

جامعة المسيلة

كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية



قسم علوم الإعلام والاتصال

2015/.....

الخبر الثقافي في الصحافة

الإلكترونية العربية

دراسة حالة صحيفة المستقبل العربي الإلكترونية

مذكرة مكملة لنيل شهادة الماستر في علوم الإعلام والاتصال
تخصص: صحافة مكتوبة

إشراف الأستاذ:
? رضوان بوقرة.

من إعداد الطالب:
? خالد ديقش.

السنة الجامعية: 2015-2014



بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ
الْحَمْدُ لِلَّهِ الَّذِي
خَلَقَ السَّمَوَاتِ وَالْأَرْضَ
وَالَّذِي يُضَوِّبُ الْمَوْتِ
وَالَّذِي يُضَوِّبُ الْمَوْتِ
وَالَّذِي يُضَوِّبُ الْمَوْتِ

كلمة شكر و عرفان

أول من نشكر من خلال هذا العمل المتواضع الذي يعد قطرة علم من فضي العلوم،
الله سبحانه وتعالى الذي رزقنا الصبر لأداء هذا البحث، الذي كل أعمالنا يجزينا بها
مما نرجوه سبحانه وتعالى أن يغفر سريرتنا وعلانيتنا إنه ولي ذلك والقادر عليه.
تشكراتنا الكبيرة إلى السيد المشرف والأستاذ القدير "بوقرة رضوان" الذي كان

سندا لنا طيلة مشوارنا الدراسي

فكان لنا المساهم والناصح والمدرس والأخ فشكرا لك.

كما نشكر كل إطارات وطلبة قسم علوم الإعلام والاتصال، على رأسهم السيد
رئيس القسم "بوعزيز بوبكر" وكذا الدكتور القدير "غزال عبد الرزاق" الذي له
كل الفضل لما وصلت إليه اليوم.

كما نشكر كل من ساعدنا على إنجاز هذا العمل من قريب أو بعيد.



إهداء

إلى من قال فيهما الله تعالى في كتابه الكريم: " إما يبلغن عندك الكبر أحدهما أو كلاهما فلا تقل لهما أف ولا تنهرهما وقل لهما قولاً كريماً".

إلا أعلى ما لدي في الدنيا أبي وأمي...

إلا التي حضورها يبهجني وفراقها يتعبني إلى أمني في الوجود وراحة في القلب.

إلى رمز المحبة والعطاء وسر وجودي في البقاء أمي الغالية "النوية" رحمها الله واسكنها فسيح جناته.

إلى الذي تعب في تربيته وتعليمي ليشق لي طريق الأمل والنجاح، مثلي الأعلى في الحياة ورمز العطاء والحنان أخي الأكبر "محمد" أطال الله في عمره.

إلى كل من لم يخلوا علي بنصيحة ولا دعاء.

إلى أخي العزيز مخلوف.

إلى من يضيفني على البيت بهجة وسرورا إخوتي وأخواتي: وأولادهم سهير، أحمد، مريا، أميمة، يوسف لين، هيثم، محمد، هاجر، رفيدة، خليل، محمد.

إلى خالاتي وأبناء خالاتي، عومار وابنتيه سارة وشيماء، إبراهيم، سمير أخي ورفيق دربي، إلى سفيان المغترب بفرنسا.

إلى من رافقتني وكانت رفيقة دربي طيلة مشواري الدراسي وسندا لي والتي لم أعرف بعدها يوما معنى الصداقة "عيسو أمال نادية" وفقها الله في دراستها وحياتها،

إلى رفيقة الغالية حفيظة

إلى أصدقائي ورفقائي في الحياة مياح أحمد، مياح توهامي، زكري بوبكر، بن سعيد خالد، جلميد البشير.

إلى كل أصحاب مكتبة الإحسان وعلى رأسهم يوسف وعبد الغاني

إلى كل طلبة الماستر تخصص صحافة مكتوبة.

إلى من هم في قلبي ولم تحمهم وقتي، إلى كل من علمني حرفا منذ الطور الابتدائي إلى المرحلة الجامعية.

إلى من أحبوني في الله وأحببتهم فيه.





قائمة المطبوعات

قائمة المحتويات

الموضوع	الصفحة
كلمة شكر وعرفان	
الإهداء	
قائمة المحتويات	
قائمة الجداول والأشكال	
مقدمة	أ

الإطار المنهجي

1-الإشكالية	4
2-تساؤلات الدراسة.....	4
3-المدخل النظري للدراسة	4
4-تحديد المفاهيم والمصطلحات	10
5-أهداف الدراسة	11
6-أهمية الدراسة	11
7-أسباب اختيار الموضوع	11
8-منهج الدراسة	12
9-أداة البحث	13
10-مجتمع وعينة البحث	19

الفصل الأول: الصحافة الإلكترونية العالمية

المبحث الأول: نشأة وتطور صحافة الإنترنت	22
المبحث الثاني: ماهية الصحافة الإلكترونية	24
المبحث الثالث: العوامل المساعدة على ظهورها	25
المبحث الرابع: أنواعها	28
المبحث الخامس: سماتها	29
المبحث السادس: الصحافة الإلكترونية في الجزائر	32
1-بوادر ظهورها	32
2-أنواع الصحافة الإلكترونية في الجزائر	34
ج-الصعوبات التي تواجه الصحافة الإلكترونية في الجزائر	36

الفصل الثاني: الوظيفة الثقافية لوسائل الإعلام

المبحث الأول: مفهوم الثقافة	43
-----------------------------------	----

44 المبحث الثاني: مفهوم الإعلام الثقافي وخصائصه
50 المبحث الثالث: علاقة الإعلام بالثقافة
53 المبحث الرابع: وظائف ودور الإعلام الثقافي
54 المبحث الخامس: واقع الإعلام الثقافي في الجزائر

الفصل الثالث: عرض وتحليل نتائج الدراسة الميدانية

59 الخدمات في صحيفة المستقبل العربي الجزائرية
86 استنتاجات عامة
89 نتائج الدراسة
91 خاتمة

قائمة المراجع

الملاحق





قائمة الحيوانات والاشكال

قائمة الجداول

الرقم	الجدول	الصفحة
01	يوضح دليل الأبعاد المتعددة للقيمة	9
02	يوضح عينة البحث	19
03	يوضح تتابع إنشاء المواقع الالكترونية لأولى الصحف اليومية الوطنية.	35
04	يوضح أنواع الخدمات التي توفرها صحيفة المستقبل العربي الإلكترونية	59
05	يوضح التفاعلية في صحيفة المستقبل العربي	60
06	يوضح أنواع محركات البحث في صفحة المستقبل العربي الإلكترونية	61
07	يوضح أنواع الوصلات في صحيفة المستقبل العربي الإلكترونية	62
08	يوضح أشكال الترجمة في صحيفة المستقبل العربي	63
09	يوضح خدمة الأرشيف لدى صحيفة المستقبل العربي	64
10	يوضح الاهتمامات الثقافية في صحيفة المستقبل العربي الإلكترونية	65
11	يوضح واقع الدين الإسلامي في صحيفة المستقبل العربي الإلكترونية	66
12	يوضح واقع اللغة العربية في صحيفة المستقبل العربي	67
23	يوضح واقع التراث العربي في صحيفة المستقبل العربي	68
14	يوضح واقع التنشئة العربية في صحيفة المستقبل العربي	68
15	يوضح واقع الإبداع الثقافي في صحيفة المستقبل العربي	70
16	يوضح فئة التراث العربي البعد الإنساني	71
17	يوضح فئة الدين البعد الإسلامي الإيمان	72
18	يوضح فئة الدين البعد الإسلامي التواصل	73
19	يوضح فئة الدين البعد الإسلامي الاجتماعي	75
20	يوضح فئة الدين الإسلامي (البعد النفسي)	78
21	يوضح فئة اللغة العربية "البعد الجمالي"	81
22	يوضح فئة الإبداع الثقافي "البعد الجمالي"	82
23	يوضح الإبداع الثقافي "البعد الإنساني"	83
24	يوضح فئة التراث العربي	84
25	يوضح عدد مواضيع الخبر الثقافي في صحيفة المستقبل العربي الإلكترونية	85

قائمة الأشكال

الصفحة	الشكل	الرقم
61	يمثل أنواع محركات البحث في صفحة المستقبل العربي الإلكترونية	01
62	يمثل أنواع الوصلات في صحيفة المستقبل العربي الإلكترونية	02
64	يمثل خدمة الأرشيف لدى صحيفة المستقبل العربي	03
65	يمثل الاهتمامات الثقافية في صحيفة المستقبل العربي الإلكترونية	04
66	يمثل واقع الدين الإسلامي في صحيفة المستقبل العربي الإلكترونية	05
67	يمثل واقع اللغة العربية في صحيفة المستقبل العربي	06
68	يمثل واقع التراث العربي في صحيفة المستقبل العربي	07
69	يمثل واقع التنشئة العربية في صحيفة المستقبل العربي	08
70	يمثل واقع الإبداع الثقافي في صحيفة المستقبل العربي	09
71	يمثل فئة التراث العربي البعد الإنساني	10
72	يمثل فئة الدين البعد الإسلامي الإيمان	11
74	يمثل فئة الدين البعد الإسلامي التواصل	12
81	فئة اللغة العربية "البعد الجمالي"	23
82	يمثل فئة الإبداع الثقافي "البعد الجمالي"	14
83	يمثل الإبداع الثقافي "البعد الإنساني"	15
84	يمثل فئة التراث العربي	16

دو لاء

مقدمة:

تلعب وسائل الإعلام دورا كبيرا في نشر الثقافة والقيم الثقافية في المجتمع نظرا لتمتعها بإمكانات كبيرة تمكنها من الوصول إلى أكبر عدد ممكن من الأفراد، وانتشارها الواسع داخل المجتمع، فوسائل الإعلام تعمل على تكوين القناعات الفكرية والمواقف السلوكية، عن طريق نشر الآراء والأفكار. وإدخالها في وعي الناس وتعزيزها في ممارسة حياتهم اليومية، وتعزيز أو تعديل أو تغيير سلوكيات المجتمع، والارتقاء بما يتناسب مع رفع المستوى الجماهيري فكرا وممارسة.

فالتبيعة الثلاثية لوسائل الإعلام بالإضافة إلى قدرتها على التعامل مع الظروف الراهنة والمستجدة، في طرح القضايا الثقافية والفكرية، وإضفاء الحيوية على العمل الثقافي والفكري نفسه، تساهم بالتالي في وضع ذلك المنتج الثقافي والفكري في متناول أوسع شريحة ممكنة من جماهير المتلقي.

ومن القضايا العامة التي يبرزها الإعلام في المجال الثقافي، أن المتلقي يصبح قارئاً ممتازاً لهذا العمل الفكري الإبداعي أو ذاك، بعد أن يشاهده أو يسمعه بل ويقوم به أيضا، من حيث المضمون القيمي، الاجتماعي، الأخلاقي الإنساني...

كان يتعرض الفرد المتلقي فلما مصورا عن رواية لكاتب كبير، أو يسمع في الإذاعة عرضا ومناقشة لكتاب ألفه مفكرا مشهور أو يقرأ في الصحيفة عن أعمال فنية أو ثقافية وغير ذلك مما يساهم في تنمية قدرة الفرد على التعامل مع الأعمال الفكرية، والاستفادة من مضامينها التربوية.

إذ تعمل وسائل الإعلام دورا فعالا في التنمية الثقافية، حيث أصبحت هذه الأخيرة تحظى بعناية أكبر، مما كانت عليه سابقا وهذا التطور الملحوظ مس جانب المضمون وجانب الإبداع.

وإذا تحدثنا عن "الإعلام الثقافي في الجزائر" نجد أن وسائل الإعلام والثقافة لديها الكثير من الخصائص التي تنفرد بها عن غيرها، فالإعلام الجزائري يعتبر من الأنشطة التي لا بد من العناية بها لإحياء ثقافتنا العربية وازدهارها ورفقيها والتعديل فيها، والعناية الفائقة بالثقافة العريقة خاصة في مجال الصحافة الالكترونية التي توفر فضاء "للتعبير عن الثقافة الجزائرية" دون غيره من الوسائل السمعية البصرية التابعة للقطاع العمومي الخاص ونحن نعلم أن الأبواب قبل عشرين سنة انغلقت في

وجه الإعلام الثقافي ، وهذا بسبب العشرية السوداء ، مما انعكس على الإعلام الثقافي الجزائري،
وخصوصا تهديم الهوية والمعالم العربية.

لذا كان على العائق إعادة إحياء الثقافة من جديد قصد ترسيخها في أوساط الجيل الجديد
وان وجدت بعض العراقيل والصعاب في إعادة بعث روح الهوية لأبناء الشعب الجزائري ومن هذا
المنطلق قمنا بدراسة الإعلام الثقافي في الجزائر لمحاولة رصد الحياة الثقافية في الجزائر من خلال
صحيفة المستقبل العرب

فالإعلام الثقافي ضرورة ملحة يفرضها الواقع الجزائري الأصيل خصوصا ، والواقع العربي عموما.

الإطار المنهجي

الإطار المنهجي للدراسة

- 1- الإشكالية
- 2- تساؤلات الدراسة
- 3- المدخل النظري للدراسة
- 4- تحديد المفاهيم والمصطلحات
- 5- أهداف الدراسة
- 6- أهمية الدراسة
- 7- أسباب اختيار الموضوع
- 8- منهج الدراسة
- 9- أداة البحث
- 10- مجتمع وعينة البحث

1- الإشكالية:

شكل انتقال العمل الصحفي من الوسيط الورقي إلى الوسيط الإلكتروني طفرة بكل المقاييس على مستوى العمل الصحفي.

إن الأمر لا يتعلق بالبعد الاقتصادي على مستوى العمل الصحفي فحسب ولكنه يشمل كفاءة هذا العمل انطلاقاً من خواص الوسيط الإلكتروني إن هذه الخواص تنعكس بصفة مباشرة على الوظيفة الثقافية لوسائل الإعلام بوصفها من أهم الوظائف التي تقوم بها الصحف انطلاقاً من حيوية المسألة الثقافية وأهميتها على مستوى الحفاظ على خصوصية المجتمع وإذا كان هناك إجماع على طبيعة الارتباط البنوي بين العمل الصحفي والثقافة بشكل عام فإن هذا الارتباط ازداد في عصر الوسيط الإلكتروني.

وفي هذا الإطار فإن الصحف العربية مدعوة للاضطلاع بمهمة الحفاظ على الخصوصية الثقافية في عصر الوسيط الإلكتروني ولا يمكن لهذه الصحف أن تعكس فعلاً هذه الثقافة إلا بالالتزام الحقيقي بالقيم الثقافية العربية الإسلامية كما تعد صحيفة المستقبل العربي أحد التجارب الصحفية الإلكترونية في الجزائر التي تحاول توظيف خواص الوسيط الإلكتروني للقيام بالوظائف التقليدية للإعلام ومن بينها الوظيفة الثقافية انطلاقاً من هذه المعطيات نطرح السؤال الآتي:

كيف تقدم صحيفة المستقبل العربي الخبر الثقافي لقرائها؟

2- تساؤلات الدراسة:

نطرح التساؤلات الآتية انطلاقاً من سؤال الإشكالي:

- ما هي طبيعة الخدمات التي تقدمها صحيفة المستقبل العربي؟
- ما هي أنواع الأخبار الثقافية التي تظهر على جريدة المستقبل العربي؟
- ما مدى ارتباط هذه الأخبار بالقيم الثقافية الخاصة بالثقافة العربية الإسلامية؟
- ما طبيعة القيم المتضمن في هذه الأخبار؟

3- المدخل النظري للدراسة:

نظرية الحتمية القيمة في الإعلام:

ينبغي عند تناول جوهر مفاهيم عبد الرحمان عزي، الارتكاز على الأسس والمبادئ والمرجعيات الخلفية التي توطر وتوجه نظريته المتميزة للظاهرة الاتصالية والإعلامية فالنسق الفكري عنده تظهر فيه مكونات ثلاثة رئيسية: التراث، الإعلام، والفكر الفلسفي والاجتماعي المعاصر. وهذه المكونات الثلاثة بالإضافة إلى فروع معرفية أخرى ومعرفة الدين تؤسس لنص عبد الرحمان عزي وتصوغ إشكالية طرحه للظاهرة الإعلامية ولذلك ففهم الظاهرة الإعلامية عند عبد الرحمان عزي يكون مبتوراً ما لم تكن هناك معرفة متمكنة بمرتكبات فهمه أو نظريته أي بمعنى الاطلاع على الأقل على موارد التأسيس وهي متنوعة، فمفاهيم عبد الرحمان عزي وليدة النسق الذي ينتمي إليه فأحياناً هي مفاهيم بلباس فلسفي تراثي أو مفاهيم مستدلة من الدلالة القرآنية أو مفاهيم متخصصة في حقل الإعلام أو الاتصال، لكن آلية ضبط مفاهيم عزي عبد الرحمان تتمثل في القيمة التي

تدفع هذه المفاهيم والتي هي أحسن، أو هي المعيار الذي يقيس ويقوم ويفسر هذه المفاهيم من خلال تجليات الظاهرة الإعلامية¹.

إن مفاهيم عزري عبد الرحمان هي وليدة البيئة ومنسجمة مع الحضارة التي ينتمي إليها، ولعل محاولة اكتشاف هذه المفاهيم والتوغل الصحيح في فهمها يشكل قطعة ارتكاز في فهم نظريته الحتمية القيمة في الإعلام، وتشكل هذه المفاهيم نوعاً ما من القطيعة المفاهيمية مع مفاهيم السياق الإعلامي الحالي المجسد والمجرد الموروثة في معظمها عن أدبيات غربية نتيجة الاحتكاك الذي ساد ويسود المنظومة الأكاديمية الإعلامية الاجتماعية مع المنظومة الأكاديمية الغربية، إن مفاهيم عزري عبد الرحمان الجديدة بمقتضاها يمكن دراسة أفكار الفعل المعرفي من زاوية الأنا وليس الآخر، ومن رؤية أصيلة تراعي ما هو دخيل، فهي تدرج في أبحاثه بمنطق خاص وتنمو لا بالاستعارات التي يتعاطاها الخطاب الإسلامي الإعلامي الذي يؤسس للظاهرة الإعلامية بمفاهيم من الداخل في غياب شبه تام لمفاهيم خارج الوعي بالمشكلة، إن المنظومة المفاهيمية عند عزري عبد الرحمان هي داخل الظاهرة (الوعي بالمشكلة) ومن خارجها (الوعي خارج المشكلة) وإذن فإن الأنا والآخر يؤطران معا مفاهيم عزري عبد الرحمان من أجل رؤية أو منهج ملائم وآني للظاهرة الإعلامية عندنا².

إن التمعن في دراسات عزري عبد الرحمان يلحظ الأهمية التي يوليها للمفكر مالك بن نبي وإن خلدون، هذان العالمان بالأساس يطبعان معظم أعماله ويلازمانه كثيرا في صياغة مفاهيم الظاهرة الإعلامية، ولعل المفاهيم الأخيرة كالمكان الإعلامي والزمن الإعلامي والخيال الإعلامي من بناء أفكار هذين الأبوين، وفي مسعى الإشارة إلى بعض هذه المفاهيم سنحاول الآن إجلاء أوجه استعمالها كما وردت في أبحاثه المتعددة حتى يكتشف القارئ كيفية تبلورها في ذهنه وكيفية توجيهها لفكره ومراميه، ونشير في النهاية بأن عرض هذه المفاهيم يقف عند حدود التعريف بعض التفسير وقليل من التأويل.

واقع نظرية الحتمية القيمة في الإعلام:

سنتطرق في هذا المبحث إلى واقع نظرية الحتمية القيمة على مستويين، ويشمل مستوى الأول عنصر الانتشار أي واقع انتشار هذه النظرية ومعرفة صداها العلمي في البحوث الأكاديمية أما المستوى الثاني فهو يشمل نظرة تقويمية أو تقييمية للنظرية التي لم نجد تقييما أو نقدا معينا لها إلا ما ندر.

أولا- على مستوى الانتشار:

أصبح يزيد الآن عمر نظرية الحتمية القيمة في الإعلام عن عشرين سنة وقد تم إدراجها في المسافات النظرية بالبرامج الإعلامية الجامعية فعلى مستوى جامعة الأمير عبد القادر للعلوم الإسلامية بالجزائر أدرج الدكتور نصير بوعلي محاور هذه النظرية ضمن مادة الإعلام الإسلامي المقررة لطلبة السنة الرابعة وكان ذلك منذ الموسم الجامعي 1996/1997 كما تم إدراج بعض كتابات عبد الرحمان عزري كمفاتيح لفهم هذه النظرية في بحوث الطلبة التطبيقية، إضافة إلى بحوث أكاديمية تصب في النظرية ذاتها والبعض الآخر يعتمد عليها

¹ نصير بوعلي وآخرون، قراءات في نظرية الحتمية القيمة في الإعلام، ط1، منشورات مكتبة اقرأ، قسنطينة، 2009، ص 130.

² نفس المرجع، ص 131.

كمرجعية علمية إضافة إلى أن كتابات عبد الرحمان عزي تدرس ضمن مساق نظري بجامعة الملك آل سعود بالرياض وفي ليبيا أيضا إشارات إلى هذه النظرية ولو بطريقة غير مباشرة وساهمت البوابة العربية لعلوم الإعلام والاتصال بالترويج لهذه النظرية إعلاميا في صفوف الطلبة على مستوى أقسام الإعلام العربية دون أن ننسى الدور الكبير الذي لعبه موقع عبد الرحمان عزي في الترويج للنظرية.¹

ثانيا- على مستوى التقييم:

إن التقييم مسألة سهلة وصعبة في نفس الوقت، فإذا كان القصد منه هو الانشغال بالعيوب والنقائص والاختلال وإثباتها، فإن هذا التقييم لا يساهم في التقدم وإحداث التراكم العلمي والمعرفي بقدر ما هو مثبط للعزائم والهمم، أما إذا كان القصد منه هو عرض وتفسير وتحليل وتقييم المنتج العلمي من أجل توعية القارئ بأهمية هذا المنتج ومساعدته في اختيار ما لا يقرأ ولا يقرأ، وهذا هو المنحى الذي اتجهنا فيه في هذه الدراسة، ولكن كتابات عبد الرحمان عزي لم تلق أي تقييم مستقل في كتابات معينة إلا في ثنايا دراسات اهتمت بهذه النظرية ولعل السبب في ذلك كما يقر الدكتور نصير بوعلي هي أن النظرية الآن في مرحلة التعريف والشرح والتفسير وضبط ركائزها ومقوماتها ومفاهيمها ضبطا صحيحا أما التقييم فيأتي في مرحلة متأخرة بعد الحفظ والفهم.²

لكن بداية لابد من التقدير لهذا الاجتهاد الفكري المتميز من أكاديمي جاد كالبروفيسور عبد الرحمان عزي ففي الوقت الذي يظل كثيرا من الجهود العربي الإسلامي في هذا المجال في معظمه أما اجترار للميراث الغربي وتطبيقا للنظريات الغربية في البحوث في المجتمع العربي الإسلامي أو رفضا للميراث الغربي بدعوى عدم تعبيره عن الواقع العربي الإسلامي فإن الأعمال العربية أو الإسلامية القاصدة مقارنة الاتصال من زاوية أصيلة قليلة شحيحة جدا إذا أثرتنا أن لا نحكم بانعدامها، ومقاربة عبد الرحمان عزي هي أول المقاربات الشجاعة فهي لا تلغي التعامل العربي الإسلامي مع التراث الغربي بكامله ولكنها لا تعتبره مرجعيتها النهائية التي لا يأتيها الباطل من بين أيديها ولا من خلفها.

فبقدر استعمالها لبعض مفاهيم البنيوية والظاهرية تجعل هذه المقاربة من قيم المجتمع قاعدة البناء الفكري كله، معتبرة الدين منبعا لتلك القيم وهذا الابتداء عند عبد الرحمان عزي مهم جدا لكي تنبني عليه من بعد ذلك كافة أشكال التطور للسلوك الاتصالي في المجتمع فتكون نابعة من تلك القيم، ومستندة عليها، فقد رفض عبد الرحمان عزي في مسار بنائه للمقاربة القيمية لبعض المفاهيم الاتصالية مثلا الاستناد على المفهوم الغربي للرأي العام ودعا إلى التعامل مع منظور قيمي إسلامي لظاهرة الرأي العام يأخذ أبعاد من الفكر السياسي الإسلامي والاجتماعي الإسلامي فيأخذ عبد الرحمان عزي مفهوم الشورى في العمل السياسي الإسلامي كفكرة أصيلة لا يمكن مطابقتها مع مفهوم الديمقراطية الغربية إذا هي فكرة تستند على الفهم النوعي

¹ عبد الرحمن عزي وآخرون، حوارات أكاديمية حول نظرية الحتمية القيمية في الإعلام، دار الورسم للنشر والتوزيع، الجزائر، 2010، ص 74-

75.

² نفس المرجع، ص 79.

لدور الجماعة في المجتمع الإسلامي ثم يضيف عبد الرحمان عززي البعد السياسي البعد الاجتماعي فيستدعي مفهوم العصبية الخلدونية ليجعل منها الركيزة الثانية في عمليه بناء منظر اتصالي مستند على القيم الأصيلة ولا يرى عبد الرحمان عززي العصبية من وجهتها التي وصفها التراث الإسلامي نفسه بأنها منتنة بل يراها من حيث الفهم الخلدوني الذي اعتبرها أساسا لبناء الأمة وتماسكا وركيزة قامت عليها الحضارة كلها ومن تداخل الشورى مع العصبية ينسج عبد الرحمان عززي مفهوما ومسمى جديدين لم يعرفه التراث الغربي. بمسمى مفهوم الرأي العام فالمخيال الإعلامي هو المفهوم الذي يجسد حسب رؤيته حالة تضمن المشاعر التقييمية الاجتماعية التي تتكون بفعل ما يتعرض له الجمهور العربي الإسلامي فهي حالة تفاعل بين واقع نفسي واجتماعي تكون من مخزون معرفي ثقافي وقيمي وبين ناتج التعرض لوسائل الاتصال.¹

ويمكن أيضا رؤية التوجه التأسيلي لمنظور لمنظر عبد الرحمان عززي في طرحه للعلاقة المتداخلة بين الثقافة والاتصال والقيم ويكمن مفتاح الفهم لرؤية عززي في التعرف على الصلة البنوية والعضوية بين الثقافة وبين وسائل الاتصال فهو يعيد التطورات الثقافية الاجتماعية فالكتابة التي يعتبرها المؤرخون مرحلة تاريخية يمكن اعتبارها لحظة تحول ثقافي ضخمة من المجتمع أشفاهي إلى المجتمع الكتابي بكل ما استتبع ذلك من تطور حضاري، ويرفض عبد الرحمان عززي في تحليله لموضع الثقافة في بنية المجتمع أن تكون الثقافة نمطا من الحياة كما يتم طرحها في المنظور الأنثروبولوجي فهي ليست طقوسا وفولكلور وفنون وحرف وصناعات وغيرها من المحسوسات المادية التي ينتجها المجتمع، ويرفض عبد الرحمان عززي أيضا تعريف الثقافة تعريفا يلغي الأبعاد القيمة كما يرفض استثناء الاتصال تحت ادعاء أنه وسيلة التعبير عن الثقافة فحسب إذ يعتبر الاتصال طرفا أصيلا في المنظومة الثقافية، ولا شك أن هرم الثقافة الذي تبناه وافترضه يستكمل فهمه لعلاقة القيم بالثقافة فالقيم والتي تنبع في أساسها من الدين هي رأس هرم الثقافة والاتصال يتداخلان بل ويكاملان بعضهما البعض ففي بعض الأحيان تضيف الثقافة في جوانبها المادية من أن تعبر عن الواقع المجسد فينتقل الإنسان إلى الواقع الرمزي الذي يمثل في الاتصال ووسائله.²

واستخدمنا مقياس (ع.س.ن) أثناء دراستنا والذي هو على النحو التالي:

مقياس (ع.س.ن) للقيم:

يعتبر مقياس (ع.س.ن) * أحد أدوات دراسة وتطبيق نظرية الحتمية القيمة في الإعلام. ويقوم المقياس مثلما أسلفنا على أسس نظرية الحتمية القيمة في الإعلام. ويمكن استخدام المقياس في أي مجال من مجالات

¹ نصير بوعلي وآخرون، مرجع سابق، ص 34-36.

² نصير بوعلي وآخرون، مرجع سابق، ص 36-37.

* (ع.س.ن): اختصار لأسماء الباحثين الثلاثة الذين طوروا وحكموا (من التحكيم) هذه الأداة: د. عبد الرحمان عززي، جامعة الشارقة، د. السعيد بوعزيزة، جامعة الجزائر، د. قصير بوعلي، جامعة الأمير عبد القادر.

البحث الإعلامي: دراسة الجمهور، تحليل المضمون، "المقابلة الحوارية التأويلية" أو أي عنصر من نموذج "لازويل": من يقول ماذا لمن في أية وسيلة وبأي تأثير".

وقد ركزنا في هذا الفصل على تحليل مضمون العينة المختاره بالإعتماد على "مقياس (ع.س.ن) للإعلام والقيم" وهو عبارته عن مقياس و أداة منهجية تدرس مدى حضور منظومة قيمية في وسط اجتماعي معين. ويبقي مقياس الحتمية القيمية في الإعلام أداة منهجية علمية دقيقة تدرس مدى حضور أو فعالية "القيم" في وسائل الإعلام أو لدى المتلقي في القول (أي الموقف المصرح به) والفعل أي السلوك الاجتماعي أخذا بعين الاعتبار خصوصية كل مجتمع أثناء تطبيق الأداة.

- القيمة: ما يسمو ويرقى من المعاني ومصدرها المعتقد. ويمكن أن تتجسد في سلوك الإنسان بأبعادها الإثني عشر المتنوعة (وفق تصنيف نظرية الحتمية القيمية في الإعلام): الايانية والاتصالية والزمنية والمكانية واللسانية والنفسية والاجتماعية والاقتصادية والتربوية والسياسية والجمالية والإنسانية. ومثلما أسلفنا، فقد تحدث العلماء المسلمون الأوائل أمثال المسكوي والبيهقي وابن القيم والنورسي، الخ. بإسهاب عن القيم وتصنيفاتها. ولا نتصور الإتيان بالجديد في مجال القيم ، فالإنسان ليس مصدرا للقيم وإنما أداة تجسيد القيم: "سنة الله في الذين حلوا من قبل وكن تجد لسنة الله تبديلاً" وإنما الجديد في التصنيف وتأسيس أداة منهجية متخصصة في حقل الإعلام والاتصال. ويتضمن مقياس (ع.س.ن) للإعلام والقيم عدة عناصر:

أ- دليل الأبعاد المختلفة للقيمة (الجدول 1) ويضمن أمثلة عن القيم عن كل تصنيف (الإثني عشر) يمكن للباحث أن يختار عينة من تلك القيم أو يضيف وفق أسس نظرية الحتمية القيمية في الإعلام، فالقائمة مفتوحة، ولو أخذنا بنظرية النورسي فإن عدد القيم بعدد أسماء الله الحسنى (99) وأزيد، إذ جاء في حديث الدعاء بأسماء الله الحسنى المعلومة أو المستأثرة به في علم الغيب عند الله سبحانه وتعالى: "أسألك بكل اسم هو لك ... سميت به نفسك أو أنزلته في كتابك أو علمته أحدا من خلقك أو استأثرت به في علم الغيب عندك..." ثم يتخذ الباحث من هذا الدليل وتصنيفه أداة في دراسة الجمهور أو تحليل المضمون أو أي أسلوب منهجي آخر يختارها الباحث انطلاقاً من أسس النظرية¹.

دليل الأبعاد المتعددة للقيمة:

(هذه القيم لا تحصى عالم القيمة بقدر ما تقدم أمثلة تطبيقية)

"وإن تعدوا نعمة الله لا تُحصوها".

إن هذا الدليل يشمل عددا "معتبرا" من أبعاد القيمة الأساسية ولكنه لا يحصيها بالضرورة، وهي مصنفة حسب الأبعاد المختلفة للقيمة وفق أسس نظرية الحتمية في الإعلام. وعليه، يمكن للباحث أن يختار من الدليل أسفله القيم التي تناسب موضوعه، والعبرة ليس بعدد القيم وإنما بالفعل الذي يعكس القيمة. فلو عمل الفرد بقيمة واحدة على أحسن وجه استقام حاله. ويمكن للباحث إضافة قيم أخرى مع المحافظة على تصنيف الأبعاد المختلفة انسجاما مع مفاهيم النظرية في المجال. ويتعين على الباحث تعريف القيم التي يختارها نظريا

¹ عززي عبد الرحمن، مرجع سابق، ص 87-88.

وإجرائيا أما نظريا، فيتطلب الأمر العودة إلى مصادر التراث المتعددة بدءا بتفاسير القرآن الكريم والسنة النبوية وإسهامات العلماء المسلمين المتجددة (في جانب المعنى) ومصادر نظرية الحتمية القيمية في الإعلام (في جانب الأبعاد). وإجرائيا، يقوم الباحث بتخصيص المفهوم لما يخدم موضوعه، وقد يتبنى التعريف النظري إذا وجد أن القيمة المعنية لا تحتاج إلى تخصيص¹.

الجدول رقم (01): يوضح دليل الأبعاد المتعددة للقيمة

المجال	القيمة
1- البعد الإيماني للقيمة	الإيمان بالله، أداء العبادات، العمل الصالح، الإخلاص في العمل، التفقه في الدين، الخ.
2- البعد التواصلية	حسن التواصل مع الآخر، إتباع أسلوب الحوار مع الآخر، ممارسة الإقناع بدل التسلط على الآخر، توظيف فن التفاوض والحلول الوسطى، الجدل بالتي أحسن، التبسم للآخر، الخ.
3- البعد الزمني	احترام الوقت، أداء العبادات في أوقاتها، أداء العمل في وقته، إعادة الدين في وقته، الخ.
4- البعد المكاني	العناية بالمكان الداخلي(البيت)، العناية بالفضاء العام(الخارجي)، حب المكان، الوعي بأهمية البيئة، الخ.
5- البعد اللساني	استخدام الكلمات الايجابية (القيمية) في الحديث، حفظ اللسان، ستر الآخر، الخ.
6- البعد النفسي	الرضا، ضبط النفس، الرجاء، الصدق، الأمانة، الحلم، ترشيد الاستهلاك، الوقار، الاعتدال، الصبر، القناعة، تقدير الذات، الاستقامة، الحياء، الاحترام، الكرم، الوفاء، التواضع، الحلم، الزهد، الثقة بالنفس، كتم السر، الخ.
7- البعد الاجتماعي	حسن الجوار، التعاون، الصداقة، العمل التطوعي، مساعدة المحتاج، محبة الناس، التكافل الاجتماعي، احترام الآخرين، الإيثارة، النصيحة، تقدير الكبير، الرفق بالصغير، بر الوالدين، احترام المرأة، التسامح، حسن الظن بالآخرين، صلة الرحم، حسن الجوار، التواضع، الصداقة، توقير الكبير، رعاية الأبناء، الخ.
8- البعد الاقتصادي	حب العمل، إتقان العمل، الاستثمار الحلال، الاعتدال في الإنفاق، الادخار، الوفاء بالدين، الإنفاق في سبيل الله، القناعة، احترام ملكية

¹ عزى عبد الرحمن، مرجع سابق، ص 88-89.

الآخر، الخ.	
حب العلم، طلب العلم، تقدير العلماء، الأمانة العلمية، الخ.	9 - البعد التربوي
العدل، الشورى، الحرية، الأمر بالمعروف، النهي عن المنكر، الخ.	10 - البعد السياسي
الذوق، الجمال، الخ.	11 - البعد الجمالي
احترام الإنسان كإنسان، احترام التنوع الثقافي واللغوي والسياسي والعنقي، احترام الأديان الأخرى، الخ ¹ .	12 - البعد الإنساني

4- تحديد المفاهيم والمصطلحات:

تعريف الصحافة:

أ/ لغة: مشتقة من الصحف، جمع صحفية والصحيفة هي التي يكتب عليها.

ب/ اصطلاحاً: إصدار ورقي يومي أو أسبوعي يحتوي على مواضيع متنوعة ونقلها بدقة وتبصر وبطريقة تخدم لجمهور المستهدف.

الصحافة الإلكترونية:

يمكن تعريفها بأنها: "تجمع مفهوم الصحافة ونظام الملفات المتشابهة أو المتسلسلة في منشور إلكتروني دوري يحتوي على الأحداث الجاري سواء المرتبطة بالموضوعات العامة أو موضوعات ذات طبيعة خاصة ويتم قراءتها من خلال جهاز كمبيوتر وغالب ما تكون متاحة عبر شبكة الانترنت والصفحة الإلكترونية أحيانا تكون مرتبطة بصحيفة مطبوعة، وإن هذا المفهوم يدخل في إطار مفهوم الاستمرار الجريدة على الخط *ON LINE*.

العرف الإجمالي:

هي صفحات تنتشر على لوحة الانترنت بشكل دائم وعنوان ثابت، وإشراف محررين مختصين وتحمل أرقاما متسلسلة دورية أو تواريخ متسلسلة ودائمة أو كليهما معا، بحيث تتضمن مواد إعلامية تحدد الشكل منتظم أو غير منتظم وتتضمن أخبارا، وتكون من إعداد الصحيفة وإنتاج الموقع نفسه.

التعريف الإجمالي للثقافة:

يمكن تعريف الثقافة بأنها معايشة الواقع انطلاقا من القيم ويكون النشاط المنطقي وسيلة في تحقيق الترابط بين القيمة والسلوك ويعتبر هذا التعريف معياريا أي أنه يبين الكيفية التي ينبغي أن تبنى عليها الثقافة كما أن هذا التعريف يحدد المرجعية التي يمكن أن تدرس بها الثقافة ومستواها.

وقد ربطنا قياس مفهوم الثقافة وتردده في صحيفة المستقبل العربي الإلكترونية بمقياس (ع.س.ن) للقيم وهو ما تعكسه فئات التحليل المصممة.

¹ عززي عبد الرحمن، مرجع سابق، ص 89-90.

5- أهداف الدراسة:

من القواعد البديهية أن أي دراسة مهما كان مجالها تقوم وتأسس على أهداف معينة تسعى إلى تحقيقها لذا فلباحث مطالب برسم الخطوط العريضة لدراسته بغية تحقيق الأهداف بحدته وهذه الدراسة تهدف إلى تحقيق الأهداف التالية.

- 1- معرفة الدور الذي يقوم به الخبر الثقافي في نقل مختلف الأخبار الثقافية.
- 2- معرفة مكانة الخبر الثقافي في صحفية المستقبل العربي .
- 3- تحديد الأسباب التي يتم من خلالها بناء الخبر الثقافي قبل وبعد ونشره.
- 4- معرفة العراقيل التي تواجه جمع ونشر الخبر الثقافي.
- 5- المساهمة في توضيح قدرة الخبر الثقافي على لعب دور أساسي في مد جسور التعارف بين مختلف شعوب العالم.

6- أهمية الدراسة:

- 1- أهمية البحث في الموضوع نابعة من أهمية الخبر الثقافية ودوره الكبير في نقل كل الأحداث الثقافية.
 - 2- توزيع ومعرفة دور الخبر الثقافي فينقل المعلومات وكيفية توصيلها إلى المتلقي.
 - 3- أهمية الخبر الثقافي في مد جسور التعارف بين مختلف الشعوب العالم.
 - 4- معرفة أهم المواضيع التي تقوم بنقلها الصفحة الثقافية.
 - 5- تسليط الضوء على الدور الذي يلعبه "الخبر الثقافي" في صحيفة المستقبل العربي والذي يعتبر أساس التقدم الحضاري والنمو الفكري.
- التعرف على الثقافة الجزائرية من خلال الصفحة الثقافية لصحيفة المستقبل العربي وذلك من خلال مد جسور التعارف والتعاون بين مختلف الثقافات.

7- أسباب اختيار الموضوع:

يرجع اختيار موضوع الخبر الثقافي الصحف الالكترونية إلى أسباب ذاتية وأخرى موضوعية تشكل في مجملها حافزا لتقصي أساسيات هذا الموضوع.

فالأسباب الذاتية تتمثل في :

- الصلة الوثيقة التي تربط موضوع الدراسة بتخصص الطالب "صحافة مكتوبة".
 - أهمية المجال الثقافي في حياة الأفراد و المجتمعات.
 - اهتمام الذي أوليه لصحيفة الخبر التي تتجمع بشعبية كبيرة لهذا فمعرفة أهمية الصفحة الثقافية لدى الصحيفة ونقلها الأهم الأحداث الثقافية يثير التطلع أكثر لمتابعتها.
- الأسباب الموضوعية تتمثل في:**
- أهمية الموضوع الثقافية، وكذلك قلة البحوث التي تناولت الخبر الثقافي في الصحف الجزائرية.

- الدور الذي تلعبه الصحافة الالكترونية في التأثير على الرأي العام بعد التطور التكنولوجي وظهور النت التي أصبحت في متناول الجميع، خاصة إذا علمنا أن قطاع السمعى البصرى كان محتكر من طرق الدولة، ومن هنا يتضح أنا لجمهور يعتمد على الصحف أكثر لأنها تعد أكثر مصداقية ومتابعة لأهم المواضيع بشكل متواصل.

- ثم اختيار صحيفة المستقبل العربى كنموذج لأنها تعد من أكثر الصحف التي تتناول المواضيع الثقافية في الساحة الإعلامية الجزائرية.

8- منهج الدراسة:

إن من خلال دراستنا هذه نحاول دراسة صحيفة المستقبل العربى والدور الذى تؤديه من خلال جمع و نشر المعلومات حول "الخبر الثقافى" لذا نستطيع القول بأن هذه الدراسة تدرج ضمن الدراسات الوصفية التي تهدف إلى تحليل وتقديم خصائص ومميزات ظاهرة أو موقف معين كما تهتم بالأساس بشرح وتوضيح الأحداث والموافق المختلفة المعبرة عن ظاهرة أو مجموعة ظواهر مهمة ومحاولة تحليل الواقع الذى تدور عملية تلك الأحداث ومحاولة تفسير وتحليل الأسباب الظاهرية لتلك الأحداث بقصد الوصول إلى استنتاجات منطقية مفيدة تهتم بحل المشكلات وإزالة اللبس والغموض الذى يكشف بعض الظواهر حول الصفحة الثقافية لصفحة المستقبل العربى اليومية الالكترونية¹، لذا فالهدف العلمى للدراسات الوصفية هو تصوير للواقع المدروس.²

كما يعد المنهج أساس أي دراسة علمية لأنه كفيلى بقيادة الباحث فى مختلف مراحل البحث، ويقصد به "الطريقة المؤدية إلى الكشف عن الحقيقة بواسطة القواعد العقلية حتى تصل إلى نتيجة معلومة"³.

وقبل التطرق إلى المنهج المستخدم لابد من الإشارة إلى أن لكل منهج شروط ومتطلبات وقدرات محدودة فى البحث والتقصي، تفرض على الباحث استخدامها فى حالات مهنية وإن عملية اختيار الباحث لمنهج بحثه لا تتم بطريقة اعتباطية، وإنما طبيعة الموضوع الذى يعالجه ونوعيته هي التي تفرض على الباحث تفضيل منهج على آخر⁴.

وقد استخدمنا منهج دراسة الحالة نظراً لطبيعة الموضوع الذى يستدعي استخدام هذا المنهج التي يهدف إلى التعرف على الخصائص العامة لجميع الحالات التي هي محل الدراسة واكتشاف الخصائص المشتركة بين الحالات التي تنفرد بها الحالة الواحدة وإبراز العوامل التي تؤثر فى الوحدة المدروسة وهناك من يعرفه على أنه: "دراسة الحالة هي البحث المتعمق للحالات الفردية فى إطار المحيط الذى تتفاعل فيه حيث تقوم هذه الدراسة على افتراض أن كل حالة قابلة للدراسة تكون مع المجال الذى تتفاعل داخله وحدة وكلا"⁵.

¹ مصطفى حميد الطائين ، حبير ميلاد أبو بكر: مناهج البحث العلمى وتطبيقاتها فى الإعلام والعلوم السياسة، دار الوفاء، الإسكندرية، 2001، ص95

² أحمد بن مرسل: مناهج البحث العلمى فى العلوم الإعلام والاتصال ، ديوان المطبوعات الجامعية ، ط2، 2005، ص 51، 52.

³ جمال محمد شنب: أصول الفكر والبحث العلمى: نماذج تطبيقية للتصميم والتنفيذ التجريبي، دار المعرفة الجامعية، 2002، ص 149.

⁴ أحمد بن مرسل: مناهج البحث العلمى فى علوم الإعلام والاتصال، دار الفكر العربى، القاهرة، 2005، ص 286.

⁵ محمد زيان: البحث العلمى مناهجه وتقنياته، دار الشروق، ط4، جدة، 1983، ص 99.

كما يعني منهج دراسة الحالة: "الدراسة المتعمقة لنموذج واحد أو أكثر لعينة يقصد منها الوصول إلى تعميمات ما هو أوسع عن طريق دراسة نموذج مختار"¹.

منهج دراسة الحالة هو منهج يتجه إلى جمع البيانات العلمية المتعلقة بأي فردا كان أو مؤسسة أم نظاما اجتماعيا فمن مقاصده الرئيسية الوصول إلى التعميمات².

1/ تحديد مختلف العوامل المؤثرة والمتأثرة ومعرفة أسباب ذلك في دراسة حالة الوحدة الاجتماعية.

2/ الاهتمام بالموقف الكلي وجميع العوامل المؤثرة في الحالة موضوع الدراسة.

3/ أن منهج دراسة الحالة هو منهج تتبعي أي أن يعتمد على كل عامل الزمن وبالتالي فالدراسة هي تتبعية تطورية تاريخية³.

9- أداة البحث:

تحليل المحتوى: والذي يعتبر إحدى أدوات البحث التي تستخدم في معالجة المحتوى الإعلامي بشكل أساسي "فمن أجل الوصول إلى المعاني المختلفة التي تحملها المواد الإعلامية في أوعيتها المختلفة" لابد من القيام بتفكيك البناء المادي للمادة الإعلامية المدروسة (المبني الدال *Signifiant*) وهذا وفق خطوات منظمة... من أجل بلوغ هذه الأجزاء المادية للمادة المدروسة كما عبر عنها صاحبها صراحة⁴.

ويعتمد تحليل المحتوى هذا المبدأ في العمل البحثي، حيث يعتبر طريقة منهجية تستخدم في وصف مضمون الاتصال سواء كان هذا المضمون شفهيًا أو مكتوبًا أو إذاعيًا أو تلفزيونيًا⁵، من خلال تفكيك ما ينتج عن القائمون على وسائل الاتصال من مضامين اتصالية متنوعة إلى أجزاء مادية تسمح بكشف الرموز والصيغ المختلفة المستخدمة في التعبير عن القيم والأفكار المراد تبليغها إلى الطرف الآخر في عملية الاتصال⁶.

وقد تم اعتماد أداة تحليل المحتوى لمعالجة مواقع الصحف الإلكترونية ذلك أن يستحسن لطبيعة الدراسة وأهدافها كعون أنجع الوسائل البحثية في دراسة علاقة الظاهرة الإعلامية بغيرها من الظواهر الاجتماعية⁷.

التحليل الكمي والكيفي:

يرى الباحث محمد عبد الحميد⁸، أن اعتبار استخدام التحليل الكمي مطلبًا أساسيًا من مطالب التحليل لا يلغي التحليل الكيفي، الذي يمثل مرحلة ضرورية من مراحل البحث، ذلك أن الباحث وهو في مرحلة البحث وتسجيل البيانات الكمية، فإنه لا يستطيع تجنب النظرة الانطباعية إلى المحتوى خاصة بعد أن يقطع

¹ عمار بوحوش: مناهج البحث العلمي وطرق إعداد البحوث، ديوان المطبوعات الجامعية، ط 2، 1995، ص 121.

² رشيد زرواتي: مناهج وأدوات البحث في العلوم الاجتماعية، دار الهدى للنشر، الجزائر، 2007، ص 157.

³ رشيد زرواتي: نفس المرجع، ص 156.

⁴ أحمد بن مرسللي، مرجع سابق، ص 250.

⁵ راسم محمد الجمال، مناهج البحث في الدراسات الإعلامية، ص 220.

⁶ أحمد بن مرسللي، مرجع سابق، ص 250-251.

⁷ راسم محمد الجمال، مرجع سابق، ص 218.

⁸ محمد عبد الحميد، تحليل المحتوى في بحوث الإعلام، مرجع سبق ذكره، ص 27.

شوطا كبيرا في ملاحظة تكرار الوحدات، فتظل العلاقة بين التحليل الكمي والنظرة الانطباعية علاقة دائرية تثيري المعرفة وتحقق الاقتراب الأمثل من النتائج الصادقة لذلك يقسم تحليل المضمون إلى قسمين¹:

أ/ **التحليل الكمي**: هو تحليل يقوم على تفسير البيانات تفسيراً كمياً، بحساب درجات التكرار في أشكالها المختلفة (المساحة، الزمن، الكلمة، الجملة، الموضوع) التي تستخدم كأجزاء تسجيلية في القياس العددي لظواهرها في المادة محل التحليل.

ب/ **التحليل الكيفي**: تحليل لا يهتم بلغة الأرقام في تفسير المضامين المدروسة، بل يركز على ما تتميز به من أشياء خصائص وصفات تميزها عن بعضها البعض.

وتجمع الدراسات الإعلامية بين الاتجاهين وذلك من أجل الملائمة بين الحصر والتزميز الجديد لمعطيات والقراءات التي تقدم لهذه الرموز، وكذا عكس السلوك الاتصالي للقائمين بالاتصال، والتعرف على مقاصدهم من خلال الكلمات والجملة والرموز والصور وكافة الأساليب التعبيرية شكلاً ومضموناً، لذلك نجد أن أسلوب تحليل المضمون يستخدم في مستويين هما²:

- **المستوى الظاهري**: يتقيد الباحث في هذا المستوى، بالرموز الظاهرة في المحتوى وعلاقتها مع بعضها في مرحلة الترميز.

- **المستوى الاستدلالي**: بما أن الاستدلال هو الوظيفة الرئيسية لبحوث المحتوى فإن الاهتمام بالمعاني الكامنة، يصبح مطلباً رئيسياً، لأن الكلمات تحمل مغزى خصائص المتحدثين والتسجيل اللفظي هو أحد الأدوات التي تستخدم في الاستدلال عن هذه الخصائص، والمثل عن ذلك أن الرموز المقبولة في الأحاديث السياسية، قد تكون هي الأساس في عملية الانتخاب.

وللتوفيق بين المستويين، يرى الباحث محمد عبد الحميد انه يجب على الباحث أن يتحرى الدقة، في إجراء اختبار الصدق والثبات كإجراء منهجي، يدخل ضمن نظام التحليل ويعتبر خطوة أساسية من خطوات المنهجية. ذلك أن استخدام تحليل المضمون كأداة من أدوات الدراسة، يفرض أن تكون الأدوات وطرق العد مناسبة لدراسة المشكلة العلمية موضع الدراسة، وهذا ما تحققه اختبارات الصدق والثبات.

فالثبات يعني من الناحية النظرية ضرورة الوصول إلى اتفاق كامل. في النتائج بين الباحثين عند استخدامهم نفس الأسس والأساليب مع نفس المادة الإعلامية، وهو كما يعرفه مارشال " نفس الدرجة التي يصل عندها الباحث المستقل إلى نفس تفسيرات النتائج التي وصل إليها الباحث على نفس الدراسة باستخدام نفس المنهج"³.

أما صدق التحليل فيعني "أن يكون التحليل صالحاً لترجمة الظاهرة التي يحملها بأمانة"⁴.

¹ أحمد بن مرسللي، مرجع سبق ذكره، ص 258.

² محمد عبد الحميد، تحليل المحتوى في البحوث الإعلام، مرجع سبق ذكره، ص 28.

³ نفس المرجع السابق، ص 213.

⁴ رشدي طعيمة، تحليل المحتوى في العلوم الإنسانية: مفهومه، أسسه، استخداماته، القاهرة، دار الفكر العربي، 1987، ص 171.

ومن أجل تحقيق مستويات معقولة من الثبات فانه يجب إتباع الخطوات التالية:

1. تعريف حدود الفئة بأقصى تفصيل.
2. تدريب المرمزين لاستخدام أداة الترميز ونظام التصنيف.
3. إجراء دراسة استكشافية يتم فيها اختيار عينة ثانوية من اصل العينة موضوع الدراسة ووضع مرمزين مستقلين يقومان بتصنيفها.

وقد حصر الأستاذ أحمد بن مرسللي طرق اختبار الثبات وهي¹:

أ/ **طريقة الاختبار وإعادة الاختبار:** وهي الطريقة التي يخضع فيها الباحث مادة التحليل إلى اختبار أول يقوم به محلل "أ"، ثم اختبار ثاني يقوم به محلل "ب"، بتطبيق نفس الطرق والأساليب في تحليل نفس المادة. بعد انتهاء المحللين من عملهما، يقوم الباحث بجمع النتائج ومقارنتها، فإذا حصل تطابق فان ثبات التحليل قد تحقق.

ب/ **طريقة التقسيم النصفي:** في هذه الطريقة يقسم المحتوى إلى نصفين، حيث يسلم النصف الأول إلى "أ" والنصف الثاني إلى "ب"، ليتم التحليل الاختباري بنفس الأساليب، بعدها تقارن النتائج ليشير الاتفاق أو الاختلاف بينهما إلى مستوى الثبات.

ج/ **طريقة الأشكال المتعادلة:** تقوم طريقة الأشكال المتعادلة على إعداد أشكال متكافئة من مادة التحليل الاختباري، بوضعها في نسخ متعددة بعدد المحللين المحكمين، الذين تسلم لهم هذه النسخ، لإجراء التحليل الاختباري، وفق نفس الأسس والأساليب، وبعد انتهاء العملية وثبات التحليل يقاس في النهاية بحصول التطابق أو عدمه بانعدام الفروقات أو وجودها في النتائج.

هناك عدة طرق قدمها الباحثون في تحليل المحتوى لقياس الثبات من خلال بناء العلاقة الرياضية بين مستويات الاتفاق والتباين ومجموع الوحدات التي تم عليها الاختبار بواسطة المرمزين. للخروج بمعامل الثبات الذي يتم قبوله أو رفضه طبقاً لرؤية الباحث في مستوى الثبات المنشود².

وقد قدم دانيلسون طريقة لإيجاد معامل الثبات تقوم على حساب النسبة المئوية للاتفاق بين نتائج التحليل للمحللين "أ" و "ب"، فقط وتقوم هذه الطريقة على الخطوات الآتية:

- حساب مجموع الوحدات التي قام المحللان المحكمان بترميزها، وهذا من خلال حساب مجموع الوحدات، التي لم يتفقا في ترميزها وإضافة هذا المجموع لعدد الوحدات المتفق عليها من حيث الترميز.
- بعد حصولنا على مجموع الوحدات، التي قام المحللان بترميزها نضع النسب المتفق عليها تقابلها نسبة مئة بالمائة ونحسب نسبة الاتفاق وفق القاعدة الثلاثية³.

¹ أحمد بن مرسللي، مرجع سبق ذكره، ص 116.

² محمد عبد الحميد، تحليل المحتوى في بحوث الإعلام، مرجع سبق ذكره، ص 216.

³ أحمد بن مرسللي، مرجع سبق ذكره، ص 216.

فئات التحليل: تكتسي فئات التحليل أهمية جوهرية في البحث، كونها الإجراءات البحثي الذي تتوقف عليه عملية التحليل واستخلاص النتائج، حيث تصنيف المضمون في فئات مناسبة من الشروط الأساسية لنجاح البحوث المتعلقة بتحليل المحتوى وعليه فقد تم اعتماد ما يلي من الفئات.

1. فئات الخدمات:

أ- **فئة التفاعلية:** وهي الميزة الجديدة التي تتيحها الصحيفة الإلكترونية والتي تسمح من خلالها بالتواصل بين القراء والصحفيين والتي تظهر في شكلين رئيسيين: تفاعلية سلبية من خلال:

- **استطلاعات الرأي:** التي تطرح من خلالها الصحيفة الإلكترونية قضية للتصويت يكون القراء فيها هم المصوتون.

- **البريد الإلكتروني:** حيث تقترح الصحيفة على قرائها، مراسلتها عبر بريدها الإلكتروني موفرة بذلك ساحة للتواصل بينها وبين القراء.

- **إضافة مقال:** من خلاله تستقبل الصحيفة وتنشر مقالات القراء.

- **التوزيع الإلكتروني:** حيث يترك القارئ بريده الإلكتروني لدى الصحيفة، التي تهتم بإرسال نسخة جديدة للمشارك بشكل دوري.

- **التعليقات:** هو هامش يترك بعد كل مقال، يكون للقارئ من خلاله الحق في التعليق على المقال وإبداء رأيه.

أما التفاعلية الإيجابية فهي تلك التفاعلية الآنية المباشرة بين الصحفي والقارئ والتي تتم من خلال موقع الصحيفة دائما، في الوقت الحقيقي.

ب- **فئة محرك البحث:** وهي الميزة التي توفرها الصحيفة الإلكترونية والتي تظهر في شكلين رئيسيين هما:

- **محرك داخلي:** يسمح بالبحث في المحتويات الداخلية للصحيفة.

- **محرك خارجي:** يسمح بالبحث، خارج نطاق الصحيفة، في الانترنت.

ج- **فئة الترجمة:** وهي التي توفر محتوى الصحيفة بلغة مغايرة هي في أغلب الحالات اللغتين الإنجليزية والفرنسية، وتظهر في شكلين رئيسيين هما:

- **المترجم الآلي:** الذي توفره الصحيفة، والذي يقدم ترجمة آنية للمقال المختار من طرف القارئ.

- **نسخة مترجمة جاهزة:** حيث توفر الصحيفة الإلكترونية نسخة جاهزة بلغة مغايرة.

د- **فئة الوصلات:** وهي الميزة التي توفرها تكنولوجيا الهبرتكست من خلال إحالات النص المتشعبة والتي قد تكون:

- **داخلية:** تجمع بين العناوين والمواضيع داخل الصحيفة الإلكترونية.

- **خارجية:** وهي التي تربط بين الصحيفة، أو مواضيع داخلها، بمواقع أخرى خارج نطاق الصحيفة.

هـ- فئة الإرشيف: وهي الخدمة التي توفرها الصحيفة الإلكترونية والتي تمكن القارئ من البحث في أرشيف الصحيفة.

2. فئات الدين الإسلامي:

أ- فئة الإسلام والعولمة: وتظم المواضيع التي تبحث في علاقة الإسلام بالعولمة وما تفرضه هذه الأخيرة على الإسلام من تحديات، ومواقفه من مظاهرها.

ب- فئة الإسلام وتكنولوجيا الاتصال: وتظم المواضيع التي تتناول كل ما له علاقة بتكنولوجيا الاتصال والإسلام سواء تعلق الأمر بأفق تعامل الإسلام مع تكنولوجيا الاتصال أو تأثير هذه الأخيرة على الإسلام كدين ومواقف الإسلام من مستحدثات هذه التكنولوجيا ومضامينها.

ج- الإسلام والأديان الأخرى: تظم المواضيع التي تعالج مواقف الإسلام من الأديان الأخرى، أو تبحث في علاقته بها من خلال واقعها المعاش أو تقدم للمبادئ الإسلامية وما سطرته من شرائع في أسس التعامل مع ما يختلف عنه كدين.

د- فئة موقف الإسلام من الإرهاب: يعتبر الإرهاب الظاهرة الأكثر تناولا على المستوى الإعلامي عامة، لا سيما وأنها أصبحت، في نظر الكثيرين من غير المسلمين إحدى الصفات الرئيسية للإسلام، وعليه تظم هذه الفئة المواضيع التي تعالج هذه القضية وموقف الإسلام منها.

هـ- الإسلام والدعوة: وهي المواضيع التي تشرح الدين الإسلامي وتقدم لعلومه وتشرح أركانه وتبين معاني أحكامه بهدف الدعوة إليه. وإجلاء حقيقته كدين.

و- الخدمات الدينية: وهو ما يمكن أن تقدمه الصحيفة من خدمات دينية إسلامية من مواقيت للصلاة، فتاوى أو قراءات في القرآن الكريم... الخ.

ز- الإسلام وواقع الأحداث وهي المواضيع التي تعالج قضايا الإسلام من خلال ما تم معاصرته من واقع الأحداث هذه الأخيرة التي تكون لها علاقة - سواء مباشرة أو غير مباشرة - بالإسلام .

3. فئات اللغة العربية:

أ- فئة اللغة العربية وعولمة اللغة الإنجليزية: وهي المواضيع التي تعالج قضايا سطوة اللغة الإنجليزية سواء يبحث أثر ذلك على اللغة العربية أو تبيان مؤهلات اللغة العربية.

ب- فئة اللغة العربية وتكنولوجيا الاتصال: وهي المواضيع التي تبحث في علاقة اللغة العربية بتكنولوجيا الاتصال وتبين ما يمكن أن تفتحه هذه الأخيرة من آفاق في وجه تطور علوم العربية كلغة.

ج- فئة اللغة العربية وتحديات العصر: وهي المواضيع التي تهتم بقضايا اللغة العربية التي استحدثت تبعاً لمتطلبات العصر (باستثناء قضيتي عولمة اللغة الإنجليزية، وتكنولوجيا الاتصال) كقضايا السعة الاصطلاحية العلمية في اللغة العربية ومواكبتها للتطور العلمي... الخ.

د- فئة قواعد اللغة العربية: وهي المواضيع التي تهتم بشرح علوم اللغة العربية.

4- فئات التراث العربي:

- أ- فئة التاريخ العربي الإسلامي: وهي المواضيع التي تتناول التاريخ العربي الإسلامي المشترك بين الدول العربية.
- ب- فئة العادات والتقاليد العربية: وهي المواضيع التي تقدم للعادات والتقاليد العربية وتشرحها وترسخ معانيها.
- ج- فئة الفكر العربي: يخص ما ينشر في الصحف الالكترونية العربية حول ما تم تقديمه من مؤلفات فكرية تقدم للفكر العربي سواء التاريخي القديم أو تم طرحه لمواكبة ما يتم معاصرته من أحداث.
- د- فئة الآثار العربية: وتظم المواضيع التي تتناول الآثار التاريخية في المنطقة العربية.
- هـ- فئة العمران العربي: وتظم المواضيع التي تتناول مواضيع العمران التاريخي العربي.
- 5- فئات الإبداع الثقافي:**
- أ- فئة الأدب: وتقدم الكتابات النثرية الأدبية من قصص وروايات... الخ وكذا المقالات النقدية التي تتناول الإبداعات الأدبية أو الحوارات التي تجرى مع أدباء هذا النوع الإبداعي.
- ب- فئة الشعر: وتظم القصائد الشعرية المقدمة في الصحيفة، وكذا المقالات النقدية التي تتناول الإبداعات الشعرية أو الحوارات التي تجرى مع الشعراء.
- ت- فئة الفنون التمثيلية: السينمائية، المسرحية، التلفزيونية وتظم المقالات النقدية التي تتناول الأعمال السينمائية، المسرحية، التلفزيونية أو الحوارات التي تجري مع الممثلين أو المخرجين أو الكتاب.
- ث- فئة الموسيقى: وتظم المواضيع التي تتناول الإبداعات الموسيقية العربية أو الحوارات التي تجري مع مبدعي هذا المجال.
- ج- فئة الفنون المتنوعة: وتظم المواضيع التي تتناول الأنواع الفنية الأخرى.
- 6- فئات التنشئة الثقافية:**
- أ- فئة القيم الأخلاقية: وتشمل ما يتعلق بالأخلاق النبيلة للمسلم العربي الحق من جود وبذل في سبيل الله والإيثار والرحمة والدعوة إلى دين الله والأمر بالمعروف والنهي عن المنكر والاعتزاز بالهوية الثقافية الإسلامية العربية والثقة في النفس والثورة على الظلم وعدم الرضا بالضعف وخشية الله والزهد في الدنيا.
- ب- فئة الشباب: وهي المواضيع التي تركز على الشباب، العنصر الأساسي في تكوين المجتمع، ليبقى العنصر الفعال الذي يحفظ قيم المجتمع ويدافع عنها مما يمنعه من الغوص في الفكر الحضاري والتأثر به.
- ج- فئة المرأة: وهي المدرسة الأولى التي تنشئ الأطفال على قيم المجتمع وعاداته، وعليه تخص هذه الفئة على المواضيع التي تساهم في تنشئة المرأة ثقافية صالحة ليصلح بها المجتمع.
- د- فئة الأسرة: وتظم المواضيع التي تؤسس لدور الأسرة في إنشاء أفراد مشبعين بالقيم الثقافية الإسلامية العربية.

وحدات التحليل:

تعتبر وحدات التحليل وسيلة لقياس تردد المحتوى داخل المضمون موضوع الدراسة وقد اخترنا وحدات التحليل الآتية:
وحدة الكلمة ووحدة الفكرة.

10- مجتمع وعينة البحث:

إن مجتمع البحث في دراستنا هو موقع صحيفة المستقبل العربي الجزائرية على شبكة الإنترنت وذلك خلال الفترة الممتدة 7 أبريل 2015 إلى غاية 30 أبريل 2015.

عينة البحث:

لقد تم الاعتماد في دراستنا هذه على العينة القصدية والجدول الآتي يوضح عدد مفردات العينة مع تاريخ الصدور.

الجدول رقم (02): يوضح عينة البحث

العدد	تاريخ الصدور	الموقع الإلكتروني
960	الثلاثاء 2015/04/07	http://www.elmustakbal.com/
961	الأربعاء 2015/04/08	http://www.elmustakbal.com/
962	الخميس 2015/04/09	http://www.elmustakbal.com/
963	السبت 2015/04/11	http://www.elmustakbal.com/
964	الأحد 2015/04/12	http://www.elmustakbal.com/
965	الاثنين 2015/04/13	http://www.elmustakbal.com/
966	الثلاثاء 2015/04/14	http://www.elmustakbal.com/
967	الأربعاء 2015/04/15	http://www.elmustakbal.com/
968	الخميس 2015/04/16	http://www.elmustakbal.com/
969	السبت 2015/04/18	http://www.elmustakbal.com/
970	الأحد 2015/04/19	http://www.elmustakbal.com/
971	الاثنين 2015/04/20	http://www.elmustakbal.com/
972	الثلاثاء 2015/04/21	http://www.elmustakbal.com/
973	الأربعاء 2015/04/22	http://www.elmustakbal.com/
974	الخميس 2015/04/23	http://www.elmustakbal.com/
975	السبت 2015/04/25	http://www.elmustakbal.com/
976	الأحد 2015/04/26	http://www.elmustakbal.com/

http://www.elmustakbal.com/	2015/04/24 الاثنين	977
http://www.elmustakbal.com/	2015/04/28 الثلاثاء	978
http://www.elmustakbal.com/	2015/04/29 الأربعاء	979
http://www.elmustakbal.com/	2015/04/30 الخميس	980

الفصل الأول

الصحافة الإلكترونية العالمية

- المبحث الأول: نشأة وتطور صحافة الإنترنت
المبحث الثاني: ماهية الصحافة الإلكترونية
المبحث الثالث: العوامل المساعدة على ظهورها
المبحث الرابع: أنواعها
المبحث الخامس: سماتها
المبحث السادس: الصحافة الإلكترونية في الجزائر
أ- بواذر ظهورها
ب- أنواع الصحافة الإلكترونية في الجزائر
ج- الصعوبات التي تواجه الصحافة الإلكترونية في الجزائر



المبحث الأول: نشوء وتطور صحافة الانترنت.

ظهرت صحافة الانترنت وتطورت كنتاج لشبكة الانترنت العالمية التي جاءت أيضا نتيجة المزج بين ثورة تكنولوجيا الاتصالات وثورة تكنولوجيا الحاسبات بما يعرف بالتقنية الرقمية. وكانت البدايات الفعلية نتيجة لما أحدثته ثورتا الاتصال والمعلومات وما نجم عنها من تقنيات وتطورات ألفت بظلالها على الصحافة المطبوعة كجزء من منظومة وسائل الإعلام التقليدية (الراديو، التلفزيون، والصحف) وبدأت تتكون حول نظم الحاسبات المرتبطة ببعضها البعض من خلال شبكة الكومبيوتر سواء المحلية أو الدولية وما تضمنته هذه الشبكات من بث إعلامي يعتمد وسائل تعبير متعددة كالصوت والنص والصورة واللون وغيرها. فلم لم تكتمل تمضي سنوات على ظهور الإنترنت حتى امتلأت الشبكة الدولية للمعلومات بالعشرات من المواقع التي تعتبر نسخاً إلكترونية لصحف ورقية أو مواقع كبيرة تنشر المواد الإعلامية التي تقدمها الصحيفة الورقية. وتطورت الصحافة الإلكترونية عبر تجارب التليكست والفيديوتكس في هيئة الإذاعة البريطانية والتجارب التفاعلية الأخرى في مجالات نقل النصوص شبكياً، ومن تطور قواعد البيانات واستخدام الكومبيوتر في عمليات ما قبل الطباعة في بداية السبعينات من القرن الماضي، ويقول شيدين "إن عام 1981 يمثل أول بداية حقيقية لظهور الصحافة الإلكترونية الشبكية عندما قدمت كومبيوسيرف خدمتها الهاتفية مع 11 صحيفة مشتركة في الاسوسيتيدبرس، إلا أن هذه الخدمة توقفت عام 1982 بعد أنفضاض الشراكة"¹، تبع ذلك ظهور الخدمات الصحافية في قوائم الأخبار الإلكترونية *Bulletin Board System – BBS* في سنوات 1985 – 1988.

صحافة الانترنت إذن هي نتاج لامتزاج الإعلام بالتقنية الرقمية، وهي برغم عمرها القصير إلا أنها حققت في نحو عقد من الزمان ما حققته الصحافة المطبوعة في عشرات السنين. وتمكنت صحافة الانترنت من تقديم مكاسب عديدة للمهنة الإعلامية ولجمهور القراء وكذلك لمستويات أخرى من المستفيدين مثل المعلمين والطبقة السياسية ومروجي الأفكار والدعاة وسواهم، لكن هذه المكاسب ارتبطت ومازالت بتطور التقنية وانتشارها وفي طبيعة الجمهور الذي يستخدمها. وبرغم أن المؤشرات حول ذلك لا تزال غير مشجعة، إلا أن كثيراً من الباحثين جنحوا مبكراً إلى الحديث عن هزيمة الصحافة التقليدية ونهاية عصرها، بل أن فيليب ميلر تنبأ بأن عام 2040 سيشهد هجرة آخر قراء الصحف الورقية المطبوعة إلى الصحافة الإلكترونية.²

ومع عدم الجزم بمثل هذه التوقعات إلا أنها تعبر عن الهاجس الفكري الذي ساد خلال السنوات الأخيرة مأخوذاً بالانجاز التقني المعروف بالانترنت وما عبر عنه من تقدم علمي كان جزءاً من ثورة تكنولوجيا معلوماتية إنسانية جديدة غيرت من مفاهيم وقيم الثورة الصناعية، كما أنها تنطلق مما ألهمته هذه الثورة من محفزات لتطوير الأداء المهني والإفلات من قيود الصحافة المطبوعة ونمطيتها وعيوبها. ولكن ذلك سرعان ما اصطدم أيضاً بعيوب الواقع الصحفي الجديد وهي عيوب لا تقتصر على حدود التقنية المتقدمة التي استحالت

¹ Shedden, David (2005) *New Media Timeline (1969, 2004)*. Poynter Institute.

² فيليب ميلر، كتاب الصحيفة الزائلة، الولايات المتحدة، 2005

بشكل أو بآخر إلى تقنية طبقية عالميا ومحليا، بل أيضا بالمحتوى الصحفي الذي تنوعت إشكاله ومضامينه بشكل كبير.¹

لقد كانت بداية ظهور الصحافة الإلكترونية كما يرجعها سيمون باينز *S.Bains* "كثمرة تعاون بين مؤسستي بي بي سي BBC الإخبارية وإنديبندنت برودكاستينغ أو ثوريبي IBA عام 1976 ضمن خدمة تلتكست، فالنظام الخاص بالمؤسسة الأولى ظهر تحت اسم سيفاكس *Ceefax* بينما عرف نظام المؤسسة الثانية باسم أوراكل *Oracle*. وفي عام 1979 ظهرت في بريطانيا خدمة ثانية أكثر تفاعلية عرفت باسم خدمة الفيديو تكست مع نظام بريستل *Prestel* قدمتها مؤسسة بريتش تلفون أو ثوريبي BTA".²

وعلى الرغم من أن محاولات هذه المؤسسات لم تلق النجاح المطلوب إلا أن الأمر تغير كلياً مع بداية التسعينات الذي حمل معه تطورات هائلة على جميع المستويات، وإذا كان نجاح خدمة *Tele Text* مرده الاعتماد على جهاز التلفزيون، فإن نجاح الصحيفة الإلكترونية مرتبط مباشرة بتوفر أجهزة الكمبيوتر وتطور البرامج التي تسهّل الوصول إلى الانترنت والتعامل معها. وفي مرحلة التسعينات أصبح للانترنت دوراً بارزاً في نشر المواد الإعلامية بمختلف صورها وإشكالاتها وبلغات عديدة، واستفاد من ذلك العديد من وسائل الإعلام وعلى رأسها الصحف التي تزايد أعداد مواقعها على الانترنت بشكل كبير خلال عقد التسعينات.

"في عام 1992 أنشأت شيكاغو أون لاين أول صحيفة إلكترونية على شبكة أميركا أون لاين وبحسب كاواموتو فإن موقع الصحيفة الإلكترونية الأولى على الانترنت أنطلق عام 1993 في كلية الصحافة والاتصال الجماهيري في جامعة فلوريدا وهو موقع بالو ألتو أون لاين *Palo Alto* وألحق به موقع آخر في 19 يناير 1994 هو ألتو بالو ويكلي لتصبح الصحيفة الأولى التي تنشر بانتظام على الشبكة".³ وتعد هذه الصحيفة أول النماذج التي دخلت صناعة الصحافة الإلكترونية بطريقة كبيرة ومتزايدة بخاصة مع توفير خدمة الانترنت مجاناً في الولايات المتحدة وبلاد العالم المتقدم بحيث أصبحت الصحافة جزءاً من تطور وتوزيع شبكة الانترنت. "وبدأت غالبية الصحف الأميركية تتجه إلى النشر عبر الانترنت خلال عامي 1994-1995 وزاد عدد الصحف اليومية الأميركية التي أنشأت مواقع إلكترونية من 60 صحيفة نهاية عام 1994 إلى 115 صحيفة عام 1995 ثم إلى 368 في منتصف عام 1996".⁴

وتعد صحيفة "الواشنطن بوست" أول صحيفة أميركية تنفذ مشروعاً كلف تنفيذها عشرات الملايين من الدولارات يتضمن نشرة تعدها الصحيفة يعاد صياغتها في كل مرة تتغير فيها الأحداث مع مراجع وثائقية وإعلانات مبنية، وأطلق على هذا المشروع أسم "الحبر الورقي" والذي كان فاتحة لظهور جيل جديد من الصحف هي ((الصحف الإلكترونية)) التي تخلت للمرة الأولى في تاريخها عن الورق والأحبار والنظام التقليدي

¹ لقاء مكّي، المسؤولية الاجتماعية لصحافة الانترنت، كلية الاعلام، جامعة بغداد، 2004

² عماد بشير، تعزيز المحتوى الرقمي العربي على الانترنت، مجلة المعلوماتية، www.informatics.gov.sa/magazin في 2015/3/26

³ Kawamoto.K.(2003)*Digital Journalism;Emergine Media and the changing.Horizons of Journalism, Oxford; Rowman& LITtefield Publishers Inc.*

⁴ Gillmor,Dan(2004)*We the media.Grassroots Journalism by the peopple,for the people,O Reilly Media.U.S.A*

للتحرير والقراءة لتستخدم جهاز الحاسوب وإمكانياته الواسعة في التوزيع عبر القارات والدول بلا حواجز أو قيود ولم يكن هذا المشروع الرائد سوى استجابة للتطورات المتسارعة في ربط تقنية الحاسوب مع تقنيات المعلومات، وظهر نظم وسائط الإعلام المتعدد (*Multi media*)، وما تحقق من تنام لشبكة الانترنت عمودياً وأفقياً واتساع حجم المستخدمين والمشاركين فيها داخل الولايات المتحدة ودول أخرى عديدة خصوصاً في الغرب، والبدء قبل ذلك بتأسيس مواقع خاصة للمعلومات، ومنها معلومات إخبارية متخصصة مثل الرياضة والعلوم وغير ذلك".¹

وفي شهر نيسان عام 1997 "تمكنت صحيفتا اللوموند والليراسيون من الصدور بدون أن تتم عملية الطباعة الورقية بسبب إضراب عمال مطابع الصحف الباريسية، الصحيفتان صدرتا على مواقعها في الانترنت لأول مرة وتصرفت إدارتا التحرير بشكل طبيعي وكما 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".²

وحول موضوع تزايد عدد الصحف الإلكترونية وانتشارها في العالم يقول الدكتور عبد الستار فيكي "لقد تزايد الاتجاه في الصحف على مستوى العالم إلى التحول إلى النشر الإلكتروني بسرعة كبيرة، ففي عام 1991 لم يكن هناك سوى 10 صحف فقط على الانترنت ثم تزايد هذا العدد حتى بلغ 1600 صحيفة عام 1996 وقد بلغ عدد الصحف عام 2000 على الانترنت 4000 صحيفة على مستوى العالم، كما أن حوالي 99٪ من الصحف الكبيرة والمتوسطة في الولايات المتحدة الأميركية قد وضعت صفحاتها على الانترنت".³

أما بناء المحتوى الإخباري لصحافة الانترنت فقد تطور حسب *Pavlik* عبر ثلاثة مراحل ؛ ففي المرحلة الأولى كانت صحيفة الانترنت تعيد نشر معظم أو كل أو جزء من محتوى الصحيفة الأم وهذا النوع من الصحافة مازال سائداً. المرحلة الثانية يقوم الصحفيون بإعادة إنتاج بعض النصوص للتوائم مع مميزات ما ينشر في الشبكة وذلك بتغذية النص بالروابط والإشارات المرجعية وما إلى ذلك، وهذا يمثل درجة متقدمة عن النوع الأول. أما المرحلة الثالثة فيقوم الصحفيون بإنتاج محتوى خاص بصحيفة الانترنت يستوعبوا فيه تنظيمات النشر الشبكي ويطبّقوا فيه الأشكال الجديدة للتعبير عن الخبر.⁴

المبحث الثاني: ماهية الصحافة الإلكترونية.

جاء تعريف الصحافة الإلكترونية على يد بعض الباحثين من أهل الاختصاص، وهي تعاريف قليلة، ومتشابهة نظراً لكون الصحافة الإلكترونية تعرف في الغالب من خلال خصائصها العامة، والوظيفة المناطة بها، فالصحافة الإلكترونية هي:

¹ أحقو علي: الصحافة الإلكترونية العربية: الواقع والآفاق، دار الكتاب الجزائري، الجزائر، 2005 ص 27

² حسن عماد مكاي: تكنولوجيا الاتصال الحديثة في عصر المعلومات، الدار المصرية اللبنانية، القاهرة، 1993، ص 23

³ عبد الستار فيكي، الألفية الثالثة، عصر المنجزات من ثورة غوتنبرغ إلى غزو الانترنت، بيروت، دار الصياد أنترنشيونال، 2000، ص 230

⁴ *Pavlik, John V: The Future of Online Journalism A guide to whos doing what, 1997.*

"وضع الصحيفة اليومية الكبيرة "على الخط"، أي جعلها في متناول القراء عبر كمبيوتر مجهز بمودم".

*"الصحف الإلكترونية هي الصحف المكتوبة، والتي يعاد نسخها على الانترنت، وتتميز عن النسخة المكتوبة باستعمال كبير للألوان، الصوت، الصورة".

*"الصحف التي يتم إصدارها ونشرها على شبكة الانترنت سواء كانت هذه الصحف بمثابة نسخ أو إصدارات الكترونية لصحف ورقية مطبوعة أو موجز لأهم محتويات النسخ الورقية، أو كجرائد ومجلات الكترونية ليست لها إصدارات عادية مطبوعة على الورق، وهي تتضمن مزيجاً من الرسائل الإخبارية والقصص والمقالات والتعليقات والصور والخدمات المرجعية حيث يشير التعبير تحديداً في معظم الكتابات الأجنبية إلى تلك الصحف أو المجالات الإلكترونية المستقلة أي التي ليس لها علاقة بشكل أو بآخر بصحف ورقية مطبوعة"¹.

المبحث الثالث: العوامل المساعدة على ظهور الصحافة الإلكترونية.

اجتمع عدد من العوامل فيما بينها لتمهد شيئاً فشيئاً لميلاد الصحافة الإلكترونية، أغلبها تقنية، وندرج فيم يلي أهمها:

*تطور تجارب "التليكس" و "الفيديو تكس" في هيئة الإذاعة البريطانية والتجارب التفاعلية الأخرى في مجالات نقل النصوص شبكياً.

*تطور قواعد البيانات الصحفية الشبكية.

*استخدام الكمبيوتر في عمليات ما قبل الطباعة مع بداية السبعينات².

لذلك نجد أن هناك اتجاهات متعددة في محاولة تحديد دقيق للبدايات الحقيقية والأولى للصحافة الإلكترونية والمتعلقة بطبيعة الحال بالجانب التقني، فهناك من الباحثين من يؤكدون على أن تاريخ بداية الصحافة الإلكترونية يعود حسب:

*التصور الأول:

يبني أصحاب التصور الأول فكرتهم على أساس اجتماع العوامل التقنية الأولى، التي تعاملت معها الصحف الورقية:

سنة 1981: قدمت كمبوسرف خدماتها الهاتفية بالاشتراك مع 11 صحيفة مشتركة في "أسوسياتد برس"، وفي ظل هذه التجربة كانت أول صحيفة تقدم خدماتها للجمهور هي "كولومبس ديسباتش".

سنة 1982: توقف عمل هذه الخدمة بعد حل الشراكة.

سنة 1985 - 1988: ظهور الخدمات الصحفية في قوائم الأخبار الإلكترونية، ومن أمثلة الصحف التي تواجدت في هذا النظام صحيفة "هاملتون سبيكتا تور" الكندية.

¹ جمال بوعجيمي، بلقاسم بروان، مرجع سابق، ص 07

² عباس مصطفى صادق، التطبيقات التقليدية والمستحدثة للصحافة العربية في الانترنت، مؤتمر صحافة الانترنت في العالم العربي: الواقع والتحديات، جامعة الشارقة 22/ 24 نوفمبر 2005، ص 3.

بداية التسعينات: شهدت نقلة في عالم المؤسسات الصحفية بترك خدمات الفيديو تكس والانتقال إلى الخدمات الكمبيوترية الشبكية عن طريق الطلب بالهاتف بواسطة: "شبكة" كمبيوسرف" و "أمريكا أونلاين" و "برود غي".

سنة 1990: ظهور أولى النماذج التجريبية للوَاب في سويسرا، التي انطلقت فعليا سنة من بعد ذلك. ماي 1992: لم تكن أي صحيفة على الانترنت، إلا بعض الاستثناءات مع بعض المؤسسات الإعلامية صنعت الاستثناء حين بدأت تبحث عن مكان لها على شبكة الانترنت لكن ليس على الواب، من بينها شبكة "أمريكا أونلاين"، وعرفت بتسمية "شيكاجو أونلاين" في شهر ماي من نفس السنة¹.
سنة 1993:

أ/ استضافت شبكات "كمبيوسرف" و "أمريكا أونلاين" عددا من الصحف.
ب-/ انطلاقة أول موقع للصحافة على الانترنت بكلية الصحافة والاتصال الجماهيري في جامعة فلوريدا، هو موقع "بالوالتو".

ج -/ 19 جانفي 1994 موقع آخر يلحق بالأول، هو "بالوالتو ويكلي" سنة 1994: خدمة إلكترونية على شبكة الواب، وكانت قد صدرت في بداية العام على "الغوفر"، وهي Nandou Times.

سنة 1995: أتاحت أول فرصة للصحافة الإلكترونية لتقوم بتغطية إخبارية على إثر انفجارات "أوكلاهوما" في أبريل من تلك السنة، وتم نقل ونشر الأحداث بالرسوم التوضيحية، و صور حية مدعمة بقائمة للضحايا و موقع عن الانفجار. وتم نشر أول تقرير من طرف "الاسوستيد برس" على الانترنت، كسبق سجلته لصالحها.
سنة 1996: ارتفاع عدد الصحف التي تنشر على شبكة الانترنت إلى غاية 175 صحيفة أمريكية، حسب اتحاد الصحافة الأمريكي .

*التصور الثاني:

أصحاب هذا التصور يعتقدون أن الصحافة الإلكترونية مرت بثلاث مراحل هامة، لذلك فهم يلخصون ويختصرون مسيرة تطورها في أهم الخطوات التالية:
المرحلة الأولى:

من سنة 1982 إلى 1992: بداية عرفت هذه المرحلة عدة تجارب للنشر الإلكتروني الشبكي من نوع الفيديو تكس للوصول في نهاية المطاف إلى ما يعرف بالشبكات.
المرحلة الثانية:

بداية من سنة 1993 تاريخ بدأت معه المؤسسة الإعلامية تبحث عن مواقع لها على شبكة الانترنت.

¹ عباس مصطفى صادق: مرجع سابق، ص3

المرحلة الثالثة:

وهي ما يميز الصحافة على الانترنت اليوم من اكتساح للسوق الاقتصادية والإعلامية على حد سواء.

*التصور الثالث:

هناك من يعتقد أن البدايات الحقيقية للصحافة الإلكترونية قد بدأت مع دورها الإعلامي، باعتبار أنهم يركزون على النشأة من حيث المضمون. وبالتالي فهم يرون أن هذا الدور قد ظهر في أعقاب حرب الخليج الأولى حين قام بعض متصفح الانترنت بتقديم أدلة و براهين تؤكد تلفيق بعض الصور في أثناء هذه الحرب، لاسيما وأنه قد بدأت بعض مواقع الانترنت في لعب دور مماثل في هذه الحرب، نظرا لحالة التحكم والسرية في إعطاء البيانات و المعلومات المتعلقة بالمعارك آنذاك.

و مع عملية التطوير في مجال الانترنت، تطور عدد المواقع الإلكترونية التي بدأت تشكل هاجس لدى ملاك سلاسل الإعلام، ومن ثمة انتشرت مواقع لشبكات إذاعية و تلفزيونية كبرى تحتكر المعلومات.

*التصور الرابع:

وهناك أيضا من يعتقد أنه لم تشهد الانترنت ميلاد الصحافة الإلكترونية إلا عبر المنتديات الحوارية، والمنتديات هي في الأصل برامج سهلة و بسيطة و جاهزة و لا تكلف أصحاب المواقع أي مشقة على مستوى المتابعة و المستوى المالي أيضا، فهي برامج يمكن تحميلها من على الانترنت بدون مقابل، وفي وقت بسيط. و قد نجحت هذه المنتديات في تجميع أعداد من المتصفحين والمتفقيين حول قضايا معينة، غالبا هي غير قابلة للمناقشة بحرية في المجتمعات التي تضيق على حرية التعبير، ومن خلال آراء و أفكار، ووجهات نظر غير خاضعة لمقص الرقابة مثلما يحدث في المواقع الكبرى، ثم و من خلالها أيضا بدأ أصحاب الآراء الواحد يشكلون فيما بينهم مجموعات داخل المنتديات التي يتبادلون خلالها الحوارات.

وقد التقت الشركات الكبرى مثل موقع "ياهو" إلى هذه السلسلة التي بدأت تشكل احتكار على الانترنت، فأنشأت ما يسمى "بالمجموعات البريدية" التي تلت تكوين المنتديات و التي تعتبر هي الخطوة الثانية في ميلاد و نشأة الصحافة الإلكترونية.

هذه المجموعات يصل عددها في بعض الأحيان إلى نصف مليون مشترك في المجموعة الواحدة، وهو ما جعل البعض يفكر في كتابة مقالات و أفكار وتوزيعها على المنتسبين لمجموعة ما، والعمل على توفير موقع المجموعة على الانترنت، ليقرأ الرسائل الأولى، ومن هنا بدأت المجموعات البريدية في تشكيل صفحات وأرشيف ضخم يضم مقالات وكتابات للمجموعة التي تكون مثار اهتمام المجموعات الأخرى والقراء الآخرين¹.

ما حتم ضرورة التفكير جديا في الانتقال من هذا الطور إلى طور آخر أكثر تقدما، و هو طور تشكيل مواقع مستقلة بذاتها تضم كتابات المجموعات، فكانت بدايات الصحافة الإلكترونية، حيث بدأ البعض في تشكيل صحف تضم الآراء والمقالات والموضوعات البسيطة والمعلومات التي يراها مسيري هذه المواقع الهامة.

¹ أحمد عبد الهادي، الصحافة الإلكترونية وتأثيراتها الدولية، ندوة صحفية القاهرة، 2005.

التصور الخامس:

أصحاب هذا التصور لم يأتوا بالشيء الجديد سوى أنهم يؤكدون على دور الغرب في ظهور الصحافة الإلكترونية، ويرجعون لهم الفضل في ذلك، ويشنون عليه فهم يعتبرونهم من مهدوا لكل شيء، وهذه المرة جاء تمهيدهم على الشكل التالي:

تاريخ الصحافة الإلكترونية بدأ في السبعينات، بظهور خدمة تلتكست¹ سنة 1972 نتيجة لذلك التعاون الذي نجم عنه نظامين خاصين للمؤسستين BBC و IBA جمع بين المؤسسة الأولى باسم "سيفاكس" والثانية "أوراكل" بالترتيب. لتعرف سنة 1979 ظهور خدمة ثانية بتفاعلية أكثر، عرفت "BTA" بخدمة "فيديوتكست" مقدمة من طرف "بريتش تلفون أو ثوري تي"¹.

المبحث الرابع: أنواع الصحف الإلكترونية.

هناك نوعان من الصحف على شبكة الانترنت:

1- الصحف الإلكترونية الكاملة *On-Line News papier* وهي صحف قائمة بذاتها وإن كانت تحمل اسم الصحيفة الورقية. ويمتاز هذا النوع من الصحف الإلكترونية أنه :

- تقديم نفس الخدمات الإعلامية والصحفية التي تقدمها الصحيفة الورقية من أخبار وتقارير وأحداث وصور وغيرها.
 - تقديم خدمات صحفية وإعلامية إضافية لا تستطيع الصحيفة الورقية تقديمها، وتتيحها الطباعة الخاصة بشبكة الانترنت وتكنولوجيا النص الفائق *HyperText* مثل خدمات البحث داخل الصحيفة أو في شبكة الويب بالإضافة إلى خدمات الربط بالمواقع الأخرى وخدمات الرد الفوري والارشيف.
 - تقديم خدمات الوسائط المتعددة *MultiMedia* النصية والصوتية.
- 2- النسخ الإلكترونية من الصحف الورقية ونعني بها مواقع الصحف الورقية على الشبكة والتي تقصر خدماتها على تقديم كل أو بعض مضمون الصحيفة الورقية مع بعض الخدمات المتصلة بالصحيفة الورقية مثل خدمة الاشتراك في الصحيفة الورقية وخدمة تقديم الإعلانات والربط بالمواقع الأخرى. ويقسم الباحث صالح زيد العنزلي الصحف الإلكترونية تبعاً "لمدى استقلاليتها أو تبعيتها لمؤسسات إعلامية قائمة والتي أسماها (المواقع الإعلامية التكميلية) إلى:

1. النشر الصحفي الموازي: وفيه يكون النشر الإلكتروني موازياً للنشر المطبوع بحيث تكون الصحيفة الإلكترونية عبارة عن نسخة كاملة من الصحيفة المطبوعة باستثناء المواد الإعلانية.
2. النشر الصحفي الجزئي: وفيه تقوم الصحف المطبوعة بنشر أجزاء من موادها الصحفية عبر الشبكة الإلكترونية ويعتمد إلى هذا النوع بعض الناشرين بهدف ترويج النسخ المطبوعة من إصداراتهم. ويتصل بهذين النوعين من الحف المواقع الإخبارية التي تملكها المؤسسات الإعلامية الإذاعية والتلفزيونية كالفنائيات الإخبارية "العربية" و"الجزيرة" والـ "BBC" والـ "CNN" ونحوها. وتتسم مثل هذه المواقع عادة

¹ أحمد عبد الهادي: الصحافة الإلكترونية، وتأثيراتها الدولية، ندوة صحفية، القاهرة، 2005.

بعدد من المواصفات منها الترويج للمؤسسة الإعلامية التي تتكامل معها وتدعم دورها ورسالتها، وإعادة إنتاج المحتوى الذي تقدمه المؤسسة الأم بشكل آحر لتحقيق الغاية المنشودة من الرسالة. وغالبا فإن "هذا الشكل من الصحف لا ينتج أو ينشر مادة إعلامية أو صحفية غير منتجة في مؤسساتها الأصلية إلا في نطاق ضيق وغير رئيسي".¹

3. النشر الصحفي الإلكتروني الخاص: وفي هذا النوع لا يكون للمادة الصحفية المنشورة الإلكترونية أصل مطبوع، حيث تظهر الصحيفة بشكل مباشر من خلال النشر عبر الإنترنت فقط، وهو ما يصدق على الصحف الإلكترونية التي تصدر مستقلة على الشبكة في إدارتها، وطرق تنفيذها، ومثال ذلك: صحف إيلاف، الجريدة وغيرها.²

المبحث الخامس: سمات الصحافة الإلكترونية.

عندما تظهر وسيلة إعلامية جديدة يقوم روادها عادة بتقليد النمط الشائع في وسائل الإعلام التي سبقتهم قبل أن يقوموا بتطوير أنماطهم الخاصة التي يستغلون فيها القدرات الجديدة التي تضيفها لهم الوسيلة الإعلامية الجديدة.

حدث هذا عندما ظهر التلفزيون، فقد كانت أخباره في البداية تقليدا لأخبار الراديو الذي كان الوسيلة الإعلامية السابقة له، ولم يكن هناك فرق بين أن تستمع إلى الأخبار في الراديو أو التلفزيون سوى في أنك ترى المذيع وهو يقرأ، وبعد فترة بدأ رواد العمل التلفزيوني تدريجيا في الالتفات إلى أهمية تفعيل وتطوير الإمكانيات الفريدة والمميزة للتلفزيون كوسيلة إعلام، فبدأ استخدام الصورة على نطاق واسع لتوصيل المعلومة ونقل المشاهد إلى جو الحدث، وتم تطوير تحرير الخبر ليناسب الكتابة للصورة المتحركة.

نفس الأمر حدث مع الصحافة الإلكترونية ولاسيما في العالم العربي، فقد كانت بواكيرها الأولى مجرد نسخ إلكترونية من الصحف الورقية، فهي تنشر في نفس وقت نشر الصحيفة الورقية، وتحرر بنفس صياغتها، وتتحكم فيها نفس السياسة التحريرية، وتهدف في الأغلب إلى مخاطبة ذات الجمهور.

ومع مرور سنوات قليلة تطورت الصحافة الإلكترونية فأصبح:

- لها دورية صدور مختلفة في الأغلب عن الصحف الورقية.
- طورت جمهورها الخاص الذي يحمل بالضرورة أجنحة مختلفة.
- طورت سياستها التحريرية تبعا لتغير الجمهور وطبيعته وعاداته.
- طورت تقنياتها الخاصة مستفيدة من إمكانيات الكمبيوتر وشبكة الإنترنت التي تجمع بين مميزات الصحيفة والراديو والكتاب والتلفزيون المحلي والفضائيات.³

¹ صالح العنزي، إخراج الصحف الإلكترونية في ضوء السمات الأنصالية لشبكة الإنترنت، جامعة الإمام محمد بن سعود، المملكة العربية السعودية، 2007، ص241

² المرجع السابق، ص242

³ عثمان ابراهيم السليم، تصميم الصفحات العربية على الأنترنت، دار عالم الكتب، الرياض، 2002، ص 21

وصارت الصحافة الإلكترونية بذلك تستخدم كل تقنيات وسائل الإعلام السابقة بشكل متكامل، وأضافت إلى ذلك كله ميزة "التفاعلية" التي تجعل القارئ شريكاً إيجابياً في العملية الإعلامية إذ يمكنه دائماً أن يعلق مباشرة على ما يقرأ "ليتحول الإعلام بحق إلى إعلام ذي اتجاهين (فالصحفي يعلم القارئ بالمعلومة وهو يعلمه برأيه)"¹، كما بدأت بعض الصحف الأجنبية الشهيرة تجربة جديدة تتيح للقارئ أن "يعيد تحرير الخبر على طريقته وينشره عبر صفحات موقعها الإلكتروني ليقرأ الجمهور ذات الخبر بأكثر من صيغة".²

ويوضح الدكتور عباس مصطفى ميزات الصحافة العربية في شبكة الانترنت بأنها "حتى العام 2000 كانت قاصرة في استخدام أساليب وتكنولوجيات ومميزات النشر الإلكتروني ولم يتبلور إدراك كامل لطبيعة 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 وأن غالبية هذه الصحف لا يتم تحديثها على مدار الساعة بل هي نسخة كاربونية للصحيفة الورقية، وتفتقر معظم الصحف الإلكترونية العربية إلى خدمة البحث عن المعلومات ولا يوجد في الكثير منها أرشيف للمواد التي سبق نشرها".³

ورغم العمر القصير للصحافة الإلكترونية مقارنة بالصحافة التقليدية إلا أن هذا العمر القصير شهد الكثير من الدراسات العلمية والملاحظات التي أبرزت سمات متعددة مرتبطة بهذا النوع من الصحافة، ويقول الدكتور محمود علم الدين "إن الصحافة الإلكترونية تمتلك مجموعة من المميزات يأتي في مقدمتها التغطية الخبرية للأحداث، وإجراء المقابلات مع الشخصيات ذات الصلة بها. بجانب التغطية الآنية للأحداث بالصوت والصورة من موقع الحدث، وهناك مميزات أخرى غير موجودة بالصحافة الورقية مثل سرعة تحديث الأخبار، وغرف الدردشة، وساحات الحوار والمنتديات".⁴

و يمكن إيجاز سمات الصحافة الإلكترونية بالآتي :

1/ النقل الفوري للأخبار ومتابعة التطورات التي تطرأ عليها مع قابلية تعديل النصوص في أي وقت، مما جعلها تنافس الوسائل الإعلامية الأخرى كالإذاعة والتلفزيون بل أن الصحف الإلكترونية باتت "تنافس هاتين الوسيلتين في عنصر الفورية الذي احتكرته، وبدأت تسبق حتى القنوات الفضائية التي تبث الأخبار في مواعيد ثابتة، فيما يجري نشر بعض الأخبار في الصحف الإلكترونية بعد أقل من 30 ثانية من وقوع الحدث".⁵

2/ قدرة الصحف الإلكترونية على احتراق الحدود والقارات والدول دون رقابة أو موانع أو رسوم، بل وبشكل فوري، ورخيص التكاليف، وذلك عبر الانترنت، وبذلك فإن صحفاً ورقية مغمورة بات بمقدورها أن

¹ سعيد حداد، الأنترنت صحافة القرن القادم، المجلة العربية، العدد 267، السنة 34 أغسطس، 1999، ص 67.

² السيد نجيت محمد، استخدام الإنترنت كوسيلة تعليمية في مجال الصحافة، المجلة المصرية لبحوث الإعلام، العدد الثامن، القاهرة، ص 89.

³ عباس مصطفى صادق: التطبيقات التقليدية والمستحدثة للصحافة العربية في الإنترنت، ورقة مقدمة إلى مؤتمر صحافة الانترنت في العالم العربي

الواقع والتحديات، جامعة الشارقة، 22، 24 نوفمبر 2005،

⁴ محمود علم الدين، الأستاذ بقسم الصحافة بكلية الإعلام، جامعة القاهرة، ورقة علمية، القاهرة، 2003.

⁵ أسامة محمود شريف، مستقبل الصحيفة المطبوعة والصحيفة الإلكترونية، من بحوث الندوة العلمية للمؤتمر العام التاسع لاتحاد الصحفيين العرب،

عمان، تشرين أول عام 2000، ص 69.

تنافس من خلال نسختها الإلكترونية صحفاً دولية كبيرة إذا تمكنت من تقديم أشكال تقنية متقدمة ومهارات إرسال، ونوعية جيدة من المضامين وخدمات متميزة. و"لأن الإرسال عبر الانترنت سيعني بالضرورة منح الصحف الإلكترونية صبغة عالمية بغض النظر عن إمكانياتها ولأن المضامين هنا يجب أن تكون متوافقة مع هذه الصبغة العالمية، فأن البعض بات يتساءل بجديّة عما إذا كان يصح إطلاق صفة (الصحيفة المحلية) على الصحف التقليدية التي تصدر لها طبعات الكترونية"¹.

3/ التكاليف المالية البث الإلكتروني للصحف عبر شبكة الانترنت أقل بكثير مما هو مطلوب لإصدار صحيفة ورقية، فهي لا تحتاج إلى توفير المباني والمطابع والورق ومستلزمات الطباعة، ناهيك عن متطلبات التوزيع والتسويق، والعدد الكبير من الموظفين والمحرفين والعمال"².

4/ "لجوء معظم الصحف الإلكترونية إلى التمويل من خلال الإعلانات، وقد أصبح الإعلان المتكرر على كل صفحة في الصحيفة الإلكترونية المسمى بإعلان الياطرة هو مصدر الدخل الرئيسي لهذه الصحف"³.
"وكشف المختصون المشاركون في مؤتمر (أيفرا الشرق الأوسط) الثاني للنشر الصحفي الذي استضافته مؤسسة الإمارات للإعلام في أبوظبي، أن حصة الصحف من الإعلانات على مستوى العالم أكثر بأربعة أضعاف حصة التلفزيون والانترنت"⁴.

5/ توفر تقنية الصحافة الإلكترونية أمكانية الحصول على إحصاءات دقيقة عن زوار مواقع الصحيفة الإلكترونية، وتوفر للصحيفة مؤشرات عن إعداد قراءها وبعض المعلومات عنهم كما تمكنها من التواصل معهم بشكل مستمر.

6/ منحت تقنيات الصحافة الإلكترونية عملية رجوع الصدى (*Feed Back*) إمكانيات حقيقية لم تكن متوفرة من قبل بوسائل الإعلام، وخصوصاً بالنسبة للصحافة، وبات الحديث ممكناً عن تفاعل بين الصحف والقراء بعد أن ظلت العلاقة محدودة وهامشية طيلة عمر الصحافة الورقية. ويمكن أن يجد متصفح مواقع الصحف الإلكترونية حقول خاصة في شتى الصفحات تتضمن الطلب من القارئ أن يبدي رأياً حول الموضوع المنشور أو يكتب تعليقاً عليه وفي حالة قيام المستخدم بذلك سيظهر تعليقه فوراً على موقع الصحيفة حيث يصبح بإمكان المستخدمين في أي مكان الاطلاع عليه، وتشمل هذه الإمكانية بطبيعة الحال رسائل القراء التي تنشر فوراً على صفحات الصحيفة الإلكترونية.

7/ توفر الصحافة الإلكترونية فرصة حفظ أرشيف الكتروني سهل الاسترجاع غزير المادة، حيث يستطيع الزائر أو المستخدم أن ينقب عن تفاصيل حدث ما أو يعود إلى مقالات قديمة بسرعة قياسية. بمجرد أن يذكر أسم

¹ أسامة محمود شريف، المرجع السابق، ص 72.

² محمد عارف، تأثير تكنولوجيا الفضاء والكمبيوتر على أجهزة الإعلام العربية، مركز الإمارات للدراسات والبحوث الاستراتيجية، أبو ظبي، 1997، ص 13.

³ كارول ليتش، كتابة الاخبار والتقارير الصحفية: عرض شامل لفنون الصحافة المتخصصة، منهج تطبيقي، ترجمة: د. عبد الستار جواد، السنة 2001، ص 45.

⁴ صحيفة الإتحاد، الإمارات العربية المتحدة، أبوظبي، العدد 11469، 29 نوفمبر 2006.

الموضوع الذي يريد ليقوم باحث الكتروني بتزويده خلال ثواني بقائمة تتضمن كل ما نشر حول هذا الموضوع في الموقع المعين، في فترة معينة.

8/ فرضت الصحافة الالكترونية واقعا مهنياً جديداً فيما يتعلق بالصحفيين وإمكانياتهم وشروط عملهم، فقد أصبح المطلوب من الصحفي المعاصر أن يكون ملماً بالإمكانيات التقنية وبشروط الكتابة للانترنت وللصحافة الالكترونية 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.

ويعتبر محمود سامي عطا الله أن الصحافة الإلكترونية وسيلة من وسائل الإعلام فهي وسيلة نشر كالصحافة المطبوعة، والعلاقة بينهما هي علاقة "تكاملي وليست صراع، فتاريخ ظهور الوسائل الإعلامية المختلفة لا يشهد بظهور وسيلة تلغي الأخرى أو تقضي عليها ولكن توجد منافسة في أحيان أو تكامل في أحيان أخرى وتحاول كل وسيلة تطوير نفسها فتستطيع القول أن الصحافة الإلكترونية والورقية لا تطرد إحداهما الأخرى، ولكن يبقى المنافس الوحيد للصحافة الإلكترونية هو التلفزيون بمواده المختلفة"¹.

المبحث السادس: الصحافة الالكترونية في الجزائر.

1- بؤادر ظهور صحافة إلكترونية في الجزائر.

عرفت الجزائر ظاهرة الإنترنت كغيرها من البلدان النامية في التسعينات، ولم تنتشر الإنترنت إلا في أواخر التسعينات وأصبحت كظاهرة ملفتة للانتباه مع بداية الألفية الثالثة، وسارعت الجزائر إلى احتضان الإنترنت من خلال إنشاء هيئة تابعة للحكومة تتولى تقديم خدمات الشبكة ممثلة في CERIST.

ويتم الاتصال عبر هذه الشبكة في الجزائر، وكانت بداية الإنترنت مع مراكز البحث والجامعات ثم توسعت العملية مع ظهور ما يسمى بنوادي ومقاهي الإنترنت. واليوم تشهد مختلف المدن والقرى تهافت هذه الخدمة. وعلى صعيد النشر الصحفي والصحف الإلكترونية، بدأت الجزائر تشهد نشوء بعض الصحف والمجلات الإلكترونية إلا أنها قليلة مقارنة مع عدد عناوين الصحف الورقية، إلى أن الملفت للانتباه في هذه الحلة هو ظهور أول صحيفة إلكترونية. Alegria interface تمثلت في صحيفة ألبيريا أنترنفس. هذه الجريدة التي نرى أنها جديدة بأن تعرض تجربتها للقارئ.

جريدة Alegria interfacier:

هذه الجريدة أسسها أحد الإعلاميين الجزائريين، وهي في الأصل كانت عبارة عن خطة لإصدار جريدة مستقلة في عام 1996، تقدم تقارير وأخبار حول المسائل السياسية والاقتصادية والاجتماعية بمشاركة وكالة التنمية السويدية ثم تم التخلي لاحقا عن الفكرة وتحول المشروع إلى التفكير في إنشاء جريدة على شبكة

¹ محمود سامي عطا الله، ورقة عمل مقدمة إلى معرض القاهرة الدولي، 2005.

الإنترنت. «SIDA» والسبب في هذا التوجه الجديد كما يرى مؤسسوها يعود إلى أن الإنترنت تعني تكاليف إنتاج أقل و توزيع مجاني أيضا:

فالإنترنت تتيح إمكانية قراءة الجريدة على الصعيد العالمي ويعني ذلك وجود آفاق جديدة للتوزيع دوليا وبأقل التكاليف.

اختارت الجريدة اللغتين الفرنسية و الإنجليزية في مجال النشر الإلكتروني، ويرى "جوفان" وهو أحد السويديين المشاركين في التأسيس أنه: "لولا الإنترنت لما تمكنا من الصدور أبدا". وتمول الصحيفة من قبل وكالة "سيدا" ومساعدة مركز "أولف بالم" الدولي وهو منظمة غير حكومية.

بدأ الفريق العمل في باريس، وسعت المجموعة إلى تكوين شبكة من المراسلين متواجدين بالجزائر، وتتكون الشبكة من حوالي 12 مراسل.

انطلقت آليجيري أنترفاس في العمل في نوفمبر 1999، وكان شعارها "نقل الأخبار بشكل موضوعي والحفاظة على المبادئ الأساسية لحرية التعبير وحرية الصحافة والدفاع عن حقوق الإنسان وتعزيز القيم الديمقراطية"¹.

تحولت الجريدة لاحقا للظهور من مرة كل أسبوعين إلى مرة كل أسبوع. ومن خلال المترددين على موقع الجريدة فإن جمهورها يقسم إلى ثلث بفرنسا وثلث في الجزائر والباقي من مختلف بقاع العالم حيث تتواجد الجاليات الجزائرية المغتربة.

هذا التطور المتلاحق لا يعني عدم مواجهة الجريدة للعديد من المشاكل التي يلخصها أحد العاملين بها في:

- مشكلة الإنترنت في الجزائر، حيث أن هذه الخدمة تقدمها هيئة سبقت الإشارة لها وهي التابعة cerist للحكومة ، ويتم الاتصال عبرها في بعض الأحيان بصعوبة بسبب مشاكلها التقنية.
- صعوبة اشتراك الصحفيين المحليين، والسبب انشغالهم بصحفتهم والعديد منهم كما يضيف المصدر لم يزر موقع الجريدة أصلا.
- إن الإنترنت لم يصبح بعد جزءا من الحياة والممارسة اليومية للناس في الجزائر ، والعديد منهم يعتقد أن الجريدة لا يمكن أن تكون مشروعا هاما وجادا ما لم تكن مطبوعة غلى الورق.
- مشكلة التمويل، فالإنترنت تعني أيضا توفير ثلثي تكاليف الإنتاج والتكاليف الكلية ما زالت حوالي 24000 ألف دولار في الشهر.

ويرى "جوفان" أنه يجب أن نعمل على توسيع مصادر تمويلنا لضمان استمرار الجريدة على المدى الطويل.

¹ محمد الشطاح، قضايا الاعلام في زمن العولمة بين التكنولوجيا والادبولوجيا، دار الهدى، الجزائر، 2006، ص 25.

إن دراسة واقع الصحافة الإلكترونية في الجزائر تطلب منا الإحاطة بجميع العوامل والظروف الممهدة والمسببة لوجودها، أما الآن فسنحاول التعرف لواقعها من خلال استقراء وضعيتها على ضوء ما توفر لنا من معطيات.

تعرف الجزائر منذ سنة 1997 نشوء علاقة بين الصحافة الوطنية والانترنت عن طريق النشر الإلكتروني ابتداء مع جريدة "الوطن"، لأن إنشاء موقع على الواب لم يعد بذلك الشيء الصعب، خاصة في ظل إلغاء الاحتكار على مركز البحث العلمي والتقني أمام المزودين الخواص للانترنت منذ سنة 2000، بالإضافة إلى المحاولات الرامية لتحسين خدمة الهاتف الثابت وتحريره من أجل تخفيض تسعيرته.

فالإجراءات اللازمة للاستفادة من موقع على شبكة الانترنت بالنسبة لأي جريدة، يتطلب من الناحية التنظيمية المرور بالمراحل التالية، وهذا استنادا إلى ميثاق التسمية والانتساب تحت اسم الميدان "DZ":
سجل تجاري: لكل هيئة ذات طابع تجاري.

جود مقر مركزي أو مكتب تنسيق بالجزائر.

يجب دفع مبلغ مالي كل سنة بقيمة 1000 دج

وفي هذا الصدد ولان الصحافة الإلكترونية صحافة تحتاج إلى مقر وإلى هيئة عمالية فيجب الحصول على وثيقة التسجيل من اجل الحجز عند المركز الوطني للبحث العلمي، ثم تخضع الصحيفة الإلكترونية من الناحية الإدارية مثلها مثل أي صحيفة ورقية إلى صحفيين، ولكن الكترونيين و تقنيين و فنيين و عمال إدارة ومراسلين، وتكمن نقطة الاختلاف الوحيدة في عملية الطباعة والتوزيع، التي تعوضان بالنشر الإلكتروني¹.

2- أنواع الصحافة الإلكترونية في الجزائر.

تعرف الجزائر منذ منتصف التسعينات أولى بدايات الصحافة الإلكترونية من خلال أول تعامل بين الصحف الوطنية والنشر الإلكتروني سنة 1997، والنشر الإلكتروني مباشرة وبصورة مستقلة لصحف الكترونية محضة منذ سنة 1996، هذا التعامل مع هذا النوع من النشر سمح بظهور نوعين من الصحافة الإلكترونية في بلادنا، وهما:

1- الصحافة الإلكترونية المكتملة للطبعة الورقية:

عمدت الكثير من الصحف الجزائرية إلى النشر الإلكتروني، مع المحافظة على الطبعة الورقية من أجل:
- الحفاظ على مكائنها في عالم النشر الإلكتروني، و تحقيق انتشار ورواج أكبر للصحيفة الورقية، وهي بذلك تستفيد من عاملين لمضمون واحد، وتواكب العصر، عصر التقنية الحديثة المعتمد على الواب بصيغة النشر الإلكتروني، بهدف:

- كسب قراء جدد ممن هم من مستخدمي الانترنت في كل مكان، داخل الجزائر وخارجها، والتنقل في هذا العالم الإلكتروني. بمنافسة مثيلاتها من الصحافة الدولية.

¹ محمد الشطاح، مرجع سابق، ص 26.

- الهروب من الضغوطات على اختلافها سياسيا حتى لا تقيد حريتها، واقتصاديا بالبحث عن منفذ من التكاليف المالية و المادية.
- هذا نجد أن معظم العناوين الإعلامية والتي تقدر بـ 119 عنوان إعلامي، وأكثر من 46 صحيفة يومية تعتمد في غالبيتها على النشر الإلكتروني كوسيلة لتوزيع مضمونها بدور تكميلي للنسخة المطبوعة. أولى هذه الصحف:
- * جريدة الوطن الصادرة باللغة الفرنسية، وقد كانت السباقة في إنتاج نسخة الكترونية لطبعتها الورقية ابتداء من نوفمبر 1997 .
- * جريدة الخبر كأقوى جريدة ناطقة باللغة العربية ظهرت على الانترنت في أبريل 1998 .
- جدول (03) يوضح تتابع إنشاء المواقع الالكترونية لأولى الصحف اليومية الوطنية.

نوع الجريدة	تاريخ إنشاء الموقع	الصحيفة
خاصة	نوفمبر 1997	الوطن
خاصة	جانفي 1998	LIBERTE□
خاصة	فيفري 1998	اليوم
خاصة	أفريل 1998	الخبر
عمومية	جوان 1998	الشعب
عمومية	جويلية 1998	ELMOUDJAHID□
خاصة	أكتوبر 1998	LE MATIN□
خاصة	نوفمبر 1998	LE SOIR D'ALGERIE□
خاصة	مارس 2000	EL ACIL□

وعلى الرغم من أنه سجل ارتفاع محسوس في عدد الصحف الوطنية المكتوبة والمطبوعة، بحيث لاحظنا أن جريدة الخبر سجلت ارتفاع في عدد نسخها، حين بلغ عدد السحب سنة 2001 بـ 402.214 نسخة، وعام 2004. وصل إلى 500.000 نسخة، بزيادة مبيعات قدرت بـ 35٪.¹

أما جريدة الوطن، فارتفعت بنسبة 15 في المائة حيث انتقلت من 100.000 نسخة إلى 150.000 نسخة، وكذا الحال بالنسبة لجريدة اليوم من 35.000 إلى 40.000. معدل مقوي يعادل 12 في المائة.

كما لاحظنا زيادة في نسبة مقروئية الصحف المكتوبة بـ 36٪، بحيث تحتل جريدة الخبر المرتبة الأولى بنسبة 38.6٪ ثم جريدة *liberté* بنسبة 17.8٪، وتليها جريدة الهدف بـ 14.7٪، ثم الوطن بـ 13.41٪.

¹ محمد الشطاح، مرجع سابق، ص 17.

-ولقد تزامن هذا الارتفاع مع توضع عدد كبير من الصحف على الانترنت.
لذلك كان لنا أن نتساءل عن مدى ارتباط الزيادة في عدد الصحف الوطنية لتوضع هذه الأخيرة على الانترنت؟

يعتبر وجود الصحف الوطنية على الانترنت صورة جديدة لمضمونها المطبوع في حلة الكترونية جديدة، ومع كل المزايا التي تقدمها الانترنت من خلال كسر حاجز البعد الجغرافي بالوصول إلى القراء أينما كانوا، والتصدي للمشاكل والمعوقات المادية والمالية، وبالرغم من ارتفاع عدد الصحف الوطنية في هذه الفترة إلا أنه لم يكن سببا فيه لأنه لازالت قراءة الصحف المطبوعة تحتل مكانة مهمة لدى القارئ الجزائري.

لذلك يعتبر النشر الإلكتروني تدعيم لعملية وجود الصحف المكتوبة، وتأكيد على مكانتهما في المجتمع الجزائري ووسط قرائها وهذا باستعمال التركيبتين HTML و PDF .

ويلاحظ أن اغلب الصحف الجزائرية على الخط لا تختلف كثيرا عن نسختها الورقية من ناحية المضمون فهي نسخة كربونية كانت في البداية تعرض كخدمة نصية، ثم أصبحت ديناميكية. ويشهد إقبال الصحف على الانترنت إقبالا سريعا ومتزايدا، فعند انطلاقتها استطاعت وفي مدة لا تتعدى السنتين أن يتم إنشاء مواقع للجرائد اليومية، وقدر عددها بـ 20 جريدة يومية آنذاك باللغتين العربية والفرنسية.

2-صحافة الانترنت في الجزائر:

ستكلم عن الصحافة التي ليست لها دعامة ورقية، فهي غير مطبوعة بل تنشر على الواب إلكترونيا، صحفها إلكترونيون، مضمونها إلكتروني، حبرها إلكتروني، طبعها إلكترونية، قراءها إلكترونيون، توزيعها إلكتروني، وحتى إشارها إلكتروني.

وجد هذا النوع من الصحافة في الجزائر مع أولى الجرائد وهي:

LA GRANDE KECHFA و AUTO ALGERIE و LE SOUK و ALGERIA-WATCH و ALGERIA-INTERFACE و NOUVELLES DU BLED □

وهذا على سبيل المثال لا الحصر.

3- الصعوبات التي تواجه الصحافة الالكترونية في الجزائر.

تواجه الصحافة الالكترونية في الجزائر مشاكل وصعوبات، تجتمع كلها لتشكل عقبة إما أمام تطورها حتى تصبح الأداة الفعالة في المجتمع، أو تعيق حاليا عملها، ويجب إزاحتها لتحقيق نتائج أفضل، من أبرز هذه المشاكل نجد:

1-الصعوبات المتعلقة بمهنة الصحافة الالكترونية في الجزائر:

1- عدم وجود قاعدة مستخدمين واسعة:

لازال المجتمع الجزائري لم يندمج بعد مع هذه التقنية الفعالة الناقلة للمعلومة من أقصى مضارب الأرض، والتي تلغي الزمان معها و المكان و تجعل البعيد قريب، و تفتح العالم على بعضه، و تسافر معها بدون

جواز سفر. فلا زال الفرد الجزائري يستقي أخباره من التلفزيون بنسبة 62٪، ثم الجرائد بنسبة 22٪ وأخيرا الانترنت بنسبة 10٪¹.

فمجتمع كمجتمعنا تفوق معه الكثافة السكانية 32 مليون نسمة به 1.500.000 مشترك، يعتبر ذلك العدد عدد ضئيل بالمقارنة مع كثافة السكان.

كما أن استعمال الانترنت يعني التوفر على جهاز كمبيوتر مجهز بمودم، تكلفته في بلادنا تصل إلى 50.000 دج وهو ما يعادل 5 مرة الأجر القاعدي للفرد الجزائري في حين لا تتجاوز تكلفته في الغرب 20.000 دج من الأجر الوطني الأدنى².

وتحتاج السوق الجزائرية إلى 10 ملايين حاسوب في حين لم تتوفر السوق سنة 2004 إلا على 200 ألف وحدة، لذلك يجمع غالبية أهل الاختصاص على ضرورة سعي الدولة إن أرادت دخول مجتمع المعلومات خاصة في ظل استعداد الجزائر لفتح أبواب الاستثمار، أن توفر التكنولوجيا العالية بإعداد الأرضية السليمة لإقامة اقتصاد متين، وإعداد طبقات المجتمع للتكيف مع هذا الحدث. ولقد ترجم هذا السعي من خلال مشروع "حاسوب لكل عائلة" سنة 2005، ولكن ونظرا للتكلفة المرتفعة للجهاز بحيث يجب توفير 10 ملايين حاسوب. 07 ملايين منها للعائلات الجزائرية، و 03 ملايين للمؤسسات لذلك يبقى الجهاز بعيد عن القدرة الشرائية للفرد ثم يطرح من الجهة الموازية قضية غلاء تكلفة ساعة من الإبحار في الانترنت، إذا اعتبرنا في متوسطها من 50-70 دج، في ظل الانتشار القليل والموزع بطريقة غير متساوية لمقاهي الانترنت، التي تعاني في غالبيتها من مشكلة ثقل الاتصال بسبب ضعف الميغابايت لنا أن نحكم على وضعيتها في ظل غياب دور هيئة الضبط التي ينجر عن غيابها تحديد الأسعار الساعية للانترنت وفق أهواء أصحاب مقاهي الانترنت.

2- قلة المضامين الالكترونية في ظل ضعف التكوين المعلوماتي:

إن الاستفادة من الصحافة الالكترونية يعني التوفر على حد أدنى من المستوى التعليمي المؤهل لاستخدام جهاز الحاسوب، ومعرفة بعض تقنياته للتمكن من الإبحار في الانترنت والبحث عن المعلومة عموما أو الجريدة المرجوة والمرغوب قراءتها.

وإذا كانت الأمية عموما منتشرة في الجزائر بقدر 07 ملايين أمة في التعريف القديم للامية أي ما يعادل نسبة 70٪ من المجتمع الجزائري، فما بالك بالامية الالكترونية.

لهذا يبقى الفرد الجزائري مغيب عنه استعمال هذا الجهاز، وقد نلاحظ أن الطفل في 5 سنوات يحسن استعمال بل ويجيد العمل بالحاسوب و الانترنت معا، أحسن بكثير من والده الذي قد يحتل منصبا مرموقا في احد أجهزة الدولة أو البحث العلمي بصفة خاصة ولا يعرف استعماله.

فحتى ولو كانت الجزائر تحتل المرتبة الثانية في إفريقيا من حيث الدول المستوردة لأجهزة الكمبيوتر وتبعاته، إلا أن المضامين الالكترونية في الجزائر تعرف تأخر كبير، تلك المضامين التي من شأنها أن تسعى في

¹ محمد شطاح، صحافة الانترنت ومستقبل الصحافة الورقية "المكتوبة" في الجزائر، جامعة عنابة، قسم علوم الإعلام والاتصال، 2005، ص 21.

² فيصل ساولي، الجزائر بحاجة إلى 10 ملايين حاسوب، جريدة البلاد 2005/03/29.

تعميم المبادئ التربوية لترقية الشعوب والتكفل والعناية بالصحة، هذا من جهة، بالإضافة إلى إيجاد آليات تستعمل في تسهيل عملية الدخول إلى عالم تسيير النشاطات الإدارية والمعاملات التجارية... وفي ظل غياب هذا الأمر تبقى الجزائر عرضة للتخلف.

3- تنامي قرصنة المواقع الإلكترونية:

إن المواقع الإلكترونية الموجودة على الساحة الإعلامية الجزائرية سواء كانت رسمية أو عادية تظل غير مؤمنة ومعرضة للعديد من هجمات قرصنة الانترنت، خاصة في ظل غياب تأطير قانوني يحمي الناشر على الانترنت، فمثلا مباشرة بعد الإعلان عن افتتاح سنة الجزائر بفرنسا، قام قرصنة الانترنت يوم 07 ديسمبر 2002 بتدوين أرقام هواتف ليس لها أي علاقة بالمصالح المختصة بتنظيم هذه الاحتفالات.

كما أن مصالح الأمن كشفت أن قرصنة الانترنت تمكنوا من بلوغ بعض المواقع التي تمكنهم من اختلاس أموال كبيرة عن طريق فتح شفرات بعض بطاقات الافتراض، وهو ما يسبب قلق لدى عامة الناس والمسؤولين من أن تكون البنوك والمؤسسات المالية هدف سهل في أيادي القرصنة، ولقد سبق وأن تم الاطلاع على موقع بنك الجزائر خلال الأشهر الماضية.

لذلك يؤكد المسؤولون عن إقامة المواقع في الجزائر ويطالبون بتأمين أكبر للمواقع خاصة الرسمية منها، فخراب أجهزة الإعلام الآلي يمكن تعويض خسائرها لان البرنامج الإلكتروني يمكن الاحتفاظ به، بينما تعويض أضرار أصابت النظم والبرامج بفيروس فلا يمكن معالجة الأمر، لهذا يجب التفكير الجدي في إنشاء شرطة خاصة مهمتها تتبع آثار هؤلاء القرصنة مثلما يحدث في الدول المتقدمة وسن قوانين ردية لهؤلاء¹.

ولقد مرت الصحافة الوطنية التي تنشر على الواب بنفس المشكلة:

فجريدة "الوطن" تعرضت لهجوم من قرصنة الانترنت ولم تكتشف ذلك إلا حين قام قراءها الإلكترونيون الجزائريون والأجانب بتنبيهها عن عدم قدرتهم الاستفادة من الموقع. وبعد إجراء تحقيق في الأمر تم تحديد الخلل باكتشاف طريقة عمل هؤلاء.

أما جريدة "البلاد" فلقد تعرضت لهجوم اكتشف حين بلغ عدد المصوتين 10 مرات أعلى من عدد الزوار الفعلي، وأن غالبية الزوار فتحوا مباشرة صفحة "صبر الآراء: دون المرور على صفحة الواجهة.

4- غياب الثقافة الإعلامية لدى الفرد الجزائري بسبب حداثة التجربة الإعلامية ككل في الجزائر:

تمر على التجربة الإعلامية في الجزائر ما يتعدى 15 سنة بقليل وهي مدة ليست بالطويلة، لذلك تعتبر تجربة فتية فنسبة مقروئية الصحف كمصدر إخباري لا تتعدى 22٪ أمام التلفزيون بنسبة 62٪، ولهذا يقال حول التجربة المكتوبة للإعلام الكثير، باعتبار أن الآراء تتضارب بين من يقر بوجود حرية كبيرة نسبيا، مقارنة مع السنوات التي مضت عليها، ومقارنة مع تجربة الدول العربية المحاورة والدول الصديقة، وبين من يلغونها.

وعلى العموم فإن معايير انتقاء القارئ لجريدته في الجزائر تحكمها عوامل في أغلبها غير مرتبطة بالسبق الصحفي أو على أساس مبدأ الاحترافية، أو لطبيعة مضمون الجريدة، بل القارئ الجزائري يتأثر بعاملين:

¹ مراد محامد، تنامي قرصنة المواقع الإلكترونية، جريدة الخبر، 2003/01/20

*اللغة:

حيث أن جمهور القراء خصوصا خارج المدن الكبرى في الشمال يميلون كل الميل إلى الصحافة الناطقة باللغة العربية، وعلى رأسها جريدة "الخبر" بنسبة مقروئية تصل إلى 38.6٪، بين من يريد الاطلاع على الحياة السياسية الوطنية، وبين من تهمة الأخبار الاقتصادية أو الاجتماعية وفئة منهم من أجل التسلية، بينما قراء الصحف الناطقة باللغة الفرنسية فهم قلة بالمقارنة مع الجمهور الأول، و يهتمون لطبيعة المضمون بصفة أكبر ولأن الصحف الإلكترونية المحضة والتي ليس لها دعامة ورقية كلها تنشر باللغات الأجنبية -الفرنسية- وهذا يتناقض مع نسبة المقروئية العالية باللغة العربية، وخير مثال على ذلك جريدة "الخبر" بنسبة 38.6٪ كأعلى نسبة مقروئية.

فيخلق عامل اللغة حاجز أمام الصحف الإلكترونية، ثم نجد أن استخدام الفرد الجزائري للانترنت لاطلاع على الصحف والمواقع الإلكترونية يصل إلى نسبة 29.26٪ مقابل 70.73٪ ممن لا يطلعون على الصحف من حجم عينة دراسة حول تأثير التكنولوجيات الحديثة للاتصال على الصحافة المكتوبة في الجزائر سنة 2002، وهم أنفسهم اعتقدوا بنسبة 95.18٪ أن لا ضرورة لاستخدام الكمبيوتر في مجال الصحافة¹. *المبول مع اتجاه الجريدة: يميل الكثير من قراء الجرائد بهدف عاطفي نحو جريدة معينة على حساب أخرى، نظرا لاتجاهها العام نحو تيار معين أو منطقة معينة، و في غضون هذا يصعب كثيرا علينا أن نقول أن قراءنا وصلوا إلى حد تصبح الصحيفة جزء من حياتهم، والأخبار التي تحويها محركا لعلاقاتهم ومساهمة في عملهم ومطورة لأدائهم، وقائدة لأفكارهم و منورة لعقولهم، لان دور الصحيفة عموما لم يرتق في الجزائر إلى الدرجة المطلوبة منه في بناء المجتمع و دفع حركيته.

لذلك و في ظل غياب وعي القراء و إدراكهم بأهمية الصحيفة في الحياة اليومية، يمكن أن نتصور طبيعة العلاقة بين القارئ والصحيفة الإلكترونية، التي لم تنشأ معها بعد علاقة حميمة على الأقل أساسها الألفة، والتعود على تصفحها إلكترونيا، بسبب غياب أهميتها في حياته اليومية، و من هذا المنطلق لنا أن نتصور كم يجب من الوقت حتى يتعود القارئ الجزائري على الدق بأنامله على أحرف جهاز الكمبيوتر. وعلى هذا الأساس تبقى الصحافة الإلكترونية حكرا على قلة من أفراد المجتمع ممن يعتقدون بأهمية المعلومة و دورها في الحياة اليومية.

2- صعوبات متعلقة ببناء الصحافة الإلكترونية في الجزائر:

1- غياب الإطار القانوني المؤطر للصحافة الإلكترونية في الجزائر:

تعاني الصحافة الإلكترونية من غياب الإطار القانوني حتى وأن اعتبره الكثير فرصة للهروب من مقص الرقابة أو الحذف، أو تعليق مقال أو حتى جريدة.

ولكن في نفس الوقت هذا قد يسبب أن يفتح المجال أمام السلطة لاعتماد بعض مواد قانون الإعلام لصالحها بصورة اعتباطية، مثلا المادة 144 من قانون الإعلام و التي تنص على معاقبة كل من يتعدى بالسب

¹ محمد شطاح، مرجع سابق، ص21

أو القذف على شخص حاكم البلاد مهما كانت الوسيلة، وأدرجت الدعامة الإلكترونية كوسيلة من هذه الوسائل الإعلامية.

ليست الجزائر فقط الحالة الوحيدة في العالم العربي والدولي التي تعاني من غياب الإطار القانوني الذي ينظم سير العملية الإعلامية من خلال الدعامة الإلكترونية، بحيث هناك جهود في الأردن و لبنان نفسها التي تعتبر أكثر الدول العربية تعترف وتمارس حرية التعبير، وعدد كبير من الدول على المستوى الدولي لم توطر للصحافة الإلكترونية نظرا لحدائتها وتطورها السريع، فهي لا تمنح فرصة لالتقاط الأنفاس حتى تتضح معالمها ويتم تقنينها على هذا الأساس.

إلا أن المشرع الجزائري تناول هذا الموضوع حين تحدث عن الجوانب التقنية فقط المتعلقة بالانترنت، وحدد قواعد لفتح موزعين خواص، من خلال المراسيم المصادق عليها من طرف الحكومة، والتي جرى تناولها في القسم المخصص للانترنت في الجزائر.

2- هشاشة النظام المصرفي والبنكي في الجزائر:

يتسبب الوضع الاقتصادي حاليا في تعطيل عملية تطور الصحافة الإلكترونية من خلال تغييب التعامل التجاري عبر الانترنت 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 تتعد من حيث محتواها عن الوضعية التي عاشتها بعض البنوك التابعة للقطاع الخاص والتي بلغت درجة تصفيتها بالكامل بسبب هشاشة النظام البنكي، وهذا باعتراف من المسؤولين عن القطاع المصرفي والبنكي، وفي مقدمتهم الوزير "مراد مدلسي" الذي قال بان تدخل البنوك في مجال تمويل الاقتصاد لا يزال غير كاف بالنظر إلي وتيرة تحويل الموارد المالية إلي مناصب عمل خلال الفترة الممتدة ما بين 2001 و2004 ومما يزيد الوضع تعقيدا هو تضاعف القروض غير مضمونة الدفع والتي تتقل كاهل البنوك والتي تأتي من القطاعين العمومي والخاص¹.

كما أن الكثير من القضايا في ميدان التحويلات البنكية هي قضايا مشتركة بين القطاعين العام والخاص، مثلما بلغت نتائج التحقيقات حول بنك الخليفة والبنك التجاري الصناعي في انتظار ما سيحدث مع بعض البنوك التي تواجه أزمة سيولة حقيقية وذلك جراء إخفاقها في استرجاع القروض التي منحها لكبار زبائنها والتي مر تاريخ استحقاقها.

ونلاحظ مؤخرا أن الدولة تتجه نحو تطبيق التطهير المالي لصالح البنوك التجارية من خلال مرافقة البنوك ماليا، خاصة إذ علمنا أنها تستحوذ على 90% من الأصول المالية المتوفرة في السوق الرسمية.

لذلك سجل مؤخرا استعداد وعمل الدولة على فتح رؤوس أموال البنوك العمومية لجلب أخرى أجنبية، ويدرج في هذا الصدد بعض الخبراء الاقتصاديين إصرار الحكومة الجزائرية على مساعدة البنوك العمومية

¹ محمد شطاح، مرجع سابق، ص 23.

في إطار الخطة الرامية إلى جلب المتعاملين الخواص لاسيما الأجانب منهم، وهي المرحلة القادمة التي إن تحققت ستسمح بتحديد إمكانيات عمل البنوك، ورفع حالة الجمود التي يسيطر عليها حالياً. وهذا الأمر بالذات الذي من شأنه أن يزيد من دفع وتيرة تطور التعامل عبر البطاقات البنكية وبطاقات الائتمان، وتشجيع تحويل الأموال بطريقة آلية، ورفع مستوى التجارة الإلكترونية بتوفير البنى القاعدية لها، وتمتينها عبر شبكة الانترنت والمواصلات اللاسلكية¹.

¹ محمد شطاح، مرجع سابق، ص 23.

الفصل الثاني

الوظيفة الثقافية لوسائل الإعلام

المبحث الأول: مفهوم الثقافة

المبحث الثاني: مفهوم الإعلام الثقافي وخصائصه

المبحث الثالث: علاقة الإعلام بالثقافة

المبحث الرابع: وظائف ودور الإعلام الثقافي

المبحث الخامس: واقع الإعلام الثقافي في الجزائر



المبحث الأول: مفهوم الثقافة:

هناك العديد من التعريفات للثقافة، ولعلّ أبسط التعريفات وأكثرها وضوحاً تعريف أحد علماء الاجتماع المعاصرين "روبرت بيرشيد" الذي ظهر أول الستينات حيث يعرفها بقوله: "إن الثقافة هي ذلك الكل المركب الذي يتألف من كل ما نفكر فيه أو نقوم بعمله أو نملكه كأعضاء في المجتمع، ويبرز هذا التعريف الصفة التآلفية للثقافة لتصبح ظاهرة مركبة، تتكون من عناصر بعضها فكري وبعضها سلوكي وبعضها مادي"¹.

كما تعرف على أنها "ملكة من ملكات القيام بتدريب معين خاص بها، انطلاقاً من نهاية القرن الثامن عشر وأصبحت تدل على حالة الشخص المتعلم القادر على استعمال معرفته لتهديب ذوقه وتسديد حكمه وترقيه عيشه، وأصبح هذا المعنى له أبعاد تتجاوز حدود المعرفة، لأنها فرضت غنى ذهنياً وخلقياً وبقى أثره في شخصية المرء أما الثقافة وهي كما نعلم حصيلة عمل اجتماعي ضخم وطويل خلال عصور كثيرة وطويلة، فمن الغبن أن نلخص أمرها في مقطع صفحة أو فصل.

للثقافة مفاهيم مختلفة باختلاف الأزمنة والشعوب والطبقات التي يتألف منها المجتمع وهي تدل على مجموعة من المعارف والمهارات التقنية والذهنية وأنماط من التصرف المخالفة التي تميز شعباً عن سواه من الشعوب، وهذا ما جعل الباحثين يدرسون خصائصها من حيث مضمونها".

وارتباطها بالزمن والجماعات البشرية ووسائل تأمينها وإذاعتها والتعامل بين شتى أنواعها².

كما تعرف الثقافة على أنها "كل مركب متراكم من لبنات تاريخية واجتماعية وظروف حياتية تتعاون فيما بينها لتشكيل بنية إنسانية ذات نظم، وضوابط وحدود تستقر في ذهن الفرد أو الجماعة المعنية بوصفها طاقة أو مخزوناً عقلياً قابلاً للظهور والاستثمار والإنتاج منه بلا حدود في صورة سلوك واقعي ملموس، ومعنى هذا أن الثقافة لها جانبيين من الوجود، وجود بالقوة متمثل في المخزون العقلي المتراكم في محيط الفرد أو الجماعة، المتمثل في التوليد من هذا المخزون وتحويله إلى أداء أو تطبيق في صورة نشاط أو تعامل فعلي في شتى مجالات الحياة وفقاً للظروف³.

كما أوردتها تايلور على أنها "ذلك المركب الذي يشمل على المعرفة، والمعتقدات والفن والأخلاق والقانون والعادات أو أي قدرات أخرى أو عادات يكتسبها الإنسان بصفته عضواً في المجتمع".

كما يعرفها كليف براون "بأنها العملية التي يكتسبها الفرد بواسطة المعرفة والمهارة والأفكار والمعتقدات والأذواق والعواطف، وذلك عن طريق الاتصال بأفراد آخرين⁴.

¹ سليمان العسكري، نظرية الثقافة، الكويت، المجلس الوطني للثقافة والفنون والآداب، 1997، ص 9.

² جبور عبد النور المعجم الأدبي، بيروت، دار العلم للملايين، ط2، 1984، ص 81.

³ كمال محمد بشير، خاطرات في اللغة والثقافة، مصر، دار الغريب للطباعة، 1995، ص 95.

⁴ أحمد بم نعمان، هذه هي الثقافة، الجزائر، دار هومة، ط 1، ص 21.

وهناك تمييز بين أنواع الثقافات باعتقاد الباحثين بأن لكل مجتمع مؤسساته الخاصة به التي تعبر عن ماضيه الروحي، غير أن مفهوم الثقافة يتضمن عنصرا معياريا، لصلته المتينة بمفهوم الحضارة، حتى يكاد بعضهم يجعل من الشيء واحدا والواقع أن المحققين وعلماء الاجتماع بخاصة لا يتكلمون على ثقافة أكلة البشر، وعلى ثقافة البطش المبنية على العنف و التدمير بل يذكرون الثقافة الهندية، أو الصينية أو العربية، التي تتراكم في العادات والتقاليد المتحضرة، وفي المحصلات الذهنية مثل الأدب والفن والفلسفة والعلم¹.

لمصطلح الثقافة حيث قال: إن الثقافة تشكل في عالمنا المعاصر اليوم إحدى الوسائل المتقدمة للاتصال الإنساني والحضاري.

كما أن مصطلح الثقافة لم يقتصر على مفهوم واحد فحسب بل تجاوز مأتي تعريف، ويمكن اختصار مفهوم الثقافة في كل ما يعطي ميزة وخصوصية للإنسان، وإلى ما تشكله في الجانب الجمالي والعادات والتقاليد، فهوية الإنسان هي التي تشكل الثقافة ومصطلح الثقافة يتمثل في إعادة الاعتبار للخريطة السياسية والرؤية للماضي، والتطلع نحو المستقبل والمشكلة للانتماء، ويعاد النظر وفقا للمتغيرات الدولية، والثقافة تتشكل على أساس المعرفة، وذهب إليها بعض الأنثروبولوجيين على أنها الهوية والعادات والتقاليد.

أما حاليا فالمعرفة تشكل الثقافة، وتمثل هذه المعرفة في المنتجات في الوسائل الجديدة وهذه الوسائل تنتج المعرفة ولها جانبيين:

1. جانب تقنيات المعلومة.

2. جانب المنتج الفكري.

وهذا يصبح جزءا من الثقافة ومشكلا لها، ومعرفة الحدود بين ما هو ثقافي ومعرفي حدود ضيقة جدا².

المبحث الثاني: مفهوم الإعلام الثقافي وخصائصه.

أ- مفهوم الإعلام الثقافي: الإعلام المتخصص في الثقافة هو الذي يقع ضمن مجال محدد من مجالات الحياة الاقتصادية، الأمنية أو الرياضية... الخ، والذي يركز اهتمامه الأساسي على معالجة الأحداث والظواهر والتطورات في هذا المجال المحدد في سياقه الاجتماعي أو الاقتصادي العام والذي تقوم به المؤسسات الإعلامية المتخصصة، تعمل بها كوادر إعلامية مؤهلة إعلاميا ومختصة أكاديميا في هذا المجال³.

ولقد برز هذا التوجه، نحوى التخصص في المجال الإعلامي، كنتيجة لتطورات سريعة ومتلاحقة، شهدتها تكنولوجيا الاتصال، وكذلك جاء لتلبية الاحتياجات المتغيرة والمتعددة لجمهور متعدد الاهتمامات من جانب وكوسيلة من الوسائل التي تنتهجها الصحافة الحديثة لمواجهة العصر ومنافسة المؤسسات الأخرى. وازدياد حاجة الجماهير إلى مادة إعلامية متخصصة في مجال معين أو وجد فكرة التخصص في مجال الإعلام أو

¹ جبور عبد النور، مرجع سابق، ص 81.

² بومدين بوزيدي، مدير الثقافة الإسلامية، حصة فضاء الجمعة في الأرضية الجزائرية بعنوان تأملات في الثقافة والحياة، يوم 2011/02/04.

³ محمد منير حجاب، المعجم الإعلامي، القاهرة، دار الفجر للنشر والتوزيع، ط 1، 2004، ص 65.

الإعلام المتخصص، ويعمل ضمن هذا الإعلام صحفيون وإعلاميون متخصصون، يقدمون مادة إعلامية متخصصة لجمهور متخصص، وعلى الصحفي والحرر العامل في المؤسسات الإعلامية المتخصصة في المجال الثقافي أن تتوفر فيه الشروط التالية:

أن يكون ملما إماما كافيا بطبيعة ونوعية الصفحة المتخصصة أو التخصص الذي يتجه إليه أصول التغطية الصحفية لهذا التخصص، والمصادر التي تبيح له تغطية صحفية غير منقوصة، ولا بد أن يكون على علم ومعرفة بأساليب الكتابة الصحفية المناسبة لهذا التخصص، والتي تكفل له أن يقدم مادته المتخصصة بشكل متكامل وصحيح، حتى تصل إلى القارئ بسهولة ويسر، وتحقيق الهدف الذي تسعى إليه الصحيفة والذي يحقق له منفعة والاستفادة للقارئ¹.

ولأن الثقافة مجال مهم لا بد أن يكون هناك إعلام متخصص في المجال الثقافي، ففي مجال الإذاعة والتلفزيون هناك خدمات إذاعية وتلفزيونية معينة تقدم مادة متخصصة لجمهور متخصص. وهو الاتجاه الذي سارت عليه المحطات والقنوات الإذاعية والتلفزيونية المتخصصة في المجال الثقافي والتي تبت ثقافة الصفوة والعمل على نشرها ودعمها وكذلك الصفحة الثقافية المتخصصة².

ويمكن تعريف البرامج الثقافية التي تبثها وسائل الإعلام بأنها "مجموعة البرامج التي تعنى بتقديم المواد الأدبية والفنون الجميلة رسم، نحت... الخ من خلال أشكال مختلفة، زيارات حية أو مقابلات أو ندوات أو التعليق على أفلام تسجيلية في التلفزيون، وكذلك تشتمل هذه البرامج أيضا على، عرض الكتب أو تقديم الأوبرا، والموسيقى العالمية.

كما تتولى البرامج الثقافية "عرض وتبسيط الموضوعيات والقضايا والأفكار الثقافية في شكل مضمون مقبول، ويسعى إلى الإفادة من إمكانيات الوسيلتين الإذاعة والتلفزيون وما يملكانه من عناصر الجذب، وبما يساعد على تقويم ثمرات الفكر والفن والعلم على أوسع نطاق، وفي أفضل شكل ممكن، فالبرامج الثقافية إذا هي التي تتوجه إلى الجمهور العام بهدف تثقيفه"³.

هذا على مستوى الإذاعة والتلفزيون، إما في مجال الصحافة المكتوبة، فإقبال القراء على المعرفة المتخصصة، زاد في اهتمام الصحافة الحديثة بالصحافة المتخصصة التي تقوم على ركيزتين: "المادة الصحفية المتخصصة والجمهور المتخصص من القراء، وهناك نوعان من الصحف المتخصصة: وهناك نوعان من الصحف المتخصصة:

1- الصحف التي تقدم مادة متخصصة لجمهور متخصص من القراء.

¹ فاروق أبو زيد، الصحافة المتخصصة، مركز القاهرة للتعليم المفتوح، 2002، ص 16.

² فاروق أبو زيد، مرجع سابق، ص 16.

³ ماجي حلواني، البرامج التعليمية الثقافية، مصر، مركز جامعة القاهرة للتعليم المفتوح، 2001، ص 136.

2- الصحف التي تقدم مادة متخصصة لجمهور عام من القراء، أي الصحف التي تقدم مادة متخصصة لجمهور عام غير متخصص¹.

والصحافة المتخصصة في الثقافة وهي أكثر من مجرد نقل المعلومات، إذ تهيب منبرا للمناقشة، ولنشر الأفكار والمبتكرات ولتبادل الخبرات، وقد تسعى مثل هذه الصحافة إلى التأثير على متخذي القرارات أو لتعزيز الإبداعية في الكثير من المجالات مثل السياسة والآداب والفنون والأعمال والتجارة، علوم الطبيعة والحياة والتكنولوجيا وتخدم قطاع كبير من هذه الدوريات والاهتمامات الثقافية والترويجية، وعن طريق إشباع الحاجات الفنية والأدبية، لجماعات متنوعة من القراء.

ويتبنى الإعلام المتخصص في المجال الثقافي اتجاهين أساسيين هما:

الأول: إن الثقافة في هذا المجال تعاني من الضيق، أي الفن والأدب والموسيقى والجماليات وكل ما يتصل بالإنسان ووجدانه وهذه الثقافة لا بد من العمل على تطويرها ودعمها.

الثاني: أن الصفوة ينبغي أن تحض برعاية خاصة من جانب وسائل الإعلام ونظرا لأن ثقافة الصفوة من شأنها أن تطور ثقافة الجماهير².

كما أن الإعلام الثقافي المتخصص قد عرف على أنه الإعلام الذي يعالج الأحداث والظواهر والتطورات الحاصلة في الحياة الثقافية، ويتجه أساسا إلى جمهور نوعي معني ومهتم بالشأن الثقافي، يظهر الإعلام الثقافي في مرحلة معينة من تطور الحياة الثقافية ويسعى لمواكبتها والتفاعل معها، كما أن الإعلام الثقافي يعكس مستوى تطور ونضج الحياة الثقافية ذاتها، ثم إن مجاله هو رصد وعرض وتحليل ونقد النتاج الثقافي بكل مكوناته.

كذلك يقصد بالإعلام الثقافي هو رصد ما يدور في الساحة الثقافية من نشاطات ثقافية، وتبليغها للمتلقي عن طريق الوسائط الإعلامية المعروفة المتواجدة كالصحافة المكتوبة والوسائل السمعية البصرية، فهو يهدف إلى توصيل المعرفة للمتلقي حيث الثقافة والإعلام هدفها تقريبا يكاد أن يكون واحد والمتمثل في مخاطبة الناس والاتصال بهم عن طريق الصورة أو الصحافة المكتوبة أو الإلكترونية فلا ثقافة بدون إبلاغ وتعبير، ولا إعلاما جيد دون ثقافة تآزره³.

ب- خصائص الإعلام الثقافي:

2- المجال الثقافي: إن مجال الإعلام الثقافي المتخصص هو المجال الثقافي، المفهوم العلمي للثقافة واسع وعريض، يجعل الثقافة تعني كل ما أضافه الإنسان إلى الطبيعة من فكر وعلم وبناء... الخ.

ولكن المفهوم الأكثر استخداما وانتشارا، يكاد يقصر الثقافة على فعاليات محددة من الأدب والفن والمسرح والموسيقى و يعكس تطور المجال الثقافي في المجتمع درجة تطور هذا المجتمع، وتزداد أهمية المجال الثقافي

¹ إسماعيل إبراهيم، الصحفي المتخصص، القاهرة، دار الفجر للنشر والتوزيع، ط 1، 2006، ص 13.

² فاروق أبو زيد، مرجع سابق، ص 16.

³ أديب حضور، الإعلام المتخصص، دمشق: دار النشر والتوزيع، ط 2، 2005، ص 63.

في المجتمع بازدياد مستوى التطور الحضاري لهذا المجتمع، وهذا ما يؤكد حقيقة أن المجال الثقافي بكل ما فيه من أحداث وظواهر وتطورات يوجد في علاقة تفاعلية بالغة التشابك والتعقيد مع المجالات الأخرى الاجتماعي الاقتصادية والسياسية في المجتمع، يرتبط ظهورا لشأن الثقافي في حياة الفرد والمجتمع ويبدأ المجال الثقافي في التمايز عن غيره من المجالات، بانتشار التعليم في المجتمع، وارتفاع المستوى المادي للفرد والمجتمع، ومقدرة النظام على حل المشاكل المعيشية للمواطنين، وظهور الجوانب المختلفة من الإبداع الثقافي وتنوعها، وتوفير مستلزمات الإنتاج الثقافي، واتساع الشرائح الاجتماعية المختلفة المعنية بالشأن الثقافي، وظهور الكوادر الإبداعية والفنية العاملة في المجال الثقافي، وظهور وسائل نقل النتاج الثقافي ونشره وترويجه، وهكذا وفي مرحلة معينة من تطور المجتمع تتكسد التحولات الثقافية وتتجمع تراكميا، وفي مستوى معين من تراكمها، تؤدي إلى تبدل نوعي يبشر بتحول ثقافي إنتاجا وتوزيعا وتلقيا إلى حاجة عندئذ، يتحول المجال الثقافي إلى حياة ثقافية بالغة الخصب والغنى والتنوع.

2- الموضوع الثقافي: يمتلك الموضوع الثقافي خصائص مميزة، أبرزها:

- أ- الموضوع الثقافي الغير ملموس، بل هو أقرب إلى التجريد والتنظير.
- ب- موضوع غير مرتبط بالهموم المعيشية المادية اليومية للفرد والمجتمع.
- ج- موضوع نخبوي بالرغم من الاتساع النسبي لدائرة المهتمين به¹.
- د- موضوع يتضمن ويتطلب قدرا كبيرا من الإبداع.
- هـ- موضوع مفتوح لقاعات متعددة ومختلفة.
- و- موضوع يتميز بقوة حضور العامل الذاتي فيه.
- ز- موضوع تتطلب معالجته لغة ذات مستوى أعلى وارفح.
- ح- موضوع يقدم لقارئه متعة وفائدة.
- ط- موضوع لا تطرح الأمور فيه مباشرة، وهذا ما يجعله مناسبا لطرح أفكار يتعذر طرحها مباشرة في مجالات أخرى.
- ي- موضوع لا يصدر أوليات السلطة والرأي العام، ولذلك فإن حساسيته أقل، والرقابة عليه أضعف، وهامش حرية التعبير فيه أوسع.

3- الحدث الثقافي: تنعكس خصائص المجال الثقافي وسمات الموضوع الثقافي على الحدث الثقافي، وتجعله مختلفا عن نظيره في المجالات الأخرى وبالمزايا التالية:

- 1- الحدث الثقافي هادئ، وتطوره بطيء، وإيقاعه ليس سريعا.
- 2- مصادر الحدث الثقافي نجدها غالبا غير رسمية.
- 3- رجال الأدب والفن والموسيقى من الشخصيات الواجب توفرها في الحدث الثقافي لخلق مجال الثقافي.
- 4- الحدث الثقافي عبارة عن عملية كاملة، تستدعي معالجتها وفهمها ضمن السياق العام.

¹ أديب حضور، مرجع سابق، ص 65-66.

- 5- الحدث الثقافي عميق والتعامل معه أعمق ولا يتم ذلك إلا من خلال رؤية واضحة من كل الجوانب.
- 6- ضخامة الحدث الثقافي وحدود آثاره المتوقعة ونتائجه الملموسة محدودة ومتواضعة.
- 7- تسييس الحدث الثقافي قد يؤدي إلى بروزه، ولكنه يفقد مضامينه الثقافية.
- 8- غالبا ما يكون الحدث الثقافي وخاصة في البلدان النامية هو الذي يسعى إلى المتلقي ونادرا ما يكون المتلقي هو الذي يبحث عن الحدث.

الجمهور الثقافي: تعيد إشكالية مفهوم الجمهور الثقافي طرح الأسئلة الأساسية المتعلقة بالثقافة وأنواعها. ومع ذلك يمكن تحديد أبرز سمات الجمهور الثقافي على النحو التالي:

أ- كيميا: القول الشائع أن الجمهور الثقافي ضيق ومحدود، يخفي التمايز العميق المتعلق بتصنيف الثقافة، إن جمهور الثقافة المثقفة، بمعنى الثقافة الرفيعة، نخي وضيق بالتأكيد، ولكن جمهور الثقافة الفرعية، بمعنى الثقافة المختصة بمجال محدد أو بفتحة عرقية أو قومية معينة داخل المجتمع، هو جمهور أوسع نسبيا من جمهور الثقافة المثقفة في حين أن جمهور الثقافة الشعبية أو الجماهيرية بمعنى الثقافة التي تروجها أساسا وسائل الإعلام الجماهيري، هو بالتأكيد جمهور واسع كما أن التقييم الكمي للجمهور الثقافي مسألة مرتبطة أساسا بالمستوى الحضاري أو الثقافي جزء منه، للفرد والمجتمع، وبمستوى تطور وغنى الحياة الثقافية في المجتمع، وبمستوى توفر وطريقة توزيع وسائل إنتاج الثقافة وترويجها.

ويرتبط المعيار الكمي للجمهور أيضا بنوعية النشاط الثقافي لجمهور الأوبرا والبالية والموسيقى السيمفونية يختلف عن جمهور السينما والتلفزيون والأغنية، كما يرتبط بمستوى الوسيلة الإعلامية المتخصصة وشخصيتها جمهور المجلة المتخصصة بالأبحاث والدراسات السينمائية يختلف عن جمهور المجلة العامة المختصة في المجال السينمائي.

ب- نوعيا: يمكن القول وبقدر قليل من المجازفة أو عدم الدقة، أن الجمهور الثقافي نوعي، بمعنى انه أرفع وأرقى مستوى، وأكثر اهتماما وجدية، ولكن وكما أشرنا سابقا، يجب عدم أخذ ذلك بالمطلق، يرتبط بمفهوم نوعية الجمهور الثقافية، كما هو الحال في مفهوم كميته، بتحديد نوعية الثقافة التي يتم الحديث عنها. لقد استطاعت الثقافة الجماهيرية، التي طورتها ونشرتها صناعات ثقافية لم تعرفها البشرية من قبل، أن تشكل تحديا من الصعب مواجهته. بمفهوم النوعية الكلاسيكي في المجال الثقافي¹.

ثمة ارتباط وثيق بين النوع والكم، كلما زاد الكم انخفض النوع وهذه المسألة تتوقف كما أشرنا سابقا على نوعية الثقافة ونوعية الوسيلة ونوعية النشاط الثقافي.

ج- نقدي: يتميز الجمهور الثقافي بمستواه التعليمي والثقافي والحضاري المرتفع نسبيا، كما يتميز بخبرته الاتصالية الأكثر غنى، وبمستوى مرتفع من الاهتمام والمتابعة والنظرة الجدية، توفر هذه السمات أساسا لموقف نقدي يتميز به الجمهور الثقافي غالبا، وبالتالي يصبح من الصعب إرضاء هذا الجمهور أو إقناعه، انه جمهور يتميز غالبا بالإيجابية والمبادرة.

¹ أديب حضور، مرجع سابق، ص 67-68.

د- مزاجي: يتميز المبدع عموماً فني والثقافي و خاصة في المجال الفني والثقافي بقدر كبير من الذاتية والمزاجية، ومن المؤكد أن درجة ما من هذه السمة تسود في أوساط الجمهور المثقف، عملاً بالقول: أن كل مثقف هو مبدع أو مشروع مبدع.

ه- منحاز: ويتميز في الأعم والأغلب، الجمهور الثقافي بقدر من التحيز، الذي قد يصل أحياناً إلى درجة التعصب، نادراً ما تسود النظرة الموضوعية أو حتى المحايدة أو غير المنحازة في المجال الثقافي، وغالباً ما يكون المهتم بالشأن الثقافي منحازاً لمدرسة معينة أو لاتجاه معين أو حتى لمبدع معين، وهو كثيراً يبحث عما يدعم انحيازه ويعززه، ويتعدى عما يطلب منه إعادة النظر في موقفه المتحيز، أو تغيير موقفه واتجاهه.

5- الكادر الإعلامي المتخصص: يعكس تطور الكادر الإعلامي الثقافي المتخصص، كما تعكس نوعيته وبنيتها، مجمل التطور الحاصل في الحياة الثقافية، ودرجة نضج الحياة الثقافية في المجتمع وغناها، في ضوء ذلك، يمكن القول أن هذا الكادر عرف ثلاث مراحل رئيسية في مسيرة تطوره وهي:

1- مرحلة البدايات الأولى، التي تميزت بفقرة الحياة الثقافية ومحدوديتها، وبضعف المعالجة الإعلامية لها في تلك الفترة كانت المواد الثقافية قليلة الشأن في وسائل الإعلام، وكان الكادر الصحفي العادي غير المتخصص، هو الذي يقوم بهذه التغطية.

2- مرحلة سيطرة الأدباء على الإعلام الثقافي المتخصص، حين بدأت الحياة الثقافية، تعرف قدراً من التطور والنضج، مع انتشار التعليم، وفي سياق التطور العام الحاصل وظهور الاهتمام بالشأن الثقافي ومعني به، بدأت وسائل الإعلام المختلفة تخصص له زوايا وأركان وحتى صفحات، كما بدأت تظهر المجلات الثقافية الأسبوعية والشهرية وفيما بعد أخذت الإذاعة، وبعدها التلفزيون يخصصان برامج متخصصة بالقضايا الثقافية، كان واضحاً في هذه المرحلة أن معظم المكلفين بتحرير المواد الثقافية في وسائل الإعلام كانوا أدباء مبدعين على هذا القدر أو ذاك من الشهرة الإعلامية¹.

كانت المواد الثقافية قليلة الشأن في وسائل الإعلام، وكان الكادر الصحفي العادي غير المتخصص، هو الذي يقوم بهذه التغطية.

3- مرحلة سيطرة الإعلامي المثقف: وهي مرحلة تمتاز بالتطور المناسب لتقديم معالجة متوازنة والرقى والنضج في الحياة الثقافية المحلية، الإقليمية، العالمية، ومن تطور المدرسة الإعلامية وتميز الإبداع الإعلامي كفاعلية مختلفة عن الإبداع في مجال الأدب والثقافة والفن، بات واضحاً أن الإعلام الثقافي بحاجة ماسة لممارسته وقيادته، وفق خصائصه الإبداعية، إلى إعلاميين متخصصين في مجال الثقافة، وليس إلى أدباء وذلك نظراً للاختلاف الجذري بين المجالين والاختصاصين، شأنه في ذلك شأن المجالات الأخرى السياسية والاقتصادية والرياضية.

ما هي الشروط التي يجب توفرها في الكادر الإعلامي الثقافي المتخصص؟

أ- يجب أن يكون الكادر الإعلامي الثقافي المتخصص مؤهلاً تأهيلاً إعلامياً عاماً أو متخصصاً في وسيلة إعلامية معينة "صحافة إذاعة تلفزيون... الخ".

¹ أديب حضور، مرجع سابق، ص 72.

ب- يجب أن يكون هذا الكادر مؤهلاً تأهيلاً ثقافياً عاماً أو متخصصاً في مجال أو جانب ثقافي معين "مسرح، سينما، نقد، أدب... الخ".

ج- يجب أن يفهم هذا الكادر الحياة الثقافية في ضوء الفلسفة العامة التي تبناها المجتمع.

د- يجب أن يفهم هذا الكادر الإستراتيجية العامة للوسيلة الإعلامية التي يعمل بها، ويعرف كيف يعكسها ويطبّقها في المجال الثقافي.

هـ- أن يكون قادراً على أن يجسد هذه الإستراتيجية ويترجمها إلى سياسات وخطط وبرامج عمل تشمل الجوانب المختلفة من الحياة الثقافية¹.

المبحث الثالث: علاقة الإعلام بالثقافة.

إذا عدنا إلى الوراء قليلاً حيث التحديد لمفهوم الإعلام والثقافة وجدنا أنه لا يمكن تصور الثقافة بدون تعبير أو إبلاغ إذ يلاحظ أن أي ثقافة كانت لا وجود لها إذا لم توازرها أجهزة الإعلام، كما أنه لا سبيل أمام أجهزة الإعلام إلى النجاح بدون زاد ثقافي يشد اهتمام الجمهور إليها ويسمح لها بإبلاغ رسالتها في مختلف المجالات.

وأجهزة الإعلام هي التي يوكل إليها مساعدة الثقافات على التلاحق وتزويدها بالهواء النقي الذي يقيها شر الاختناق وهي في الوقت نفسه مطالبة بوقاية هذه الثقافات من العواصف الهوجاء والتيارات الهدامة، إذ لا تخفى علينا اليوم تلك التحديات الخطيرة والمخاطر الجسيمة التي تحيط بالثقافة، لا في الدول النامية فحسب بل حتى في الدول المتقدمة.

1- وكما أن كل ارتباط في مستوى الجهاز العصبي يؤثر في الشخصية مهما تكون قوتها، فإن كل ما يتصل بتدفق الإعلام له انعكاسات على نظرة الفرد إلى مقومات المجتمع الثقافية التي يستمد منها أصوله ويثبت بها انتسابه إلى هذا المجتمع².

هذا وإذا كانت هناك مجموعة من الوظائف للإعلام فإن من أهم هذه الوظائف التثقيف والتربية بمعنى مساعدة الإنسان الفرد والأجهزة المجتمعية المسؤولة عن الثقافة والتعليم وذلك بنشر المعرفة على أساس تفتيح الأذهان وتكوين الشخصية وشحن الكفاءات وتنمية الذوق وتهذيبه، وتمكين الإنسان على مدى العمر من المحافظة على مقدره استيعاب كل ما ينمي طاقاته ويوسع آفاقه ويشبع تطلعه إلى الخير والجمال.

إذا من واجبات الإعلام واجب تثقيفي وواجب تربوي وتعليمي، فهو يخاطب عقول الجماهير لا غرائزها، إن من بين الأهداف الثقافية للإعلام تنمية الفكرة وتنمية التفكير الناقد حيث يقدم الإعلام للجماهير أخباراً أو معلومات هدفها زيادة المعرفة والإقناع والتفاهم والإعلام بالإضافة إلى ما سبق عامل أساسي في نشر الأفكار العصرية وإشاعة المعلومات الحديثة المتصلة بالتقدم العلمي والتكنولوجي، ويسهم الإعلام كذلك، أو

¹ أديب حضور، مرجع سابق، ص 73.

² غريب عبد السميع، الاتصال والعلاقات العامة في المجتمع المعاصر، الإسكندرية، مؤسسة شباب الجامعة، 2002، ص 82.

يجب أن يسهم بصفة خاصة في نحو الأمية ويلعب الإعلام ووسائله دورا هاما في إكمال تثقيف الذين يتزكون التعليم الرسمي في سن مبكرة المتسربين من التعليم الأساسي لأي سبب من الأسباب.

فوسائل الإعلام إحدى المؤسسات التربوية المكتملة لدور المدرسة خاصة في وظيفتي التثقيف والنشأة الاجتماعية شأنها في ذلك شأن المنزل ودور العبادة.

فالعلاقة بين وسائل الإعلام والثقافة، هي علاقة تفاعلية وكذلك علاقة تواصل، فالإعلام بالنسبة للثقافة هو " مجرد امتداد ودعم لنشاطها وقدراتها، لا أن يكون بديلا عن ذلك النشاط أو تلك المقدرات، فان أهم أهداف الثقافة هو اكتساب وتوظيف الذاتية الثقافية الممولة، من قبل وسائل الإعلام، حيث أن التدفق الإعلامي اليوم يكاد يكون وحيد الطرف، يأتي من العالم المتقدم إلى العالم النامي يسير في العالم المتقدم نفسه، الأمر الذي يهدد الثقافة الفرعية، لذا فان الحفاظ على الثقافة وتمييزها، يتطلب جهدا ذاتيا لتثقيف العامل على توصيلها من خلال وسائل الإعلام وبالتالي فان أجهزة الإعلام، باتت العنصر الأهم في عملية نشر وتعزيز الثقافة داخل أي مجتمع، وتقديم الفكر التنويري وسط أفرادها وهذه يمكن تحقيقها إذا توفر شرط أساسي وهو الحرية الإعلامية، فبدون حرية إعلام حقيقية ولا حرية ثقافية، وأن النمو الثقافي لن يكون له، إذا انعدمت الحرية الإعلامية.

وكما تطرقنا سالفًا للعلاقة بين الإعلام والثقافة نتوجه بدورنا إلى العلاقة بين وسائل الإعلام والثقافة فالعلاقة بينهما علاقة تفاعلية بحيث تقوم وسائل الإعلام بضخ مضامينها، كمنتجات موجهة إلى الاستهلاك الجماهيري، وأصبحت تفرض نفسها إلى جمهور المتلقين، وباتت هذه العلاقة تشكل قيما تؤثر على المتصلبين. أي حظ من النجاح، لأن الامتيازات الفكرية الجديدة، وتأثيرها على المجموعة البشرية لا تنتشر حينئذ إلا بمقدار ضئيل وينعكس هذا الوضع بالتالي، على كل الإنتاج الثقافي والإبداع في مجال الفن والأدب والرسم والنحت ويكون مال هذا الإنتاج الثقافي الفناء والاندثار.

وعلاقة الإعلام بالثقافة هي في جوهرها "علاقة النوع بالكل"، إلا أنهما كثيرا ما يتداخلان إلى حد التطابق، يشهد على ذلك التداخل الشديد بين السياسات الثقافية.

فالإعلام هو الجانب التطبيقي المباشر للفكر الثقافي والسياسة الثقافية، فهو بجانب كونه تجسيدا للثقافة العامة، فهو يجسد أيضا نافذة تطل على ثقافة خاصة.

إذا هناك علاقة وثيقة بين الإعلام والثقافة، فالإعلام يقدم خدمة كبيرة للثقافة ويسمح لها بالانتشار وسط المجتمع، وأصبح عنصرا أساسيا في العملية التثقيفية والتربوية¹.

يعود الارتباط الوثيق بين الإعلام والثقافة إلى اعتبارات موضوعية وذاتية في المجالين، فرضت هذا النوع من التفاعل والاعتماد المتبادلين فكل واحد منهما لديه دوافع تربطه بالآخر وهي كالتالي:

¹ صالح الأصبغ، تحديات الإعلام العربي، دار الشروق، ط1، عمان، 1999، ص 55.

أ-دوافع الإعلام:

1- إن الإعلام المسكون بالإبداع التفاعلي مع الواقع الموضوعي، والمنهمك في رصد متغيرات هذا الواقع ومواكبتها وجد نفسه طرفا معنيا بالحياة الثقافية المتزايدة التطور والغنى، ولاعبا رئيسيا في الشأن الثقافي، الذي يزداد أهمية ونفوذ وجماهيرية وقوة تأثير.

2- أدرك الإعلام باعتباره فعالية غائية وهادفة، مقدرة النتاج الثقافي، بما يمتلكه من خصائص ومميزات، على الوصول والتأثير، كما أدرك مقدرة العمل الثقافي على الإسهام في تكوين الأنساق المعرفية والقيمية والسلوكية للفرد والجماعة فاندفع صوب المجال الثقافي أمل ملاقاته، ومعالجته والاستفادة منه في تحقيق مشروعه الفكري والإيديولوجي.

3- أدت التطورات المسارعة في المجال الثقافي، وما أدت إليه من تنوع وغنى في الحياة الثقافي إلى ظهور جمهور ثقافي يتميز بقدر كبير من الفاعلية الفكرية والمعرفة الاجتماعية، وبمستوى اقتصادي واجتماعي مرتفع، وبضخامة واتساع كبيرين لم يتردد الإعلام الثقافي في السعي للوصول إلى هذا الجمهور من أجل زيادة انتشاره.

4- أدت التطورات العاصفة في مجال الإعلام إلى تزايد أهمية الدور الذي تلعبه وسائل الإعلام الجماهيرية في مجالات الحياة كافة، وقد انعكست هذه الأهمية في المجال الثقافي على النحو التالي:

-أحدثت وسائل الإعلام الجماهيرية ما أصبح يعرف بـ "الثورة الرابعة" التي أحدثت تغييرات جذرية في الثقافة، وفي سبل الحصول عليها.

-أوجدت وسائل الإعلام الجماهيرية ثقافة خاصة بها هي "الثقافة الشعبية" أو الجماهيرية، وأسهمت في الانتقال من ثقافة النخبة وفنونها وآدابها إلى ثقافة الجماهير وفنونها وآدابها.

-أصبحت وسائل الإعلام الجماهيرية الناقل الرئيسي للثقافة، ولم يعد النقاش يدور حول دور هذه الوسائل في نشر الثقافة، بل حول كيفية الاستفادة من خصائص هذه الوسائل وتوظيفها في خدمة الثقافة.

-أحدثت وسائل الإعلام تغييرا جذريا في مفهوم الجمهور والمتلقي.

ظهر المتلقي المتوسط أو العادي، أصبح القارئ العادي هو قارئ الصحافة الثقافية، نشأت القراءة الجماعية، أصبح القارئ العادي هو السيد الجديد للمجتمع الجماهيري¹.

ب-دوافع الثقافة:

1- وجدت الثقافة الباحثة عن الانتشار، ضالتها في وسائل الإعلام الجماهيرية التي أصبحت قوية الحضور وبالغة النفوذ والتأثير في حياة الفرد والمجتمع، من أجل زيادة تأثيرها وتعميق نفوذها.

2- لم تستطع الثقافة تجاهل مغزى التطورات الموضوعية الحاصلة ودلالاتها، ثمة واقع جديد أخذ يفرض ثقافة جديدة، الثقافة المثقفة (الرفيعة)، لم تعد هي الشكل الأوحده، وربما الأمثل للثقافة المجتمع الجماهيري والإعلام الجماهيري أحد معطياته الهامة، يفرض ثقافته وفنونه وآدابه، تبرز بقوة غير مسبوقه الفنون والآداب الجماهيرية المسرحية، الرواية، الفيلم الأغنية، الرقص، الدراما التلفزيونية... الخ، تجعلها وسائل الإعلام الجماهيرية الخبر

¹ أديب حضور، مرجع سابق، ص 73.

اليومي للجماهير، وتصبح قوية النفوذ والفعالية والتأثير في أوساط الجماهير، أصبحت هذه الفنون اختصاصا متميزا، ولكن ليس بالضرورة منفصلا، ولم يعد ممكنا تجاهل هذه الفنون، كما لم يعد مقبولا التعالي عليها من فوق حصون الثقافة الرفيعة، بل أصبح المطلوب ملاقاتها، والتعامل معها، ومتابعتها، ونقدها، وبالتالي عدم الغرق فيها، وعدم الاستسلام لاندفاعاتها، وإنما العمل الثقافي الإعلامي المنهجي من اجل رفع مستواها، وتعميق مضامينها، وتضييق الفجوة القائمة بينها وبين الثقافة الجادة والرفيعة¹.

شكلت مجمل هذه التطورات الموضوعية الأساس الصلب الذي قامت عليه هذه الثقافة الوثيقة بين الثقافة والإعلام، ونرى ضرورة أن يقوم الإعلام الثقافي المتخصص ويمارس فعاليته.

ويبلور شخصيته على هذا الأساس وضمن إطاره، إذ لم يعد من الممكن تصور ثقافة بدون إعلام جماهيري، كما لم يعد بالمقابل تصور إعلام جماهيري بدون ثقافي، إن واجدة من سمات عصرنا تتمثل في تطور العلوم والممارسات في الهوامش وعلى التخوم الفاصلة بين العلوم والفعاليات، وهذا ما يفسر ظهور الإعلام الثقافي المتخصص إلى آفاق غير مسبوقة، تتمثل في ظهور المنظومة الإعلامية الثقافية المتخصصة، التي تظم الصفحات الثقافية في الصحف اليومية والمجلات الأسبوعية، وفي المجلات والجرائد الثقافية الأسبوعية والشهرية، وكذلك في البرامج الإذاعية والتلفزيونية المتخصصة في المجال الثقافي².

المبحث الرابع: وظائف ودور الإعلام الثقافي.

1-التثقيف والتربية: وتتعلق هذه الوظيفة بنشر المعرفة، على أساس تفتيح الأذهان، وتكوين الشخصية، وشحن الكفاءات، وتنمية الذوق وتهذيبه، وتمكين الإنسان على مدى العمر من المحافظة على مقدرته استيعاب كل ما ينمي طاقاته ويوسع آفاقه ويشبع تطلعه إلى الخير والجمال.

2-النهوض بالإنتاج الفكري: وهذه الوظيفة تعني نشر الإنتاج في مجال الآداب والفن والابتكار الفكري واليدوي بصورة عامة، ويتمثل ذلك خاصة في إبراز الإنتاج البشري، بكل أوجهه الفكرية والفنية والمادية ونشره وتوزيعه على أوسع نطاق من البشر.

1-تفجير الطاقات الخلاقة الكامنة في الأشخاص، والمجموعات، وتمكينها من الإسهام في إعداد الرسالة الثقافية، وإبلاغها للجماهير³.

2-تهذيب الذوق العام، ودفع الجماهير إلى التفاعل مع الإنتاج الفكري، والإبداع الفني.

3-تناول التراث بين الأجيال وجعله السراج الذي ينير حاضرنا، ويصل بين ماضينا ومستقبلنا.

4-ضمان الأمن الثقافي للمجتمع، حتى لا يكون ضحية الغزو الأجنبي الفكري.

ومن هذا العرض يتبين لنا أن دور وسائل الإعلام الجماهيرية، لا تقتصر فقط على نشر وترويج الثقافة بين أفراد المجتمع، بل تتجاوز ذلك لتساهم في عملية الابتكار.

¹ أديب حضور، مرجع سابق، ص 75.

² صالح الإصبع، مرجع سابق، ص 58.

³ أديب حضور، مرجع سابق، ص 76.

كما أنها تساعد على دعم المواقف أو التأثير فيها، وعلى توجيه مناهج السلوك، وتحقيق التكامل الاجتماعي، كما أن لها الدور في تنظيم الذاكرة الجماعية للمجتمع، وخاصة جمع المعلومات واستخدامها¹. وترتكز الدول النامية كثيرا على وسائل الإعلام، في تطوير ونشر الثقافة المحلية بين عموم الشعب، مستعينة في ذلك بالبرامج الثقافية الإذاعية والتلفزيونية والصحافة المكتوبة، غير أن للبرامج الثقافية ذات التوجه التنموي دورا مهما في تنمية الوعي لدى الغالبية ومن مواطني الدول، على اعتبار أن الغالبية، تتصف بقلّة المعلومات والثقافة الأمر الذي يجعل من الدور الذي تقوم به الواسيلتين، الإذاعة والتلفزيون، دورا حيويا في الأخبار والمعلومات والمعارف في مجالات التعليم والصحة.

وهو ما تقوم به البرامج الثقافية التنموية والإرشادية، والبرامج الأدبية والعلمية والتاريخية والاجتماعية، فوسائل الإعلام أهميتها القصوى في تثقيف المجتمعات، خصوصا المجتمعات المتخلفة أو النامية أو السائرة في طريق النمو للتأثير الكبير عليها².

المبحث الخامس: واقع الإعلام الثقافي في الجزائر.

قبل التطرق إلى واقع الإعلام الثقافي في الجزائر ارتأينا أن نعرض على واقع الثقافة بصفة عامة في الجزائر وحاضرها ومستقبلها والأسباب التي جعلت الثقافة في الجزائر مهمشة قبل التكلم عنها من الناحية الإعلامية، وقد لخصناها في هذه الأسباب التالية:

- فقدان حرية التعبير بالإذاعة والتلفزة والصحف والطبع والنشر كلها بأيدي السلطة، بل إن جميع وسائل الثقافة ومراكزها تحت تصرفها وتوجيهها، إما أن نبحت في العصور الغابرة وفي شؤون أهلها بحثا تقليديا، دون ربط الأسباب بالمسببات ودون مقارنة عوامل الماضي بعوامل الحاضر، وإما إن تهدف إلى إطراء سياسة السلطة وتعيدها للجمهور بوسائل الإغراء والدعايات، وأما البحث عن مشكلات الحياة والجد في معالجتها عن طريق الانتقاد الصريح والتوجيه المثمر، فلم يجرؤ عليها أي كاتب في قطرنا.

- الستار الحديدي الذي يحول بين سكان الجزائر وشعوب العالم، فلا يجوز لشخص جزائري أن يخرج من قطره إلى قطر آخر، إلا إذا منح رخصة الخروج من طرف السلطات الحاكمة زيادة على جواز السفر ولا يتم ازدهار الثقافة بالانعزال عن العالم قال تعالى: ((وجعلناكم شعوبا وقبائل لتعارفوا)): والانقطاع عن الشعوب والأمم، مشكلة الطبع والنشر وهما في القطر الجزائري نادرا جدا وهما في ندرتهما استيلاء السلطة عليهما استيلاء كليا، فمعظم المطابع جعلتها وقفا على مصالحها الخاصة، وما بقي منها جعلت تحت تصرف "الشركة الوطنية للنشر والتوزيع" وهذه الشركة هي المسئولة الوحيدة عن طبع جميع النتاج الثقافي³.

- عدم اهتمام الحكام بالثقافة وإهمالهم إياها إهمالا يبدوا جليا في عدم اعتنائهم برجال الثقافة وبتنتاجهم.

¹ مصطفى مصمودي، النظام الإعلامي الجديد، الكويت، عالم المعرفة، 1985، ص 203.

² فواز الدخيل، مفاهيم سائدة في وسائل الإعلام، الكويت، المجلس الوطني للثقافة والإعلام، 1997، ص 38.

³ محمد عبد الكريم الجزائري، مرجع سابق، ص 190.

- انحراف التربية والتعليم عن هدفها الأصلي، المتمثل في تقويم الإنسان جسدا وروحا وتغذيته بالأخلاق الحميدة والفضائل النبيلة حتى يصبحوا عضوا مفيدا في المجتمع ويتمثل هذا الانحراف في تقديس المادة، والاهتمام بالشهادات والتناول بالألقاب والولوع بأفكار المنحرفين، وتحبيذ آراء الزائغين، والتنكر للماضي، والسخط على الأجداد، ونبد العادات والأعراف، وغرس بذور الإلحاد.

- إهمال النتاج الثقافي والزهد في مضمونه، فقد أصبحت الكتابات الثقافية زيادة على ندرتها غير مرغوب فيها بجميع الفروع العلمية، فالقراء شغلهم الشاغل المواضيع السياسية والرياضية، يتطلعون عليها في الصحف والمجلات، من أجل الهواية والتسلية.

- تجاهل القيم البشرية، وجعل الناس سواسية من حيث الاعتبار والحظ في هذه الحياة وليس تجميع الحرف والصنائع محددة مع القيمة والفضل والمنفعة، بل لكل صنعة طابعها الخاص ومنزلتها اللائقة... الخ.

هذا بالنسبة لمجمل الأسباب التي جعلت الثقافة مغيبة في الأوساط الاجتماعية وهذا ما انعكس على تناول الإعلام للمواضيع الثقافية كما سنتعرف عليه من خلال واقع الإعلام الثقافي في الجزائر حسب بعض الإعلاميين والمفكرين الجزائريين الذين قاموا بعملية مسح شامل للصحف اليومية والأسبوعية وحتى المختصة، حيث توصلوا إلى إن: الحديث عن الصحافة المكتوبة ونغض الطرف عن الوسائط الأخرى في بلادنا، ونقوم بعملية مسح شاملة للصحف اليومية والأسبوعية، كي نحدد بدقة ماهية الصحف التي تُعطي أهمية للمنتج الثقافي، من ناحية وعمما إذا كانت هناك صحف ما قد خصصت ملحقا ثقافيا أسبوعيا.

واقعيا أصابع الاتهام موجهة لهذه الصحافة المكتوبة سيما المعروفة ذات السحب المرتفع التي اكتفت بالخبر المقتضب للعمل الثقافي، أو الإشارة لإصدار حديث فإن الأمر لا يتعدى الإشارة السريعة التي لا تشبع القارئ، ولا تقنعه بما يحفزه كي يتفاعل مع الحدث الثقافي، أو الإصدار مما يجعله يتوجه إلى التظاهرة الثقافية، أو يتحمس لاقتناء الإصدار.

ما نلاحظه في ساحتنا الإعلامية أن الصحف التي تتفاعل مع الأحداث الثقافية، من خلال إهدائها للقارئ المتلقي أسبوعيا ملفا ثقافيا، ولتكن التسمية ما تكون قد تكون "الدفتر الثقافي" أو "الموعد الأدبي: أو الأثر: أو... هي في مجملها لا تتعدى أصابع اليد، حقيقة ما يدعم هذه الملفات القليلة أن من يشرفون عليها معروفون بحركيتهم الثقافية، وتواجههم على الساحة عمليا وإبداعيا، كما أنها هناك مبادرات جيدة جداً قامت بها صحيفتان إذ أصدرت كلاهما ليس ملحقا ثقافيا أديبا كما قامت به بعض الصحف وهي قليلة، إذ تم كنت هاتان الصحيفتان وبحرفية وتميز من إصدار صحيفة ثقافية متميزة جدا: "المشهد الثقافي" و"الأحرار الثقافي"، وقد سارعت الأقاليم الجزائرية المعروفة، والتي أسست للثقافة الجزائرية المعاصرة، ولا تزال لتغذيتهما بمواضيع جيدة، واستبشر المثقفون خيرا بهذا الإنجاز، إذ لا أن المبادرة توقفت بعد صدور أعداد قليلة، البقية من الصحف بما في ذلك الذائعة الصيت، وذات الانتشار الكبير.

في الداخل والخارج لا تُعطي أهمية للثقافة بنفس الأهمية التي تعطيها للرياضة، أو الجرائم، أو حوادث الطرق، أو حتى أخبار الفنانات صاحبات نجمتين وليس خمس نجوم. مفارقة عجيبة عندما تخصص جريدة

صفحة كاملة، أو ثلثي صفحة لتتبع سفريات الشاب فلان، أو الشاب ع^١ لان، وحفلاته، وتصريحاته، ومعجباته، ومعجبيه، وتجاهل تقديم مسرحية راقية في نصها ومغزاها، وما بذله مخرجها وفنانوها من إبداع ومستوى الانتشاء لدى الجمهور المتلقي، ولا تتعرض لرواية صدرت بالتحليل، والتقدير لمبدعها، أو تحليل مبادرة الأسابيع الثقافية ما بين الولايات التي دخلت عامها الثاني، أو من مكونات المشهد الثقافي الجزائري القارئ الذي لا يكتفي بالأخبار العادية، ويطلب غذاء ثقافيا من حقه أن يغضب عندما لا يجد زاده المعرفي في صحيفته اليومية التي ارتبط بها، وهو يقتنيها يوميا.. هذا القارئ يرى بأن الصحافة الجزائرية في عمومها لا تلبى حاجته المعرفية التثقيفية، فإن هي اقتصرت على الخبر الثقافي السريع.

تحت نحو السطحية وإن هي تعمقت نوعا ما مع هذا الخبر فهو تعمق انطباعي يخلو من العمق والتخصص القيمون على الصفحات الثقافية في بلادنا إلا القليل غير متخصصين، بل منهم المتعاونون، أو المتربصون من طلبة الإعلام، ومنهم غير ذلك متهمون إما بالتحيز لأصدقاء لهم، يروجون لإصداراتهم إن كانوا مبدعين مثلهم، فقد تكون الساحة بها إنتاجات أفضل ولكن يتجاهلون، ولا يشيرون إليها لا من قريب ولا من بعيد، وقد يعطى الاعتبار لهذا العمل أو ذاك الذي تم تجاهله في مرحلة حال توصية قد يتوسط بها أحدهم لدى هؤلاء القيمين.

نلمس هذا التحيز، ونلمس ذلك الإقصاء عندما نجد بعض الأسماء يشار إليها باستمرار، وتغطي نتاجاتها في نفس الصحيفة أكثر من مرة، ولا يشار إلى أخرى وقد يكون الفارق كبيرا بين العاملين مستوى إبداعيا، ومستوى تقنيا. إن الإشكالية هنا هو مكانة الثقافة لدى هذه الصحيفة، أو تلك وهي في مجملها تضع الثقافة في آخر اهتماماتها بدليل أن الصفحات الرياضية لها مكانتها يوميا، بينما الصفحة الثقافية قد تحتفي يوما، أو يومين، أو حتى أكثر، هذا من ناحية، ويتولى هذه الصفحات وكما أسلفنا متعاونون، أو متدربون¹. وقد سنحت الظروف أن نلتقي ببعض هؤلاء القيمين، ونستمع منهم الرد عن السهام الموجهة إليهم، أغلبهم يقرون بما ينسب إليهم من تقصير في تفعيل الصفحات الثقافية، حيث وجهوا بدورهم أصعب الاتهام إلى مالكي هذه الصحف الذين يتعمدون تهيمش الصفحة الثقافية، ويحرصون على العناية الفنية إخراجا وتلوينا وتشويقا للصفحات السياسية والرياضية والفنية. بما يخدم التوجه العام للصحيفة، وبما يتطلبه منطوق السوق من مراعاة الريح والخسارة، على أساس أن جمهور المثقفين جمهور قليل مقارنة مع جمهور الرياضة والفن. ويبدو أن هذا الموضوع شغل العديد في بلادنا من مبدعين وإعلاميين، بحيث كان محور نقاش لندوة احتضنها مؤخرا المركز الثقافي عيسى مسعودي بالإذاعة الوطنية.

إذ أشار أحد المتدخلين إلى جملة من العيوب والنقائص التي تعرفها صحافتنا الثقافية، منها ما يتعلق باللغة ومشكلة التأطير، كما أن بعض أصحاب الصحف لا يعيرون أهمية للصفحة الثقافية، ويفضلون التضحية بها، ويشغلون أصحاب المستوى الضعيف من الصحفيين في الصفحات الثقافية.. بينما اعتبر متدخل آخر أن العديد من الصحفيين الذين يعملون بالأقسام الثقافية بالعالم العربي بما في ذلك الجزائر يجهلون المبادئ الأساسية

¹ www.aladabalarabi.com

للعمل في هذه الصفحات، بينما المطلوب من المشرف على هذه الصفحات، إذا لم يكن مبدعا على الأقل أن يملك قدرا محترما من الثقافة إضافة إلى قدرٍ من الحس القومي رغم أهمية هذه الندوة إلا أنها انفضت دون الخروج بورقة عمل واضحة، وبرنامج مضبوط قابل للتنفيذ تتفاعل معه الصحافة المكتوبة برمتها، أو أغلبيتها في أضعف الإيمان.. برنامج يسهم في تطوير الصفحات الثقافية نحو مهامها الإبداعية في رصد المشهد الثقافي ببلادنا¹.

¹ مرجع سابق www.aladabalarabi.com

الفصل الثالث

عرض وتحليل نتائج الدراسة الميدانية

الخدمات في صحيفة المستقبل العربي الجزائرية
استنتاجات عامة
نتائج الدراسة

الخدمات في صحيفة المستقبل العربي الجزائرية:

تتوفر صحيفة المستقبل العربي الإلكترونية على عدد من الخدمات بأشكال ونسب متفاوتة وقد تم قياس ما تقدمه هذه الصحيفة من خدمات من خلال ما تتيحه لقراءها في صفحاتها الثقافية من تفاعلية ومحركات بحث ووصلات وترجمة أرشيف.

جدول (04): أنواع الخدمات التي توفرها صحيفة المستقبل العربي الإلكترونية

الأرشيف	الوصلات		الترجمة		محرك البحث		التفاعلية								الخدمة					
	خارجية	داخلية	مترجم آلي	نسخة جاهزة	خارجي	داخلي	حوار مباشر	تعليقات	توزيع الإلكتروني	أضف مقال	البريد الإلكتروني	استطلاع الرأي	الصحيفة							
غ	م	غ	م	غ	م	غ	م	غ	م	غ	م	غ	م	غ	م	غ	م	غ	م	الصحيفة المستقبل العربي
	×	×		×	×		×	×		×	×		×	×		×	×		×	

يقدم الجدول رقم (04) أنواع الخدمات التي توفرها صحيفة المستقبل العربي الإلكترونية الواردة في عينة الدراسة والتي سنحاول التعرف على طبيعة توفرها فيما يلي:

التفاعلية:

استطلاع الرأي: نجد أن خاصية الاستطلاع الرأي متواجدة بشكل دائم إذ ما قورنت بخدمات أخرى. البريد الإلكتروني: تتوفر خدمة البريد الإلكتروني بشكل دائم، حيث تتيح هذه الخدمة للقارئ مراسلة الصحيفة.

أضف مقال: لا تتوفر هذه الخدمة لدى صحيفة المستقبل العربي.

التوزيع الإلكتروني: وهي خدمة غير مستعملة إذ لا تقوم صحيفة المستقبل العربي بتوزيع النسخة الإلكترونية.

التعليقات لا تتوفر صحيفة المستقبل العربي الإلكترونية على هذه الخدمة.

الحوار المباشر: وهي خدمة غير متوفرة لدى صحيفة المستقبل العربي الإلكترونية.

الترجمة: وهي خدمة غير متوفرة لدى صحيفة المستقبل العربي الإلكترونية.

الأرشيف: تتوفر صحيفة المستقبل العربي على هذه الخدمة، والتي تقوم من خلالها بوضع جميع أعدادها داخل أرشيف تتيح من خلالها للقارئ تتبع ما فاتته من أعداد.

جدول رقم (05): يوضح التفاعلية في صحيفة المستقبل العربي خلال الفترة 2015/04/07 إلى 2015/04/30

النسبة	التكرار		
100%	1	استطلاع الرأي	تفاعلية سلبية
100%	1	البريد الإلكتروني	
0%	0	أضف مقال	
0%	0	التوزيع الإلكتروني	
0%	0	التعليقات	
0%	0	الحوار المباشر	تفاعلية إيجابية

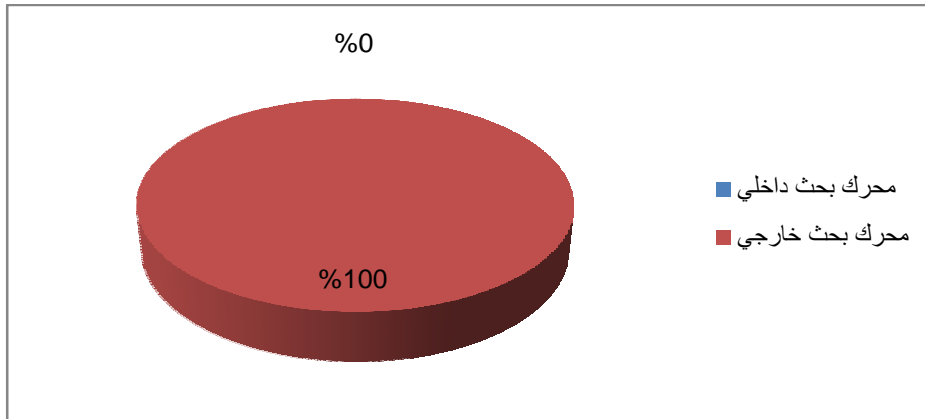
يعتبر البريد الإلكتروني واستطلاع الرأي من أكثر أشكال التفاعلية السلبية توافر على الإطلاق حيث تمثل نسبة 100% في حين تنعدم هذه الخدمة في أضف مقال، التوزيع الإلكتروني، التعليقات، الحوار المباشر.



جدول رقم (06): يوضح أنواع محركات البحث في صفحة المستقبل العربي الإلكترونية خلال الفترة 2015/04/07 إلى 2015/04/30

النسبة	التكرار	
%0	0	محرك بحث داخلي
%100	1	محرك بحث خارجي

تتوفر الصفحة على خدمة محرك البحث الخارجي في حين لا توجد توفر على خدمة محرك البحث الداخلي.



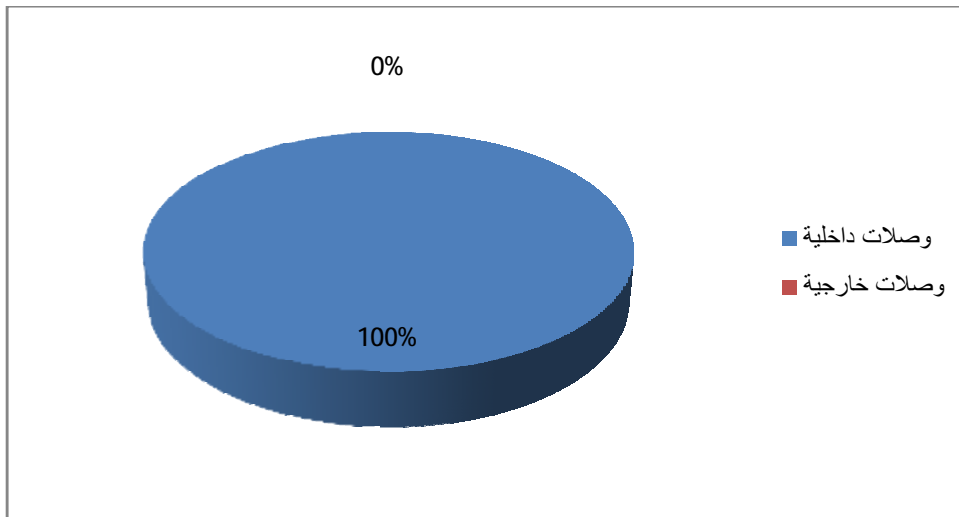
الشكل رقم (01): يمثل أنواع محركات البحث في صفحة المستقبل العربي الإلكترونية



جدول رقم (07): يوضح أنواع الوصلات في صحيفة المستقبل العربي الإلكترونية خلال الفترة 04/07 إلى 2015/04/30

النسبة	التكرار	
%100	1	وصلات داخلية
%0	0	وصلات خارجية

تتوفر الصحيفة على وصلات داخلية وفي نفس الوقت تنعدم فيها خدمة الوصلات الخارجية.



الشكل رقم (02): يمثل أنواع الوصلات في صحيفة المستقبل العربي الإلكترونية



الجدول رقم (08): يوضح أشكال الترجمة في صحيفة المستقبل العربي خلال الفترة 2015/04/07 إلى 2015/04/30

النسبة	التكرار	
%0	0	نسخة جاهزة
%0	0	مترجم آلي

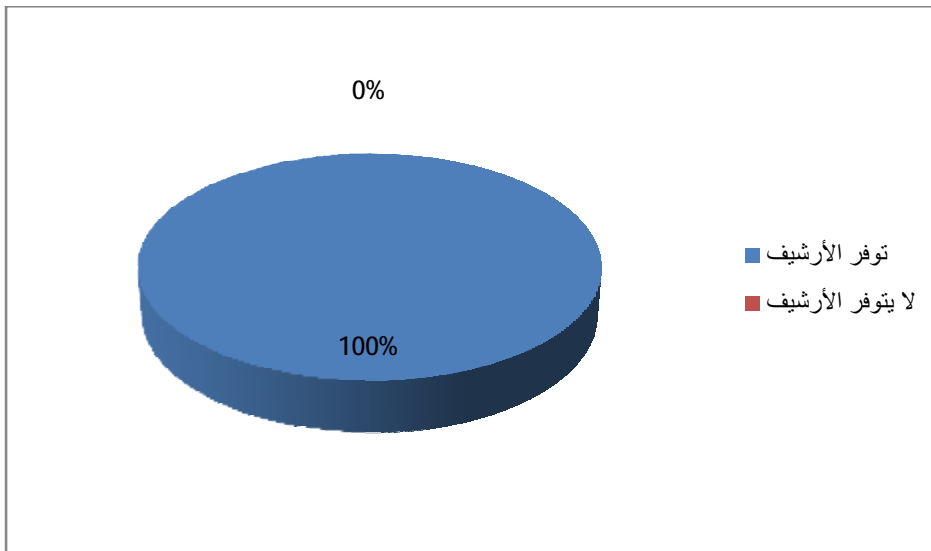
تعدم هذه الخدمة لدى صحيفة المستقبل العربي



الجدول رقم (09): يوضح خدمة الأرشيف لدى صحيفة المستقبل العربي خلال الفترة 2015/04/07 إلى 2015/04/30

النسبة	التكرار	
100%	1	توفر الأرشيف
0%	0	لا يتوفر الأرشيف

تتوفر خدمة الأرشيف على مستوى صحيفة المستقبل العربي بنسبة 100%.



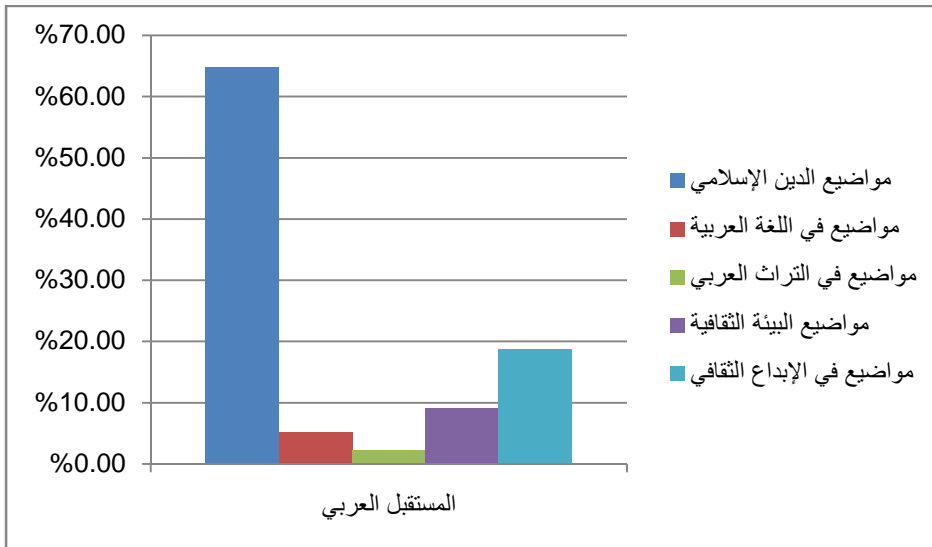
الشكل رقم (03): يمثل خدمة الأرشيف لدى صحيفة المستقبل العربي



جدول رقم (10): يوضح الاهتمامات الثقافية في صحيفة المستقبل العربي الإلكترونية

مواضيع في الإبداع الثقافي		مواضيع البيئة الثقافية		مواضيع في التراث العربي		مواضيع في اللغة العربية		مواضيع الدين الإسلامي		العدد
النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	
18.75%	33	9.09%	16	2.27%	4	5.11%	9	64.77%	114	المستقبل العربي
18.75%	33	9.09%	16	2.27%	4	5.11%	9	64.77%	114	المجموع

يتبين لنا من خلال الجدول رقم (10) الذي يوضح نسبة الاهتمامات الثقافية في صحيفة المستقبل العربي أن الدين الإسلامي استقطب أكبر عدد من المواضيع حيث بلغت نسبة المواضيع الإسلامية 64.77%. تليها نسبة المواضيع في الإبداع الثقافي بنسبة 18.75%. لتليها بعد ذلك مواضيع في التنشئة الثقافية بنسبة 9.09% لتليها في المرتبة الرابعة مواضيع في اللغة العربية لتأتي في الأخير مواضيع في التراث العربي بنسبة 2.27%.



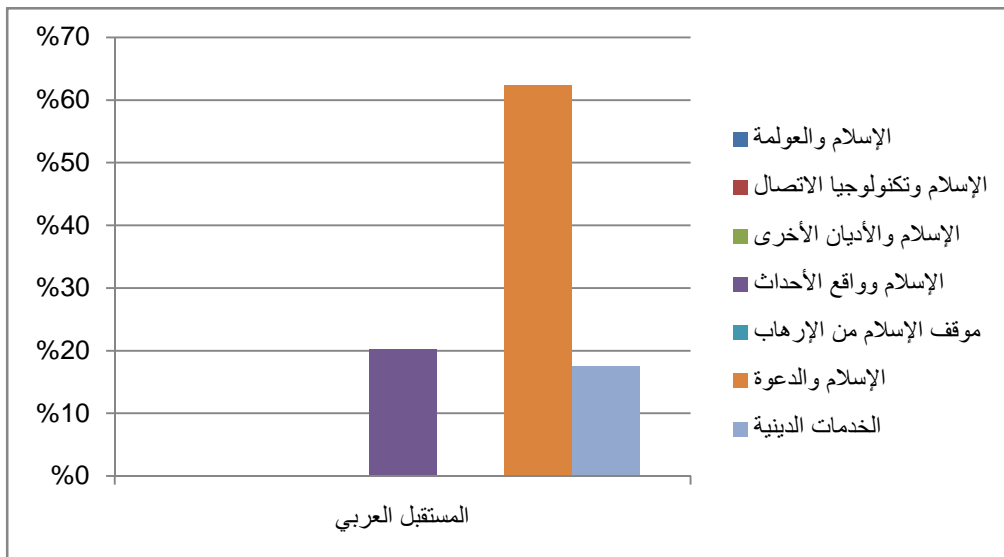
الشكل رقم (04): يمثل الاهتمامات الثقافية في صحيفة المستقبل العربي الإلكترونية



جدول رقم (11): يوضح واقع الدين الإسلامي في صحيفة المستقبل العربي الإلكترونية

الخدمات الدينية	الإسلام والدعوة		موقف الإسلام من الإرهاب		الإسلام وواقع الأحداث		الإسلام والأديان الأخرى		الإسلام وتكنولوجيا الاتصال		الإسلام والعولمة		البعد
	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	
	17.54%	20	62.28%	71	0%	0	20.17%	23	0%	0	0%	0	المستقبل العربي
	17.54%	20	62.28%	71	0%	0	20.17%	23	0%	0	0%	0	المجموع

يتبين لنا من خلال الجدول رقم (11) الذي يوضح نسب أنواع المواضيع التي كتبت في إطار الدين الإسلامي جاءت على النحو التالي حيث احتلت المرتبة الأولى المواضيع المتعلقة بالإسلام والدعوة بنسبة 62.28% لتأتي ثانياً المواضيع المتعلقة بالإسلام مواضيع الأحداث بنسبة 20.17% لتأتي في المرتبة الثالثة المواضيع المتعلقة بالخدمات الدينية بنسبة 17.54% في حين نجد أن الصحيفة لم تعطي أي اهتمام للمواضيع الأخرى والمتمثل في الإسلام والعولمة، إسلام وتكنولوجيا الاتصال والإسلام والأديان الأخرى موقف الإسلام من الإرهاب.



الشكل رقم (05): يمثل واقع الدين الإسلامي في صحيفة المستقبل العربي الإلكترونية

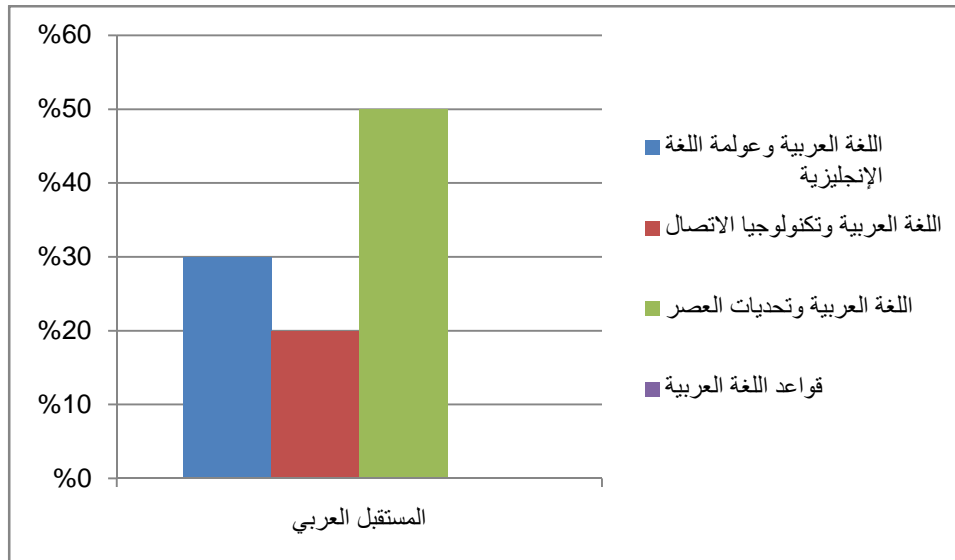


جدول رقم (12): يوضح واقع اللغة العربية في صحيفة المستقبل العربي

قواعد اللغة العربية		اللغة العربية وتحديات العصر		اللغة العربية وتكنولوجيا الاتصال		اللغة العربية وعولمة اللغة الإنجليزية		البعد
النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	
0%	0	50%	5	20%	2	30%	3	المستقبل العربي
0%	0	50%	5	205	2	30%	3	المجموع

يتبين لنا من خلال الجدول رقم (12) الذي يوضح نسب أنواع المواضيع التي صدرت في إطار اللغة العربية من خلال صحيفة المستقبل العربي أن أعلى نسبة جاءت بـ: مواضيع في اللغة العربية وتحديات العصر، لتأتي ثانيا اللغة العربية وعولمة اللغة الإنجليزية بـ 3 مواضيع لتليها بعد ذلك اللغة العربية وتكنولوجيا الاتصال بموضوعين لتأتي في الأخير قواعد اللغة العربية بدون أي موضوع.

وتجدر الإشارة إلى أن مواضيع اللغة العربية لدى صحيفة المستقبل العربي لم تلقى أي اهتمام أو متابعة طيلة مدة الدراسة.



الشكل رقم (06): يمثل واقع اللغة العربية في صحيفة المستقبل العربي

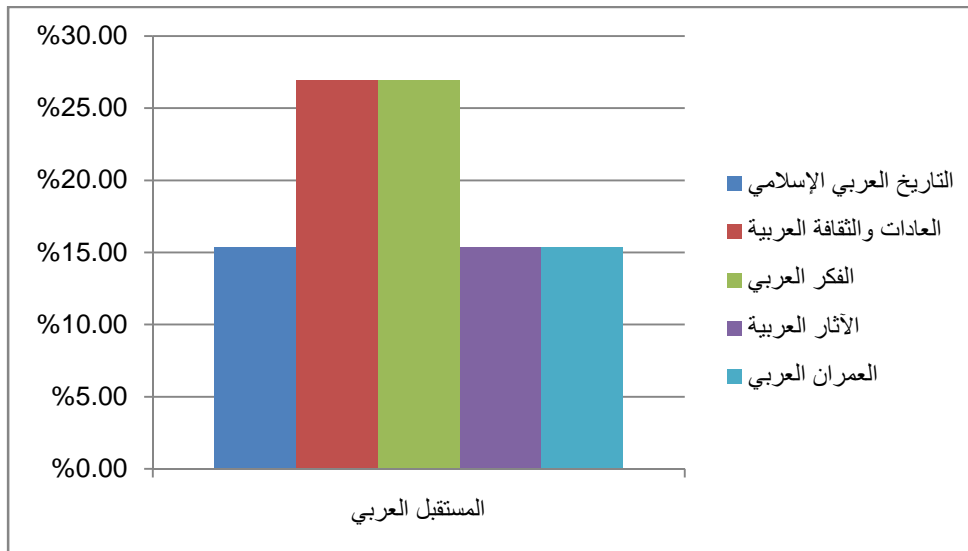


جدول رقم (13): يوضح واقع التراث العربي في صحيفة المستقبل العربي

العمران العربي		الآثار العربية		الفكر العربي		العادات والثقافة العربية		التاريخ العربي الإسلامي		العدد
النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	
٪15.38	4	٪15.38	4	٪26.92	7	٪26.92	7	٪15.38	4	المستقبل العربي
٪15.38	4	٪15.38	4	٪26.92	7	٪26.92	7	٪15.38	4	المجموع

يتبين لنا من خلال الجدول رقم (13) الذي يوضح نسب أنواع مواضيع التراث العربي في صحيفة المستقبل العربي الإلكترونية الواردة في عينة الدراسة أن إجمالي مواضيع العمران العربي توزع بنسب متساوية تقريبا.

حيث نجد أن في المرتبة الأولى مواضيع في العادات والتقاليد و الفكر العربي متساوية بنسبة 7 مواضيع في كل جهة ليأتي الدور على ذلك بالنسبة لمواضيع التاريخ العربي الإسلامي، الآثار العربية، العمران العربي، التي جاءت هي أيضا متساوية بنسبة 4 مواضيع في كل جهة.



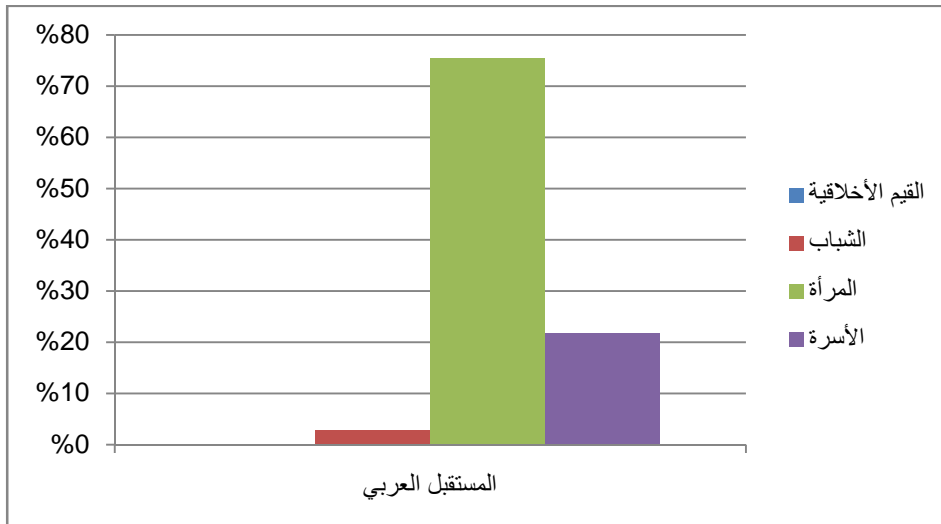
الشكل رقم (07): يمثل واقع التراث العربي في صحيفة المستقبل العربي



جدول رقم (14): يوضح واقع التنشئة العربية في صحيفة المستقبل العربي

الأسرة	المرأة		الشباب		القيم الأخلاقية		البعد
	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	
المستقبل العربي	75.36%	52	2.89%	2	0%	0	
المجموع	75.36%	52	2.89%	2	0%	0	

يتبين لنا من خلال الجدول رقم (14) الذي يوضح نسبة أنواع مواضيع التنشئة الثقافية، أن نسبة المواضيع الأكثر تداولاً هي المتعلقة بالمرأة وحيث جاءت أولاً بنسبة 75.36% لتليها بعد ذلك مواضيع المتعلقة بالأسرة بنسبة 21.37% في حين أن عدد المواضيع المتعلقة بالشباب لم تحظى إلا بموضوعين طيلة فترة الدراسة، أما القيم الأخلاقية فلم يتم التطرق إليها أبداً.



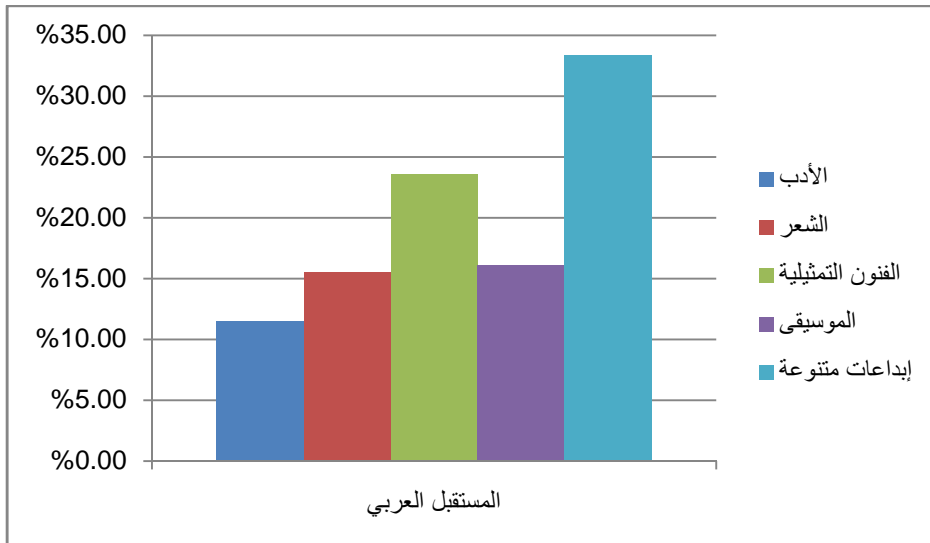
الشكل رقم (08): يمثل واقع التنشئة العربية في صحيفة المستقبل العربي



جدول رقم (15): يوضح واقع الإبداع الثقافي في صحيفة المستقبل العربي

إبداعات متنوعة		الموسيقى		الفنون التمثيلية		الشعر		الأدب		العدد
النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	
33.33%	58	16.09%	28	23.56%	41	15.51%	27	11.49%	20	المستقبل العربي
33.33%	58	16.09%	28	23.56%	41	15.51%	27	11.49%	20	المجموع

يتبين لنا من خلال الجدول رقم (15) الذي يوضح نسب أنواع مواضيع الإبداع الثقافي في صحيفة المستقبل العربي أن الإبداعات المتنوعة تمثل أعلى نسبة بـ 33.33% لتليها بعد ذلك الفنون التمثيلية بنسبة 23.56% لتليها بعد ذلك الموسيقى بنسبة 16.09% ليتجلى لنا من خلال دراستنا أن الصحيفة أوله اهتماما أكبر للجانب الفني في حين جاءت مواضيع الشعر رابعا بنسبة 15.51% لتليها بعد ذلك مواضيع في الأدب بنسبة 11.49%.



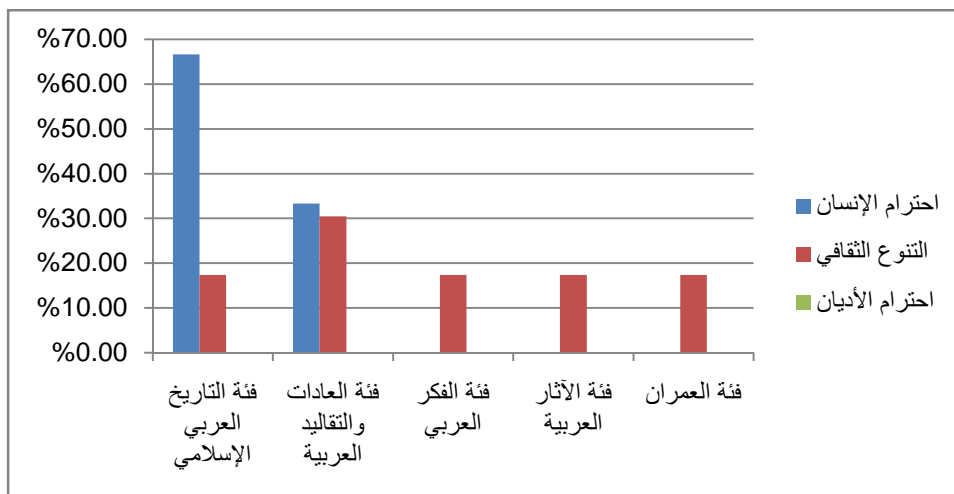
الشكل رقم (09): يمثل واقع الإبداع الثقافي في صحيفة المستقبل العربي



جدول رقم (16): يوضح فئة التراث العربي البعد الإنساني

احترام الأديان		التنوع الثقافي		احترام الإنسان		البعد فئة التراث العربي
النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	
0%	0	17.39%	4	66.66%	2	فئة التاريخ العربي الإسلامي
0%	0	30.43%	7	33.33%	1	فئة العادات والتقاليد العربية
0%	0	17.39%	4	0%	0	فئة الفكر العربي
0%	0	17.39%	4	0%	0	فئة الآثار العربية
0%	0	17.39%	4	0%	0	فئة العمران
0%	0	100%	23	100%	3	المجموع

يتبين لنا من خلال الجدول رقم (16) الذي يوضح لنا نسبة فئة التراث العربي مع البعد الإنساني بأن فئة العادات والتقاليد العربية جاءت أولاً بتكرار وحيد في بعد احترام الإنسان و 7 تكرارات في بعد التنوع الثقافي لتليها بعد ذلك فئة التاريخ العربي الإسلامي بتكرارين (02) في بعد احترام الإنسان و 4 تكرارات في التنوع الثقافي لتأتي ثالثاً كل من فئة الفكر العربي وفئة الآثار العربية وفئة العمران العربي بالتساوي بأربعة تكرارات في بعد التنوع الثقافي بينما يظهر أي تكرار على مستوى بعد احترام الإنسان بينما نجد أيضاً أن بعد احترام الأديان يتطرق إليه من كل الفئات المذكورة سلفاً.



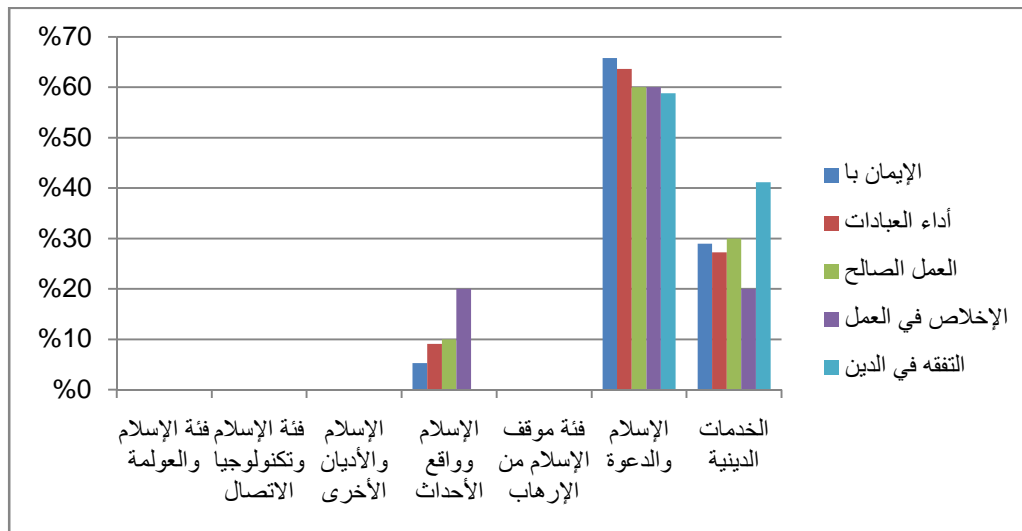
الشكل رقم (10): يمثل فئة التراث العربي البعد الإنساني



جدول رقم (17): يوضح فئة الدين البعد الإسلامي الإيماني

التفقه في الدين		الإخلاص في العمل		العمل الصالح		أداء العبادات		الإيمان بالله		البعد
النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	فئة الدين الإسلامي
0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	فئة الإسلام والعولمة
0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	فئة الإسلام وتكنولوجيا الاتصال
0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	الإسلام والأديان الأخرى
0%	0	20%	3	10%	2	9.09%	2	5.26%	2	الإسلام وواقع الأحداث
0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	فئة موقف الإسلام من الإرهاب
58.82%	10	60%	9	60%	12	63.63%	14	65.78%	25	الإسلام والدعوة
41.17%	7	20%	3	30%	6	27.27%	6	28.94%	11	الخدمات الدينية
100%	17	100%	15	100%	20	100%	22	100%	38	المجموع

يتبين لنا من خلال الجدول رقم (17) الذي يوضح لنا نسبة فئة الدين الإسلامي مع البعد الإيماني في صحيفة المستقبل العربي الالكترونية الواردة في عينة الدراسة بأن فئة الإسلام والدعوة جاءت أولاً في جميع الأبعاد والمتمثلة في الإيمان بالله، أولاً بنسبة 65.78% لتليها بعد ذلك بعد أداء العبادات بنسبة 63.63% ثم جاءت متساوية كل من فئة العمل الصالح والإخلاص في العمل بنسبة 58.82% لتأتي ثانياً فئة الخدمات الدينية حيث جاء البعد الأول المتمثل في التفقه في الدين بنسبة 41.17% ثم جاءت بقية الأبعاد بنسب متقاربة ما بين 20% و 28.94%.

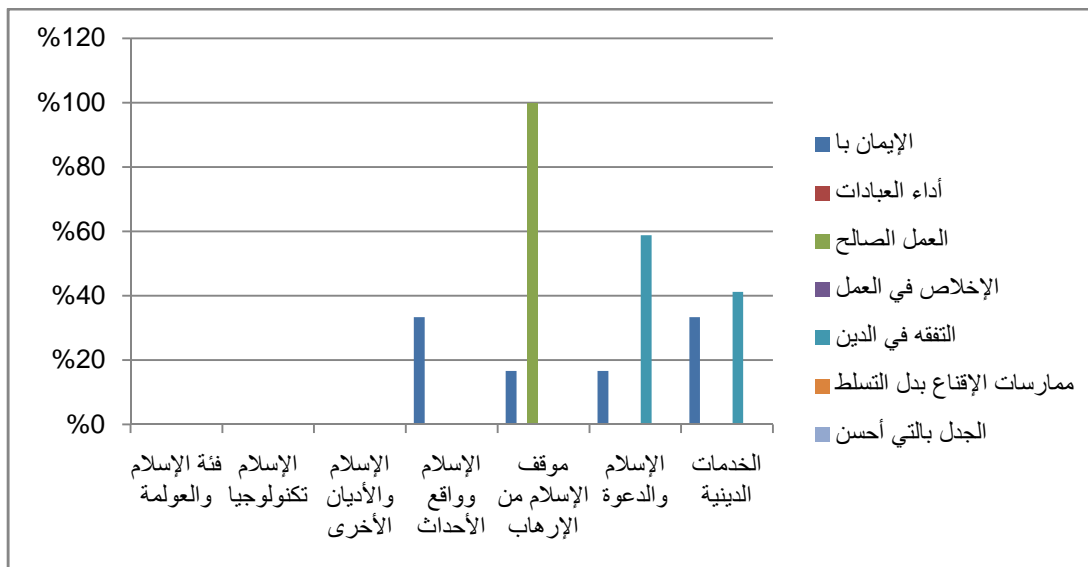


الشكل رقم (11): يمثل فئة الدين البعد الإسلامي الإيماني

جدول رقم (18) يمثل فئة الدين البعد الإسلامي التواصلي

الجدل بالتي أحسن		ممارسات الإقناع بدل التسلط		التفقه في الدين		الإخلاص في العمل		العمل الصالح		أداء العبادات		الإيمان بالله		البعد فئة الدين الإسلامي
النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	
%0	0	%0	0	%0	0	%0	0	%0	0	%0	0	%0	0	فئة الإسلام والعمولة
%0	0	%0	0	%0	0	%0	0	%0	0	%0	0	%0	0	الإسلام تكنولوجيا
%0	0	%0	0	%0	0	%0	0	%0	0	%0	0	%0	0	الإسلام والأديان الأخرى
%0	0	%100	1	%33.33	1	%0	0	%0	0	%0	0	%33.33	2	الإسلام وواقع الأحداث
%0	0	%0	0	%0	0	%0	0	%100	1	%0	0	%16.66	1	موقف الإسلام من الإرهاب
%0	0	%0	0	%0	0	%0	0	%0	0	%0	0	%16.66	1	الإسلام والدعوة
%100	1	%0	0	%66.66	2	%0	0	%0	0	%0	0	%33.33	2	الخدمات الدينية
%100	1	%100	1	%100	3	%0	0	%100	1	%0	0	%100	6	المجموع

يتبين من خلال الجدول رقم (18) الذي يوضح لنا نسب فئة الدين الإسلامي مع البعد التواصلية والذي أتى فيه كل من فئة الإسلام وواقع الأحداث وفئة الخدمات الدينية أولاً بنسبة متساوية في البعد "حسن التواصل مع الآخر" بنسبة 33.33% بينما ارتفعت نسبة الخدمات الدينية في البعد "التبسم للآخر" إلى 66%. بينما لقيت نسبة فئة الإسلام وواقع الأحداث بنفس نسبة الأولى 33.33% أما فئة موقف الإسلام من الإرهاب فجاءت بنسبة 16.66% في بعد حسن التواصل مع الآخر بنسبة 100% في بعد "توظيف الإسلام والعولمة وفئة الإسلام وتكنولوجيا الاتصال وفئة الإسلام والأديان الأخرى" لم تلقى أي تجاوب بحيث كان كل نسبها 0%.



الشكل رقم (12): يمثل فئة الدين الإسلامي التواصلية

جدول رقم (19): يوضح فئة الدين البعد الإسلامي الاجتماعي

الإيثار	احترام الآخرين		التكافل الاجتماعي		محبة الناس		مساعدة المحتاج		العمل التطوعي		صلة الرحم		النصيحة		الصدق		التعاون		حسن الجوار		البعد	
	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار		
%0	0	%0	0	%0	0	%0	0	%0	0	%0	0	%0	0	%0	0	%0	0	%0	0	%0	0	فئة الدين الإسلامي
%0	0	%0	0	%0	0	%0	0	%0	0	%0	0	%0	0	%0	0	%0	0	%0	0	%0	0	فئة الإسلام والعولمة
%0	0	%0	0	%0	0	%0	0	%0	0	%0	0	%0	0	%0	0	%0	0	%0	0	%0	0	الإسلام والتكنولوجيا
%0	0	%0	0	%0	0	%0	0	%0	0	%0	0	%0	0	%0	0	%0	0	%0	0	%0	0	الإسلام والأديان الأخرى
%0	0	%25	1	%25	1	16.66 %	1	%0	0	%0	0	%50	1	%0	0	%0	0	%0	0	%33.33	2	الإسلام وواقع الأحداث
%0	0	%0	0	%0	0	%0	0	%0	0	%0	0	%0	0	%0	0	%100	1	%0	0	%0	0	موقف الإسلام من الإرهاب
%0	0	%0	0	%0	0	83.33 %	5	%0	0	%100	1	%0	0	%50	1	%0	0	%100	2	%33.33	1	الإسلام والدعوة
%0	0	%75	3	%75	3	%0	0	%0	0	%0	0	%50	1	%50	1	%0	0	%0	0	%33.33	1	الخدمات الدينية
%0	0	%100	4	%100	4	%100	6	%0	0	%100	1	%100	32	%100	2	%100	1	%100	2	%100	3	المجموع

تابع البعد الاجتماعي

رعاية الأبناء		حسن الجوار		حسن الظن بالآخرين		التسامح		احترام المرأة		بر الوالدين		الرفق بالصغير		توقير الكبير	
النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار
%0	0	%0	0	%0	0	%0	0	%0	0	%0	0	%0	0	%0	0
%0	0	%0	0	%0	0	%0	0	%0	0	%0	0	%0	0	%0	0
%0	0	%0	0	%0	0	%0	0	%0	0	%0	0	%0	0	%0	0
%0	0	%0	0	%0	0	%0	0	%0	0	%0	0	%0	0	%0	0
%0	0	%0	0	%0	0	%0	0	%0	0	%0	0	%0	0	%0	0
%0	0	%0	0	%0	0	%0	0	%0	0	%0	0	%0	0	%0	0
%100	2	%100	2	%100	1	%0	0	%0	0	%0	0	%100	1	%100	1
%100	2	%100	12	%100	1	%0	0	%0	0	%100	0	%100	1	%100	1

يتبين لنا من خلال الجدول رقم (19) الذي يوضح لنا نسب فئة الدين الإسلامي مع البعد التواصلية والتي جاءت فيه كل من فئة الإسلام وواقع الأحداث وفئة الإسلام والدعوة وفئة الخدمات الدينية بنسب متقاربة في كل من الأبعاد التالية: حسن الجوار، محبة الناس، التكافل الاجتماعي، احترام الأديان، بنسبة تكرار وحيد إلى 3 تكرارات في كل خانة أما بقية الفئات فلم تتجاوز مع أي بعد من الأبعاد الاجتماعية.

جدول (20) يوضح فئة الدين الإسلامي (البعد النفسي)

الصدر	الاعتدال		الوقار		ترشيد الاستهلاك		الحلم		الرجاء		الاحتشام		الأمانة		الصدق		ضبط النفس		الرضا		البعد	
	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار		تقدير الذات
%0	0	%0	0	%0	0	%0	0	%0	0	%0	0	%0	0	%0	0	%0	0	%0	0	%0	0	فئة الإسلام والعولمة
%0	0	%0	0	%0	0	%0	0	%0	0	%0	0	%0	0	%0	0	%0	0	%0	0	%0	0	فئة الإسلام وتكنولوجيا الاتصال
%0	0	%0	0	%0	0	%0	0	%0	0	%0	0	%0	0	%0	0	%0	0	%0	0	%0	0	الإسلام والأديان الأخرى
%0	0	%0	0	%0	0	%0	0	%0	0	%0	0	%0	0	%0	0	%0	0	%0	0	%0	0	الإسلام وواقع الأحداث
%0	0	%0	0	%0	0	%0	0	%0	0	%0	0	%0	0	%0	0	%0	0	%0	0	%0	0	فئة موقف الإسلام من الإرهاب
%0	0	%0	0	%0	0	%0	0	%0	0	%0	0	%0	0	%0	0	%0	0	%0	0	%0	0	الإسلام والدعوة
%100	9	%100	2	%0	0	%0	0	%0	0	%0	0	%0	0	%0	0	%100	3	%100	5	%0	0	الخدمات الدينية
%100	9	%100	2	%0	0	%0	0	%0	0	%0	0	%0	0	%0	0	%100	3	%100	5	%0	0	المجموع

تابع البعد النفسي

الثقة بالنفس		الزهد		التواضع		الوفاء		الكرم		كتم السر		الحياء		الاستقامة		القناعة	
النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار
%0	0	%0	0	%0	0	%0	0	%0	0	%0	0	%0	0	%0	0	%0	0
%0	0	%0	0	%0	0	%0	0	%0	0	%0	0	%0	0	%0	0	%0	0
%0	0	%0	0	%0	0	%0	0	%0	0	%0	0	%0	0	%0	0	%0	0
%0	0	%0	0	%0	0	%0	0	%0	0	%0	0	%0	0	%0	0	%0	0
%0	0	%0	0	%0	0	%0	0	%0	0	%0	0	%0	0	%0	0	%0	0
%0	0	%0	0	%0	0	%0	0	%0	0	%0	0	%0	0	%0	0	%0	0
%100	2	%100	1	%0	0	%0	0	%0	0	%0	0	%100	2	%100	2	%100	2
%100	2	%100	1	%0	0	%0	0	%0	0	%0	0	%100	2	%100	2	%100	2

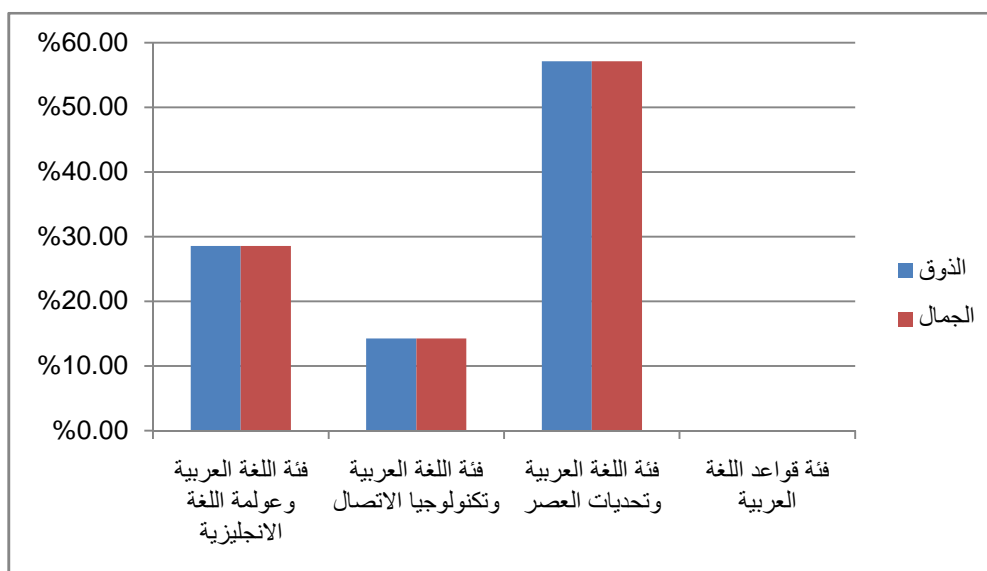
يتبين لنا من خلال الجدول رقم (20) الذي يوضح لنا بنسب فئة الدين الإسلامي مع "البعد النفسي" بأن فئة الإسلام والدعوة وفئة الخدمات الدينية كانت الفئتين الوحيدتين اللتين كانت لها تجاوب مع الأبعاد التالية: ضبط النفس، الصدق، الاعتدال، تقدير الذات، الاستقامة، الكرم، الزهد، والثقة بالنفس، بنسب متقاربة بحدود تكرارين إلى ثلاث تكرارات في كل جانب.

أما بقية الفئات والمتمثلة في "فئة الإسلام والعولمة والإسلام وتكنولوجيا، الإسلام والأديان الأخرى، الإسلام وواقع الأحداث، موقف الإسلام من الإرهاب" فلم تتحصل على أي تكرار مع كل الأبعاد المذكورة في الجدول.

جدول رقم (21): يوضح فئة اللغة العربية "البعد الجمالي"

الجمال		الذوق		البعد فئة اللغة العربية
النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	
28.57%	2	28.57%	2	فئة اللغة العربية وعولمة اللغة الانجليزية
14.28%	1	14.28%	1	فئة اللغة العربية وتكنولوجيا الاتصال
57.14%	4	57.14%	4	فئة اللغة العربية وتحديات العصر
0%	0	0%	0	فئة قواعد اللغة العربية
100%	7	100%	7	المجموع

يتبين لنا من خلال الجدول رقم (21) الذي يوضح لنا نسبة فئة اللغة العربية مع البعد الجمالي والتي جاءت فيه كل الفئات متساوية في كلا البعدين، الذوق والجمال ما عدا فئة قواعد اللغة العربية التي كانت فيها كل النسب منعدمة.

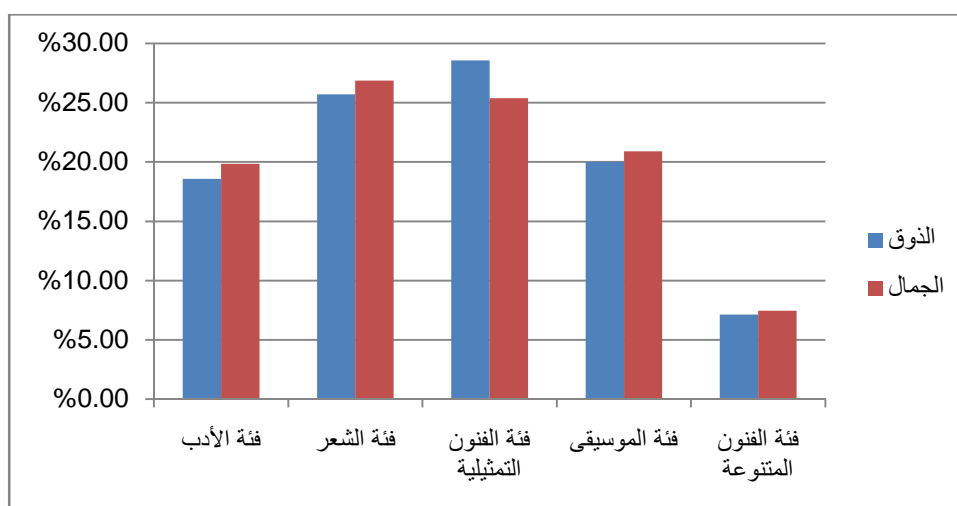


الشكل رقم (13): فئة اللغة العربية "البعد الجمالي"

جدول رقم (22): يوضح فئة الإبداع الثقافي "البعد الجمالي"

الجمال		الذوق		البعد	فئة الإبداع الثقافي
النسبة	التكرار	النسبة	التكرار		
٪19.86	13	٪18.57	13		فئة الأدب
٪26.86	18	٪25.71	18		فئة الشعر
٪25.37	17	٪28.57	20		فئة الفنون التمثيلية
٪20.89	14	٪20	14		فئة الموسيقى
٪7.46	5	٪7.14	5		فئة الفنون المتنوعة
٪100	67	٪100	70		المجموع

يتبين من خلال الجدول رقم (22) الذي يوضح لنا نسب فئة الإبداع الثقافي مع البعد الجمالي والذي جاء فيه كل فئات الإبداع الثقافي والمتمثلة في "فئة الأدب، الشعر، الفنون التمثيلية، فئة الموسيقى، الفنون المتنوعة" جاءت بنسب متساوية تقريبا مع كل من البعد "الذوق والجمال".

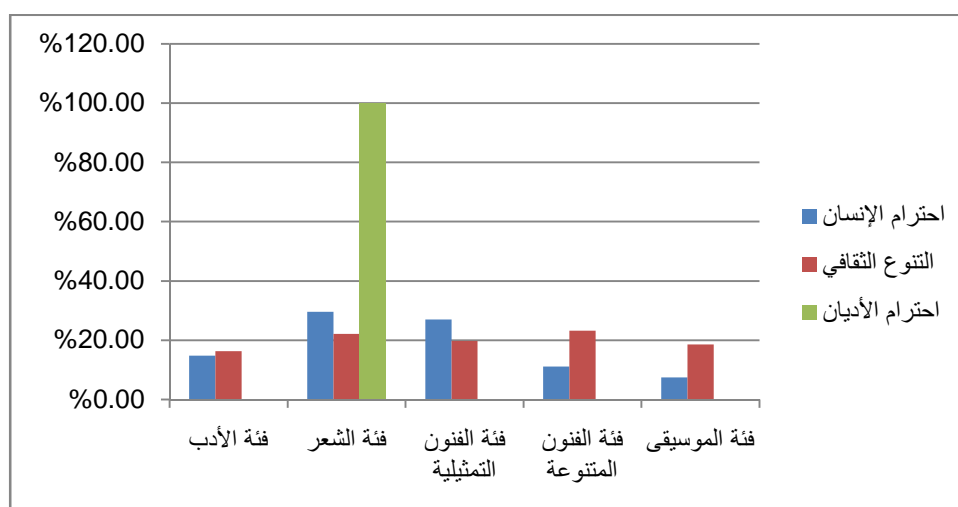


الشكل رقم (14): يمثل فئة الإبداع الثقافي "البعد الجمالي"

جدول (23) يوضح الإبداع الثقافي "البعد الإنساني"

احترام الأديان		التنوع الثقافي		احترام الإنسان		البعد
النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	
0%	0	16.27%	14	14.81%	4	فئة الإبداع الثقافي فئة الأدب
100%	3	22.09%	19	29.62%	8	فئة الشعر
0%	0	19.76%	17	27.03%	10	فئة الفنون التمثيلية
0%	0	23.25%	20	11.11%	3	فئة الفنون المتنوعة
0%	0	18.60%	16	7.40%	2	فئة الموسيقى
100%	3	100%	86	100%	27	المجموع

يتبين لنا من خلال الجدول رقم (23) الذي يوضح لنا نسب فئة الإبداع الثقافي مع البعد الإنساني والذي جاء فيه كل فئات الإبداع الثقافي المتمثلة في فئة الأدب، الشعر، الفنون التمثيلية، فنون متنوعة، فئة الموسيقى، جاءت بنسب متساوية تقريبا في بعد التنوع الثقافي ما بين 16.27% و 23.25% وأيضا في البعد احترام الإنسان ما بين 14.81% و 29.62% بينما بعد احترام الأديان لم يلقى أي تجاوب مع فئة الإبداع الثقافي.

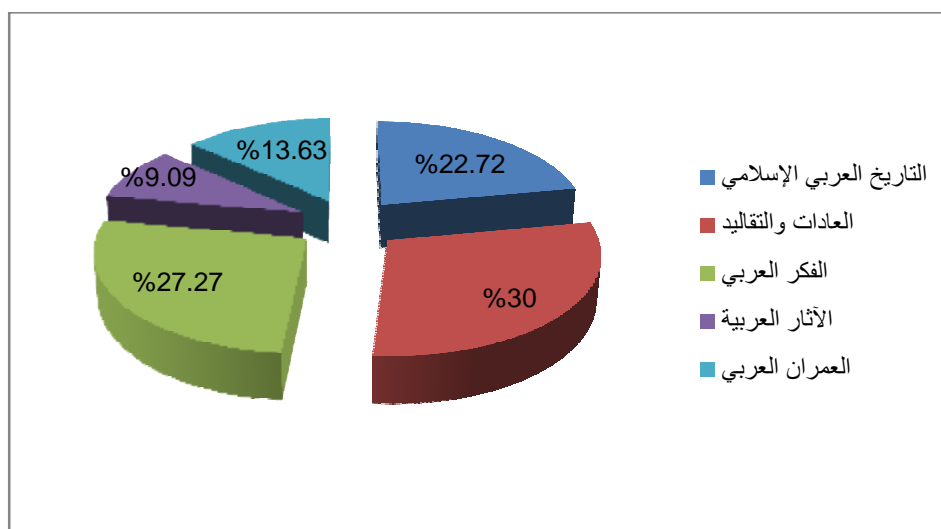


الشكل رقم (15): يمثل الإبداع الثقافي "البعد الإنساني"

جدول رقم (24) يوضح فئة التراث العربي

النسبة	التكرار	التردد	فئة التراث العربي
22.72%	5		التاريخ العربي الإسلامي
30%	6		العادات والتقاليد
27.27%	6		الفكر العربي
9.09%	2		الآثار العربية
13.63%	3		العمارة العربية
100%	22		المجموع

يتبين لنا من خلال الجدول رقم (24) الذي يوضح لنا نسب فئة التراث العربي والمتمثلة في التاريخ العربي الإسلامي، العادات والتقاليد، الفكر العربي، الآثار العربية، العمارة العربية، والذي جاء فيه كل النسب بشكل متفاوت نسبيا ما بين 3 إلى 6 تكرارات في كل ناحية.



الشكل رقم (16): يمثل فئة التراث العربي

الجدول رقم (25): يوضح عدد مواضيع الخبر الثقافي في صحيفة المستقبل العربي الالكترونية

الخبر الثقافي	الأخبار الأخرى
16	76
15	78
16	73
17	74
23	75
14	78
28	80
29	78
20	88
21	82
15	86
20	90
16	91
14	85
13	57
17	94
16	86
15	89
18	85
15	87

□

استنتاجات عامة:

من خلال الدراسة الوصفية للمحتوى الثقافي في الصحيفة الإلكترونية المستقبل العربي خلال الفترة الممتدة من 7 أبريل إلى غاية 30 أبريل 2015 نستخلص جملة من النتائج التي تشخص واقع الهوية الثقافية في إطار ما تقوم به الصحيفة من وظائف ثقافية للحفاظ عليها وذلك بتبيان ما تم نشره في هذه الصحيفة من مواضيع ثقافية تتعلق بالعناصر الأساسية المكونة للهوية الثقافية العربية.

واقع الخدمات في صحيفة المستقبل العربي:

إن التفاعلية من أهم المزايا التي أتاحتها الوسيط الجديد غير أنها غير مستغلة كما يجب في الصحيفة، فما عدا خدمة البريد الإلكتروني، فإن بقية الخدمات تكاد تكون منعدمة وهذا ما يعكس ضعف البنية الخدماتية للصحيفة مما يظهر بأنها لم تستكمل بعد استغلال جميع ما تتيحه التكنولوجيا الجديدة من مزايا.

وعليه يمكن القول إجمالاً:

لا تتوفر ميزة التفاعلية الإيجابية بشكل وافي لدى الصحيفة.

امتلاك وصلات داخلية وانعدام الخارجية لدى الصحيفة.

عدم اهتمام الصحيفة بترجمة محتوياتها للغات الأخرى.

واقع الاهتمامات الثقافية في صحيفة المستقبل العربي:

من خلال دراستنا الكمية التي خصت بها الصحيفة الواردة في عينة الدراسة تتجلى المكانة الإستثنائية للمواضيع الثقافية، حيث يمثل إجمالي المادة الثقافية من مجموع أيام الدراسة سوى ما نسبته 17.58% في حين تحتل المواضيع الأخرى ككل ما نسبته 82.41%.

ومع هذا الاهتمام للجانب الثقافي في الصحيفة تعددت أنواع المواضيع الثقافية لتسجل أعلى نسبها فيما يخص مواضيع الدين الإسلامي.

عدم اهتمام الصحيفة باللغة حيث هذه الأخيرة منيت بأضعف النسب المعالجة على مستوى المواضيع الثقافية.

واقع الدين الإسلامي في الصحيفة:

لقد حظي الدين الإسلامي على أهمية كبيرة لاسيما وأنه يشغل المكانة الرئيسية في تكوين الهوية الثقافية العربية الإسلامية إذ شكل إجمالي المواضيع التي خصت الدين الإسلامي ما نسبته 64.77% إلا أن مجمل هذه المواضيع لم تتناول واقع الدين الإسلام ككل بل ركزت على شرح الإسلام كدين تدخل في إطار الدعوة إليه.

كما لم تتطرق الصحيفة إلى باقي المواضيع المتعلقة بالإسلام وواقع الأحداث، الإسلام وتكنولوجيا الاتصال، موقف الإسلام من الإرهاب.

كما لم تهتم الصحيفة بمعالجة قضايا الدين الإسلامي في إطار ما يفرضه العصر من تحديات.

واقع اللغة العربية في صحيفة المستقبل العربي:

تعرض الصحيفة الإلكترونية مادتها الإعلامية باللغة العربية الفصحى ولنا أن نشكل في هذا الإطار أن اللغة العربية تشكل أضعف مجالات الاهتمامات الثقافية حيث لم تتناول الصحيفة اللغة إلا بتكرارات تعد على أصابع اليد.

وفي هذا الإطار يمكن أن نستنتج ما يلي:

§ عدم اهتمام الصحيفة بقضايا اللغة العربية.

§ تم معالجة بعض قضايا اللغة العربية وتحديات العصر في ظل تكنولوجيا الاتصال والمعلومات والتي

من شأنها أن تكسبها آليات التصدي لهذا الخطر إلا أنها لم تعالج بالقدر الكافي.

واقع التراث العربي في صحيفة المستقبل العربي:

تبين لنا من خلال دراستنا أن عنصر التراث العربي لم يلق اهتماما واسعا هو الآخر حيث نجد أن أعلى نسبة به تناولت مواضيع العادات والتقاليد العربية بـ 8 تكرارات ومن خلال ما تقدم نخلص إلى أن:

§ عدم اهتمام الصحيفة بمواضيع التراث العربي.

§ محاولة الصحيفة لإبراز واقع التراث العربي الجزائري لدى احتضان قسنطينة لعاصمة الثقافة

العربية.

واقع التنشئة الثقافية في صحيفة المستقبل العربي:

من خلال الدراسة الكمية لواقع الهوية الثقافية في صحيفة المستقبل العربي الواردة في عينة الدراسة يتضح أن الصحيفة قد أبدت اهتماما ملحوظا بالتنشئة الثقافية حيث بلغت نسبة المواضيع الموجهة للمرأة 75.36% بأعلى نسبة لتليها مواضيع الأسرة بـ 21.73%، في حين بلغت المواضيع المخصصة للشباب 2.89% أن مواضيع القيم الأخلاقية لم تلق أي اهتمام، وعليه يمكن أن نستنتج ما يلي:

اهتمام الصحيفة بقضايا التنشئة الثقافية المتعلقة بالمرأة دون مراعاة العامل الأساسي والذي هو القيم الأخلاقية.

واقع الإبداع الثقافي في صحيفة المستقبل العربي:

يظهر من خلال الدراسة الكمية أن مجالات الإبداع الثقافي تعتبر من أكثر الاهتمامات الثقافية في

الصحيفة حيث بلغت نسبة مواضيع الأدب 11.04%.

§ بلغت نسبة مواضيع الشعر 15.11%

§ بلغت نسبة مواضيع الفنون التمثيلية 23.38%

§ بلغت نسبة مواضيع الموسيقى 16.27%

§ بلغت نسبة مواضيع الإبداعات المتنوعة 33.72%

وإجمالاً يمكن أن نسجل ما يلي:

§ تشكل مواضيع الإبداعات المتنوعة والفنون التمثيلية أكثر اهتمامات الصحيفة حيث تمثل مجتمعة

نسبة 57.1%.

§ تهتم الصحيفة بالشعر خاصة وكافة الفنون الثرية الأدبية عامة، حيث تخصص لها أركاناً قارة.



نتائج الدراسة:

ما زال العرب عامة والجزائر خاصة دون المستوى المطلوب في مجال تكنولوجيا الاتصال حيث يترجع الوطن العربي في خانة المستورد في هذه التكنولوجيا كما لا تزال الصحف الإلكترونية الجزائرية في مراحلها الأولى من عمليات التأقلم والتكيف مع الوسيط الإلكتروني الجديد حيث يظهر ذلك في مستوى الخدمات المتوفرة من جهة وطرق عرض موادها الصحفية من جهة ثانية والتي يبرز من خلالها عدم الاستغلال الأمثل لما يتيحها الوسيط الجديد من مزايا.

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 صراع الثقافات ولنا أن نتصور مصير اللغة والتراث في إطار هذا التوجه.

تبرز الصحيفة ملامح الخصوصية الثقافية بشكل ضعيف وذلك أن المواضيع المعالجة في هذا الإطار تقدم لعناصر الهوية الثقافية بمعزل عن ما يتصددها من تحديات.

عدم اهتمام الصحيفة باللغة العربية على الرغم مما تشهده هذه الأخيرة من تحديات.

لا تساهم مواضيع الإبداع الثقافي بالشكل الكافي في الحفاظ على الهوية الثقافية باقتصارها على عرض مواضيع الفنون التمثيلية، الإبداعات المتنوعة، والموسيقى التي لا تقدم سوى لأخبار الفنانين والممثلين.



خاتمه

خاتمة:

من خلال تناولنا لموضوع الخبر الثقافي بشقيه النظري والتطبيقي وتطبيقنا لمنهج تحليل المضمون توصلنا إلى أن الثقافة تحتاج إلى من يبرزها ويظهرها للقارئ سواء كانت محلية أو قطرية أو عالمية خاصة في عصر الوسيط الإلكتروني لتنتقل بعد ذلك على ساحة الثقافة هذه الأخيرة التي يمكن من خلالها ودون سواها أن تعمل دول العالم على حماية كيانها بناءاً للدور الهام الذي لعبته الثقافة وما تزال تلعبه في حياة الشعوب والأمة وحفظ أواصرها من التلف والاندثار لتنتقل -من خلالها فقط- إلى العمل على إثبات وجودها عالمياً.

كما تعتبر الصحيفة الإلكترونية إضافة إلى العديد من الوسائل الأخرى آلية هامة من آليات إثبات الوجود الثقافي التي لا يجب أن تغفل في هذا الإطار، وعليه يجب على الدول العربية أن تدرك بأن توحيدها في إطار ثقافة واحدة إنما هو نقطة ارتكاز يمكن أن تدفعها ليس إلى إثبات وجودها ثقافياً فقط وإنما إلى بناء وجود سياسي واقتصادي قوي.



قائمة اطرا جاع

قائمة المراجع:

الكتب:

1. أجمو علي: الصحافة الالكترونية العربية: الواقع والآفاق، دار الكتاب الجزائري، الجزائر، 2005.
2. أحمد بن نعمان، هذه هي الثقافة، الجزائر، ط 1، دار هومة.
3. أحمد بن مرسلي: مناهج البحث العلمي في العلوم الإعلام والاتصال، ديوان المطبوعات الجامعية، ط 2، 2005.
4. أحمد بن مرسلي: مناهج البحث العلمي في علوم الإعلام والاتصال، دار الفكر العربي، القاهرة، 2005.
5. أحمد عبد الهادي: الصحافة الإلكترونية، وتأثيراتها الدولية، ندوة صحفية، القاهرة، 2005.
6. أديب حضور، الإعلام المتخصص، دمشق: دار النشر والتوزيع، ط 2، 2005.
7. إسماعيل إبراهيم، الصحفي المتخصص، القاهرة، دار الفجر للنشر والتوزيع، ط 1، 2006.
8. جبور عبد النور المعجم الأدبي، بيروت، دار العلم للملايين، ط 2، 1984.
9. جمال محمد شنب: أصول الفكر والبحث العلمي: نماذج تطبيقية للتصميم والتنفيذ التجريبي، دار المعرفة الجامعية، 2002.
10. حسن عماد مكاوي: تكنولوجيا الاتصال الحديثة في عصر المعلومات، الدار المصرية اللبنانية، القاهرة، 1993.
11. رشدي طعيمة، تحليل المحتوى في العلوم الإنسانية: مفهومه، أسسه، استخداماته، القاهرة، دار الفكر العربي، 1987.
12. رشيد زرواتي: مناهج وأدوات البحث في العلوم الاجتماعية، دار الهدى للنشر، الجزائر، 2007.
13. سليمان العسكري، نظرية الثقافة، الكويت، المجلس الوطني للثقافة والفنون والآداب، 1997.
14. صالح الأصبغ، تحديات الإعلام العربي، دار الشروق، ط 1، عمان، 1999.
15. صالح العنزي، إخراج الصحف الإلكترونية في ضوء السمات الاتصالية لشبكة الإنترنت، جامعة الإمام محمد بن سعود، المملكة العربية السعودية، 2007.
16. عبد الستار فيكي، الألفية الثالثة، عصر المنجزات من ثورة غوتنبرغ إلى غزو الانترنت، بيروت، دار الصياد أنترنشيونال، 2000.

17. عثمان إبراهيم السلوم، تصميم الصفحات العربية على الانترنت، دار عالم الكتب، الرياض، 2002.
18. عمار بوحوش: مناهج البحث العلمي وطرق إعداد البحوث، ديوان المطبوعات الجامعية، ط 2، 1995.
19. غريب عبد السميع، الاتصال والعلاقات العامة في المجتمع المعاصر، الإسكندرية، مؤسسة شباب الجامعة، 2002.
20. فاروق أبو زيد، الصحافة المتخصصة، مركز القاهرة للتعليم المفتوح، 2002.
21. فواز الدخيل، مفاهيم سائدة في وسائل الإعلام، الكويت، المجلس الوطني للثقافة والإعلام، 1997.
22. فيصل ساولي، الجزائر بحاجة إلى 10 ملايين حاسوب، جريدة البلاد 2005/03/29.
23. فيليب ميلر، كتاب الصحافة الزائلة، الولايات المتحدة، 2005.
24. كارول ليتش، كتابة الأخبار والتقارير الصحفية: عرض شامل لفنون الصحافة المتخصصة، منهج تطبيقي، ترجمة: د. عبد الستار جواد، السنة 2001.
25. كمال محمد بشير، خاطرات في اللغة والثقافة، مصر، دار الغريب للطباعة، 1995.
26. لقاء مكّي، المسؤولية الاجتماعية لصحافة الانترنت، كلية الإعلام، جامعة بغداد، 2004.
27. ماجي حلواني، البرامج التعليمية الثقافية، مصر، مركز جامعة القاهرة للتعليم المفتوح، 2001.
28. محمد الشطاح، قضايا الإعلام في زمن العولمة بين التكنولوجيا والايديولوجيا، دار الهدى، الجزائر، 2006.
29. محمد زيان: البحث العلمي مناهجه وتقنياته، دار الشروق، ط4، جدة، 1983.
30. محمد شطاح، صحافة الانترنت ومستقبل الصحافة الورقية "المكتوبة" في الجزائر، جامعة عنابة، قسم علوم الإعلام والاتصال، 2005.
31. محمد عارف، تأثير تكنولوجيا الفضاء والكومبيوتر على أجهزة الإعلام العربية، مركز الإمارات للدراسات والبحوث الإستراتيجية، أبو ظبي، 1997.
32. محمد منير حجاب، المعجم الإعلامي، القاهرة، دار الفجر للنشر والتوزيع، ط 1، 2004.
33. محمود سامي عطا الله، ورقة عمل مقدمة إلى معرض القاهرة الدولي، 2005.
34. محمود علم الدين، الأستاذ بقسم الصحافة بكلية الإعلام، جامعة القاهرة، ورقة علمية، القاهرة، 2003.

35. مراد محامد، تنامي قرصنة المواقع الالكترونية، جريدة الخبر، 20/01/2003.
36. مصطفى حميد الطائين، خبير ميلاد أبو بكر: مناهج البحث العلمي وتطبيقاتها في الإعلام والعلوم السياسية، دار الوفاء، الإسكندرية، 2001.
37. مصطفى مصمودي، النظام الإعلامي الجديد، الكويت، عالم المعرفة، 1985.
38. نصير بوعلي وآخرون، قراءات في نظرية الحتمية القيمية في الإعلام، ط1، منشورات مكتبة اقرأ، قسنطينة، 2009.

المجلات والندوات:

39. أسامة محمود شريف، مستقبل الصحافة المطبوعة والصحيفة الالكترونية، من بحوث الندوة العلمية للمؤتمر العام التاسع لاتحاد الصحفيين العرب، عمان، تشرين أول عام 2000.
40. بومدين بوزيدي، مدير الثقافة الإسلامية، حصة فضاء الجمعة في الأرضية الجزائرية بعنوان تأملات في الثقافة والحياة، يوم 04/02/2011.
41. سعيد حداد، الانترنت صحافة القرن القادم، المجلة العربية، العدد 267، السنة 34 أغسطس، 1999.
42. السيد بنحيت محمد، استخدام الإنترنت كوسيلة تعليمية في مجال الصحافة، المجلة المصرية لبحوث الإعلام، العدد الثامن، القاهرة.
43. صحيفة الإتحاد، الإمارات العربية المتحدة، أبو ظبي، العدد 11469، 29 نوفمبر 2006.
44. عباس مصطفى صادق: التطبيقات التقليدية والمستحدثة للصحافة العربية في الإنترنت، ورقة مقدمة إلى مؤتمر صحافة الانترنت في العالم العربي الواقع والتحديات، جامعة الشارقة، 22، 24 نوفمبر 2005.
45. عباس مصطفى صادق، التطبيقات التقليدية والمستحدثة للصحافة العربية في الانترنت، مؤتمر صحافة الانترنت في العالم العربي: الواقع والتحديات، جامعة الشارقة 22/ 24 نوفمبر 2005.
46. عبد الرحمن عزي وآخرون، حوارات أكاديمية حول نظرية الحتمية القيمية في الإعلام، دار الورسم للنشر والتوزيع، الجزائر، 2010.

المراجع باللغة الأجنبية:

47. Gillmor, Dan (2004) We the media. Grassroots Journalism by the people, for the people, O Reilly Media. U.S.A
48. Kawamoto, K. (2003) Digital Journalism; Emergent Media and the changing Horizons of Journalism, Oxford; Rowman & Littlefield Publishers Inc.
49. Pavlik, John V: The Future of Online Journalism A guide to whos doing what, 1997.
50. Shedden, David (2005) New Media Timeline (1969, 2004) .Poynter Institute.

المواقع الإلكترونية:

51. عماد بشير، تعزيز المحتوى الرقمي العربي على الانترنت، مجلة المعلوماتية:

www.informatics.gov.sa/magazin

52. www.aladabalarabi.com

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

