحيفة من أخبار وتقارير ومقالات. للإشارة فإن منتديات الحوار لها العديد من الإيجابيات على الأفراد منها:

- 1- تساهم في تطوير الأفراد وذلك باطلاعهم على المستجدات العالمية من جميع النواحي الاقتصادية والسياسية والعلمية والفكرية والأدبية والدينية والاجتماعية والأسرية... الخ
- 2- تساعد على تكوين صداقات مع مختلف الشعوب.
- 3- تختصر مسافات الاتصال مع مختلف أنحاء العالم
- 4- تساعد على اكتساب مواهب جديدة وذلك عن طريق الدورات والدروس المجانية التي تقام في المنتديات أحيانا.

كما أنه يجدر بنا ذكر أن منتديات الشروق أون لاين تعد ثاني أكبر منتدى في الجزائر بعد منتديات الجلفة في دراسة أجريت في جانفي 2012 تم من خلالها تصنيف أكثر من 06 منتديات جزائرية يقبل عليها الجمهور الجزائري، وكان ترتيب هذه المنتديات على التوالي: Djelfa.info، Echoroukonline.com، Algérie-dz.com، Forum-algérie.com، Forumed.sante-dz.org، Ennaharonline.com. فعلى الرغم من كثرة المنتديات الجزائرية التي برزت على الساحة الإلكترونية خلال السنوات القليلة الماضية إلا أن المنتديات المذكورة آنفا تصدرت قائمة المنتديات الجزائرية التي تسجل أعلى نسب إقبال في الجزائر (وداد سميشي، مرجع سبق ذكره، 54).

ولم توفر أي صحيفة جزائرية خدمة الحوار المباشر بين الشخصيات العامة وأفراد الجمهور، سواء الكتابي أو السمعي البصري عبر الفيديو، عكس كبريات الصحف العالمية التي توفر مواقعها هذه الخدمة وخدمات مشابهة لها بشكل دوري خاصة في الأحداث الكبرى مثلما قامت به USA Today حينما زار الرئيس الأمريكي السابق "بيل كلينتون" الصين، حيث أعلنت الجريدة في نسختها الورقية أن القراء يمكنهم إرسال أسئلة للصحفي المرافق للرئيس عبر موقعها الإلكتروني.

وترتبت الصحف الجزائرية عينة الدراسة في إتاحتها لتطبيقات الاتصال الشخصي بين المستخدمين كالاتي:

- تقاسمت الرتبة الأولى ثلاث صحف تعد هي الأكبر في الجزائر حاليا من حيث التوزيع والمقروئية ورقيا، ومن حيث أعداد متصفحها واتساع انتشارها شبكيا عبر الإنترنت هي الشروق أون لاين والنهار أون لاين والخبر بحصولها على درجتين من ثلاث بنسبة 66.66 %.
- تلتها أربع صحف دفعة واحدة في المرتبة الثانية هي الشعب والوطن (Elwatan) وليبرتي (Liberté) والمجاهد (Elmoudjahid) بإتاحتها لخدمة واحدة من أصل 3 خدمات، بنسبة 33.33 %.
- في ذيل الترتيب كالعادة (Le soir d'Algérie) التي لم تقدم أية خدمة تربط المستخدمين ببعضهم.

1-6- تطبيقات الضبط والمراقبة

جدول رقم (75): يبين تطبيقات الضبط والمراقبة لعينة أكتوبر 2014

N°	العنصر	الصحيفة	الشروق	النهار	الذبر	الشعب	El wat an	Le Soir d'Algérie	Liber té	El Mou djah id	Σ	%
2	خدمة إحصائيات الزوار	0	0	0	0	0	0	0	0	0	00	00
3	خدمة البريد المباشر مع إدارة التحرير لتلقي المقترحات والانشغالات	0	0	0	1	1	0	0	1	1	04	50
4	خدمة الإشعار بحدوث خطأ	1	1	1	0	0	0	0	0	0	03	37.5
5	خدمات أخرى - خدمة التسجيل للاستفادة من التفاعل مع الموقع (التعليق، الأرشيف، ...)	1	1	1	1	1	1	0	1	1	07	87.5
6	- خدمة تقديم قانون أو ميثاق استخدام الموقع	1	0	0	0	0	1	1	1	0	04	50
/	Σ	04	03	03	04	03	03	01	04	03	25	52.08
/	%	66.66	50	50	66.66	50	50	16.66	66.66	50	416.64	52.08

نصت جميع الدساتير العربية على حرية الصحافة والحريات المتعلقة بها، مثل حريات الرأي والتعبير والطباعة والنشر، وتمنحها في كل الأحوال بقيود قانونية في صياغات مختلفة مثل: في حدود القانون، أو بمقتضى القانون، أو حسبما يضبطها القانون، أو وفقا للشروط والأوضاع التي بينها القانون، أو بشرط ألا يتجاوز حدود القانون. كما لا وجود لقطر عربي واحد مناهض للأفكار الأساسية لحقوق الإنسان، شكلا أو مضمونا، مثله في ذلك مثل باقي دول العالم، إذ أصبحت هذه المبادئ تكون من الناحية الفلسفية تطورا تاريخيا لا يمكن لأية حكومة أن ترفضه علنا، لأنها أصبحت تشكل قانونا دوليا عرفيا. إلا أنه وبالرجوع إلى واقع الإعلام نجد أن الكثير من العوائق

القانونية والسياسية والاقتصادية التي تتحدها جعلت من ملاكته يهربون إلى البيئة الإلكترونية لإيجاد متنفس أكبر من الحرية. لكن سرعان ما تقطنت الدول إلى ذلك فقامت بحجب مواقع، وحجز صحف، وإيقاف قنوات إذاعية وتلفزيونية، ولتشد الرقابة على البيئة الإلكترونية صاغت العديد منها قوانين تجرم ما أصبح يعرف فيما بعد "بالجريمة المعلوماتية" أو "الجريمة الإلكترونية". ووصلت بالملاك والصحفيين على حد سواء إلى ممارسة الرقابة الذاتية نتيجة بعض المحظورات التي تترتب عنها بعض العقوبات وتؤكد الدكتورة عواطف عبد الرحمان بأن أخطر أشكال الرقابة الحالية لوسائل الإعلام العربية هي الرقابة الذاتية التي يمارسها رؤساء التحرير والصحفيون والكتاب من تلقاء أنفسهم دون الحاجة إلى رقيب رسمي.

ويوضح الجدول رقم (75)، أساليب الرقابة والضبط المنتهجة من طرف الصحف الإلكترونية الجزائرية على مواقعها كالاتي:

- تتيح غالبية الصحف عينة الدراسة خدمة التعريف بالصحيفة وشعارها، وخدمة التسجيل للاستفادة من التفاعل مع الموقع (التعليق، الأرشيف، ... الخ) بنسبة 87.5 %، عادة ما تقدم الصحف أعدارا لهذا التسجيل المسبق كتوفير إمكانية تسجيل أعداد قراء الصحيفة، حيث يقوم كل موقع على الشبكة بالتسجيل التلقائي لكل زائر جديد يوميا، وهناك بعض البرامج تسجل اسم وعنوان أي زائر، ومثل هذه الإمكانيات توفر للمؤسسات المعنية والدارسين إحصاءات دقيقة عن زوار مواقع الصحيفة الإلكترونية، وتوفر للصحيفة مؤشرات عن أعداد قراءها وبعض المعلومات عنهم، حيث يمكنها أن تتصل بهم بشكل مستمر، ويمكن أن يجد متصفح مواقع الصحف الإلكترونية حقولا خاصة في شتى الصفحات تتضمن طلبا بإبداء رأي حول الموضوع المنشور أو كتابة تعليق عليه وفي حالة قيام المستخدم بذلك سيظهر تعليقه على موقع الصحيفة حيث يصبح بإمكان المستخدمين في أي مكان الإطلاع عليه، وتشمل هذه الإمكانيات بطبيعة الحال رسائل القراء التي تنشر على صفحات الصحيفة الإلكترونية. لكن جوهر هذه العملية هو الرقابة وقص ما يجب حتى في آراء المستخدمين من عامة الجمهور. توجه عدة جهات حقوقية وإعلامية نقدا لادعا لجميع المواقع العاملة وفق هذا المبدأ على أساس مساسها بحرية الرأي والتعبير؛ كون هذه العملية تقيد الجمهور كما لا يتم عبرها الاتصال الفوري مع المضامين عبر الفرز المسبق لكل أنشطة مفردات المتصفحين.

- كما تتشارك خدمات البريد المباشر مع إدارة التحرير لتلقي المقترحات والانشغالات، وتقديم قانون أو ميثاق لاستخدام الموقع نسبة 50 % من المواقع بمعدل تواجدهما في 4 صحف من أصل 8. وترجع الفائدة بهاتين الخدمتين على الموقع والأفراد المتصفحين على حد سواء؛ حيث يساهم البريد المباشر مع إدارة تحرير الموقع على تدارك أية أخطاء أو تقهقر في أداء الخدمات وإتاحة التطبيقات التفاعلية مما يتيح أكبر قدر ممكن من الرضا لدى المبحرين عبر موقعه. أما تقديم القانون فيسمح بتسيير أحسن وأسهل للموقع، بحيث يصبح من حق مدير الموقع إيقاف المشاركين وحذف أي بريد إلكتروني أو رصيد اجتماعي أو رصيد في أحد المنتديات بمجرد انتهاكه لقواعد سير الموقع.

- توفر 3 صحف فقط من أصل 8 بنسبة 37.5 % خدمة الإشعار بحدوث خطأ، وهو أمر غير مقبول بالنظر إلى أهمية هذه الخدمة في مساعدة القائمين على الموقع لإدارته بشكل فعال وسريع وفوري.

- لا تتيح الصحف الإلكترونية عينة الدراسة نهائيا إحصائيات رسمية لزوار مواقعها، تكفي ثلاثة منها هي الشروق أون لاين والنهار أون لاين والخبر بنشر إحصائيات زوار منتدياتها وعدد الأعضاء المنتسبين إليها فقط. ومن المفترض أن توفر الصحافة الإلكترونية إمكانية الحصول على إحصاءات دقيقة عن زوار مواقعها، كما تقدم مؤشرات عن أعداد قرائها وبعض المعلومات عنهم كما تمكنها هذه الخدمة من التواصل معهم بشكل مستمر. قد يفسر حجبها عن الظهور للعلن على الموقع، بحالة التنافس المحتقنة بين كبريات الصحف الجزائرية التي تمثل جزء كبيرا من عينة دراستنا، والخوف من تسرب معلومات وإحصاءات قد تمس بسمعة المؤسسة في السوق، كتدني نسب التصفح، أو تدني نسب التفاعل مع مضمانيها. وذلك مثلما برره محررو الشروق أون لاين حينما رفض مدير الموقع مقابلة الباحثة لعدة مرات وامتناعه عن التجاوب معها عبر البريد الإلكتروني حتى بعد تدخل وسيط مسؤول من ذات المؤسسة.

وقد ترتبت الصحف عينة الدراسة وفق عدد خدمات الضبط والمراقبة المتاحة على موقعها كالآتي:

- تعد كل من الشروق أون لاين والخبر ولبيرتي (Liberté) الأشد رقابة وضبطا لمواقعها من خلال توفير 66.66 % من أساليب الضبط والمراقبة أي بإتاحة 4 من أصل 6 خدمات.
- في درجة ثانية بحدة رقابة أقل تشاركت كل من النهار أون لاين، والشعب، والمجاهد (Elmoudjahid) والوطن (Elwatan) في إتاحة 3 من أصل 6 خدمات، بنسبة 50 % .
- بينما تعتبر لوسوار دالجيري (Le soir d'Algérie) الأدنى رقابة وضبطا لأنها تقوم بالنقل الإلكتروني الحرفي لنسختها الورقية المراقبة مسبقا كما لا يقدم موقعها خدمات إضافية تسمح بإبداء الآراء والحاجة إلى الغرلة.

2- التطبيقات التفاعلية المتاحة عبر مواقع الصحف الإلكترونية الجزائرية لعينة 30 أبريل

2015

2-1- الكفاءة الصفحة الأولى

جدول رقم (76) : يبين الكفاءة التقنية للصفحة الأولى لعينة أبريل 2015

El moudjahid	Liber té	Le soir d'algerie	El watan	الشعب	الخبر	النهار	الشروق	الصحيفة
6.32 ثا	4.12 ثا	3 ثا	08.9 ثا	10 ثا	04.5 ثا	06 ثا	02 ثا	متوسط زمن تحميل الصفحة خلال 24 ساعة
50-15 Ko	-50 Ko	أقل من 20 Ko	-80 Ko	-100 Ko	-10 Ko	- 30 Ko	-30 Ko	حجم ملفات الصور
132 Ko	134 Ko	31 Ko	127 Ko	336 Ko	180 Ko	181 Ko	1527 Ko	حجم ملف الصفحة

يبين الجدول رقم (76) الكفاءة التقنية للصفحة الأولى للصحف الإلكترونية الجزائرية لعينة 30 أبريل 2015. وقد بلغ زمن التحميل لـ 50 % من المواقع الإلكترونية الجزائرية بين (5 ثوان) إلى (10 ثوان)، وهو دليل على ضعف تقني في مواقع كل من النهار أون لاين، الشعب، الوطن (Elwatan)، والمجاهد (Elmoudjahid)، في حين سجلت 50 % المتبقية زمنا أقل من (5 ثوان) كان في مقدمتها الشروق أون لاين كأقصر متوسط زمني للتحميل بـ 2 ثانية (أي بأقل من زمن تحميل الشعب في عينة 1 أكتوبر 2014)، أما لوسوار دالجيري (Le soir d'Algérie) فسجلت 3 ثا، بينما استغرق تحميل كل من الخبر وليبرتي (Liberté) أزيد من 4 ثوان بـ 4.5 ثا و4.12 ثا على التوالي. ويلاحظ عبر هذه النتيجة أن "الشعب" تأخرت تماما حيث حققت أطول زمن تحميل وصل إلى 10 ثوان، قد يرجع الأمر إلى استغنائها عن خاصية ضغط الصور المفيدة في التقليل من زمن تحميل الموقع. انتقالا إلى الحديث عن الصور وحجمها فقد جاءت مختلف أحجام الصور بنسبة 75% في الصفحات الافتتاحية لمواقع الدراسة متفكة إذ أنها لا تتجاوز (200 كيلو بايت) للصفحة. مما يعني أنها متوسطة الحجم وقابلة للتحميل بزمن معقول. فيما عدا موقعي الشروق أون لاين والنهار أون لاين اللذين جددا نسختهما الإلكترونية وأصبحا يستخدمان صورا بمقياس (من 30 - 300 كيلو بايت). والملاحظ أن أقل حجم سجل كان لدى لوسوار

دالجيري (Le soir d'Algérie) بأقل من (20 كيلو بايت) نظرا لطبيعة موقعها الذي لازال يمثل نسخة كربونية للنسخة الورقية مع إضافة عدد ضئيل جدا من الخدمات كالفديو واستطلاعات الرأي.

فيما كانت أحجام الصفحات الافتتاحية لـ 87.5 % من مواقع الدراسة تتراوح ما بين (31 إلى 336 كيلو بايت). تصدرت الترتيب الشروق أون لاین بحجم فاق الألف كيلو بايت بـ 1527 كيلو بايت، بالنظر إلى التعديلات التي طرأت على نسخة بوابتها، كإضافة خدمة "مصورون"، وما تحمله نافذتها وتقدمه من صور يرسلها المستخدمون. واحتلت الشعب المرتبة الثانية من حيث كبر حجم ملف صفحتها الأولى بـ 336 كيلو بايت، بينما تأخرت لوسوار دالجيري (Le soir d'Algérie) عن كل صحف العينة وسجلت أقل حجم بالنظر إلى طبيعة موقعها الاستاتيكي بـ 31 كيلو بايت، وهو أعلى بقليل مما سجلته في عينة 1 أكتوبر 2014. أما النهار أون لاین والخبر فقد سجلتا أحجاما متقاربة بـ 181 و 180 كيلو بايت على التوالي. وكذلك الوطن (Elwatan) والمجاهد (Elmoudjahid) وليبرتي (Liberté) فقد سجلتا أحجاما متقاربة جدا بـ 127، 132 و 134 كيلو بايت على التوالي. والملاحظ أن بساطة تصميم مواقع كل من الوطن (Elwatan) والمجاهد (Elmoudjahid) وليبرتي (Liberté) التي تعتمد على أحجام صور صغيرة من الناحية التقنية، قلل من حجمها وبالتالي سيقبل أكيد من زمن تحميلها إذا ما تم ضغطها بشكل تصميمي جيد.

جدول رقم (77): يبين الكفاءة الشكلية للصفحة الأولى لعينة أبريل 2015

%	Σ	El mou dja hid	Lib e rté	Le Soir D'Al gérie	El Wat an	الشعب	الخبر	النهار	الشروق	/	الصحيفة
											العنصر
100	08	1	1	1	1	1	1	1	1	عادية	نوع الخطوط المستخدمة
37.5	03	0	0	1	1	0	0	0	1	عادية مسطرة	
100	08	1	1	1	1	1	1	1	1	عريضة	
37.5	03	0	0	1	1	0	1	0	0	عريضة مسطرة	
50	04	0	0	0	0	1	1	1	1	اليمين	المحاذاة
50	04	1	1	1	1	0	0	0	0	اليسار	
00	00	0	0	0	0	0	0	0	0	ثلاثة ألوان	ألوان النصوص
25	02	0	0	1	0	0	0	1	0	أربعة ألوان	
75	06	1	1	0	1	1	1	0	1	ألوان مختلفة	
25	02	0	0	1	1	0	0	0	0	تقسيم طولي	أسلوب عرض الموضوعات
00	00	0	0	0	0	0	0	0	0	تقسيم عرضي	
75	06	1	1	0	0	1	1	1	1	تقسيم مزدوج	

من أجل زيادة التفاعلية يجب أن يقدم مصممو وسائل الإعلام التفاعلية اختيارات عديدة للمستخدمين. وفي نفس الوقت يجب على المستخدمين أن يكونوا مؤثرين في التجربة بطريقة ما، فكلما زاد تأثير المستخدمين في التجربة كلما أصبحوا أكثر انغماسا فيها، فما يفعله المستخدمون بالمضمون يعد أكثر أهمية من مدى تأثير المضمون في المستخدمين. ويلعب التصميم الشكلي لمواقع الإعلام في هذا المقام دورا هاما جدا في لفت الانتباه، وزيادة لانغماس المستخدمين في التجربة. من أجل ذلك يحاول الجدول رقم (77) الكشف عن الخصائص الشكلية للمواقع الإلكترونية الجزائرية لفهم نسب التحفيز ولفت الانتباه عند مستخدميها.

إن الصحف الإلكترونية الجزائرية عينة الدراسة التحليلية تدمج بين نوعي الخط العادي والعريض بنسبة 100 % كما تتفق في نسبة استعمال التسطير للخطين بنسبة 37.5 % إذ تستخدم الشروق أون لاين الخطوط العادية المسطرة، والخبر الخطوط العريضة المسطرة، وتتفق كل من الوطن (Elwatan) ولوسوار دالجيري (Le soir d'Algérie) في استعمال النوعين معا (العادية المسطرة والعريضة المسطرة). وهي مؤشرات لم تتغير عن نظيرتها الخاصة بعينة 1 أكتوبر 2014 بشكل عام.

أما عن المحاذاة أو الجهة الافتراضية للغة المستخدمة فقد انقسمت عينة دراستنا مناصفة بين الجهة اليمنى والجهة اليسرى بـ 50 % لكل واحدة، وهو ما تفسره اللغة الأساسية المستخدمة في مواقع العينة، فكل من الشروق أون لاين والنهار أون لاين والخبر والشعب جرائد ناطقة باللغة العربية، بينما تحرر مضامينها باللغة الفرنسية كل من الوطن (Elwatan)، ولبيرتي (Liberté)، والمجاهد (Elmoudjahid)، ولوسوار دالجيري (Le soir d'Algérie).

وبرز الاهتمام لدى عينة الدراسة بألوان النصوص، فاستغلت 25 % منها أربعة ألوان فقط، بينما استدعت الضرورة إضافة ألوان أخرى عند 75 % من عينة الدراسة. وفي كلتا الحالتين تم التركيز على استخدام خمسة ألوان أساسية هي: الأسود، الأبيض، الأزرق والرمادي دون أن ننسى تواجد اللون الأحمر من حين لآخر عند الضرورة القصوى أي عند الأخبار العاجلة أو ذات الأهمية المراد إبرازها بشكل قوي. وبناء على هذه النتائج فإنه ليس هناك أسلوب موحد أو طريقة تميز الصحف الإلكترونية الجزائرية في استخدام الألوان، بل إن السمة العامة لديها هي الاستقادة من عدة ألوان بغض النظر عن درجتها حيث استخدمت عموماً: الأبيض، الأسود، الأزرق، الرمادي، البرتقالي، الأخضر، الأحمر، والأصفر، إضافة إلى درجات لونية مختلفة من هذه الألوان. وهي نتيجة لم تشهد تغيراً بين العينتين (1 أكتوبر 2014 و 30 أبريل 2015).

أما عن أسلوب عرض الموضوعات فقد انقسمت عينة الدراسة بين أسلوبين رئيسيين هما التقسيم أو الأسلوب الرأسي لكل الوطن (Elwatan) ولوسوار دالجيري (Le soir d'Algérie)، بنسبة 25 %. يعاب بتنافس العناوين وازدحام المساحة بها مما يربك القارئ في تحديد الموضوع الذي يبحث عنه بالضبط في واجهة الصحيفة، وهو ما جعل كلا من النهار أون لاين والخبر تتخليان عنه وتلتحقان في نسختهما الجديتين بالأسلوب المختلط. هذا الأخير الذي ساد في مواقع الشروق أون لاين والنهار أون لاين والخبر والشعب ولبيرتي (Liberté) والمجاهد (Elmoudjahid) بنسبة 75 %، وقد استغلته هذه الصحف لسماحه بتقديم موضوعات متعددة مع الاحتفاظ بجزء لعرض موضوع متكامل. وفضلت الصحف الإلكترونية الجزائرية عينة الدراسة الاستغناء نهائياً عن الأسلوب الأفقي في عرض موضوعاتها بالنظر إلى قلة الموضوعات التي يراها القارئ عبره في واجهة الصحيفة. والملفت للانتباه هو التغير الحاصل في موقعي الخبر والنهار أون لاين فيما يخص مؤشر أسلوب عرض الموضوعات.

جدول رقم (78): يبين الكفاءة الخدمائية للصفحة الأولى لعينة أبريل 2015

%	Σ	El Mo udj ahid	Libe rté	Le soi r d' Al gérie	El wa tan	الش عب	الذ بر	النها ر	الشرو ق	الصحيفة	N°
										العنصر	
12.5	01	0	0	0	0	0	0	0	1	استخدام نظام البوابة	1
50	04	0	1	0	0	1	0	1	1	استخدام نظام الشاشة	2
75	06	1	1	0	0	1	1	1	1	الوصلات السريعة (الأكثر قراءة، الأكثر تعليقا، الأكثر تقييما...)	3
75	06	1	1	0	1	0	1	1	1	خدمة الربط بمواقع أخرى	4
75	06	0	1	1	0	1	1	1	1	خدمة عدد القراءات	5
62.5	05	1	1	0	1	0	0	1	1	خدمة عدد التعليقات	6
100	08	1	1	1	1	1	1	1	1	تنوع خيارات المواضيع والصفحات أمام المستخدم	7
75	06	1	1	0	1	0	1	1	1	خدمة الأخبار العاجلة بتوقيت وصولها (التحديث المستمر)	8
50	04	1	1	0	1	0	1	0	0	محركات البحث داخل الموقع	9
37.5	03	1	0	0	0	0	0	1	1	تعدد اللغات	10
87.5	07	1	1	0	1	1	1	1	1	الربط بشبكات التواصل الاجتماعي	11
50	04	0	0	0	1	0	1	1	1	روابط ضمن الخبر	12
62.5	05	0	1	0	1	0	1	1	1	الإعلانات	13
50	04	0	1	0	0	0	1	1	1	أخبار الطقس	14
00	00	0	0	0	0	0	0	0	0	أخبار العملات	15
37.5	03	0	0	0	0	0	1	1	1	البث المباشر	16
37.5	03	0	0	1	0	0	0	1	1	خدمة النص العادي	17

12.5	01	0	0	0	0	0	0	0	1	خدمات أخرى - خدمة البحث عبر محرك غوغل للبحث	18
12.5	01	0	0	0	0	0	0	0	1	- استحداث روابط خاصة بأحداث كبرى	19
25	02	1	0	0	0	1	0	0	0	- خدمة تحديد موقع المؤسسة على غوغل ماب	20
12.5	01	0	0	0	0	0	1	0	0	- مواقيت الصلاة	21
12.5	01	0	0	0	0	0	0	0	1	- خدمة نشر محتوى منتج من طرف المستخدمين (خدمة مصورون)	22
46.0	81	09	11	03	08	06	12	14	18	∑	/
2											
46.0	368.	40.	50	13.	36.	27.	54.	63.	81.8	%	/
2	16	9		63	36	27	54	63	1		

يوضح الجدول رقم (78) الكفاءة الخدمائية للصفحة الأولى لثمانية أكبر مواقع إلكترونية جزائرية تمثل عينة دراستنا الحالية؛ وهي: الشروق أون لاين، النهار أون لاين، الخبر، الشعب، الوطن (Elwatan)، لوسوار دالجيري (Le soir d'Algérie)، ليبرتي (Liberté) والمجاهد (Elmoudjahid). ويجب الإشارة قبل البدء في التحليل المفصل لعينة 30 أبريل 2015 إلى أن ثلاث مواقع من أصل 8 هي الشروق أون لاين والنهار أون لاين والخبر قد أحدثت تغييرات على مواقعها؛ جزئية بالنسبة للشروق أون لاين بإضافة خدمات جديدة، وكلية بالنسبة لكل من النهار أون لاين والخبر اللذين اعتمدا على تصميم متطور جديد كلياً مع إضافة بعض الخدمات كأحوال الطقس ومحركات البحث داخل الموقع، أو الحذف كما قامت به الخبر مع الأرشيف بصيغة بي دي أف في انتظار هيكلية الموقع وتسوية الأمور البنكية والمصرفية لاستحداث خدمة مدفوعة الأجر للاطلاع على الأرشيف بصيغته من أجل دعم مداخل النسخة الورقية التي بدأت تتراجع، وهو ما تقوم به كبريات الصحف الفرنسية على غرار لوموند (Le Monde) وغيرها الكثير، هذه المعلومات كان قد صرح بها السيد فاروق غدير مدير موقع الخبر في مقابلة معه في ماي 2015 بمقر المؤسسة بحيدرة (مقابلة مع السيد فاروق غدير، مدير موقع الخبر، مرجع سبق ذكره). ثاني ما تغير بين عينة 1 أكتوبر 2014 وعينة 30 أبريل 2015 في مؤشرات الكفاءة الخدمائية للصفحة الأولى هو عدد مؤشرات المقياس

من 21 إلى 22، بإضافة مؤشر استحدثته الشروق أون لاين وهو خدمة "مصورون"، بحيث أتاحت لمستخدميها تصوير ما شاؤوا وإرساله لموقعها للنشر.

ونقدم في ترتيب تنازلي من حيث نسب الإتاحة كل خدمات الصفحة الأولى في المواقع السابقة الذكر لعينة 30 أبريل 2015 كآلاتي:

- وفرت 100 % من الصحف عينة الدراسة خدمة تنوع خيارات المواضيع وروابط الصفحات أمام المستخدمين بين مواضيع سياسة، أخبار محلية، وأخبار دولية، الرياضة، الاقتصاد، الدين، الثقافة والفن، المرأة والمجتمع... وغيرها الكثير من الخيارات المعلوماتية والتفاعلية كالاستفتاءات، التعاليق، الوصلات السريعة، والمنديات. مثلها في ذلك مثل عينة 1 أكتوبر 2014.

- قدمت 87.5 % من المواقع الجزائرية خدمة الربط بشبكات التواصل الاجتماعي، وكان على رأسها الفيسبوك واليوتيوب، وبدرجة ثانية التويتر وغوجل بلوس. ونقلت شبكات التواصل الاجتماعي الإعلام إلى آفاق غير مسبوقة، وأعطت مستخدميه فرصا كبرى للتأثير والانتقال عبر الحدود بلا قيود ولا رقابة إلا بشكل نسبي محدود. للإشارة فإنها نتيجة مماثلة لما توصلت له الباحثة في ذات المؤشر خلال تحليل عينة 1 أكتوبر 2014.

- تساوت نسب أربع خدمات في مواقع الصحف الإلكترونية الجزائرية هي: خدمة الأخبار العاجلة بتوقيت وصولها (التحديث المستمر)، الوصلات السريعة (الأكثر قراءة، الأكثر تعليقا، الأكثر تقييما...)، خدمة الربط بمواقع أخرى، وخدمة عدد القراءات، حيث حققت جميعها 75 %، محافظة على ترتيبها بين المؤشرات المختلفة للكفاءة الخدماتية في عينة 1 أكتوبر 2014.

- حققت خدمات عدد التعليقات والإعلانات الإلكترونية ذات النسبة بـ 62.5 % من مواقع الصحف الجزائرية عينة الدراسة الموفرة لهما. ويلاحظ بشكل عام لجوء معظم الصحف الإلكترونية إلى التمويل من خلال الإعلانات، وقد أصبح الإعلان المتكرر على كل صفحة في الصحيفة الإلكترونية المسمى بإعلان اليافاطة (Banner) هو مصدر الدخل الرئيس لهذه الصحف. وكشف المختصون المشاركون في مؤتمر (إيفرا الشرق الأوسط) الثاني للنشر الصحفي الذي استضافته مؤسسة الإمارات للإعلام في أبو ظبي، أن حصة الصحف من الإعلانات على مستوى العالم أكثر بأربعة أضعاف من حصة التلفزيون والإنترنت.

- قدمت 50 % من الصحف الجزائرية محل الدراسة خدمات استخدام نظام الشاشة ووجود روابط ضمن الخبر، مع ارتفاع نسب توفر خدمتان أخريان هما وجود محركات للبحث داخل الموقع وأخبار الطقس من 37.5 % في عينة 1 أكتوبر 2014 إلى 50 % في العينة الحالية (30 أبريل 2015)، وذلك بإضافة الخبر لمحرك بحث داخل موقعها، وتقديم النهار أون لاين لأحوال الطقس في نسختيهما الجديدتين.

- اشتركت ثلاث خدمات في نسبة واحدة هي 37.5 % من المواقع الموفرة لها، وهذه الخدمات هي: تعدد لغات الموقع وخدمة النص العادي والبيث المباشر. هذا الأخير الذي شهدت نسبته ارتفاعا من 25 % إلى 37.5 %، بإضافته إلى قائمة خدمات موقع الخبر بعدما لم يكن متاحا في عينة 1 أكتوبر 2014.

- بينما حصل مؤشر تحديد موقع المؤسسة على غوغل ماب على نسبة 25 % من المواقع الإلكترونية عينة الدراسة التحليلية منفردا، بتواجهه في موقعين عموميين هما الشعب والمجاهد (Elmoudjahid). وهي الخدمة التي سبق وسهلت على الباحثة الوصول إلى مقرّيهما عندما أرادت إجراء مقابلات مع مديري موقعيهما.

- في المرتبة ما قبل الأخيرة قدمت مؤسسة واحدة على الأكثر بنسبة 12.5 % من عينة مواقع الدراسة خدمات: نظام البوابة والبحث عبر محرك غوغل واستحداث روابط خاصة بأحداث كبرى، قدمهم موقع الشروق أون لاين بعدما استغنت الخبر عن الخدمة الأخيرة منهم (استحداث روابط خاصة بأحداث كبرى) في نسختها الجديدة. إضافة إلى تميز الشروق أون لاين بإتاحة خدمة جديدة ضمن التغيرات المستحدثة على نسختها بمناسبة دخولها سنة 2015 ألا وهي خدمة نشر محتوى منتج من طرف المستخدمين (خدمة مصورون) التي نالت اهتماما كبيرا ورواجا خاصة عبر أرصدة المؤسسة على شبكات التواصل الاجتماعي حسبما صرح به محررا موقع الشروق أون لاين حينما قامت الباحثة في ماي 2015 بإجراء مقابلة معها (مقابلة مع صحفيين، محررين بالشروق أون لاين، مرجع سبق ذكره). وخدمة مواقيت الصلاة الموفرة من طرف مؤسسة الخبر فقط.

- أهملت كل مواقع العينة خدمة أسعار العملات، في وقت أكدت فيه دراسة سابقة للأستاذ حسين إسماعيل حداد قدمها تحت عنوان "مدى توفر تطبيقات التفاعلية في مواقع وكالات الأنباء العراقية على الإنترنت"، تدني توفير خدمة أسعار العملات والسوق بنسبة 16.6 % في عينة دراسته.

في المقياس التجميعي للدرجات نجد أن الصحف ترتبت وفق توفيرها للخدمات كما يلي:

- تصدرت الشروق أون لاين ترتيب مواقع الصحف الإلكترونية الجزائرية بتحصيلها لـ 18 درجة من أصل 22، وبذلك حققت نسبة مرتفعة بشيء طفيف عما سجلته في عينة 1 أكتوبر 2014 بـ 81.81 % في بعد الكفاءة الخدماتية للصفحة الأولى. وقد أهملت أيضا هذه المرة 4 خدمات تعد بالمقارنة بخدمات أخرى ثانوية فيما عدا توفير محرك بحث داخل الموقع الذي يعد خدمة أساسية في المواقع الإلكترونية بالنظر إلى الحاجة إليها وضرورتها لدى المستخدمين، فضلا عن توفيرها للجهد المبذول من طرفهم، ويمكن في أي وقت استحداث وإضافة هذه الخدمات إلى النسخة الحالية للموقع، وهي: أسعار العملات، تحديد الموقع عبر غوغل ماب ومواقيت الصلاة.

- يليها مباشرة موقع النهار أون لاين في المرتبة الثانية بـ 14 درجة من أصل 22 درجة ونسبة 63.63 %، حيث يعاب عليه بالدرجة الأولى عدم استخدام نظام البوابة وغياب إضافة محتوى من طرف المستخدمين، ومحرك البحث داخل الموقع، وفي درجة ثانية غياب أخبار العملات، والبحث عبر محرك غوغل، استحداث روابط خاصة بأحداث كبرى، تحديد الموقع عبر غوغل ماب ومواقيت الصلاة. وتؤكد مرتبته إحصائيات موقع أليكسا التي صنفت النهار أون لاين كثاني أكبر موقع مؤسسة إعلامية جزائرية بعد الشروق أون لاين من حيث نسب التصفح والتفاعلية.

- تراجع موقع الخبر إلى المركز الثالث بعدما كان يتقاسم المرتبة الثانية مع النهار أون لاين في عينة 1 أكتوبر 2014، بجمعه لـ 12 درجة فقط من 22 بنسبة 54.54 %، يعود ذلك إلى إهمال النسخة المستحدثة لخدمتين

هامتين جدا هما عدد التعليقات المرافقة لكل موضوع في واجهة الصحيفة وتعدد اللغات، في وقت استدركت فيه النسخة الجديدة للنهار إغفالها لعدة خدمات.

- ثم في مرتبة رابعة تأتي صحيفة ليبرتي (Liberté) بتحصيلها لـ 11 درجة من أصل 22 بنسبة 50 %، وسجل موقعها نقصا في عدة خدمات أساسية أولها نظام البوابة، ووجود الروابط ضمن الخبر (غياب الاستخدام الأمثل لتقنية النص الفائق)، وتعدد لغات الموقع. وفي ظل التقدم الذي أحرزته كل من الشروق أون لاين والنهار أون لاين والخبر، ظهر إلى العلن استقرار تصميم هذه الصحيفة على الرغم من مضي 6 أشهر على العينة الأولى، فضلا عن دخول سنة ميلادية جديدة كان يفترض بها مراجعة تصميمها واستحداث الجديد فيه لاستقطاب عدد أكبر من الجماهير، كل ذلك أدى إلى تراجعها بمرتبة واحدة من الثالثة في عينة أكتوبر 2014 إلى الرابعة في عينة أبريل 2015.

- وجاء موقع صحيفة المجاهد (Elmoudjahid) في المرتبة الخامسة بـ 9 درجات من أصل 22، بنسبة بلغت 40.9 %، حيث أهملت صحيفة المجاهد عددا من الخدمات الهامة تتقدمها خدمة نظام البوابة، واستغلال نظام الشاشة، الإعلانات، إضافة إلى عدد القراءات المرافق للموضوع والذي يحث القراء على الاطلاع على الموضوع خصوصا إذا ما حقق عددا مرتفعا من المشاهدات، زيادة على خدمة النص الفائق وربط الخبر بسياقات مقارنة.

- في حين احتلت الجريدة الإلكترونية الأولى من حيث الظهور في الجزائر؛ الوطن (Elwatan) المرتبة السادسة في تقديمها للخدمات الأساسية المفترض وجودها في واجهتها، بمعدل 8 خدمات من أصل 22 ونسبة متدنية قدرت بـ 36.36 %، إذ غابت عن صفحتها الأولى الكثير من الخدمات الضرورية جاء في مقدمتها نظام البوابة ونظام الشاشة، فالوصلات السريعة، وعدد القراءات، وتعدد اللغات. ويلاحظ كذلك إهمالها للربط بين قنواتها الخاصة الوطن TV وموقع الصحيفة فلم تقدم نهائيا رابط البث المباشر. يرجع تراجعها إلى المرتبة السادسة إلى عدم اهتمامها بتطوير نسختها وتقديم خدمات جديدة خصوصا بحلول سنة 2015، ومضي أكثر من 7 سنوات على هذه النسخة التي قام بتصميمها بمساعدة من مصمم جريدة لوموند الفرنسية (Le Monde) آنذاك مدير موقعها السيد مراد حشيد حسبما صرح به في مقابلة أجريناها معه في ماي 2015 (مقابلة مع السيد حشيد مراد، مدير موقع الوطن، مرجع سبق ذكره).

- يليها موقع صحيفة الشعب في مرتبة سابعة بعدد أقل بقليل من الخدمات 6 من أصل 22، وبنسبة متدنية جدا بلغت 27.27 %، حيث وفر الموقع كلا من: نظام الشاشة، الوصلات السريعة، عدد القراءات، تنوع خيارات المواضيع والصفحات أمام المستخدم، الربط بشبكات التواصل الاجتماعي من خلال الفايبروك واليوتيوب، وأخيرا تحديد عنوان المؤسسة على غوغل ماب.

- في مرتبة أخيرة لم يتحرك موقع لوسوار دالجييري (Le soir d'Algérie) واختص بضعف شديد في توفير خدمات إضافية إلى جانب المضامين الموجودة في النسخة الورقية حرفيا، إذ سجل وجود 3 خدمات فقط بنسبة 13.63 % هي: عدد القراءات، تنوع خيارات المواضيع والصفحات أمام المستخدم من خلال تنوع مضامين النسخة الورقية بين سياسة، اقتصاد، محليات، مجتمع، أخبار دولية ... الخ، وأخيرا خدمة النص العادي من أجل النسخ.

بشكل عام يمكن أن نستنتج أن مواقع الصحف الإلكترونية عينة الدراسة حازت على نسبة متوسطة فيما يخص الكفاءة الخدمائية للصفحات الأولى لها تراجمت بشكل طفيف عن نظيرتها المسجلة في عينة أكتوبر 2014، حيث قدرت بـ 46.02 % (مقابل 46.24 %)، ويفسر ذلك بعدم الاهتمام بإتاحة كثير من الخدمات الأساسية التي يفترض تواجدها بالصفحة الأولى لكل صحيفة إلكترونية تفاعلية، ونذكر منها: خدمة نظام البوابة ونظام الشاشة، خدمة النص الفائق والروابط ضمن الخبر، ووجود محرك بحث داخل الموقع، وخدمة تعدد لغات الموقع، البث المباشر، والنص العادي للنسخ. إن ذلك غير مقبول في وقت تسعى الجزائر فيه إلى تدارك تأخرها عن ركب الصحافة الإلكترونية، وهو ما تجلى في رغبة عدد كبير من الإعلاميين والصحفيين في خوض هذه التجربة، حتى لو كانت البيئة الاجتماعية والسياسية غير مواتية أو غير متفاعلة. فبينما يرى مراقبون أن الصحافة الإلكترونية حاليا في الجزائر تبقى فضاء محتكرا من طرف النخبة، التي لديها ولوج إلى شبكة الإنترنت بجودة عالية، لكن بمعدل اختراق يعد واحدا من أدنى المعدلات في العالم بـ 14 %، تسعى عدة مؤسسات إعلامية جزائرية للانتشار عبر شبكات التواصل الاجتماعي تماشيا مع الشباب بما يوفره له الفضاء الإلكتروني من الحرية، والبعد عن القيود السياسية والبيروقراطية. فوفقا لدراسة نشرت عام 2012 من قبل شركتين جزائريتين متخصصتين في مجال التسويق على شبكة الإنترنت، وهما "ميد كوم" و"إدياتيكا"، فإن حوالي 74 بالمائة من مستخدمي الإنترنت في الجزائر، يفضلون استخدام الإنترنت كأداة لاستقاء المعلومات. هذا انعكس على عدد زوار ومتابعي المواقع الإخبارية عبر الإنترنت، حيث تتباهى بارتفاع عدد زوارها، والذين تتراوح أعدادهم بين 20 ألف و 250 ألف زائر يوميا، وأكثرها شعبية في جميع أنحاء الجزائر هو موقع (TSA) الرائد، الذي انطلق عام 2007 (<http://www.dc4mf.org/fr/node/6082>، 2015/05/27).

2-2- تطبيقات الوسائط المتعددة والأرشيف الإلكتروني

جدول رقم (79): يبين تطبيقات الوسائط المتعددة والأرشيف الإلكتروني لعينة أبريل 2015

N°	الصحيفة									
	العنصر	الشروق	النهار	الذبر	الشعب	Elwatan	Le soir d'Algérie	Liberté	Elmodjidi	%
1	المحتوى الصوتي	0	0	0	0	0	0	0	0	00
2	الفيديو	1	1	1	1	1	1	1	1	08
3	الكاريكاتور	1	0	0	0	1	1	1	0	04
4	الأرشيف PDF	1	1	0	1	1	1	1	1	07
5	الأرشيف HTML	0	0	1	0	0	1	1	0	03
/	∑	03	02	02	02	03	04	04	02	22
/	%	60	40	40	40	60	80	80	40	440

يكشف الجدول رقم (79) عن مدى توفر الوسائط المتعددة والأرشيف الإلكتروني عبر مواقع الصحف الجزائرية عينة 30 أبريل 2015، وضحت نتائج أن كل الصحف الجزائرية توفر بنسبة 100 % الفيديو حتى الموقع الاستاتيكي الوحيد في الدراسة نقصد هنا موقع (Le soir d'Algérie)، فلم تكتف الوسائل الإعلامية الإلكترونية بالسماح لكل من المرسل والمستقبل بتبادل أدوار العملية الاتصالية، ولكنها أحدثت ثورة نوعية في المحتوى الاتصالي المتنوع، من نصوص إلى صور، ولقطات فيديو مصورة.

- إضافة إلى الفيديو، تقدم جل الصحف عينة الدراسة الأرشيف بصيغة PDF أيضا بنسبة 87.5 % بشكل مجاني تماما، وقد تراجع موقع الخبر عن تقديمه بسبب تدهور مبيعات صحيفته الورقية، ولاعتقاد رئاسة تحرير المؤسسة بضرورة إتاحتها بشكل مدفوع في المستقبل القريب.

- زيادة على ذلك تقدم الصحف الإلكترونية الجزائرية رسوما كاريكاتيرية بنسبة 50 % بمعدل 4 صحف خاصة هي: الشروق أون لاين، والوطن (Elwatan)، لوسوار دالجيري (Le soir d'Algérie)، وليبرتي (Liberté)، وامتنعت الأربع صحف المتبقية بما فيها إثنيين منها خاصة الملكية هي النهار أون لاين والخبر عن تقديم هذه الخدمة.

- لا تتيح الصحف عينة الدراسة الأرشيف بصيغة HTML سوى بنسبة 37.5 % هي كل من الخبر وليبرتي (Liberté) ولوسوار دالجيري (Le soir d'Algérie)، على الرغم من أهميته إلا أننا نلاحظ إهمالا له. وكانت صحيفة الخبر الوحيدة من بين الصحف التي تقطنت إلى أهميته في نسختها الجديدة والمطورة عن السابقة (أكتوبر 2014)، حيث أضافته كخدمة جديدة عبر موقعها.

- لا توجد في جميع مواقع الدراسة الخدمة السمعية أو المحتوى الصوتي بالرغم من كونها مادة مهمة ومساعدة في تقديم الأخبار والمعلومات بشكل متنوع.

بشكل عام فقد ترتبت الصحف الإلكترونية عينة الدراسة ترتيبا غير الذي تحصلت عليه الباحثة مع الكفاءة الخدماتية للصفحة الأولى في عينة أكتوبر 2014، حيث سجلت صحف جديدة تقدما من خلال استغلالها المثالي للوسائط المتعددة والأرشيف الإلكتروني بصيغتي PDF و HTML، نقدم هذا الترتيب في ثلاث مراتب كالآتي:

- تقدمت كل من ليبرتي (Liberté) ولوسوار دالجيري (Le soir d'Algérie)، في المرتبة الأولى بنسبة 80 % من خدمات الوسائط المتعددة والأرشيف الإلكتروني، حيث كادت تحصلان على الدرجة الكاملة للمقياس 5 لولا إهمالهما للمحتوى الصوتي فقط.

- وجاءت في المرتبة الثانية مناصفة كل من الشروق أون لاين، والوطن (Elwatan) بنسبة 60 % إذ لم تتوفر خدمتين هما المحتوى الصوتي والأرشيف بصيغة HTML.

- في حين تقاسمت المرتبة الثالثة والأخيرة كل من النهار أون لاين والخبر والشعب والمجاهد (Elmoudjahid) بنسبة 40 %، فقد أهملت هذه الصحف الخدمات الآتية: المحتوى الصوتي والأرشيف بصيغة HTML

الفصل السابع: الدراسة التحليلية للتطبيقات التفاعلية المتاحة عبر مواقع الصحف الإلكترونية الجزائرية

والكاريكاتير. كما حذفت الخبر خدمة الأرشفة الإلكتروني بصيغة PDF للأسباب المذكورة أعلاه والتي أدلى بها مدير موقع الخبر السيد فاروق غدير في مقابلة سابقة مع الباحثة بمقر المؤسسة في ماي 2015.

2-3- تطبيقات تمكين المستخدم من التفاعل مع المحتوى

جدول رقم (80): يبين تطبيقات تمكين المستخدم من التفاعل مع المحتوى لعينة أبريل 2015

N°	الصحيفة العنصر	الشروق	النهار	الخبير	الشرق	El wat an	Le soir d'Alg érie	Libe rté	El Mou djah id	Σ	%
1	استطلاعات الرأي	1	0	1	0	0	1	0	0	03	37.5
2	خدمة التعليق على الحدث	1	1	1	1	1	0	1	1	07	87.5
3	خدمة تحديث المحتوى	1	0	1	0	1	0	0	1	04	50
4	خدمة الاشتراكات RSS	0	0	0	0	1	0	0	1	02	25
5	خدمة الخبر العاجل عبر القوائم البريدية	1	0	0	0	1	0	0	1	03	37.5
6	خدمة الخبر العاجل عبر الهاتف المحمول	1	1	0	0	1	0	1	1	05	62.5
7	خدمة إضافة حدث من طرف المستخدمين	0	0	0	0	0	0	0	0	00	00
8	خدمة إرسال المحتوى إلى صديق	0	0	1	1	1	0	1	0	04	50
9	خدمة مشاركة المحتوى عبر شبكات التواصل الاجتماعي	1	1	1	1	1	0	1	1	07	87.5
10	خدمة نسخ المحتوى	0	0	0	1	1	1	1	1	05	62.5
11	خدمات أخرى -خدمة التحكم في المحتوى (نوع الخط، التمرير يمينا أو يسارا، زيادة مساحة الخبر)	0	1	1	1	1	0	1	1	06	75

50	04	1	1	0	0	0	0	1	1	-خدمة جعل الصفحة الأولى مفضلة	12
50	04	1	1	0	0	0	0	1	1	- خدمة جعل الصفحة الأولى صفحة الانطلاق.	13
12.5	01	0	0	0	0	0	0	0	1	- خدمة شارك برأيك	14
12.5	01	0	1	0	0	0	0	0	0	-خدمة تقديم كل خبر على حدة في صيغة PDF.	15
12.5	01	0	0	0	0	0	0	1	0	- تقديم أهم أخبار، فيديوهات، صور الشبكة العنكبوتية	16
25	02	0	0	0	0	0	1	1	0	- خدمة تقييم المحتوى	17
43.3	59	10	09	02	09	05	07	08	09	∑	/
8											
43.3	347.	58.8	52.9	11.76	52.9	29.	41.	47.	52.9	%	/
8	04	2	4		4	41	17	05	4		

يبين الجدول رقم (80) خدمات التفاعل مع المضمون التي توفرها الصحف الجزائرية أمام مستخدميها. وفيما يأتي تلخيصها الباحثة مرتبة وفق نسب توفرها تنازليا:

- يجب الإشارة إلى أن هناك تغيرا بين عينة 1 أكتوبر 2014 وعينة 30 أبريل 2015 في مؤشرات تفاعل المستخدم مع المحتوى وهو عدد مؤشرات المقياس من 16 إلى 17، بإضافة مؤشر استحدثته النهار أون لاين وهو خدمة "حديث الشبكة"، بحيث أتاحت لمستخدميها الاطلاع على أكثر المحتويات راجا في الشبكة العنكبوتية.

- حصلت خدمتا "التعليق على الأخبار" و"مشاركة المحتوى عبر شبكات التواصل الاجتماعي" على أعلى نسب الإتاحة في مواقع الصحف الإلكترونية عينة الدراسة بـ 87.5% حيث شهدت حضورا في 7 صحف من أصل 8 إذ لم توفرها إلا صحيفة واحدة هي (Le soir d'Algérie) نظرا لنمط موقعها الاستاتيكي. حيث تميز موقع الخبر في إضافاته عبر نسخته الجديدة بإتاحة خدمة "مشاركة المحتوى عبر شبكات التواصل الاجتماعي" بعدما أغفلها في نسخته السابقة (عينة أكتوبر 2014).

- أعقبتهما "خدمة التحكم في المحتوى (نوع الخط، التمرير يمينا أو يسارا، زيادة مساحة الخبر)" بنسبة 75%، بعدما كانت متاحة بنسبة 50% في عينة أكتوبر 2014. وقد كانت محل إضافة جديدة في النسختين المطورتين لكل من النهار أون لاين والخبر إذ أنها خدمة مفيدة للمستخدمين خصوصا منهم ذوو البصر الضعيف على سبيل المثال في حالة التحكم بحجم النص، أو زيادة مساحة الخبر كله وليس الخط فقط، كما أن تمرير شرائط الأخبار يمينا أو يسارا يعطي ليونة وسهولة اختيار للمستخدم.

- تلتها خدمتي "الاشتراك للحصول على الخبر العاجل عبر الهاتف المحمول" و"نسخ المحتوى" حيث توفرهما حوالي 62.5 % من الصحف عينة الدراسة. وأصبحت متابعة الأخبار من خلال هذه الخدمة في متناول الجميع أينما كانوا وبالضغط على زر فقط. وهي النسبة ذاتها المحصلة لهذه الخدمة في عينة أكتوبر 2014.

- تقاسمت المرتبة الرابعة أربع خدمات هي "التحديث المستمر للمحتوى" و"إرسال المحتوى إلى صديق" و"خدمة جعل الصفحة الأولى صفحة الانطلاق"، و"خدمة جعل الصفحة الأولى مفضلة لدى المستخدم" بنسبة توفر في مواقع الصحف الإلكترونية الجزائرية بلغت 50 %. وقد سجلت 3 خدمات منها فيما عدا "إرسال المحتوى إلى صديق" تقدما طفيفا في إتاحتها عبر المواقع عينة الدراسة من 37.5 % إلى 50 %. وجاء ذلك بإضافة الخبر "للتحديث المستمر للأخبار" والنهار أون لاین لكل من "خدمة جعل الصفحة الأولى صفحة الانطلاق"، و"خدمة جعل الصفحة الأولى مفضلة لدى المستخدم".

- وفي مرتبة خامسة جاءت كل من خدمتي "استطلاعات الرأي" و"الاشتراك للحصول على الخبر عبر القوائم البريدية"، بنسبة توفر ضعيفة في مواقع الدراسة قدرت بـ 37.5 % أي بتوفرها في 3 صحف على الأكثر من بين 8 صحف تمثل عينة الدراسة. وتعد كلتا الخدمتين من أبرز الخدمات الضرورية لتحقيق التفاعلية عبر الصحف الإلكترونية.

- ضمن المرتبة السادسة نجد خدمتا "الاشتراك ضمن نظام RSS" و"تقييم المحتوى" إذ توفرهما فقط صحيفتين من أصل 8 صحف للخدمة الواحدة هما الوطن (Elwatan) والمجاهد (Elmoudjahid) للأولى والخبر والنهار أون لاین للثانية بنسبة 25 %. والملاحظ أن موقع الخبر سجل تقدما بارزا في إضافاته، ففي كل الأبعاد السابقة تقريبا نجد الجديد في موقعه، وهو أمر ضروري بالنظر إلى مكانة النسخة الورقية له في الساحة الإعلامية الجزائرية، والتي تحتم ذات المستوى ولم لا أفضل منه في البيئة الإلكترونية عبر موقعه، فمن الظاهر أن سياسة مؤسسة الخبر اتجاه موقعها آخذة في التحول تدريجيا إلى استثمار تفاعلي ربحي مستقبلي، وهو ما أكدته كذلك تصريحات مديره حينما قابلته الباحثة في ماي 2015.

- في المركز السابع وفرت صحيفة إلكترونية جزائرية واحدة على الأقل من بين 8 صحف عينة الدراسة كل من خدمة "شارك برأيك" للشروق أون لاین على غرار ما تقدمه الجزيرة نت، و"خدمة تقديم كل خبر على حدة في صيغة PDF" للبريتي (Liberté)، في حين استحدث موقع النهار أون لاین خدمة جديدة أطلق عليها "حديث الشبكة" حيث نجد في ركن مستقل من أركان محتوى الموقع النقطة لكل محتوى لاقى رواجاً كبيراً عبر شبكة الإنترنت خاصة في الشبكات الاجتماعية سواء كان أخباراً أو فيديو أو صوراً، قدرت نسبة إتاحة هذه الخدمات بـ 12.5 %.

- وأخيرا انعدمت خدمة "إضافة حدث من طرف المستخدمين" أي كتابة خبر وإرساله من طرف المستخدمين، حيث لم تقدمها أي صحيفة إلكترونية جزائرية. ويمكن أن نرجع ذلك إلى عدم وجود مصداقية فيما ينتجه

المستخدمون، زيادة على قلة أعداد المكلفين بمواقع الصحف الجزائرية مما يجعل مهمة رقابة ومراجعة المضامين والتحقق من صحتها قبل نشرها أمرا مستحيلا.

ووفق ما تحصلت عليه الباحثة من مجموع هذه الخدمات الداعمة لتفاعل المستخدم مع مضمون مواقع الصحف الإلكترونية الجزائرية ترتبت هذه الأخيرة من حيث نسب توفيرها لها كالاتي:

- احتلت صدارة الترتيب صحيفة المجاهد (Elmoudjahid) بتوفيرها 10 خدمات من أصل 17 بنسبة راوحت 58.82 %، حيث أغفلت فقط 7 خدمات هي: إضافة حدث من طرف المستخدمين، استطلاعات الرأي، وخدمة إرسال المحتوى إلى صديق، خدمة حديث الشبكة، شارك برأيك، خدمة تقييم المحتوى وخدمة تقديم كل خبر على حدة في صيغة PDF .

- تلتها مواقع ثلاث صحف في المرتبة الثانية هي الشروق أون لاين والوطن (Elwatan) وليبرتي (Liberté) بمجموع 9 خدمات من أصل 17 مسجلتين لنسبة 52.94 %، وهو دليل على إحرار الشروق للتقدم بنسختها المستحدثة جزئيا.

- فيما حلت النهار أون لاين بالمرتبة الثالثة متقدمة في الترتيب عن عينة أكتوبر 2014، من خلال تحسين خدمات موقعها بالنسخة الجديدة، خاصة بإضافتها لخدمة "حديث الشبكة" والعديد من المؤشرات الأخرى في أبعاد أخرى. فقد وفرت ما يقارب نصف الخدمات (8 من أصل 17)، لذلك تقدمت إلى نسبة 47.05 %.

- كما أن موقع الخبر أيضا عرف تقدما في هذا البعد التفاعلي بمركز رابع وتوفيره لـ 7 خدمات من أصل 17، بنسبة راوحت 41.17 %، وهو انعكاس للخدمات الإضافية المستحدثة في الطبعة الجديدة كليا للموقع، نذكر منها: "خدمة التحكم في المحتوى (نوع الخط، التميريم يمينا أو يسارا، زيادة مساحة الخبر)"، "التحديث المستمر للأخبار" وخدمة تقييم المحتوى كنوع من معرفة رأي وتفضيلات الجمهور للمحتويات وكتابها.

- جاءت "الشعب" في المرتبة الخامسة بتوفيرها لخمس خدمات فقط من أصل 17 هي: خدمة التعليق على الخبر ونسخه وإرساله إلى صديق مع التحكم فيه، ومشاركته عبر شبكات التواصل الاجتماعي، بنسبة 29.41 %. وتفسر هذه النتيجة باستقرار الموقع فيما تحركت مواقع منافسة باتجاه استحداث خدمات جديدة ونسخ مطورة لها.

- أنهت لوسوار دالجيري (Le soir d'Algérie) الترتيب بخدمتين فقط هما "استطلاعات الرأي" و"نسخ المحتوى" بنسبة 11.76 %.

4-2- تطبيقات تمكين تفاعل المستخدم مع المحررين

جدول رقم (81): يبين تطبيقات تمكين تفاعل المستخدم مع المحررين لعينة أبريل 2015

N°	العنصر	الصحيفة	الشروق	النهار	الخبير	الشرق	El wat an	Le soir d'Algérie	Liber té	El mo udj ahid	Σ	%
1	خدمة البريد الإلكتروني لمحرري قوالب الرأي		1	0	1	0	0	0	1	0	03	37.5
2	خدمة الهاتف والفاكس		1	1	1	1	1	1	1	1	08	100
3	خدمة البريد التقليدي		1	1	1	1	1	1	1	1	08	100
4	خدمات أخرى - خدمة الربط بالمدونات		0	0	0	0	1	0	1	0	02	25
/	Σ		03	02	03	02	03	02	04	02	21	65.6
/	%		75	50	75	50	75	50	100	50	525	65.6
											2	2

فرضت الصحافة الإلكترونية واقعا مهنيا جديدا فيما يتعلق بالصحفيين وإمكانياتهم وشروط عملهم، فقد أصبح المطلوب من الصحفي المعاصر أن يكون ملما بالإمكانيات التقنية وبشروط الكتابة للإنترنت وللصحافة الإلكترونية كوسيلة تجمع بين نمط الصحافة ونمط التلفزيون المرئي ونمط الحاسوب، وأن يضع في اعتباره أيضا عالمية هذه الوسيلة وسعة انتشارها وما يرافق ذلك من اعتبارات تتجاوز المهني إلى الأخلاقي في تحديد المضامين وطريقة عرضها. كما وتلقي عليه المزيد من الأعباء من خلال ما توفره من خدمات تفاعلية تمكن المستخدم من الاستفسار ورجع الصدى والانشغال بكلمة يرد في موقع صحيفته المفضلة. وتبين نتائج الجدول رقم (81) خدمات التفاعل بين المستخدمين والمحررين التي توفرها المواقع عينة الدراسة، حيث تتيح كل الصحف بنسبة 100 % خدمات اتصال تقليدية مع محرريها تتمثل أساسا في هاتف وفاكس وإدارة التحرير الورقي وعنوان البريد التقليدي، وكأن الصحيفة الإلكترونية في دلالة على ذلك لا تقدم جديدا وليس لديها طاقم خاص بها ولا مواد إعلامية إلكترونية فورية لا تتصل بالنسخ الورقية.

- والملاحظ من الجدول أن كلا من الشروق أون لاين والخبر ولبيرتي (Liberté) تقدم بريدا إلكترونيا أو إثنين لمحرري القوالب الصحفية الخاصة بالرأي بنسبة 37.5 %، في تقدم طفيف عن نسبة هذا المؤشر في عينة أكتوبر 2014، حيث سجلت الشروق أون لاين من خلاله تقدما في خدمات نسختها المطورة جزئيا.

الفصل السابع: الدراسة التحليلية للتطبيقات التفاعلية المتاحة عبر مواقع الصحف الإلكترونية الجزائرية

- بينما استطاع كل من الوطن (Elwatan) ولبيرتي (Liberté) تغطية هذا العجز في تكفل المحررين بانشغالات قرائهم بتقديم مدونات شخصية لبعض صحفييها المشهورين أو القدامى فيهما بنسبة 25 % أيضا، وتعد المدونات فضاء جيدا للتفاعل كما البريد الإلكتروني.

توصلت الباحثة في النهاية إلى ترتيب محدد وفقما وفرته الصحف عينة الدراسة من تطبيقات لتفاعل المستخدمين مع المحررين كآتي:

- لازالت لبيرتي (Liberté) تصدر الترتيب كما عينة أكتوبر 2014 بعدد الدرجات الكامل 4 من 4 درجات بنسبة 100 %، وذلك يوضح اهتماما لديها بعد التفاعل بين صحفييها وقرائها ومتصفحها على الرغم من النقص المسجل في إتاحة البريد الإلكتروني لكل صاحب موضوع منشور على الموقع.

- تقاسم المركز الثاني كل من الشروق أون لاین والخبر والوطن (Elwatan) بتوفير 3 من أصل 4 خدمات بنسبة 75 % مع نقص بخدمة المدونات لدى كل من الشروق أون لاین والخبر، وانعدام وجود البريد الإلكتروني في الوطن (Elwatan).

- تشاركت الأربع صحف المتبقية المرتبة الثالثة بإتاحة خدمتين من أصل 4 خدمات بنسبة راوحت 50 %، وهي: النهار أون لاین والشعب ولوسوار دالجيري (Le soir d'Algérie) والمجاهد (Elmoudjahid).

2-5- تطبيقات تمكين الاتصال الشخصي بين المستخدمين

جدول رقم (82): يبين تطبيقات تمكين الاتصال الشخصي بين المستخدمين لعينة أبريل 2015

N°	العنصر	الشروق	النهار	الخبر	الشعب	Elwatan	Le Soir d'Algérie	Liberté	El Moudjahid	Σ	%
1	المنتديات	1	1	1	0	0	0	0	0	03	37.5
2	خدمة الحوار المباشر بين الشخصيات العامة وأفراد الجمهور	0	0	0	0	0	0	0	0	00	00
3	خدمات أخرى - شبكات التواصل الاجتماعي	1	1	1	1	1	0	1	1	07	87.5
/	Σ	02	02	02	01	01	00	01	01	10	41.66
/	%	66.66	66.66	66.66	33.33	33.33	00	33.33	33.33	33.33	41.66

تبين من خلال الجدول رقم (82) أن جل مواقع الدراسة اتبعت سياسة الاهتمام بشبكات التواصل الاجتماعي بغية الانتشار وزيادة أعداد المتصفحين إضافة إلى إتاحة الفرص أمامهم للتواصل ببعضهم بغرض عدم تكلفتها إنشاء منتديات قائمة بذاتها، لذلك نجد في عينتنا أن حوالي 87.5 % منها أتاح أكثر من شبكة اجتماعية أمام المستخدمين من بين: الفايسبوك، تويتر، اليوتيوب وغوغل بلوس.

بينما اقتصرت إتاحة المنتديات على 3 صحف فقط من 8، وهي الشروق أون لاين والنهار أون لاين والخبر، بنسبة 37.5%. إن المنتديات تقدم التنوع من حيث المضامين، والحرية للفرد من حيث جعله إما متحدثا مع من ينتمون إلى إطاره المرجعي والفكري والثقافي نفسه أو مع من يناقضونه تماما، فالأفراد يجدون ضالته عبر مواقع الحوار الافتراضي ويستخدمونها لأغراض متعددة كالترفيه، والتثقيف والتعبير عن الذات. وكانت أولى المواقع التي فتحت المجال للحوار الإلكتروني هي 1995 Classmates و 1996 Six degrees إلى غاية 2003، حيث ظهر أول المواقع العلانية التي تستخدم وظيفة "أصدقاء" محاولة جمع بعض الأشخاص القريبين من بعضهم بعضا في الحياة الواقعية كما هو حال ال Facebook و Friendster و Linkedin. وهنا بدأ مستخدمو الإنترنت يعرضون بعض ملامحهم الشخصية للدخول في حوارات مع شبكة كاملة يخلقونها عن طريق روابط "الصدقة" مع مقربيهم، أصدقائهم وزملائهم، وفي بضع سنوات احتلت مواقع الحوار الإلكتروني مكانا مركزيا ليس فقط في استخدامات الإنترنت بل حتى في حياتنا، في علاقات الصداقة والحب والعمل وغيرها، فقد أصبح الأفراد يقضون وقتا طويلا عبر هذه المواقع التي تتمم بالحضور الجماهيري من قبل جمهور أكثر شبابا ومن الطبقة الشعبية (سميشي و داد، مرجع سبق ذكره، 92). وبمقدورنا اعتبار المنتديات قد أصبحت اليوم من أهم قنوات الحوار وأكثرها استقطابا لجمهور الشباب تحديدا بعد شبكات التواصل الاجتماعي.

- ولم توفر أي صحيفة جزائرية خدمة الحوار المباشر بين الشخصيات العامة وأفراد الجمهور، سواء الكتابي أو السمعي البصري عبر الفيديو، عكس كبريات الصحف العالمية التي توفر مواقعها هذه الخدمة.

ترتبت الصحف الجزائرية عينة الدراسة في إتاحتها لتطبيقات التفاعل بين المستخدمين كالتالي:

- تقاسمت الرتبة الأولى ثلاث صحف هي الشروق أون لاين والنهار أون لاين والخبر بحصولها على درجتين من ثلاث بنسبة 66.66%.

- تلتها أربع صحف دفعة واحدة في المرتبة الثانية هي الشعب والوطن (Elwatan) وليبرتي (Liberté) والمجاهد (Elmoudjahid) بإتاحتها لخدمة واحدة من أصل 3 خدمات، بنسبة 33.33%.

- في ذيل الترتيب كالعادة (Le soir d'Algérie) التي لم تقدم أية خدمة تربط المستخدمين ببعضهم.

وتجدر الإشارة أنه ذات الترتيب المسجل في عينة أكتوبر 2014، حيث بقيت النسب جميعها ودرجات المؤشرات على حالها، إذ لم تستحدث أي صحيفة الجديد فيما يخص هذا البعد "الاتصال الشخصي بين المستخدمين"، قد يرجع ذلك إلى قنوات مسبقة لدى مدراء المواقع وهيئات التحرير مثلما عبر عنه سابقا مدير موقع الوطن (Elwatan) السيد مراد حشيد، الذي رفض ما تقوم به صحف أخرى على غرار الشروق أون لاين

الفصل السابع: الدراسة التحليلية للتطبيقات التفاعلية المتاحة عبر مواقع الصحف الإلكترونية الجزائرية

والنهار أون لاين والخبر والهدف المالكة لمنتديات حوار إلكتروني، وأكد أنها ليست بتفاعلية بل مضيعة للوقت والجهد، معتبرا التفاعلية الحقيقية هي التعاليق، شبكات التواصل الاجتماعي، المدونات، والمراسلة عبر البريد الإلكتروني (مقابلة مع السيد مراد حشيد، مدير موقع الوطن، مرجع سبق ذكره).

2-6- تطبيقات الضبط والمراقبة

جدول رقم (83): يبين تطبيقات الضبط والمراقبة لعينة أبريل 2015

N°	العنصر	الصحيفة	الشروق	النهار	الذبر	الشعب	El wat an	Le Soir d'Algérie	Libe rté	El Mou djah id	Σ	%
1	خدمة التعريف بالصحيفة الإلكترونية		1	1	0	1	1	0	1	1	06	75
2	خدمة إحصائيات الزوار		0	0	0	0	0	0	0	0	00	00
3	خدمة البريد المباشر مع إدارة التحرير لتلقي المقترحات والانشغالات		0	0	1	1	0	1	1	1	05	62.5
4	خدمة الإشعار بحدوث خطأ		1	1	1	0	0	0	0	0	03	37.5
5	خدمات أخرى - خدمة التسجيل للاستفادة من التفاعل مع الموقع (التعليق، الأرشيف، ...)		1	1	1	1	0	1	1	1	07	87.5
6	- خدمة تقديم قانون أو ميثاق استخدام الموقع		1	0	0	0	1	1	1	0	04	50
/	Σ		04	03	03	03	03	02	04	03	25	52.08
/	%		66.66	50	50	50	50	33.33	66.66	50	416.65	52.08

يكشف الجدول رقم (83) عن أساليب الرقابة والضبط المتبعة من طرف الصحف الإلكترونية الجزائرية

عينة الدراسة كالاتي:

- تفرض غالبية الصحف عينة الدراسة خدمة التسجيل للاستفادة من التفاعل مع الموقع (التعليق، الأرشيف، ... الخ) بنسبة 87.5 %، وتقدم الصحف في ذلك أعدارا كثيرة كتوفير إمكانية تسجيل أعداد قراء الصحيفة، حيث يقوم كل موقع على الشبكة بالتسجيل التلقائي لكل زائر جديد يوميا، وهناك بعض البرامج تسجل

التفاعلية في الصحافة الإلكترونية الجزائرية

اسم وعنوان أي زائر، ومثل هذه الإمكانية توفر للمؤسسات المعنية والدارسين إحصاءات دقيقة عن زوار مواقع الصحيفة الإلكترونية، وتوفر للصحيفة مؤشرات عن أعداد قراءها وبعض المعلومات عنهم، حيث يمكنها أن تتصل بهم بشكل مستمر، كما تتيح هذه المعلومات بالاتفاق مع هيئات إحصاء كموقع أليكسا العالمي مثلا التعرف الدقيق على مركز الموقع في بلد نشأته وخارجه من حيث نسب التصفح وطبيعة جمهوره، مكان تواجده، والعديد من المؤشرات الخاصة به. بيد أن عدة جهات حقوقية وإعلامية توجه نقدا لاذعا لجميع المواقع العاملة وفق هذا المبدأ متهمة إياها بمساسها بحرية الرأي والتعبير؛ كون هذه العملية تقيد الجمهور كما لا يتم عبرها الاتصال الفوري مع المضامين عبر الفرز المسبق لكل أنشطة مفردات المتصفحين.

- تراجعت خدمة التعريف بالصحيفة الإلكترونية إلى المرتبة الثانية بين مؤشرات هذا البعد من حيث نسب إتاحتها في الصحف عينة الدراسة بنسبة 75 %، بعدما تقاسمت الرتبة الأولى مع التسجيل للاستفادة من التفاعل في عينة أكتوبر 2014. إذ تخلت عنها الخبر على الرغم من وجود رابط (من نحن) على موقعها إلا أنه غير فعال أو غير نشط، فبمجرد الضغط عليه ترجع تلقائيا إلى الصفحة الأولى ولا تدخل إلى صفحة داخلية لتجد معلومات الصحيفة.

- يليها تقدم طفيف في خدمة البريد المباشر مع إدارة التحرير لتلقي المقترحات والانشغالات، بنسبة 62.5 % بمعدل تواجدهما في 5 صحف من أصل 8. وفي أول إضافة لموقعها منذ بدء الدراسة قامت لوسوار دالجيري (Le soir d'Algérie) بزيادة رابط مراسلة مباشر مع هيئة تحريرها. وترجع الفائدة من هذه الخدمة على الموقع والأفراد المتصفحين على حد سواء؛ حيث يساهم البريد المباشر مع إدارة تحرير الموقع في تدارك أية أخطاء أو تقهقر في أداء الخدمات وإتاحة التطبيقات التفاعلية مما يتيح أكبر قدر ممكن من الرضا لدى المبحرين عبر موقعه.

- بقيت خدمة توفير قانون أو ميثاق للموقع على حالها بنسبة 50 %، بمجموع 4 صحف توفرها من أصل 8. إن إتاحة هذا النوع من الخدمات يسمح بتسيير أحسن وأسهل للموقع، بحيث يصبح من حق مدير الموقع إيقاف المشاركين وحذف أي بريد إلكتروني أو رصيد اجتماعي أو رصيد في أحد المنتديات بمجرد انتهاكه لقواعد سير الموقع.

- توفر 3 صحف فقط من أصل 8 بنسبة 37.5 % خدمة الإشعار بحدوث خطأ، وهو أمر غير مقبول بالنظر إلى أهمية هذه الخدمة في تسريع اتخاذ القرارات لدى القائمين على الموقع.

- لا تتيح الصحف الإلكترونية عينة الدراسة نهائيا إحصائيات زوار مواقعها الرسمية، وتكتفي بثلاثة منها هي الشروق أون لاین والنهار أون لاین والخبر بنشر إحصائيات زوار منتدياتها وعدد الأعضاء المنتسبين إليها فقط. وقد ترتبت الصحف عينة الدراسة وفق عدد خدمات الضبط والمراقبة المتاحة على موقعها كالآتي:

- تعد كل من الشروق أون لاین ولبيرتي (Liberté) الأشد رقابة وضبطا لمواقعها من خلال توفير 66.66 % من أساليب الضبط والمراقبة أي بإتاحة 4 من أصل 6 خدمات.

- في درجة ثانية بحددة رقابة أقل تشاركت كل من النهار أون لاین والخبر، والشعب، والمجاهد (Elmoudjahid) والوطن (Elwatan) في إتاحة 3 من أصل 6 خدمات، بنسبة 50 %.

- بينما تعتبر لوسوار دالجيري (Le soir d'Algérie) الأدنى رقابة وضبطا لأنها تقوم بالنقل الإلكتروني الحرفي لنسختها الورقية المراقبة مسبقا كما لا يقدم موقعها خدمات إضافية تسمح بإبداء الآراء والحاجة إلى الغريلة. على العموم كانت رقابة وضبط صحف العينة على مواقعها متوسطة بتسجيلها لمتوسط 52.08 %، بالنظر إلى تشتت جهودها في تنفيذ الرقابة إذ لم تتفق على ذات المؤشرات فيما عدا مؤشر التسجيل المسبق للاستفادة من خدمات الموقع التفاعلية خصوصا (كالتعليق، الاطلاع على الأرشيف في صيغة بي دي أف ... الخ).

3- النتائج العامة للدراسة التحليلية لمواقع الصحف الإلكترونية الجزائرية

- أسفرت الدراسة التحليلية للتطبيقات التفاعلية المتاحة عبر ثمانية من أكبر مواقع الصحف الورقية في الجزائر وهي: الشروق أون لاين، النهار أون لاين، الخبر، الشعب، الوطن (Elwatan)، لبيرتي (Liberté)، المجاهد (Elmoudjahid)، ولوسوار دالجيري (Le soir d'Algérie). عن جملة من النتائج نجلها في النقاط الآتية:
- 1- تولي الصحف الجزائرية أهمية لتفاعل المستخدمين مع المحررين عبر أساليب تقليدية على رأسها الهاتف الثابت والفاكس والمراسلة البريدية، مع حضور محتشم لخدمتي البريد الإلكتروني والمدونات.
 - 2- تستخدم الصحف الإلكترونية الجزائرية الوسائط المتعددة والأرشيف الإلكتروني، وعلى رأسها الفيديو والأرشيف بصيغة PDF. بينما لا تولي الكاريكاتير والأرشيف بصيغة HTML الاهتمام اللازم بهما. إضافة إلى إهمالها قطاعيا للخدمة الإخبارية الصوتية عبر مواقعها.
 - 3- يعاب على الصحافة الإلكترونية الجزائرية تكثيفها لرقابتها وضبطها لمواقعها وثبوت قيامها بذلك من خلال فرض التسجيل المسبق على كل مستخدميها للاستفادة من خدماتها (كالتعليق، المشاركة في المنتديات، الاطلاع على أرشيفها الإلكتروني،...)، والزامهم بقانون منظم لنشاطهم عبر الموقع. بيد أنه ومن جهة أخرى تحرم المستخدم من خدمة سجلات الزوار التي تضم عادة إحصائيات المتصفحين الموجودين عبر الموقع، وتقوم بإخفائها في قواعد بيانات مسيري مواقعها.
 - 4- تعاني الكفاءة الخدمتية للصفحة الأولى من إهمال من قبل مصممي الصحف الإلكترونية الجزائرية على الرغم من أهمية واجهة الصحيفة في جذب الجماهير وجرها لمواصلة الإبحار لأطول وقت ممكن في خدمات وصفحات الموقع.
 - 5- تتميز الصحف الجزائرية بقلّة عناية بأساليب تمكين المستخدم من التفاعل مع المحتوى فيما عدا خدمات نوعية تقدمها بعض الصحف الكبرى كمصورون وشارك برأيك للشروق أون لاين، وحديث الشبكة للنهار أون لاين.
 - 6- تغيب نهائيا ساحات الحوار المباشر بين الشخصيات العامة والجماهير، كما أن حضور المنتديات محتشم جدا في ظل إتاحة كبيرة لشبكات التواصل الاجتماعي عبر مواقع الصحف الإلكترونية الجزائرية كبديل مستقبلي لكل أساليب التفاعل الثلاث (مستخدم-محتوى، مستخدم-محرر، ومستخدم-مستخدمين).
 - 7- ترتبت الصحف الإلكترونية الجزائرية في دراستنا من حيث استغلال تطبيقات التفاعلية كآلاتي:
 - المركز الأول: الشروق أون لاين بصفحة خدمتية رئيسية مبهرة وغنية بالمعلومات والخدمات.
 - المركز الثاني: لبيرتي (Liberté) بإمام بكل خدمات التواصل بين المحررين والمستخدمين، مستغلة الوسائط المتعددة والأرشيف الإلكتروني بقوة.
 - المركز الثالث: النهار أون لاين معتمدة على ثقل منتدياتها كأسلوب اتصال بين المستخدمين، وإبهار تصميم واجهتها الرئيسية مثلها في ذلك مثل الشروق أون لاين.

- المركز الرابع: الخبر باعتمادها على أساليب التفاعل بين المستخدمين والمحررين، وأساليب الاتصال الشخصي بين المستخدمين من خلال منتدياتها وشبكات التواصل الاجتماعي.
 - المركز الخامس: تقاسمته كل من المجاهد (Elmoudjahid) والوطن (Elwatan) الغريمين الأبديين في الساحة الإعلامية الجزائرية المفرنسة. وأبدى المجاهد اهتماما ملفتا بتفاعل جمهوره مع محتوياته على الرغم من كونه صحيفة عمومية، فيما نال تفاعل المحررين مع المستخدمين عناية من موقع الوطن.
 - المركز السادس: الشعب بتوفيرها لرقابة وضبط صارمين لموقعها.
 - المركز السابع: لوسوار دالجيري باهتمامها الأوحد بتقديم الأرشيف بصيغته واستخدام الفيديو.
- وبنظرة سريعة على قائمة الجرائد ومواقعها الإخبارية مرتبة من حيث استغلالها لتطبيقات التفاعلية على الإنترنت نستنتج مايلي:
- سيطرة مواقع الجرائد الورقية على المراكز الأولى ويعود هذا بالأساس لضعف مداخل مواقع الإنترنت من الإشهار في الجزائر ما يبعد المهتمين بالمجال من إطلاق مواقع إخبارية على الإنترنت لأنها لن تتمكن من تغطية تكاليفها التشغيلية.
 - وجود سيطرة للمواقع الناطقة باللغة العربية على المراتب الثلاث الأولى مقابل موقع مفرنس واحد حاز المرتبة الثانية.
 - إن الصحف الخاصة أكثر تفاعلية من الصحف العمومية.
 - إن استخدام واستغلال التفاعلية لا يرجع بالضرورة إلى قدم أو حداثة الموقع بل إلى قنوات إدارته المسيرة.
- وتجدر الإشارة في الأخير إلى أن سنة 2014 شهدت تراجعا طفيفا من حيث مقروئية أكبر الصحف الجزائرية على الإنترنت ونسب تصفحها، والسبب الأول لذلك يعود لإطلاق هذه الصحف لقنواتها الفضائية ما جعل المواطن الجزائري ينتقل لمشاهدة جديد الأخبار على القنوات الفضائية بدلا من تصفح مواقعها على الإنترنت.

الفصل الثامن: نتائج الدراسة

الفصل الثامن: نتائج الدراسة

- 1- النتائج التفصيلية للدراسة الميدانية لجمهور النخبة الأكاديمية الجزائرية.....
 - 1-1- عادات وأنماط وتفضيلات استخدام الصحافة الإلكترونية لدى النخبة الأكاديمية الجزائرية.....
 - 1-2- دوافع استخدام الصحافة الإلكترونية من طرف النخبة الأكاديمية الجزائرية والإشباع المحققة منها....
 - 1-3- حجم الاتصال التفاعلي للنخبة الأكاديمية الجزائرية وتقييمهم حول الإمكانيات التفاعلية المتاحة عبر الصحافة الإلكترونية.....
 - 1-4- علاقات الارتباط بين مختلف متغيرات الدراسة.....
- 2- النتائج التفصيلية للدراسة الميدانية للقائمين على مواقع الصحف الإلكترونية الجزائرية.....
 - 1-2- مواصفات القائمين على المواقع الصحفية الإلكترونية الجزائرية.....
 - 2-2- فهم القائمين على المواقع الصحفية الإلكترونية الجزائرية للتطبيقات التفاعلية المتاحة عبر مواقعهم.....
 - 2-3- كيفية تعامل القائمين على المواقع الصحفية الإلكترونية الجزائرية مع تفاعل مستخدمي مواقعهم مع المضمون، مع المحررين ومع المستخدمين الآخرين.....
 - 2-4- أهم معوقات ضمان التفاعلية المثالية عبر مواقع الصحف الإلكترونية الجزائرية من وجهة نظر القائمين على المواقع.....
- 3- النتائج التفصيلية للدراسة التحليلية للتطبيقات التفاعلية المتاحة عبر الصحافة الإلكترونية الجزائرية....
 - 1-3- مدى توفر تطبيقات التفاعلية في عينة 1 أكتوبر 2014.....
 - 2-3- مدى توفر تطبيقات التفاعلية في عينة 30 أبريل 2015.....
 - 3-3- مدى توفر تطبيقات التفاعلية في الصحافة الإلكترونية الجزائرية.....
 - 4- الاستنتاجات العامة في ضوء تساؤلات الدراسة.....

1- نتائج الدراسة الميدانية لجمهور النخبة الأكاديمية الجزائرية

استهدف هذا الشق من الدراسة الميدانية التعرف على استخدامات النخبة الأكاديمية للإمكانيات التفاعلية المتاحة عبر الصحف الإلكترونية الجزائرية، كجزء من الطبقة الواعية المثقفة التي تتميز نظريا بسعة الإطلاع والخبرات وقيادة الرأي العام في مجالات عدة، مما يكسبها أهمية كبيرة في أي مجتمع. كذلك التعرف على أثر استخدامهم لها، ثم الإشباعات المحققة لديهم منها وأخيرا تقييمهم للإمكانيات المتاحة. وتم ذلك عبر طرح مجموعة من التساؤلات كالاتي:

- 1- ما هي عادات وأنماط تعرض النخبة الأكاديمية للصحافة الإلكترونية الجزائرية؟
- 2- ما هي تفضيلات النخبة الأكاديمية بين مختلف الصحف الإلكترونية الجزائرية، بين مضامينها، وبين مختلف تقنيات العرض لمضامينها؟
- 3- ما هي دوافع تعرض النخبة الأكاديمية للصحف الإلكترونية الجزائرية؟
- 4- ما هي الإشباعات المحققة لدى النخبة من استخدامها للصحف الإلكترونية الجزائرية؟
- 5- ما هي مظاهر المشاركة النشطة (الاتصال التفاعلي) للنخبة الأكاديمية في مواقع الصحف الإلكترونية الجزائرية؟
- 6- ما تقييم النخبة الأكاديمية لمختلف الإمكانيات التفاعلية المتاحة عبر الصحافة الإلكترونية الجزائرية؟
- 7- هل هناك فروق ذات دلالة إحصائية بين جنس مفردات العينة ومدى إطلاعهم على الصحافة الإلكترونية؟
- 8- هل هناك فروق ذات دلالة إحصائية بين سن مفردات العينة ومدى اطلاعهم على الصحافة الإلكترونية؟
- 9- هل هناك فروق ذات دلالة إحصائية بين تخصص مفردات العينة ومدى اطلاعهم على الصحافة الإلكترونية؟
- 10- هل هناك فروق ذات دلالة إحصائية بين جنس مفردات العينة ومدى تلبية الصحافة الإلكترونية لحاجاتهم؟
- 11- هل هناك فروق ذات دلالة إحصائية بين سن مفردات العينة ومدى تلبية الصحافة الإلكترونية لحاجاتهم؟
- 12- هل هناك فروق ذات دلالة إحصائية بين تخصص مفردات العينة ومدى تلبية الصحافة الإلكترونية لحاجاتهم؟
- 13- هل هناك فروق ذات دلالة إحصائية بين جنس مفردات العينة ومدى تفاعلهم مع مضمون الصحف الإلكترونية الجزائرية؟
- 14- هل هناك فروق ذات دلالة إحصائية بين سن مفردات العينة ومدى تفاعلهم مع مضمون الصحف الإلكترونية الجزائرية؟
- 15- هل هناك فروق ذات دلالة إحصائية بين تخصص مفردات العينة ومدى تفاعلهم مع مضمون الصحف الإلكترونية الجزائرية؟

- 16- هل هناك فروق ذات دلالة إحصائية بين جنس مفردات العينة ومدى تفاعلهم مع محرري وصحفي الصحف الإلكترونية الجزائرية؟
- 17- هل هناك فروق ذات دلالة إحصائية بين سن مفردات العينة ومدى تفاعلهم مع محرري وصحفي الصحف الإلكترونية الجزائرية؟
- 18- هل هناك فروق ذات دلالة إحصائية بين تخصص مفردات العينة ومدى تفاعلهم مع محرري وصحفي الصحف الإلكترونية الجزائرية؟
- 19- هل هناك فروق ذات دلالة إحصائية بين جنس مفردات العينة ومدى تفاعلهم مع المستخدمين الآخرين للصحف الإلكترونية الجزائرية؟
- 20- هل هناك فروق ذات دلالة إحصائية بين سن مفردات العينة ومدى تفاعلهم مع المستخدمين الآخرين للصحف الإلكترونية الجزائرية؟
- 21- هل هناك فروق ذات دلالة إحصائية بين تخصص مفردات العينة ومدى تفاعلهم مع المستخدمين الآخرين للصحف الإلكترونية الجزائرية؟
- 22- هل هناك فروق ذات دلالة إحصائية بين جنس مفردات العينة وتقييمهم لمستوى التفاعلية المتاحة عبر الصحف الإلكترونية الجزائرية؟
- 23- هل هناك فروق ذات دلالة إحصائية بين سن مفردات العينة وتقييمهم لمستوى التفاعلية المتاحة عبر الصحف الإلكترونية الجزائرية؟
- 24- هل هناك فروق ذات دلالة إحصائية بين تخصص مفردات العينة وتقييمهم لمستوى التفاعلية المتاحة عبر الصحف الإلكترونية الجزائرية؟
- 25- هل هناك فروق ذات دلالة إحصائية بين مدى التعرض للصحافة الإلكترونية ودوافع التعرض للصحافة الإلكترونية؟
- 26- هل هناك فروق ذات دلالة إحصائية بين مدى التعرض للصحافة الإلكترونية ومدى الإشباع المحقق من التعرض للصحافة الإلكترونية؟

وخلصت الدراسة إلى النتائج التفصيلية الآتية:

1-3- عادات وأنماط وتفضيلات استخدام الصحافة الإلكترونية لدى النخبة الأكاديمية الجزائرية

توصلت الباحثة إلى توصيف دقيق لعادات جمهور النخبة الأكاديمية المتعرض للصحافة الإلكترونية وتفضيلاته كما يلي:

- 1- 46.4 % من مفردات النخبة الأكاديمية تتعرض للصحافة الإلكترونية بشكل دائم حيث يواظبون على الدخول إلى مواقعها، مقابل التعرض أحيانا بـ 28.8 % والتعرض غالبا بـ 24.8 % منهم.

- 2- عبر 58.9 % من مفردات النخبة الأكاديمية عن التعرض للصحف الإلكترونية لأكثر من 4 سنوات، بينما صرح 19.1 % بكونهم ذوو خبرة متوسطة عبر تعرضهم منذ 3 سنوات فقط . فضلا عن 15.7 % من ذوي الخبرة الضعيفة الذين لم يتعرضوا لها إلا منذ عامين فقط. وأخيرا عبر 6.3 % عن خبرة ضعيفة جدا باستخدامات الصحف الإلكترونية من خلال التعرض لها منذ سنة واحدة لا غير .
- 3- 77.4 % من العينة يتعرضون للصحف الإلكترونية في منازلهم، فيما 8.2 % يقرؤونها في الجامعة أثناء وقت فراغهم. و 7.5 % يتصفحونها عبر الهاتف المحمول أينما كانوا متواجدين. وقدم 6.7 % مكانا آخر للتعرض هو مقاهي الإنترنت .
- 4- 90.9 % من المبحوثين يقضون وقتا متوسطا نسبيا في قراءة الصحيفة الإلكترونية الواحدة إذ هو أقل من ساعة، في حين يقضي 9.1 % وقتا طويلا نوعا ما في الصحيفة الواحدة وهو أكثر من ساعة.
- 5- هناك ثلاث فترات مفضلة لدى النخبة الأكاديمية للتعرض للصحف الإلكترونية هي كالاتي: الصباح بـ 52.4 %، والليل بنسبة 27.3 %، وفترة المساء في مرتبة ثالثة بنسبة 14.7 %.
- 6- انقسمت النخبة من حيث عدد مرات استخدام الصحف الإلكترونية في الأسبوع بين يوميا بنسبة 37.9 % وأكثر من ثلاث مرات في الأسبوع بنسبة 32.9 %، بينما 13.5 % يطالعونها مرتين في الأسبوع على الأقل، ويقوم 15.7 % من المبحوثين بمطالعة الصحف الإلكترونية مرة واحدة في الأسبوع فقط.
- 7- تفضل النخبة الأكاديمية الصحافة الإلكترونية الجزائرية في طليعة الدوريات التي تطالعها على الإنترنت إذ حصلت على نسبة بـ 43.42 %، تليها الدوريات الإلكترونية العربية من صحف ومجلات عامة ومتخصصة بنسبة 30.72 %، وأخيرا الدوريات الغربية بنسبة 25.84 % من عينة الدراسة.
- 8- تفضل النخبة الأكاديمية الجزائرية الصحف الإلكترونية الصادرة باللغة العربية بنسبة 88.66 %، الخاصة منها على حساب العمومية بنسبة تراوح 80.52 %، والإخبارية الجادة المتنوعة بنسبة 82.72 %، والوطنية الشاملة على حساب نظيرتها الجهوية أو المحلية بنسبة 94.37 %، والصحف الإلكترونية التي لها نظير مكتوب بنسبة 83.26 %.
- 9- تتجه مفردات النخبة الأكاديمية إلى مطالعة المواضيع التي تهمهم فقط عبر اختيارها من الصفحة التمهيدية للصحيفة والدخول لروابطها الداخلية بنسبة 46.7 %، أما في المرتبة الثانية فجاءت نسبة 23.8 % لصالح قراءة الموضوع الذي يثيرك عنوانه سواء أكان في الصفحة الأولى أو الروابط الداخلية.
- 10- تقدمت قائمة المضامين الأكثر تفضيلا لدى النخبة الأكاديمية عبر الصحف الإلكترونية: الموضوعات السياسية حيث حرص 55.2 % منهم على قراءتها باستمرار. تليها الموضوعات الدولية كثاني مضمون بنسبة 54.5 %، ثم المواضيع المحلية في مرتبة ثالثة بنسبة 44.8 %، فالمواضيع الاجتماعية بـ 43.3 % . وأخيرا الموضوعات الثقافية بـ 34.8 %.

11- جل مفردات النخبة تتجذب إلى المواضيع أكثر من أي شيء آخر بنسبة 66.5 %، أما 17.2 % منهم فأكدوا انجذابهم للمواضيع والشكل والتصميم على حد سواء، في حين 14.7 % فقط منهم اهتموا أكثر بالأدوات التفاعلية (المنتديات، التعليقات، استطلاعات الرأي... الخ).

12- جاءت في طليعة ترتيب الصحف المفضلة لدى النخبة الأكاديمية صحيفة كل شيء عن الجزائر (TSA)، فالخبر، ثم الشروق أون لاين، والوطن El Watan، فموقع صحيفة النهار أون لاين، ثم صحيفة Liberté.

1-4- دوافع استخدام الصحافة الإلكترونية من طرف النخبة الأكاديمية الجزائرية والإشباع المحققة منها
أسفرت نتائج دراسة هذا المحور من استبيان الدراسة عن:

1- الدافع الأول لدى النخبة الأكاديمية في تعرضهم للصحافة الإلكترونية الجزائرية هو سهولة التصفح بنسبة 46.4 %، تلاه دافع كونها غير مكلفة تماما بنسبة 28.8 % ثم حريتها الزائدة عن نظيرتها الورقية بنسبة راوحت 10.7 % . وإمكانية التفاعل مع المضامين في مرتبة رابعة بـ 9.7 % . في حين حلت دوافع التفاعل مع المحررين والتفاعل مع المستخدمين الآخرين وكفاءة تصميم المواقع الجزائرية في ذيل الترتيب بنسب متدنية جدا 2.2 %، و 1.9 %، و 0.3 % على التوالي.

2- جاءت في مقدمة الدوافع المعرفية لتعرض النخبة الأكاديمية للصحافة الإلكترونية الجزائرية السرعة والتحديث المستمرين للمعلومات بنسبة 51.1 %، ثم إتاحة قراءة الجريدة قبل نزولها إلى الأسواق بنسبة 18.8 %، فدافع المساعدة في مجال العمل بنسبة 16.9 %، و 7.2 % لانفراد الصحافة الإلكترونية بأخبار معينة، و 6 % لأنها تكسبهم مهارات جديدة.

3- الدافع الشخصي الأول لدى النخبة الأكاديمية في تعرضهم للصحف الإلكترونية الجزائرية هو مواكبة تطور العصر بنسبة 56.7 %، ثم تعود النخبة على تصفحها فقط بنسبة 36.7 %، وصرح 4.7 % أنهم يستخدمونها بغية التسلية والمتعة، فيما أقر 1.9 % أنهم يعتبرونها نوعا من بروتوكولات مركزهم الاجتماعي.

4- مفردات النخبة الأكاديمية غير راضية عن أداء الصحف الإلكترونية الجزائرية، فهي لا تلبى حاجاتهم إلا أحيانا بنسبة 79 %، في حين عبرت فقط 11.3 % من العينة أنها تلبى دائما حاجاتها. وصرح 9.7 % أنها لا تلبى إطلاقا حاجاتهم.

5- صرح 46 % من النخبة الأكاديمية أن الصحف الإلكترونية الجزائرية توفر وقتها الثمين من خلال سهولة التصفح والتواجد في كل وقت، وأقر 22.1 % منهم أنه إلى جانب الوقت فهي توفر أيضا المال أي مصروف اقتناء جريدة ورقية يوميا. وذكر 14.8 % من المبحوثين أنها تعزز لديهم القدرة على النقاش في مختلف المواضيع. وقدم 11 % من مفردات النخبة إشباعا لحريتهم في الرأي عبر الصحف الإلكترونية الجزائرية ذلك أنها تشبع لديهم التعبير عن آرائهم المختلفة حول مضامينها من خلال التعليقات. وأخيرا كل من توطيد العلاقات الاجتماعية مع مستخدمين آخرين، وربط علاقة بالمحررين في ذيل الترتيب بـ 3.9 % و 2.2 % على التوالي.

6- إن اكتساب معلومات كثيرة عن المحيط الخارجي يأتي في مقدمة الإشباعات المعرفية التي تحققها النخبة الأكاديمية من التعرض للصحف الإلكترونية الجزائرية بنسبة 55.6%. في مرتبة ثانية حلت المساعدة في مجال العمل بنسبة 17.1 %، ثم الحصول على سبق الصحفي بـ 14.1 %، وأخيرا اكتساب مهارات تكنولوجيا جديدة بحوالي 13.2 %.

7- تحقق الصحافة الإلكترونية الجزائرية تقوية الشعور بالانتماء إلى المحيط الخارجي لدى النخبة الأكاديمية بنسبة معتبرة قدرت بـ 42.9 %، ثم إن ثاني إشباعاتهم الشخصية هو الحصول على المتعة والتسلية، بنسبة 34.3 %، وأخيرا 22.8 % صرحوا بتحقيق الوجود الافتراضي لهم عبرها.

1-3- حجم الاتصال التفاعلي للنخبة الأكاديمية الجزائرية وتقييمهم حول الإمكانيات التفاعلية المتاحة عبر الصحافة الإلكترونية

1- اتخذت النخبة الأكاديمية اتجاها سلبيا نحو أغلب خدمات التفاعل مع المضمون، فقد برهن المتوسط العام لكل من المتوسط الحسابي والانحراف المعياري ذلك من خلال قيمتي 1.7145، و0.6677 على التوالي. وتمارس القلة منها تفاعلها مع مضمون الصحف الإلكترونية الجزائرية عبر: البحث مباشرة عما يهمها في الموقع من أخبار عبر الوصلات السريعة (المواضيع الأكثر تصفحا، المواضيع الأكثر تعليقا... الخ)، ثم استخدام محركات البحث المتاحة عبر الموقع (Moteur de recherche)، فانتظار التحديث المستمر للخبر عبر الموقع، والمشاركة في استطلاعات الرأي عبر مواقع الصحف، فخدمة تخزين صفحة الخبر في الحواسيب الشخصية، وتقوم كذلك بالاطلاع على الأرشيف الإلكتروني، وتستخدم كافة اللغات المتاحة عبر الموقع المتصفح، وتستغل خدمة إرسال الخبر إلى صديق.

2- اتخذت النخبة الأكاديمية الجزائرية اتجاها سلبيا أيضا، قويا هذه المرة نحو التفاعل مع محرري وصحفي المواقع الإلكترونية الجزائرية بتسجيله لأدنى متوسط حسابي عام منذ بداية الدراسة الميدانية بقيمة 1.1674، وعرف هذا الاتجاه الثقافا من مختلف مفردات العينة حوله فقد سجل الانحراف المعياري أدنى قيمة له بـ 0.4058 كدليل على تدن حاد في تباين وتشتت الآراء. حيث يرفض حوالي 96,9 % من العينة طلب موعد لمقابلة محرر أو صحفي لتجاذب أطراف الحديث حول آراءه، و90 % لم يسبق أن اتصل بهيئة التحرير لمناقشة صحفي حول مضمون إعلامي له. ولا يقبل أبدا 83.1 % مراسلة المحررين بالفاكس لمحاورتهم حول موضوع منشور. ويرفض 79 % مراسلة الصحفيين عبر البريد التقليدي لمناقشتهم حول موضوع منشور. وأخيرا لم يقدم 76.8 % من عينة الدراسة على مراسلة الصحفيين عبر بريده الإلكتروني المتاح مع الموضوع.

3- إن النخبة الأكاديمية الجزائرية لا تهتم كذلك بالتفاعل مع المستخدمين الآخرين مثلما تفعل مع المحررين والصحفيين، فالإتجاه العام لها سلبيا قوي كذلك، وهو واضح من خلال قيمة المتوسط العام المحصلة 1.4765. وأكدت اكتفاءها بتصفح المنتديات التابعة لموقع الصحيفة دون الاشتراك والنقاش بنسبة 67.4 %.

- 4- في تقييمها لكفاءة الصفحة الأولى للصحف الإلكترونية الجزائرية انقسمت النخبة الأكاديمية بين من اعتبروها جيدة بنسبة 43.3 %، و 34.8 % ممن قيموها على أساس كونها ضعيفة.
- 5- النخبة الأكاديمية راضية إلى حد ما عن الكفاءة التقنية للصفحة الأولى في مواقع الصحف الإلكترونية الجزائرية فقد حقق المتوسط العام الحسابي لسؤال عن تقييمها قيمة معتدلة نحو الاتجاه الإيجابي بـ 2.2588، بمعدل تباين واختلاف في الآراء مرتفع بعض الشيء ظهر من خلال الانحراف المعياري العام المسجل بقيمة 0.7696. وكان أول ما أرضاها هو زمن تحميل الصفحة الأولى، ثم نظام البوابة (خاصة في موقع الشروق أون لاين الذي يعد الوحيد في الجزائر المقدم لهذا النظام)، وإحصائيات زوار المنتديات.
- 6- النخبة الأكاديمية راضية بنسبة كبيرة عن الجوانب الشكلية للصفحة الأولى، فقد بلغ المتوسط العام الحسابي قيمة معتدلة نحو الاتجاه الإيجابي بـ 2.4138، بمعدل تباين واختلاف في الآراء مرتفع ظهر من خلال الانحراف المعياري العام المسجل بقيمة 0.7841، وأول ما أعجبها فيها هي نوعية الخطوط المستعملة في الكتابة لدى مواقع الصحف الجزائرية، ثم الألوان المستخدمة، وأخيرا أسلوب تقسيم مساحات الصفحة الأولى.
- 7- اتخذت النخبة الأكاديمية اتجاها معتدل القوة نحو مختلف مضامين الصفحة الأولى بمتوسط حسابي يقدر بـ 2.2990، بمعدل تباين واختلاف في الآراء مرتفع بعض الشيء ظهر من خلال الانحراف المعياري العام المسجل بقيمة 0.8181. وأكثر ما رضت عنه فيها هو: استخدام الوسائط المتعددة (التسجيل الصوتي، الصور، الفيديو، الرسوم المتحركة)، ثم وجود استطلاعات الرأي، فوجود وصلات سريعة، و وجود محركات بحث في الصفحة الرئيسية، فوجود روابط ضمن أخبارها، وأخيرا تعدد اللغات في الصفحة الرئيسية.
- 8- حول تقييمهم لمستوى التفاعلية المتاحة عبر الصحف الإلكترونية الجزائرية، انقسمت مفردات العينة بين 44.5 % ممن يعتقدون أن التطبيقات التفاعلية عبر الصحف الجزائرية مقبولة إلى حد ما، و 41.1 % رفضت الأمر مصرحة أن مستوى التفاعلية فيها ضعيف ولا يرقى إلى مستوى الصحف العالمية والأجنبية عموما. في وقت صرح فقط 14.4 % أن مستوى التفاعلية جيد.
- 9- قدمت النخبة الأكاديمية جملة من العراقيل التي تقف في وجه تفاعلية مثالية عبر الصحف الإلكترونية الجزائرية هي:
- وافق 81.7 % على غياب المصادقية والتأكد من صحة المعلومة في المضامين التي ينتجها المستخدمون.
 - وافق 79.4 % على كل من غياب الوعي لدى أطراف العملية الاتصالية (المرسل والمستقبل) بأهمية التفاعلية عبر الإعلام الإلكتروني في ترقية الإعلام ككل، وضعف التكوين لدى الصحفيين منع الصحف الإلكترونية من إنتاج إعلام إلكتروني تفاعلي فاعل.

- وافق 78.6 % على كل من غياب الوعي بحرية الرأي والتعبير وتقدير الإعلام التشاركي الديمقراطي وقدرته في تحقيق التنمية وغياب الخبرة الإعلامية الكبيرة نظرا لَعُدْوَة التجربة الإعلامية الخاصة بشكل عام في الجزائر.
- وافق 75.6 % على أن الخوف من الهويات الافتراضية للمستخدمين يحد من قابلية التفاعل مع المحتوى أو الاتصال بالآخرين.
- وافق 69 % على أن الصحافة الإلكترونية الجزائرية تعاني من ضعف في البنية التحتية والإمكانيات الكفيلة باستغلالها للأدوات التفاعلية.
- وافق 67.9 % على كل من الخوف من الرقابة الممارسة من قبل المشرفين على المنتديات وغرف الحوار، والخوف من الرقابة الذاتية لهيئة التحرير على نشر بريد القراء والرسائل الإلكترونية الواردة للصحفيين.
- وافق 67.2 % على رقابة الدولة على تفاعلية الصحف الإلكترونية الجزائرية.

4-1- علاقات الارتباط بين مختلف متغيرات الدراسة

- وأكد كل من اختبار أنوفا، واختبار ت (Test-T) ومعامل الارتباط كاسي² العلاقات الآتية:
- وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين متغيري الجنس وكثافة التعرض للصحف الإلكترونية.
- عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين متغيري التخصص العلمي وكثافة التعرض للصحف الإلكترونية.
- عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين متغيري السن وكثافة التعرض للصحف الإلكترونية.
- عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين متغيري الجنس وتلبية الصحف الإلكترونية لحاجات النخبة الأكاديمية.
- عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين متغيري التخصص العلمي وتلبية الصحف الإلكترونية لحاجات النخبة الأكاديمية.
- عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين متغيري السن وتلبية الصحف الإلكترونية لحاجات النخبة الأكاديمية.
- لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين الذكور والإناث في مدى تفاعلهم مع مضمون الصحف.
- لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين العلميين والأدبيين في مدى تفاعلهم مع مضمون الصحف.
- لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين مختلف فئات (مجموعات) السن الثلاث في مدى تفاعلهم مع مضمون الصحف.
- لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين الذكور والإناث في مدى تفاعلهم مع محرري الصحف.
- لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين العلميين والأدبيين في مدى تفاعلهم مع محرري الصحف.

- لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين مختلف فئات (مجموعات) السن الثلاث في مدى تفاعلهم مع محرري الصحف.
- لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين الذكور والإناث في مدى تفاعلهم مع مستخدمي الصحف.
- توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين العلميين والأدبيين في مدى تفاعلهم مع مستخدمي الصحف.
- لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين مختلف فئات (مجموعات) السن الثلاث في مدى تفاعلهم مع مستخدمي الصحف.
- عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين متغيري السن وتقييم النخبة لمستوى التفاعلية المتاحة عبر الصحافة الإلكترونية الجزائرية.
- عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين متغيري الجنس وتقييم النخبة لمستوى التفاعلية المتاحة عبر الصحافة الإلكترونية الجزائرية.
- عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين متغيري التخصص العلمي وتقييم النخبة لمستوى التفاعلية المتاحة عبر الصحافة الإلكترونية الجزائرية.
- عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين متغيري كثافة التعرض للصحافة الإلكترونية ودوافعه لدى النخبة الأكاديمية.
- وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين متغيري كثافة التعرض للصحافة الإلكترونية ومدى الإشباع المحقق منها لدى النخبة الأكاديمية الجزائرية.

2- النتائج التفصيلية للدراسة الميدانية للقائمين على مواقع الصحف الإلكترونية الجزائرية

تهدف الدراسة الميدانية للقائمين على مواقع الصحف الإلكترونية الجزائرية إلى الإجابة عن تساؤلات

فرعية هي:

1- ما هي مواصفات القائمين على المواقع الصحفية الإلكترونية الجزائرية؟

2- ما مدى فهمهم للتطبيقات التفاعلية المتاحة عبر مواقع الصحف الإلكترونية الجزائرية؟

3- كيف يتعاملون مع تفاعل مستخدمي مواقع الصحف الإلكترونية الجزائرية مع المضمون، مع المحررين ومع المستخدمين الآخرين؟

4- ما هي أهم معوقات ضمان التفاعلية المثالية عبر مواقع الصحف الإلكترونية الجزائرية من وجهة نظر القائمين عليها؟

وقد أسفرت نتائج الدراسة الميدانية عن الإجابات الآتية:

2-1- مواصفات القائمين على المواقع الصحفية الإلكترونية الجزائرية

اتضح من خلال نتائج أربع مقابلات للباحثة مع القائمين على مواقع الصحف الإلكترونية الجزائرية، أنهم من فئة الشباب في غالبيتهم، وهم من الجامعيين في معظمهم مع احتكار منصب مدير الموقع من طرف الصحفيين المحترفين القدامى، يغلب على تخصصاتهم الإعلام الآلي وليس الإعلام والاتصال. وهم ممن تلقوا على الأقل دورة تكوينية واحدة في الصحافة الإلكترونية خارج الجزائر، ويلاقون مشاكل في تكوين وتدريب صحفيين جدد يتولون الخدمات التفاعلية عبر الصحف. وتظهر الشروق أون لاين منفردة اهتماما بموقعها من خلال أفراد مقر له وصحفيين عاملين فيه (حوالي 15 صحفيا)، كما تعنتي بتطوير وتحسين موقعها من خلال توظيفها لمطور ومصمم للمواقع يقومان بابتكار تصاميم جديدة بمساعدة وكالات اتصال تستضيف الموقع على الشبكة.

2-2- فهم القائمين على المواقع الصحفية الإلكترونية الجزائرية للتطبيقات التفاعلية المتاحة عبر مواقعهم

تبين جليا من خلال الأربع مقابلات مع مدراء ومحررين بالمواقع الصحفية الإلكترونية الجزائرية الاختلافات في فهم التفاعلية ومستوياتها، هناك بشكل عام ثلاث أفكار أساسية:

- هناك من يعتبر التفاعلية هي الإبهار بالصفحة الأولى للموقع من ناحية التصميم والمضمون، وذلك بانتقاء الألوان ذات الدلالة الخادمة لأهداف الموقع، وتقسيم المساحات بشكل منتظم، والابتكار والتحسين المستمرين للخلفيات والمكونات الداخلية للصفحات. فضلا عن خلق جميع الخدمات الممكنة لتغطية كافة مستويات التفاعل (بين المستخدم والمضمون، المستخدم والمحرر، والمستخدمين فيما بينهم). مثلما تفعل إدارة موقع الشروق أون لاين. ويوفر هذا الموقع منفردا غالبية تطبيقات التفاعلية بمستوياتها الثلاثة كالاتي: تفاعل المستخدم مع المضمون (استخدام نظام البوابة، استخدام نظام الشاشة، استطلاعات الرأي، التعليقات، الأخبار العاجلة عبر الهاتف المحمول، القوائم البريدية، شارك برأيك، مصورون،

تصويبات أخطاء الأخبار، الربط بشبكات التواصل الاجتماعي... الخ). والتفاعل بين المستخدمين والمحريين من خلال: التواصل عبر البريد الإلكتروني في بعض الأحيان، التواصل هاتفيا بين المحريين ومستخدمي الموقع استجابة لانشغالاتهم، التواصل عبر الفاكس، التواصل عبر الاستقبال الشخصي في مقر المؤسسة الإعلامية التواصل عبر البريد التقليدي بين المحريين ومستخدمي الموقع استجابة لانشغالاتهم، والتواصل عبر شبكات التواصل الاجتماعي. ما توفر التفاعل بين المستخدمين فيما بينهم عبر منتديات الحوار الإلكتروني وشبكات التواصل الاجتماعي.

- في حين هناك من يعتبر التفاعلية هي الآنية والتحديث المستمرين، تقديم الأخبار في شكل إلكتروني لافت مختصر إرضاءً وجلباً للقراء. والتصاميم التفاعلية المبتكرة كالخرائط التفاعلية، والرسومات والصور المعبرة، مثلما يحاول السيد فاروق غدير الوصول بموقع الخبر إلى ذلك.

- بينما تشترك الوطن والمجاهد في الرؤى من خلال إدارتي موقعيهما حيث يركزان على مستويين هما: تفاعل القارئ مع المحتوى وتفاعل القارئ مع المحريين مع اختلاف في ترتيب المستويين عند كل موقع، حيث يهتم المجاهد بالتفاعل مع المحتوى أولاً ثم التفاعل مع المحريين، في حين يفضل الوطن العكس. ويستخدم هذان الموقعان التعاليق والقوائم البريدية ونظام RSS، وشبكات التواصل الاجتماعي في هذين المستويين على أن الوطن تزيد على ذلك المدونات.

2-3- كيفية تعامل القائمين على المواقع الصحفية الإلكترونية الجزائرية مع تفاعل مستخدمي مواقعهم مع المضمون، مع المحريين ومع المستخدمين الآخرين

- تتخذ جميع إدارات مواقع الصحف الإلكترونية الجزائرية الحذر من تطبيقات التفاعلية، وتكاد تكون كلها خاضعة للرقابة المسبقة والفرز فيما عدا استطلاعات الرأي بالنسبة للمواقع التي تتيحها حيث تنشر نتائج التصويت فيها بشكل فوري نظراً لآلية عملها أصلاً. كما أن الصحف تتماذى في رقابتها لتلزم المستخدمين بالتسجيل للحصول على بعض الخدمات (كالتعليق، والأرشفة الإلكترونية وغيرها).

- ويلاحظ تفاعل الصحفيين مع المستخدمين بالطرق التقليدية كالهاتف والبريد التقليدي والفاكس على حساب الطرق الإلكترونية الحديثة على رأسها البريد الإلكتروني، والشبكات التواصل الاجتماعي والمدونات في بعض المواقع.

- تحاول الصحف تنويع المحتوى (أخبار مكتوبة، صور وفيديوهات) وتنويع الخدمات التفاعلية لتحفز المستخدمين أكثر على التفاعل مع المضمون (التعليق، استطلاعات الرأي، خدمات الخبر العاجل عبر الهواتف والقوائم البريدية، ونظام RSS... الخ).

- فيما عدا الشروق أون لاين لا يقتنع مدراء مواقع الصحف الإلكترونية الجزائرية كثيراً بالمنتديات كآلية لتفاعل المستخدمين فيما بينهم، ويتجه أغلبهم إلى تبني شبكات التواصل الاجتماعي كحل بديل يقدم مستويات التفاعل الثلاثة دفعة واحدة (بين المستخدم والمضمون، المستخدم والمحرر، والمستخدمين فيما بينهم).

2-4- أهم معوقات ضمان التفاعلية المثالية عبر مواقع الصحف الإلكترونية الجزائرية من وجهة نظر القائمين على المواقع

- من خلال الحديث المطول الذي جمع الباحثة بمدراء أربعة مواقع صحفية جزائرية توصلت إلى معوقات كثيرة لا تسمح لهم بضمان تفاعلية مثالية للمستخدمين عبر مواقعهم كالآتي:
- الذهنية السائدة لدى ملاك ومدراء تحرير الصحف الورقية الذين لا يزالون في أغلبهم غير مقتنعين بجدى الصحف الإلكترونية لعدم كونها تجلب مداخيل كالورقية حسب فهمهم لها.
 - قلة تعداد الصحفيين في مختلف إدارات مواقع الصحف الجزائرية (ما بين 3-6) ماعدا الشروق 15 شخصا لإدارة بوابة إخبارية إلكترونية تحتوي ما لا يقل عن 8 مواقع فرعية.
 - نقص التكوين والتدريب لدى الصحفيين اللازمين لضمان إعلام إلكتروني سليم للقارئ الإلكتروني.
 - انعدام الكفاءات الجزائرية في التصميم الإلكتروني مما يؤدي بالجوء إلى مبتكرين ومطورين أجنب مثلما فعلت الوطن وستقل الخبر قريبا حسب تصريحات المسؤول الأول عن موقعها.
 - الوعي لدى أطراف العملية الاتصالية الإلكترونية (محررين ومستخدمين) بضرورة وفائدة التفاعلية من أجل التطوير والتحسين.

3- النتائج التفصيلية للدراسة التحليلية للتطبيقات التفاعلية المتاحة عبر الصحافة الإلكترونية الجزائرية

طرحت الباحثة في إطار دراستها التحليلية للتطبيقات التفاعلية المتاحة عبر مواقع الصحف الجزائرية تساؤلات فرعية كالآتي:

- 1- ما هو مستوى كفاءة الصفحة الرئيسية لمواقع الصحف الإلكترونية عينة الدراسة؟
 - 2- ما مدى استخدام الوسائط المتعددة والأرشيف الإلكتروني في محتوى مواقع الصحف الإلكترونية عينة الدراسة؟
 - 3- ما هي أساليب تمكين المستخدم من التفاعل مع المحتوى المتاحة عبر مواقع الصحف الإلكترونية عينة الدراسة؟
 - 4- ما هي أساليب تمكين المستخدم من التفاعل مع المحررين المتاحة عبر مواقع الصحف الإلكترونية عينة الدراسة؟
 - 5- ما هي أساليب تسهيل الاتصال الشخصي بين المستخدمين المتاحة عبر مواقع الصحف الإلكترونية عينة الدراسة؟
 - 6- ما مدى استخدام نظام الضبط والمراقبة في مواقع الصحف الإلكترونية عينة الدراسة؟
- وتوصلت الباحثة في نهاية دراستها التحليلية إلى جملة من النتائج التفصيلية المجيبة عن هذه التساؤلات كالآتي:

3-1- مدى توفر تطبيقات التفاعلية في عينة 1 أكتوبر 2014

جدول تجميعي رقم (84): يوضح كل الخدمات التفاعلية المتاحة عبر الصحف الإلكترونية الجزائرية لعينة

أكتوبر 2014

%	Σ	El Mou djah id	Libe rté	Le soir d'al géri e	El Wat an	الش عب	الخبر	نها ر	الشرو ق	عدد الدرجات الكلي	الصحيفة
											الأبعاد
46.4 2	78	09	11	03	08	06	12	12	17	21	الكفاءة الخدماتية للصفحة الأولى
		42.8 5	52.3 8	14.2 8	38.0 9	28. 57	57.1 4	57. 14	80.9 5		
55	22	02	04	04	03	02	02	02	03	05	استخدام الوسائط المتعددة والأرشيف الإلكتروني
		40	80	80	60	40	40	40	60		
40.6 2	52	10	09	02	09	05	04	06	07	16	أساليب تمكين المستخدم من التفاعل مع المحتوى
		62.5	56.2 5	12.5	56.2 5	31. 25	25	37. 5	43.7 5		
62.5	20	02	04	02	03	02	03	02	02	04	أساليب تمكين المستخدم من التفاعل مع المحررين
		50	100	50	75	50	75	50	50		
41.6 6	10	01	01	00	01	01	02	02	02	03	أساليب تمكين الاتصال الشخصي بين المستخدمين
		33.3 3	33.3 3	00	33.3 3	33. 33	66.6 6	66. 66	66.6 6		
52.0 8	25	03	04	01	03	03	04	03	04	06	أساليب الضبط والمراقبة
		50	66.6 6	16.6 6	50	50	66.6 6	50	66.6 6		
47.0 4	207	27	33	12	27	19	27	27	35	55	Σ
47.0 4	376. 34	49.0 9	60	21.8 1	49.0 9	34. 54	49.0 9	49. 09	63.6 3	100	%

- كشفت نتائج تحليل عينة 1 أكتوبر 2014 من خلال الجدول التجميعي رقم (84) عن أولويات الصحف الجزائرية في إتاحة التطبيقات التفاعلية، حيث ترتبت أولوياتها كآآتي:
- تصدرت أساليب تمكين المستخدم من التفاعل مع المحررين التطبيقات التفاعلية المتوفرة في الصحف الإلكترونية الجزائرية بنسبة 62.5 %، واتسمت هذه الأساليب بالتقليدية تصدرها الهاتف الثابت والفاكس والمراسلة البريدية، مع حضور ضعيف جدا لخدمتي البريد الإلكتروني والمدونات.
 - جاء في مرتبة ثانية استخدام الوسائط المتعددة والأرشيف الإلكتروني بنسبة 55%، وعلى رأسها الفيديو والأرشيف بصيغة PDF اللذين وفرتهما كل الصحف عينة الدراسة. بينما شهد الكاريكاتير حضورا متوسطا، والأرشيف بصيغة HTML حضورا ضعيفا.
 - تكثف الصحف الإلكترونية الجزائرية رقابتها وضبطها لمواقعها بنسبة 52.08 %، حيث تفرض جلها على مستخدميها التسجيل المسبق للاستفادة من خدماتها (كالتعليق، المشاركة في المنتديات، الاطلاع على أرشيفها الإلكتروني، ...) بالدرجة الأولى، وتلزمهم بقانون منظم لنشاطهم عبر الموقع، كما تقدم لهم خدمة البريد المباشر مع إدارة التحرير لتلقي المقترحات والانشغالات.
 - بينما حلت الكفاءة الخدماتية للصفحة الأولى في المرتبة الرابعة بنسبة 46.42 %، حيث أتاحت الصحف الإلكترونية عينة الدراسة عدة خدمات تصدرتها كل من خدمة تنوع الخيارات أمام المستخدم، الربط بأكثر من شبكة اجتماعية (الفايسبوك، تويتر، اليوتيوب، غوغل بلوس)، الوصلات السريعة، الربط بمواقع أخرى، عدد القراءات وعدد التعليقات... الخ.
 - سخرت جل الصحف عينة الدراسة الشبكات الاجتماعية كأسلوب يمكن من الاتصال الشخصي بين المستخدمين، فيما استخدمت المنتديات بنسب ضعيفة نوعا ما، وغابت نهائيا ساحات الحوار المباشر بين الشخصيات العامة وال جماهير، من أجل ذلك سجل التفاعل بين المستخدمين نسبة إتاحة لخدماته قدرت بـ 41.66 % فقط .
 - في مرتبة أخيرة حلت أساليب تمكين المستخدم من التفاعل مع المحتوى بنسبة 40.62 %، وكان من أبرز ما أتيج منها على مواقع الصحف الإلكترونية الجزائرية: خدمة التعليق على الأخبار، خدمة مشاركة المحتوى عبر شبكات التواصل الاجتماعي ونسخه، وخدمة الخبر العاجل عبر الهاتف المحمول.
- بيد أن الصحف عينة الدراسة ترتبت كذلك وفق إتاحتها لهذه الخدمات وتحصلها على درجاتها كآآتي:
- تصدر الترتيب موقع صحيفة الشروق أون لاین من حيث كونه أكثر تفاعلية من غيره من المواقع بإتاحته لـ 35 خدمة من أصل 55، بنسبة 63.63 %، وقد تفوق الموقع بالكفاءة الخدماتية لصفحته الأولى حيث قدم 17 خدمة من أصل 21. تلتها بقية الأبعاد بدء بكل من أساليب تمكين الاتصال الشخصي بين المستخدمين بـ 2 من أصل 3 خدمات، وأساليب الضبط والمراقبة بـ 4 من أصل 6 خدمات ثم استخدام الوسائط المتعددة

والأرشيف الإلكتروني بـ 3 من أصل 5 خدمات، فأساليب تمكين المستخدم من التفاعل مع المحررين بـ 2 من أصل 4 خدمات، وأخيرا أساليب تمكين المستخدم من التفاعل مع المحتوى بـ 7 من أصل 16 خدمة.

- حل موقع ليبرتي (Liberté) في المركز الثاني من حيث تفاعليته بإتاحته لـ 33 خدمة من أصل 55، بنسبة 60 %، وقد شهد تفوقا ساحقا بأساليب تمكين المستخدم من التفاعل مع المحررين بالعلامة الكاملة 4 من 4 خدمات. بعدها باستخدام الوسائط المتعددة والأرشيف الإلكتروني بـ 4 من أصل 5 خدمات، ثم أساليب الضبط والمراقبة بـ 4 من أصل 6 خدمات. تلتها بقية الأبعاد حيث احتل الصدارة رفقة الوطن (Elwatan) في أساليب تمكين المستخدم من التفاعل مع المحتوى بـ 9 من أصل 16 خدمة متفوقين بذلك على موقع الشروق أون لاين ذو المركز الأول من حيث التفاعلية، ثم الكفاءة الخدمائية لصفحة الأولى حيث قدم 11 خدمة من أصل 21، وأخيرا جاءت أساليب تمكين الاتصال الشخصي بين المستخدمين بخدمة وحيدة من 3 خدمات هي الربط بشبكات التواصل الاجتماعي.

- ذهب المركز الثالث لصالح أربعة مواقع هي: النهار أون لاين والخبر والوطن (Elwatan) والمجاهد (Elmoudjahid) بتحقيقها لـ 27 درجة من أصل 55، بنسبة 49.09 %. وقد تفوقت النهار أون لاين والخبر في أساليب تمكين الاتصال الشخصي بين المستخدمين بتحقيق درجتين من أصل 3. في حين تميز كل من الوطن (Elwatan) والخبر بأساليب التفاعل مع المحررين بـ 3 من أصل 5 خدمات. بينما المجاهد (Elmoudjahid) حققت أعلى نسبة في أساليب تمكين المستخدم من التفاعل مع المحتوى بتحقيقهما لـ 10 درجات من أصل 16 درجة أو خدمة.

بدرجة ثانية اعتنت النهار أون لاين بالكفاءة الخدمائية لصفحتها الرئيسية، بينما أبدت الوطن (Elwatan) اهتماما اتجاه استخدام الوسائط المتعددة والأرشيف الإلكتروني بتحصيل 3 من 5 درجات. بيد أن قدمت الخبر موقعا محكم الضبط والمراقبة بتوفيرها 4 من أصل 6 خدمات، ويمكن الاتصال الشخصي بين المستخدمين بإتاحة 2 من أصل 3 خدمات، قد يرجع ذلك أصلا إلى طبيعة المؤسسة المحافظة والمتزنة في تحاليلها والطامحة إلى الموضوعية والشفافية وعدم خدمة مصالح غير مصلحة القارئ الجزائري. أما المجاهد (Elmoudjahid) فاتجهت للاهتمام بتفاعل المستخدمين مع المحررين وضبط ومراقبة موقعها.

- جاء في المركز الرابع موقع الصحيفة الحكومية الشعب بجمعه لـ 19 خدمة من أصل 55 بنسبة 34.54 % أي أنها وفرت ثلث خدمات المقياس المستخدم من طرف الباحثة في الدراسة التحليلية الحالية تقريبا، تفوقت في جعل موقعها مراقبا ومضبوطا بشكل جيد ومحكم بإتاحتها لـ 3 من أصل 6 خدمات ضرورية لذلك.

- رجع المركز الأخير (الخامس) للوسوار دالجيري (Le soir d'Algérie) بإتاحتها لـ 12 خدمة من أصل 55 بنسبة لم تتجاوز 21.81 %، فقد تفوقت في بعد واحد بتوفير 4 خدمات من أصل 5 من الوسائط المتعددة والأرشيف الإلكتروني، في حين كانت كل الأبعاد تقريبا ضعيفة الإتاحة جدا (من 2 إلى 3 خدمات كأقصى حد) مثل: أساليب تمكين المستخدم من التفاعل مع المحررين، أساليب تمكين المستخدم من التفاعل مع المحتوى،

الكفاءة الخدماتية للصفحة الأولى، في وقت لم تراقب فيه ولم تضبط مضمونها الإلكتروني لأنه هو ذاته الورقي المضبوط مسبقا. وانعدم أحد الأبعاد في نهاية المطاف وهو أساليب تمكين الاتصال الشخصي بين المستخدمين. بشكل عام سجلت الصحف الإلكترونية الجزائرية نسبة متوسطة في توفير تقنيات التفاعلية بنسبة 47.04 % وهي في الحقيقة نسبة متواضعة جدًا إذا ما قورنت بمواقع صحف أوروبية وأمريكية صغيرة، دونما الجرأة على مقارنتها بمواقع الصحف الكبرى ووكالات الأنباء ومواقع الفضائيات الإخبارية العالمية .

3-2- مدى توفر تطبيقات التفاعلية في عينة 30 أبريل 2015

جدول تجميعي رقم (85): يوضح كل الخدمات التفاعلية المتاحة عبر الصحف الإلكترونية الجزائرية

عينة 30 أبريل 2015

%	Σ	El Mou djah id	Libe rté	Le soir d'al géri e	El Wat an	الش عب	الخبر	نها ر	الشرو ق	عدد الدرجات الكلي	الصحيفة
											الأبعاد
46. 02	81	09	11	03	08	06	12	14	18	22	الكفاءة الخدماتية للسفحة الأولى
		40.9	50	13.3 6	36.3 6	27. 27	54.5 4	63. 63	81.8 1		
55	22	02	04	04	03	02	02	02	03	05	استخدام الوسائط المتعددة والأرشيف الإلكتروني
		40	80	80	60	40	40	40	60		
43. 38	59	10	09	02	09	05	07	08	09	17	أساليب تمكين المستخدم من التفاعل مع المحتوى
		58.8 2	52.9 4	11.7 6	52.9 4	29. 41	41.1 7	47. 05	52.9 4		
65. 62	21	02	04	02	03	02	03	02	03	04	أساليب تمكين المستخدم من التفاعل مع المحررين
		50	100	50	75	50	75	50	75		
41. 66	10	01	01	00	01	01	02	02	02	03	أساليب تمكين الاتصال الشخصي بين المستخدمين
		33.3 3	33.3 3	00	33.3 3	33. 33	66.6 6	66. 66	66.6 6		
52. 08	25	03	04	02	03	03	03	03	04	06	أساليب الضبط والمراقبة
		50	66.6 6	33.3 3	50	50	50	50	66.6 6		
47. 80	218	27	33	13	27	19	29	31	39	57	Σ
47. 80	382. 41	47.3 6	57.8 9	22.8 0	47.3 6	33. 33	50.8 7	54. 38	68.4 2	100	%

أوضحت نتائج الدراسة من خلال **الجدول التجميعي رقم (85)** أن أولويات الصحف الجزائرية عينة 30 أبريل 2015 في إتاحة التطبيقات التفاعلية ترتبت كالآتي:

- تقدمت في المرتبة الأولى أساليب تمكين المستخدم من التفاعل مع المحررين في قائمة التطبيقات التفاعلية المتوفرة في الصحف الإلكترونية الجزائرية بنسبة 65.62 %، وتميزت هذه الأساليب بكونها تقليدية على رأسها الهاتف الثابت والفاكس والمراسلة البريدية، مع حضور ضعيف جدا لخدماتي البريد الإلكتروني والمدونات. وهي نسبة إتاحة أعلى بقليل من نسبة عينة أكتوبر 2014 التي بلغت 62.5 %.

- بينما جاء في المركز الثاني استخدام الوسائط المتعددة والأرشيف الإلكتروني بنسبة 55%، وعلى رأسها الفيديو والأرشيف بصيغة PDF اللذين وفرتهما جل الصحف عينة الدراسة (ما عدا الخبر التي حذفته هذه الخدمة بعدما وفرتها في عينة أكتوبر 2014). بينما تميز الكاريكاتير بحضور متوسط، والأرشيف بصيغة HTML بحضور ضعيف. فيما انعدمت الخدمة الإخبارية الصوتية نهائيا من مواقع الصحف الجزائرية. وهي للإشارة ذات المرتبة وذات النسبة التي حصل عليها بعد استخدام الوسائط المتعددة والأرشيف الإلكتروني في عينة أكتوبر 2014.

- تكثف الصحف الإلكترونية الجزائرية في مرتبة ثالثة رقابتها وضبطها لمواقعها بنسبة 52.08 %، حيث تفرض جلها على مستخدميها التسجيل المسبق للاستفادة من خدماتها (كالتعليق، المشاركة في المنتديات، الاطلاع على أرشيفها الإلكتروني، ...) بالدرجة الأولى، وتلزمهم بقانون منظم لنشاطهم عبر الموقع، كما تقدم لهم خدمة البريد المباشر مع إدارة التحرير لتلقي المقترحات والانشغالات. فيما تنعدم تماما خدمة سجلات الزوار التي تضم عادة إحصائيات المتصفحين الموجودين عبر الموقع، إحصائيات الأسبوع، وأحيانا الشهر، وعدد الصفحات المتصفح. وهو ذات الترتيب المحصل عليه في عينة أكتوبر 2014.

- بينما أخذت الكفاءة الخدماتية للصفحة الأولى المرتبة الرابعة بنسبة 46.02 %، حيث أتاحت الصحف الإلكترونية عينة الدراسة عدة خدمات تصدرتها كل من خدمة تنوع الخيارات أمام المستخدم، الربط بأكثر من شبكة اجتماعية (الفايسبوك، تويتر، اليوتيوب، غوغل بلوس)، الوصلات السريعة، الربط بمواقع أخرى، عدد القراءات وعدد التعليقات... الخ. وهي في الحقيقة النسبة التي عرفت تراجعا طفيفا عن عينة أكتوبر 2014، من 46.42 % إلى 46.02 %، بسبب عدم تحقيق 5 صحف من أصل 8 من عينة التحليل لأي تقدم في خدمات مواقعها وهي الشعب والوطن (Elwatan) ولبيرتي (Liberté) والمجاهد (Elmoudjahid)، ولوسوار دالجيري (Le soir d'Algérie).

- في مرتبة خامسة حلت أساليب تمكين المستخدم من التفاعل مع المحتوى بنسبة 43.38 %، وكان من أهم ما وفرته مواقع الصحف الإلكترونية الجزائرية منها: خدمة التعليق على الأخبار، خدمة مشاركة المحتوى عبر شبكات التواصل الاجتماعي ونسخه، وخدمة الخبر العاجل عبر الهاتف المحمول، إضافة إلى خدمات نوعية كمصورون للشروق أون لاين، حديث الشبكة للنهار أون لاين، وتقييم المحتوى للخبر في نسخها المطورة. وقد

حقق هذا البعد قفزة من المرتبة الأخيرة إلى المرتبة الخامسة بالنظر إلى التقدم الملحوظ في نسبة توفر مؤشراتهما عما كان عليه في عينة أكتوبر 2014 (بنسبة 40.62%).

- في ذيل الترتيب، أتاحت أغلبية مواقع الصحف عينة الدراسة الشبكات الاجتماعية كأسلوب يستطيع المستخدمون التواصل عبره بين بعضهم البعض، فيما استخدمت المنتديات بنسب ضعيفة نوعا ما (3 صحف من أصل 8)، وغابت نهائيا ساحات الحوار المباشر بين الشخصيات العامة والجماهير، ومن ذلك سجل التفاعل بين المستخدمين نسبة إتاحة لخدماته قدرت بـ 41.66% فقط متراجعا بمرتبة عن عينة أكتوبر 2014، بسبب إعطاء الصحف الثلاث (الشروق أون لاين، الخبر والنهار أون لاين) التي غيرت نسخها الإلكترونية بشكل جزئي أو كلي الأولوية لإتاحة خدمات جديدة تمكن المستخدم من التفاعل مع المحتوى .

بينما ترتبت الصحف عينة الدراسة وفق إتاحتها لهذه الخدمات وحصولها على درجاتها كالاتي:

- تقدم الترتيب موقع صحيفة الشروق أون لاين من حيث كونه الأكثر تفاعلية بإتاحته لـ 39 خدمة من أصل 57، بإضافته لـ 4 خدمات في نسخته المعدلة جزئيا، بنسبة 68.42% مقابل نسبة 63.63% في عينة أكتوبر 2014، وقد تفوق أيضا كما في عينة أكتوبر 2014، بالكفاءة الخدماتية لصفحته الأولى حيث قدم 18 خدمة من أصل 22. تلتها أساليب تمكين المستخدم من التفاعل مع المحررين التي لاقت عناية في هذه العينة، واستدراكا للنقائص عبر إضافة البريد الإلكتروني لمحرري قوالب الرأي بـ 3 من أصل 4 خدمات، ثم حلت كل من أساليب تمكين الاتصال الشخصي بين المستخدمين بـ 2 من 3 خدمات، وأساليب الضبط والمراقبة بـ 4 من أصل 6 خدمات في ذات المركز، فاستخدام الوسائط المتعددة والأرشيف الإلكتروني بـ 3 من أصل 5 خدمات. وأخيرا في ذيل الترتيب أساليب تمكين المستخدم من التفاعل مع المحتوى بـ 9 من أصل 17 خدمة. بذلك تكون أولويات التطبيقات التفاعلية لدى الشروق أون لاين تغيرت عما سبق التوصل إليه في عينة أكتوبر 2014. ويمكن القول أن تفوق الشروق طاغ بسبب النسب المحققة في كل بعد، والتي لا تنزل في كل الأحوال عن 50%، أي نصف المؤشرات مما يدل على الغنى والثراء المعرفي والتفاعلي لهذا الموقع.

- عاد المركز الثاني للمرة الثانية لموقع ليبرتي (Liberté) من حيث تفاعليته بإتاحته لـ 33 خدمة من أصل 57، بنسبة أقل بقليل من عينة أكتوبر 2014 بالنظر إلى استقرار خدماته وعدم إضافته للجديد بـ 57.89%، وقد تفوق هو بأساليب تمكين المستخدم من التفاعل مع المحررين كما في عينة أكتوبر 2014، بالعلامة الكاملة 4 من 4 خدمات ثم باستخدام الوسائط المتعددة والأرشيف الإلكتروني بـ 4 من أصل 5 خدمات. وجاءت بعده أساليب الضبط والمراقبة بـ 4 من أصل 6 خدمات، تلتها أساليب تمكين المستخدم من التفاعل مع المحتوى حيث احتل فيها الصدارة بمعيار الشروق أون لاين والوطن (Elwatan) هذه المرة بـ 9 من أصل 17 خدمة، فالكفاءة الخدماتية لصفحة الأولى حيث قدم نصف مؤشراتهما بـ 11 من أصل 22. وأخيرا جاءت أساليب تمكين الاتصال الشخصي بين المستخدمين بخدمة وحيدة من 3 خدمات هي الربط بشبكات التواصل الاجتماعي.

- في تقدم مهم أخذ المركز الثالث موقع النهار أون لاين منفردا هذه المرة بعدما تقاسمه إياه مع مواقع كل من الخبر والوطن (Elwatan) والمجاهد (Elmoudjahid) بتحقيقها لـ 27 درجة من أصل 57، بنسبة 49.09% في عينة أكتوبر 2014. حيث سجل الموقع تقدما بـ 31 درجة من أصل 57، محرزا تفوقا هذه المرة كذلك في أساليب الاتصال الشخصي بين المستخدمين بتجميعه لدرجتين من أصل 3 في المقياس. كما لاحظت الباحثة عناية فائقة أولاها الموقع لصفحة الأولى في هذه النسخة حيث قفزت الكفاءة الخدمائية لها من 12 خدمة إلى 14 خدمة عكس الخبر الذي بقي في ذات العدد 12.

- حازت الخبر المركز الرابع في تراجع ملحوظ في الترتيب بين مواقع الدراسة عن عينة أكتوبر 2014 بتحقيقها لـ 29 درجة من أصل 57 في المقياس التجميعي، بنسبة 50.87%، مركزة بدرجة أولى على أساليب التفاعل بين المستخدمين والمحررين بـ 3 من 4 خدمات في المقياس. وبدرجة ثانية على أساليب الاتصال الشخصي بين المستخدمين بـ 2 من 3 درجات.

- تقاسم المركز الخامس موقعا كل من المجاهد (Elmoudjahid) والوطن (Elwatan) متراجعين بمرتبتين عن عينة أكتوبر 2014، بجمعهما لـ 27 خدمة من أصل 57 في المقياس التجميعي، ونسبة 47.36%، إذ تولي الأولى اهتماما قويا بالتفاعل بين المستخدم والمحتوى بـ 10 من 17 درجة، بينما تعنى الثانية كثيرا بتفاعله مع المحررين بـ 3 من 4 درجات.

- جاء في المركز السادس موقع الصحيفة الحكومية "الشعب" بجمعه لـ 19 خدمة من أصل 57 بنسبة 33.33% أي أنها وفرت ثلث خدمات المقياس المستخدم من طرف الباحثة في الدراسة التحليلية الحالية، تفوقت في جعل موقعها مراقبا ومضبوطا بشكل جيد ومحكم بإتاحتها لـ 3 من أصل 6 خدمات ضرورية لذلك.

- رجع المركز السابع والأخير للوسوار دالجيري (Le soir d'Algérie) بإتاحتها لـ 13 خدمة من أصل 57 بنسبة لم تتجاوز 22.80%، فقد تفوقت في بعد واحد بتوفير 4 خدمات من أصل 5 من الوسائط المتعددة والأرشيف الإلكتروني، في حين كانت كل الأبعاد تقريبا ضعيفة الإتاحة جدا (من 2 إلى 3 خدمات كأقصى حد) مثل: أساليب تمكين المستخدم من التفاعل مع المحررين، أساليب تمكين المستخدم من التفاعل مع المحتوى، الكفاءة الخدمائية للصفحة الأولى، في وقت لم تراقب فيه ولم تضبط مضمونها الإلكتروني لأنه هو ذاته الورقي المضبوط مسبقا. وانعدم أحد الأبعاد في نهاية المطاف وهو أساليب تمكين الاتصال الشخصي بين المستخدمين. بشكل عام سجلت الصحف الإلكترونية الجزائرية نسبة متوسطة في توفير تقنيات التفاعلية بنسبة 47.80% وهي في الحقيقة نسبة متواضعة جدًا على الرغم من التقدم الطفيف فيها عن عينة أكتوبر 2014 (47.04%)، حيث لا تزال مطالبة بالمزيد، لأن التقدم أحدثته فقط 3 صحف من أصل 8 أي أن التقدم في المواقع طال 37.5% من عينة الدراسة أي حوالي الثلث فقط، في وقت تعرف فيه هذه الصحف على الساحة الإعلامية الجزائرية ورقيا بأنها الأكبر والأوسع انتشارا ومقرئية، كما أن أغلبها لديها من الوجود ما لا يقل عن 25 سنة

في الجزائر. من هنا يتضح أن ملاك وإدارات تحرير أغلب هذه الصحف بحاجة إلى تغيير ذهنياتهم نحو الصحافة الإلكترونية برمتها.

3-3- مدى توفر تطبيقات التفاعلية في الصحافة الإلكترونية الجزائرية

جدول تجميعي كلي رقم (86): يوضح مدى توفر التطبيقات التفاعلية عبر الصحف الإلكترونية الجزائرية عينة الدراسة

%	Σ	El Mou djah id	Libe rté	Le soir d'al géri e	El Wat an	الش عب	الخبر	نها ر	الشرو ق	Σ الدرجا ت	الصحيفة الأبعاد	
											Σ	%
46.2 2	159	18	22	06	16	12	24	26	35	43	Σ	الكفاءة الخدماتية للصفحة الأولى
46.2 2	369. 73	41.8 6	51.1 6	13.9 5	37.2 0	27. 90	55.8 1	60. 46	81.3 9	100	%	
55	44	04	08	08	06	04	04	04	06	10	Σ	استخدام الوسائط المتعددة
55	440	40	80	80	60	40	40	40	60	100	%	والأرشيف الإلكتروني
42.0 4	111	20	18	04	18	10	11	14	16	33	Σ	أساليب تمكين المستخدم من
42.0 4	336. 33	60.6 0	54.5 4	12.1 2	54.5 4	30. 30	33.3 3	42. 42	48.4 8	100	%	التفاعل مع المحتوى
64.0 6	41	04	08	04	06	04	06	04	05	08	Σ	أساليب تمكين المستخدم من
64.0 6	512. 5	50	100	50	75	50	75	50	62.5	100	%	التفاعل مع المحررين
41.6 6	20	02	02	00	02	02	04	04	04	06	Σ	أساليب تمكين الاتصال
41.6 6	333. 3	33.3 3	33.3 3	00	33.3 3	33. 33	66.6 6	66. 66	66.6 6	100	%	الشخصي بين المستخدمين

52.0 8	50	06	08	03	06	06	07	06	08	12	∑	أساليب الضبط والمراقبة
52.0 8	416. 65	50	66.6 6	25	50	50	58.3 3	50	66.6 6	100	%	
47.4 3	425	54	66	25	54	38	56	58	74	112	∑	∑
47.4 3	379. 43	48.2 1	58.9 2	22.3 2	48.2 1	33. 92	50	51. 78	66.0 7	100	%	

توصلت النتائج النهائية للدراسة من خلال الجدول التجميعي الكلي رقم (86) إلى أن الصحف الجزائرية رتبت أولوياتها من حيث التطبيقات التفاعلية كالآتي:

- افتتحت التطبيقات التفاعلية ترتيبها بأساليب تمكين المستخدم من التفاعل مع المحررين في قائمة التطبيقات التفاعلية المتوفرة في الصحف الإلكترونية الجزائرية بنسبة 64.06 %، على الرغم من كونها لازالت تقليدية على رأسها الهاتف الثابت والفاكس والمراسلة البريدية، مع حضور ضعيف جدا لخدمتي البريد الإلكتروني والمدونات.

- وحل في مرتبة ثانية استخدام الوسائط المتعددة والأرشيف الإلكتروني بنسبة 55%، وعلى رأسها الفيديو والأرشيف بصيغة PDF اللذين وفرتهما جل الصحف عينة الدراسة. بينما اتسم الكاريكاتير بحضور متوسط، والأرشيف بصيغة HTML بحضور ضعيف. وذلك في ظل انعدام للخدمة الإخبارية الصوتية من مواقع الصحف الجزائرية.

- في مركز ثالث يعاب على الصحافة الإلكترونية الجزائرية تكثيفها لرقابتها وضبطها لمواقعها بنسبة 52.08 %، وهي ثابتة في ذلك، حيث تفرض جلها على مستخدميها التسجيل المسبق للاستفادة من خدماتها (كالتعليق، المشاركة في المنتديات، الاطلاع على أرشيفها الإلكتروني، ... الخ) بالدرجة الأولى، وتلزمهم بقانون منظم لنشاطهم عبر الموقع، كما تقدم لهم خدمة البريد المباشر مع إدارة التحرير لتلقي المقترحات والانشغالات. بيد أنه ومن جهة أخرى تتعدم تماما خدمة سجلات الزوار التي تضم عادة إحصائيات المتصفحين الموجودين عبر الموقع، إحصائيات الأسبوع، وأحيانا الشهر، وعدد الصفحات المتصفح، وهي التي تستطيع أن تمثل نوعا من رقابة المستخدم على الموقع، إذ بإمكانه الاطلاع الدائم على مدى تقدم أو تأخر هذه المواقع من خلالها.

وهنا يتضح أن الصحف تحاول إحكام السيطرة على العملية الإعلامية الاتصالية من طرف واحد تقليدي وهو القائم بالاتصال في حين أن الأمر تغير جذريا في عصر الإنترنت. إن هذا الاستنتاج الأخير يدعم النقد الموجه

لإدارات وهيئات تحرير المواقع فيما يخص انتهاجهم لذهنية وأسلوب عمل تقليدي ورقي لا يتماشى مع تفاعلية الإلكترونيات.

- بينما أخذت الكفاءة الخدمائية للصفحة الأولى المرتبة الرابعة بنسبة 46.22 %، حيث أتاحت الصحف الإلكترونية عينة الدراسة عدة خدمات تصدرتها كل من خدمة تنوع الخيارات أمام المستخدم، الربط بأكثر من شبكة اجتماعية (الفايسبوك، تويتر، اليوتيوب، غوغل بلوس)، الوصلات السريعة، الربط بمواقع أخرى، عدد القراءات وعدد التعليقات... الخ. وهي نسبة ضئيلة جدا إذا ما قورنت بأهمية واجهة الصحيفة في جذب الجماهير وجرها لمواصلة الإبحار لأطول وقت ممكن في خدمات وصفحات الموقع.

- في مرتبة خامسة حلت أساليب تمكين المستخدم من التفاعل مع المحتوى بنسبة 42.04 %، وكان من أهم ما وفرته مواقع الصحف الإلكترونية الجزائرية: خدمة التعليق على الأخبار، خدمة مشاركة المحتوى عبر شبكات التواصل الاجتماعي ونسخه، وخدمة الخبر العاجل عبر الهاتف المحمول، إضافة إلى خدمات نوعية كمصورون للشروق أون لاين، حديث الشبكة للنهار أون لاين، وتقييم المحتوى للخبر في نسخها المطورة.

- في ذيل الترتيب، أتاحت أغلبية مواقع الصحف عينة الدراسة الشبكات الاجتماعية كأسلوب يستطيع المستخدمون التواصل عبره بين بعضهم البعض، فيما استخدمت المنتديات بنسب ضعيفة نوعا ما بـ 37.5% فقط. وغابت نهائيا ساحات الحوار المباشر بين الشخصيات العامة والجماهير، لذلك نجد أن التفاعل بين المستخدمين سجل نسبة إتاحة لخدماته قدرت بـ 41.66 % فقط.

بينما ترتيبت الصحف عينة الدراسة وفق إتاحتها لهذه الخدمات وحصولها على درجاتها كالاتي:

- تقدم الترتيب موقع صحيفة الشروق أون لاين من حيث كونه الأكثر تفاعلية بإتاحته لـ 74 خدمة من أصل 112 في المقياس التجميعي الكلي لكافة المؤشرات في عيني الدراسة، بنسبة 66.07 %. ويمكن القول أن تفوق الشروق أون لاين جلي إذ أنه الموقع الوحيد الذي لم تنزل نسب مؤشرات أبعاد التفاعلية فيه في كل الأحوال عن 50 %، أي نصف المؤشرات مما يدل على الغنى والثراء المعرفي والتفاعلي لهذا الموقع، ونذكر على الخصوص تميز صفحته الأولى بشكل ساحق حيث سجلت كفاءتها الخدمائية النسبة الثانية بين كل أبعاد ومؤشرات الدراسة على الإطلاق بـ 81.39 % (بعد نيل لبيرتي (Liberté) لنسبة 100 % لبعده التفاعل بين المستخدم والمحررين).

- وعاد المركز الثاني لموقع لبيرتي (Liberté) من حيث تفاعليته بإتاحته لـ 66 خدمة من أصل 112، بنسبة 58.92 %. تقدم في موقعها اهتماما غير مسبوق بالتفاعل بين المستخدم والمحررين هو الأول من نوعه في الصحف عينة الدراسة بنسبة 100 %.

- في المركز الثالث موقع النهار أون لاين بتحقيقه لـ 58 درجة من أصل 112، بنسبة 51.78 %، أظهر تفوقا في أساليب الاتصال بين المستخدمين من خلال منتدياته بالدرجة الأولى.

- نالت الخبر المركز الرابع بتحقيقها لـ 56 درجة من 112 في المقياس التجميعي، بنسبة 50 %، مركزة اهتمامها بدرجة أولى على أساليب التفاعل بين المستخدمين والمحررين، وبدرجة ثانية على أساليب الاتصال الشخصي بين المستخدمين.

- تقاسم المركز الخامس موقعا كل من المجاهد (Elmoudjahid) والوطن (Elwatan)، بجمعهما لـ 54 خدمة من أصل 112 في المقياس التجميعي، ونسبة 48.21%، إذ تولي الأولى اهتماما قويا بالتفاعل بين المستخدم والمحتوى هي الأولى فيه بين المواقع الجزائرية عينة الدراسة، بينما تعنى الثانية كثيرا بتفاعله مع المحررين.

- جاء في المركز السادس موقع "الشعب" بجمعه لـ 38 خدمة من أصل 112 بنسبة 33.92 % حيث أنها وفرت ثلث خدمات المقياس المستخدم من طرف الباحثة في الدراسة التحليلية الحالية، وتفوقت في جعل موقعها مراقبا ومضبوطا بشكل جيد ومحكم لضرورة طبيعة ملكيتها.

- رجع المركز الأخير للوسوار دالحيري (Le soir d'Algérie) بإتاحتها لـ 25 خدمة من أصل 112 بنسبة لم تتجاوز 22.3 % ، فقد تفوقت في بعد واحد هو استخدام الوسائط المتعددة والأرشيف الإلكتروني، في حين كانت كل الأبعاد تقريبا ضعيفة الإتاحة جدا، حتى أنه وجد منها ما انعدم خلال التحليل. إن المؤسسات الصحفية تنفق مبالغ طائلة لجلب مزيد من الزوار لمواقعها على الإنترنت أو متابعتها على شبكات التواصل الاجتماعية. ولكن المال يُصرف بشكل كمي وليس كفي، وتهتم بعدد مشاهدات الموقع وعدد الزوار وترتيب الموقع على موقع "أليكسا"، وانتشار الخبر على مواقع التواصل ومحركات البحث. ولا تهتم بجودة المحتوى، وكفاءته، والجمهور المستهدف. وترى الباحثة في هذا الصدد أن تحسين دعاية الصحف والمواقع الإلكترونية يبدأ من قناعة وهي أنها تحتاج لوقت لبناء ثقة وقاعدة كبيرة من القراء والمتابعين الذين يكونون أوفياء لموقعها، وسوف تجني ثمار ذلك على المدى البعيد، وهو أفضل من أرقام المشاهدات الوهمية التي تنهار سريعا.

4- الاستنتاجات العامة في ضوء تساؤلات الدراسة

بعد إنجاز دراستين ميدانيتين خاصتين بجمهور النخبة الأكاديمية والقائمين على مواقع الصحف الإلكترونية الجزائرية، ودراسة تحليلية متعلقة بالتطبيقات التفاعلية المتاحة عبرها توصلت الباحثة إلى سلسلة من الاستنتاجات التي حاولت بها الإجابة عن تساؤلات الانطلاق كالاتي:

4-1- الدراسة الميدانية لجمهور الصحافة الإلكترونية الجزائرية من النخبة الأكاديمية

1- جمهور الصحافة الإلكترونية من النخبة هو جمهور ذكوري شبابي، من ذوي التخصصات الأدبية، لغة تكوينه الأولى هي اللغة العربية، وهو من ذوي رتبة أستاذ مساعد. يتعرضون لها منذ أزيد من 4 سنوات للصحافة الإلكترونية في أقل من ساعة بنسبة ساحقة من خلال حواسيبهم في منازلهم صباحا أو ليلا أو مساء. ويتم ذلك يوميا أو لأكثر من ثلاث مرات في الأسبوع.

2- تفضل النخبة التعرض للصحف الإلكترونية الجزائرية فالعربية ثم الغربية على أن تكون هذه الصحف الجزائرية وطنية خاصة، ناطقة باللغة العربية، متنوعة المضامين وذات نظير ورقي. وتختار المواضيع من بين العناوين المطروحة في الصفحة الأولى. وتطلع من خلالها بشكل دائم على الموضوعات السياسية والدولية، ثم المحلية، والاجتماعية وأخيرا الثقافية، تشدها في ذلك المواضيع بالدرجة الأولى ثم التصميم. وتتصفح باستمرار صحيفة إلكترونية خالصة واحدة هي: "كل شيء عن الجزائر" (TSA)، وخمس صحف إلكترونية كبرى في الجزائر هي بالترتيب: الخبر، الشروق أون لاين، الوطن (El Watan)، النهار، وليبرتي (Liberté).

3- تلجأ مفردات العينة إلى الصحف الإلكترونية الجزائرية لأنها سهلة التصفح وغير مكلفة كما أنها تتمتع بهامش أكبر من الحرية مقارنة بالصحف الورقية. ودافعها المعرفية في ذلك نفعية بالدرجة الأولى هي: السرعة والتحديث المستمرين للمعلومات وإتاحة قراءة الجريدة قبل نزولها إلى الأسواق والمساعدة في مجال العمل. أما دافعها الشخصي الأول فهو مواكبة تطور العصر بها لأنها وسيلة حديثة متطورة وعصرية.

4- مفردات النخبة الأكاديمية غير راضية عن أداء الصحف الإلكترونية الجزائرية، فهي لا تلبى حاجاتهم إلا أحيانا، فهي لا تقوم إلا بتوفير وقتها الثمين، وتعزز لديهم القدرة على النقاش في مختلف المواضيع. يأتي في مقدمة الإشباعات المعرفية التي تحققها لديهم اكتساب معلومات كثيرة عن المحيط الخارجي، وتقوية الشعور بالانتماء إليه كأحد أهم الإشباعات الشخصية المحققة.

5- تتفاعل النخبة مع المضمون من خلال البحث مباشرة عما يهمها في الموقع من أخبار عبر الوصلات السريعة (المواضيع الأكثر تصفحا، المواضيع الأكثر تعليقا... الخ)، أو استخدام محركات البحث الموجودة في المواقع للعثور مباشرة على طلبها. إضافة إلى انتظار التحديثات المستمرة على مواقع الصحف للحصول على الأحداث لحظة وقوعها. وتتخذ بشكل عام اتجاها سلبيا قويا نحو التفاعل مع محرري وصحفي المواقع الإلكترونية الجزائرية. كما لا تهتم كذلك بالتفاعل مع المستخدمين الآخرين و تكتفي بتصفح المنتديات التابعة لموقع الصحيفة دون الاشتراك والنقاش.

6- انقسمت النخبة الأكاديمية حول تقييمها لكفاءة الصفحات الأولى لمواقع الصحف الإلكترونية بين جيدة وضعيفة. فهي راضية إلى حد متوسط عن الكفاءة التقنية والجوانب الشكلية لها، ومختلف مضامينها. وشهدت النتائج انقساما آخر حادا بين مفردات النخبة الأكاديمية حول تقييمهم لتطبيقات التفاعلية المتاحة عبر الصحف الإلكترونية الجزائرية بين كونها مقبولة إلى حد ما وكونها ضعيفة ولا ترقى إلى مستوى الصحف الأجنبية. وقد عابت النخبة عليها العديد من النقائص التي تسبب ضعف مستوى التفاعلية، في مقدمتها غياب المصادقية والتأكد من صحة المعلومة في المضامين التي ينتجها المستخدمون، غياب الوعي لدى أطراف العملية الاتصالية (المرسل والمستقبل) بأهمية التفاعلية عبر الإعلام الإلكتروني في ترقية الإعلام ككل، وضعف التكوين لدى الصحفيين منع الصحف الإلكترونية من إنتاج إعلام إلكتروني تفاعلي فاعل. وكذلك غياب الوعي بحرية الرأي والتعبير وتقدير الإعلام التشاركي الديمقراطي وقدرته في تحقيق التنمية نظرا لفتوة التجربة الإعلامية الخاصة بشكل عام في الجزائر.

7- أكدت اختبارات برنامج SPSS ما يأتي:

- وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين متغيري الجنس وكثافة التعرض للصحف الإلكترونية.
- عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين متغيري التخصص العلمي وكثافة التعرض للصحف الإلكترونية.
- عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين متغيري السن وكثافة التعرض للصحف الإلكترونية.
- عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين متغيري الجنس وتلبية الصحف الإلكترونية لحاجات النخبة الأكاديمية.
- عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين متغيري التخصص العلمي وتلبية الصحف الإلكترونية لحاجات النخبة الأكاديمية.
- عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين متغيري السن وتلبية الصحف الإلكترونية لحاجات النخبة الأكاديمية.
- لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين الذكور والإناث في مدى تفاعلهم مع مضمون الصحف.
- لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين العلميين والأدبيين في مدى تفاعلهم مع مضمون الصحف.
- لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين مختلف فئات (مجموعات) السن الثلاث في مدى تفاعلهم مع مضمون الصحف.
- لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين الذكور والإناث في مدى تفاعلهم مع محري الصحف.
- لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين العلميين والأدبيين في مدى تفاعلهم مع محري الصحف.
- لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين مختلف فئات (مجموعات) السن الثلاث في مدى تفاعلهم مع محري الصحف.

- لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين الذكور والإناث في مدى تفاعلهم مع مستخدمي الصحف.
- توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين العلميين والأدبيين في مدى تفاعلهم مع مستخدمي الصحف.
- لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين مختلف فئات (مجموعات) السن الثلاث في مدى تفاعلهم مع مستخدمي الصحف.
- عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين متغيري السن وتقييم النخبة لمستوى التفاعلية المتاحة عبر الصحافة الإلكترونية الجزائرية.
- عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين متغيري الجنس وتقييم النخبة لمستوى التفاعلية المتاحة عبر الصحافة الإلكترونية الجزائرية.
- عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين متغيري التخصص العلمي وتقييم النخبة لمستوى التفاعلية المتاحة عبر الصحافة الإلكترونية الجزائرية.
- عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين متغيري كثافة التعرض للصحافة الإلكترونية ودوافعه لدى النخبة الأكاديمية.
- وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين متغيري كثافة التعرض للصحافة الإلكترونية ومدى الإشباع المحقق منها لدى النخبة الأكاديمية الجزائرية.

4-2- الدراسة الميدانية للقائمين على مواقع الصحف الإلكترونية الجزائرية

- 1- اتضح أن القائمين على مواقع الصحف الإلكترونية الجزائرية من فئة الشباب في غالبيتهم، وهم من الجامعيين في معظمهم، يغلب على تخصصاتهم الإعلام الآلي وليس الإعلام والاتصال. وهم ممن تلقوا على الأقل دورة تكوينية واحدة في الصحافة الإلكترونية خارج الجزائر.
- 2- يختلف فهم وإدراك التفاعلية لدى القائمين على مواقع الصحف الإلكترونية الجزائرية كالاتي:
 - هناك من يعتبر التفاعلية هي الإبهار بالصفحة الأولى للموقع من ناحية التصميم والمضمون.
 - هناك من يعتبر التفاعلية هي الآنية والتحديث المستمرين، تقديم الأخبار في شكل إلكتروني لافت مختصر إرضاءً وجلباً للقراء.
 - وهناك من على مستويين هما: تفاعل القارئ مع المحتوى وتفاعل القارئ مع المحررين.
- 3- تتوجس جميع إدارات مواقع الصحف الإلكترونية الجزائرية من تطبيقات التفاعلية، وتعزز من رقابتها عليها جميعها ما عدا استطلاعات الرأي، وتحاول تغطية ذلك بتنوع خيارات المحتوى. يتفاعل صحافيوها بالطرق التقليدية مع الجمهور. ولا يقتنع مدراءها كثيرا بتطبيقات الاتصال الشخصي بين المستخدمين.
- 4- من أبرز معوقات التفاعلية في الصحافة الإلكترونية الجزائرية من وجهة نظر القائمين على مواقعها نجد:
 - الذهنية السائدة لدى ملاك ومدراء تحرير الصحف الورقية الذين لا يزالون في أغلبهم غير مقتنعين بجذوى الصحف الإلكترونية لعدم كونها تجلب مداخيل كالورقية حسب فهمهم لها.

- قلة تعداد الصحفيين في مختلف إدارات مواقع الصحف الجزائرية.
- نقص التكوين والتدريب لدى الصحفيين اللازمين لضمان إعلام إلكتروني سليم للقارئ الإلكتروني.
- انعدام الكفاءات الجزائرية في التصميم الإلكتروني مما يؤدي بالجوء إلى مبتكرين ومطورين أجانب.
- الوعي لدى أطراف العملية الاتصالية الإلكترونية (محررين ومستخدمين) بضرورة وفائدة التفاعلية من أجل التطوير والتحسين.

4-3- الدراسة التحليلية للتطبيقات التفاعلية المتاحة عبر الصحف الإلكترونية الجزائرية

- 1- تعنى الصحف الإلكترونية الجزائرية في المرتبة الأولى بتفاعل المستخدمين مع المحررين عبر أساليب تقليدية على رأسها الهاتف الثابت والفاكس والمراسلة البريدية، مع حضور ضعيف جدا لتطبيقات البريد الإلكتروني والمدونات.
- 2- في مرتبة ثانية تستخدم الصحف الإلكترونية الجزائرية الوسائط المتعددة والأرشيف الإلكتروني، وعلى رأسها الفيديو والأرشيف بصيغة PDF. بينما لا تولي الكاريكاتير والأرشيف بصيغة HTML الاهتمام اللازم بهما. إضافة إلى إهمالها قطاعيا للخدمة الإخبارية الصوتية عبر مواقعها.
- 3- وثالث أولوياتها هو تكثيف الصحف لرقابته وضبطها لمواقعها وثبوت قيامها بذلك من خلال فرض التسجيل المسبق على كل مستخدميها للاستفادة من خدماتها (كالتعليق، المشاركة في المنتديات، الاطلاع على أرشيفها الإلكتروني، ...)، والزامهم بقانون منظم لنشاطهم عبر الموقع.
- 4- تعاني الكفاءة الخدمائية للصفحة الأولى من إهمال من قبل مصممي الصحف الإلكترونية الجزائرية على الرغم من أهمية واجهة الصحيفة في جذب الجماهير وجرها لمواصلة الإبحار لأطول وقت ممكن في خدمات وصفحات الموقع.
- 5- تتميز الصحف الجزائرية بقلّة عناية بأساليب تمكين المستخدم من التفاعل مع المحتوى فيما عدا خدمات نوعية تقدمها بعض الصحف الكبرى كمصورون وشارك برأيك للشروق أون لاين، وحديث الشبكة للنهار أون لاين.
- 6- تغيب نهائيا ساحات الحوار المباشر بين الشخصيات العامة والجماهير، كما أن حضور المنتديات محتشم جدا في ظل إتاحة كبيرة لشبكات التواصل الاجتماعي عبر مواقع الصحف الإلكترونية الجزائرية كبديل مستقبلي لكل أساليب التفاعل الثلاث (مستخدم-محتوى، مستخدم-محرر، ومستخدم-مستخدمين).

*خاتمة

انطلقت الصحافة الإلكترونية على شبكة الإنترنت لتنتشي مشهداً إعلامياً جديداً، مرتبطة ومستغلة الثورة الهائلة في تكنولوجيا الاتصالات والمعلومات، هذه الأخيرة التي جعلت المشهد الإعلامي في متناول الجميع بصورة كبيرة، وواضحة المعالم. ونتيجة لذلك أصبح المحتوى الإعلامي أكثر سرعة في الانتشار والوصول إلى آفاق عديدة، وإلى أكبر عدد ممكن من القراء الإنترنتيين. كما فتحت أبواباً مغلقة، وأصبحت أقرب وأسهل للمواطن، وخاصة فئة الشباب، مما كان له الدور الكبير في صنع وتشكيل الرأي العام، الذي أصبح أكثر وعياً عما كان عليه في زمن الصحافة التقليدية (الورقية)، خصوصاً بعدما وفرت غالبية الصحف الإلكترونية مصادر معلوماتية مكثفة ومتنوعة الطبيعة (نصوص، صور، صوت، فيديو، خرائط تفاعلية، رسومات بيانية، إحصاءات تفاعلية...) عبر مختلف شبكات التواصل الاجتماعي بإنشائها لأرصدة وصفحات خاصة بها، نظراً لكون الشبكات هي موجة العصر وموضة كل الإنترنتيين. وقد أدى انتشارها إلى تساؤلات جدية عن مستقبل الصحافة التقليدية في ظل ما توفره تقنيات الاتصال المعاصرة من خدمات شاملة للجمهور يمكن أن تجعل منها بديلاً للنموذج التقليدي السائد لوسائل الإعلام ومنها الصحافة المطبوعة بشكل خاص، وتغزّز هذا الطرح كل التطبيقات التفاعلية التي أصبحت تتيح للجمهور العادي إنتاج المعلومة وتسويقها بل وتقاضي الأجر عليها فيما أصبح يطلق عليه (المضامين التي ينتجها المستخدمون).

وعلى الرغم من هذا الانتشار المتسارع في كثير من دول العالم، إلا أن هذا النوع من الإعلام الجديد لا يزال في بداياته في الجزائر، ويحتاج المزيد من التوضيح لمفاهيمه وقواعده الأساسية، وكثيراً من العناية والتطوير من قبل القائمين على مواقع الصحف، فضلاً عن العديد من الدراسات العلمية لواقعها وأسس العمل فيها ومستقبلها. ويرجع ذلك بالأساس إلى استقراره وثبات وتيرة تطوره وتحسينه لفترة زمنية طويلة خصوصاً أن ظهوره واكب أزمة أمنية وسياسية عصفت بالجزائر لأزيد من عشر سنوات (1990-2001). إذ لازالت أغلب المواقع الجزائرية مستقرة في مرحلة البدايات الأولى حيث لم تتعد الموجة الثانية أي توفير تقنية النص الفائق في حدود معينة مع الأرشيف الورقي المحوّل إلى إلكتروني، ولازالت الكثير من الصحف تغفل التطبيقات التفاعلية للويب 2.0 و3.0 التي تعزز التشاركية في الاتصال، ودور المستخدمين في تبادل الأدوار مع القائمين على المواقع الإعلامية. ويعود هذا التخلف النسبي عن ركب الصحف الإلكترونية الغربية إلى عدة عوائق وأسباب نوجز أهمها فيما يلي:

- قلة المستخدمين الجزائريين بسبب ما أشرنا إليه سابقاً في الفصول النظرية من محدودية انتشار تقنية الإنترنت وتوزيعه غير المتكافئ في أرجاء البلاد من جهة، فضلاً عن الأمية الإلكترونية التي يعاني منها الكثير من الجزائريين من جهة ثانية، والذين لا توجد إحصاءات دقيقة لهم بالذات في ظل أرقام

- تحدث عن 5.6 مليون مستخدم للفيسبوك منفردا في الجزائر نهاية 2014 أي ما يعادل 14 بالمائة من إجمالي عدد السكان إذا ما اعتمدنا آخر رقم متداول أي 40 مليون نسمة.
- الذهنيات السلبية السائدة لدى مدراء وملاك ورؤساء تحرير المؤسسات الصحفية ذات النظر الورقي الكبرى منها قبل الصغيرة، اتجاه الصحافة الإلكترونية وتطوير المواقع.
 - نقص وضعف تكوين العاملين من صحفيين ومهنيين وتقنيين ذوو صلة بمهنة الصحافة الإلكترونية بحيث أنهم لا يتقنون مهارات البيئة الإلكترونية من الناحيتين التحريرية والتقنية.
 - النشر التلقائي للخبر الوارد من وكالات الأنباء أو من المصادر الأخرى دون تمحيص بمضامين الخبر التي قد تكون غير ملائمة للقارئ الإلكتروني بسبب إمكانيات البث السريع عبر الإنترنت الذي يغري هذه الصحف تحقيقا لمبدأ الفورية لتقع في خطأ التسرع وخسارة المتصفحين.
 - عدم الدقة في ذكر أسماء المواقع والأماكن والوقائع أحيانا بسبب السرعة ومواكبة التطورات.
 - حجم الإعلانات في الصحف الإلكترونية قليل جدا ولا يدر بالتالي موارد تتلاءم مع احتياجات هذه الصحف المالية لأغراض التشغيل والتقنيات وأجور العاملين والكتاب وحجز المواقع على الإنترنت (الاستضافة)، الأمر الذي يدعو للتساؤل عن مصادر تمويل هذه الصحف، خاصة وأنها لازالت تعمل بشكل مجاني.
 - الخوف من الرقابة، وما بعد الرقابة من حجب للمواقع أو معاقبة للصحفيين أو حرمان من الإشهار الذي يعتبر الشريان الوريدي للإعلام المكتوب في الجزائر، مما ينتج عنه ممارسة الرقابة الذاتية المسبقة من قبل المحررين والقائمين على المواقع الإلكترونية، وهو ما أثبتته الدراسة التحليلية للباحثة من خلال انتهاج كل الصحف عينة الدراسة لأساليب عدة للضبط ومراقبة مواقعها.
- يحدث ذلك في الجزائر في ظل فرضية تقول: بأن العالم المتقدم يسير بشكل حثيث نحو تجاوز كل المفاهيم السائدة عن وسائل الإعلام تحت وطأة هيمنة التقنيات الحديثة مشيرين إلى أن الأمر لن يستغرق جيلا أو جيلين أو ربما أقل من ذلك بكثير قبل أن ينتهي عصر الصحافة المكتوبة كما نعرفها منذ مئات السنين. ويجادل هذا التيار، بأن حضارة الحاسوب المعاصرة تنأى بنفسها عن الورق كوسيط معلوماتي اختزن الخبرة البشرية منذ خمسة آلاف عام، وهو بذلك سيكون مستعدا وجاهزا ليهجر الصحافة الورقية، خاصة إذا ما علمنا أن دولة مثل الولايات المتحدة أدخلت تقنية الإنترنت في جميع مدارسها الابتدائية منذ أواسط التسعينيات، وأن طلبة هذه المدارس لن يكونوا قادرين على التفاعل مع الصحيفة الورقية بعد أن أصبحوا خلال سنوات معدودة الجمهور الأساسي لشبكات التواصل الاجتماعي، ليس لأنهم وجدوا بديلا عنها فقط، ولكن لأنهم أصلا عديمو خبرة التعامل معها، حيث لم تتشكل عندهم عادات القراءة التي سيطرت على الأجيال السابقة. من أجل ذلك أصبح من الضروري تكثيف جهود القائمين على الصحف الإلكترونية الجزائرية وصحفييها من أجل البحث والحصول على تكوين معمق في فنيات التحرير الإلكتروني من جهة، وأبجديات العمل الصحفي الإلكتروني،

إضافة إلى إتقان التعامل مع كل التطبيقات التفاعلية والتحكم فيها، وإدارة مواقع مستحدثة مطورة تفاعلية ترقى إلى مستوى الإعلام الإلكتروني العالمي.

ومنه فإنه لا تزال هناك دواعٍ بحثية لإجراء المزيد من الدراسات التي باستطاعتها أن تكشف مواطن أخرى لضعف الصحف الإلكترونية الجزائرية الخالصة كما ذات النظرير الورقي، نظرا لكون البحوث الأكاديمية قادرة على تقديم الحلول للمعوقات والمشاكل المطروحة عبر استراتيجيات علمية للعمل تترجم في سياسات تنتهجها إدارات المواقع. فقد طرحت الإشكالية المقدمة من قبل الباحثة حول "الإمكانات التفاعلية المتاحة في الصحف الإلكترونية الجزائرية" بقوة عديد الإشكاليات المتعلقة بكل أطراف العملية الاتصالية عبرها، نستعرض فيما يأتي أهمها:

- طالما أنه لم يتم بعد التحديد الدقيق لمفهوم التفاعلية وكل تجلياته من تطبيقات وخدمات ومستويات فلا زالت الفرصة قائمة لدراسته والتعمق فيه أكثر فأكثر، ثم إن ظهور الشبكات الاجتماعية بما تتيحه من إمكانية التفاعل بجل مستوياته (مستخدم مع مضمون، مستخدم مع محرر، مستخدمين فيما بينهم)، قد يميل بالدراسات المستقبلية إلى طرق الاستغلال الأمثل لها في الانتشار وزيادة جماهيرية وتصفح مواقع الصحف والوسائل الإعلامية بشكل عام.

- فضلا عن قضية جوهرية لازالت أغلبية الصحف الإلكترونية الجزائرية تغفل أهميتها؛ ألا وهي التصميم، والابتكار والتطوير المستمر للمواقع بما يتماشى وميول الجماهير الإلكترونية لاكتشاف الجديد والتمتع بالإبهار البصري الشكلي والمعلوماتي.

- إضافة إلى أن قضايا عزوف المحررين والصحفيين عن التواصل الإلكتروني مع قرائهم ومتصفحهم مواضيعهم الإلكترونية، وتفضيلهم للوسائل التقليدية في تحقيق الاتصال كالهاتف، وبريد القراء، والفاكس، والمقابلات الشخصية. فضلا عن آليات التسجيل والرقابة المفروضة من قبل إدارات المواقع بشكل يوحي بوجود إشكالات كبرى في الحرية الإعلامية الإلكترونية في الجزائر على الرغم من ادعاء رواد الإعلام لتجاوز سقف المحظورات في المحتويات الإعلامية الإلكترونية وانفلاتها من عقبات الرقابة والضبط وتكميم الأفواه.

- وزد على ذلك المشاكل المالية واقتصاديات الصحف الإلكترونية الجزائرية خاصة في ظل عزوف عن الإعلانات الإلكترونية لدى الكثير من المعلنين. وكذا هشاشة النظام البنكي والمصرفي الجزائري المعطى لإطلاق خدمات مدفوعة تدعم مداخل الصحف الورقية، التي شهدت تهاوٍ ملحوظ في أعداد سحبها في السنوات الأخيرة حسبما أدلى به سابقا مدراء مواقع كل من الخبر والوطن والمجاهد للباحثة خلال المقابلات التي جمعتها بهم في إطار الدراسة الميدانية للقائمين على مواقع الصحف الإلكترونية الجزائرية ماي 2015.

قائمة المصادر والمراجع

أ- المراجع باللغة العربية

* الكتب

- 1- إبراهيم بعزیز3، الصحافة الإلكترونية والتطبيقات الإعلامية الحديثة، دار الكتاب الحديث، ط1، القاهرة، مصر، 2012.
- 2- أحمد أنور بدر، مقدمة في تكنولوجيا المعلومات وأساسيات استرجاع المعلومات، دار الثقافة العلمية، ط1، القاهرة، مصر، 2003.
- 3- أسامة الخولي وآخرون، العرب وثورة المعلومات، مركز دراسات الوحدة العربية، ط1، بيروت، لبنان، 2005.
- 4- السيد بخيت، الإنترنت: كوسيلة اتصال جديدة الجوانب الإعلامية والصحفية والتعليمية والقانونية والأخلاقية، دار الكتاب الجامعي، ط2، العين، الإمارات العربية المتحدة، 2010.
- 5- أماني محمد السيد، الدوريات الإلكترونية، الدار المصرية اللبنانية، ط1، القاهرة، مصر، 2007.
- 6- أمال قاسمي وآخرون، الجزائر إشكاليات الواقع ورؤى المستقبل، مركز دراسات الوحدة العربية، ط1، بيروت، لبنان، سبتمبر 2013.
- 7- أمل محمد خطاب، تكنولوجيا الاتصال الحديثة، دار العالم العربي، القاهرة، مصر، 2010.
- 8- أمين سعيد عبد الغني، وسائل الإعلام الجديدة والموجة الرقمية الثانية، إيتراك للنشر، القاهرة، مصر، 2007.
- 9- بوعلي نصير وآخرون، قراءات في نظرية الحتمية القيمة في الإعلام، منشورات مكتبة إقرأ، ط1، قسنطينة، الجزائر، 2009.
- 10- جاسم محمد جرجيس، بديع قاسم، مصادر المعلومات في مجال الإعلام والاتصال الجماهيري، مركز الاسكندرية للوسائط الثقافية والمكتبات، الإسكندرية، مصر، 1998.
- 11- حسن عماد مكاوي، ليلي حسين السيد، الاتصال ونظرياته المعاصرة، الدار المصرية اللبنانية، ط1، القاهرة، مصر، 1998.
- 12- حسنين شفيق 1، الإعلام التفاعلي، دار فكر وفن للطباعة والنشر، ط1، القاهرة، مصر، 2010.
- 13- حسنين شفيق 2، الوسائط المتعددة في المجال الإعلامي والإنترنت، دار فكر وفن للطباعة والنشر، القاهرة، مصر، 2010.
- 14- حسنين شفيق 3، الإعلام الجديد تكنولوجيا جديدة في عصر ما بعد التفاعلية، دار فكر وفن للطباعة والنشر، ط1، القاهرة، مصر، 2011.

- 15- حسنين شفيق 4، الصحافة المتخصصة المطبوعة والإلكترونية، دار فكر وفن للطباعة والنشر، ج 1، القاهرة، مصر، 2008-2009.
- 16- حلمي محمود محمد أحمد محاسب 2، إخراج الصحف الإلكترونية على شبكة الإنترنت، دار العلوم، ط1، القاهرة، مصر، 2007.
- 17- راندي ريديك، إليوت كينغ، صحفي الإنترنت استخدام شبكة الإنترنت وموارد إلكترونية أخرى، تر لميس اليحيى، الأهلية للنشر والتوزيع، ط1، عمان، الأردن، 2009
- 18- ربحي مصطفى عليان، إيمان السامرائي، النشر الإلكتروني، دار صفاء، ط 1، عمان، الأردن، 2010.
- 19- رشيد زرواتي، تدريبات على منهجية البحث في العلوم الاجتماعية، دار هومه، ط1، الجزائر، 2002.
- 20- رضا عبد الواحد أمين 2، النظريات العلمية في مجال الإعلام الإلكتروني، 2007.
- 21- رضا عبد الواحد أمين 1، الصحافة الإلكترونية، دار الفجر، ط1، القاهرة، مصر، 2007.
- 22- زيد منير سليمان، الصحافة الإلكترونية، دار أسامة، ط1، عمان، الأردن، 2009.
- 23- سعيد الغريب النجار، تكنولوجيا الصحافة في عصر التقنية الرقمية، الدار المصرية اللبنانية، ط1، القاهرة، مصر، 2003.
- 24- سمير محمد محمود، الحاسب الآلي وتكنولوجيا صناعة الصحف، دار الفجر، القاهرة، مصر، 1997.
- 25- شريف درويش اللبان 1، الصحافة الإلكترونية دراسات في التفاعلية وتصميم المواقع، الدار المصرية اللبنانية، ط 1، القاهرة، مصر، 2005.
- 26- شريف درويش اللبان 2، تكنولوجيا النشر الصحفي الاتجاهات الحديثة، الدار المصرية اللبنانية، ط1، القاهرة، مصر، 2001.
- 27- شعيب الغباشي، بحوث الصحافة الإلكترونية، عالم الكتب، ط 1، القاهرة، مصر، 2010.
- 28- صفية خليفة بن مسعود، واقع الصحافة الإلكترونية، دار الكتب الوطنية، ط 1، بنغازي، ليبيا، 2008.
- 29- طارق محمود عباس، مجتمع المعلومات الرقمي، المركز الأصيل، ط1، القاهرة، مصر، 2004.
- 30- عادل الأنصاري، الصحافة الإلكترونية فنون التحرير الصحفي على الإنترنت، دار البشير للثقافة والعلوم، ط1، طنطا، مصر، 2008.
- 31- عاطف عدلي العبد، نهى عاطف العبد، نظريات الإعلام وتطبيقاتها العربية، دار الفكر العربي، القاهرة، مصر، 2008.
- 32- عامر إبراهيم قنديلجي، منهجية البحث العلمي، دار اليازوري، ط1، عمان، الأردن، 2012.
- 33- عباس مصطفى صادق 1، الإعلام الجديد المفاهيم والوسائل والتطبيقات، دار الشروق، ط1، عمان، الأردن، 2008.
- 34- عباس مصطفى صادق 2، الصحافة والكمبيوتر، الدار العربية للعلوم، ط 1، بيروت، لبنان، 2005.

- 35- عباس ناجي حسن، الصحفي الإلكتروني، دار صفاء، ط 1، عمان، الأردن، 2013.
- 36- عبد الأمير الفيصل، الصحافة الإلكترونية في الوطن العربي، دار الشروق، ط1، عمان، الأردن، 2006.
- 37- عبد الرزاق محمد الدليمي، الإعلام الجديد والصحافة الإلكترونية، دار وائل، ط1، عمان، الأردن، 2011.
- 38- عبد الرزاق محمد الدليمي، فن التحرير الإعلامي المعاصر، دار جرير، ط1، عمان، الأردن، 2010.
- 39- عبد الفتاح عبد النبي، التناول الإعلامي لجرائم النخبة، دار الثقافة، القاهرة، مصر، 1991.
- 40- عبير الرحباني، الإعلام الرقمي (الإلكتروني)، دار أسامة، ط1، عمان، الأردن، 2012.
- 41- علي خليل شقرة، الإعلام الجديد شبكات التواصل الاجتماعي، دار أسامة، ط1، عمان، الأردن، 2014.
- 42- علي عبد الفتاح كنعان، الصحافة الإلكترونية، دار اليازوري العلمية، ط 1، عمان، الأردن، 2014.
- 43- علي عبد الفتاح كنعان، الصحافة الإلكترونية العربية، دار اليازوري العلمية، ط 1، عمان، الأردن، 2014.
- 44- علي عبد الفتاح كنعان، الصحافة الإلكترونية في ظل الثورة التكنولوجية، دار اليازوري العلمية، ط 1، عمان، الأردن، 2014.
- 45- علي محمد بيومي، دور الصفوة في اتخاذ القرار السياسي، دار الكتاب الحديث، القاهرة، مصر، 2004.
- 46- علي محمد شمو، الاتصال الدولي والتكنولوجيا الحديثة، مطبعة الإشعاع الفنية، ط1، مصر، 2002.
- 47- عمار بلحسن، أنتلجنسيا أم مثقفون في الجزائر، دار الحداثة، ط1، بيروت، لبنان، 1982.
- 48- عواطف عبد الرحمان، دراسات في الصحافة العربية المعاصرة، دار الفارابي، ط1، بيروت، لبنان، 1989.
- 49- فتحي حسين عامر، الخبر الصحفي الإلكتروني، دار النشر للجامعات، ط 1، القاهرة، مصر، 2013.
- 50- فرنسوا لسلي، نقولا ماركيز، وسائل الاتصال المتعددة الملتيميديا، تر فؤاد شاهين، عويدات للنشر، ط1، بيروت، لبنان، 2001.
- 51- فهد بن عبد العزيز بدر العسكر، التقنيات الصحفية الحديثة وأثرها على الأداء المهني للصحف المعاصرة، دار عالم الكتب، ط1، الرياض، المملكة العربية السعودية، 1998.
- 52- كامل مراد خورشيد، الاتصال الجماهيري والإعلام، دار المسيرة، ط1، عمان، الأردن، 2011.
- 53- م. دي فلور، س. بال روكيتش، تر محمد ناجي الجوهر، نظريات الإعلام، دار الأمل، ط1، إربد، الأردن، 2010.
- 54- ماجد سالم تزيان، الإنترنت والصحافة الإلكترونية رؤية مستقبلية، الدار المصرية اللبنانية، ط1، القاهرة، مصر، 2008.

- 55- محمد فلحي، النشر الإلكتروني الطباعة والصحافة الإلكترونية والوسائط المتعددة، دار المناهج، ط 1، عمان، الأردن، 2014.
- 56- محمد عبد الحميد1، نظريات الإعلام واتجاهات التأثير، عالم الكتاب، ط3، القاهرة، مصر، 2004.
- 57- محمد عبد الحميد2، البحث العلمي في الدراسات الإعلامية، عالم الكتاب، ط2، القاهرة، مصر، 2004.
- 58- محمد عبد الحميد3، الاتصال والإعلام على شبكة الإنترنت، عالم الكتاب، ط1، القاهرة، مصر، 2007.
- 59- محمد فضل الحديدي1، نظريات الإعلام اتجاهات حديثة في دراسات الجمهور والرأي العام، مكتبة نانسي، دمياط، مصر، 2006.
- 60- محمد معمري، الصحافة الإلكترونية العربية الأسس والتحديات، منشورات كارم الشريف، ط1، تونس، 2010.
- 61- محمد منير حجاب2، أساليب البحوث الإعلامية والاجتماعية، دار الفجر، ط1، القاهرة، مصر، 2002.
- 62- محمد منير حجاب3، نظريات الاتصال، دار الفجر، ط1، القاهرة، مصر، 2010.
- 63- محمد منير حجاب 1، وسائل الاتصال نشأتها وتطورها، دار الفجر، القاهرة، مصر، 2008.
- 64- محمد لعقاب، مهارات الكتابة للإعلام الجديد، دار هومة، الجزائر، 2013.
- 65- محمد هاشم الهاشمي، تكنولوجيا وسائل الاتصال، دار أسامة، ط1، عمان، الأردن، 2004.
- 66- محمود إبراهيم خليل، شريف درويش اللبان، اتجاهات حديثة في الإنتاج الصحفي، العربي للنشر، ط1، ج1، القاهرة، مصر، 2000.
- 67- محمود علم الدين، أساسيات الصحافة في القرن الحادي والعشرين، المكتبة العصرية، ط2، القاهرة، مصر، 2009.
- 68- مروة محمد كمال الدين، مستقبل طباعة الصحف العربية رقمياً، الدار المصرية اللبنانية، ط1، القاهرة ، مصر، 2007.
- 69- مصطفى الأشرف، الجزائر الأمة والمجتمع، تر حنفي بن عيسى، المؤسسة الوطنية للكتاب، الجزائر، 1983.
- 70- منار فتحي محمد، تصميم مواقع الصحف الإلكترونية، دار العالم العربي، ط 1، القاهرة، مصر، 2011.
- 71- منال هلال المزاهرة، نظريات الاتصال، دار المسيرة، ط1، عمان، الأردن، 2012.
- 72- مي العبد الله سنو، الاتصال في عصر العولمة الدور والتحديات، دار النهضة العربية، ط2، بيروت، لبنان، 2001.
- 73- مي العبد الله، نظريات الاتصال، دار النهضة العربية، ط1، بيروت، لبنان، 2006.
- 74- ميرفت الطربيشي، عبد العزيز السيد، نظريات الاتصال، دار الإيمان، القاهرة، مصر، 2004 .
- 75- هلال ناتوت، الصحافة نشأة وتطورا، الدار الجامعية، بيروت، لبنان، 2006.

- 76- هيثم الهيتي، الإعلام السياسي والإخباري في الفضائيات، دار أسامة، ط1، عمان، الأردن، 2008.
- 77- يوسف الأقصري، الشخصية المؤثرة، دار اللطائف، القاهرة، مصر، 2001.
- 78- يوسف محمد، النظريات النفسية والاجتماعية في وسائل الاتصال المعاصرة والإلكترونية، دار الكتاب الحديث، ط1، القاهرة، مصر، 2012.
- * المعاجم و الموسوعات**
- 79- خضير شعبان، معجم المصطلحات الإعلامية، دار اللسان العربي، بيروت، لبنان، د س.
- * البحوث الجامعية والدراسات العلمية**
- 80- أحمدى دليلا، الصحافة الإلكترونية الجزائرية بين التخطيط الاستراتيجي والواقع القانوني والمؤسساتي، رسالة ماجستير (غير منشورة)، جامعة الجزائر، كلية العلوم السياسية والإعلام، قسم علوم الإعلام والاتصال، الجزائر، 2012/2011 .
- 81- آمنة بن عبد ربه، الجزائر في مجتمع المعلومات 2003 حصيلة وآفاق، رسالة ماجستير (غير منشورة)، جامعة الجزائر، كلية العلوم السياسية والإعلام، قسم علوم الإعلام والاتصال، الجزائر، 2006/2005.
- 82- بعزیز إبراهيم 4، صحافة المواطن، السلطة الخامسة التي أصبحت تهدد الأنظمة الشمولية، دراسة (منشورة)، 2012، <http://brahimsearch.unblog.fr> ، (تاريخ الزيارة: 15 / 03 / 2015).
- 83- بعزیز إبراهيم 2، مشاركة الأفراد في مضامين وسائل الإعلام الجديدة عبر التواصل الاجتماعي الإلكتروني دراسة حالة منتديات المحادثة الإلكترونية، دراسة (منشورة)، 2012، <http://brahimsearch.unblog.fr> ، (تاريخ الزيارة: 10 / 12 / 2013).
- 84- بعزیز إبراهيم 1، دور صحافة المواطن في التغطية الإعلامية للأحداث دراسة حالة قناة الجزيرة، دراسة (منشورة)، 2012، <http://brahimsearch.unblog.fr> ، (تاريخ الزيارة: 10 / 12 / 2013).
- 85- بوتلجي إلهام، الصحافة الإلكترونية الجزائرية واتجاهات القراء دراسة مسحية لجمهور جريدة الشروق أون لاين، رسالة ماجستير (غير منشورة)، جامعة الجزائر، كلية العلوم السياسية والإعلام، قسم علوم الإعلام والاتصال، الجزائر، 2011/2010.
- 86- بوسجرة ليلى، الصحافة الإلكترونية وأثرها الاقتصادي على الصحافة المكتوبة في الجزائر، رسالة ماجستير (غير منشورة) ، جامعة الجزائر، كلية العلوم السياسية والإعلام، قسم علوم الإعلام والاتصال، الجزائر، 2012/2011.
- 87- بوفلاحة كريمة، الجمهور المتفاعل في الصحافة الإلكترونية دراسة استكشافية لعينة من القراء المتفاعلين في الصحافة الإلكترونية الجزائرية، رسالة ماجستير (غير منشورة)، جامعة الجزائر، كلية العلوم السياسية والإعلام، قسم علوم الإعلام والاتصال، الجزائر، 2010/2009.

- 88- تومي فضيلة، التفاعلية ووسائلها في التلفزيون الجزائري البرامج الموضوعاتية نموذجا، رسالة ماجستير (غير منشورة)، جامعة الجزائر، كلية العلوم السياسية والإعلام، قسم علوم الإعلام والاتصال، الجزائر، 2008/2007.
- 89- حمدي محمد الفاتح، استخدامات النخبة للصحافة الإلكترونية وانعكاساتها على مقروئية الصحف الورقية أساتذة باتنة نموذجا، رسالة ماجستير (غير منشورة) جامعة الحاج لخضر باتنة، قسم علوم الإعلام والاتصال، باتنة، الجزائر، 2010/2009.
- 90- ثائر محمد تلاحمة، حراسة البوابة الإعلامية والتفاعلية في المواقع الإخبارية الفلسطينية على شبكة الإنترنت، رسالة ماجستير (غير منشورة)، كلية الإعلام، جامعة الشرق الأوسط، المملكة الأردنية الهاشمية، 2012.
- 91- جمال بوعجيمي، بلقاسم بن روان، الصحافة الإلكترونية في الجزائر واقع وآفاق، مؤتمر صحافة الإنترنت، جامعة الشارقة، الإمارات العربية المتحدة، 22-23 نوفمبر 2005.
- 92- جهاد الغرام، محمد بناولة، مقروئية الصحافة الإلكترونية الجزائرية لدى الطلبة الجامعيين " طلبة جامعة المدية نموذجا" (غير منشورة)، جامعة يحي فارس المدية، المدية، الجزائر، 2014.
- 93- حسين إسماعيل حداد، مدى توفر تطبيقات التفاعلية في مواقع وكالات الأنباء العراقية على الإنترنت، مجلة ذي قار، ع 02، مج 01، العراق، 2010، منشور على: <http://m.utq.edu.iq/2014-12-28-09-19-23/2-uncategorised/50-2015-01-18-06-42-12>.
- 94- حسن محمد حسن منصور، الإعلام العربي في شبكة الإنترنت دراسة تحليلية لمواقع وسائل الإعلام العربية على شبكة الإنترنت، أطروحة دكتوراه (منشورة)، جامعة الأزهر، مصر، 2007 منشور على: <http://faculty.ksu.edu.sa/DrHasanMansoor/Publications/PhD-arabic.pdf>.
- 95- حلمي محمود محمد أحمد محاسب 1، قياس تفاعلية المواقع التلفزيونية الإخبارية على الإنترنت بالتطبيق على موقعي الجزيرة و CNN، 2007، منشور على: http://www.academia.edu/3528902/Measurement_of_interactive_television_news_sites_on_the_Internet_application_on_al_jazeera_and_CNN.
- 96- حنان جنيد، دور الإعلام في تكوين تصورات النخبة عن مفهوم الإرهاب، مجلة البحوث الإعلامية، جامعة الأزهر، ع 18، مصر، أكتوبر 2002.
- 97- خالد زعموم، السعيد بومعيزة، التفاعلية في الإذاعة: أشكالها ووسائلها، سلسلة بحوث ودراسات إذاعية، تونس، 2007، منشورة على: http://www.asbu.net/asbutext/pdf/etude/etude_2007_07.pdf.
- 98- سعيد محمد الغريب النجار، التفاعلية في الصحف العربية على الإنترنت، ورقة بحثية للمؤتمر الدولي: الإعلام الجديد... تكنولوجيا جديدة لعام جديد، جامعة البحرين، البحرين، 7-9 أبريل 2009، منشور على: <http://site.iugaza.edu.ps/jdalou/files/2012/03.pdf>.

- 99- سمية بورقعة2، تطبيقات التفاعلية في صحافة الإنترنت: دراسة مسحية تحليلية لعينة من الصحف الإلكترونية الجزائرية، مجلة كنوز الحكمة للدراسات الإعلامية والاتصالية، ع 15، الجزائر، 2013.
- 100- سمية بورقعة1، الصحافة الإلكترونية في الجزائر دراسة تحليلية ميدانية للتفاعلية في الصحافة الإلكترونية الجزائرية (الشروق أون لاين، الخبر أون لاين، النهار أون لاين أنموذجاً)، أطروحة دكتوراه (غير منشورة)، جامعة قسنطينة 3، كلية الإعلام والاتصال والسمعي البصري، قسم الصحافة، الجزائر، 2015/2014.
- 101- سعاد ولد جاب الله، الهوية الثقافية العربية من خلال الصحافة الإلكترونية دراسة وصفية لعينة من الصحف الإلكترونية العربية 1 سبتمبر 2004 - 31 أوت 2005، رسالة ماجستير (غير منشورة)، جامعة الجزائر، كلية العلوم السياسية والإعلام، قسم علوم الإعلام والاتصال، الجزائر، 2005-2006.
- 102- سوهيلة بضيف، المدونات الإلكترونية في الجزائر دراسة في الاستخدامات والإشاعات، رسالة ماجستير (غير منشورة)، جامعة الحاج لخضر باتنة، كلية الحقوق، قسم علوم الإعلام والاتصال، باتنة، الجزائر، 2010/2009.
- 103- صالح بن زايد بن صالح العنزي، إخراج الصحف السعودية الإلكترونية في ضوء السمات الاتصالية لشبكة الإنترنت دراسة وصفية تحليلية، رسالة ماجستير (غير منشورة)، جامعة الإمام محمد بن سعود الإسلامية، كلية الدعوة والإعلام، قسم الإعلام، الرياض، المملكة العربية السعودية، 2005.
- 104- صغير يوسف، الجريمة المرتكبة عبر الإنترنت، مذكرة ماجستير (غير منشورة)، جامعة مولود معمري تيزي وزو، كلية الحقوق والعلوم السياسية، تيزي وزو، الجزائر، 2013.
- 105- عبد الباسط أحمد هاشم، التفاعلية في المجالات الإلكترونية على شبكة الإنترنت: دراسة تحليلية لمجلتي "آخر ساعة المصرية" و"تايمز الأمريكية" مع دراسة ميدانية للقائمين بالخدمات الإلكترونية، رسالة ماجستير (منشورة)، جامعة جنوب الوادي سوهاج، كلية الآداب، قسم الإعلام، مصر، 2005.
- 106- عبد الرحمان محمد سعيد الشامي، آفاق تطبيقات التفاعلية في ظل الإعلام الجديد دور البريد الإلكتروني في التفاعل بين القراء والكتاب، المجلة العربية للإعلام والاتصال، ع 02، المملكة العربية السعودية، 2007، منشور على: <http://samc.org.sa/pdf/aj2>.
- 107- عبد الصادق حسن، تعرض الشباب الجامعي لمواقع التواصل الاجتماعي عبر الإنترنت وعلاقته بوسائل الاتصال التقليدية، مجلة التعاون، مجلس التعاون لدول الخليج العربية، ع 1، 2013، منشور على: sites.gcc-sg.org/DLibrary/download.php?B=576
- 108- عبير شفيق جورج الرحباني، استخدامات الصحافة الإلكترونية وانعكاساتها على الصحف الورقية اليومية، رسالة ماجستير (غير منشورة)، جامعة الشرق الأوسط للدراسات العليا الأردن، كلية الآداب، قسم الإعلام، الأردن، 2009.

- 109- فتيحة بلعيد، المطلب الأمازيغي القبائلية المثقفة، مذكرة ماجستير (غير منشورة)، جامعة الجزائر، قسم علم الاجتماع، الجزائر، 2002.
- 110- قدواح منال، اتجاهات الصحفيين الجزائريين نحو استخدام الصحافة الإلكترونية، رسالة ماجستير (غير منشورة)، جامعة منتوري قسنطينة، قسم علوم الإعلام والاتصال، قسنطينة، الجزائر، 2007/2008 .
- 111- كمال بوكرزازة، استخدام الدوريات الإلكترونية العلمية من قِبل الأساتذة الجامعيين: دراسة ميدانية بجامعة منتوري قسنطينة، أكتوبر 2010، منشور على: https://articles.e-marifah.net/kwc/f?p=pay:2:0:::P2_ISN:29700
- 112- لهالي سلوى، ظهور النخبة الجزائرية ومرجعياتها، مجلة الحكمة للدراسات التاريخية، دار الحكمة، ع 20، الجزائر، 2013.
- 113- محمد أمزيان برغل، اتجاهات أساتذة علوم الإعلام والاتصال في الجزائر نحو تقنية النشر الإلكتروني دراسة تحليلية وصفية، مذكرة ماجستير (غير منشورة)، جامعة الجزائر3، قسم علوم الإعلام والاتصال، الجزائر، 2011.
- 114- محمد فضل الحديدي2، استخدامات مجلات الأطفال وإشباعاتها دراسة ميدانية على عينة من أطفال الريف والحضر في مصر، رسالة ماجستير (غير منشورة)، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، مصر، 1997.
- 115- محمد قيراط، حرية الصحافة في ظل التعددية السياسية في الجزائر، مجلة جامعة دمشق، العدد 3+4، المجلد 19، سوريا، 2003.
- 116- منار منير محمود، التفاعلية في مواقع الصحف الإلكترونية العربية والأجنبية ومدى إدراك الجمهور المصري لها، رسالة ماجستير (غير منشورة)، كلية الدراسات الإسلامية والعربية للبنات، قسم الصحافة والنشر، جامعة الأزهر، مصر، 2015.
- 117- نجوى فهمي عبد السلام، تجربة الصحافة الإلكترونية المصرية والعربية: الواقع وآفاق المستقبل، المجلة المصرية لبحوث الإعلام، العدد الرابع، القاهرة، مصر، ديسمبر 1998.
- 118- نور الدين هادف، التكنولوجيا الحديثة للإعلام والاتصال دراسة في الاستخدامات والإشباع، رسالة ماجستير (غير منشورة)، جامعة الجزائر، كلية العلوم السياسية والإعلام، قسم علوم الإعلام والاتصال، الجزائر، 2007-2008.
- 119- وداد سميشي، منتديات الحوار الإلكتروني في الجزائر دراسة ميدانية تحليلية، أطروحة دكتوراه (غير منشورة)، جامعة قسنطينة 3، كلية الإعلام والاتصال والسمعي البصري، قسم الصحافة، الجزائر، 2014/2015.
- 120- ياسين قرناني، استخدامات الطلبة الجامعيين لشبكة الإنترنت، رسالة ماجستير (غير منشورة)، جامعة الحاج لخضر باتنة، كلية العلوم الاجتماعية والعلوم الإسلامية، قسم أصول الدين تخصص دعوة وإعلام، باتنة، الجزائر، 2009/2010.

- 121- يسري خالد إبراهيم، التلفزيون الرقمي والتلفزيون التفاعلي، مجلة الباحث الإعلامي، ع 9-10، جامعة بغداد، العراق، حزيران - أيلول 2010، منشور على: <http://www.iasj.net/iasj?func=fulltext&aId=83503>.
- 122- يمينة بلعاليا، الصحافة الإلكترونية في الجزائر: بين تحدي الواقع والتطلع نحو المستقبل، رسالة ماجستير (غير منشورة)، جامعة الجزائر، كلية العلوم السياسية والإعلام، قسم علوم الإعلام والاتصال، الجزائر، أفريل 2006.
- * المواد القانونية بكل أنواعها**
- 123- الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية، الجريدة الرسمية، المرسوم رقم 98-257، 25 أوت 1998.
- 124- الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية، الجريدة الرسمية، قانون 03-2000، 5 أوت 2000.
- 125- الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية، الجريدة الرسمية، المرسوم التنفيذي 307-2000، 14 أكتوبر 2000.
- 126- الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية، الجريدة الرسمية، الأمر 05-03، 19 / 07 / 2003.
- 127- الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية، الجريدة الرسمية، الأمر 03-06، 19 / 07 / 2003.
- 128- الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية، الجريدة الرسمية، قانون 03-07، 19 / 07 / 2003.
- 129- الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية، الجريدة الرسمية، القانون رقم 04-15، 10 نوفمبر 2004.
- 130- الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية، الجريدة الرسمية، قانون 04-09، 5 أوت 2009.
- 131- الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية، الجريدة الرسمية، القانون العضوي رقم 05-12، 12 يناير 2012.
- * صحف ودوريات**
- 132- حسين فاروق، الصحافة الإلكترونية: إعلام الجيل، شبكة الألوكة للنشر والتوزيع، 2012/11/21، متاح على الرابط: <http://www.alukah.net/culture/0/46807>.
- 133- مسعودة بوطلة، "الخبر" تناقش إشكالية دور المثقف في الدفاع عن قضايا الأمة والإنسانية، الخبر، 2014/08/03.
- 134- لمياء ح، "هافينغتون بوست" تطلق موقعها الإلكتروني لأول مرة في الجزائر، منشور على الموقع: <http://www.al-fadjr.com/ar/index.php?news=276428%3Fprint>.
- * تقارير وإحصاءات لهيئات رسمية**
- 135- وزارة البريد وتكنولوجيات الإعلام والاتصال، الجزائر الإلكترونية، الجزائر، 2009، منشور على: <http://www.mptic.dz/ar/IMG/pdf/e-algerie.pdf>.
- 136- فادي سالم، رشا مرتضى، تقرير الإعلام الاجتماعي العربي، برنامج الحوكمة والابتكار، كلية دبي للإدارة الحكومية، الإصدار الثاني، دبي، الإمارات العربية المتحدة، مايو 2011، منشور على: <http://www.arabsocialmediareport.com>.

- 137- فادي سالم وآخرون، نظرة على الإعلام الاجتماعي في العالم العربي 2014، برنامج الحوكمة والابتكار، كلية محمد بن راشد للإدارة الحكومية، دبي، الإمارات العربية المتحدة، 2014، منشور على: <http://www.mbrsg.ae>
- 138- وزارة البريد وتكنولوجيات الإعلام والاتصال، مؤشرات تكنولوجيات الإعلام والاتصال، الجزائر، 2008، منشور على: <http://www.mptic.dz/ar/?%D9%85%D8%A4%D8%B4%D8%B1%D8%A7%D8%AA-%D8%AA%D9%83%D9%86%D9%88%D9%84%D9%88%D8%AC%D9%8A%D8%A7,11>
- 139- وزارة الاتصال، تنمية، الجزائر، 2015، منشور على: <http://www.ministerecommunication.gov.dz/ar/node/163>
- 140- مركز نماء للدراسات والبحوث، تقرير العالم العربي على الإنترنت 2014 م، المملكة العربية السعودية، 2014، منشور على: <http://nama-center.com/ContactUs.aspx>

*المقابلات

- 141- مقابلة مع السيد فاروق غدير، مدير موقع الخبر ونائب رئيس التحرير، 18 ماي 2015، على الساعة 8 و 30 د صباحا، بمقر المؤسسة، حيدرة، الجزائر.
- 142- مقابلة مع السيد بتقة شكيب، مدير موقع المجاهد، 17 ماي 2015، على الساعة 15 مساء، بمقر المؤسسة بحي الحرية، الجزائر.
- 143- مقابلة مع السيد حشيد مراد، مدير موقع الوطن، 20 ماي 2015، على الساعة 14 و 30 د زوالا، بمقر المؤسسة بدار الصحافة الطاهر جاووت، الجزائر.
- 144- مقابلة مع صحفيين، محررين بالشروق أون لاين، 19 ماي 2015، على الساعة 13 و 30 د زوالا، بمقر المؤسسة بحي البدر في القبّة، الجزائر.

*المواقع الإلكترونية

- 145- <https://www.mesrs.dz/universites>, 14/08/2015
- 146- <http://www.echoroukonline.com/definition.html>.
- 147- <http://www.echoroukonline.com/ara/mobile/articles/152487.html>
- 148- <http://www.elkhabar.com>.
- 149- <http://www.ennaharonline.com>.
- 150- <http://www.ech-chaab.com>.
- 151- <http://www.elwatan.com>
- 152- <http://www.liberte-algerie.com>.
- 153- <http://www.elmoudjahid.com>.
- 154- <http://www.lesoirdalgerie.com>.
- 155- <http://www.pressealgerie.fr>.

- 156- <http://www.alexa.com>.
- 157- <http://www.softexsw.com/ar>
- 158- <http://www.liberte-algerie.com/static/apropos>
- 159- <http://www.internetworldstats.com/stats.html>
- 160- <http://www.dc4mf.org/fr/node/6082>, 27 / 05 /2015.
- 161- <http://www.aljazeera.net/news/miscellaneous/2012/4/2/02/04/2012>
- 162- آمنة نبيح، <http://diae.net/6790>، 04 جانفي 2012.
- 163- عبد القادر بن خالد، <http://www.dzayn.com/article61.html>.
- 164- حزب جبهة التحرير الوطني، <http://www.pfln.org.dz/?p=6117>، 23 نوفمبر 2014.

ب- المراجع باللغة الفرنسية

*الدراسات والبحوث الجامعية

- 165- Annelise Touboul, **Interactivité des sites de presse**, Document numérique et société, France, avril 2009.
- 166- Djamel Bouadjimi, **Les nouvelles technologies de l'information et de la communication et le développement, l'arrimage de l'Algérie à la société de l'information**, Thèse du Doctorat (Non éditée), faculté des sciences de l'information et de la communication, Université d'Alger, Algérie, 2004.

ج- المراجع باللغة الإنجليزية

*الدراسات والبحوث الجامعية

- 167- Anna Mari Brunson McEntire, **USING INTERACTIVITY TO FACILITATE TWO-WAY COMMUNICATION ON THE WEB**, UTAH STATE UNIVERSITY, USA, 2005.
- 168- Bradley Thomas Pedersen, **A STUDY OF THE CONCEPT OF INTERACTIVITY AS IT APPLIES TO ONLINE NEWSPAPERS**, West Virginia University, USA, 2006.
- 169- Brett A. Borton, **What Can Reader Comments to News Online Contribute to Engagement and Interactivity? A Quantitative Approach**, Thesis of Ph.D, University of South Carolina, 2013.
- 170- David Holmes, **The Fallacies and Fortunes of 'Interactivity' in Communication Theory**, Communications and Media, Monash University, available at : <http://www.razonypalabra.org.mx/anteriores/n58/dholmes.pdf>.
- 171- David Lynn Painter , **USES AND GRATIFICATIONS OF ONLINE INFORMATION SOURCES: POLITICAL INFORMATION EFFICACY AND THE EFFECTS OF INTERACTIVITY**, Thesis of Ph.D, University of Florida, 2011.
- 172- Deborah S. Chung, **Interactive Features of Online Newspapers: Identifying Patterns and Predicting Use of Engaged Readers**, Journal of Computer-Mediated Communication, 13, 2008.
- 173- Fernando Zamith, **A methodological proposal to analyze the news websites use of the potentialities of the Internet**, 9th International Symposium on Online Journalism University of Texas at Austin, April 5, 2008.
- 174- Jennifer Lynn Robinette, **UNDERSTANDING INTERACTIVE EXPERIENCES**, Thesis of Ph.d, University of Kentucky, USA, 2011.
- 175-Keency Keith & al, **Interactive Features of Online Newspapers**, First Monday, Vol 5, Number 1, January 2000, available on : <http://firstmonday.org/ojs/index.php/fm/article/view/720/629>.

- 176- Oluseyi Olukemi Folayan, **Inteavtivity in oline journalism**, Rhodes University, South Africa, 2004.
- 177- Machihur Rahman, **Interactive options in online newspapers of Bangladesh**, University of Rajshahi, Bangladesh, 2008.
- 178- McMillan, Sally J, **Exploring models of interactivity from multiple research traditions: Users, documents, and systems**, en Leah Lievrouw y Sonia Livingston (Eds.), Handbook of New Media), London ,2002. Available at : <http://online.sfsu.edu/ottsc/beca300/secure/mcmillan.pdf>.
- 179- Michele Day, **ONLINE JOURNALISM: GATEKEEPING IN SMALL NEWSROOMS**, Northern Kentucky University, USA, 2008.
- 180- Na'ama Nagar, **The Loud Public: Users' Comments and the Online News Media**, April 2009,available at : <https://online.journalism.utexas.edu/2009/papers/Nagar09.pdf>.
- 181- N. H. Hashim & all, **Australian online newspapers: a website content analysis approach to measure interactivity**, Research online, University of Wollongong, Australia, 2007.
- 182- Richard Van Der Wurff & all, **Online and print newspapers in Europe in 2003 :Evolving towards complementarity**, Communications N 33, 2008.
- 183- Serena Carpenter, **U.S. ONLINE CITIZEN JOURNALISM AND ONLINE NEWSPAPER STORIES**, thesis of Ph.D, Michigan State University, USA, 2007.
- 184- Souza, Oluwatoyin Ozavize, **The Internet, Online Newspapers And Interactivity: Analysis Of Three Nigerian Newspapers**, FACULTY OF COMMUNICATION & CULTURE, CALGARY, ALBERTA, Canada, September 2003.
- 185- Tanjev Schultz 1, **Interactive Options in Online Journalism: A Content Analysis of 100 U.S. Newspapers**, Journal of Computer-Mediated Communication , Vol 5 Issue 1, September 1999, available on : <http://onlinelibrary.wiley.com/doi/10.1111/j.1083-6101.1999.tb00331.x/full>.
- 186- Tanjev Schultz 2, **Mass media and the concept of interactivity: an exploratory study of online forums and reader email**, Media Culture Society , vol. 22, no. 2 , March 2000 .
- 187- Terry L. Wimmer, **Facilitative journalism : a theory for the transformation of traditional newspaper model**, thesis of Ph.D, Faculty of the university of North Carolina at Chapel Hill , school of journalism & mass communication, USA, 2000.
- 188- Youngrak Park, **THE EFFECTS OF MEDIA INTERACTIVITY ON MOOD REGULATION: AN EXPERIMENTAL STUDY**, Thesis of Ph.D, Florida State University, USA, 2008.
- 189- Zhan-Qing Liu, **EFFECTS OF MESSAGE INTERACTIVITY UPON RELATIONAL MAINTENANCE STRATEGY IN DIGITAL COMMUNICATIONS BETWEEN ORGANIZATIONS AND THE PUBLIC**, Thesis of Ph.D, Indiana State University, 2012.

قائمة الملاحق

- ملحق رقم (01): استبيان الدراسة الميدانية مع جمهور النخبة الأكاديمية الجزائرية.....
- ملحق رقم (02): استمارة المقابلة مع القائمين على مواقع الصحف الإلكترونية الجزائرية.....
- ملحق رقم (03): استمارة تحليلية لقياس تفاعلية مواقع الصحف الجزائرية الإلكترونية.....
- ملحق رقم (04): يوضح الصفحات الأولى لمواقع الصحف الإلكترونية الجزائرية عينة الدراسة التحليلية.....
- ملحق رقم (05): يوضح أهم الصحف الإلكترونية الناطقة باللغة العربية في الجزائر.....
- ملحق رقم (06): يوضح أهم الصحف الإلكترونية الناطقة باللغة الفرنسية في الجزائر.....

***ملحق رقم (01):**

استبيان الدراسة الميدانية مع جمهور النخبة الأكاديمية الجزائرية

الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية
وزارة التعليم العالي والبحث العلمي
جامعة الحاج لخضر - باتنة 1

كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية
قسم علوم الإعلام والاتصال وعلم المكتبات

صحيفة استبيان حول

التفاعلية في الصحافة الإلكترونية

دراسة في استخدامات وإشباعات النخبة الأكاديمية الجزائرية

دراسة تحليلية ميدانية

أطروحة مكملة لنيل شهادة دكتوراه العلوم في علوم الإعلام والاتصال تخصص صحافة

تحت إشراف الأستاذ الدكتور

بن زروق جمال

إعداد الباحثة

قجالي آمنة

*ملاحظة

المعلومات الواردة في صحيفة الاستبيان سرية ولن تستخدم إلا في إطار البحث الجاري إعداده من طرف
الطالبة. فيرجى الإجابة بتأنٍ وصدق لإفادة الباحثة في الوصول إلى أهداف بحثها. جزاكم الله بكل خير.

البيانات الشخصية

س1: الجنس: ذكر أنثى

أنثى

ذكر

س2: التخصص العلمي:

س3: لغة التكوين: لغة عربية لغة فرنسية مزدوجة لغة إنجليزية

لغة إنجليزية

مزدوجة

لغة فرنسية

س4: الدرجة العلمية: أستاذ مساعد أستاذ محاضر أستاذ التعليم العالي

أستاذ التعليم العالي

أستاذ محاضر

س5: السن: من 25 - 40 سنة من 41 - 55 سنة أكبر من 55 سنة

أكبر من 55 سنة

من 41 - 55 سنة

من 25 - 40 سنة

المحور الأول: عادات وأنماط تعرض النخبة للصحافة الإلكترونية الجزائرية

س6: هل تقرأ الصحف الإلكترونية الجزائرية؟

أحيانا

غالبا

دائما

س7: منذ متى وأنت تستخدم الصحافة الإلكترونية الجزائرية؟

أكثر من أربع سنوات

ثلاث سنوات

سنتين

سنة

س8: أين تقرأ الصحف الإلكترونية الجزائرية؟

- من خلال حاسوبك في المنزل

- في الجامعة أثناء وقت الفراغ

- كلما سمحت لك الفرصة من خلال هاتفك المحمول

- في مقهى الإنترنت

- في مكان آخر، أذكره.....

س9: ما هو متوسط الوقت الذي تقضيه في قراءة الصحيفة الواحدة؟

- أقل من ساعة

- ساعة

- أكثر من ساعة

س10: ما هي فترة لديك لقراء الصحف الإلكترونية الجزائرية؟

ليلا

مساء

الظهيرة

صباحا

- س11: كم عدد مرات استخدامك للصحافة الإلكترونية الجزائرية في الأسبوع؟
- يومية أكثر من ثلاث مرات في الأسبوع
- مرتان في الأسبوع مرة واحدة في الأسبوع

المحور الثاني: تفضيلات النخبة في الصحافة الإلكترونية الجزائرية

س12: رتب من 01 إلى 03 الصحف حسب استخدامك لها؟

- صحف إلكترونية جزائرية
- دوريات إلكترونية عربية
- دوريات إلكترونية غربية

س13: رتب ماذا تفضل في الصحف الإلكترونية الجزائرية؟ (الرتب من 01 إلى 02 في كل نوع)

الرتبة	نوع الصحف	تصنيف الصحف
	صحافة صادرة باللغة العربية	الصحف من حيث لغة الصدور
	صحافة صادرة باللغة الفرنسية	
	صحافة عمومية	الصحف من حيث طبيعة الملكية
	صحافة خاصة	
	صحف عامة (متنوعة المضمون)	الصحف من حيث نوع وطبيعتها مضمونها
	صحف متخصصة	
	صحافة وطنية	الصحف من حيث مجال التوزيع
	صحافة جهوية (محلية)	
	صحف إلكترونية خالصة	الصحف من حيث طبيعتها
	صحف إلكترونية ذات نسخة ورقية	

س14: ما الذي تقرأه تحديدا في الصحيفة الإلكترونية من صفحات وروابط؟

- تكتفي بقراءة الصفحة الأولى (Home page) فقط

- تختار المواضيع من بين العناوين المطروحة في الصفحة الأولى وتدخل إلى روابطها لتقرأها (Les liens)
- تقرأ الموضوع الذي يثيرك عنوانه سواء أكان في الصفحة الأولى أو الروابط الداخلية
- تقرأ مواضيع الرأي بشكل دائم
- تدخل مباشرة إلى منتديات الحوار
- تتقصد التعليق على المواضيع التي تهتمك فقط
- تتجول وتقرأ مختلف المواضيع المتاحة عبر جميع روابط الصحيفة

س15: ما هي طبيعة المضامين المفضلة لديك في الصحف الإلكترونية؟

المضامين	أقرأها باستمرار	أقرأها أحيانا	لا أقرأها نهائيا
الموضوعات السياسية			
أخبار الاقتصاد			
الموضوعات الثقافية			
الموضوعات الاجتماعية			
الموضوعات الرياضية			
الموضوعات الفنية			
الأخبار المحلية			
الأخبار الدولية			
منتديات الحوار			
التعليق			
المقالات وصفحات الرأي			
استطلاعات الرأي			
الأرشيف الإلكتروني			
مضامين أخرى، أذكرها			
.....			
.....			
.....			

س16: ما الذي يشدك أكثر في مواقع الصحف الإلكترونية الجزائرية؟

- المواضيع
- التصميم والشكل
- الاثنين معا
- الأدوات التفاعلية (المنتديات، التعليقات، استطلاعات الرأي ...)

س17: سم الصحف الجزائرية الإلكترونية التي تقرأها؟

أقرأها أحيانا	أقرأها غالبا	أقرأها دائما	الصحف الإلكترونية
		
		
		
		
		
		
		
		
		
		

المحور الثالث: دوافع استخدام النخبة الأكاديمية للصحافة الإلكترونية الجزائرية

س18: ما هي أسباب لجوئك للصحافة الإلكترونية الجزائرية؟ (يمكن أن تتعدد خيارات الإجابة)

- لأنها غير مكلفة
- لأنها أكثر حرية من الصحافة الورقية
- سهولة التصفح
- كفاءة تصميم المواقع الإلكترونية الجزائرية
- توفر إمكانية التفاعل مع المضامين
- توفر إمكانية التفاعل مع المستخدمين الآخرين
- توفر إمكانية التفاعل مع الصحفيين والمحريين

- أسباب أخرى، أذكرها؟

س19: ما هي الدوافع المعرفية لاستخدامك الصحافة الإلكترونية؟ (يمكن أن تتعدد خيارات الإجابة)

- تساعدك في مجال عملك
- السرعة والتحديث المستمرين للمعلومات
- انفرادها بنقل أخبار معينة
- تكسبك مهارات جديدة
- تتيح لك قراءة الجريدة قبل نزولها إلى الأسواق
- دوافع أخرى، أذكرها؟

س20: ما هي دوافعك الشخصية لاستخدام الصحافة الإلكترونية؟ (يمكن أن تتعدد خيارات الإجابة)

- وسيلة عصرية تواكب بها تطور العصر
- وسيلة مسلية وممتعة
- لأنك تعودت على تصفحها عبر الإنترنت
- تمثل نوعا من بروتوكولات مركزك الاجتماعي
- دوافع أخرى، أذكرها؟

المحور الرابع: الإشباعات المحققة من استخدام النخبة الأكاديمية للصحافة الإلكترونية الجزائرية

س21: هل تلبى الصحف الإلكترونية حاجاتك؟

- دائما أحيانا أبدا

س22: هل ساهم استخدامك للصحافة الإلكترونية الجزائرية في: (يمكن أن تتعدد خيارات الإجابة)

- توفير وقتك
- توفير مصروف اقتناء جريدة ورقية يوميا
- تعزيز قدرتك على النقاش في مختلف المواضيع
- تعبيرك عن آرائك بكل حرية حول مضاهاينها
- ربطك بعلاقات اجتماعية مع مستخدمين آخرين لها
- توطيد علاقتك بأحد أو بعض الصحفيين

- أخرى، أذكرها؟

س23: ماذا حققت لديك الصحافة الإلكترونية الجزائرية من إشباعات معرفية؟ (يمكن أن تتعدد خيارات الإجابة)

- اكتساب معلومات كثيرة عن محيطك الخارجي

- مساعدتك في مجال عملك

- اكتساب مهارات تكنولوجية جديدة

- الحصول على السبق الصحفي

- إشباعات أخرى، أذكرها؟

س24: ماذا حققت لديك الصحافة الإلكترونية الجزائرية من إشباعات شخصية؟ (يمكن أن تتعدد خيارات الإجابة)

(الإجابة)

- الحصول على الراحة والتسلية

- تقوية شعورك بالانتماء إلى محيطك الخارجي

- تحقيق وجودك الافتراضي

- إشباعات أخرى، أذكرها؟

المحور الخامس: حجم مشاركة النخبة الأكاديمية في الاتصال التفاعلي عبر الصحافة الإلكترونية الجزائرية

س25: هل تتفاعل مع مضمون الصحيفة الإلكترونية الجزائرية؟

أبدا	أحيانا	دائما	العبرة
			تشعر بالتزام التعليق على كل موضوع تقرأه عبر الموقع.
			تستخدم كافة اللغات المتاحة عبر الموقع.
			تستخدم محركات البحث المتاحة عبر الموقع (Moteur de recherche).
			تطلع على الأرشيف الإلكتروني المتوفر عبر الموقع.
			تشارك في استطلاعات الرأي عبر الموقع
			تشارك بنظام RSS للحصول على آخر الأخبار فور حدوثها
			ترغب في إضافة حدث أنت كنت شاهدا على حدوثه

			تساهم في تصويب أي خطأ تحريري قد تجده عبر الموقع
			تنتظر التحديث المستمر للخبر عبر الموقع
			ترسل الخبر إلى صديق ما
			تطبع الخبر لإعادة قراءته وتخزينه
			تبحث مباشرة عما يهيك في الموقع من أخبار عبر الوصلات السريعة (المواضيع الأكثر تصفحا، المواضيع الأكثر تعليقا.....).
			تشارك في خدمة الخبر العاجل عبر الهاتف المحمول
			تشارك في خدمة الخبر العاجل عبر القوائم البريدية
			تخزن صفحة الخبر كما هي في حاسوبك الشخصي
			تستعمل أسلوبا آخر، أذكره؟

س26: هل تتفاعل مع محرري وصحفي الصحافة الإلكترونية الجزائرية؟

أبدا	أحيانا	دائما	العبرة
			تراسل الصحفي عبر بريده الإلكتروني المتاح مع الموضوع
			تتصل بهيئة التحرير لمناقشة صحفي حول مضمون إعلامي له
			تراسله بالفاكس لتحاوره حول موضوعه المنشور
			تطلب موعدا لمقابلته لتجاذب أطراف الحديث حول آراءه
			تراسله عبر البريد التقليدي لتناقشه حول موضوع كتبه
			تستعمل أسلوبا آخر، أذكره؟

س27: هل تتفاعل مع المستخدمين الآخرين للصحافة الإلكترونية الجزائرية؟

أبدا	أحيانا	دائما	العبرة
			تدخل غرف الدردشة للتعرف على مستخدمين آخرين ومحاورتهم.
			تسجل في المنتديات التابعة لموقع الصحيفة لتشارك الآخرين بأرائك.
			تكتفي بتصفح المنتديات دون الاشتراك والنقاش.
			تدخل في حوار مباشر مع شخصيات عامة عبر موقع الصحيفة.
			تستعمل أساليب أخرى، أذكرها؟

المحور السادس: تقييم النخبة للإمكانيات التفاعلية المتاحة عبر الصحافة الإلكترونية الجزائرية

س28: ما تقييمك لكفاءة الصفحة الأولى (Home page) في الصحف الإلكترونية الجزائرية؟

جيدة ضعيفة لا أدري

1-28- ما هو تقييمك للجوانب التقنية في الصفحة الأولى؟

غير مقبول	لا أدري	مقبول	العبرة
			زمن تحميل الصفحة الأولى
			استخدام نظام البوابة بدل الصفحة الرئيسية البسيطة (مثل الشروق أون لاين)
			استخدام خدمة إحصائيات الزوار
			كثرة استخدام الروابط
			تقديم التعريف بالصحيفة الإلكترونية
			خدمة الربط بمواقع أخرى
			خدمة النص الفائق (Hyper texte)

28-2- ما هو تقييمك للجانب الشكلي في الصفحة الأولى؟

العبارة	جيد	لا أدري	ضعيف
نوعية الخطوط المستعملة في الكتابة			
نوعية الألوان المستخدمة			
تقسيم المساحات بين مختلف مكونات الصفحة الأولى			

28-3- ما هو تقييمك لمضمون الصفحة الأولى؟

العبارة	مقبول	لا أدري	ضعيف
استخدام الوسائط المتعددة (التسجيل الصوتي، الصور، الفيديو، الرسوم المتحركة)			
الإعلانات			
تعدد اللغات في الصفحة الرئيسية			
وجود محركات بحث في الصفحة الرئيسية (تسهل عليك رqn ما تريد البحث عنه مباشرة وإيجاده)			
وجود وصلات سريعة تسهل عملية البحث عما تريده			
وجود روابط ضمن الخبر			
وجود رابط منتديات الحوار			
وجود استطلاعات الرأي			

س29: ما هو تقييمك لمستوى التفاعلية المتاحة عبر الصحافة الإلكترونية الجزائرية؟

جيد
 مقبول
 ضعيف

1-29- إذا كانت إجابتك بـ "ضعيف" فلماذا؟

معارض	محايد	موافق	العبرة
			تعاني الصحافة الإلكترونية الجزائرية من ضعف في البنية التحتية والإمكانيات الكفيلة باستغلالها للأدوات التفاعلية.
			ضعف التكوين لدى الصحفيين منع الصحف الإلكترونية من إنتاج إعلام إلكتروني تفاعلي فاعل.
			غياب الوعي لدى أطراف العملية الاتصالية (المرسل والمستقبل) بأهمية التفاعلية عبر الإعلام الإلكتروني في ترقية الإعلام ككل.
			الخوف من الهويات الافتراضية للمستخدمين يحد من قابلية التفاعل مع المحتوى أو الاتصال بالآخرين.
			غياب الخبرة الإعلامية الكبيرة نظرا لُقْدُوَّةِ التجربة الإعلامية الخاصة بشكل عام في الجزائر.
			الخوف من الرقابة الممارسة من قبل المشرفين على المنتديات وغرف الحوار.
			الخوف من الرقابة الذاتية لهيئة التحرير على نشر بريد القراء والرسائل الإلكترونية الواردة للصحفيين.
			الخوف من رقابة الدولة.
			غياب الوعي بحرية الرأي والتعبير وتقدير الإعلام التشاركي الديمقراطي وقدرته في تحقيق التنمية.
			غياب المصداقية والتأكد من صحة المعلومة في المضامين التي ينتجها المستخدمون.
			أسباب أخرى، أذكرها؟

مع جزيل الشكر والتقدير

* ملحق رقم (02):

استمارة المقابلة مع القائمين على مواقع الصحف الإلكترونية الجزائرية

الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية
وزارة التعليم العالي والبحث العلمي
جامعة الحاج لخضر - باتنة 1

كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية
قسم علوم الإعلام والاتصال وعلم المكتبات

استمارة مقابلة نصف موجهة للقائمين على مواقع الصحف الجزائرية الإلكترونية
ضمن دراسة معنونة بـ:

التفاعلية في الصحافة الإلكترونية

دراسة في استخدامات وإشباعات النخبة الأكاديمية الجزائرية
دراسة تحليلية ميدانية

أطروحة مكملة لنيل شهادة دكتوراه العلوم في علوم الإعلام والاتصال تخصص صحافة

تحت إشراف الأستاذ الدكتور

د/ بن زروق جمال

إعداد الباحثة

قجالي أمينة

البيانات العامة

- س1: الاسم واللقب:
- س2: السن:
- س3: الرتبة المهنية:
- س4: الخبرة المهنية:
- س5: مسؤول عن موقع جريدة:
- س6: تاريخ الإجابة عن الاستمارة:
- س7: من فضلكم نرجو تقديم تعريف مفصل عن الموقع الإلكتروني لمؤسستكم الصحفية (تاريخ النشأة، مراحل التطور، موقعه على الساحة الإعلامية بالإحصائيات إن وجدت، الخدمات التفاعلية المتاحة من خلاله.... الخ). باختصار بطاقة فنية عن موقعكم مع إمكانية إرفاق وثائق تعريفية كمطويات ... الخ؟
- س 8: ما هي تركيبة الطاقم المسؤول عن الموقع الإلكتروني للصحيفة؟

السهر على كفاءة الصفحة الأولى

- س 9: ما هي خطتكم للحصول على كفاءة وجاذبية عاليتين لصفحة موقعكم الأولى (Home page)؟

التفاعل بين مستخدمى ومحركى الموقع

- س 10: هل تضمنون لمستخدمى موقعكم الخدمات التفاعلية التالية:

لا توفر هذه الخدمة	أحيانا	دائما	العبارة
			إرسال آخر الأخبار فور حدوثها لمشتركي القوائم البريدية (Newsletters)
			إرسال آخر الأخبار فور حدوثها لمشتركي نظام RSS
			إرسال آخر الأخبار فور حدوثها لمشتركي خدمة الهاتف النقال
			التواصل عبر البريد الإلكتروني الشخصي للمحررين مع المستخدمين استجابة لانشغالاتهم
			التواصل هاتفيا بين المحررين ومستخدمى الموقع استجابة لانشغالاتهم
			التواصل عبر الفاكس بين المحررين ومستخدمى الموقع استجابة لانشغالاتهم
			التواصل عبر الاستقبال الشخصي في مقر المؤسسة الإعلامية بين بين المحررين

			ومستخدمي الموقع استجابة لانشغالاتهم
			التواصل عبر البريد التقليدي بين المحررين ومستخدمي الموقع استجابة لانشغالاتهم
			تستعملون أسلوبا آخر، أذكره؟

التفاعل بين مستخدمي الموقع ومضمونه

س 11: كيف تتعاملون مع الخدمات الآتية:

لا نوفر هذه الخدمة	بعد الفرز	فورا	العبارة
			تنشرون تعاليق المستخدمين على محتوى الموقع
			تنشرون نتائج استطلاعات الرأي
			تضيفون المواضيع المرسلة من طرف مستخدمي الموقع
			تنشرون تصويبات الأخطاء التحريرية المرتكبة في الموقع والمرسلة من مستخدميه
			توفرون خدمات أخرى، أذكرها؟

س 12: ماهي طبيعة المواضيع الأكثر قراءة والأكثر تعليقا في موقعكم؟

التفاعل بين المستخدمين عبر المنتديات

س 13: ما هي أهداف منتديات الحوار المتاحة عبر صحيفتكم الإلكترونية؟

س 14: كيف تضبطون آليات التسجيل والمشاركة في منتدياتكم؟

س 15: ما هي الخدمات التي توفرونها للربط بين مستخدمي منتدياتكم؟

- س 16: كيف توفر الأنية والتحديث المستمرين والرد الفوري على مستخدمي منتدياتكم؟
- س 17: كيف تضبطون تجاوزات مستخدمي منتدياتكم؟
- س 18: كيف تتعاملون مع اقتراحات وانتقادات مستخدمي منتدياتكم؟
- *ملاحظة: في حالة امتلاك الموقع لمنتديات حوار إلكتروني تكون الأسئلة بالشكل الموضح أعلاه، وفي حالة عدم امتلاكه لها يستبدل المحور الأخير بآخر كالآتي:

التفاعل بين المستخدمين والقائم على الموقع

- س 13: ما هي أهداف صحيفتكم الإلكترونية؟
- س 14: ما هي الخدمات التي توفرونها للربط بين مستخدمي موقعكم؟
- س 15: كيف توفر الأنية والتحديث المستمرين والرد الفوري على مستخدمي موقعكم؟
- س 16: كيف تضبطون تجاوزات مستخدمي موقعكم؟
- س 17: كيف تتعاملون مع اقتراحات وانتقادات مستخدمي موقعكم؟
- س 18: هل يمكنكم تقديم إحصائيات عن تطور عدد زوار موقعكم على مر السنوات؟

*ملحق رقم (03):

استمارة تحليلية لقياس تفاعلية مواقع الصحف الجزائرية الإلكترونية

الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية
وزارة التعليم العالي والبحث العلمي
جامعة الحاج لخضر - باتنة 1

كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية
قسم علوم الإعلام والاتصال وعلم المكتبات

استمارة تحليلية لقياس

التفاعلية في الصحافة الإلكترونية

دراسة في استخدامات وإشباعات النخبة الأكاديمية الجزائرية

دراسة تحليلية ميدانية

أطروحة مكملة لنيل شهادة دكتوراه العلوم في علوم الإعلام والاتصال تخصص صحافة

تحت إشراف الأستاذ الدكتور

بن زروق جمال

إعداد الباحثة

قجالي آمنة

البيانات الأولية لعينة التحليل

El mo udjahid	Libe rté	Le Soir d'Alg érie	El wat an	الشع ب	الذ بر	النهار	الشرو ق	الصحيفة
								البيانات
								طبيعة مضامين الصحيفة
								طبيعة ملكية الصحيفة
								تاريخ التحليل
								مدة التحليل

البعد الأول: كفاءة الصفحة الأولى للصحيفة الإلكترونية

الكفاءة التقنية للصفحة الأولى

El mou djahid	Liber té	Le soir d'alg érie	El wat an	الشع ب	الذ بر	النهار	الشروق	الصحيفة
								العنصر
								متوسط زمن تحميل الصفحة
								حجم ملفات الصور
								حجم ملف الصفحة

الكفاءة الشكلية للصفحة الأولى

		El mo udja hid	Li ber té	Le soir d'algé rie	El wat an	الشع ب	الخ بر	النها ر	الش روق	/	الصحيفة العنصر
										عادية	نوع الخطوط المستخدمة
										عادية مسطرة	
										عريضة	
										عريضة مسطرة	
										اليمين	المحاذاة
										اليسار	
										ثلاثة ألوان	الألوان المستخدمة
										أربعة ألوان	
										ألوان مختلفة	
										تقسيم طولي	أسلوب عرض الموضوعات
										تقسيم عرضي	
										تقسيم مزدوج	

الكفاءة الخدماتية للصفحة الأولى

%	Σ	El Mo udj ahid	Li be rté	Le soir d'Al gérie	El wa tan	الش عب	الخ بر	النها ر	الشرو ق	الصحيفة	N°
										العنصر	
										استخدام نظام البوابة	1
										استخدام نظام الشاشة	2
										الوصلات السريعة (الأكثر قراءة، الأكثر تعليقا، الأكثر تقييما...)	3
										خدمة الربط بمواقع أخرى	4
										خدمة عدد القراءات	5
										خدمة عدد التعليقات	6
										تنوع خيارات المواضيع والصفحات أمام المستخدم	7
										خدمة الأخبار العاجلة بتوقيت وصولها (التحديث المستمر)	8
										محركات البحث داخل الموقع	9
										تعدد اللغات	10
										الربط بشبكات التواصل الاجتماعي	11
										روابط ضمن الخبر	12
										الإعلانات	13
										أخبار الطقس	14
										أخبار العملات	15
										البث المباشر	16
										خدمة النص العادي	17
										خدمات أخرى	18

											Σ	/
											%	/

البعد الثاني: تطبيقات الوسائط المتعددة والأرشيف الإلكتروني

N°	العنصر	الصحيفة	الشروق	النهار	الذبر	الشدعب	Elwatan	Le soir d'Algérie	Liberté	Elmoudjahid	Σ	%
1	المحتوى الصوتي											
2	الفيديو											
3	الكاريكاتور											
4	الأرشيف PDF											
5	الأرشيف HTML											
/	Σ											
/	%											

البعد الثالث: تطبيقات تمكين المستخدم من التفاعل مع المحتوى

N°	العنصر	الصحيفة	الشروق	النهار	الذبر	الشدعب	Elwatan	Le soir d'Algérie	Liberté	Elmoudjahid	Σ	%
1	استطلاعات الرأي											
2	خدمة التعليق على الحدث											
3	خدمة تحديث المحتوى											
4	خدمة الاشتراكات RSS											
5	خدمة الخبر العاجل عبر القوائم البريدية											

										خدمة الخبر العاجل عبر الهاتف المحمول	6
										خدمة إضافة حدث من طرف المستخدمين	7
										خدمة إرسال المحتوى إلى صديق	8
										خدمة مشاركة المحتوى عبر شبكات التواصل الاجتماعي	9
										خدمة نسخ المحتوى	10
										خدمات أخرى	11
										Σ	/
										%	/

البعد الرابع: تطبيقات تمكين تفاعل المستخدم مع المحررين

%	Σ	El mo udj ahid	Liber té	Le soir d'Alg érie	El wat an	الش عب	الذ بر	النها ر	الشرو ق	الصحيفة	N°
										العنصر	
										خدمة البريد الإلكتروني لمحرري قوالب الرأي	1
										خدمة الهاتف والفاكس	2
										خدمة البريد التقليدي	3
										خدمات أخرى	4
										Σ	/
										%	/

البعد الخامس: تطبيقات تمكين الاتصال الشخصي بين المستخدمين

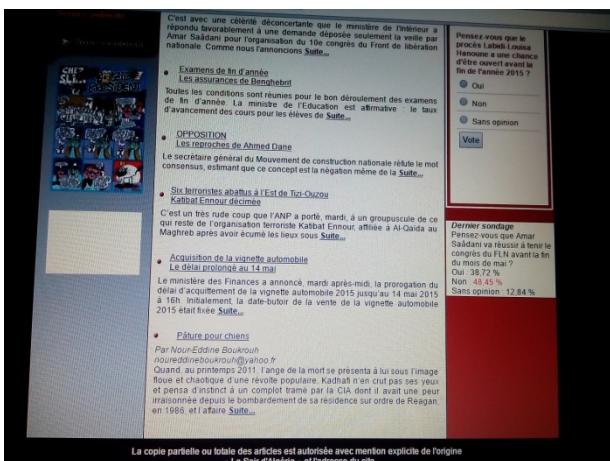
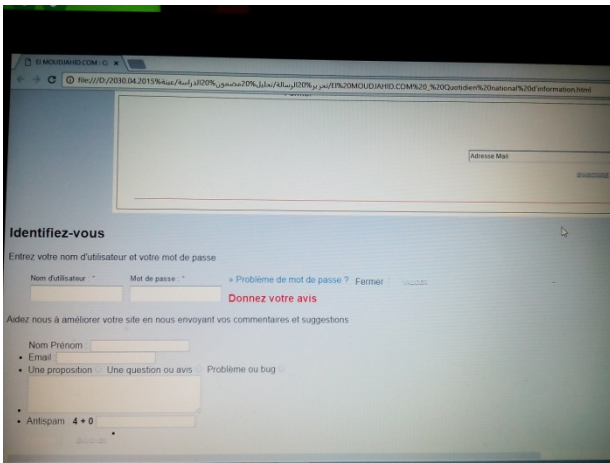
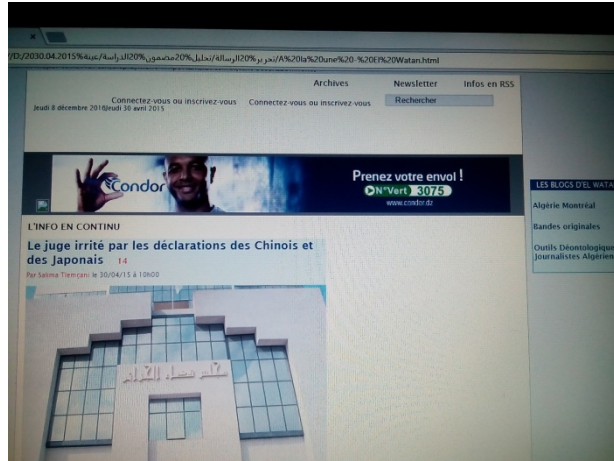
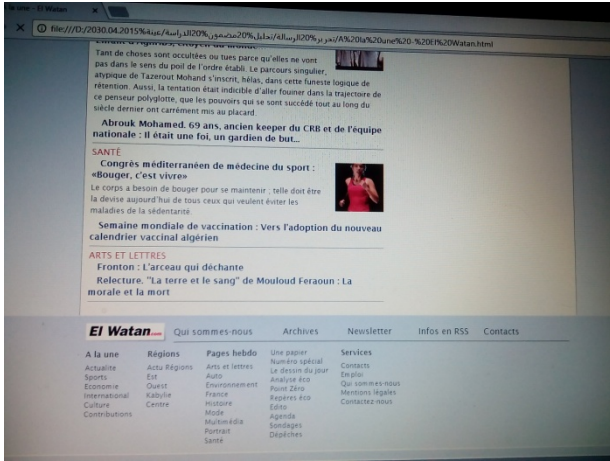
%	Σ	El Mo udj ahid	Li ber té	Le Soir d'Al gérie	El wa tan	الشع ب	الخ بر	نها ر	الشرو ق	الصحيفة	N°
										العنصر	
										المنتديات	1
										خدمة الحوار المباشر بين الشخصيات العامة وأفراد الجمهور	2
										خدمات أخرى	3
										Σ	/
										%	/

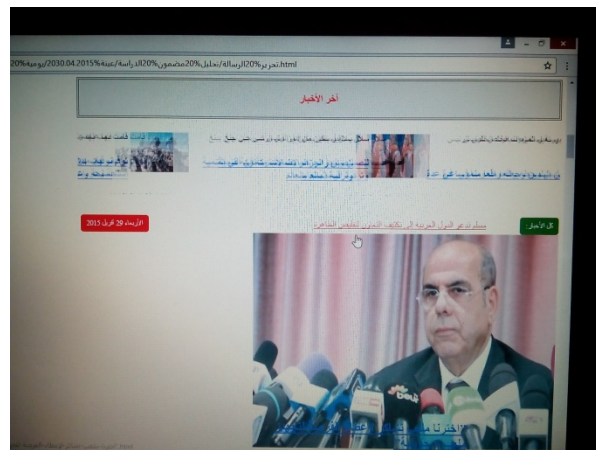
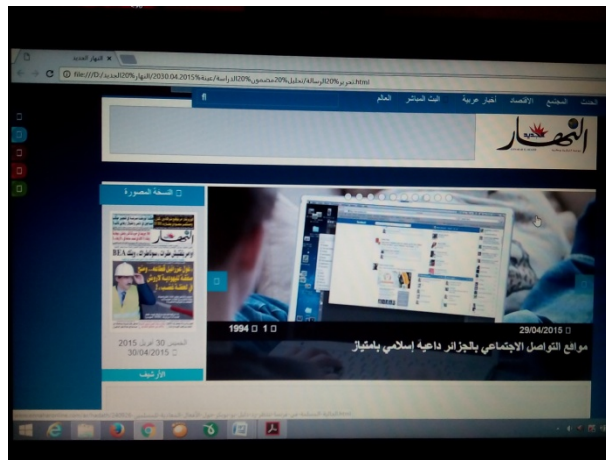
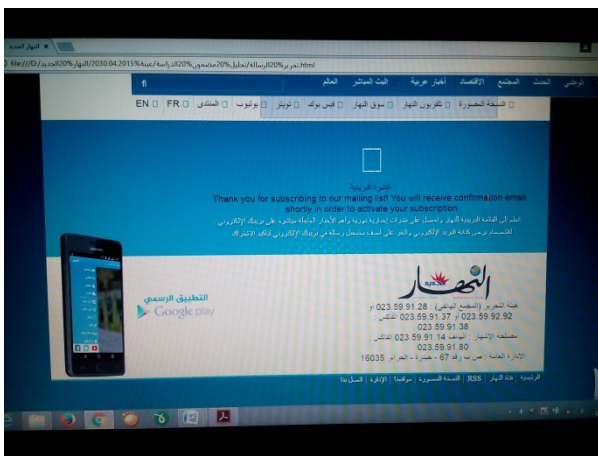
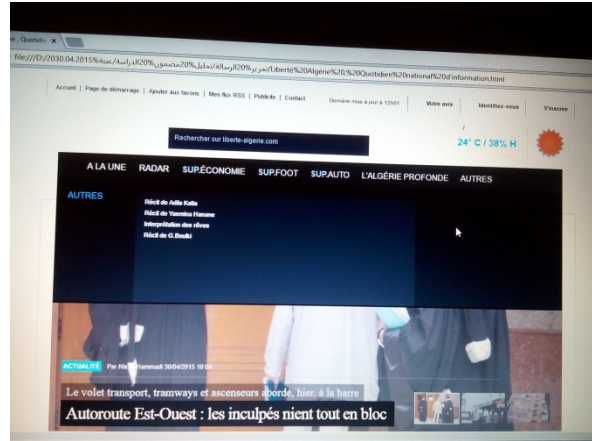
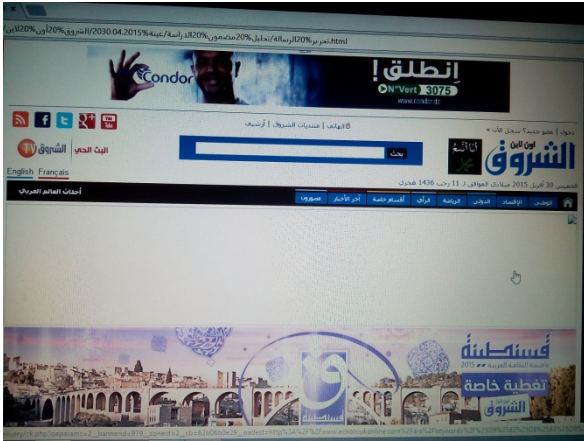
البعد السادس: تطبيقات الضبط والمراقبة

%	Σ	El Mou djah id	Liber té	Le Soir d'Alg érie	El wat an	الش عب	الخ بر	نها ر	الشرو ق	الصحيفة	N°
										العنصر	
										خدمة التعريف بالصحيفة الإلكترونية	1
										خدمة إحصائيات الزوار	2
										خدمة البريد المباشر مع إدارة التحرير لتلقي المقترحات والانشغالات	3
										خدمة الإشعار بحدوث خطأ	4
										خدمات أخرى	5
										Σ	/
										%	/

***ملحق رقم (04):**

يوضح الصفحات الأولى لمواقع الصحف الإلكترونية الجزائرية عينة الدراسة
التحليلية





*ملحق رقم (05):

يوضح أهم الصحف الإلكترونية الجزائرية الناطقة باللغة العربية

جدول رقم (87): يوضح أهم الصحف الإلكترونية الجزائرية الناطقة باللغة العربية

المصدر: (إعداد الباحثة من مسح لجميع المواقع الجزائرية)

ترتيب أليكسا جوان 2015	الموقع الإلكتروني	عنوان الصحيفة	N°
19	http://www.elkhabar.com	الخبر	1
18	http://www.ennaharonline.com	النهار الجديد	2
508	http://www.akhersaa-dz.com	آخر ساعة	3
11	http://www.echoroukonline.com	الشروق اليومي	4
1636	http://www.ech-chaab.com	الشعب	5
23	http://www.Elbilad.net	البلاد	6
162	http://www.al-fadjr.com	الفجر	7
778	http://www.annasronline.com	النصر	8
1977	http://www.djazairnews.info	الجزائر نيوز	9
314	http://www.ouarsenis.com/ara	بوابة الونشريس	10
1882	http://www.sawt-alahrar.net	صوت الأحرار	11
1790	http://www.eldjournhouria.dz	الجمهورية	12
1001	http://www.el-massa.com	المساء	13
/	http://www.eldjazairsahafa.com	الجزائر صحافة	14
24	http://www.djelfa.info/ar	الجلفة أنفو	15
/	http://www.elmouwatane.com	المواطن	16
/	http://www.alwaslonline.com	الوصل	17
5091	http://www.elmassar-ar.com/ara	المسار العربي	18
/	http://www.elmakam.com	المقام	19
1725	http://www.sawt-gharb.com	صوت الغرب	20
/	http://www.elahdath.net	الأحداث	21
/	http://www.chebaldjazairi.com	الشباب الجزائري	22
1652	http://www.wakteldjazair.com	وقت الجزائر	23
25	http://www.elheddaf.com	الهداف	24
2945	http://www.echibek.net	الشباك	25
336	http://www.elkhabarerriadhi.com	الخبر الرياضي	26
744	http://www.akhbarelyoum.dz	أخبار اليوم	27
3586	http://www.el-hourria.com	الحرية	28
/	http://www.elwaha-dz.com/ar	الواحة	29

/	http://www.elayem.com	الأيام	30
/	http://www.akhbar-algeria.com	أخبار الجزائر	31
/	http://www.el-hakaek.com	الحقائق	32
ليس لدى أليكسا ما يكفي من البيانات لترتيب هذا الموقع	http://www.elmostakbel.com	المستقبل	33
2512	http://www.kawalisse.com/ar	كواليس	34
4383	http://www1.albassair.org/index.php	البصائر	35
/	http://www.skikdainfo.info	أخبار سكيكدة	36
/	http://www.laghouatinfo.net	الأغواط أنفو	37
6749	http://www.alseyassi-dz.com/ara/	المشوار السياسي	38
/	http://www.eljournhour.com/	الجمهور الرياضي	39
609	http://www.algeriatimes.net/	الجزائر تايمز	40
903	http://www.elmihwar.com	المحور اليومي	41
/	http://www.elikhbaria.com/ar/	الإخبارية	42
5065	http://www.eldjazaironline.net/home/	الجزائر	43
/	http://www.algeriapressonline.com/	ألجيريا برس أون لاين	44
/	http://www.errayaonline.com/	الرأية	45
3349	http://www.essalamonline.com/ara/	السلام اليوم	46
4958	http://www.elhayatarabiya.com/	الحياة العربية	47
ليس لدى أليكسا ما يكفي من البيانات لترتيب هذا الموقع	http://www.albalagh-dz.com/	البلاغ	48
2425	http://www.elraaed.com/ara/	الرائد	49
5741	http://www.elitihadonline.com/	الاتحاد	50
/	http://www.elbark.com/	البرق الإخباري	51
1778	http://elhiwardz.com/	الحوار	52
/	http://www.adiyaronline.net/	الديار	53
/	http://www.eshababonline.com/	جريدة الشباب	54

***ملحق رقم (06):**

يوضح أهم الصحف الإلكترونية الجزائرية الناطقة باللغة الفرنسية

جدول رقم (88): يوضح أهم الصحف الإلكترونية الجزائرية الناطقة باللغة الفرنسية

المصدر: (إعداد الباحثة من مسح لجميع المواقع الجزائرية)

الترتيب أليكسا جوان 2015	الموقع الإلكتروني	عنوان الصحيفة	N°
507	http:// www.elmoudjahid.com	El Moudjahid	1
51	http://www.elwatan.com	El Watan	2
998	http://www.horizons-dz.com	Horizons	3
3323	http://www.info soir.com	Info soir	4
4380	http://www.jeunessedalgerie.com	Jeunesse d'Algérie	5
1587	http://www.reflexiondz.net	Réflexion	6
ليس لدى أليكسا ما يكفي من البيانات لترتيب هذا الموقع	http://www.echo-oran.com	L'Echo d'Oran	7
249	http://www.lexpressiondz.com	L'Expression	8
824	http://www.depechedekabylie.com	La Dépêche de Kabylie	9
/	http://www.lanouvellerepublique.com	La Nouvelle République	10
/	http:// www.latribune-dz.com	La Tribune	11
69	http://www.lebuteur.com	Le Buteur	12
/	http://www.lecourrierdalgerie.com	Le Courier d'Algérie	13
1399	http:// www.jeune-independant.net	Le Jeune Indépendant	14
3501	http://www.lejournalalgerie.com	Le jour d'Algérie	15
2593	http://www.lemaghreb.com	Le Maghreb	16
192	http://www.lequotidien-oran.com	Le Quotidien d'Oran	17
88	http://www.lesoirdalgerie.com	Le Soir d'Algérie	18
/	http://www.lesdebats.com	Les Débats	19
92	http://www.liberte-algerie.com	Liberté	20
/	http://www.bejaia-aujourd'hui.com	Bejaia Aujourd'hui	21
2441	http://www.reporters.dz	Reporters	22
/	http://www.voix-oranie.com	Voix De l'Oranie	23
/	http://www.seybouse times.com	Seybouse Times	24
2804	http://www.elacil.com	Elacil	25
2255	http://www.letempsdz.com	Le Temps de l'Algérie	26

83	http://www.competition.dz	Compétition	27
/	http://www.lequipedz.com	L'équipe	28
342	http://www.dzfoot.com	Dz foot	29
1917	http://www.planetesport.dz	Planète Sport	30
/	http://www.algerie-football.net	Algérie Football	31
32	http://www.tsa-algerie.com	Tout Sur L'Algérie	32
1858	http://www.algeria-watch.org	Algeria Watch	33
/	http://www.algerie24.net	Algérie 24	34
125	http://ww.algerie-focus.com	Algérie focus	35
/	http://www.kabyleuniversel.com	Kabyle Universel	36
4013	http://www.lemidi-dz.com	Le midi	37
/	http://www.alger-republicain.com	Alger- Républicain	38
/	http://www.ouestribune-dz.com/fr	Ouestribune	39
ليس لدى أليكسا ما يكفي من البيانات لترتيب هذا الموقع	http://www.lauthentiquez.info	L'Authentique	40
951	http://www.hebdoimmobilier-dz.com	Hebdo immobilier	41
ليس لدى أليكسا ما يكفي من البيانات لترتيب هذا الموقع	http://www.laabstore.com	Laabstor	42
1675	http://www.nticweb.com	Ntic Mag	43
/	http://www.lanation.dz	La Nation	44
2288	http://www.tamurt.info	Tamurt	45
2580	http://www.bejaiainfo.com	Bejaia Info	46
975	http://www.setif.info	Sétif info	47
/	http://www.souk-ahras.info	Souk-Ahras info	48
8058	http://www.annabacity.net	Annaba city	49
5086	http://www.jijel.info	Jijel info	50
/	http://www.ouest-info.org	Ouest-info	51
5093	http://www.bel-abbes.info	Bel-Abbes info	52
/	http://www.lavoixdesidibelabbes.info	La voix de Sidi Belabbes	53
/	http://www.echosdesidibelabbes.info	Echos de Sidi Belabbes	54
/	http://www.derbypresse.dz	Derby	55
3674	http://www.dknews-dz.com	DK news	56
262	http://www.algeriepatiotique.com	Algérie Patriotique	57
216	http://www.algerie1.com	Algérie 1	58
1687	http://www.maghrebemergent.info	Maghreb	59

		Emergent	
1162	http://www.leconews.com	L'éco News	60
/	http://www.lechiffredaffaires.net	Le chiffre d'affaires	61
/	http://www.transactiondalgerie.com	Transaction d'Algérie	62
/	http://www.lequotidiendeconstantine.com	Le quotidien de Constantine	63
/	http://www.kabylienews.voila.net	Kabylie news	64
4897	http://www.tribunelecteurs.com	Tribune lecteurs	65
/	http://www.algerieconfluences.com	Algérie confluences	66
1725	http://www.eldjazaircom.dz	Eldjazair	67
/	http://www.echoalgerie.com	Les Echos d'Algérie	68
ليس لدى أليكسا ما يكفي من البيانات لترتيب هذا الموقع	http://www.lakoom-info.com	Lakoom-info	69
/	http://www.lestrepublicain.com	L'Est républicain	70
/	http://www.lacitedz.net	La cité	71
/	http://www.lechodalgerie.com	L'écho d'Algérie	72
6653	http://www.carrefourdalgerie.com	Carrefour d'Algérie	73
2185	http://www.elgoual.com	Elgoual	74
164	http://www.algerie360.com	Algérie 360	75
2241	http://www.lequotidienalgerie.org	Le quotidien Algérie	76
2369	http://www.presse-dz.com	Presse-dz	77
3481	http://www.algerienetwork.com	Algérie Network	78
/	http://www.launedalgerie.com	La une d'Algérie	79
/	http://www.berberes.com	Berbères	80
1398	http://www.siwel.info	siwel.info	81
2227	https://www.kabyle.com	Kabyle	82