



بسم الله الرحمن الرحيم  
جامعة السودان للعلوم والتكنولوجيا  
كلية الدراسات العليا



بحث مقدم لنيل درجة الماجستير في علوم الإتصال  
قسم الصحافة والنشر  
بعنوان

إتجاهات طلاب الجامعات السودانية نحو إستخدام  
الصحافة الإلكترونية مقابل الصحافة المطبوعة  
دراسة تطبيقية علي عينة من طلاب الجامعات  
في الفترة من 2015-2017م

**The Trends of University Students Towards the use of Electronic  
Journalism Versus Printed Press**

إشراف: أ.د مختار عثمان الصديق

إعداد : تهاني شرف الدين يحي

1439هـ / 2018م

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

# الإستهلال

## الاية الكريمة

يقول الله تعالى:

( ثُمَّ أَنْتُمْ هَؤُلَاءِ تَقْتُلُونَ أَنْفُسَكُمْ وَتُخْرَجُونَ فَرِيقًا مِّنكُمْ مِّن دِيَارِهِمْ تَظَاهَرُونَ عَلَيْهِم بِالْإِثْمِ وَالْعُدْوَانِ وَإِن يَأْتُوكُمْ أُسَارَى تَفَادُوهُمْ وَهُوَ مُحَرَّمٌ عَلَيْكُمْ إِخْرَاجُهُمْ أَفَلَا تُؤْمِنُونَ بِبَعْضِ الْكِتَابِ وَتَكْفُرُونَ بِبَعْضٍ فَمَا جَزَاءُ مَن يَفْعَلُ ذَلِكَ مِنكُمْ إِلَّا خِزْيٌ فِي الْحَيَاةِ الدُّنْيَا وَيَوْمَ الْقِيَامَةِ يُرَدُّونَ إِلَى أَشَدِّ الْعَذَابِ وَمَا اللَّهُ بِغَافِلٍ عَمَّا تَعْمَلُونَ).

صدق الله العظيم

سورة البقرة الآية (85)

## الإهداء

إلهى لا يطيب الليل بشكرك..ولا يطيب النهار إلا بطاعتك..ولا تطيب اللحظات إلا بذكرك..ولا  
تطيب الآخرة إلا بعفوك..ولا تطيب الجنة إلا برويتك.

الله جل جلاله

إلى من بلغ الرسالة وأدى الأمانة..ونصح الأمة..إلى نبي الرحمة ونور العالمين.

سيدنا محمد صل الله عليه وسلم

إلى من كلله الله بالهيبة والوقار..إلى من علمني العطاء بدون إنتظار..إلى من أحمل أسمه بكل  
افتخار..وأورثني الشرف تاجاً..أرجو من الله أن يمد في عمرك لترى ثماراً قد حان قطافها بعد طول  
إنتظار وستبقى كلماتك نجوم أهتدي بها اليوم وفي الغد وإلى الأبد.

والذي العزيز أدامك الله ورعاك لتكون دائماً منارة في حياتي

إلى ملاكي في الحياة..إلى معني الحب والحنان والتفاني..إلى بسمة الحياة وسر الوجدان إلى من كان  
دعائها سر نجاحي وحنانها بلسم جراحي..إلى من أرضعتني القيم حباً لها.

حماك الله وإدامك أُمي الحبيبة

إلى عضدي في الحياة ومشكاتي في الظلام وسندي عند عجزتي وغرة عيني.

إخواتي و أخواني

إلى كل من يحمل القلم ليكتب ويعبر ويرصد بصدق وأمانة..إلى من يحركون الرأي بأقلامهم  
وأفكارهم..إلى كل من تطوق نفسه إلى العلا وكل باحث عن العلم أهدي له بحثي

## الشكر والعرفان

إن الشكر لله من قبل ومن بعد تصحبه الثناءات والدعوات لكل صاحب فضل قدم لي عوناً وأنار لي درباً للمعرفة والحمد والشكر لله.

أتقدم بأسمى آيات الشكر والتقدير للبروفيسور مختار عثمان الصديق الذي تشرفت بإشرافه علي بحثي فقد كان خير ناصح ومرشد فله مني كل الشكر والتقدير ومتعه الله بالصحة والعافية.  
ثم الشكر لجامعة السودان للعلوم والتكنولوجيا وأخص بالشكر كلية علوم الإتصال التي أتاحت لنا أن ننهل من معينها.

وشكري لكل من قام بتحكيم إستمارة الدراسة وساهم في إخراجها بالصورة العلمية المطلوبة ، وإلي جميع الذين قدموا لي المشورة والنصيحة والعون لإنجاز هذه الدراسة.

والله ولي التوفيق

## المستخلص

**عنوان الدراسة:** إتجاهات طلاب الجامعات السودانية نحو إستخدام الصحافة الإلكترونية مقابل الصحافة المطبوعة.

### مستخلص البحث:

يدور هذا البحث حول إتجاهات طلاب الجامعات السودانية نحو إستخدام الصحافة الإلكترونية مقابل الصحافة المطبوعة ، بالتطبيق علي جامعة الخرطوم والسودان للعلوم والتكنولوجيا وجامعة وأمدرمان الأهلية وهي من الدراسات الوصفية التحليلية المقارنة .

**من أهداف الدراسة** إلقاء الضوء علي الصحافة الإلكترونية الحديثة ، عبر تحديد أسباب التعرض لها وأهم إيجابياتها ومعرفة أسباب تعرضهم لها ، ومدى إستخدامهم لتقنياتها الحديثة ، وميزاتها الفريدة ومحاولة إستقراء مستقبل الصحافة الإلكترونية مقارنة بالصحافة المطبوعة .

**منهجية البحث** تعد هذه الدراسة من الدراسات الوصفية المسحية التحليلية التي تهدف إلي وصف وتقييم الظاهرة من خلال المنهج المسحي ، وإعتمد الباحث في الحصول علي النتائج علي أسلوب الإستبيان بتوزيع إستبيان علي عينة من الطلاب الجامعيين وحدد حجم العينة ب 300 حالة.

**أقسام البحث :** تم تقسيم البحث الي أربعة فصول تناول الفصل الأول الإطار المنهجي للدراسة وتناول الفصل الثاني نشأة الإعلام الإلكتروني وتكامل وتنافس الصحافة الإلكترونية والمطبوعة . فيما تناول الفصل الثالث تأثير الصحافة علي الرأي العام والشباب . أما الفصل الرابع فقد خصص للدراسة التطبيقية التي شملت الخطوات الإجرائية للدراسة الميدانية وعرض النتائج وتفسيرها والنتائج والتوصيات والمراجع .

## Abstract

This research is about trends in the use of Sudanese university students for electronic journalism compared to newspaper, applied to the university of Khartoum and Sudan University of Science and technology and Omdurman Ahlia University; it is considered a descriptive study based on analytical comparison.

## Research objectives:

Shed light on the modern electronic media, by identifying the causes of exposure and the most important positive aspects and to know the reasons they have, and the extent of their use of modern technology and features unique and try to extrapolate the future of electronic journalism than newspaper.

## Research Methodology:

This study is a descriptive analytical survey that aims at describing and evaluating the phenomenon, through the survey method The researcher used questionnaire method to obtain results by distributing a questionnaire to a sample of 300 students.

## Research parts:

The research was divided into four chapters: the 1 st chapter discussed the methodological framework of the study. The 2 nd chapter discussed the emergence of electronic media and integration and competitiveness of electronic journalism and newspaper. The third chapter influence of journalism on public opinion ,The 4 th chapter of the study included the specific parameters of the procedural steps for the field study and interpretation and recommendations and references.

هـ

## المحتويات

الصفحة	الموضوع
أ	الآية
ب	الإهداء
ج	شكر و عرفان

د	مستخلص البحث باللغة العربية
هـ	مستخلص البحث باللغة الإنجليزية
و	المحتويات
ظ	فهرس الجداول
ح	فهرست الأشكال
<b>الفصل الأول : الإطار المنهجي</b>	
1	المقدمة
2	أهمية البحث
3	أهداف البحث
3	مشكلة البحث
4	تساؤلات البحث
5	منهج البحث
5	الإطار الزمني للبحث
6	الإطار المكاني للبحث
6	مصطلحات البحث
8	الدراسات السابقة
<b>الفصل الثاني : الصحافة الإلكترونية</b>	
15	المبحث الأول : الإعلام الإلكتروني النشأة والتطور
26	المبحث الثاني : واقع الصحافة الإلكترونية عالمياً و عربياً
36	المبحث الثالث : الصحافة المطبوعة و الإلكترونية.. تكامل أم تنافس
<b>الفصل الثالث : تأثير الصحافة علي الرأي العام والشباب</b>	
47	المبحث الأول : الشباب الجامعي المفهوم والخصائص
60	المبحث الثاني : تأثير الصحافة المطبوعة علي الرأي العام
70	المبحث الثالث : تأثير الصحافة الألكترونية علي الرأي العام
<b>الفصل الرابع : دراسه الميدانية</b>	

81	اولاً : الخطوات الإجرائية للدراسة
84	ثانياً : عرض النتائج و تفسيرها
119	ثالثاً : النتائج
121	رابعاً : التوصيات
123	خامساً : المصادر والمراجع

### فهرست الملاحق

رقم الصفحة	عنوان الملحق
131	الإستبيان
137	قائمة المحكمين

ز

### فهرس الجداول:

الصفحة	الجدول
84	الجدول رقم (1) توزيع أفراد العينة حسب الجامعة التي يدرسون فيها
85	الجدول رقم (2) توزيع أفراد العينة وفقاً للعمر
86	الجدول رقم (3) توزيع أفراد العينة وفقاً للتخصص العلمي
87	الجدول رقم (4) متابعة الصحف المطبوعة

88	الجدول رقم ( 5 ) إسم الصحيفة المطبوعة
89	الجدول رقم ( 6 ) سبب متابعة عينة البحث للصحيفة المطبوعة المحددة
91	الجدول رقم ( 7 ) متابعة الصحف الالكترونية
92	الجدول رقم ( 8 ) اسم الصحيفة الالكترونية المتابعة
94	الجدول رقم ( 9 ) سبب متابعة الصحيفة الالكترونية المحددة
96	الجدول رقم ( 10 ) الزمن المخصص لقراءة الصحيفة المطبوعة يومياً
98	الجدول رقم ( 11 ) الزمن المخصص لقراءة الصحيفة الالكترونية يومياً
99	الجدول رقم ( 12 ) تكرار الرجوع الي الصحيفة المطبوعة يومياً
100	الجدول رقم ( 13 ) تكرار الرجوع الي الصحيفة الإلكترونية يومياً
101	الجدول رقم ( 14 ) الوسيلة التي يلجأ اليها القارئ عند سماع خبر جديد للتأكد منه
102	الجدول رقم ( 15 ) التعرض للصحيفة المطبوعة اليوميه
104	الجدول رقم ( 16 ) التعرض للصحيفة الإلكترونية اليوميه
106	الجدول رقم ( 17 ) يوضح ما تتميز به الصحيفة المطبوعة عن الالكترونية
108	الجدول رقم ( 18 ) يوضح ما تتميز به الصحيفة الإلكترونية عن المطبوعة
110	الجدول رقم ( 19 ) اكثر الخدمات التفاعلية المستخدمة عبر الصحف الالكترونية
112	الجدول رقم ( 20 ) مدي تحقيق الوسائط المتعددة للمصداقيه في الصحف الألكترونية
113	الجدول رقم ( 21 ) اي الوسيلتين تمتلك حريه اكبر في نقل المعلومات و الحقائق
114	الجدول رقم ( 22 ) اي الوسيلتين تقدم تفاصيل اكثر و اشمل عن الاخبار المحلية
115	الجدول رقم ( 23 ) اي الوسيلتين تقدم تفاصيل اكثر و اشمل عن الاخبار العالميه
116	الجدول رقم ( 24 ) اي الوسيلتين يعتمد الحيادية اكثر في نقل الاخبار و الاحداث
117	الجدول رقم ( 25 ) اي الوسيلتين يتم الاعتماد عليها اكثر في الحاضر و المستقبل

ظ

فهرس الأشكال:

الصفحة	الشكل
84	الشكل رقم ( 1 ) توزيع أفراد العينة حسب الجامعة التي يدرسون فيها
85	الشكل رقم ( 2 ) توزيع أفراد العينة وفقاً للعمر
86	الشكل رقم ( 3 ) توزيع أفراد العينة وفقاً للتخصص العلمي

87	الشكل رقم (4) متابعة الصحف المطبوعة
88	الشكل رقم (5) إسم الصحيفة المطبوعة
90	الشكل رقم (6) سبب متابعة عينة البحث للصحيفة المطبوعة المحددة
91	الشكل رقم (7) متابعة الصحف الإلكترونية
92	الشكل رقم (8) اسم الصحيفة الإلكترونية المتابعة
95	الشكل رقم (9) سبب متابعة الصحيفة الإلكترونية المحددة
97	الشكل رقم (10) الزمن المخصص لقراءة الصحيفة المطبوعة يومياً
98	الشكل رقم (11) الزمن المخصص لقراءة الصحيفة الإلكترونية يومياً
99	الشكل رقم (12) تكرار الرجوع الي الصحيفة المطبوعة يومياً
100	الشكل رقم (13) تكرار الرجوع الي الصحيفة الإلكترونية يومياً
101	الشكل رقم (14) الوسيلة التي يلجأ اليها القارئ عند سماع خبر جديد للتأكد منه
103	الشكل رقم (15) التعرض للصحيفة المطبوعة اليوميه
105	الشكل رقم (16) التعرض للصحيفة الإلكترونية اليوميه
107	الشكل رقم (17) يوضح ما تتميز به الصحيفة المطبوعة عن الإلكترونية
109	الشكل رقم (18) يوضح ما تتميز به الصحيفة الإلكترونية عن المطبوعة
111	الشكل رقم (19) اكثر الخدمات التفاعلية المستخدمة عبر الصحف الإلكترونية
112	الشكل رقم (20) مدي تحقيق الوسائط المتعددة للمصداقيه في الصحف الألكترونية
113	الشكل رقم (21) اي الوسيلتين تمتلك حريه اكبر في نقل المعلومات و الحقائق
114	الشكل رقم (22) اي الوسيلتين تقدم تفاصيل اكثر و اشمل عن الاخبار المحلية
115	الشكل رقم (23) اي الوسيلتين تقدم تفاصيل اكثر و اشمل عن الاخبار العالميه
116	الشكل رقم (24) اي الوسيلتين يعتمد الحيادية اكثر في نقل الاخبار و الاحداث
117	الشكل رقم (25) اي الوسيلتين يتم الاعتماد عليها اكثر في الحاضر و المستقبل

# الفصل الاول

## الإطار المنهجي

## المقدمة

منذ بدايات ظهور الإعلام كوسيلة إتصال بين الناس شهدت العصور المتتالية ظهور وسائل إعلامية متنوعة عززت الإتصال بين الناس وأحدثت فيه نقلات نوعية وتكنولوجية.

فمع كل خطوة جديدة يخطوها العالم نحو المستقبل تظهر مستجدات علمية وتقنيات وإختراعات تصبح مع مرور الأيام جزءاً من المجتمع تتأثر به ويتأثر بها ، لتوجد لنفسها مكاناً خاصاً بها .

وقد أنتظر الناس طويلاً بعد ظهور التلفاز ، ظهور وسيلة إعلامية جديدة قادرة علي مسايرة العصر الحديث محددة لها بعداً جديداً ومحققة بذلك قفزة نوعية في طريقه توصيل المعلومة والصورة للناس في كل مكان وكانت هذه الوسيلة الجديدة هي الشبكة العنكبوتية "الإنترنت" كتقنية حديثة مستفيدة من "الحاسوب" كجهاز وسيط فظهر ما يعرف اليوم بإسم "صحافة الإنترنت" أو الصحافة الالكترونية .

ورغم أن شبكة الإنترنت بدأت لأغراض عسكرية وطبية ، إلا أنه قد حدث تحول مع مرور الوقت وبسبب خصائصه وسماته التي حقق السرعة والإنتشار ، إلى وسيلة إتصال سريعة تلبي رغبة الناس في التواصل مع الحدث ومع بعضهم البعض .

و"تمثل شبكة الإنترنت إحدى أهم الوسائل الحديثة التي ظهرت نتيجة للتطورات التقنية التي عرفها ميدان الإتصال الحديث وقد أسهمت هذه الوسيلة في كسر الحواجز بين الإهتمامات الشخصية والجماهيرية ، كما أسهمت الشبكة عبر التفاعلي الذي تتيحه في تخلص الإعلام من المتلقي السلبي" (الدناني ، 2003م ، ص112).

"حيث يعد الجمهور يكتفي بدور المتلقي للمادة الإعلامية المنشورة ، أو المذاعة أو المعروضة مثلما كان يحدث في الوسائل التقليدية لم تكن قادرة علي إضفاء الطابع التفاعلي في الإتصال بالشكل الذي يتيحه حالياً بل أصبح بإمكانه أن يتحاور وي طرح وجهة نظره أمام الأخرين علي شبكة الإنترنت (نصر 2003، ص 288) .

كما تمكنت وسائل الإعلام من خلال إستفادتها من معطيات الإنترنت التقنية أن تقدم بدائل إعلامية متخصصة موجهة لفئات معينة تختلف عن البدائل المحددة الموجهة للجميع (نصر ، 2003، ص 110) .

أهمية البحث:

قد نبعت أهمية البحث من أهمية الصحف بمختلف أنواعها ومن دوافع البحث في هذا المجال قناعة الباحثة بأن مواقع الصحف الإلكترونية تعتبر شكلاً جديداً من أشكال الإعلان ونموذجاً فريداً بما يميزها عن غيرها من الوسائل التقليدية إستطاعت أن تحتل مكانة سريعة بين الوسائل الإعلامية الأخرى وبدأ أنها تمايزت كثيراً من أوجهها في الكلمة المكتوبة والصورة والتصميم والإخراج والعناوين وغيرها.

وتمتاز أهمية هذا البحث بأنه يحاول تحديد إتجاهات التعرض للصحافة الإلكترونية ومقارنته مع الصحافة المطبوعة ، وإكتشاف طريقة إستخدام المتلقين لهذه الوسيلة الجديدة وحجم الثقة التي يولونها لها والأسباب التي تدعوهم لزيادة مطالعتهم وإهتمامهم بالصحافة الإلكترونية هذه الوسيلة التي لا تزال تعد جديدة في عالم الوسائل الإعلامية والتي تحتاج الي مزيد من العناية والبحث والدراسة للوقوف علي قدرتها في الإقناع والتأثير علي الرأي العام ومدي إمكانية إستمرارها و منافستها للصحافة المطبوعة التقليدية .

#### **أهداف البحث:**

**يمكن حصر أهداف البحث فيما يلي:**

1. معرفة إتجاهات تعرض المتلقين حول قراءة الصحف الإلكترونية مقارنة بالصحف المطبوعه.
2. كشف الإشباعات المتحققة من إستخدام طلاب العينة للصحافة الإلكترونية مقارنة بالصحف المطبوعه.
3. معرفة آراء الطلبة حول ما تقدمه الصحف الإلكترونية مقارنة بالصحف المطبوعه.
4. تبين مدي فهم وإستخدام الطلبة للخدمات التقنية الحديثة التي تتيحها الصحف الإلكترونية مقارنة بالصحف المطبوعه .
5. معرفة مدي حاجة الطلبة الأنية والمستقبلية للصحافة الإلكترونية مقارنة بالصحف المطبوعه.
6. المساهمة في دراسة علمية حول موضوع جديد في الإعلام وهو الصحافة الإلكترونية ، التي لاتزال البحوث المقدمة حولها عربياً قليلة مقارنة مع غيرها من وسائل الإعلام الأخرى .

#### **مشكلة البحث:**

تتركز مشكلة البحث في الأتي :

- معرفة سبب تعرض المتلقين اي الطلاب للصحيفة الإلكترونية مقارنة بالصحيفة المطبوعه وطريقة تعرض لكل من الصحافة الإلكترونية والصحافة المطبوعه.
- رأي المتلقين حول مصداقية كل من الصحافة الإلكترونية والصحافة المطبوعه.
- رأي المتلقين حول الميزات التي يحصلون عليها في الصحافة الإلكترونية أو الصحافة المطبوعه دون الأخرى .
- مدى سرعة كل من الصحافة الإلكترونية والصحافة المطبوعه في إيصال الخبر .
- مدى قدرة كل من الصحافة الإلكترونية والصحافة المطبوعه علي منافسة الأخرى ومستقبل إحداهما مقارنة بالأخرى .

#### تساؤلات البحث:

لتحقيق أهداف الدراسة ، تمت صياغة التساؤلات التالية والتي تحاول الدراسة تقديم الإجابة عنها قدر المستطاع وهي :

1. ما هي إتجاهات طلاب العينة نحو إستخدام الصحف الإلكترونية مقارنة بالصحف المطبوعه ؟

2. معرفة الصحف الإلكترونية المفضلة لعينة البحث ، وما هي أسباب التفضيل؟

3. الصحف المطبوعه المفضلة لعينة البحث وماهي أسباب التفضيل ؟

4. مميزات الصحافة الإلكترونية مقارنة بالصحف المطبوعه؟

5. مدى الإعتماد علي الصحف لالالكترونية كمصدر للمعلومات مقارنة بالصحف المطبوعه ؟

6. درجة المصداقية التي تتمتع بها الصحافة الإلكترونية من مواد و معلومات مقارنة بالصحافة المطبوعه ؟

7. مامدى قناعة المتلقين لما تقدمه الصحافة الإلكترونية من مواد ومعلومات مقارنة بالصحف المطبوعه ؟

8. معرفة مدى شمولية مادة الصحافة الإلكترونية ومدى حياديتها وصدقها في نقل الأخبار والأحداث مقارنة بالصحافة المطبوعه ؟

9. مامدي إستخدام أفراد العينة للخدمات الإلكترونية التي تقدمها الصحافة الإلكترونية كالتفاعل

والحفظ والأرشفة والنقل ؟

10. ماهو مستقبل الصحافة الإلكترونية مقارنة بالصحافة المطبوعه ؟

**منهج البحث:**

إستخدم الباحث المنهج الوصفي منهج المسح بنظام العينة للطلاب ، لكونه منهجاً علمياً يساعد في الحصول علي المعلومات والخصائص التي تتعلق بالظاهرة موضوع الدراسة.

وقد إفترضت طبيعة الدراسة وهدفها لجمع البيانات إستخدام منهج المسح الميداني "مسح آراء عينة البحث" كأحد الأساليب المسحية ، بإعتباره أحد المناهج الرئيسية التي تساعد علي تحقيق أهداف الدراسة بالإضافة إلي إمكانية إخضاع بياناته للمعالجة الإحصائية .

**أدوات الدراسة:**

تم إستخدام الإستبيان في البحث كأداة لجمع المعلومات من العينة ومعرفة إتجاهاتهم وآرائهم حول الصحف الإلكترونية مقارنة بالصحف المطبوعه .

**مجتمع وعينة الدراسة:**

يشمل مجتمع البحث طلاب الجامعات السودانية وقد تم اختيار طلاب جامعة السودان للعلوم والتكنولوجيا وجامعة الخرطوم وجامعة أمدرمان الأهلية كمجتمع لعينة البحث .

**مبررات إختيار مجتمع الدراسة:**

إختياري مجتمع الطلاب كونه أكثر فئات المجتمع إستخداماً للإنترنت وكونهم شريحة واسعة تشكل نسبة كبيرة في المجتمع كما جاء إختيار شريحة " طلاب الجامعات " كونها شريحة تمثل الشباب وتمثل ميولهم وإتجاهاتهم وإستخداماتهم لوسائل الإعلام المختلفة .

خاصة وأن فئة الشباب تعد من أكثر فئات المجتمع رغبة في التجديد وإستيعاب المتغيرات وأكثر فئة قادرة على التفاعل والإستجابة لمخرجات التعليم والتقنية .

**الإطار الزمني:**

إعتمدت الدراسة علي توزيع الإستبانة علي عينة البحث ، إمتدت فترة الدراسة ومقارنة عينة البحث للفترة ما بين يناير 2015 إلي يناير 2017م.

**الإطار المكاني:**

(مدينة الخرطوم) تم توزيع الإستبانة علي عينة البحث من طلاب الجامعات في جامعة السودان للعلوم والتكنولوجيا وجامعة أمدرمان الأهلية وجامعة الخرطوم .

مبررات إختيار الإطار المكاني: حددت الباحثة ولاية الخرطوم إطارا مكانياً للبحث حيث توجد فيها الكثير من الجامعات ولأنها أيضاً الولاية التي تضم مختلف الجنسيات السودانية بمختلف اعمارهم من قراء الصحف بمختلف انواعها من صحف مطبوعة او صحف الالكترونية.

### مصطلحات البحث :

#### الاتجاه (trend)

هو إستجابة قبول أو رفض من الفرد إزاء موضوع أو فكرة أو موقف جدلي معين أي موقف يحتمل القبول أو الرفض ، ولها مكوناتها أو جوانبها الثلاثة الإدراكي ، الوجداني والنزوعي ، ويكتسب الفرد هذة الإستجابة خلال خبرته الحياتية (سعيد ، بدون تاريخ ، ص 111). وبالتالي فإن الاتجاه يعني الإستعداد وتهيؤ من قبل الفرد لإتخاذ موقف معين بعداً أو قريباً تجاه ظاهرة معينة أو حدث ما في ظروف معينة" (الحارثي ، 1412هـ ، ص 54 ) .

#### تعريف الاتجاه:

لغة: الاتجاه الوجه الذي نقصده وشئ موجه: إذا جعل علي وجهة واحدة لا يختلف الجهة و الوجه الموضع الذي نتوجه إليه ونقصده والاتجاه مشنق من فعل أتجه ، واتجه إليه أي أقبل له رأي وتوجه إليه أقبل وقصد الجهة القصد والنية ما يتوجه إليه الأستاذ من عمل وغيره .  
إصطلاحاً: تعريف البورت (ALLPORT) الاتجاه هو الاستعداد للاستجابة فهي لست سلوك ولكن هو حالة قبل السلوك (موقع أكاديمية علم النفس).

التعريف الاجرائي: هو إستعداد أو تهوؤ عقلي وعصبي خفي متعلم منظم حول الخبرة للإستجابة بانتظام بطريقة محببة أو غير محببة فيما يتعلق بموضوع الإتجاه.

#### الصحافة المطبوعة (newspaper)

هي تلك الدوريات المطبوعة التي تصدر من عدة نسخ وتظهر بشكل منتظم وفي مواعيد ثابتة ومقاربة او متباعدة ، وتستهدف خدمة المجتمع الإنسان الذي يعيش فيها ، وتمت الصحافة الرأي العام ، بأكثر الأحداث الحالية وذلك في سلسلة قصيرة ومنتظمة  
( عبدالرحمن ، 1990 ، ص 13 ) .

## الصحافة الإلكترونية "electronic journalism" أو "online journalism"

هي منشور إلكتروني دوري يحتوي علي الأحداث الجارية سواء المرتبطة بموضوعات عامة أو بموضوعات ذات طبيعة خاصة ، ويتم قراءتها من خلال جهاز كمبيوتر وغالباً ما تكون متاحة عبر شبكة الإنترنت والصحيفة الإلكترونية أحياناً تكون مرتبطة بصحيفة مطبوعة ( صادق ، 2008 ، ص 32 ).

**بينما يعرفها البعض :** بأنها الصحف التي يتم إصدارها و نشرها علي شبكة الإنترنت سواء كانت هذه الصحف بمثابة نسخ أو إصدارات إلكترونية لصفح ورقية مطبوعة ، أو موجز لأهم إصدارات عادية مطبوعة علي الورق و تتضمن مزيجاً من الرسائل الإخبارية والقصص والمقالات والتعليقات والخدمات المرجعية ، حيث يشير تعبير ONLINE JOURNALISM تحديداً في معظم الكتابات الأجنبية الي تلك الصحف والمجلات الإلكترونية المستقلة ، أي التي ليست لها علاقة بشكل أو بأخر بصحف ورقية مطبوعة " ( فيصل ، 2004 ، ص 80 ) .

**الصحافة اصطلاحاً:** هي مهنة قائمة على جمع الأخبار وتحليلها والتحقق من مدى مصداقيتها قبل تقديمها للجمهور وتكون هذه الأخبار في معظم الأحيان متعلقة بالأحداث المستجدة سواء كانت سياسية أو ثقافية أو محلية أو رياضية وغيرها الكثير من المجالات المختلفة (الصبحي ، 2013 ، ص39).

**الصحافة لغة:** عرف لفظ الصحافة لغويا في أكثر من معجم فجاء في معجم المعاني الجامع أن الصحافة (مهنة من يجمع الأخبار والآراء وينشرها في صحيفة أو مجلة النسبة إليها صحافي (معجم المعاني الجامع – معجم عربي عربي).

**الدراسات السابقة :**

### **الدراسة الأولى (صبري ، 2009)**

دراسة ماجستير بعنوان "إستخدامات الشباب الجامعي لكل من الصحف المطبوعة والإلكترونية والإشباع المتحققة منها" جامعة المنصورة قسم الإعلام التربوي .

وهدف الدراسة إلي التعرف علي مدي إختلاف دوافع إستخدام الشباب الجامعي لكل من الصحف المطبوعة والإلكترونية ، وكذلك التعرف علي مدي إختلاف الإشباع المتحققة من هذا الإستخدام

بالإضافة الي التعرف علي نوعية المضمون المفضل في كلا النوعين من الصحف ومدى ملائمة هذا المضمون لكل من الدوافع والإشباعات المتحققة .

### توصلت الدراسة إلى النتائج التالية:

1. أظهر – التحليل العاملي – ان هناك (4 عوامل ) تعبر عن دوافع إستخدام الشباب الجامعي للصحف المطبوعة الأول : الدافع الطقوسية والثاني : دوافع المنفعة الذاتية والثالث : دوافع التسلية والترقية ، والرابع : دوافع الإعلام ومراقبة البيئة ، كما أظهر أيضاً ان هناك (6 عوامل ) تعبر عن دوافع إستخدام الشباب الجامعي للصحف الإلكترونية الأول دوافع التوجيه والإرشاد ، والثاني : دوافع العلاقات التفاعلية والثالث : الدوافع الطقوسية ، والرابع : دوافع طلب المعلومات ، والخامس : دوافع سهولة التناول المعرفي ، والسادس : دوافع الإستقلال الفكري .

2. كما أظهر التحليل العاملي أن هناك (4 عوامل) تعبر عن الإشباعات التي يحققها الشباب الجامعي من خلال إستخدامه للصحف المطبوعة تمثلت في الإشباعات شبه الإجتماعية والإشباعات التوجيهية ، وإشباعات الإعلام ومراقبة البيئة ، وإشباعات التسلية والترفيه كما تبين من التحليل العاملي أن هناك (5 عوامل) تعبر عن إشباعات الصحف الإلكترونية تمثلت في : الإشباعات التوجيهية ، والإشباعات الطقوسية الهادفة وإشباعات العلاقات التفاعلية وإشباعات الإعلام ومراقبة البيئة وإشباعات القرب وسهولة التناول المعرفي .

3. وجود علاقات إرتباطية بين دوافع الإستخدام ، والمضامين ، والإشباعات المتحققة من إستخدام الشباب الجامعي لكل من الصحف المطبوعة والإلكترونية ، كما تم التوصل الي وجود علاقات إرتباطية بين الأصول الإجتماعية والنفسية ، ومعدل الإستخدام والدوافع والإشباعات المتحققة والمضمون المفضل في كل من الصحف المطبوعة والإلكترونية .

### وكان من أهم توصيات الدراسة :

1. إهتمام المؤسسات الصحفية بالمضامين المقدمة في الصحف المختلفة والتي تخاطب الشباب الجامعي .

2. تنظيم دورات تدريبية متخصصة في مجال تكنولوجيا الصحافة بالنسبة للشباب الجامعي.

3. تشجيع الشباب الجامعي علي المشاركة الإيجابية في تحرير الصحف بنوعيتها .

4. الإهتمام بكافة المستويات الإقتصادية الإجتماعية الموجودة في المجتمع من خلال معرفة دوافع إستخدام كل من هذه المستويات ، وكذلك المضامين المقدمة في كل من الصحف المطبوعة والإلكترونية .

#### الدراسة الثانية ( محمد ، 13 أكتوبر )

في مصر بعنوان "الصحيفة الإلكترونية والورقية دراسة مقارنة في المفهوم والسمات بالتطبيق على الصحف الإلكترونية المصرية " بهدف الكشف عن التأثيرات المستقبلية للصحيفة الإلكترونية و وسائل الإعلام الجديدة على الصحيفة الورقية والكشف عن السمات العامة لهذه الصحف ، ومدى إستغلالها للإمكانيات الكبيرة التي تتيحها البيئة الإنتاجية للصحيفة الإلكترونية.

وقد أعتمد الدارس في هذه الدراسة على البحث والتحليل ، بإستخدام ثلاثة مناهج هي: المنهج الإعلامي : والمنهج المقارن ، ومنهج الدراسات السابقة وذلك من خلال إعتماد الأساليب التأملية والنماذج التعبيرية التي تعتمد إسهامات الخبراء من خلال إستخدام أداة الملاحظة العلمية . **وخلصت الدراسة إلى:**

1- إن الصحافة الإلكترونية تعتبر خير دليل على الإمتزاج بين ثورتي الإتصالات والحاسبات ويعود الفضل في هذا المزج إلى التقنية الرقمية وظهور شبكات التليفون الرقمية ISDN .

2- يُعد مفهوم الصحيفة الإلكترونية جزءاً من مفهوم أوسع أشمل هو النشر الإلكتروني ويأتي مفهوم الصحيفة الإلكترونية ترجمة لأكثر من تعريف في الكتابات الأجنبية ، وتتعدد التعاريف في الكتابات العربية والأجنبية ، وعرفت الدراسة التعريف الأقرب للصحيفة الإلكترونية.

3- تتفوق الصحافة الإلكترونية على الورقية بعدة صفات تأتي نتيجة للبيئة الإنتاجية وطبيعة الصحيفة الإلكترونية ، وأهمها : تقنيتي النص والوسائط المتعددة ، وإدخال الوقت والجهد الحالية والأنية ، والتوزيع اللحظي.

4- للصحافة المطبوعة عدة صفات أصيلة لا تستطيع الصحافة الإلكترونية تحقيقها وهي:

قابلية النقل والحفظ ، و إستخدام عراقة الإسم ، والتغطية التفسيرية والإستقصائية ، وقراءة النصوص المطبوعه له سحره الخاص ، وقراءة نصوصها أكثر سهولة من قراءة النص الإلكتروني

عبر الشاشة ، وعادات قراءة الصحيفة الورقية لا يمكن بحال أن تتوفر في حالة الصحيفة الالكترونية ، وإن الصحيفة الورقية لا زالت تحقق عوائد مالية بكثير من الصحف الالكترونيه وبخاصة فيما يتعلق بعائدات الإعلانات والتوزيع .

### الدراسة الثالثة (سليمان ، 2001)

قام بإجراء دراسة في مصر بعنوان (مستقبل الصحافة المطبوعة في ضوء تكنولوجيا الإتصال)، هدفت إلي وصف أبعاد الأزمة التي تمر بها الصحافة المطبوعة ، ومدى تأثير تكنولوجيا الإتصال علي مستقبلها . وقد قام الباحث بدراسة آراء علماء الإتصال والصحفيين التي تم الحصول عليها عن طريق الإنترنت ، أو ما نشر منها في كتب أو مجلات علميه ، أو أوراق وتقارير وإحصائيات وإستبانات قدمت إلى مؤتمرات علميه ، حيث قام بإستخدام المنهج المقارن . ونتيجة لخطورت التحدي الذي يواجه الصحافة المطبوعة خاصة في الشمال الغني ، فقد ظهرت تجليات أزمة الصحافة المطبوعة كما أوضحت الدراسة فيما يلي:

1- إختفاء عدد من الصحف المطبوعة في الولايات المتحدة وأوربا الغربية ، وإندماجها مع الصحف الأخرى ، وتناقص توزيعها ، وتناقص دخلها من الإعلانات من خلال فترة التسعينات.

2- تزايد النمو في سوق الصحافة في دول أخرى جنوبيه مثل الهند .

3- نمو الصحافة الإلكترونيه والخدمات الإخباريه على الإنترنت ، وأن الصحافة المطبوعة تتعرض للخطر في دول الشمال.

4 - كشفت الدراسة أن سبب أزمة الصحافة المطبوعة لاتعود إلي تطور وسائل الإتصال الجديد فقط ، وإنما هذه الأزمة كانت تتصاعد منذ بدايه السبعينات وقد شكلتها عدة عوامل:

- أن النموذج الأمريكي للحياه قد قلل من الوقت المتاح للإنسان لقراءة الصحف وأن الصحف قد تعاملت مع القراء كمستهلكين .

- أن الحل التجاري الذي أتبعته الصحف منذ بداية السبعينات ، قد أدى إلى تركيزها على المواد الخفيه ، وتناقص أهتمامها بتقديم معرفه ذات نوعيه عاليه للجمهور .

5- زيادة التركيز على ملكيه الصحافه ، وسيطرة الشركات عابره القارات عليها .

6- كما أوضحت الدراسه أن الصحف الإلكترونيه بالرغم من حالة الإنبهار بها لا تستطيع أن تشكل بديلاً للصحافه المطبوعه.

### الدراسة الرابعة (أحمد ، 2006م)

رسالة دكتوراه بعنوان "إستخدامات الطلاب المراهقين وإتجاهاتهم نحو الانترنت وتأثيرها علي قراءتهم الحرة" جامعة بني سويف – كليه الآداب ..

وهدفت هذه الدراسة إلي التعرف علي الإستخدامات والإتجاهات نحو شبكة الإنترنت من جانب الطلاب المراهقين في محافظة بني سويف ، ومدى تأثيرها علي قراءاتهم الحرة وبلغت عينة الدراسة (330) مفردة من الطلاب المراهقين اللذين تتراوح أعمارهم من 13-18 سنه من طلاب المدارس الإعدادية والمدارس الثانوية في محافظة بني سويف .

وتوصلت الدراسة إلي مجموعة من النتائج المهمه يمكن تلخيصها في التالي :

- يستخدم المراهقون الإنترنت من ساعة إلي ساعتين في المرة الواحدة بنسبة ( 40.9% ) و يستخدمونها أقل من ساعة في المرة الواحدة بنسبة ( 32.7% ).
- جاءت المعلومات الدينية في المرتبة الأولى بنسبة بلغت (19.2%) بينما جاءت المعلومات الرياضية في المرتبه الثانية بنسبة (12.2%).
- تنوعت دوافع تعرض المراهقين للإنترنت فجاءت التسلية و الترفيه بنسبة (11%) و البحث عن المعلومات بنسبة (10.7%).
- إستخدام المراهقين عينة الدراسة أثر إلي حد ما علي قراءاتهم الحرة بنسبة بلغت (30.3%).
- جاءت المواقع الترفيهيه في مقدمة المواقع التي يتم زيارتها من جانب المراهقين عينة الدراسة بنسبة (15.6%) يليها المواقع الدينية بنسبة (15.3%) ثم المواقع الرياضيه بنسبه (14.2%).
- إحتلت خدمه البريد الإلكتروني المرتبه الأولى من جانب المراهقين عينه الدراسه بنسبه بلغت (29.7%) يليها خدمة المحادثة بنسبة (28.5%) .

• يتمتع المراهقون عينة الدراسة بإتجاهات إيجابية نحو الإنترنت بنسبة بلغت (79%).

### الدراسة الخامسة (الطراييشي ، 2001م)

بعنوان "إنعكاسات التعرض للصحف الإلكترونية على الثقافة الصحية للشباب الجامعي" بهدف التعرف على إنعكاسات التعرض للصحف الإلكترونية و الورقية على الثقافة الصحية للشباب الجامعي ، من خلال دراسة تجريبية على عينة من طلاب كلية الإعلام بجامعة العلوم الحديثة و الآداب ، الذين تم تعريضهم للنسخ الورقية والإلكترونية لصحيفتي (الجمهورية المصرية) و (يواس ايه توداي) U.S.A Today الأمريكية. وذلك بالإعتماد على أداة الإستبيان والملاحظة ، كما تم إستخدام منهج العلاقة الإرتباطية للتحقق من فروضها. وتوصلت نتائج الدراسة إلى ما يلي :

1. زيادة الفجوة الإدراكية بين الذين يتعرضون للصحف الإلكترونية فقط أو للصحف الورقية فقط .

2. إدراك المعلومات الصحية يزيد لدى الذين يتعرضون للصحف الإلكترونية والورقية معا .

### ما يميز هذه الدراسة عن الدراسات السابقة:

- الملاحظة أن أغلب الدراسات السابقة تناولت الصحافة الإلكترونية والصحافة الورقية .
- الدراسات السابقة سلطت الضوء علي الطلاب المراهقين اللذين تتراوح أعمارهم من 13-18 سنة من طلاب المدارس الإعدادية والمدارس الثانوية ، كما في دراسة أحمد شعبان الدراسة الحالية أختارت أفراد العينة جميعهم من طلاب الجامعات .
- ركزت الدراسة الحالية علي طلاب الجامعات كعينة دراسة .
- تناول إتجاهات وإستخدام طلاب الجامعات وإنعكاساتها علي الصحف بنوعيتها .
- المتوقع أن تكون نتائج هذه الدراسة مختلفة تماماً إلى حد كبير عن نتائج الدراسات السابقة. وأخيراً أستفادت الباحثة من الدراسات السابقة في الإطار النظري من حيث ميزات الصحافة الإلكترونية وإستخداماتها المختلفة وتأثيراتها علي الصحف المطبوعه بشكل عام والتعرف علي مدي مصداقيتها ، ومدي إنتشارها ، ومستقبل الصحافة المطبوعه في ظل التحديات التي تواجهها من قبل الصحافة الإلكترونية .



## الفصل الثاني : الصحافة الإلكترونية

المبحث الأول : الإعلام الإلكتروني النشأة والتطور

المبحث الثاني : واقع الصحافة الإلكترونية عالمياً وعربياً

المبحث الثالث: الصحافة المطبوعة والإلكترونية تكامل أم تنافس

### المبحث الأول

#### الإعلام الإلكتروني

#### النشأة والتطور

إستطاع الإعلام أن يستفيد من التقنيات والعلوم الحديثة ، التي تعد في مجالها بشكل خاص وفي مجال تطور العلوم والتقنيه بشكل عام ، قفزات حقيقيه ، يطلق عليها البعض إسم "ثورات" من

أهمها ثورة الإتصالات.

فربما "لا يكون الأمر محتاجاً إلي المزيد من التوضيح , فالإعلام الذي نعايشه اليوم ، قد بلغ من التطور أشواطاً بعيدة ، وصل أفاقاً واسعة جعلت عصرنا هذا يحمل صفه الإعلام والإتصال ، وإلتصقت بهذا المرفق الحيوي إلهام صفه "الثورة" يقال ثورة الإتصال ونظراً لما تشكله المعلومات بالنسبه للإتصال بإعتبارها مادته المبتوثة ، أو المنقولة ، يقال أيضاً ثورة المعلومات (عرجة. 2006 ، ص 277) .

ربما أن الكثير ينظر إلي هذه الإستفادة من التقنيات علي أنها ميزة فريدة للإعلام ، إلا أن التاريخ القديم والحديث لتطور العلوم في العالم ، يلاحظ أن هذه الميزة كانت ولا تزال مرتبطة بعلم الإتصال الجماهيري منذ القدم ، فهذا العلم إستطاع في كل مرحلة من مراحل التطور التاريخي الإنساني والعلمي ، أن يستفيد من التطورات المرحليه ، وصولاً للإنتشار والعالمية وأن تستفيد من إحدى الإختراعات الحديثة التي تتسم بالإنتشار ، ليحملها رسالته الخاصة ، لإيصالها للناس قبل أن تصبح هذه الإختراعات وسيله أساسيه من وسائل الإعلام.

فوسائل الإعلام المتنوعة ، بدءاً من ورق الصحيفة وإنتهاء بالحاسبات الآلية والأقمار الصناعيه إستفادت من التقنيات الحديثة للمرحلة التاريخية التي ظهرت فيها . وإستفاد كل قسم من أقسام وسائل الإتصال الجماهيري (المقروء ، المسموع ، والمرئي) من التقنيات التي تناسب طريقه إنتشاره وتأثيره لذلك ليس غريباً أن يتمكن الإعلام من الإستفادة من خدمات الكمبيوتر والإنترنت في تحميل المضامين الإعلامية الخاص به ، ونشرها بين الناس خاصة وأن الأنترنت حقق للإعلام ما كان يحلم به طويلاً ، من إنتشار وعالميه وخفض تكاليف وحرية وتفاعل مع الجمهور المتلقى ، وغيرها الكثير من السمات و الآليات التي تميز الإعلام الإلكتروني اليوم . وهذه الدراسات أشارت إليه وتحديد أهم تلك السمات والآليات مقارنة بالصحافة الورقية ، التي تعد إحدى أهم وأقدم الوسائل في التاريخ المعاصر ولا تزال تتمتع بمكانة مرقومة ، تجعلها تنافس الوسائل الأخرى . بل أن بعض الوسائل الإعلامية الأخرى تحاول محاكاته في بعض جوانب آليات تأثيرها و أسلوبها .

وبشكل عام ، فإن الإعلام ، وخلال مسيرته التاريخية ، طرأت عليه العديد من التبديلات والتغيرات التي كانت مرتبطة بشكل أو بآخر ، بالتطور التقني ، و بالوسائل الحديثة التي باتت تحمل رسائله إلى الجماهير ، كما تغير طرق إستقبال الناس له ، حسب الوسيله المستخدمة ، بدءاً من السمع ،

خلال مرحلة المشاهدة والكلام ، مروراً بالنظر ، خلال مرحلة الكتابة والصورة ، وصولاً إلى السمع و البصر فى التلفزة والإنترنت وغيرها.

"إن هناك إهتماماً كبيراً نلاحظه فى الوقت الحاضر ، بدراسة الوسائل الإعلامية وطاقاتها وقدراتها الإتصالية ، خاصة منذ أن أطلق عالم الإتصال "مارشل ماكلوهان" مقولته بأن: الوسيلة فى الرسالة التى تقوم بنقلها ، فالإذاعة يلائم نقل الأخبار السريعة والقصيرة. والتلفزيون يلائم نقل الأخبار المصورة ، والمجلات تلائم تقديم التفسيرات الخبرية ، ويزداد النظر بعمق أكبر تجاه الإمكانيات المذهلة لهذه الوسائل الإعلامية ، وهى ما نلاحظه فى دراسة المفكر الفرنسى "ريجيش دوبرية" فى علم الإعلام العام و الميدولوجيا الذى يعتبر متابعة دقيقة عميقة لمقولة الوسيلة هى الرسالة " (ابوعرجة. 2006 - ص 277) .

إن الكثير من التغيرات التى طرأت على الإعلام ، جعلت الإعلام يصبح وسيلة للتغير فى المجتمع فى رأى المجتمع ، فى عاداته وتقاليده ، فى أسلوب حياته ، فى تفهمه لبعض الأحداث والقضايا فى مواقفه التى يتخذها خلال حياته. فالإعلام كان ولا يزال ، فعلاً ومؤثراً ، بالقدر الذى تساهم فيه الوسائل المتنوعة بإيصال رسالته بواقعية و آنية لجمهور المتلقين .

### الإعلام الجديد

لم يعد هناك شك فى ظهور وتبلور شكل الإعلام الجديد فى عالمنا المعاصر ، وهو الإعلام الإلكتروني الذى يمكن القول أنه إنتاج العديد من الخبرات والتقنيات الإعلامية و الإلكترونية وغيرها ، مما يدخل فى صناعة هذا الإعلام الجديد ، والذى فرض نفسه على الساحة منذ تسعينيات هذا القرن ، عندما ظهر الإنترنت عبر أجهزة الحاسب الآلى ، وبدأ ينتشر بشكل لا مثيل له ، وخلال فترة زمنية قياسية ، مقارنة بغيره من الوسائل الأخرى.

إذ "لم يشهد العالم فى العصر الحديث تطوراً تكنولوجياً خاص فى أعمال المجتمع وحمل معه بواذر تغيير إجتماعى وتطور حضارى و غزو ثقافى مثل الإنترنت ، ولا يزال العالم يعيش مرحلة ما قبل الإستقرار بشأن هذه الظاهرة التكنولوجية الإعلامية الجديدة (حمادة ، 2008 ، ص 97) .

و"يعود الفضل فى إمكانية تحقيق المزج فيما بين الثورات الثلاث - المعلومات والإتصال والحاسبات إلى ما يعرف اليوم بالتقنية الرقمية التى أتاحت لغة للحوار المشترك بين تكنولوجيا وسائل الاتصال من جهة وتكنولوجيا الحاسبات الإلكترونية من جهة أخرى".

(النجار، 2003 ، ص 17) .

إن ظهور الإنترنت من بينها خدمة " الشبكة العنكبوتية العالمية ، أتاح لملايين الناس خدمات جديدة تتمثل باختبار الفورية ، والمضامين الإعلامية الأخبارية والتفسيرية والتحليلية ، عبر قوالب وأشكال لم تكن معهودة من قبل في أى من الوسائل الإعلامية السابقة وربما يمكن القول أن الإنترنت إستفاد من جميع التقنيات التى سبقته ، وزاد عليها ما ميز الحاسب الآلى والإنترنت من سرعة ووصول وإنتشار وخدمات أرشفية وغيرها فحقق مكاسب لم يحققه غيره من الوسائل السابقة ضمن هذه الفترة الزمنية من عمره ، والإنترنت يعد وليداً .

ورغم أن الإعلام الإلكتروني عبر الإنترنت ، لم يدخل في البدايه لينافس أي من وسائل الإعلام التقليديه الأخرى ، إلا أنه مر سريعاً بمرحلة إثبات الذات وبات لزاماً أن يستفيد من كل ما أوتي له من مكانة وقوة ونفوذ ، كي يكون منافساً حقيقياً . وقد أصبح بالفعل ، حتي باتت له خصائصه وسماته وأليات تأثيره الخاصة ، وبدأ الكثير من العلماء بالإتصال بالنظير له وتحديد مكانته ومستقبله.

### مفهوم الإعلام عبر الشبكة

إذا كان التعريف الكلاسيكي للإعلام هو تزويد الناس بالأخبار الصحيحه والمعلومات السليمه والحقائق الثابته ، التي تساعدهم علي تكوين رأي صائب في واقعه من الوقائع أو مشكله من المشكلات بحيث يعبر هذا الرأي تعبيراً موضوعياً عن عقلية الجماهير وإتجاهاتهم وميولهم ، فإن أي مفهوم للإعلام لابد أن يرتبط بالمجتمع بكل مقوماته السياسيه والإقتصادييه والإجتماعيه.

"ويأتي الإعلام الإلكتروني ليعبر عن مرحلة من مراحل التطور التكنولوجي في وسائل الإتصال التي تعتمد علي الوسائل الإلكترونيه في تزويد الجماهير بالأخبار والمعلومات ويعبر عن المجتمع الذي يصدر منه ويتوجه إليه طبقاً لما حدده الألماني (اتوجروت) لمفهوم الإعلام بأنه التعبير الموضوعي لعقلية الجماهير وروحها وميولها وإتجاهاتها في نفس الوقت ، فهو يشترك مع الإعلام بشكل عام في الأهداف والمبادئ العامة ، بيد أنه يتميز بإعتماده علي وسائل تكنولوجية جديدة . ولا يعني الإعلام الإلكتروني مجرد إستبدال الوسائل القديمة (الصحيفة المطبوعة مثلاً) بوسائل حديثة (الحاسب الآلى) فالمسألة تتجاوز ذلك بكثير ، حيث تمس التحولات كافة أطراف العملية الإتصالية لتشمل الوسيله والرساله والمرسل والمستقبل والتغذية المرتدة بل ونمط التسويق أيضاً ، أن التصور الأكثر

موضوعيه للإعلام الإلكتروني لا يعني مجرد النظر إلي التحول في الوسيلة الناقله للمادة الإتصاليه لأنه من المفترض أن التغييرات التي تطرأ علي الوسيله ستؤثر علي الرساله ، بل أن هذه التغييرات من المؤكد أنها ستصيب كافة أطراف العمليه الإتصاليه ، بل وستخلق مناخاً إتصالياً يختلف في جوانبه الإجتماعية والإقتصادية عن المناخ الذي خلقتة ثقافه الإعلام التقليدي" (أمين ، 2004 ، ص 91-92) .

تعد شبكه الإنترنت أحدث التقنيات الإتصاليه التي عرفها العالم خلال العقدين الماضيين ولقد إستطاعت الشبكة بفضل ما تتوافر عليه من سمات إتصاليه وشكلية أن تقلب المفاهيم المكانية والزمانية للإنتاج الإعلامي ، حيث تسمح شبكة الإنترنت لمستخدميها أن يختاروا بحرية ما يريد من خدمات إتصاليه تتفق مع رغباتهم الخاصه.(حداد ، 1999 ، ص 67) .

من هنا فقد بدأ عدد من أساتذة الإتصال الجماهيري في الإهتمام بدراسة الأنترنت بإعتبارها أداة جديدة في مجال الإتصال ، والصحافه بشكل خاص (محمد، 2000 ، ص 89) .

ليس الإعلام الإلكتروني ، أو ما نشاهده من صفحات إخبارية علي الإنترنت ، إلا الشكل النهائي لجملة متناغمة و متراكبة من العمليات التقنية و الإعلامية ، إمتزجت فيها الخدمات والبرامج الحاسوبية مع الجهد والإخراج الإعلامي ، فخرجت بهذا الشكل والأسلوب.

والإنترنت ، كما الإذاعة و الأقمار الصناعيه وغيرها ، نمت و إنتشرت في مجال مختلف تماماً عن الإعلام ، وكذلك أجهزة الحاسب الآلي والإنترنت ، لكن حين غزت هذه الأجهزة منازل الناس العاديين ، وإنتشر الإنترنت كخدمة يمكن أن تصل إلي أي إنسان ، بدأ البعض بإستخدام هذه التقنية الجديدة الواعده في إيصال رسائلهم الخاصه ، وحول القائمون علي وسائل الإعلام التقليديه أعينهم إلي هذه الخدمة الجديدة ، كمكسب جديد لإيصال رسائلهم الإعلامية التي تركز جهدها في هذا المضمار بشكل خاص ، وبطاقم كامل من المهنيين والإعلاميين.

و"إذا كانت المعلومات هي البيانات أو حقائق تم معالجتها ، ويمكن تخزينها وإسترجاعها وتشكيلها وإذا كانت تكنولوجيا المعلومات تصبح هي مجموعة الأدوات والأنظمة والتقنيات والمعرفة المطورة لحل مشاكل تتصل بإستخدام الحاسبات الإلكترونية ، والإتصالات عن بعد (السلكية واللاسلكية) لتشكيل وتوزيع التثوير والترفيه ، وبشكل أكثر تقنيه ، هي الوسائل الموظفة لكي تجمع بشكل منظم

وتعالج و تخزين و تعرض وتبادل المعلومات دعماً للأنشطة الفكرية للإنسان". (علم الدين , 2005 , ص 104) .

إن التمازج بين الإنترنت وأجهزة الكمبيوتر وأجهزة الحاسب الآلي ، هي أنشأت مفهوم "الإعلام الإلكتروني ، حيث "تمثل أجهزة الكمبيوتر ووسائل الإتصال ملكتي تكنولوجيا عصر المعلومات وعند جمعها معاً داخل شبكات الكمبيوتر ، يشكلان معاً أساس شبكة الإنترنت الراهنة والبنىات الأساسية لمعلومات المستقبل ، ومن ثم فهما تمثلان الأساس التكنولوجي لسوق المعلومات". (علم الدين ، 2005 ، ص 111) .

" وفي تقرير لشركة سيفيلانس ، فإن عدد الصفحات الموجودة علي الإنترنت بلغ في يوليو 2000 أكثر من 2,1 بليون صفحة ، وأنه يتم إضافة سبعة ملايين صفحة جديدة كل يوم . وذكر التقرير أن الإنترنت سوف يستمر في النمو ، وأنه سيكون هناك أكثر من بلايين صفحة علي الإنترنت في بدايه العام 2001 .

هذا الإنتشار الكبير للإنترنت إضافة إلى سهولة إستخدامها وتنوع مصادرها وخدماتها جعلت شركات صناعة الإعلام تتهافت علي إيجاد مواقع لها ، عليها حيث يوجد حتي بداية عام 1999 أكثر من 6772 جريدة علي الإنترنت من مختلف أنحاء العالم" (جريدة الشرق الاوسط . العدد 6792 ، 3 يوليو 1997، ص 18) .

#### الأشكال الإعلامية التي تتيحها تقنية الإنترنت :

كما هو حاصل الآن لم يقتصر الإستفادة من الخدمات الإعلامية عبر شبكة الإنترنت علي الصحف اليومية أو الأسبوعية ، أو الصحف الإلكترونية الخاصة بالإنترنت فقط ، بل شملت الكثير من وسائل الإعلام الأخرى . إن شبكة الإنترنت تشكل تحدياً ضخماً لمؤسسات الإعلام التقليدية ، وهو تحد من نوع جديد يساعد الجمهور ويعيد تحديد دور الصحفيين في المجتمع.

فشبكة الإنترنت من خلال تغطيتها للأخبار لا تجعل من الممكن فقط تقديم شكل أكثر جاذبية للصحافة بل أنها أيضا تضع رقابة أكبر في أيدي الجمهور فالحقائق التي تقدم لا تحتاج إلي كثير من التصفيه من جانب الصحفيين علي الإنترنت يستطيعون أن يتركوا الوقائع تتحدث عن نفسها . ليس هذا واحدا من أعز الأمانى التي تسعى إليها الصحافة منذ زمن بعيد.

"والإنترنت تسمح أيضا لمجال أوسع من الأصوات الصحفية أن تتحدث لجمهور يمتد عبر العالم فقد ظهرت في السنوات الأخيرة العديد من مصادر الأخبار الأصلية الموثوق بها علي الإنترنت ، وفي عصر الإنترنت لا يوجد فصل بين مرسل المعلومات ومتلقيها . إن كل منهما يستطيع أن يشارك في صحافه . إن كل منهما لديه مقدرة كامنه علي توصيل المعلومات والمعرفه للأخرين". (امين ، 2004م ، ص 65) .

والإعلام جزء من العمليه الإتصاليه ، وهو نشاط يتم لتحقيق أهداف معينه وتستخدم فيه وسائل الإتصال الجماهيري ، ويسعي الإعلام لإيصال المعارف إلي الأفراد والجماعات بهدف التأثير في عقولهم ، ومشاعرهم ونشاطاتهم . والإتصال يقصد به "أي عمليه يتم التفاعل من خلالها بين طرفين أو أكثر ، بهدف تحقيق قدر من التفاهم عن طريق تبادل المعلومات و الآراء ، والأفكار والرموز ذات العلاقه بالثقافه الخاصة وفي المحيط الذي تتم فيه تلك العمليه". (صالح ، 2007 ، ص 40) . ويمكن تحديد بعض أبرز الأشكال التي خرجت بها الوسائل الإعلاميه للإنترنت ، ومن أهمها :

### **1- خدمة البريد الإلكتروني Electronic mail**

تعرف إختصاراً بإسم القائمة ، وهي تتكون من عناوين بريدية تحتوي في العادة علي عنوان بريدي واحد ، يقوم بتحويل جميع الرسائل المرسله إليه ، إلي كل عنوان علي القائمة ويقوم المستخدم بنشر الرسالة ، هذه الرسالة يتم إرسالها إلي كمبيوتر مركزي ، ومن هناك يتم إرسال تلك الرسالة إلي جميع الأشخاص المشتركين في القائمة . ومواضيع النقاش في القوائم البريدية يمتد ليشمل أي موضوع يمكن أن يخطر لك علي البال.

ويعد البريد الإلكتروني أحد الخدمات الحديثه التي أتاحتها شبكه الإنترنت لتسهيل تبادل المعلومات علي الفور سواء المعلومات النصية أو الصوتية أو الصور المرئية أو الصور الفتوغرافية. (السعود ، 1423هـ ، ص 172) .

وتقدم هذه الخدمة عن طريق مزودي الإنترنت الذين يقومون بتخصيص مساحة علي الخادم الخاص بهم لتكون مخصصة للبريد الإلكتروني ، وبالتالي يكون لكل مشترك مع هذا المزود مساحة فرعية خاصة به ، ويعطي المشترك عنواناً خاصاً به ، ويمكن من خلاله إستقبال الرسائل الإلكترونية والتواصل مع الآخرين". (ابوالعطا ، 1420هـ ، ص 11) .

وربما ظهرت أشكال أخرى لطرق التواصل الإعلامي عبر التقنيات الحديثه ، التي لا تكاد تمر فترة

من الزمن ، حتي تقدم مراكز التطور التقنية ، خدمات جديدة لم تكن موجودة من قبل.

**ويتمتع البريد الإلكتروني بعدة مزايا أهمها :**

\* إنخفاض التكلفة المادية .

\* السرعة الفائقة حيث يتم الإرسال خلال مدة وجيزة من الزمن.

\* يتم إستلام الرد خلال زمن قياسي .

\* يستطيع المستفيد أن يستلم رسائله في أي مكان في العالم مما يفيد رجال الأعمال الذين يسافرون

كثيراً بحكم عملهم ، كما يفيد الناس جميعهم حيث يمكنهم أثناء إجازاتهم الإطلاع علي الرسائل

الواردة إليهم .

\* يستطيع المستفيد أن يحصل علي رسائله في الوقت الذي يناسبه فهو غير ملتزم بتلقي البريد في

لحظة الإرسال نفسها.

\* يستطيع المستفيد إرسال عدد من الرسائل إلي جهات مختلفه في الوقت نفسه ، وهذا ما يمكن أن

يسهل عمل المؤسسة التي ترغب بدعوة جهات عديدة إلي ندوة أو مؤتمر أو معرض.

\* يمكن ربط ملفات إضافية بالبريد الإلكتروني.

ومن أشهر الشركات التي تؤمن خدمه البريد الإلكتروني علي مواقعها الخاصة "مايكروسفت التي

تؤمن خدمة بريد hotmail ، شركة yahoo وشركة gmail التابع لشركة google ونتيجة

الإقبال الكبير لجمهور الإنترنت تنافست الشركات الكبرى في الشبكة التي تقدم خدمة البريد

الإلكتروني ، فقدمت google خدمة البريد الإلكتروني بمساحة 1 جيجا بايت بينما رفعت

yahoo مساحة البريد الإلكتروني من 100ميغا بايت إلى 1جيجا بايت ، هذا بالإضافة إلي تطوير

الخدمات الملحقة بخدمة البريد الإلكتروني كتحويل الرسائل Forwarding .

## **2- الجرائد والمجلات على شاشات الكمبيوتر:**

"وهي التي تخلت عن الشكل التقليدي الورقي للجريدة ، وإستبدلته بشكل لا ورقي أو الإلكتروني ففي

فبراير 1993 صدرت مجلة نيوزويك الأمريكيه الأسبوعيه أول طابعه لها علي إسطوانة مدمجة

تعرض إلي جانب النصوص المكتوبة والصوتية (مسموعة) الصور والرسوم المتحركة ويمكن

عرضها أو تشغيلها من خلال جهاز خاص بتشغيل الإسطوانات المدمجة المتعددة والذي يشبه

الجهاز العادي لتشغيل الإسطوانات المدمجة الموسيقيه ويمكن ربطه بشاشة تلفزيون أو حاسب

الإلكتروني.

وفي يوليو 1993 أعلنت مجلة تايم الأمريكية - وهي أقدم مجلة أسبوعية في الولايات المتحدة الأمريكية وتوزع حوالي 4.2 مليون نسخة أسبوعياً إنها ستكون متاحة لعملاء شبكه أمريكا أون لاين (Amirca online) التي تقدم الأخبار والمعلومات الرياضية والمالية وأخبار الطقس وخدمات أخرى عبر أجهزة الكمبيوتر الشخصية. (كاتب ، 2002م . ص 104) .

### 3- شركات توفير المعلومات:

تقوم بتوفير خدمات الإنترنت المختلفه ، والتي تقدمها شركات توفير خدمه الإنترنت بالإضافة إلى توفيرها لخدمات المعلومات والأخبار والترفيه " ك ياهو وام اس ان (MSN) و(أمريكان اون لاين) وغيرها.

وتعد "شركة بروديجي أول شركه تقوم بتوفير قائمة متنوعه من تلك الخدمات الإضافيه وتشمل علي خدمة التسوق المنزلي ، والدليل السياحي ، وتصنيف المطاعم ، ودائرة معارف ، وألعاب ، وأخبار سياسية وإقتصادية وأسعار الأسهم وتقارير حاله الطقس وغير ذلك. (كاتب ، 2002م . ص 104) .

### 4 - المواقع الإعلامية الإلكترونية:

وهي المواقع التي لا تنتمي إلى صحيفة معينة وإنما أخرجت صحيفة الإلكترونية علي شبكة الإنترنت ، تشابه في الكثير من سماتها وخصائصها الصحف الإلكترونية التابعة للصحف اليومية وهناك إعتقاد خاطئ لدي البعض أن الصحيفة الإلكترونية تكون بالضرورة نتاجاً لصحيفة ورقية والواقع أن هناك أعداداً متزايدة من الصحف الإلكترونية علي الإنترنت والتي لا يكون لها أصل علي الورق.

### 5 - المجموعات الأخبارية:

هي عبارة عن مجموعة من الأشخاص ذوي إهتمامات مشتركة ترتبط ببعضها ، ويمكن وصف مجموعة الأخبار بالمائدة المستديرة التي تضم عدداً من الأفراد بحيث يمكن لأي شخص أن يطلع علي الرسائل الموجهة من شخص آخر ، كما بحيث يمكن من خلال المجموعه الأخبارية تبادل النصوص في شكلها الأولي ، والصور الثابتة ، والمتحركة أيضا ويمكن للمشارك الدخول إلي مجموعات الأخبار عن طريق البريد الإلكتروني الخاص به وبعد ذلك يتلقي كل ما يصدر من هذه

المجموعه من معلومات ، وأخبار و بيانات ونحوها في إطار إهتماماته ، عبر بريده الإلكتروني.  
(برايان و اندرداهل ، 2001 ، ص 484) .

والمجموعات الأخبارية هي "شبكة عالميه من مجموعات أخبار ، تغطي الأف المواضيع والمقالات التي تنشر في مجموعات نقاش تسمى "أخبار" مجموعات النقاش أيضا تسمى مجموعات أخبار ، تتم صياغته بواسطة القراء ، وهؤلاء القراء يقومون بنشر المقالات ، أو الرد علي مقالات سبق نشرها ، بواسطة البريد الإلكتروني و الإشتراك مفتوح لأي شخص أو أي منظمه ترغب في ذلك. (كاتب ، 2002م ، ص128-129) .

ولعل التفاعلية من أهم السمات التي ساعدت علي إنتشار المجموعات الأخبارية التي جعلت التواصل الإلكتروني يقترب من الإتصال الشخصي البالغ التأثير(فهيمى ، 2001 ، ص 221) .

### المحتوي الإعلامي للمواقع الإلكترونيه:

تشير أدبيات تحليل المحتوى في الدراسات الإعلامية إلي أن المحتوى هو كل ما ينشر أو يذاع في وسائل الإعلام ، أو المادة الإعلامية المتاحة علي صفحات الصحف أو البرامج الإذاعية والتلفزيونية من السهل الوصول إليها بالوصول إلي الصحيفة أو البرنامج الإذاعي والتلفزيوني.

ولعل من سهولة الإتاحة والوصول إلي المادة الإعلامية لتحقيق أهداف التحليل كان وراء السبب في إنتشار إستخدام تحليل المحتوى في دراسته المادة الإعلامية وعلاقتها بنفس سهولة الوصول إلي الأوعية المنشورة عليها.

أما في تحليل محتوى المواقع الإعلاميه فإن الأمر يختلف في حالات كثيرة نتيجة تعريف المحتوى المتاح علي المواقع الإعلاميه فهو يتجاوز حدود النص ذاته إلي كل ما هو متاح علي الموقع من معلومات تشمل النص أو النصوص والوسائل المتعددة وأدوات التوصيل والإتاحة وسهولة قراءة المحتوى و إرتباطاته حسبما تفرضه نظم إدارة المحتوى الإلكتروني (عبدالحميد . 1425هـ 2007 ، ص 295) .

وإدارة المحتوى الإلكتروني تشمل العمليات الخاصه بجمع المعلومات وتنظيم نشرها وعرضها في أشكال تيسر إستخدامها وإسترجاعها من قبل المتلقين أو المستخدمين وإتخاذ قرارات الإستفادة بها مرات أخري من خلال التخزين أو التسجيل أو تحميلها على أوعيه أخري.

ومن هنا فإن المحتوى المتاح على المواقع الإلكترونية يمثل مادة التحليل التي تشمل :

- \* النص أو النصوص المتعددة.
  - \* الروابط التي تدخل في بناء النص الفائت.
  - \* الوسائل المتعددة والفائقة.
  - \* أدوات التجول والإبحار.
  - \* أدوات التفاعل مع المحتوى أو غيره من أطراف العملية الإعلامية.
  - \* عناصر الضبط والمراقبة.
  - \* طرق الدخول إلى الموقع وتسجيل المستخدمين ، والتي تعتبر ضرورية في حالة غياب عناصر الضبط و المراقبه الأخرى ، أو تعتبر ضمنها في حالة وجودها.
  - \* المساعدات والإرشادات . (عبد الحميد . 1425 هـ 2007 ، ص 295 ) .
- نستطيع أن نقول أن الإعلام إستطاع أن يتمتع بطابع جماهيري بشكل أوسع ، وأصبح ينشر العلم والمعرفة والتعليم وبات وسيلة للسياسيين والإقتصاديين وأصحاب رؤوس الأموال الذين وظفوا أموالهم في سبيل تحقيق مكاسب منه ، وخضع لفترات طويلة للإحتكار أو للسيطرة من قبل الحكومات ، قبل أن يتحول في شكله الأخير إلى وسيلة تجاوز حدود الرقيب والإحتكار و أحادية الرأي .

## المبحث الثاني

### الصحافة الإلكترونية عالمياً و عربياً

## مدخل

لم يعد خافياً علي أحد ما للإنترنت من أهميه كبيرة في التواصل ونقل وتناقل المعلومات حيث "أصبح الإنترنت اليوم من أهم مصادر المعلومات التي يمكن الإعتماد عليها في البحث عن جميع المجالات فهي تعطي المعلومات وتزود بالأخبار ويمكن الإطلاع عبرها على الصحافة العالمية ولايمكن لأي صحفي الإستغناء عنها(معسوس ، 2009 ، ص55).

تمايزت الأشكال الإعلامية للإنترنت لتأخذ أشكالاً متعددة من بينها "الصحافة الإلكترونية" التي باتت تشكل ركيزة أساسية من ركائز العمل الإعلامي عبر الإنترنت ، من خلال الخدمات الصحفية والمعلوماتية التي تقدمها ، حيث إنتشرت أشكال مختلفة للصحف الإلكترونية في الإنترنت.

فقد "تزايدت أهميه الإنترنت صحفياً في الأونة الأخيرة ، وتصاعدت مكانة الصحف والصحفيين الذين يعتمدون عليها ، وبرزت مسميات جديدة من بينها الصحافة الإلكترونية حيث أحدثت الإنترنت تغييراً كبيراً في مفهوم العمل الصحفي ، بحيث لم تعد العديد من الصحف تهتم بإصدار صحف مطبوعه فقط ، بل أصبحت تسعى الي إرتياد أسلوب جديد يسمح بنقل الأخبار والمعلومات بطريقه أكثر جذباً وعمقاً وشمولاً". (السعود . 1423 هـ ، ص 204) .

لم يعد الإتصال الجماهيري يسير وفق نموذج من فرد إلى أفراد عديدين . لقد ألغت الإنترنت تقريباً النموذج الخطي التقليدي للإتصال ، بما كانت تتضمنه من قيود علي العمليه الإتصاليه ، فقد كان هذا النموذج يعطي سلطة كبيرة وربما مطلقة للقائم بالإتصال (المرسل) وكانت العلاقة بين المرسل والمستقبل أقرب إلى العلاقة الإستبدادية ، أما بعد ظهور الإنترنت فلم يعد للمرسل أو لبنيه الإتصال نفسها تلك السلطة المطلقة على المستقبل". (امين ، 2004م ، ص 100) .

ومن بين أهم الخدمات التي تقدمها الصحافة الإلكترونية اليوم ، هي خدمة المعلومات المجانيه ، حيث "يشير بعض الإقتصاديين إلي مفهوم " الغذاء المجاني" ولكن البعض يؤكد أنه لا يوجد شيء اسمه غذاء مجاني في هذا العالم ، ولكن الحقيقة الجديدة هي وجود معلومات مجانيه كثيرة في كل مكان تقريباً من الكرة الأرضية ، وبشكل خاص وفر الإنترنت هذه الخدمة التي إستطاعت أن تساوي بين الناس في إمتلاك المعلومة ، كما أن الإتجاه الحديث في إنتشار الصحف المجانية هو نوع آخر في توفير المعلومات المجانية للمتلقي في أي مكان في العالم تقريباً" (عبدالجبار ، 2009م ، ص

وقد نشأ مفهوم الصحافة الإلكترونية "منذ أن أطلقت صحيفة شيكاغو تريبيون أول نسخة إلكترونية لها علي الإنترنت عام 1992 ، وحينها بدأ الإستخدام المتزايد من جانب الصحف للإنترنت وإنشاء مواقع الإلكترونية ، ثم ظهرت شركات للأخبار عبر الإنترنت إبتداء من عام 1999 دون أن يكون لها وجود مادي ، وتلتها قنوات المعلومات عبر التلفزيون لتكون نوعاً من الصحف المقروءة عبر الأنترنت ، وأخيراً لجأت بعض القنوات الفضائية والمحطات الإذاعية إلى إنشاء مواقع إلكترونية لها.

هذه الظاهرة إرتبطت بما عرف بالصحافة الإلكترونية من جانب بعض المراجع أو الإعلام الإلكتروني وأداة هذه الوسيلة الجديدة هي الفضاء الممتد مع إستخدام أكثر من وسيط إتصالي ، أو ما عرف بالوسائط المتعددة فأصبحت لدينا وسيلة إلكترونية جديدة وأن البعض منها مرتبط بالصحافة والأخر مرتبط بالإذاعة كالـ (بي بي سي) أو القنوات التلفزيونية (سي ان ان) أو الفضائيات (الجزيرة) (المتولي ، 2005 ، ص 439) .

ولم تتوقف أشكال الصحف الإلكترونية علي تحويل الطبقات الورقيه إلى نسخ إلكترونية تشير من خلال الإنترنت ، بل شملت الصحافة الإلكترونية أشكالاً أخرى ، كنشر الأخبار و المعلومات التابعة للإذاعات والتلفزة عبر الإنترنت ، من خلال شكل جديد هو شكل الوسائط المتعددة ، بحيث باتت الصحف الإلكترونية مكاناً للمنافسة بين الوسائل الإعلامية علي مختلف أنواعها.

حيث "تسمح التكنولوجيا الرقمية بالوصول الفوري للإعلام القديم ، مثل الصحف والمجلات وبرامج التلفزيون و الأفلام التسجيلية الغنائية ، وبهذه الطريقة يتم إدماج الإعلام القديم بالإعلام الجديد بواسطة أجهزة الحاسوب العادية ، ومصادر المعلومات المخزنة على الإنترنت . أن دمج المضامين يؤدي إلى إيجاد محتوى من الوسائط المتعددة (أي مزج السمعي والبصري والمعلومات معاً) مما يوفر للإنسان خيارات عدة يصل إليها في وقت واحد". (الموسي ، 2009 ، ص 58) .

"على الصلاحية فإن الصحيفة الإلكترونية تنطبق عليها مواصفات الصحيفة اليومية المطبوعه لجهة وتيرة الصدور ولجهة تنوع المواضيع بين السياسة والإقتصاد والثقافة والإجتماعيات والرياضه ولجهه تنوع شكل المادة الصحافيه بين الخبر ، المقابله ، التحليل التحقيق والمقالة . لكن أهم ما يميزها عن الصحيفة المطبوعه هو توافر المادة الصحافيه على شكل نص إلكتروني يمكن البحث فيه

وتحريره من جديد بعد إسترجاعه وبالتالي خزنه كمادة صحافيه جديدة ، ومن المزايا الأخرى سرعه الوصول إلى المادة بأكثر من طريقه.

والصحيفة اليومية بشكلها الإلكتروني توافرت كأحد مصادر المعلومات قبل الطفرة الحديثة لإستخدام الإنترنت ، لكن ظهور الأخيرة ساهم في تعزيزها و دفع بالناشرين من مختلف الجنسيات إلى إصدار طبعات إلكترونيه لصفهم . وقد بدأ العمل على الإستفادة من المزايا التي توفرها الصحيفة الإلكترونية منذ منتصف السبعينات و ظهرت الثمار الأولى للأبحاث في بدايه الثمانيات مع الإعلان عن توافر عدد من الصحف اليومية ألياً بواسطه الإتصال الفوري المباشر ، ومن أولي هذه الصحف صحيفتي واشنطن بوست ولوس انجليس تايمز اللتان كانتا متوافرتين للمشاركين مع مواد صحافيه أخرى منتقاة من عدد من الصحف الأميركية عبر خدمة معروفه بخدمه واشنطن بوست ولوس انجليس تايمز. (بشير ، بحث مقدم لندوة الثقافه العربيه ، وفاق النشر الإلكتروني) .

### **ظهور الصحافة الإلكترونية:**

تؤكد العديد من الدراسات أن أول صحيفة الكترونية أوجدت لنفسها مكاناً عبر الإنترنت هي صحيفة "شيكاغو تريبيون" عام 1992 .

وقد إهتمت العديد من المؤسسات الصحفية والإعلامية وكذلك الشركات والمؤسسات التجاريه والحكوميه والأهليه وغيرها بالإنترنت كوسيلة لإيصال المعلومات ، فإقتحموا فضاء الإنترنت بمجموعات وأعداد ضخمة من الصحف الإلكترونية التي حملوها أفكارهم وأخبارهم و أحداثهم التي يصنعونها أو التي ينقلونها عن الغير . فالإنترنت "جعلت الصحافة تلعب دوراً مختلفاً في المجتمع فقد إستفادت الصحف والمطبوعات الدوريه من التقدم التكنولوجي الذي وفرته الإنترنت لتحسين مضمونها وزيادة عدد قراءها بواسطه الشبكه و بمشاركة الحاسب ، كما أصبحت المخطوطات تنقل إلكترونياً على إسطوانات أو ترسل بالبريد الإلكتروني ، وترسم الصفحات إلكترونياً من قبل المحرر بمنزله وترسل إلى مقر الصحيفة " (محي الدين ، 2006، ص 160) .

"لقد بزغ الإنترنت كأحدث وسيله إتصال جماهيري و أسرعها نمواً على مر التاريخ ، وهي ما زالت مستمره في النمو ليس فقط من حيث عدد مستخدميها ، الذي وصل شهر يوليو 2000 إلى 359,8 مليون مستخدم ، ولكن أيضا بسبب المصادر و الخدمات التي تقدمها . هذه الحقائق دفعت وسائل الإعلام المختلفة ، ليس فقط الصحف ، إلى الإسراع بإيجاد مواقع لها على الإنترنت ، حيث

يوجد حالياً أعداد كبيرة ومتزايدة من محطات وشبكات التلفزيون والراديو والمجلات ووكالات الأنباء بالإضافة إلى مواقع أخرى عديدة التنافس جميعها الصحف الإلكترونية على تقديم خدمات إخبارية متخصصة .

ويوجد حالياً على الشبكة وحتى أبريل 2001 أكثر من 4000 مجلة ، و1950 محطة إذاعة و 1418 موقعا تلفزيونياً و 250 موقع خدمة إخبارية . وقد كانت الصحف اليومية من أوائل وسائل الإعلام تواجداً على الإنترنت ، ويزيد عدد الصحف العاملة على الإنترنت 6800 صحيفه يومية . (كاتب . 2002م ، ص 269) .

إلا أن مواقع الصحف اليومية على شبكه الإنترنت لم تعد تستطيع أن تكون جامدة كما الصحف اليومية الورقيه ، أي لم تعد قادرة على أن تحدث محتواها مرة في اليوم ، ولم تعد تحتل عدم وجود التفاعل مع جمهور المتلقين ، وبات من الضروري لها منافسه الصحف الإلكترونية الأخرى ، التي تنشر وسائل متعددة ، وتحدث محتواها بشكل مستمر أو تتفاعل مع الجمهور .

"إدراك الصحف لهذه الحقائق دفع البعض إلى إعطاء مواقعها على الإنترنت أسماء مختلفه عن الاسم التي تصدر به الصحيفة الورقيه .

وتعود المعرفة بالصحافه الإلكترونية إلى السبعينات الميلاديه ، مع تزايد إنتشار هذا النوع من الصحف خلال التسعينات الميلاديه ، تسابق كثير من المؤسسات الصحفيه على إطلاق نسخة إلكترونيه على الشبكه العالميه" (تمكنت جريدة الجزيرة السعوديه من اصدار نسختها الإلكترونية علي الانترنت في 16 ابريل من عام 1997) .

وقد بدأت الصحف العربيه تدرك أهميه الإنترنت ، وضرورة وجودها على الشبكه منذ إنطلاقة الخدمة على المستوي العالمي عام 1990 ، ولذا يتوافر على الشبكه (76) صحيفه عربيه تمثل نسبتها 54% من مجموع الصحف العربيه اليوميه ، ومن هذه الصحف (68) صحيفه تصدر في الوطن العربي و ثمانى صحف تصدر خارجه" (الزيد ، 2001 ، ص 31-32) .

وقد "توافرت الصحافة اليومية العربيه الأولى عبر شبكة الإنترنت في (سبتمبر 1995). وقد نشرت صحيفه الشرق الأوسط في عددها الصادر في 6 أيلول من ذلك العام خبراً على صفحتها الأولى أعلنت فيه أنه بدءاً من 9 أيلول 1995 ستكون موادها الصحافيه

اليوميه متوافرة إلكترونياً للقراء على شكل صور عبر شبكه الإنترنت . الصحفيه العربيه الثانية التي توافرت على الإنترنت كانت صحيفه النهار البيروتية التي أصدرت طبعة إلكترونيه يوميه خاصه بالشبكه بدءاً من الأول من كانون الثاني (يناير) عام 1996 . ثم تلتها الحياة في الأول من حزيران من العام نفسه والسفير اللبنانيه في نهايه العام أيضا. (عماد ، 2001م).

هذا من ناحية الصحف الإلكترونيه التي لديها طبعات ورقيه ، أما من ناحية الصحف اليوميه الإلكترونيه الغير ماديه ، فلقد تأخر ظهور الخدمات الصحفيه على شبكة الإنترنت وتأخر ظهور الصحف الإلكترونيه إلى نهاية التسعينات على الرغم من إدراك الصحف العربيه أهمية الإنترنت وضرورة تواجدها علي الشبكه.

وعلى الرغم من أهميه المضامين المقدمة في هذه الصحف الإلكترونيه إلا أنه واتساقاً مع أهميه جانب الشكل في العمل الإعلامي يعد حسن التصميم وجمال توزيع الوحدات التي تتكون منها الصفحة عاملاً مهماً يسهم في جذب القراء ، وزيادة إرتباطهم بالصحف (العسكر ، 1419هـ ، ص 87) .

### خصائص و سمات الصحافة الإلكترونيه :

تتميز التكنولوجيا التي تحمل عبرها الصحف الإلكترونيه ، بجمله من السمات التي تميز العمليه الإعلاميّه و منها :

#### 1- التفاعليه Interactive

أتاحت التقنيات الجديدة للمتلقّي فرصه التفاعل مع المرسل عبر الوسائط الجديدة فأصبح يحس بأنه شريك هذا الإحساس لاشك قادر على تعميق الرسالة ، فأصبح يطلق على مرسل الرسالة المشارك بدلاً من المصدر ، ودخلت مصطلحات جديدة مثل الممارسة الثنائية التبادل ، التحكم ، المشاركة. (محي الدين تيتاوي ، 2004 ، ص 125-126) .

وتطلق هذه السمة على الدرجة التي يكون فيها للمشاركين في عمليه الإتصال تأثير على أدوار الآخرين وبإستطاعتهم تبادلها و يطلق على ممارستهم الممارسة المتبادله أو التفاعليه وهي تفاعليه بمعنى أن هناك سلسلة من الأفعال الإتصاليه التي يستطيع الفرد (أ) أن يأخذ فيها موقع الفرد (ب) ويقوم بأفعاله الإتصاليه ، المرسل يستقبل ويرسل في الوقت نفسه وكذلك المستقبل ، ويطلق علي القائمين بالإتصال لفظ مشاركين بدلاً من مصادر ، وبذلك تدخل مصطلحات جديدة في عمليه

الإتصال مثل الممارسه الثنائية ، التبادل ، التحكم المشاركين ، ومثال على ذلك التفاعليه في بعض أنظمة النصوص المتلفزة (علم الدين ، 1997 ، ص 196) .

وتتميز الصحافة الإلكترونية بإمكانية تقديم المعلومات بناءً على طلب المتلقي ، حيث يمكن تزويد المشترك بالأخبار والموضوعات عند طلبها و في الوقت الذي يحدده وتعرف هذه الخدمة بخدمة "الأخبار تحت الطلب" (نصر وعبدالرحمن ، 2003م ، ص288) .

كما أن كثيراً من الصحف الإلكترونية مثل صحيفة الرياض الإلكترونية تقدم هذه الخدمة حيث تقوم الصحيفة بإرسال الأخبار والمستجدات حول الموضوعات التي إختارها المشترك مسبقاً إلى بريده الإلكتروني ، كما أن صحيفة اليوم الإلكترونية (اليوم الإلكتروني) تقدم خدمة تخصيص الصفحة الرئيسية عند دخول المتلقي "المشترك" إلى الموقع ، كما إنها تقدم خدمة التخصيص إختيار المدينة التي يرغب المتلقي معرفة أحوال الطقس بها وأوقات الصلاة أيضا ، وذلك عند فتح الموقع مباشرة دون البحث عنها . كما أن للمتلقي إمكانية تغيير ألوان الخطوط وأحجامها و ألوان الخلفيات في الصحف الإلكترونية حسب رغبته الشخصية ، وذلك عن طريق المتصفح نفسه .

## 2- اللاجماهيريه Demassification

رغم وجود بعض الخدمات الإعلاميه المحددة التي يمكن من خلالها إيصال رسائل إعلامية خاصة عبر الصحف الإلكترونية مبدأ "الجمهوريه" حيث لم يعد هناك جمهور محدد بعينه يتم إرسال المعلومات إليه ، فأى مستخدم للإنترنت يمكن أن يصل إلى أي صحيفة الإلكترونية أينما كانت . ولقد ولدت سمه "اللاجماهيريه" عن الرؤية التي تقوم على الفروق الفرديه في الأمزجة و الإتجاهات وطرق تعديلها ، فالرسالة الإعلاميه التي توجه إلى جمع عنصر تبني على السمات المشتركة بين بني الإنسان وهي ثابتة نسبياً ، أما الإتجاهات والميول الفرديه فإنها غير قابله للتعدد والإشباع و تكريس التواصل بين المرسل و المتلقي. ( تيناوي ، 2004م ، ص 126) .

"كما تعني اللاجماهيريه أن الرسالة الإتصاليه من الممكن أن تتوجه إلى فرد واحد أو إلى جماعه معينه ، وليس إلي جماهير ضخمه كما كان في الماضي ، وتعني أيضا درجه التحكم في نظام الإتصال بحيث تصل الرسالة مباشرة من منتج الرسالة إلى مستهلكها (علم الدين ، 1997م ، ص 196) .

## 3- اللاتزامنية asynchrony

وتقوم هذه الخاصية على إمكانيه أن يسترجع و يشاهد كل متلق البرنامج أو المادة التي يريد حسب ظروفه ووقت فراغه وهذا لا يتطلب من المشاركين أن يستخدموا النظام في الوقت نفسه ، فمثلا عن نظم البريد الإلكتروني ترسل الرسائل مباشرة من مرسل الرسالة إلى مستقبلها في أي وقت دونما حاجة لوجود المستقبل في وقت الإرسال وعندما تتاح له الفرصه ويسمح زمنه بتعقب بريده الإلكتروني يجدها في إنتظاره كما أن بإمكانه مشاهدة برنامج تلفازي بإسترجاعه على رقمه البريدي في شبكه الإنترنت ( تيتاوي ، 2004م ، ص 126 ) .

#### **4- قابليه التحرك أو الحركيه Mobility**

هناك "وسائل إتصاليه كثيرة يمكن لمستخدمها الإستفادة منها في الإتصال ، والحركية تعني القابليه للحركة في أدوات الإرسال و الإستقبال ، والإتصال بها من مكان الى آخر ، أثناء حركه المستقبل أو المرسل ، وأنصع مثال على ذلك الهاتف النقال ، وتلفون السيارة أو الطائرة ، والتليفون المدمج في ساعه اليد ، وهناك آلة لتصوير المستندات وزنها عدة أوقيات وجهاز فيديو يوضع في الجيب ، وجهاز فاكسيميل يوضع في السيارة ، وحاسب الى نقال مزود بطابعة " (تيتاوي ، 2004م ، ص 126 ) .

#### **5- التحويلية أو قابليه التحويل Convertibility**

وهي "قدرة وسائل الإتصال على نقل المعلومات من وسيط لأخر ، كالتقنيات التي يمكنها تحويل الرسالة المسموعه إلى رساله مطبوعه وبالعكس ، وهي في طريقها لتحقيق نظام للترجمة الآلية ظهرت مقدماته في نظام مينيتيل الفرنسي. (تيتاوي ، 2004م ، ص 127 )

#### **6- قابليه التوصيل Connectivity**

وتعني إمكانيه توصيل الأجهزة الإتصالية بتنوع كبير من أجهزة أخرى بغض النظر عن الشركة الصانعه لها أو البلد الذي تم فيه الصنع.

#### **7- الشيووع أو الإنتشار Ubiquity**

ويعني به الإنتشار المنهجي لنظام وسائل الإتصال حول العالم و في داخل كل طبقه من طبقات المجتمع ، وكل وسيلة تظهر تبدو في البدايه على أنها ترف ثم تتحول إلي ضرورة نلمح ذلك في التليفون ، وبعده الفاكسيميل ، وكلما زاد عدد الأجهزة المستخدمة زادت قيمة النظام لكل الأطراف المعنية ، وفي رأي "الفن توفلر" أن المصلحة القوية للأثرياء هنا أن يجدو طرقاً لتوسيع النظام

الجديد للإتصال ليشمل لا ليقصي من هم أقل ثراء ، حيث يدعمون بطريقه غير مباشرة الخدمة المقدمة لغير القادرين علي تكاليفها.

## 8- الكونية Globalization

البيئة الأساسية الجديدة لوسائل الإتصال هي بيئة عالميه دوليه ، حيث تستطيع المعلومة أن تتبع المسارات المعقدة تعقد المسالك التي يتدفق عليها رأس المال إلكترونياً عبر الحدود الدوليه جيئة وذهاباً من أقصي مكان في الأرض إلى أدناه في أجزاء على الألف من الثانية إلى جانب تتبعها مسار الأحداث الدوليه في أي مكان في العالم". (عبدالحسب ، علم الدين 1997م ، ص 128) .

## 9- اللامركزية Decentralization

يتميز النمط الحالي للإتصال الجماهيري في إطار تكنولوجيا الإتصال الراهنة ، بالتوجه إلى جماهير قليلة محدودة جغرافيا ، من خلال مراكز إقليمية مختلفة توازن بين المركز والأطراف أي أن نمط الإعلام الآن قد أصبح يميل إلى الإقليمية ، ويقضي على سيادة المركز في عملية التدفق الإعلامي وبالطبع فإن النمط الإنتاجي الذي كان المسيطر في السابق هو ظهور مراكز توزيع على نطاق واسعة من مصادر مركزيه محدودة إلى أعداد غفيرة من الجماهير.

## 10- اللاتمايزية بين وسائط الإتصال Undifferentiation

لقد ساهمت ثورة الإتصال الخمسه في ذوبان الفروق والتميز بين شكل الرسالة ووسيلة ففي الماضي كانت الرسالة الصحفيه لا تصلح للنقل على التلفاز ، وكانت السينما تخصص في الأفلام بينما يتخصص التلفاز في المسلسلات ، أما الآن فقد زالت الفروق والسمات بين وسائل الإتصال ولم تعد الحدود بين الأنماط المختلفه والمنوعه حادة وقطعيه ، فالأفلام السينمائية نجدها الآن متاحة للعرض على شاشة التلفزيون والكمبيوتر ، والهاتف أصبح أداة تسيل وتصوير ، والراديو أصبح ناقلاً للصور ، والصحيفه متاحة على سطح الإنترنت وأصبح من الممكن أن تخدم الوسيله الواحدة عدة تخصصات.(تيتاوي ، 2004م ، ص 127- 128) .

قد توسع إستخدام الإنترنت في الإتصال الإنساني ، الإتصال التقليدي ، ليشمل الإتصال الإنساني التبادلي عبر أجهزة الكمبيوتر ، فلم يعد الإتصال الحديث موقفاً سلوكياً ينقل فيه رسالة إلى مستقبل ، بهدف التأثير فيه ، وإنما أصبح موقفاً تبادلياً يتبادل فيه شخصان أو أكثر ، معلومات أو أفكار .

## المبحث الثالث

### مدخل

أصبح للصحافة الإلكترونية أهمية بالغة في حياتنا السياسية والاجتماعية والاقتصادية وفي جميع نواحي الحياة ، وقد تطورت تكنولوجيا الإتصال بشكل هائل نتيجة التطور التقني للمعلومات وإنتشارها بسرعة فائقة إستطاعت أن تعبر القارات وتتخطي الحدود .

ظهرت الصحافة الإلكترونية لأول مرة في منتصف التسعينات الميلادية لتشكل بذلك ظاهرة إعلامية جديدة إرتبطت مباشرة بعصور ثورة تكنولوجيا الإتصال والمعلومات ، وليصبح المشهد الإعلامي والإتصالي الدولي أكثر إنفتاحاً وسعة حيث أصبح بمقدور من يشاء الإسهام في إيصال صوته و رأيه لجمهور واسع من القراء دونما تعقيدات الصحافة الورقية وموافقة الناشر في حدود معينة ، وبذلك إتسعت الحريات الصحفية بشكل غير مسبوق ، بعد أن أثبتت الظاهرة الإعلامية الجديدة قدرتها علي تخطي الحدود الجغرافية ببسر وسهولة .

كانت بداية الصحافة الإلكترونية مجرد مواقع تحتوي على مقالات وموضوعات وأفكار وأطروحات ورؤي بسيطة . وتحديداً إنطلقت من منتديات الحوار التي تتميز بسهولة تحميل برامجها وبساطة تركيبها ويكفي أن تقوم بتحميل هذه البرامج المجانية في الغالب في العمل المحرر له وفي إجتذاب عدد كبير من الزوار (ابو عيشة ، 2010م ، ص173 – 174) .

إن الحرية التي تميزت بها الإنترنت وعدم السيطرة عليها في البداية وسرعة تداول المعلومات هو الذي حفز الجميع للإهتمام بالإنترنت ولا بد من معرفة أنه كانت هناك صعوبات للإنترنت في بدايتها من أهمها أنه لايمكن تصفح هذه المواقع إلا لمن يجيد إستخدام الكمبيوتر .

أنه في ثورة المعلوماتية فرضت الصحافة الإلكترونية نفسها على الساحة الإعلامية كمنافس قوي للصحافة الورقية ، والمتابع للدراسات التي تنشر حول مستقبل الصحافة الإلكترونية يمكنه أن يؤكد إنها قادمة بقوة ، وعلينا الإعتراف بأهمتها ، هذا لايعني أنها سوف تقلل من أهمية الصحافة الورقية وإنما هي تعمل على إنارتها والمتخصصون يؤكدون أن المستقبل لهذا النوع من الصحافة ، وفي إعتقادنا أن كل القائمين على رئاسة تحرير وأدارات الصحف الورقية في العالم العربي مؤمنون بأهمية الإنترنت كوسيلة إعلامية وإلا لما تسابقوا على إطلاق نسخ إلكترونية لصحفهم .

## الصحافة المطبوعة وعلاقتها بالصحافة الإلكترونية :

يأتي اليوم الحديث عن العلاقة ما بين الصحافة الإلكترونية والصحافة المطبوعة في ظل الأهمية المتنامية التي حصلت عليها الصحافة الإلكترونية بانتشار الواسع الذي تتمتع به بسبب تقنية الإنترنت والتي مكنت ملايين الناس في مختلف دول العالم من الوصول إلى الصحف الإلكترونية وقراءة الأخبار والتعليقات والتحليلات ومطالعة الصور وملفات الفيديو والاستماع إلى ملفات الصوت وغيرها ، فقد تزايدت أهمية الإنترنت تغيراً كبيراً في مفهوم العمل الصحفي ، بحيث لم تعد العديد من الصحف تهتم بإصدار صحف مطبوعة فقط أصبحت تسعى إلى إرتياد أسلوب جديد يسمح بنقل الأخبار والمعلومات بطريقة أكثر جذباً وعمقاً وشمولاً . (ال سعود، 1423هـ ، ص 204) .

والصحافة الإلكترونية مصطلح يثير عديداً من الإشكاليات بدءاً بالتعريف وانتقالاً إلى الممارسة فالبعض يفتح تعريف الصحافة الإلكترونية ليشمل كل موقع يحمل معلومات على الشبكة الدولية والبعض يضيفه فيجعله قاصراً على تلك الصحف التي تصدر ، ليس لها نموذج ورقي مطبوع طبقاً لهذا التعريف فإنه يمكن أن نقسم المواقع عبر الإنترنت إلى مواقع تجارية وتفاعلية وأخرى تعريفية ومواقع إعلامية تكميلية مثل مواقع الصحف الورقية والتقنوات الفضائية ، لكن الرأي الغالب هو أن الصحافة الإلكترونية تشمل الصحف سواء كان لها مثل مطبوع أو مرئي ، أو لم يكن وقد غيرت الصحافة الإلكترونية من شكل القوالب الصحفية الممتازة ، وجمعت بين أكثر من وسيلة داخلها فهي تستخدم النص والصورة والفيديو والتسجيلات السمعية ، ورغم حداثة الثقافة الإلكترونية ، إلا أنها وجدت لها مساحة كبيرة يمكن تقسيمها بترعرعها بعيداً عن قوانين الصحافة والنشر وبمعزل في أغلب الأحيان عن أوامر المنع والمصادرة ، فهي تنطلق في فضاء إفتراضي يتخطي الحدود فكانت منفذاً لكل باحث عن مساحة للتعبير تتحكم فيه حسابات وسياسات ومع سرعة تداول المعلومات ، وتوافرها طوال اليوم ، وإمكانية الوصول إليها مباشرة ، كانت الصحافة الإلكترونية منافساً خطيراً للصحافة المطبوعة ، وإن صدقت دراسة أجرتها مايكروسفت فإن

العالم سيشهد طباعة آخر صحيفة ورقية في عام 2018م لكن الواقع لا يقول ذلك خاصة في العالم الثالث الذي يعاني من إنتشار الفقر وهو ما يحول دون إمتلاك أجهزة كمبيوتر إلى جانب البنية الأساسية لشبكات الإتصال إضافة إلى إنتشار الأمية . (بصفر والقداح ، 2009م ، ص 157-159) .

## مقارنة بين الصحافة الورقية والإلكترونية :

هنالك من يري أن المقارنة بين الصحافة الورقية والإلكترونية مرفوضة من منطلق أن الصحافة الورقية صحافة بالمعنى العلمي الواقعي للكلمة وأن الصحافة الإلكترونية مجرد وسيلة للنشر وجميع النصوص والمقالات والأخبار والصور وبشكل مجرد من المشاعر والإبداع والفاعلية .

أما الطرف الآخر فيرون أن الصحافة الإلكترونية مكملة لدور الصحافة الورقية المطبوعة وليس هناك صراع بينهما إلا أن التمويل الذي أصبح الآن من آليات نجاح تلك الصحف في شكلها الحديث الذي ينعكس بالتالي على شكل وأداء الموقع من حيث تنوع أخباره وتحديثها بين الحين والآخر إذ أن ثقافة الإنترنت أصبحت لها جماهيرها وشعبيتها وهي في إزدياد مطرد على العكس من قراء الصحف والكتب .

ويكفي الصحافة الإلكترونية أنها في الغالب تتبع الحرية الكاملة التي يتمتع بها القارئ والكاتب على الإنترنت بخلاف الصحافة الورقية التي تكون بالمادة قد تم تعديل مقالاتها من قبل الناشر لأكثر من مرة حتى يكون وفقاً لسياسة الصحيفة (ابوعيشة 2010م ، ص 172)

### من مميزات الصحافة التقليدية

#### أ/ تكلفتها الإقتصادية أقل نسبياً :

تعتبر تكلفة الصحافة المطبوعة رخيصة نسبياً إذا قورنت بالإذاعة والتلفزيون فهي لا تحتاج إلى عملية تسجيل أو تصوير ويستطيع المحرر كتابة التقرير المنشور من على طاولته دون تكبد الذهاب إلى موقع الحدث .

ومن ناحية أخرى فإن تكلفة الطباعة والورق والأحبار ، لا توازي تكلفة إستقبال وإرسال الصورة التلفزيونية أو الموجة الإذاعية ، أما عن سعرها فهي أرخص بالنسبة للمستهلك من حيث الثمن .

#### ب/ سهولة الإسترجاع والتخزين :

إن قدرة مقتني الصحيفة على تخزين معلوماتها أو تخزين المعلومات منها أكبر من القدرة على تخزينها من الإذاعة والتلفزيون فأرشفة الصحيفة لا تحتاج إلى جهاز تسجيل ، أما عن الإسترجاع فالصحيفة تمنح مقتنيها ما لا يمنحه التلفزيون أو الإذاعة .

#### ج. إستخدام الصور والرسوم والكرتون والكاركاتير :

لقد تفوقت الصحيفة على الإذاعة من حيث إستخدام الصور والرسوم فهي تعطي صورة واضحة للحدث من خلال الصور ، وتعطي الخبر نوعاً من الإستقراء من خلال الكاركاتير تضع التوضيح له من خلال الرسوم .

#### **د. حرية المتلقي وإختيار الوقت**

بعكس الإذاعة والتلفزيون يستطيع المتلقي في الصحيفة أن يعرض نفسه للرسالة متي شاء وأين شاء دون أن يحكمه وقت ويستطيع إعادة خبر وتلقيه ومراجعتة كيفما شاء .

#### **هـ. سهولة نقل الصحيفة وحرية الحركة والتنقل :**

يستطيع المتلقي أن الصحيفة معه أينما أراد وأن يقرأها في أي مكان شاء فالصحيفة خفيفة النقل صغيرة الحجم .

#### **النشر الإلكتروني :**

جمع ودمج وطور معظم وأهم مزايا الوسائل سابقة الذكر ، الا ان هذه الاداة امتازت عنه في:

- الصحافة حرية التنقل .

- الإذاعة والتلفزيون تخفي حاجز الأمية .

- الإذاعة إطلاق طاقة الخيال .

#### **مميزاته :**

#### **أ. التفاعلية بين المرسل والمستقبل :**

فقد ألغى النشر الإلكتروني قضية المرسل والمستقبل ، فأصبح مرسل الرسالة الأولى هو المستقبل للرسالة الثانية ، وأصبح المستقبل الأول هو المرسل الثاني وهكذا .

#### **ب. اللامحدودية :**

أو التغلب علي عنصر الزمن والمسافة ففي الصحافة محدودية المساحة موجودة ، وفي التلفزة والإذاعة هناك محدودية في الوقت ، بيد أن المساحة والزمن في النشر الإلكتروني مفتوحان .

#### **ج. الإتصال التزامني اللاتزامنية :**

وهو أن يلتقي المرسل والمستقبل في نفس الوقت لحدوث العملية الإتصالية مع قدرتهم الحصول علي الرسالة متي شاء كما هو واقع في البريد الإلكتروني .

#### د. محدودية وضعف الرقابة :

يري بعض الباحثين أن الإنترنت هو رمز الديمقراطية ، فهو خارج أي سيطرة كاملة ، بيد أن لهذا الأمر سلبياته كما أن له إيجابياته .

#### هـ. تفتيت الجماهير :

فالجماهير تكون عبارة عن جماعات وشرائح ، كانت الرسالة الإعلامية مكلفة فترسل رسالة واحدة للجماهير باختلاف طبقاتها أو أجناسها أما الآن فكل وسيلة تحاول أن تخاطب شريحة معينة بما يتطلب إنتماؤها ، فالنشر الإلكتروني بسيط التكلفة قام بتفتيت الجماعات أكثر وأكثر فالمستقبل يستطيع أن يستقبل رسائل ذات طابع شخصي للأفراد ، لقد أنهى النشر الإلكتروني فرضية تكون الجمهور من شرائح وأوجد عملية كون الجمهور عبارة عن جماعات أصغر .

#### و. إنخفاض التكلفة :

فتكلفة عمل موقع على الإنترنت تكون بسيطة وتكلفة تحديد الموقع أيضاً إلا أنه يجب مراعاة بنود التكلفة عند إنشاء الموقع وعملية حماية الموقع .

#### ز. الشبوع والكونية :

فوسائل النشر الإلكتروني قادرة على الإنتشار والشبوع وتجاوز الحدود السياسية والجغرافية بين الشعوب وهذا ما يعني بالكونية ، إن الفضائيات تستطيع إختراق الحدود لكنها ذات تكلفة وقد إستطاعت الميديا الجديدة دعم ما يسمى بالعولمة ، فالعولمة هي ضغط أو تجاوز الزمان والمكان فقد إستطاعت الميديا الجديدة تخطي ذلك فيما يسمى بـ (الزمكانية) وهي تجاوز عملية الحدود في الزمان والمكان.(ابوعيشة ، 2010م ، ص 175-180) .

#### إدهار الصحافة الإلكترونية:

أمام هذا التراجع الواضح في عالم الصحافة المطبوعة تبدو الصحافة الإلكترونية وكأنها المغامر الذي يجني الأرباح دون عناء ، مليارات الدولارات تتدفق يومياً إلى جيوب أصحاب المواقع الإلكترونية الإعلامية والخدمية ، ملايين الزائرين يومياً لمواقع الإنترنت مبان ومؤسسات وشركات فردية وعائلية ومحدودة تقفز أرباحها سنوياً بالملايين .

ففي الصين مثلاً هناك 300 مليون مشترك في الإنترنت ، ويتوصل 32% الصينيين عبر الإنترنت وخدمات الشبكة العنكبوتية وتحقق الكثير من الصحف الإلكترونية أرباحاً كبيرة بسبب الإعلانات والخدمات الأخرى .

وفي هذا الخصوص يقول مارسيل فنز (من مؤسسة PWC العالمية هونغ كونغ) "سأشير إلى وثيقة أعدت وأطلقت قبل عدة شهور تشير نتائجها إلى أنه في العالم اليوم هناك الكثير من المؤثرات التي تؤثر علي الإعلام ونحن نؤمن أن هناك سرعة في المتغيرات فيما يخص الانتقال لعالم الديجتال" . ويضيف بالقول "أن استخدام الإنترنت يعتبر أحد الحلول المؤثرة في سلوك المستهلك وهناك عوامل أخرى تؤثر هناك العديد من الوسائل الإعلامية ليست قادرة علي مواجهة النمو في الإعلام الجديد لذلك يجب علينا الانتقال إلى عالم الديجتال ونحن نستاء عندما نسمع أن أحداً يقول : إنني أتصفح الجريدة ، ولكن هناك فئة كبيرة ممن يتابعون التلفزيون عبر الإنترنت ويقومون بالكثير من الألعاب عبر الإنترنت ويقضون فترة طويلة من اليوم على الترفيه التقني" .

### مستقبل الصحافة المطبوعة :

ما بين موجات التشاؤم والتفاؤل إزاء مستقبل الصحافة المطبوعة في عالم يتجه نحو التكنولوجيا الرقمية ، تباينت رؤي وأمال خبراء الصحافة والإعلام والنشر والطباعة ، ومن معهد تقنيات الطباعة والإعلام بجامعة كيمنيتز للتقنية في المانيا ، قال الدكتور أرفيد هوبلر "إن مقولة الرئيس التنفيذي لشركة ميكروسوفت عام 2000م ، وتأكيده عليها مرة ثانية بأن الصحف الورقية ستموت وتنتهي بحلول عام 2018م مازالت قائمة "وأضاف هوبلر أن المؤشرات بهذا الخصوص تظهر واضحة في الصحف الأمريكية وذكر " أن ثمة تغييراً في سلوك المستخدمين وسلوك المعلنين والإعلان نفسه فالكل يتجه للإعتماد على الكمبيوتر والإنترنت للوصول إلى أكبر شريحة من القراء الجيل الجديد من الشباب يري أن الصحف الورقية مملة" وإعتبر هوبلر أن الإعتماد علي متابعة الأخبار عبر الهواتف الجواله في تزايد مستمر" والإعلام المطبوع وإن كان يتمتع بمرونة قليلة مازال له وجود في السوق لكن الإعلام الإلكتروني وبالتالي ما يصاحبه من إعلانات يسير باتجاه نمو كبير" وكشف هوبلر عن إبتكار جديد يمكن أن يزاوج بين الطباعة الورقية والإلكترونية مشيراً إلى أنه بدأ ينشر في عدة بلدان متقدمة ، علي رأسها المانيا سماه "الإلكترونيات المطبوعة " وقال "لدينا مجموعة جديدة لبناء الكترونيات حديثة هذه الإلكترونيات المطبوعة تسمح لنا ببناء

الإلكترونيات وتشكيلها ليس في استخدام ثابت كما هو موجود الآن بل يمكنك أن تطبع بعضها مع بعض وهذا هو الشكل المتوقع للإلكترونيات المطبوعه في المستقبل ومن المتوقع أن تكون عالية الجودة للغاية ، ورخيصة الثمن أيضا بالمقارنة بالطباعة التقليدية الحالية والصحف ستفكر في مثل هذه التكنولوجيا الحديثة بحيث تكون هناك قيمة مضافة للمستهلك" (بصفر و القداح ، 2009م ، ص 170) .

من جهته "توقع الملياردير العالمي روبرت موردوك أن كثيراً من الصحف الحالية في المملكة المتحدة ستتلاشي في القريب العاجل ، ولن يتحمل سوق الصحف أكثر من صحيفة واحدة في كل سوق صحافية وقد أشارت أمندا بلاتل إلى أن الأرقام والإحصائيات عن الصحافة البريطانية تعكس هذا التنبوء من قبل موردوك ، وقد إنخفضت أرقام التوزيع للصحف البريطانية منذ عام 1995م إلى أكثر من 10% حتي عام 2005م ، وقد رضخت ثلاث صحف تقليدية كبري في لندن إلي أن تعتمد مقاسات أصغر لصفحتها ، تنافساً مع باقي الصحف الأخرى التي إعتمدت مقياس أقرب إلي مقاييس صحف التابلويد النصفية ، كما أضطرت هذه الصحف إلي أن تعيد النظر في تبويباتها الصحافية لتواكب سوق الجمهور من القراء . (عبدالجبار ، 2009م ، ص 110) .

ولكن رغم كل هذا التساؤل إلا أن الكثير من الدراسات العلمية والإجتماعية تؤكد على بقاء الصحف المطبوعة ، حتي بين الصحفيين والإعلاميين أنفسهم ، إذ تشير عدد من الدراسات إلي أن الصحفيين أنفسهم يعتقدون أن الصحافة ستكون أقل أهمية في الحياة العامة في السنوات القادمة حيث أبان شولتز وفولكس 55% من عينة الدراسة من الصحفيين أشارت إلي أن الصحافة ستكون أقل أهمية في الحياة العامة الأمريكية خلال العشر سنوات القادمة ، وقد رأي 4% فقط أن الصحافة ستكون أكثر أهمية من الوضع (عبدالجبار 2009م ، ص 111) .

وفي دراسة مسحية شاملة على عدد كبير من الصحفيين في دول العالم قام بها منتدي المحررين العالمي بالتعاون مع معهد رغبي لإستطلاعات الرأي العام ، عبرت الأغلبية الكبيرة من المحررين (85%) عن تفاؤلهم الكبير أو تفاؤلهم المتوسط بمستقبل الصحافة

في العالم ولكن نسبة محدودة منهم رأيت (35%) أن الصحافة الورقية ستظل هي المصدر الأساسي للأخبار علي الأقل خلال السنوات العشر القادمة (بصفر و القداح ، 2009م ، ص 170) .

"أما دوغلاس أوكاساكي المدير الإقليمي للشرق الأوسط وأفريقيا لجمعية التصميم الصحافي بالأمارات العربية المتحدة ، فبرغم تشديده على ضرورة الإهتمام الكبير بالإسم التجاري للمنتج الإعلامي ، تطرق إلى الهاجس الذي يشغل بال العاملين في مجال الصحافة المطبوعة وتحدث عن "أهمية إدارة العلامة التجارية وكيفية بناء علامة قوية للنشر الصحافي" فقال إنه يجب الفصل بين الصحيفة في طبعها الورقية والطبعة التي تضعها على الإنترنت ، مع أهمية أن يكون هناك الكثير من النقاط المشتركة بينهما. من جهته قال مارك ساندرز ، مدير قسم التسويق بصحيفة "الجارديان البريطانية" نحن لا ننقل الصحيفة على الموقع الإلكتروني ومن يعمل للصحيفة الورقية ليس بالضرورة هو من يعمل على الموقع الإلكتروني للصحيفة "مشيراً إلى أن التصميم علي الإنترنت يعبر عن "الجارديان" لكن ليس كما هو في الطبعة الورقية ، وإن هذا لا يقلل أبداً من أهمية الإسم التجاري للصحيفة وأضاف ساندرز "المستقبل علي الإنترنت إلى حد كبير ، وما لم نطور أنفسنا ونحافظ على منهج المصادقية والموضوعية والحياد ، وتطوير فرص الإعلام على الإنترنت من خلال الجارديان فلن نستطيع المنافسة مستقبلاً" ثم أوضح أنه بعد هجوم 11 سبتمبر (أيلول) عام 2001م على مركز التجارة العالمي بالولايات المتحدة " تكثف الدخول على موقع الصحيفة بشكل جنوني وإكتشفنا أن الصحافة الأمريكية كانت تركز علي جانب معين يتعلق بأحداث 11 سبتمبر بينما كنا في الـ "الجارديان" ننشر كل ما يتعلق بالحدث من جميع الجوانب وهذا الأمر جعل القراء في مدينة نيويورك ثاني أكبر عدد لقراء صحيفتنا بعد لندن "مشيراً إلي أن 20% من القراء "الجارديان" يصلون إلي الصحيفة عبر محرك البحث "جوجل" وحول تأثير الإنترنت على توزيع "الجارديان" قال ساندرز " لم يتغير الوضع حتي الآن في يوم السبت والأحد من كل أسبوع يكون الضغط علي زيارة موقع الصحيفة علي الإنترنت قل لصالح زيادة عدد قراء الطبعة الورقية " لكنه أضاف : "أعتقد أن إستهلاك الصحافة المطبوعة ينخفض ، مبيعات الصحيفة المطبوعة سينخفض إلى حد كبير وسنخسر الكثير مالياً " ودعا الدكتور جورج نوبار سيمونيات من كلية الفنون التطبيقية بجامعة حلوان في مصر

"الإعلام التقليدي ليدفع بنفسه بقوة إلى الأمام لكي يتواكب مع التطورات التقنية الحديثة" وأشار إلى أن "نمو الإعلام أصبح يسير بخطى أسرع من نمو الإعلانات وستستحوذ الإنترنت علي 10% من

حجم الإعلانات المتاحة لوسائل الإعلام التقليدية عام 2012م " (بصفر والقداح ، 2009م ، ص 170- 170 ) .

### الصحافة المجانية :

يجد بعض المنشائون من مستقبل الصحف في ظل الانتشار الواسع للصحف الإلكترونية المجانية أنه لا مجال للمنافسة إلا من خلال "المجانية" التي تعني أن على الصحف الورقية أن توزع أعدادها بشكل مجاني بين الناس لتضمن إستمرارها لذلك فإننا نجد أن

"هناك محاولة من الناشرين لإستثمار هذه الشريحة من القراء الجدد للدخول معهم في مغامرة الصحف المجانية ، وقد تكون الوسيلة الوحيدة للوصول إلى مثل هذه المجموعات السكانية من القراء هي من خلال الصحف المجانية أو من خلال الخدمات المجانية للأخبار عبر الإنترنت ، وليس من المحتمل أن تحل الصحف المجانية مكان الصحف المدفوعة نظراً لتمايز هاتين الوسيلتين وإختلاف جماهيرها " (عبدالجبار 2009م ، ص 118) .

وهناك نماذج عديدة لهذه الصحف اليومية المجانية التي إستطاعت أن تكسب أعداداً كبيرة من القراء إذ "تعد الصحيفة مترو المجانية أفضل نموذج نجاح يجسد أهمية الإتجاه نحو الصحافة المجانية في العالم ، في المرتبة الثالثة هما صحيفة يوموري وصحيفة أساهي

اللتين توزع كل منهما أكثر من عشرة ملايين نسخة يومياً ومن المهم الإشارة إلى أن صحيفة مترو هي نموذج فريد بتوزيعها القاري وليس التوزيع داخل دولة واحدة فهي صحيفة يومية توزع ستة ملايين نسخة ولكن يقرأها 17 مليون قارئ ولديها 57 طبعة توزع في 81 مدينة في 18 دولة . (عبدالجبار 2009م ، ص 118) .

"وفي تحليل لأحد مسؤولي صحيفة مترو ومركزها السويد ، قال رئيسها التنفيذي تورنبرج أن الصحف المجانية لن تمثل تهديداً خطيراً على الصحف المدفوعة ولكن هذه الظاهرة ستفرض على الصحف المدفوعة أن تتكيف مع الأوضاع الجديدة وتوقع تورنبرج أن الصحف المدفوعة سيكون جل تركيزها وقوتها في أيام العطل الأسبوعية نظراً لأن الصحف المجانية لا تصدر خلال هذه الأيام وشبه ما يدور حالياً من حمي المنافسة بين الصحف المجانية والصحف المدفوعة بما كان يدور من عراك ومنافسة بين التلفزيون المجانية والتلفزيون المدفوع في كثير من المجتمعات العالمية" (عبدالجبار 2009م ، ص 118) .

وبشكل عام يمكن القول "أن العلاقة بين الصحافة المطبوعة والصحافة الإلكترونية تبدو معقدة وخصوصاً أن المعلومات والإحصاءات الدقيقة غير متوافرة وهي تحتاج إلى دراسات معمقة تفضي إلى رؤية واقعية بعيدة عن التخمين ، والإستنتاجات الخاطئة مما يؤسس لواقع إعلامي يتكيف مع المستجدات بدلاً من رفض الجديد من موقف عاطفي". (سليمان ، 2009م ، ص 64) . وبالتالي فإننا نجد أن العلاقة بين الصحف المطبوعة والإلكترونية هي علاقة تكاملية إلا أنها وفي نفس الوقت علاقة "تأثير متبادل" حيث تأثرت الصحف الإلكترونية بشكل وطبيعة وخصائص الصحف المطبوعة ، في الوقت الذي بدأت الصحف المطبوعة فيه بالتأثر بالصحف الإلكترونية ومن خلال منافستها في بعض خصائص كالمجانبة مثلاً .

ولكن يبدو هذا بعيداً عن واقعنا العربي لأن كل هذا الدراسات والإحصائيات تتعلق بالدول العربية بينما لا تزال الفجوة واسعة في العالم وأن الصحافة الإلكترونية التي بدأت تغطي على الصحافة المطبوعة في العالم ، لا تزال تواجه الكثير من الصعوبة في عالمنا العربي والسبب الإعلام الإلكتروني يصل إلى عدد محدود من القراء مقارنة بالإعلام الورقي لضعف إنتشار الإنترنت في العالم العربي وشيوع الأمية وخاصة الأمية التقنية ، ولكن إستخدام الإنترنت يتزايد بشكل مستمر وكبير لأنه الآن أصبح ظاهرة عالمية ولا يمكن الإستغناء عنها ورغم الإستخدام المحدود للإنترنت إلى أن مواضيع الإعلام الإلكتروني الحر تطبع وتوزع بشكل كبير بل أن الكثير منها يعاد نشرها في الإعلام الورقي.

## **الفصل الثالث : تأثير الصحافة على الرأي العام والشباب**

**المبحث الأول : الشباب المفهوم والخصائص**

**المبحث الثاني : تأثير الصحافة المطبوعة على الرأي العام**

**المبحث الثالث : تأثير الصحافة الإلكترونية على الرأي العام**

## المبحث الأول

### الشباب الجامعي المفهوم والخصائص

إن الإهتمام بالشباب نابع من قيمة هذه المرحلة العمرية الهامة في حياة الانسان اذ هم الثروة الحقيقية لأي مجتمع ، والمنطلق والهدف الأساسي لكل خطط التنمية والتطوير ، وهم جيل المستقبل الواعد ، الذي يحتم علي الولاة رعايتهم ، وبذل الجهود الفنية والمهنية والنفسية لكي ينمو النمو الإجتماعي والنفسي ، بما يمكنهم من المشاركة في المجتمع المشاركة الفعالة ، فهم أمل المجتمع وغاية مراده ، لأنهم سيتحملون مسؤولية البناء والنماء وهم رأس مال المجتمع الذي إذا أحسن إستثماره إرتفع البناء وعم الرضا ، إذ أنهم عصب الأمة وعليهم تقع المسؤولية في تنمية مجتمعاتهم لأنهم يملكون الجهد والنشاط والأفكار الجديدة.

تُعرف فترة الشباب بأنها الفترة التي تبدأ حينما يحاول المجتمع تأهيل الشخص لكي يحتل مكانة إجتماعية ويؤدي دوراً في بنائه وتنتهي حينما يتمكن الفرد من احتلال مكانته وأداء دوره في السياق الإجتماعي وفقاً لمعايير التفاعل الإجتماعي ، وبهذا يعتمد تحديد الإجتماعيون للشباب كفئة علي طبيعة ومدى إكتمال الأدوار التي تؤديها الشخصية الشابة في المجتمع (صالح ، 1985م ، ص23).

وفقاً لمعايير الأمم المتحدة فإن مرحلة الشباب هي المرحلة الإنتقالية بين تبعية الطفولة وتحمل حقوق وواجبات البالغين فهي مرحلة التجريب لأدوار ومهام جديدة وهي العمر بين سن الخامسة عشر والرابعة والعشرين ، وهو السن الذي يستعد فيه الشخص لحياة الكبار وتجربة المواطنة الكاملة والمشاركة الفعالة في العمليات الإجتماعية والإقتصادية للمجتمع الذي يعيش فيه ، ويتم هذا الإعداد من خلال تعليم وتدريب وخبرة مكتسبة من السنوات الأولى في العمر.

وتتميز الأمة العربية عن سائر الأمم فيما ذكره محمد سعيد حوي "إن عصر الشباب يمثل في أمتنا ما يزيد علي (70%) علي عكس المجتمعات الغربية التي ينقص تعداد شبابها عن (50%) من جملة سكانها ، وهذا يعني أن أمتنا أمة المستقبل وأنها الأكثر حيوية وشبابا لكن ذلك كله منوط به أن يأخذ هؤلاء الشباب دورهم بفاعليه وجد وإهتمام ، من خلال أهدافهم وسلوكهم وأخلاقهم وقيمهم" (حوي، 2006م، ص200).

وهذه النسبة المقدره في حجم شباب الأمة الإسلامية ، يستدعى من ولاية الأمر الإهتمام بها ووضعها تحت الرعاية والعناية لتكون نصرا لأمة الإسلام ، وقد سبق في ذلك نصر المسلمين بدايات الدعوة المحمدية ، حينما نصر هذه الدعوة شبابها وفتيانها أمثال علي بن طالب كرم الله وجهه ، وعمار بن ياسر رضى الله عنه وغيرهم من الشباب الذين تحملوا عذاب كفار قريش نصرا لرسالة محمد صلى الله عليه وسلم واما لمبادئ وقيم رسخت في أذهان هؤلاء وكانوا دعاة بعد ذلك وسببا في نشر وإتساع الدعوة.

وفي ذلك فقد ذكر الإمام حسن البنا "إن من أخص خصائص الشباب : الطاقات المتقدمة والحامسة المتفاعلة والعاطفة الجياشة ، والفؤاد الذكي ، والقلب النقي ، والقوة الفتية. ويؤكد علي ذلك ايضا محمد سعيد حوي" من خصائص الشباب الهمة العالية والإرادة القوية وتدفع العطاء ، والتطلع دائما اثرا عن قوة القلب ونفاذ الفكر ، وصفاته وسلامة البدن".(حوي ، 2006 ، ص193).

من تلك الصفات العميقة التي حاول بعض الكتاب المسلمين أن يصنعوا بها تلك المرحلة الأهم في حياة الإنسان تجعل منها هدفا تتطلع إليه أمة الإسلام من تلك المرحلة ، في أن يأخذ الشباب دورهم الأكمل في مسيرة الأمة ونهضتها وتقويم سلوكها والإرتقاء بأدائها في كل ميادين الحياة ، وإذ لم يأخذ الشباب دورهم الكامل في ذلك فلن يستطيع أحد أن يسد مسدهم ، أو يقوم بمهمتهم لما حباهم الله به من خصائص في قوة البدن ، وعلو الهمة وتوقد العزيمة.

ومن أهم الأمور التي تجعل الشباب سببا في أن يأخذوا دورهم الصحيح في المجتمع وأن يستقيم سلوكهم ، أن يتطلع هؤلاء الشباب دائما إلي الاهداف السامية والغايات النبيلة والراقية والعالية.

**تعريف الشباب:**

الشباب لغة كما ورد في لسان العرب لابن المنصور تعني الفتوة والفتاء بمعنى الحيوية والقوة والديناميكية ، والمعني لغة ورد نفسه في قواميس اللغات الحية ومنها اللغة الإنجليزية فكلمة (YOUTH) تعني هنا أول الشيء بمعنى أنه طازج وحيوي (حوي ، سعيد ، 2006 ، ص193).

والشباب اصطلاحاً له كثير من المعاني منها علي سبيل المثال هو الإتجاه البيولوجي الذي يري أن مرحلة الشباب تتحدد زمنيا وعمريا من سن 15-24عاما ، وهذا الإتجاه هو السائد حاليا في العديد

من دول العالم ، ومنها الوطن العربي ، حيث أقرت هيئة الأمم المتحدة هذا الإتجاه. (Unesco 1997).

وخذت حذوها الجامعة العربية في عام (1969م) في مؤتمر وزراء الشباب العرب وبالتالي تم إقرار هذا الإتجاه في تحديد مرحلة الشباب (توصيات مجلس وزراء الشباب العرب ، 1969م) . وفي تعريف أكثر تفصيلا جاء تعريف للشباب وفق معايير دوليه بأن الشباب هم أولئك الذين تقع أعمارهم ما بين (15-24) عاما الداخلون لسوق العمل ، بعد أن تشرّبوا وأكملوا النظام التعليمي. ويختلف تعريف الشباب من المجتمع لآخر ومن دولة لأخرى ، فإن كانت بعض الدول تحصر فئة الشباب ما بين (15-24) عاما ، فإن أخرى ترى أن الشباب هي المرحلة التي تمتد من دور الناشئين إلي المرحلة التي يكون فيها قادرا علي تحمل مسؤوليته الشخصية والقيام ببعض الإلتزامات تجاه المجتمع الذي يعيش فيه ، اما تعريف الشباب في المجتمع السوداني بالأخص فهم جعلوه في الفئة المحصورة ما بين (15-35) عاما (الإستراتيجية الوطنية للشباب السوداني ، 2008م). وبالعودة لإحصائيات الشباب فإن ما ذكر من البعض "أن الشباب هم الشريحة الأكبر في المجتمع ، حيث تشير هذه الإحصائيات إلى أن الشباب يمثلون ما يقرب حوالي (45%) من سكان العالم ، فإن حجم الشباب يقدر بحوالي (80%) حسب إحصائيات اليونسكو ونظرا لأهمية هذه الشريحة من سكان العالم قررت الجمعية العامة للأمم المتحدة تسمية 1985م العام الدولي للشباب ، وذلك بهدف دفع الشباب إلي المشاركة في عمليات التنمية الإقتصادية والإجتماعية مما يضع علي عائق الإعلام المحلي للدول والإعلام الدولي مسؤولية كبيرة في تطبيق رسالة الأمم المتحدة نحو الشباب ودورهم الإيجابي ، والإبتعاد عن السلبيات الضارة بالمجتمع المحلي والمجتمع الدولي (فاروق ، 2011م ، ص193).

#### أهمية الشباب:

المجتمعات الواعية المدركة تنظر دوما إلي الشباب كمشروع وطني وقومي ، تتحدد من خلاله ملامح الحاضر والمستقبل بإعتباره مؤشراً بارزاً علي قدرة الدولة والمجتمع في توجيه المستقبل ، والتمكن من إدارته بفعالية عالية ، فما هي الأسباب التي تستدعي الإهتمام الشريحة؟ لعل لها عدة أسباب أبرزها. (عصمت ، 2011م ، ص256).

- الأسباب البشرية: يعد الشباب عنصراً أساسياً في العملية التنموية ، نماء وإنماء ومن خلاله نرى مستقبل الوطن ، ورعاية الشباب علي هذا الأساس تعد عملية إستثمارية علي المدى البعيد ، فعلى قدر ما نعطي الشباب ونرعاهم بقدر ما يرتد عائد هذا العطاء سخياً علي شكل خبرات بشرية أصبحت هي ثروة العصر وعدة الأمة في قادم الأيام.

- الأسباب الإقتصادية: لأن العلاقة بين العمل الإقتصادي والعمل الشبابي علاقته تبادلية تفاعلية ترابطية ، ولأن إعداد الشباب وتربيتهم عملية سياسية في المقام الأول خاصة في ظل المد الديمقراطي والتعددية بكافة أشكالها وأنماطها.

- الأسباب الإجتماعية : إن عملية إعداد الشباب ورعايتهم حق لهم وواجب عليي وطنهم أن يقدمه لهم ، بإعتبارها مهمة أساسية لمجتمع ينشد التقدم ، وتخطي حاجز التآتات الثلاث (التبعية ، التجزئة ، التخلف) وهذه أيضاً لعدة أسباب أبرزها: (عصمت ، 2011 ، ص256).

\* ضرورة ملحة تحتمها مصلحة الشباب ومصلحة الوطن سواء كما تحتمها العملية التنموية الشاملة التي يشكل الشباب قطب الرحي فيها.

\* ضرورة فردية لأن من شأنها إذا كانت صالحة أن تساعد الشباب علي كشف وتنمية قابليتهم وإمكاناتهم وقدراتهم الجسمية والعقلية والروحية والإنفعالية والجمالية والإجتماعية وعلي الإعداد للدور المتوقع منه في المساهمة في تنمية المجتمع.

\* ضرورة إجتماعية لأن قوة أي مجتمع وتماسكه وسلامة بنيانه وأخلاقه ومثانة العلاقات السائدة فيه تتطلب جيلاً من الشباب الواعي القادر والمسؤول والملتزم بقضايا مجتمع وأمتة والمبادر إلي البناء والتطوير والتغيير.

\* ضرورة إنمائية لأنه لا يمكن تحقيق تنمية ثقافية وإجتماعية وإقتصادية وسياسية في المجتمع دون إعتماها علي عنصر الشباب بإعتباره دينامو الحركة المجتمعية برمتها.

### رعاية الشباب:

ان مفهوم رعاية الشباب يدعو للغوص في مفهوم تعاريف هذه الرعاية والتي يمكن إبراز بعضها وهي (سلامة ، محمد ، 2011 ، ص69-70).

1- إن رعاية الشباب هي النشاط الذي يمارسه الشباب في أوقات الفراغ ذلك النشاط الذي يؤدي إلي غرس الشعور بالراحة والسرور والحريه في نفس الفرد ، وإلي التخلص من الطاقة الجسمية والإنفعالية وإلي إشباع روح المخاطرة والشعور بالأمن ومقابلة الحاجة الي الإنتماء والصدقة.

2- رعاية الشباب ما هي إلا ميدان لخدمتهم عن طريق مؤسسات تضم طوائفهم من العمال والطلاب أو الريفيين أو الموظفين أو الرياضيين علي كل حدة ، أو بعضها أو كلها مجتمعة بقصد تزويدهم بنوع من الخبرة الجماعية أو الخدمة الإيجابية التي تتيح لهم فرص النمو وفق إحتياجاتهم ورغباتهم.

3- رعاية الشباب هي مجهودات وقائية وإنشائية تعتمد علي تنظيم وإعداد مؤسسات للشباب مثل الأندية والمراكز والساحات والمعسكرات بغية إنشاء مجالات وأجواء صالحة لنموهم.

4- رعاية الشباب هي خدمات مهنية أو عمليات ومجهودات منظمة ذات صيغة وقائية وإنشائية وعلاجية تؤدي للشباب وتهدف إلي مساعدتهم كأفراد أو جماعات للوصول بهم إلي حياة تسودها علاقات طيبة ومستويات إجتماعية تتماشى مع رغباتهم وقدراتهم ومستويات وأمانى المجتمع الذي يعيشون فيه.

5- رعاية الشباب هي طريقة للعمل معهم بمعني أنها إجراءات تبني علي أساس من المعرفة والفهم والمبادئ والمهارات.

6- رعاية الشباب عملية تشمل برامج وخدمات توجه لصالح الشباب في كافة القطاعات سواء كانت علاجية أو بنائية أو وقائية تستهدف نمو الفرد وتحقيق رفاهيته.

### الإتجاهات المختلفة للتعامل مع الشباب:

هناك أكثر من إتجاه في التعامل مع الشباب تبعاً لإعتبارات المكان والزمان والثقافة ومن هذه الإتجاهات (عصمت ، 2011م ، ص258)

1- إتجاه الإضهاد والتهميش وعدم الإكتراث بالشباب كطاقة وقوة وقضية وهذا الإتجاه بعكس البعد السلبي في مسألة التعامل مع الشباب بإعتباره مشروعاً للهدم والتدمير ويتبع في ظل أجواء التخلف والجهل والأمية والنتائج المرتبة علي شيوع مثل هذا الإتجاه تجد طريقها في أنماط التمرد والثورة التي يلجأ إليها الشباب كوسيلة و آلية مناسبة لتحقيق أهدافهم وأغراضهم الأجلة علي حد سواء.

2- إتجاه التتبع والمراقبة والتدقيق في ظل هذا الإتجاه يتم التعامل مع الشباب كمشروع مهم حيث ينشغل النسق السياسي والإجتماعي والتربوي والشبابي القائم في المتابعة والمراقبة علي الشباب

وحركاتهم وسكونهم بحيث يرصد كل حركة وكل همسة من همسات وحركات الشباب خوفاً ورهبة من قوة وطاقة الشباب . وأوقات فراغهم التي هي في امس الحاجة للتوظيف الإيجابي لصالح الشباب والمجتمع.

**3-** إتجاه التوجيه والإرشاد والإستثمار الذي يؤكد ضرورة التعامل مع الشباب كأصدقاء وكشركاء أساسيين في العملية التنموية الشاملة نماء وإنماءً بإعتبارهم مشروعاً وطنياً وقومياً لحاضر الوطن ومستقبله ، فمصير الوطن يتوقف علي ضوء الإعداد والرعاية لهم ، بإعتبار أنهم هم الذين يعيشون الحاضر بكل ما فيه من الآم وآمال وطموحات ، وهم الذي سيرثون المستقبل بإعتبارهم هم وليس سواهم كل المستقبل ، بعيداً عن التعامل معهم وفق العملية القائمة علي إصدار التعليمات والأوامر والنواهي أحياناً ، والوعظ أحياناً أخرى ، والتي بمجملها تعبر عن مسلك الوصاية وفرض التبعية والإحتواء وتهميش دورهم وإستلابهم والعمل معهم ككم مهمل لا يملك قراره في الحاضر والمستقبل والتي ستؤدي بالنتيجة إلى تعرض الشباب إلى حالات الوجود الحادة كما أسماها الفيلسوف الفرنس "كارل باسبرز" كالقلق واليأس والإحباط والإغتراب والإضطراب والحيرة والصراعية وغيره (شرابي ، هشام ، 1985م ، ص18).

### خصائص مرحلة الشباب من المنظور الوضعي:

#### اولاً: الخصائص الجسمية:

تتصف فترة ما قبل البلوغ بنمو بدني سريع ويعني هذا إستنفاداً سريعاً لطاقة المراهق وشدة حاجته إلى تعويضها بالغذاء الجيد والراحة والهواء النقي ، في الفترة الأخيرة من مرحلة الشباب يتحقق النضج الكامل ، وتصبح التغيرات الجسمية التي حدثت أمراً عادياً.(معوض ، 1983م ، ص68).

#### ثانياً: الخصائص الإنفعالية:

تؤثر التغيرات الفسيولوجية السابق ذكرها ، بالإضافة إلي غيرها من العوامل البيئية والعقلية تأثيراً بالغاً في الشباب ينعكس أثرها علي حالته النفسية ، وتبدو هذة الاثار واضحة في بداية مرحلة الشباب ، ثم تأخذ في الإستقرار كلما تقدم به العمر ، وثم نضجه الجسمي في أواخر مرحلة الشباب حيث تتسع افاقه وتزيد مداركه وخبراته.(عاطف ، 1985م ص96).

### ثالثاً: الخصائص العقلية:

يأخذ النمو العقلي شكلاً مغايراً فبينما يكون سريعاً في فترة الطفولة ، تقل سرعته بشكل ملحوظ في مرحلة المراهقة ، ويستمر هذا التناقض حتي يتوقف خلال مرحلة الشباب حيث يبدأ في التوقف في سن الثامنة عشر وقد يستمر إلى سن التاسعة عشر.(زهرا ن ، 1971م ، ص69).

### رابعاً: الخصائص الإجتماعية:

والمقصود بها العادات والقيم والاتجاهات الإجتماعية والعلاقات بالآخرين ، أي كل ما يتصل بسلوك الإنسان وطرق تعامله مع الآخرين وأساليب التعرف في مختلف المواقف الإجتماعية. (السيد ، 1975م ، ص70).

### الخصائص مرحلة الشباب من المنظور الإسلامي:

هنالك العديد من الخصائص نذكر منها (تركيا ، 1999م ، ص47).

1- التكاليف الدينيه: فهي معيار المسئولية الكبرى أمام الخالق تأخذ من العقيدة الإسلامية منهجاً تربوياً بالغ التناسق والتدرج يبدأ من مرحلة البناء الأول للأسرة ذاتها.

2- شدة المواجهة في الحوارات والمناقشات ، إنها من الخصائص التي توجب على المربين الحرص والتنبيه ، ويتطلب ذلك حصانة لتلاقي الجدل ، وإستخدام الإقناع والحوار الهادي البناء ، والمناقشة الحرة وتربية الشباب علي المباداة والمشاركة في المناسبات ، وتعويدهم علي الحوار الإيجابي.

3- قوة الدافع الجنسي وفقدان التماسك العصبي والعاطفي ، فيضيع الشباب طاقته ويبدد وقته بلا طائل ، وقد ينحرف جنسياً.

4- رفض الملاحظات المباشرة والرقابة اللصيقة والأوامر والتوجيهات بصيغة التلقين ، وما يختاره لهم الوالدان أو أولياء الأمور من مأكّل وملبس أو أصدقاء ورفض الخضوع والإستسلام لأمر ما دون قناعة.

- ونستطيع القول أن الشباب الجامعي ينطبق عليه ما ينطبق علي الشريحة الشبابية عموماً من خصائص إلا أن ثمة خصائص قد يتفرد بها الشباب الجامعي باعتبارهم ينتمون لنسق تعليمي معين ، ويتهيئون لشغل مكانة إجتماعية معينة تفرض عليهم إدراكاً أكبر لمختلف ما يحدث في المجتمع المحيط بهم - وخاصة المشكلات المجتمعية - ومن ثم تميزهم بمجموعة من الخصائص التي يتحدد

في ضوءها درجة مشاركتهم في التعامل مع هذه المشكلات وأهم الخصائص المميزة للشباب الجامعي ما يلي (متولي ، 1990م ، ص137).

**1- الفاعلية والدينامية:** وتتولد هذه الفاعلية لما يصل إليه الشاب الجامعي من نمو وإكمال للتكوين البيولوجي والفسولوجي من ناحية ، وما يؤدي إليه النمو النفسي والإجتماعي من ناحية أخرى . فالمرحلة الجامعية تجمع بين خاتمة المراهقة وإستهلال الشباب ، وتتجلى فيها بشكل واضح مظاهر التعبير عن الإقتراب الشديد من الرجولة أو الأنوثة الكاملة ، هذا بالإضافة إلي ما تتسم به هذه المرحلة من تفتح الإستعدادات العقلية وتمايز الميول والإتجاهات ، وهو ما يؤدي إلى بداية تهيئة الشاب الجامعي لشغل الدور الإجتماعي وتقليد المسئوليات الإجتماعية . كما أن ظروف المرحلة التعليمية في الجامعة وما تؤديه وتثمر عنه من إدراك الشاب الجامعي لما يحيط به بشكل أكثر عمقاً - وخاصة المشكلات المجتمعية المحيطة - لذا فإن حساسية الشباب الجامعي للواقع الإجتماعي بمختلف مكوناته ومشكلاته تكون أكثر مما قد يدفعه لمزيد من الفاعلية و المشاركة في محاولة منه للتأثير في هذا الواقع في جبهات أوسع.

كما أن السبب لدينامية هذه المرحلة يرجع لطبيعة التكوين البيولوجي والفسولوجي والوضع الإجتماعي للشخصية الشابة . إذ نجدها تكون عادة حساسة لكل ما هو جديد لأنها لم تستقر بعد ذلك من شأنه أن يجعلها في شوق دائم التغيير ، وهو ما يطلق عليه في ظروف تاريخية معينة بالحاجة الدائمة إلي الثورة.

**2- القلق والتوتر:** مصدره يرجع لطبيعة المرحلة الفاصلة بين إعداده للدور الإجتماعي ، وتقليده لهذا الدور والقيام به ، وما يصاحب ذلك من خيارات تفرض عليه وقد لا تلائمها ، ويبدو ذلك في اختيار نوع التعليم ووجهته ، فكثيراً ما يقع الشباب الجامعي تحت وطأة القلق والتوتر نتيجة لفرض تطلعات أبويه غير الواقعية في تحديد وجهته التعليمية أو نتيجة لوقوف مكاتب تنسيق القبول بالجامعات بينه وبين نوع التعليم الذي يرغبه ، وينشأ القلق والتوتر أيضاً من غموض المستقبل المهني الذي ينتظر شباب الجامعات . فإذا كان شبح التنسيق يطارده قبل إلتحاقه بالجامعة ، فإن شبح القوي العاملة ينتظره بعد التخرج . هذا إلي جانب أن هناك عامل آخر يؤكد خاصية القلق لهذه الفئة العمرية ويتمثل في أن الشباب دأبوا علي رفض المتغيرات المستقرة والمألوفة ( Bettetheim. 1986 p.50).

**3- النظرة المستقبلية:** شباب الجامعات بحكم المرحلة العمرية وما يتعرضون له من خبرات تعليمية يكونون أكثر ميلاً للنظر إلى مستقبل مجتمعهم علي إعتبار أنهم أصحابه الحقيقيون ، ومن ثم يكونون أكثر حرصاً علي تغيير الواقع المائل ، وأكثر حساسية تجاه متغيراته ، وهذا ما يجعلهم في صراع مع الجيل الأكبر ، فالشباب الجامعي يتسمون بقدر كبير من الميل للمثالية في توجهاتهم ، وأمالهم الذاتية والاجتماعية ، وهذا يضعهم غالباً في مشكلة قيم مع النظام أو الإطار الإجتماعي المحيط بهم ، فهم يتعلمون من خلال دراستهم الجامعية أن القيم التي تعلموها مع والديهم لم تعد كافية ومناسبة للتعامل مع معطيات الواقع حولهم ، ومن ثم يضعهم هذا في صراع دائم ويبدو هذا في ميلهم الدائم نحو نقد الواقع المحيط بهم.

**4- ميلهم للإستقلال** ومحاولة التخلص من الضغوط وألوان التسلط الإجتماعي المختلفة: إن محاولة التخلص من كافة ألوان الضغوط المسلطة لتأكيد التعبير عن الذات والرغبة في التحرر تعد من خصائص المميزة للشباب الجامعي والذي تبدو صورته أكثر قلقاً وإضطراباً عند مقارنة أنفسهم بغيرهم من فئات الشباب الأخرى خارج المرحلة الجامعية ، فالعديد من الشباب غير الطلابي قد دخلوا بالفعل في نشاطات الكبار كالزواج وكسب المال وإنفاقه بحرية في حين أن القليل من شباب الطلاب يكسبون كل ما يتكفل بمعيشتهم وغالبيتهم يظل معتمداً مالياً علي أسرته ، كما أن المجتمع يظل إلي حد كبير يعاملهم دون تقليدهم مسئوليات إجتماعية جوهرية.

**5- وجود ثقافة شبابية تسود بين الشريحة الشبابية وخاصة شباب الجامعات:** حيث ساعد علي تخليق هذه الثقافة عدة عناصر ذات طبيعة عالمية منها تضخم حجم الشريحة الشبابية في العالم ، حيث نجد أن الهرم السكاني في كثير من المجتمعات النامية والمتقدمة يميل لصالح الشباب . هذا بالإضافة إلي ما فرضته العولمة من وجود مزج وإندماج وإنصهار للثقافات مع بعضها والثقافات الفرعية ، وتزايد الإعتماد المتبادل بين دول العالم كأنه قرية واحدة ، وفي الأعوام الحالية فإن العالم إقترب من بعضه كثيراً ، ويرجع ذلك إلي الثورة الهائلة في وسائل الإتصال والنقل والمواصلات والكمبيوتر وشبكة الإنترنت وأيضاً وسائل الإعلام وخاصة الأقمار الصناعية التي جعلت عالماً واحداً ، وخلقت إمكانية عالية لإنتقال الثقافة من مجتمع إلي آخر . ومن شأن ذلك أن يجعل الشباب الجامعي بحكم قدرتهم علي التعامل مع مستجدات العصر أكثر قدرة علي الإستيعاب والتواصل.

**6- القابلية للتشكيل:** فحماس الشباب الجامعي ومثاليتهم وحساسيتهم الشديدة للواقع الاجتماعي تجعلهم أكثر تقبلاً للأفكار الجديدة وأكثر تمثلاً لها ، وهذا ما يفسر النمو والإنتشار السريع للتيارات الفكرية والأيدلوجية بين الشباب ونقل هذه الأفكار ونشرها من خلاله. لذلك تعد هذه الخاصية التي تتوفر لدي الشباب الجامعي من أهم الخصائص التي يرى الباحث ضرورة إستثمارها في تشكيل سمات إيجابية تركز علي الإلتئام لدي هؤلاء الشباب الجامعي لتحقيق خطوات متقدمة علي طريق مشاركته في خدمة قضايا مجتمعة وبخاصة القضايا البيئية.

**العوامل المؤثرة علي سلوك الشباب (سالم ، 1982م ، ص 79).**

1- الغزو الفكري الغربي.

2- محاربة اللغة العربية.

3- تغيير نظم التعليم.

**الشباب وأنماطهم الأساسية:**

يكشف البحث في عملية التنميط الشبابي عن إستراتيجيات عديدة لعملية التنميط ، ولعل تنميط مايز J.B.Mays يعتبر أول التنميطات حيث تؤكد أن تأمل الشريحة الشبابية تكشف عن وجود سبعة أنماط أساسية نذكرها بإيجاز: (إيلي واخرون ، 1991م ، ص 25-26).

**1- النمط الأول:** يتكون من تلك المجموعة التي تضم صغار الشباب الذين يستجيبون لأنواع العدوانية في مواجهة الظروف البيئية المحيطة.

**2- النمط الثاني:** ويتضمن تلك المجموعة من الشباب التي تتعرض للقهر والفضول مثل المجموعة السابقة ، ولكنها لا تستجيب للإحباط والضرر الذي أصابها بالعدوانية والعداء الصريح ضد القوانين الدائمة والمحترمة للجماعة.

**3- النمط الثالث:** تتكون هذه المجموعة من أكثر الشباب تأهيلاً من حيث المستوي الفكري وأكثرها إلتزاماً من الناحية الثقافية والأخلاقية بغض النظر عن خلفيتها الطبقية ، فهم المجموعة التي يتأخر غضبها أو سخطها.

**4- النمط الرابع:** ويضم قطاع الشباب المنحرف من السكان الذين يرفضون العالم الذي يعيش فيه ، ويرفضون معه أي شئ آخر.

**5- النمط الخامس:** ويضم الشباب الإناث والذكور الذين يعيشون في مجتمع الوفرة ويضم غالبية الشباب الذين ترجع أصولهم إلي الطبقة العاملة والشرائح الدنيا من الطبقة المتوسطة وهم ينظرون بثقة إلي العالم المحيط بهم ، وربما بقدر من السبيل إلى المشاكسة والقتل.

**6- النمط السادس:** ويضم هؤلاء الشباب الذين ينتمون إلى الطبقة المتوسطة إضافة إلى طلاب الكليات والتعليم العام ، الذين تكيفوا بصورة ملائمة مع خلفياتهم الإجتماعية ، والذين يمتلكون القدرة الكافية التي يستطيعون من خلالها تحقيق مكانة ملائمة في الحياة التجارية والمهنية أو الخاصة بمجال الأعمال.

**7- النمط السابع:** ويضم هذا النمط مجموعة الشباب الأقل قدرة من المتوسط العام ، والذين يقعون بالتحديد في نطاق الطبيعة الدنيا والزمن يتكيفوا مع موقفهم في الحياة ووافقوا علي مكانتهم الدنيا برباطة الجأش.

### **التنشئة الإجتماعية:**

تتم عملية تكوين وإعداد الشخصية الإنسانية للحياة في المجتمع علي مرحلتين أساسيتين وهما:  
(شكري ، 2017 م ، ص247).

أ- مرحلة التهيئة أو تناسق القوي والإستعدادات البيولوجية والنفسية وغيرها بحيث يصبح الفرد مهياً لعملية التنشئة الإجتماعية.

ب - عملية التنشئة الإجتماعية ذاتها.

ومن العناصر الأساسية التي تقوم علي تحقيقها مرحلة التهيئة للتنشئة الإجتماعية وتنمية القدرات الأساسية التي تكون في حالة كمون أو قصور عند الولادة ، وكذلك بذر البذور الأولى لثقة الإنسان في نفسه وتكوين إيقاعات الحياة الأساسية التي يختلف شكلها إختلافاً بعيداً من ثقافة لأخري.

وتمثل المرحلة الثانية صلب عملية التنشئة الإجتماعية الحقيقية والتي تعد إيداناً بدأناً بدخول الفرد عالم العلاقات الإجتماعية ، وهنا يبدو بأقصى درجة من الوضوح ومدى ضخامة وتنوع تأثير الأسرة على الفرد.

### **تعريف عملية التنشئة الإجتماعية:**

هي عملية تفاعل يتم خلالها تحويل الفرد من كائن بيولوجي إلى كائن إجتماعي (محمود ، بدون تاريخ ، ص21).

عناصر عملية التنشئة الإجتماعية (دخيل ، 2002م ، ص66).

أ- عند الفرد: الجوع الإجتماعي والحاجات والإهتمامات والنقص والدوافع الإجتماعية التي تدفع الفرد إلى الإنتماء إلى الجماعة كلها عناصر للتنشئة الإجتماعية فالفرد تدفعه كثير من الغرائز الكامنة.

ب - الأدوار الإجتماعية المختلفة التي تتطلبها الجماعة من كل فرد.

ج - الضغوط الإجتماعية المختلفة من الضوابط والقواعد والقيود التي تمارسها الجماعة تجاه الأفراد لكي يتخلوا عن فرديتهم ويعدلوا من إتجاهاتهم الخاصة.

د - النظم والمؤسسات الإجتماعية.

هـ - القطاعات الإجتماعية.

وبناءً على ما سبق فإن الشباب الجامعي لم يعد يشير إلى مجرد مرحلة سنوية يحتاج فيها الفرد إلى مجموعة من الخدمات التي تُعده للمستقبل ، بل إتسع النظر إلى الشباب الجامعي علي أنه فترة من حياة الإنسان يتميز فيها بمجموعة من الخصائص تجعلها أهم فترات الحياة وأخصبها وأكثرها صلاحية للتجاوب مع المتغيرات السريعة المتلاحقة التي تمر بها المجتمع الإنساني المعاصر.

## المبحث الثاني

### تأثير الصحافة المطبوعة على الرأي العام

#### مدخل

يرتبط الرأي العام عادة بالأحداث والوقائع التي تدور في المجتمع ، الداخلي والخارجي فهو تعبير عن حالة ورأي الشعوب والأقوام حول قضية معينة ، لذلك فإن الرأي العام مرتبط بالتالي بالإعلام الذي يورد الأخبار والتقارير والصور عن هذه الأحداث .

علي أن الرأي العام ليس دائماً ومستمراً ، بل له بداية ونهاية ، ترتبط بدايته بنشوء الأحداث والواقع ، وتنتهي بعد إنتهاء المسبب ، أو بعد حصول التأثير المطلوب للرأي العام ، فبعد إنقضاء فترة مناسبة على الإتصال حول الموضوع ، ويتكون الرأي العام المتنور والمطلع على تفاصيل القضية وملاستها ، وبهذا يدخل الرأي العام مرحلة حاسمة حيث يأخذ في التبلور حول موقف محدد ترضي به الأكثرية ، والأكثرية تشير إلي نسبة جمهور الرأي العام الذي يقع بين الأغلبية البسيطة (51%) والإجماع الكلي (100%) ، وهنا يعبر الرأي العام عن موقفه وإتجاهه إما بالتأييد أو الرفض أو الحياد وبعد أن ينجح الرأي العام في التأثير على السياسة العامة ، ويحقق مطالبه التي تبنتها الأكثرية ، تصدر إجراءات كفيلة بإجتثاث الأسباب التي أدت إلى إثارة الشعور العام وعندها يتلاشي الرأي العام الذي تشكل حول تلك القضية ويختفي . (المرسي ، 2009م ، ص 228) .

#### وسائل الإعلام وعلاقتها بالرأي العام :

تشارك جميع وسائل الإعلام المطبوعة والمسموعة والمرئية ، وكذلك الإلكترونية في التأثير على الرأي العام ، وتمتلك مقومات تبعاً للشريحة والمكان والزمان غيرها .

ورغم التأثير العام لهذه الوسائل على الرأي العام ، إلا أن هناك بعض الوسائل التي لديها قدرة أكبر علي التأثير من غيرها ، يعود ذلك إلى أسباب عديدة فصل بها الباحثون والمفكرون والعلماء .

فمن الموضوعات التي شغلت الباحثين في مجال الرأي العام والإتصال الجماهيري لمدة تزيد عن نصف قرن ، تلك العلاقة الحميمة والجدلية بين الموضوعات التي تبرزها وسائل الإعلام بين تصاعد إهتمام الرأي العام تجاه تلك الموضوعات ، وهذا يعني أن الوسائل الإعلام تؤدي دوراً في

لفت إنتباه الرأي العام من خلال تركيزه على موضوعات بذاتها في إطار دور وسائل الإعلام التي تعمل على أبرز وعرض وقائع الحياة والقضايا والموضوعات التي تهم الرأي العام . (عبده ، 2004 ، ص139) .

"مما لا شك فيه أن لكل وسيلة من وسائل الإعلام مقدرة على الإقناع تختلف باختلاف المهمة الإقناعية والجمهور ، إلا أن التجارب العملية والميدانية تشير إلى أن الإتصال المواجهي أكثر مقدرة على الإقناع من الراديو ، وأن الراديو أكثر فاعلية من المطبوع وقدم الخبراء في هذا المجال خلاصة البحوث ومنها ما يلي :

- كلما إزداد الطابع الشخصي للوسيلة زادت قدرتها على الإقناع .
- إن تأثير التعرض لعدة وسائل إعلامية أفضل من تأثير التعرض لوسيلة واحدة .
- إذا تساوت جميع الظروف يكون الإتصال الشخصي أكثر مقدرة على الإقناع من الراديو والراديو أكثر قدرة الإقناع من المطبوع .
- إن الأفراد يقسمون وقتهم بين وسائل الإعلام بحيث يحصلون من كل وسيلة من الوسائل على إحتياجاتهم من الترقية والإعلام والتوجيه والتثقيف وفقاً لإمكانيات كل وسيلة ورغبات كل متلقي .

إن مقدرة أي وسيلة من وسائل الإعلام على جعل المضمون يتسم بواقعية وبحيوية أكبر قد تزيد من تأثير تلك الوسيلة . (شفيق ، 2008 ، ص 197 – 198) .

كما ان لكل وسيلة من وسائل الإعلام مقدرة علي الإقناع تختلف عن الأخرى ، بإختلاف المهمة الإقناعية والجمهور .

- الإتصال المواجهي أكثر قدرة على الإقناع من الراديو .
  - الراديو أكثر إقناع من المطبوع . ( الجبور ، 2009 ، ص 100-101) .
- يقوم الإتصال على إختلاف أنواعه ومستوياته ، بدور أساسي في عملية نشوء الرأي العام وتكونه عبر مختلف المراحل التي يمر بها ، فحين تشد إحدي القضايا إنتباه الناس يفكرون بها ويناقشون فيما بينهم ويتسع النقاش في الأمور الجدلية فيشمل الجماعات الصغيرة ، ثم ينتقل الي وسائل الإعلام التي تقدم المعلومات عن القضية وتعرض لوجهات النظر المختلفة بشأنها وتعمل

وسائل الإعلام على إيصال تلك المعلومات إلى جميع الأفراد في مختلف أنحاء البلاد فيشاركون الآخرين إهتمامهم بالقضية .

كما أن وسائل الإعلام تتيح الفرصة لعرض وجهات النظر المختلفة كتقديم وجهات نظر بعض الأفراد والمسؤولين مما يؤدي إلي تعريف الرأي العام بالأفكار وأخذها في الحسبان وعلاوة على ذلك قد تتبنى وسائل الإعلام نفسها وجهة نظر محددة في المواضيع المطروحة تقدمها في زوايا التحليلات ، وتؤثر بها على المتلقين ، وهذا يقود في نهاية إلى تبادل الرأي علي نطاق واسع وقد أظهر البحث الإعلامي أن طرح القضايا عبر وسائل الإعلام ومناقشتها يدفع بالمتلقين إلى متابعة وسائل الإعلام بقصد الإطلاع من خلالها على معلومات جديدة . ( المرسي ، 2009م ، ص 229 ) .

### تأثير الإعلام علي الرأي العام :

يلعب الإعلام دوراً مهماً في التأثير على الرأي العام ، وهنا يجب الإشارة إلى أن تأثير الإعلام لا يشكل إلا عاملاً ، من بين عوامل أخرى متعددة تؤثر على الرأي العام وتكوين عند الإنسان ومن بين هذه العوامل : الثقافة العامة للمجتمع والقيم السائدة والعلاقات الإجتماعية القائمة والإعتبرات الإقتصادية ، بالإضافة إلى وسائل الإعلام نفسها ، ولذلك لا بد من توخي الحذر عند الحديث عن تأثير الإعلام على الرأي العام مثله مثل الحديث عن تأثيرات الإعلام بشكل عام . ويمكن إيجاز تأثير الإعلام علي الرأي العام في النقاط الخمس التالية : (الموسي ، 2009م ، ص 230) .

### أولاً: بحث الإستقرار في الرأي العام :

وفي المجال لا بد من التذكير بما توصل إليه الباحث (جوزيف كلابر) في إستنتاجاته عن تأثيرات الإعلام ، حين أشار إلى أن الإعلام يعمل في الأغلب على الحفظ على الوضع القائم وإبقائه علي حاله ، ويرجع السبب في ذلك إلى أن الإعلام ، والإعلاميين أنفسهم ، يتأثرون بالمواقف والأفكار والتوقعات السائدة في المجتمع مثلهم مثل بقية الأفراد الآخرين ، ولذلك يأتي نتائجهم متأثراً بالأفكار السائدة في المجتمع وعاكساً لها بيد أن يعمل علي تحدي تلك الأفكار وتقديم تغطية شاملة لها ومعقدة في أن واحد . ولا يعمل به علي تغييرها بشكل جذري إلا في أحوال معينة – كما سيتضح من النقطة التالية.

## ثانياً: تغيير الرأي :

يستطيع الإعلام أن يغير من آراء بعض الناس بطريقتين :

الأحداث التي يختار الإعلام أن يقدمها ويبرزها ويسلط الضوء عليها . والكيفية التي تتم بها تغطية تلك الأحداث وطريقة تحليلها والتعليق عليها ، وينجم عن إتباع هذا الأسلوب إزدياد عدد المؤيدين لقضية من القضايا أو المعارضين لها . (المرسي ، 2009م ، ص 231 ) .

هذا التغير الذي يستطيع الإعلام أن يحدثه في الرأي العام ، مرتبط بالإستخدامات العديدة للإعلام في المجتمع ، فهو " أداة للتنمية ، وأداة لصراع العقائد والمصالح ووسيلة للدعاية والحرب النفسية والعلاقات العامة الدكتاتورية والتسلطية ، إنه دائماً سلاح ذو حدين هو في أحدهما إعلام عن الحقائق التي تتصف بالصدق والدقة والموضوعية وفي ثانيهما أداة للتضليل والتزييف والتعمية (عرجة ، 2000م ، ص 279 ) .

والحقيقة أن تغيير الرأي مرتبط بالنظريات التي عالجت الإتجاه وتغييره ، وخلاصة هذه النظريات تبين أن الرأي هو محصلة المواقف والإتجاهات التي يتبناها المرء ويعتقها ولذلك يخضع تغيير الرأي لتغيير الإتجاه ومن ثم الصورة العقلية التي يمثلها الرأي ويعبر عنها وتبين الدراسات أن الإتصال عامة ، بما في ذلك الإتصال الجماهيري قادر على التأثير على المواقف بصورة قد تؤدي إلى تغييرها ، ويتبع هذا التغيير إحدى الطرق التالية : تعزيز الإتجاه الموجود وتقويته ، أو تغيير الإتجاه بشكل معاكس لما كان عليه في السابق (فيصبح الإتجاه سلبياً بعد أن كان إيجابياً أو العكس) أو المحافظة على الإتجاه كما هو.

## ثالثاً : تحديد الأولويات :

يستطيع الإعلام تسليط الأضواء على موضوع وإبرازه كما يستطيع تجاهله وإهماله والمواضيع التي يبرزها الإعلام يلفت إليها الجمهور ويهتم بها ويضعها على جدول تفكيره وأولوياته . إلا أن أبراز المواضيع في المحصلة النهائية ، مسألة تخضع لتقدير الإعلاميين (حراس البوابة الإعلامية) أنفسهم وتقييمهم للأمور ، ويخضع لتقدير لإعتبارات مختلفة ومن أهمها مصادر المعلومة التي ترد منها الأخبار ، وعلاقات الإعلاميين بالسياسيين وفئة الصقوة ولذلك يخشى بأن تحديد الأولويات من خلال المواضيع التي يبرزها الإعلام أو يعلق عليها ، يرجع في المحصلة النهائية إلى مصادر الإعلاميين

وعلاقتهم وبعبارة أخرى تقوم تلك المصادر نفسها بتحديد الأولويات من خلال الإعلاميين ، الذين يقومون بطرحها على الجمهور كي يفكر بها ويأخذ موقفاً منها .

#### رابعاً : تحديد الخيارات المطروحة :

يستجيب الإنسان في عالمنا الحديث إلى المواضيع التي يطرحها الإعلام ويتأثر بها وكلما تعددت المواضيع المطروحة والحلول المقترحة ، ووجهات النظر المقدمة ، أدي ذلك إلى حدوث إستجابات متنوعة لها ، لكون وسائل الإعلام تعمل في الأغلب علي تحديد الخيارات المطروحة بإعتمادها على ما تستقيه من مصادرها الأساسية . وغالباً ما تكون هذه المصادر مستقاه من الصفوة التي تطرح من خلال الإعلاميين فكرها وفلسفتها ورؤيتها للأحداث وتفسيرها لها ، وعلى هذا فإن وسائل الإعلام لا تعمل علي تحديد الخيارات المطروحة .

( الموسي ، 2009م ، ص 232 ) .

وهذا ليس بمستغرب علي وسائل الإعلام لأن عملية الرأي العام في الأساس هي "عملية إجتماعية يتجه فيها الأفراد إلى من يحظون بثقتهم من قادة الرأي معتمدين في الغالب علي وسائل الإتصال الجماهيري في إمدادهم بالمعرفة والمعلومات والوعي (عبد ، 2004م ، ص28) .

#### خامساً : الترفيع والإعلاء :

تسلط وسائل الإعلام الأضواء على قلة من الأشخاص أو الأحداث أو المواضيع وإبراز الأشخاص عبر وسائل الإعلام يرفع من قدرهم ويعلي من شأنهم ويظهر تميزهم على غيرهم ، فيتعرف الآخرون عليهم وعلى أفكارهم ويتأثرون بها فمن بين الكم الهائل للمعلومات والأحداث يختار الإعلام بعض الأحداث أو المواضيع و يبرزها ، ويهمل غيرها وتلك التي يبرزها تتأثر بإهتمام الناس وتؤثر عليهم ولكن أبراز الأحداث أو الأشخاص يخضع أيضا لرأي الإعلامي وقراره في تمريرها عبر بوابته الإعلامية ، وفي هذا المجال يجب الأ ننسي أن وسائل الإعلام نفسها تتداول بنهم تلك "الأحداث المفتعلة" التي يجيد صنعها العاملون في ميدان العلاقات العامة ، وتعرضها على جماهيرها .

ولهذه الأسباب الخمسة ، يعتبر الإعلام قادراً على التأثير في الرأي العام من خلال المواضيع والأشخاص الذين يختار أن يبرزهم ويسلط الضوء عليهم لكن خيارات الإعلام في هذه الأمور

تخضع أيضا لمؤثرات أخرى سياسية وإجتماعية مرتبطة بالعملية الإعلامية نفسها " (الموسي ، 2009م ، ص 231- 233) .

ويبدو أن للصحافة سبق في التأثير على الرأي العام ، حيث تحتل الصحافة المقام الأول من بين وسائل الإعلام كلها في التأثير على الرأي العام ، ويرجع ذلك لأسباب متعددة أبرزها أن الصحافة تهتم أكثر من سواها من وسائل الإعلام بالخوض في القضايا السياسية والإجتماعية ومناقشتها بإسهاب ، وعرض وجهات النظر المختلفة وتقديم شروحات إضافية تشكل خلفية للأنباء كما أن الصحافة تقوم بإجراء التحقيقات مع المسؤولين ، ومتابعة القضايا المهمة والتعليق عليها .

ويتلو الصحافة في التأثير على الرأي العام التلفزيون ثم الإذاعة وهاتان تعتبران وسيلتين شعبيتين تتعرض لهما قطاعات واسعة من الجمهور غير أن هاتين الوسلتين لا تبديان إهتماماً كافياً بالقضايا الإجتماعية أو بمتابعتها بإستمرار كما أن طبيعتها التي تغلب عليها السرعة تحول دون تمكين المتلقين من التأثر بهما مثل تأثرهم بالصحافة . (الموسي ، 2009م ، ص 229-230) .

### **تأثير الصحافة على الرأي العام :**

من أهم الوسائل الإعلامية التي أثرت ولا تزال تؤثر على الرأي العام ، الصحيفة المطبوعة والتي كتب الكثير من العلماء والباحثين أبحاثاً وكتباً حول هذا الموضوع وأجريت أعداد كبيرة من الابحاث والدراسات حول ارتباط الصحيفة المطبوعة بالرأي العام .

فالعلاقة بين الصحيفة المطبوعة والرأي العام تعد "من العلاقات الصميمة التي تترجم مدي الترابط الجدلي والتفاعل بينهما وبالطبع أن الحديث عن هذه الصلة شهدت تطوراً هائلاً خاصة في القرن العشرين فعند ظهور التكنولوجيا والتي إستفادت منها الصحافة بكل تأكيد وأيضاً مدي إنتشار القراءة والكتابة بين شرائح المجتمع الأمر الذي عزز إنتشار الصحافة بكل أنواعها في العالم أجمع (الصغير ، 2006م).

ومع ذلك فإن ليست كل المواد الصحفية لها علاقة بالرأي العام وتنقسم هذه المواد إلى ثلاثة أقسام :

### **أولاً : له علاقة بتوجيه الرأي العام مباشرة :**

كالإفتتاحية وأعمدة والخطابات والمقالات السياسية والإقتصادية والإجتماعية والمساحات الإعلانية.

**ثانياً : قسم له علاقة غير مباشرة :**

مثل الطرائف والقصص التي تؤثر على الأخلاق سواء بشكل إيجابي أو سلبي وتؤثر على الرأي العام في ما بعد منها الزواج المثلي الذي بدأ خلال الفترة الحالية في أوروبا بحجة الحرية الشخصية تلك الأشياء التي لم يكن لها وجود في المجتمع الأوربي قبيل الحرب العالمية الثانية .

**ثالثاً : قسم ليست له علاقة عادة بتوجيه الرأي العام :**

كالبرامج الإجتماعية والوفيات والنشرة الجوية ، وقد يكون هناك إستثناء مثل الحملات على الغلاء والتسيب أو الحملات الإعلانية المدفوعة . (شاهين ، 2010م ، ص 262-263 ) .

**الصحافة والرأي العام :**

تحتل الصحافة المقام الأول من بين وسائل الإعلام كلها في التأثير في الرأي العام ويرجع ذلك لعدة أسباب أبرزها أن الصحافة " تهتم أكثر من سواها من وسائل الإعلام بالخوض في القضايا السياسية والإجتماعية ومناقشتها بإسهاب ، وعرض وجهات النظر المختلفة ، وخلفيات الأنباء ويميز الباحثون بين ثلاثة أنواع من الصحف يتفاوت تأثيرها على الرأي العام بحسب الفئة الإجتماعية التي تستعملها وهي :

**الصحافة المتخصصة :**

- وهي التي تعالج علي صفحاتها مواضيع متخصصة ، ويطالع هذه الصحافة الصفوة والقادة والمتقنون ثقافة عالية ، وهؤلاء يقومون بدور رئيسي في وضع السياسة العامة وتحديد القضايا المطروحة التي تؤثر في بقية شرائح المجتمع وفئاته .

**الصحافة المتميزة :**

وهي التي تعتمد أساليب المنطق والعقل في معالجتها للموضوعات المختلفة ، وتشمل مضامينها على أهم الأنباء ، وعلى تقديم خلفيات إضافية لها ، ، وتقوم بالتحقيقات والمتابعات وتجري المقابلات مع المسؤولين من الصفوة (النخبة) الذين يحددون القضايا والموضوعات ، وتقدم تحليلات وتعليقات تتصف بالمعرفة والذكاء ويقراً هذه الصحف أفراد الصفوة والمتقنون المطلعون وعدد من أفراد الجمهور العام .

## الإعلام الشعبي :

ويتألف من الصحافة الشعبية بالإضافة إلى الإذاعة والتلفزيون وهذا النوع من الإعلام يقدم مواد خفيفة تهتم بالتسلية والترفية ، كما أن عرضه للأخبار يكون سطحياً وسريعاً وغير متعمق ويميل نحو الإثارة وتمضية الوقت في معالجاته للموضوعات المختلفة ويركز على الشخصيات البارزة من أفراد الصفوة بدون الخوض في التفاصيل الكافية ويتأثر هذا الإعلام بالصحافة المتميزة ، فيسعي لتقليدها في طرح وإبراز الموضوعات الهامة لكن دون التعمق فيها أو معالجتها بشكل عقلاني (شفيق ، 2008م ، ص 200-201) .

- وتقسم محتويات الصحيفة النسبة لمدي تأثيرها على الرأي العام إلي ثلاثة أقسام على النحو التالي:

1. قسم له علاقة مباشرة بتوجيه الرأي العام : كالإفتتاحية والكاريكاتير والأعمدة وبريد القراء والمقالات الإجتماعية والسياسية والإقتصادية والنقد الأدبي والفني والإعلانات يتسم هذا القسم من مواد الجريدة بالتحيز المتعمد الذي يرمي للتأثير في الرأي العام .

2. قسم له علاقة مباشرة بتوجيه الرأي العام : فبرغم أن الطرائف والقصص القصيرة والهزليات والمواد المثيرة بصفة عامة التي تدور حول الخرافة والجنس والجريمة قد لا تكون موجهة بصفة أساسية للتأثير في الرأي العام إلا أنها تؤثر بلا شك في القيم الخلقية والثقافية للجمهور وخاصة الشباب وصغار السن مما لا بد أن ينعكس أثره على أحكام الرأي واتجاهاته عاجلاً أو أجلاً .

3. قسم ليس له علاقة عادة بتوجيه الرأي العام : ومن المواد الصحفية التي تندرج تحت هذا القسم صفحة الوفيات والنشرة الجوية ، وبرامج الإذاعة والتلفزيون والسينما فمثل هذه المواد وأمثالها لا تثير النقاش عادة على نطاق عام وليس موجهة في الظروف العادية إلى تكوين رأي عام حول مسألة معينة وإن كانت هناك أحياناً إستثناءات تفرضها

أوضاع بعينها ومن هذا القبيل الحملات الدعائية المغرضة التي تقوم بها بعض الجهات والتي تستغل عادة كل أبواب الصحيفة لتحقيق أغراضها سواء بطريق مباشرة أو غير مباشرة. (العبد ، 2007م ، ص 168) .

نستطيع أن نقول تطفو على سطح الأحداث قضية جدلية تثير شعور الجمهور لعلاقتها الماسة بمصالحه وحينما تفرض نفسها بهذه الطريقة ويأخذ الأفراد بالإتصال فيما بينهم وإبداء وجهات النظر من بينهم الأشخاص الذين يتأثرون بها أكثر من غيرهم وجمهور الرأي العام ، وتبدأ بعد ذلك مرحلة مناقشة القضية بصورة علنية ، ويبرز القادة الذين يعملون على صياغة الأفكار وتحديد الأهداف وتبسيطها وتعميقها.

وتلعب وسائل الإعلام دوراً رئيسياً في التأثير علي الرأي العام ، فوسائل الإعلام تتمتع بقوة هائلة من خلال قدرتها علي تسليط الضوء علي موضوع ، فيستثار إهتمام بقوة الناس به ، أو تجاهله كلياً ، فلا يلتفت الناس إليه.

## المبحث الثالث

### تأثير الصحافة الإلكترونية علي الرأي العام

#### مدخل :

بعد إنتشار الصحافة الإلكترونية ، وإستخدام الملايين حول العالم لخدماتها والإطلاع على أخبارها والتأثر بها ظهر جلياً قدرة الصحافة الإلكترونية والمدونات ومواقع التواصل الإجتماعي على تشكيل الرأي العام الإلكتروني ، والذي يعرف بأنه " كل (فكرة ، إقتراح ورأي ، مشاركة ) أو حتي لفظ تنبع من تجربة شخصية سواء فردية أو جماعية لتصل إلى نتيجة سياسية عامة يتم توصيلها وفي هذه الحالة فالرأي الإلكتروني يعبر عن كل الشرائح التي تملك تلك الوسيلة أو الأداة التكنولوجية للتعبير والتواصل والنقاش (شاهين ، 2010م ، ص 267) .

"وقد رصدت بعض الدراسات كثافة المرور عبر عدد من المدونات المصرية الأكثر إهتماماً بالشأن العام وخاصة الأكثر شعبية منها مما يجعل أرقام الدخول عليها في بعض الأحيان تفوق بكثير مشاهدي بعض القنوات وتوزيع العديد من الصحف . (عبدالمقصود ، 2010م ، ص 7) .

وفي ندوة مفتوحة تحت عنوان "التواصل الثقافي في المواقع الإجتماعية" لمجموعة من الإعلاميين والباحثين في علم الإجتماع الثقافي ، أقيمت في العاصمة الجزائرية" إعتبرت المدون يوسف بعلوش أن موجة " الفيسبوك " في الجزائر لا تتعدى السنة والنصف بالنظر إلى الأحكام المسبقة التي كانت تروج حول هذه الوسيلة ، منوهاً بالدور الكبير الذي أصبح يلعبه " الفيسبوك " في حياة الفرد بإعتباره إستطاع تحويل العالم إلى بيت بغرف متجاورة وأصبح منبراً للتعبير الحر وتكوين الصداقات الافتراضية ، وهو ما جعل عدد المنضمين إليه يفوق المليون شخص يومياً " . جريدة البلاد الجزائرية ، الجزائر ، عدد رقم (3419) بتاريخ الاحد 20 فبراير 2011م

ربما بسبب هذه الطبيعة التي تتميز بها الصحف الإلكترونية والخدمات التفاعلية والإجتماعية من سرعة وأنية إستطاعت أن تسبق الوسائل الإعلامية الأخرى في التأثير بالرأي العام حيث توضح الأستاذة أمنية عمرو " أن تأثير وسائل الإعلام الحديثة الممثلة في "الفيسبوك" و"التويتر" و"المدونات" أكبر بكثير من تأثير الإعلام التقليدي بكل أنواعه . معتبرة إياها السبب المباشر فيما فعلته مؤخراً من قلب لموازين الأنظمة السياسية ببعض الدول العربية في ظرف

وجيز ، وهو ما لم تتمكن وسائل الإتصال التقليدية أن تفعله على مدار أعوام ، أما الباحث عبدالمحسن البيلي ، فأكد إن مواقع التواصل الإجتماعي الحديثة كانت بمثابة المحرك الذي أوجد المساحة في الأحداث التي جرت بكل من مصر وتونس والتي مكنت من إلغاء السلطة كمفهوم وواقع " (جريدة البلاد الجزائرية، 2011م ، عدد رقم 3419 ) .

### آليات تأثير الصحافة الإلكترونية علي الرأي العام :

أمام هذه الحالة الجديدة من القدرة على التأثير في الراي العام ، بات من المهم جداً إدراج البحوث والدراسات لسير آليات هذا التأثير ، وقدراته والحدود التي يمكن أن يقف عندها أو يتجاوزها ، حيث " تعتبر حالة حضور المدونات (كشكل من أشكال الصحافة الإلكترونية) في الفضاء الإلكتروني عن ظاهرة بحثية جديدة بالرصد والتحليل والفهم ، إذ أصبحت تتيح مساحات للتعبير عن حيز متسع من القضايا والأحداث المتعلقة بمختلف الشئون العامة ليتأكد عبر متابعة أدورها أن عدداً منها يتجاوز نطاق كونه تعبيراً ذاتياً عن رأي ومواقف شخصية للعمل كساحة يتم من خلالها عرض وإدارة نقاش عام وبلورة توجيهات بشأن قضايا ذات أولويات جماهيرية ذلك أن ما يمنح الصحافة الإلكترونية أهميتها كوسيلة إعلامية جديدة هو تسيرها لكل الوظائف الإعلامية المتعارف عليها فضلاً عن تطوير سبل تأديتها وزيادة التفاعلية وتواجد صفة الفورية في عملها وتعدد مراكز الإتصال والمشاركة في الشأن العام وبصورة غير مسبوقه. ( خليل ، ص 29 ) .

ويمكن تحديد أهم آليات تأثير الصحافة الإلكترونية على الرأي العام بما يلي :

### 1. التفاعلية :

لعل أكثر ما يميز عصر الصحافة الإلكترونية اليوم ، هو التفاعل الذي يمكن أن تؤمنه الصحافة الإلكترونية (مؤسسة ، وإدارة تحرير ، وصحفيين ومحررين ، وأخبار) مع القارئ ، " فالتفاعل والمشاركة الوحيدة ما بين الصحفي والقارئ في الصحافة المطبوعة أو القارئ والجريدة هو النظر إلى المادة التي تجذبه ثم القراءة ، وتقليب الصفحات للأمام والخلف ، لكن الصحافة الإلكترونية تسمح بمستوي غير مسبوق من التفاعل ، يبدأ بمجرد البحث في مجموعة من النصوص والإختيار فيما بينها وينتهي بإمكانية توجيه الأسئلة المباشرة والفورية للصحفي أو مصدر المعلومة نفسها ، أو التدخل للمشاركة في صناعة خبر أو معلومة جديدة أثناء القراءة وتصفح الموقع ، ومن

ثم إبداء الملاحظات أو المشاركة في إستطلاعات الرأي والحوارات الحية مع الآخرين حول ما يقرأ" (عبدالمقصود ، 2010م ، ص 3 ) .

هذه القدرة على التفاعل مع القارئ ما كان أن تكون لولا التقنيات الحديثة التي إستطاعت أن تستفيد منها الصحافة الإلكترونية في عالم التقنية والشبكة العنكبوتية ، لذلك يمكن القول أن "نوبان معطيات الثورة الحادثة في مجال المعلومات مع الثورة الحادثة في مجال تكنولوجيا الإتصالات أدي إلى إفراز تقنية إتصال تعتمد على الحاسبات الشخصية كمكونات صلبة وعلى المعلومات كبرمجيات ، الأمر الذي أدي إلي إيجاد وسيلة إتصالية تعتمد على نموذج إتصالي مغاير للنموذج الإتصالي التقليدي ومناخ إعلامي مباين للمناخ القائم ، و أدي كل ذلك إلى إيجاد سيناريو بديل للحوار القائم بين المتلقي و وسائل الإتصال بما يبعث على الرغبة في إعادة النظر في المعطيات العلمية الحالية لشرح ووصف وتفسير العلاقة بين الجمهور والوسائل الإتصالية والدور الذي تلعبه الأخيرة في تشكيل وتوجيه إعتقادات وإتجاهات الأول " (عليان ، السامراني ، 2010م ، ص 275 ) .

إن هذه التفاعلية مكنت الصحيفة الإلكترونية من زيادة قوتها في مجال التأثير على الرأي العام ، ولم يقف الأمر عند هذا الحد ، بل مكنتها أيضا من التأقلم والتجاوب مع الرأي العام أيضاً ، بحيث أصبح الفرد بإمكانه أن يؤثر في الوسيلة الإعلامية ذاتها ، " ففي ظل النموذج الإتصالي ذي الإتجاهين فإن للمتلقي القدرة علي إنتاج مادة إتصالية يحتل بها دور المرسل حتي ولو كان فرداً عادياً من أفراد الرأي العام دون أن ينتمي إلى طائفة الممارسين المنتمين للعمل الإعلامي. (خليل ، ص 34 ) .

وهو بالتالي ما يؤدي إلي تشكل رأي عام ناضج ربما أكثر من أي وقت مضى" فمن المؤكد أن إتاحة الفرصة أمام أفراد الجمهور للتفاعل الإيجابي مع الرسائل الإتصالية يؤدي إلى إيجاد رأي عام أكثر نضجاً حتي لا يأتي عمل وسائل الإعلام على المستوى الجماهيري في فراغ (خليل ، ص 32 ) .

## 2- الإنتشار :

ساهمت الصحافة الإلكترونية في سعة إنتشار المواد الإعلامية عبر الإنترنت وإنتشارها بين شرائح مختلفة ومتعددة ، وبالتالي فإنها ساهمت بتشكيل رأي عام واسع النطاق ، ولم يعد محصوراً في مكان محدد .

على سبيل المثال ، فإن الإنتشار الكبير للأنباء والمظاهرات التي كانت تجري في مصر خلال مظاهرات 25 يناير للإطاحة بنظام الرئيس السابق حسني مبارك ، شكلت رأياً عاماً لم يقتصر على مصر فقط ، بل إمتد لباقي الدول والشعوب التي حذت حذو الشعب التونسي والمصري واليميني والليبي في محاولة إطلاق ثورات شعبية ضد أنظمتها ، وهو ما يؤكد أن تشكيل الرأي العام الإلكتروني بات أكثر إنتشاراً وسعة ، فرغم أن " نشاط شريحة الجماهير التي تمثل الرأي العام الإلكتروني ينحصر داخل هذا العالم التخيلي ، فالأمر لا يتعدى وسيلة جيدة للتواصل والنقاش وتبادل الآراء او لعمليات التثقيف ونشر الوعي و وسيلة من وسائل

نشر مبادئ العولمة ومناهضتها وتحديها في الوقت نفسه ، إلى غير ذلك مما يمكن أن نسميه "معارك الأدلجة" كل حسب رؤيته ومصالحه وأهدافه . إلا أن الأمر تعدي مؤخراً ذلك الواقع التخيلي بتحول الشبكة إلى ساحة للفعل المدني و التعبوي في أرض الواقع من خلال التشبيك بين الناشطين والتنسيق بينهم . (شاهين ، 2010م ، ص 269) .

ويمكن تحديد سعة إنتشار هذا الرأي من خلال المساحات الواسعة التي تتيحها التقنية الحديثة لأعداد كبيرة من المستخدمين ، كي يكتبوا ويشاركوا وبالتالي يؤثروا ويتأثروا بهذا الراي وقد أجريت العديد من الدراسات العالمية حول الرأي العام الإلكتروني ، على سبيل المثال فإن "habermas" يري أن الرأي العام يتشكل ويتكون من خلال إتاحة ساحات ومنتديات للنقاش بشأن القضايا السياسية تعني وتعمل على إعادة تنظيم وبلورة الآراء المعروضة بشأن القضايا وترشيحها وفق جدارتها ووفق ما تحظي به من إهتمام عام من قبل المشاركين في النقاش .

كما يحدد (habermas-1997) ثلاث سمات أساسية لتعريف الرأي العام أو ثلاثة مظاهر تميزه وتميز وسائله التعبيرية أولها أن المشاركة فيه مفتوحة للجميع ، وثانياً أن يساوي مواقع وادوار الأطراف المشاركة فيه بغض النظر عن أوضاعهم الإجتماعية والإقتصادية وثالثاً أن تكون أي قضية قابلة لأن تكون موضع نقاش . (عبدالمقصود ، 2010م ، ص 34) .

كما أن هذا الإنتشار الواسع للرأي العام المتشكل عبر الصحافة الإلكترونية ، نابع من أن الإنترنت والنشر فيه لم يعد حكراً على المؤسسات الإعلامية الممولة حكومياً أو من قبل المؤسسات الأهلية والأحزاب التي تمتلك قدرة مالية على ذلك ، بل بات سهلاً وميسراً أمام الجميع تقريباً ، لذلك فإن " هناك تأثير كبير و واضح .

لأنه في السابق كان لابد من حصول ترخيص أو إذن مزاولة لإصدار صحيفة و افتتاح محطة بث مرئي أو مسموع نظراً لقوة تأثير وسائل الإعلام في الرأي العام و التوجيهات السياسية المختلفة في كل المجالات السياسية والإقتصادية والإجتماعية والثقافية ، أما الآن فقد تمكن الجميع من كسر الحواجز والإتصال بكل يسر ، و لهذا أصبحت هذه الوسائل ذات فاعلية وتأثير قوي ونشط في الشرع وأصبح العالم يتواصل عبر هذه الوسائل عبر شبكات عنكبوتية وذبذبات.

### 3- تخطي الحواجز التقليدية :

من بين الإنجازات التي إستطاعت الصحافة الإلكترونية أن تحققها على صعيد الرأي العام هي تخطي الحواجز التقليدية التي كانت موجودة في السابق ، والتي كانت تعيق عملية الإتصال كحواجز تنشئها بعض الأنظمة الحاكمة ، أو بعض المؤسسات المالية المسيطرة على الإعلام ، فاليوم يمكن الحديث عن رأي عام يتخطى الحواجز ويصل إلى شرائح أكبر وأوسع وتتمثل قوة الرأي العام الإلكتروني في أنه يمتلك جناحين ويلحق أينما شاء ودون رقابة ويمكن من خلاله فتح الباب لحوار هادف خلاق" (شاهين ، 2010 ، 270).

لذلك فإن هذا الإتصال مع الآخر ، والتأثير والتأثر به لم يعد يعترف بالحواجز القديمة والأبواب المغلقة ، والفضل بعد الله تعالى يعود للتقنية الحديثة ، فقد " تمثلت هذه التكنولوجيا الحديثة في إنشاء شبكة الإنترنت ، هذه الشبكة إستطاعت أن تحدث إنقلاباً بكل المقاييس في عالم صاحبة الجلالة ، لقد فتحت الأبواب المغلقة ، وتسلمت إلى الأماكن الممنوعة فقزت على القوانين واللوائح ، إستطاعت أن تكشر عن أنيابها لأي سلطة سياسية إستطاعت أن تعطي دوراً تعليمياً للعاملين في هذا المجال تمكنت من تطوير الصحافة التقليدية بمفهومها الشائع ، ولا أبالغ إن قلت أنها أستطاعت أن تطور الصحافة المطبوعة نفسها رغم التنافس الرهيب بينهما . (الدليمي ، 2010م ، ص209) .

وقد شهد العالم العديد من الدراسات حول هذا المدي التي وصلت إليه قدرة الصحافة الإلكترونية في التأثير على الرأي العام إلي ما بعد الحواجز التقليدية ، حيث " ركز دراسة

(Friedland Et Al-2006) على فكرة وتطبيقات الرأي العام الجديد ذي المواصفات الأكثر مرونة وتفاعلية والمتأسس على الشبكات ، حيث أصبحت الشبكات هي التي تلعب دوراً في ربط المجالات الخاصة للأفراد بمجالات عامة متعددة كما أنها تلعب دوراً مؤثراً وحيوياً في تشكيل

وبلورة تدفقات الرأي العام ، هذه الشبكات تدعم وتشجع إتساع قاعدة إنتاج الرؤي من خلال الجمهور والأفراد وتسير في إتجاه إحداث مزيد من التداخل والتفاعل فضلاً عن سرعة أداء كل هذه المهام ، متغلبة على قيود الرأي العام التقليدي الذي لم يكن منفتحاً بصورة كافية لمشاركات الجميع نتيجة متعلقة ببيئة الإقتصاد السياسي لوسائل الإعلام التقليدية ، وهكذا ايضاً يتولد عبر النقاش العام بلورة لتوافقات يتم التعبيد عنها عبر قوة إتصالية إقناعية يعتمد عليها النظام السياسي ليحظي بشرعية" (عبدالمقصود 2010م ، ص 36) .

#### 4- الآنية :

لعل أكثر ما يميز قدرة الصحافة الإلكترونية في التأثير على الرأي العام هو الآنية في هذا التأثير والذي يشكل فرقاً واضحاً خلال دقائق قليلة ، على خلاف ما كان يحدث في السابق.

ففي الصحافة المطبوعة ، كان على الناس أن ينتظروا حتي صدور العدد الجديد من الصحيفة إن كانت مسائية أو صباحية للحصول على الأخبار وبالتالي تأثرهم بما يحدث وفي التلفاز فإن الجمهور رهينة ما يعرض في الوقت الذي تعرضه التلفزة ، وكذلك الحال في الإذاعة ، أما في الصحافة الإلكترونية والنشرات الإلكترونية عموماً ، فإن التأثير على الرأي العام أصبح يحدث بشكل مباشر وسريع ، حتي من دون أن يكون الإنسان جالساً خلف جهاز الكمبيوتر الخاص به يتصفح الصحف الإلكترونية ، وذلك من خلال خدمات الدمج التقني بين الصحافة الإلكترونية وبين الجوالات .

"بالأسلوب التقني الذي تعمل به الصحافة الإلكترونية يختلف تماماً عن الصحافة التقليدية وخاصة سرعة إنتشار الخبر وفوريته (خليل ، ص 121) .

وكان يمكن ملاحظة ذلك من خلال ردود الفعل والتحرك الأنبي للمتظاهرين في ساحة التحرير بمصر خلال مظاهرات 25 يناير ، حيث كانت ترد الأنباء مباشرة إلى جوالات المتظاهرين مثل الكلمات التي كان يلقيها الرئيس السابق حسني مبارك أو غيرها .

كما أن الآنية في نشر المواد الصحفية عبر الإنترنت ساهمت بشكل كبير في تشكيل الرأي العام الأنبي فقد أصبح للقارئ الفرصة أحياناً في نقل الخبر عندما يشاهد مظاهرة مثلاً ، أو موقف معين أو يطلع على حادثة راها وصورها بكاميرته الخاصة ، فيقوم بنقل ما راه بالصور وإرساله لبيث عبر الإنترنت وهو ما يحدث كثيراً في فلسطين والعراق خاصة أثناء الحروب ، حيث تعتمد المواقع الإلكترونية علي الهواة في نقل الأخبار وبتها بتأ حياً. وكثيراً ما تم نقل وقائع لأحداث فلسطينية أو

عراقية من داخل الحرب من مشاهد لديه كمبيوتر محمول (لاب توب) وكاميرا رقمية (ديجتال) قام بتصوير الحدث وكتبه ثم أرسله على الفور وتم نشره ، كل ذلك في دقائق معدودة ليقرأ الملايين من كل أنحاء العالم ، وكما حدث في إيران أثناء الإنتخابات الأخيرة وفي الصين أيضاً. (الدليمي ، 2010، ص 212).

وبعد عملية النشر ، من قبل التحرير في الصحيفة الإلكترونية أو من خلال القراء ، فإن ردود الأفعال تبدأ بالتشكل مباشرة على صفحات الصحيفة الإلكترونية نفسها ، خاصة وأن الصحيفة الإلكترونية تتميز بوجود رد فعل سريع وفوري منشور من خلال القارئ الذي يمكنه في بعض الأحيان أن يكتب التعليق وينشر لحظياً أسفل الخبر أو المقال ، مما يعطي ميزة هائلة لنشر الخبر إلكترونياً. ( الدليمي ، 2010م ، ص 216 ) .

##### **5- الوسائط المتعددة :**

إن من أبلغ الأثر الذي تحدثه الصحافة الإلكترونية في الرأي العام ، هي تلك الوسائل المتعددة من فيديو وصور وملفات صوت ، وحتى مقاطع الفلاش التعريفية والمعلوماتية وغيرها من التقنيات الحديثة التي لم تعد تكتفي بالكلمة المطبوعة والمكتوبة فقط ، بل باتت تمد هذه الكلمات بمناظر ومشاهد حقيقية ، لتنتقل الحدث في بعض الأحيان كاملاً ، يحدث أثره البالغ في النفوس .

فالمشاهد التي كانت تناقلها الصحافة الإلكترونية من عمليات "الدھس" على سبيل المثال التي قامت بها سيارات الأمن المصرية خلال مظاهرات 25 يناير ، كانت تهز المتابعين وتثير غضبهم وسخطهم ، وكانت في المقابل تثير شهية الكثيرين في تسجيل ما يرونه من مشاهد وأحداث تقع أمام أعينهم لبيئوها عبر الصحف الإلكترونية ومواقع التواصل الإجتماعي ، وبالتالي فإن هذه الوسائط المتعددة أصبحت أداة حقيقية في تشكيل الرأي العام والتأثر به .

فلقد "استفادت (الصحف الإلكترونية) والمدونات مما أتاحته تطبيقات وسائل الإعلام الجديدة من توظيف تداخل الوسائط الإعلامية من خلال تقديم نصوص مدعمة بملقطات فيديو تتضمن مشاهد لحدث ما أو حوارات وتحقيقات تلفزيونية ، وكذلك ملفات صوتية وروابط لوسائل إعلام أخرى ومواقع متنوعة إضافة إلى تعليقات الجمهور وما يقدمونه من مشاركات وهو ما يثري حالة تقديم وطرح القضايا والموضوعات المختلفة داخل هذه المدونات لتكون وسيلة إعلامية جديدة أكثر فعالية وثرء . (عبدالمقصود، 2010م ، ص 4) .

ولقد كان علماء الإعلام والباحثين فيه يشيرون في السابق ، إلى أن المفصل الأساسي لقيام صحافة إلكترونية حقيقية منفصلة ومستقلة عن الصحافة المطبوعة ، هو إستخدامها للوسائط المتعددة ، إذ يناقش الدكتور حسنين شفيق في كتابه "سيكولوجيا الإعلام" والذي صدر عام 2008م موضوع التشابه بين الصحافة الإلكترونية والصحافة المطبوعة ، معتبراً أن نشر النصوص والكلمات عبر الإنترنت تجعل الصحافة الإلكترونية نقلاً للصحافة المطبوعة عبر وسيط جديد ، محدداً قدرة الصحافة الإلكترونية لتكون اعلماً قائماً بحد ذاته بقدرتها على إثراء المحتوى ، وإستخدام الوسائط المتعددة ، ويقول عن الصحافة الإلكترونية أنها " لا تزيد عن كونها مرحلة إنتقالية في طريقها إلى الإندثار ما إن تخرج إلينا الصحيفة الإلكترونية الحقة ، بطابعها الخاص القائم على الوسائط المتعددة عندئذ فقط ترسم الحدود الفاصلة بينها وبين الصحافة الورقية . (شفيق ، 2008م ، ص 201 ) .

وبالتالي أصبح النقاش الذي يشكل الرأي العام متحركاً في فضاء الإنترنت وشبكات التواصل والصحف الإلكترونية ، فمن خلال هذه الوسائل تتم عملية النقاش وتبادل الآراء والأخبار والصور والرسائل الصوتية وملفات الفيديو ، والتعرف على المواقع المختلفة على شبكة الإنترنت الواسعة . (شاهين ، 2008م ، ص 269 ) .

ولم يقتصر الأمر عند هذا الحد ، بل باتت هذه المشاهد والقطعات التي يتم تناقلها ونشرها عبر الصحف الإلكترونية والمدونات ومواقع التواصل الاجتماعي ، مادة إعلامية بالغة الأثر تستخدمها القنوات التلفزيونية ، فكثيراً ما عرضت قنوات مثل "الجزيرة" و "العربية" و "BBC" و "CNN" وغيرها ، مقاطع مصورة مستمدة من الصحف الإلكترونية ومما يصوره الناس عبر جوالاتهم ويبثونها في الإنترنت .

**6- دور الفرد في تشكل الرأي العام :** إذا كانت الوسائل الإعلامية التقليدية (الصحف الإذاعة ، التلفزيون) تعتمد على ما تبثه من مواد إعلامية لتشكيل الرأي العام ، فإن الفرد أحياناً بات قادراً على تشكيل رأي عام حقيقي عبر الصحافة الإلكترونية ، والتي مكنت الكثيرين من بث ما يقفون عليه من أخبار ومشاهد وقصص وحقائق في الإنترنت ، والتي قد تصل بحال ثبوت مصداقية وإهتمام شريحة واسعة بها إلى مادة تؤثر بالرأي العام .

فلقد أصبح الرأي العام اليوم علي أنه رأي إيجابي ونشط ، وهذا يعني أن جمهور وسائل الإعلام ليس جمهوراً سلبياً ولكنه يوفر من خلال الدور الذي يقوم به مفهوم الحركة بين عناصرها المختلفة

، فنجده يقبل أو يرفض ، يهتم بمستويات معينة أو لا يهتم ، تعدد إستخداماته وعادات الإستخدام وغيرها من أنماط السلوك الإتصالي (خليل ، ص 29) .

وبالتالي فإن أي شخص لديه المكونات الأساسية والمقومات الرئيسية للمشاركة في وضع مواد الإعلامية على الإنترنت وأصبح قادراً على تشكيل الرأي العام بحال كانت لديه مواد جيدة وفعالة وحصرية ، وبالتالي فقد توسعت فكرة صحافة المواطنين كثيراً في الفترة الأخيرة ، بسبب التطورات التكنولوجية حيث أصبح مع كل شخص تقريباً كاميرا رقمية مزودة بهاتفه الجوال ، ووفرت شبكة الإنترنت منصة عرض تتسع للجميع (صادق 2008م ، ص 187) .

وأمام هذه القوة التي مكنتها الصحافة الإلكترونية لجيل كامل من مستخدمي الإنترنت ، بدأ الكثير من الناس بإستخدام الإنترنت للتعبير عن آراءهم وأفكارهم و ميولهم ، ورصد ما يشاهدونه ثم بثه في الإنترنت ، وقد تأكد للباحثين والمتابعين لظاهرة كيفية إستخدام وسائل الإعلام الجديدة في التعبير السياسي والإجتماعي كثافة المنخرطين في عملية إنشاء المدونات والإقبال على التفاعل معها ، وفي هذا الصدد يرصد تقرير مركز دعم القرار التابع لمجلس الوزراء في مصر أنه وبعد العام 2001م إتسع إنتشار المدونات سنة بعد أخرى حتي أصبحت ملاذاً لكثير من الشباب الذين يريدون التعبير عن ذواتهم ومعتقداتهم . ويؤكد التقرير أنها بدأت تشكل مجتمعاً إفتراضياً جديداً يؤثر بقوة على المجتمع الفعلي إجتماعياً وثقافياً وسياسياً (عبدالمقصود ، 2010م ، ص 5) .

وربما ما يميز هذه القدرة في إيصال الفرد لرسالته إلى أكبر شريحة ممكنة ، وهي السهولة التي مكنتها التقنيات الحديثة للأفراد في إنشاء مواقع خاصة بهم ، ومدونات ، وصفحات على المواقع الإجتماعية ، وكذلك تفاعلهم مع الصحف الإلكترونية تعليقاً ومراسلة ، إذ بات الأمر اليوم "بغاية السهولة ، حيث يمكن لأي فرد في العالم إنشاء موقعه الخاص بمجرد أن يدفع الدومين الخاص به ويحجز إسم الموقع ثم يبدأ في تصميمه بنفسه أو بالإستعانة

بمتخصص وبعدها يضع عليه المحتوي الذي يريده ، ورغم أن هذه السهولة كان لها سلبياتها ومساوئها في الشبكة العنكبوتية إلا أن لها إيجابياتها. (الدليمي 2010م ، ص 57).

يجب توفير أليات للتواصل مع مصادر الأزمة للحصول على المعلومات الصحيحة وفق الشواهد والأدلة الحية التي تؤكد مصداقيته وبالتالي ما يولد القناعة التامة لدي الرأي العام المستهدف ، ففي

ثوان قليلة كان يتم تناقل الأخبار والأحداث والمواقف بين الناس عن طريق الخدمات الإلكترونية للصحف والمواقع الإلكترونية وخاصة مواقع التواصل الاجتماعي.

## الفصل الرابع الدراسة الميدانية

أولاً : الخطوات الإجرائية للدراسة

ثانياً : عرض النتائج وتفسيرها

ثالثاً : النتائج

رابعاً : التوصيات

خامساً : المصادر والمراجع

سادساً : الملاحق

## أولاً

### الخطوات الاجرائية للدراسة الميدانية

قامت الباحثة بدراسة مسحية على طلاب جامعة السودان للعلوم والتكنولوجيا وجامعة الخرطوم وجامعة أمدرمان الأهلية ، كعينة تمثل الطلاب في السودان التي تضم مختلف الجنسيات السودانية بمختلف اعمارهم من قراء الصحف بمختلف انواعها من صحف مطبوعة او صحف الالكترونية.

وتتنمي هذه الدراسة إلي فئة دراسات المنهج الوصفي ، حيث "تبرز أهمية المنهج الوصفي في بحوث الإعلام في كونه الأسلوب الأكثر قابلية للإستخدام لدراسة بعض المشكلات والظواهر التي تتصل بالإنسان ومواقفه وأرائه ووجهات نظره ، في علاقته بالإعلام ووسائله ورسائله .

#### أداءة الدراسة :

إعتمدت هذه الدراسة علي وسيلة الإستبانة كأداة رئيسية للحصول علي البيانات والمعلومات اللازمة لموضوع الدراسة .

وتعد الإستبانة " أشهر وسائل جمع المعلومات في سائر البحوث النظرية ، ويمكن تعريف الإستبانة بأنها نموذج مقابله تحريرية مع عينه البحث يتولي فيها أفرادها قرائتها و التفاعل معها لإعطاء الجواب الأفضل.

#### القياسات التي إستخدمها الباحث :

- القياس الترتيبي و هو القياس الأسمي من حيث أنه يقوم على النظام التصنيفي بين الفئات المكونة للمقياس المستخدم فيه . إلا أنه يختلف عنه في أن نظامه التصنيفي لا يأتي علي شكل أو حالة واحدة ففي بعض الأحيان يقوم النظام التصنيفي للمتغيير المراد قياسه على مسافات متساوية ، مثال ذلك تصنيف متغير العمر وفي حالة ثنائية يقوم النظام التصنيفي للقياس الترتيبي على مسافات غير متساوية مثال ذلك عند قياس متغير التخصص العلمي .

- مقياس لا يكرت الذي يعد واحداً من أقوى موازين قياس الفئة و يتكون هذا الميزان من خمس خانات لإختبار الأراء و المواقف و التفضيلات ، أوافق تماماً ، أوافق ، محايد ، لا أوافق ، لا أوافق إطلاقاً وفق السلم الخاص بالعالم لا يكرت .

## التعريف بالإستبانة :

وزعت الإستبانة في جامعة السودان للعلوم والتكنولوجيا وجامعة الخرطوم وجامعة أمدرمان الأهلية علي عينه من طلابها .

وإعتمدت الباحثة في الدراسة الميدانية على عينه الحصة قوامها 300 مبحوث تم توزيع الإستبيان علي طلاب العينه بنسب متساوية فكان نصيب كل جامعه من الجامعات الثلاث (100) إستمارة و قد شارك في الإجابة علي الإستبانة مبحوثين من أعمار وتخصصات علمية مختلفة.

## مجتمع البحث :

يقصد بمجتمع البحث المجموعة الكلية من العناصر التي يسعى الباحث أن يعمم عليها النتائج ذات العلاقة بالمشكلة المدروسة ، ويتكون المجتمع الأساسي للدراسة من طلاب جامعة السودان للعلوم والتكنولوجيا ، جامعة الخرطوم وجامعة أمدرمان الأهلية .

## عينة البحث :

تم إختيار مفردات عينة البحث بطريقة العينة (العشوائية المنتظمة) وهي إحدي العينات الإحتمالية التي أختارها الباحث للحصول علي الآراء والمعلومات ، حيث تم توزيع عدد (300)

إستمارة عشوائياً لطلاب الجامعات الثلاث بنسب متساوية حيث كان نصيب كل جامعة (100)إستمارة .

**الصدق والثبات :** بعد تصميم الأستمارة وإجراء إختبارات الصدق والثبات لها ويقصد بالثبات أن تكون الأداة قادرة علي إعطاء النتيجة ذاتها حين إستخدامها لأكثر من مرة. فيما يقصد بالصدق ، صدق الأداة ويعني إتفاق أكبر مجموعه من الأفراد على الفهم السليم لأداة القياس والتعامل معها بصورة متشابهة إلى حد كبير إذا لم تكن متطابقة ، بإستخدام برنامج للتحليل الإحصائي

(spss) ثم إعداد بناء جداول علي فئاتها وقام بتفريغ بياناتها. وبرنامج الإكسل تحديد كل إجابة تمهيداً للتحليل الإحصائي وإستخراج النتائج ، وهي الخطوة الأخيرة في التحليل الإحصائي على شرح ما تم ملاحظته و يعقب ذلك عمليتي تفسير النتائج ووصفها في إطار المطلوب.

وبداية تم عرض الإستبيان علي عدد (4) من المحكمين المختصين في الدراسة لتحليل مضامين عبارات الإستمارة وتحديد التوافق بين العبارات والهدف منه ، وفقاً لرأيهم ، ثم إجراء التعديلات التي اقترحت عليه ، وبذلك تم تصميم الإستبانة في صورتها النهائية .

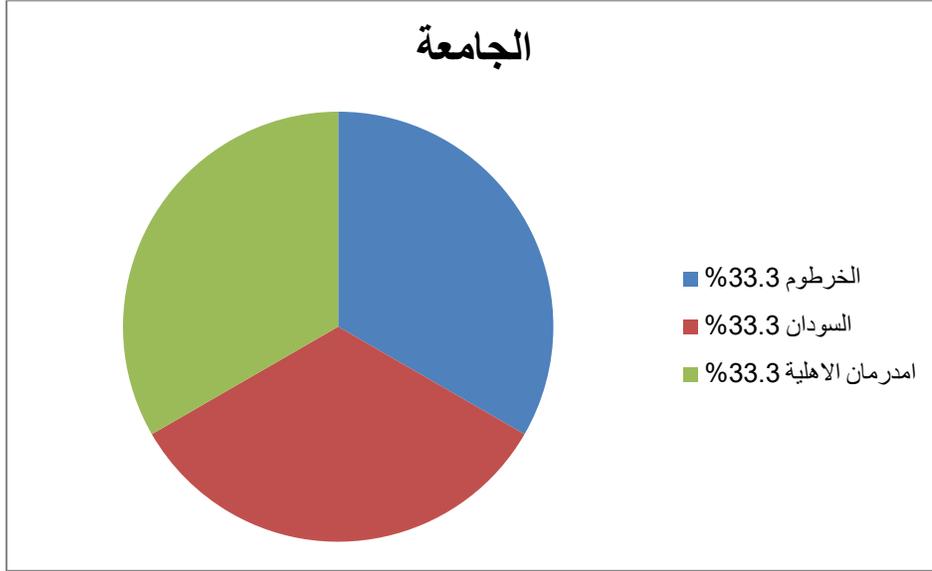
ثانياً

عرض النتائج و تفسيرها

جدول رقم (1) يوضح إسم الجامعة التي ينتمي إليها الطلاب ( عينة البحث )

النسبة التراكمية	تكرار النسبة	النسبة المئوية	التكرار	إسم الجامعة
33.3	33.3	33.3	100	السودان للعلوم و التكنولوجيا
66.7	33.3	33.3	100	الخرطوم
100.0	33.3	33.3	100	أمدرمان الأهلية
	%99.9	%99.9	300	المجموع

رسم بياني رقم (1) يوضح إسم الجامعة التي ينتمي إليها الطلاب (عينة البحث)

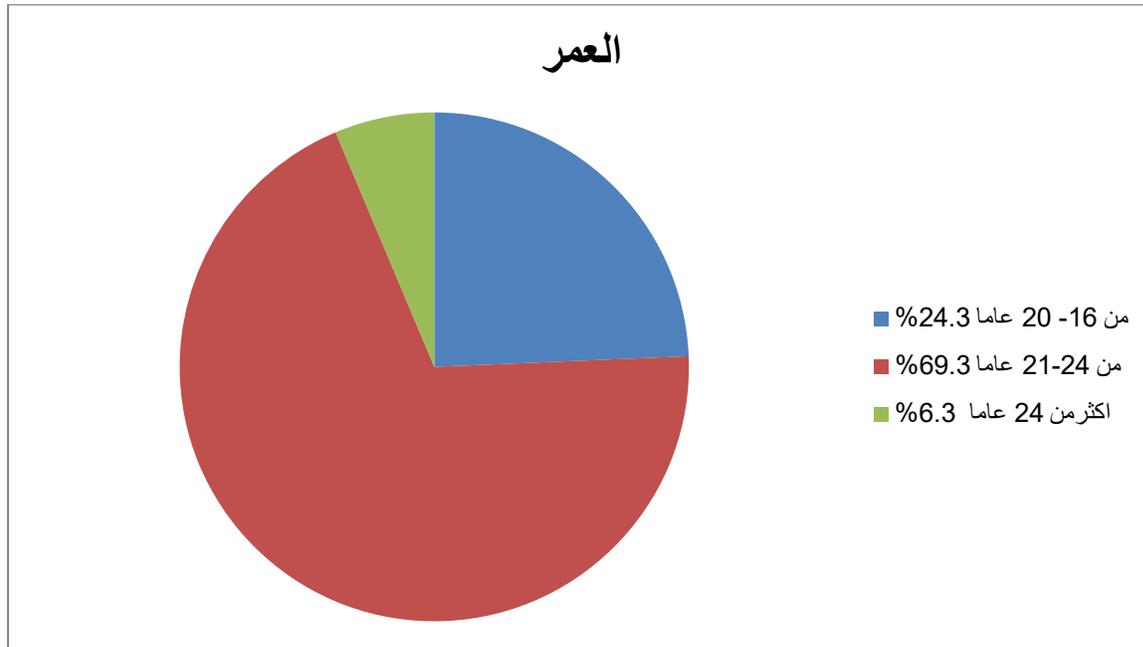


من الجدول والرسم البياني رقم (1) يتبين أن الطلاب (عينة البحث) ينتمون إلي الجامعات الثلاث بنسب متساوية من حيث توزيع الإستهيبان ، إذ أن الباحثة إختارت مائة طالب وطالبة من كل جامعة لتكمل العينة ، والتي بلغت 300 للجامعات الثلاث .

جدول رقم (2) يوضح أعمار الطلاب

النسبة المئوية	التكرار	فئة العمر
24.3	73	من 20-16
69.3	208	من 24-21
6.3	19	اكتر من 24
%100	300	المجموع

## رسم بياني رقم (2) يوضح أعمار الطلاب



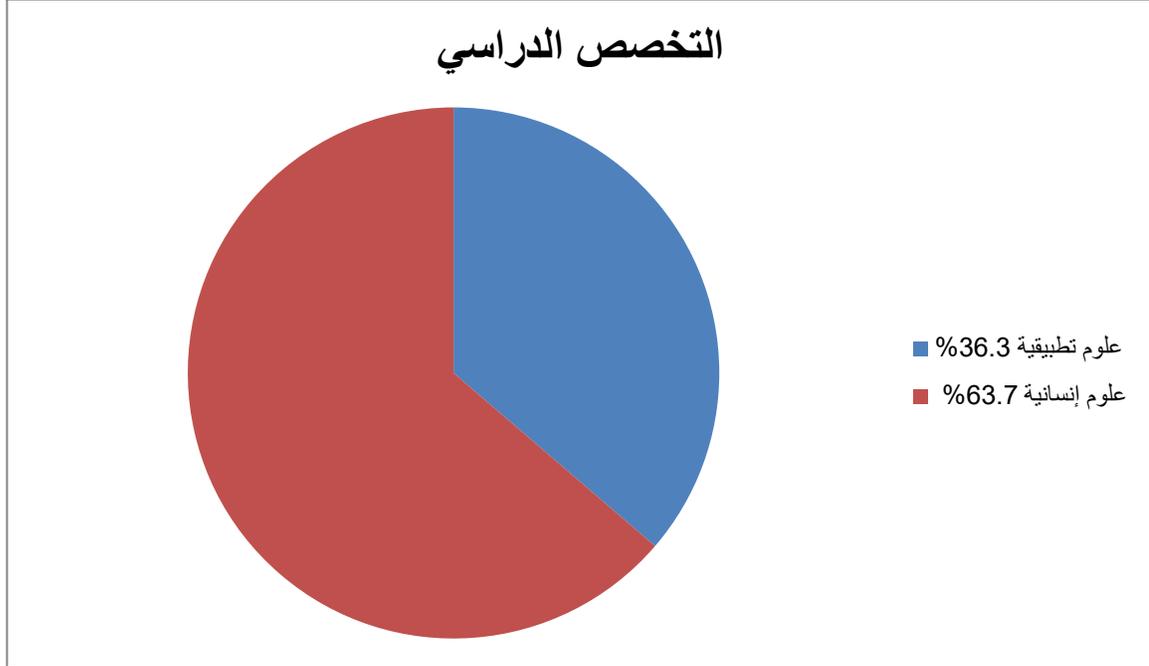
من الجدول والرسم البياني رقم (2) يتضح أن غالبية طلاب العينة تتراوح أعمارهم ما بين 21 إلى 24 عاماً ، و تصل نسبتهم إلى 69.3% . وتقل النسبة بعد ذلك للفئة من من 20-16 عاماً لتصل إلى نسبة 24.3% ، فيما تقل نسبة من هم أكبر من 24 عاماً لتصل إلى 6.3% فقط.

## جدول رقم (3) يوضح التخصص :

النسبة المئوية	التكرار	فئة التخصص
----------------	---------	------------

36.3	109	علوم تطبيقية
63.7	191	علوم إنسانية
%100	300	المجموع

### رسم بياني رقم (3) يوضح التخصص

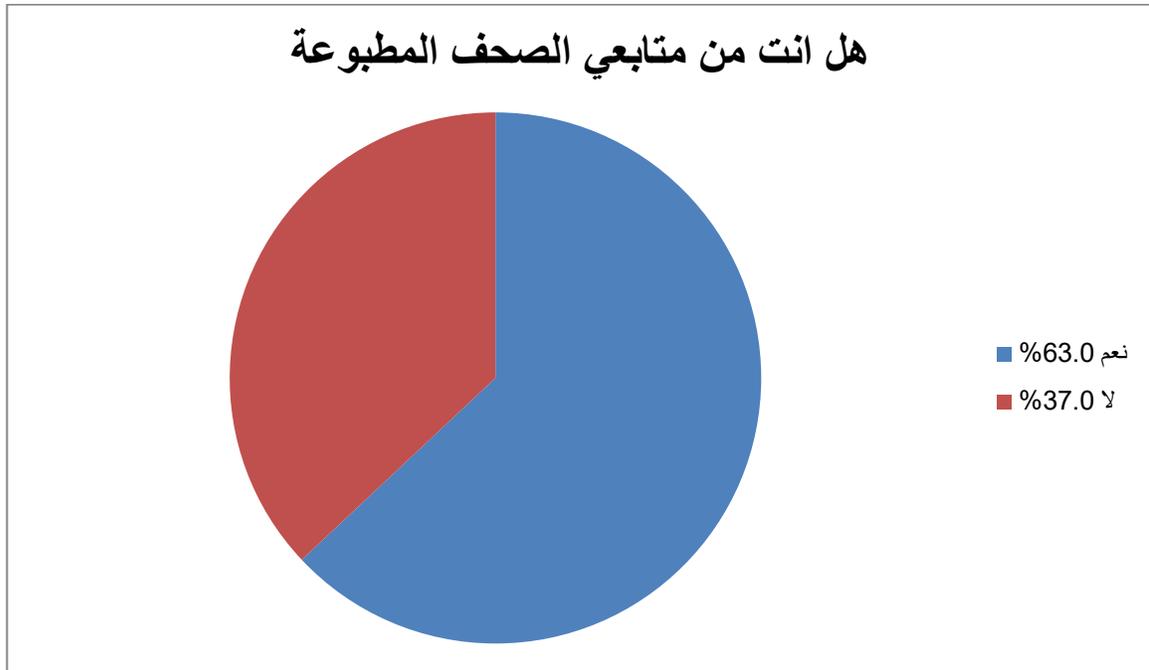


من الجدول والرسم البياني رقم (3) يتضح أن غالبية الطلاب هم من المنتسبين لكليات العلوم الإنسانية ، والتي تشمل العلوم اللغات والفلسفة والإقتصاد والتربية وغيرها . حيث تصل نسبة من يدرسون العلوم الإنسانية نحو ( 63.7% ) فيما تأتي النسبة التالية للطلاب الذين يدرسون العلوم التطبيقية ، كالحاسوب والفيزياء والطب وغيرها بنسبة (36.3%) .

### جدول رقم (4) يوضح متابعة الصحف المطبوعة :

النسبة المئوية	التكرار	الفئة
63.0%	189	نعم
37.0%	111	لا
100%	300	المجموع

رسم بياني رقم (4) يوضح متابعة الصحف المطبوعة

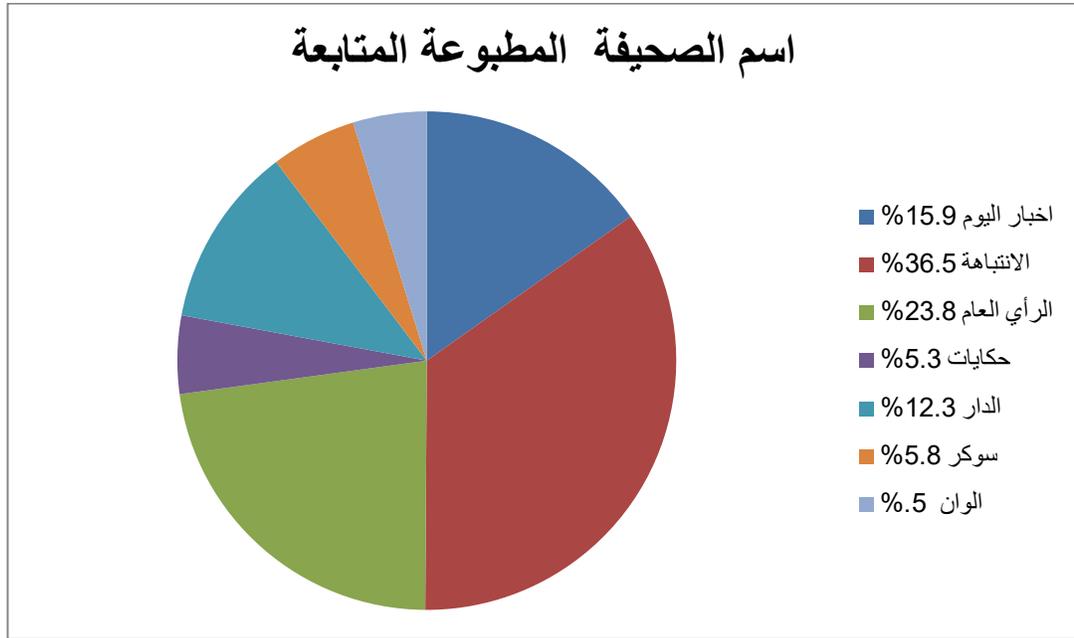


من الجدول والرسم البياني رقم (4) يتبين أن غالبية الطلاب هم من متابعي الصحف المطبوعة حيث أجابت نسبة 63.0% من الطلاب أنها تتابع الصحف المطبوعة ، وأجابت نسبة 37.0% منهم أنهم لا يتابعون الصحف المطبوعة اليومية أبدا . وذلك لأسباب عديدة منها توفرها بالقرب من الجامعة بشكل يومي ، وسهولة الحصول عليها ورخص ثمنها ، والمكانة التي تتمتع بها الصحف المطبوعة في المجتمع.

جدول رقم (5) يوضح إسم الصحيفة المطبوعة المتابعة

النسبة المئوية	التكرار	الفئة
36.5%	69	الإنتباهة
15.9%	30	أخبار اليوم
23.8%	45	الرأي العام
5.3%	10	حكايات
12.2%	23	الدار
5.8%	11	سوكر
0.5%	1	ألوان
100%	189	المجموع

#### رسم بياني رقم (5) يوضح إسم الصحيفة المطبوعة المتابعة



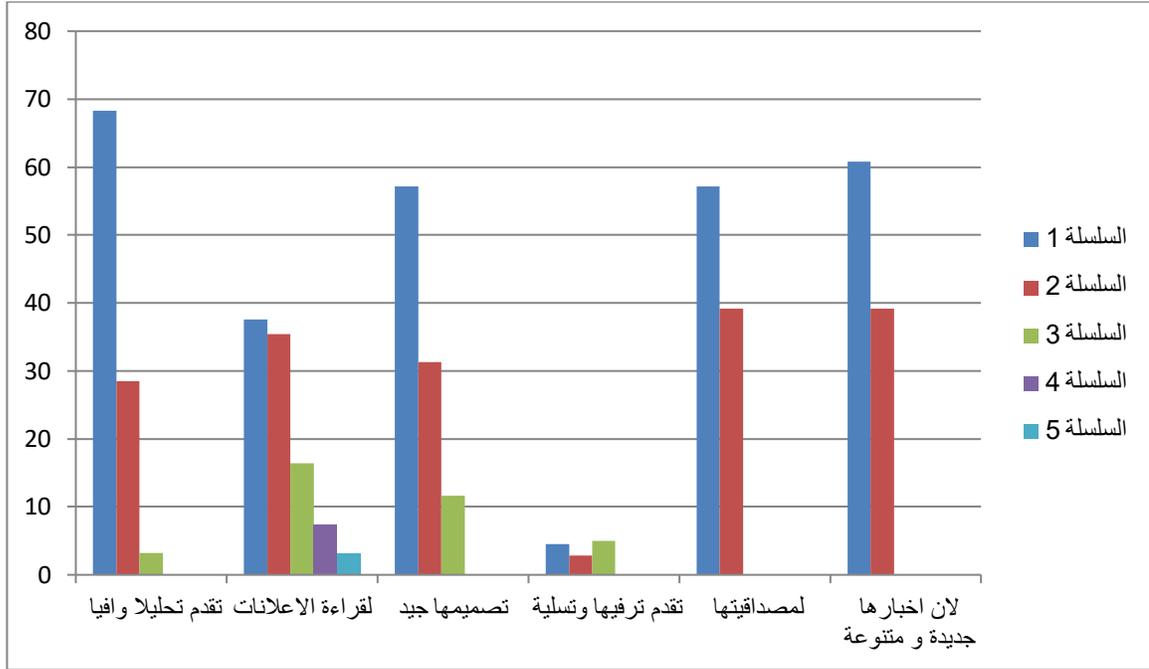
من الجدول والرسم البياني رقم (5) يتبين أن النسبة الأكبر من طلاب يتابعون صحيفة الإنتباهة بنسبة (36.5%). كما يتضح كبر نسبة المتابعين لصحيفة (الرأي العام) بنسبة 23.8% وبعد ذلك صحيفة (أخبار اليوم) الواسعة الإنتشار بنسبة 15.9%. ثم صحيفة

(الدار) بنسبة 12.2% ثم تليها صحيفة (سوكر) بنسبة 5.8% بسبب ما تقدمه لهذة الفئة العمرية من أخبار ومتابعات رياضية يهتمون بها بعد ذلك تأتي صحيفة (حكايات) بنسبة 5.3% وأخيرا صحيفة (ألوان) بنسبة 0.5% فقط .

### جدول رقم (6) يوضح سبب متابعة الصحيفة المطبوعة المحددة

م	لأن أخبارها جديدة و متنوعة	لمصداقيتها	تقدم ترفيهاً وتسلية	تصميمها جيد	لقراءة الإعلانات	تقدم تحليلاً وافياً
أوافق تماماً	115 %60.8	108 %57.1	3 %1.6	108 %57.1	71 %37.6	129 %68.3
أوافق	74 %39.2	81 %42.9	48 %25.4	59 %31.3	67 %35.4	54 %28.5
محايد	0 %0	0 %0	78 %41.3	22 %11.6	31 %16.4	6 %3.2
لا أوافق	0 %0	0 %0	60 %31.7	0 %0	14 %7.4	0 %0
لا أوافق إطلاقاً	0 %0	0 %0	0 %0	0 %0	6 %3.2	0 %0
م	189 %100	189 %100	189 %100	189 %100	189 %100	189 %100

## رسم بياني رقم (6) يوضح سبب متابعة الصحيفة المطبوعة المحددة



من الجدول والرسم البياني رقم (6) يتضح أن أكثر الأسباب التي تدعو الطلاب لمتابعة صحيفتهم المطبوعة المحددة أنها تقدم تحليلاً وافياً للأحداث والأخبار التي تتيحها.

وقد أبدى (68.3%) من أفراد العينة موافقتهم الشديدة لهذا الخيار ، و (28.5%) على خيار أوافق . فيما إختار (3.2%) محايد.

يليهما خيار لأن أخبارها جديدة و متنوعة حيث (60.8%) وافقو بشدة ، بينما وافق (2.39%) على هذا الخيار .

يليهما خيار لمصداقيتها بواقع (57.1%) للموافقة الشديدة ، بينما وافق (42.9%) على هذا الخيار . بعد ذلك يأتي خيار تصميمها جيد بواقع تفضيل بلغت نسبته (57.1%) للموافقة الشديدة ، و (31.3%) للموافقة و (11.6%) محايد.

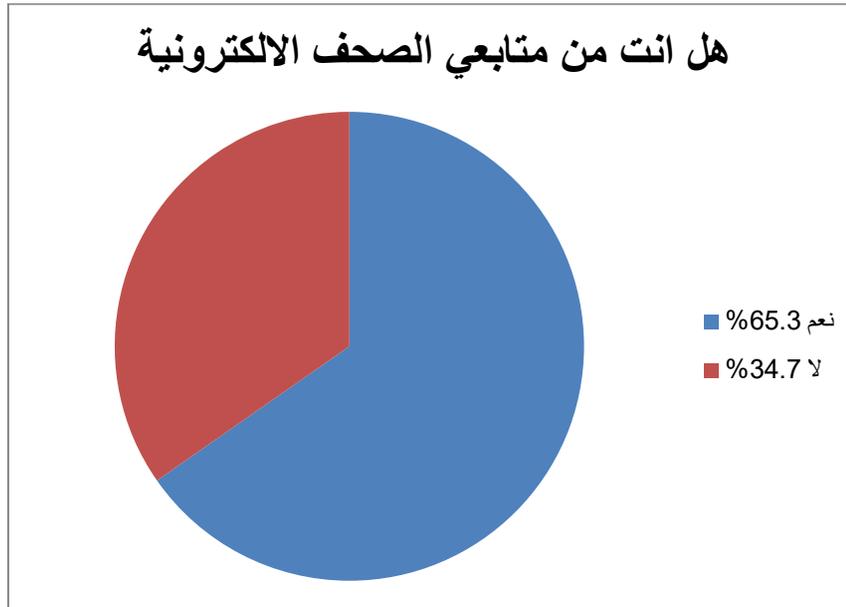
يلي ذلك إختيار لقراءة الإعلانات بنسبة موافقة شديدة بلغت (37.6%) و موافقه بلغت (35.4%). بينما إختار (16.4%) محايد. و (7.4%) لا يوافقون على هذا الخيار و أيضاً (3.2%) منهم لا يوافقون إطلاقاً.

وأخيراً يأتي خيار تقدم ترفيهاً و تسلية بنسبة موافقة شديدة بلغت (1.6%) و نسبة موافقة بلغت (25.4%) و (41.3%) منهم إختاروا خيار محايد ، وحصل خيار لا أوافق علي (31.7%).

#### جدول رقم (7) يوضح متابعة الصحف الإلكترونية :

النسبة المئوية	التكرار	الفئة
65.3%	196	نعم
34.7%	104	لا
100%	300	المجموع

#### رسم بياني رقم (7) يوضح متابعة الصحف الإلكترونية :



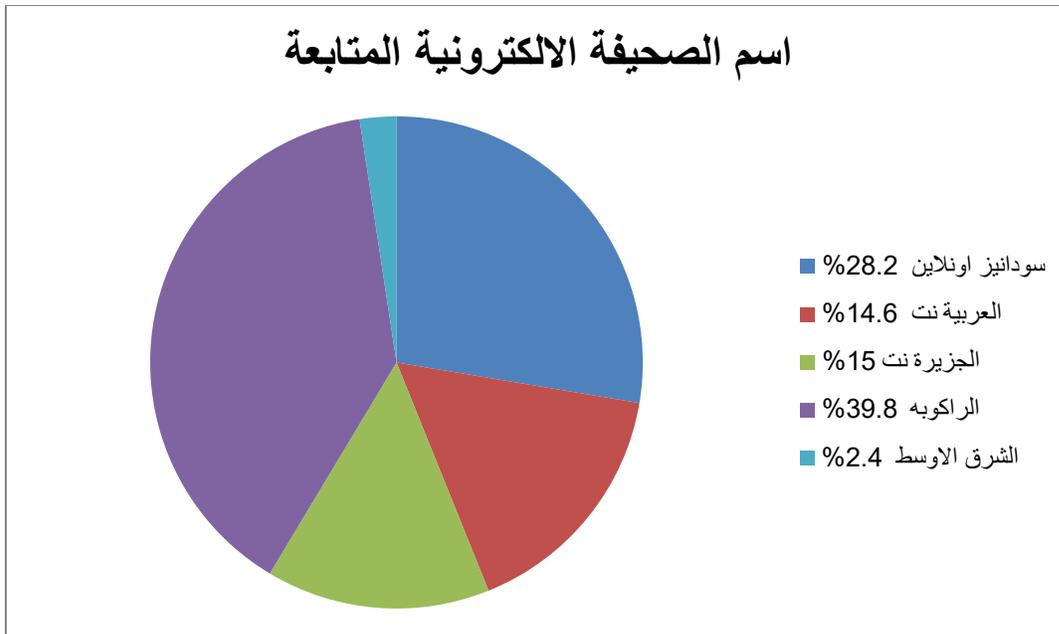
من الجدول والرسم البياني (7) يتبين أن غالبية طلاب العينة هم من متابعي الصحف الإلكترونية ، حيث أجابت نسبة 65.3% من الطلاب أنها تتابع الصحف الإلكترونية بشكل يومي . بينما أجابت نسبة 34.7% منهم أنهم لا يتابعون الصحف الإلكترونية .

ويتبين أن نسبة متابعة الصحف الإلكترونية بعينة البحث كبيرة . وهو ما يعكس القدرة التي تتمتع بها الصحف من جذب الشباب ، حيث "بدأ تأثير الصحافة الإلكترونية واضحاً في إجتذابها قراء من مختلف الأعمار وخصوصاً جيل الشباب الذي لا تربطه تلك العلاقة الحميمة مع المطبوع من كتاب وصحيفة ، كما كان الأمر لدى الأجيال السابقة .

#### جدول رقم (8) يوضح إسم الصحيفة الإلكترونية المتابعة

النسبة المئوية	التكرار	الفئة
15%	31	الجزيرة نت
14.6%	30	العربية نت
28.2%	58	سودانيز اونلاين
39.8%	82	الراكوبه
2.4%	5	الشرق الاوسط
100%	206	المجموع

#### رسم بياني رقم (8) يوضح إسم الصحيفة الإلكترونية المتابعة :



من الجدول والرسم البياني رقم (8) يتبين أن النسبة الأكبر من طلاب العينة يتابعون موقع (الراكوبه) الأخباري عبر الإنترنت ، بنسبة بلغت (39.8%) و ذلك بسبب ما يتمتع به هذا الموقع من خدمات أخبارية سريعة وتغطيات محليه واسعة مع وجود شبكة مراسلين كبيرة لديه و يضم أقلاماً صحفية كبيرة بين كتابه .

بعد ذلك يأتي موقع (سودانيز أونلاين) كثاني موقع إعلامي صحفي على الإنترنت بنسبة تصل إلى (28.2%).

ثم تليها (الجزيرة نت) كموقع يجذب طلاب العينه ، بنسبة بلغت (15%) و ذلك لما يتمتع به هذا الموقع من مصداقيه عاليه ، ومتابعة مستمرة للأخبار والتقارير والتغطيات كما تشكل قناة الجزيرة دعماً كبيراً للموقع ، وتسهم في تقديم صورة إيجابية عنه.

بعد ذلك يأتي موقع (العربية نت) بنسبة ( 14.6%) وهو النسخة الإلكترونية الخاصة المنبثقة عن قناة ( العربية) ويتمتع بشعبية كبيرة .

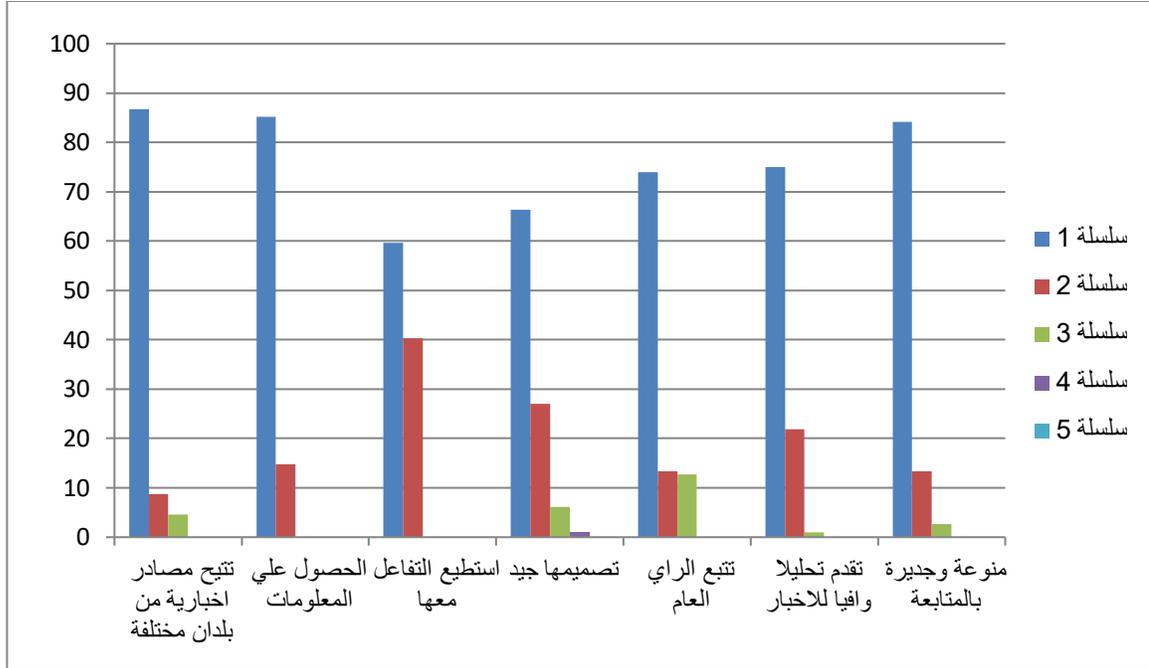
بنسبة (2.4%) إختار طلاب العينة موقع صحيفة (الشرق الأوسط) الصحيفة الورقيه محتواها بشكل كامل تقريباً عبر الإنترنت مما يوفر على الكثيرين شراء وقراءة الجريدة بنسختها الورقية .

ويتضح من الجدول أن غالبية الطلاب مهتمون بالصحف المحلية ، أي أن أكثر ما يهمهم هي الأخبار الداخلية أي المحلية.

جدول رقم (9) يوضح سبب متابعة الصحيفة الإلكترونية المحددة

م	منوعة و جديرة بالمتابعة	تقدم تحليلاً وافياً للأخبار	تتبع الرأي الأخر	تصميمها جيد	أستطيع التفاعل معها	الحصول علي المعلومات	تتيح مصادر أخبارية من بلدان مختلفة
أوافق تمام	165 %84.2	147 %75	145 %74	130 %66.3	117 %59.7	167 %85.2	170 %86.7
أوافق	26 %13.3	43 %21.9	26 %13.3	53 %27	79 %40.3	29 %14.8	17 %8.7
محايد	5 %2.6	2 %1	25 %12.7	12 %6.1	0 %0	0 %0	9 %4.6
لا أوافق	0 %0	4 %2.1	0 %0	1 %05	0 %0	0 %0	0 %0
لا أوافق إطلاقاً	0 %0	0 %0	0 %0	0 %0	0 %0	0 %0	0 %0

## رسم بياني رقم (9) يوضح سبب متابعة الصحيفة الإلكترونية المحددة



من الجدول والرسم البياني رقم (9) يتضح أن أكثر الأسباب التي تدعو الطلاب لمتابعة صحيفتهم الإلكترونية المحددة هي الأخبار الجديدة التي تتيحها الصحيفة لهم .

وقد إستخدمت الباحثة هنا مقياس (لايكرت) المكون من خمسة خانات لقياس مدي موافقة المبحوثين علي الإختيارات المحددة وهي ( 1- أوافق تماما ، 2- أوافق ، 3- محايد ، 4- لا أوافق ، 5- لا أوافق إطلاقاً).

وقد أبدي (86.7%) من أفراد العينة موافقتهم الشديدة لخيار تقديم أو إتاحة الصحيفة مصادر أخبارية من بلدان مختلفة ، و (8.7%) على خيار أوافق ، فيما إختار (4.6%) محايد ، يليها خيار الحصول على المعلومات حيث (85.2%) وافقو بشدة ، بينما وافق (14.8%) على هذا الخيار .

يليهما خيار منوعة وجديرة بالمتابعة بواقع (84.2%) للموافقة الشديدة ، بينما وافق (13.3%) علي هذا الخيار . واتفق (2.6%) علي أنهم محايدون إذا كانت الصحيفة الإلكترونية منوعة وجديرة بالإهتمام .

بعد ذلك يأتي خيار تقدم تحليلاً وافياً للأخبار بواقع تفضل بلغت نسبته (75%) للموافقة الشديدة ، و (21.9%) للموافقة و (1%) محايد و أختار (2.1%) أنهم لا يوافقون .

يلي ذلك إختيار الرأي والرأي الآخر بنسبة موافقة شديدة بلغت (74%) و موافقه بلغت (13.3%) وهي تعكس أهمية الصحافة الإلكترونية بعرض الآراء المتعددة حول القضية الواحدة بل حتي آراء المعارضين من القراء الذين قد يكتبون تعليقات معارضة للأخبار المنشورة . بينما أختار (12.7%) محايد.

يليهما خيار تصميمها جيد بنسبة موافقة شديدة بلغت (66.3%) و وافق (27%) بينما أختار (6.1%) منهم أنهم محايد ، فيما أختار (0.5%) لا أوافق .

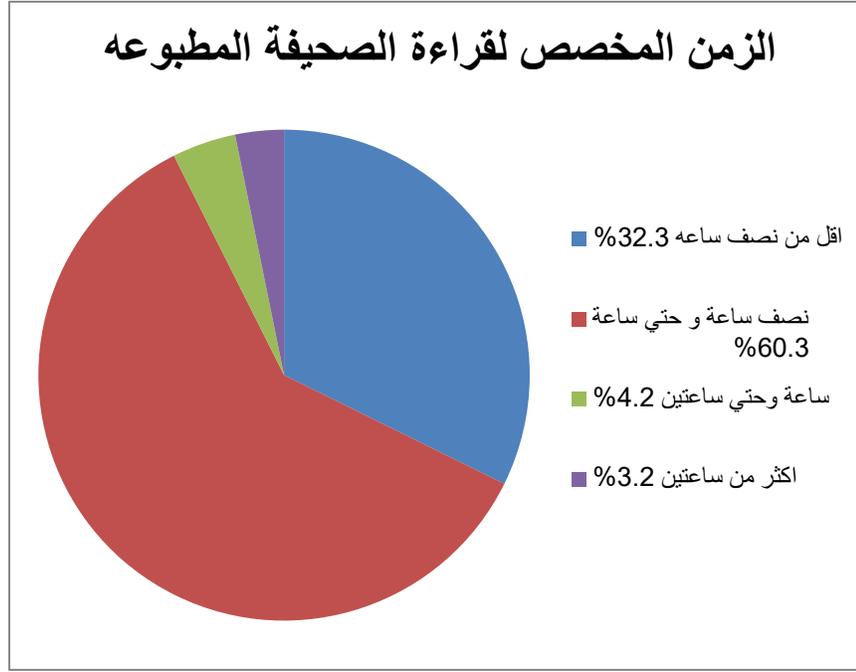
وأخيرا يأتي خيار أستطيع التفاعل معها بنسبة موافقة شديدة بلغت (59.7%) ونسبة موافقة بلغت (40.3%)

يتضح من الجدول أهمية قدرات التفاعل بين الصحيفة الإلكترونية وبين القراء من حيث قدرتهم علي التواصل الأنني والفوري مع الموقع ، أو الكاتب أو كتابه التعليقات ، أو المشاركة بالرأي أو التصويت أو غيرها من الخدمات التفاعليه.

#### جدول رقم (10) يوضح الزمن المخصص لقراءة الصحيفة المطبوعة يومياً

النسبة المئوية	التكرار	الفئة
32.3%	61	أقل من نصف ساعة
60.3%	114	نصف ساعه و حتي ساعه
4.2%	8	ساعة و حتي ساعتين
3.2%	6	أكثر من ساعتين
100%	189	المجموع

## رسم بياني رقم (10) يوضح الزمن المخصص لقراءة الصحيفة المطبوعه يوميا



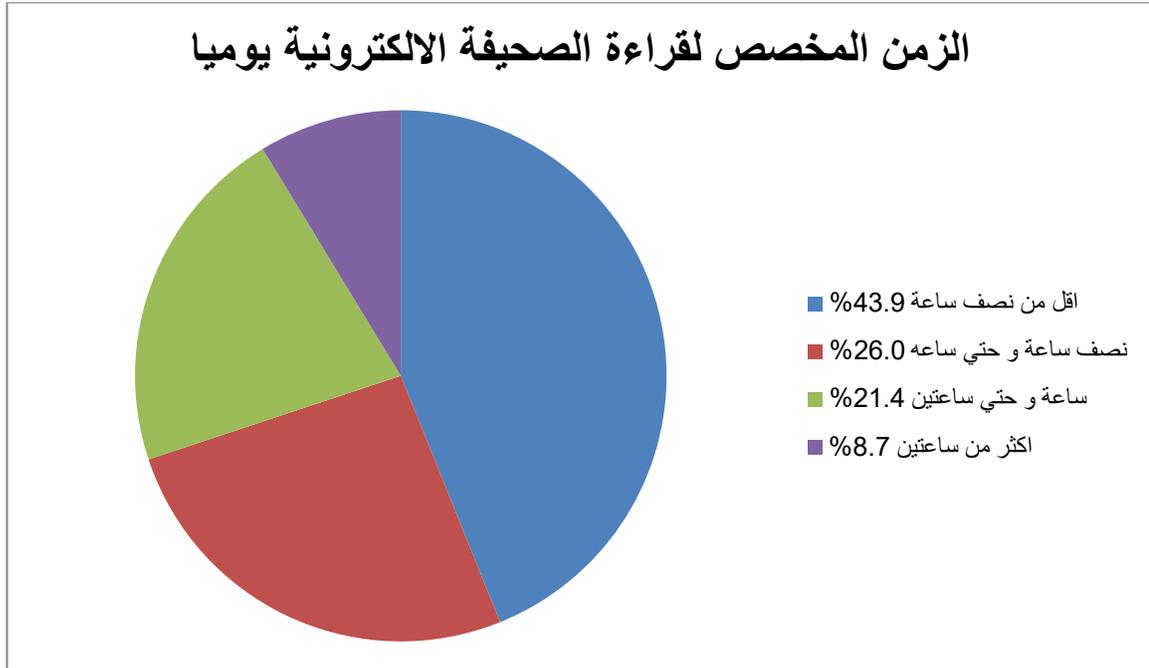
من الجدول والرسم البياني رقم (10) يتضح أن (60.3%) من طلاب العينة يقضون وقتاً ما بين نصف ساعة وحتي ساعة في قراءة في تصفح و قراءة الصحف المطبوعه تليها نسبة (32.3%) يقضون وقتاً أقل من نصف ساعه في تصفح وقراءة الصحف المطبوعه. يلي ذلك نسبة (4.2%) يقضون ساعة وحتي ساعتين في قراءة الصحيفة المطبوعه . ثم إلى نسبة (3.2%) لما يزيد عن ساعتين يومياً في قراءة الصحف المطبوعه .

يتضح من الجدول أن أكبر نسبة كبيرة من الطلاب لا يقضون أوقات طويلة في قراءة الصحف المطبوعه ، حيث بلغ نسبتهم 60.3% وكان الوقت الذي يقرأون فيه نصف ساعه و حتي ساعه.

## جدول رقم (11) يوضح الزمن المخصص لقراءة الصحيفة الإلكترونية يوميا

النسبة المئوية	التكرار	الفئة
43.9%	86	أقل من نصف ساعه
26.0%	51	نصف ساعة و حتي ساعة
21.4%	42	ساعة و حتي ساعتين
8.7%	17	أكثر من ساعتين
100%	196	المجموع

## رسم بياني رقم (11) يوضح الزمن المخصص لقراءة الصحيفة الإلكترونية يوميا



من الجدول والرسم البياني رقم (11) يتضح أن (43.9%) من الطلاب عينة البحث يقضون وقتاً أقل من نصف ساعه يومياً في قراءة وتصفح الصحف الإلكترونية عبر الإنترنت تليها نسبة (26%) ممن يقضون وقتاً ما بين نصف ساعه وحتي ساعة كاملة في تصفح وقراءة الصحف الإلكترونية .

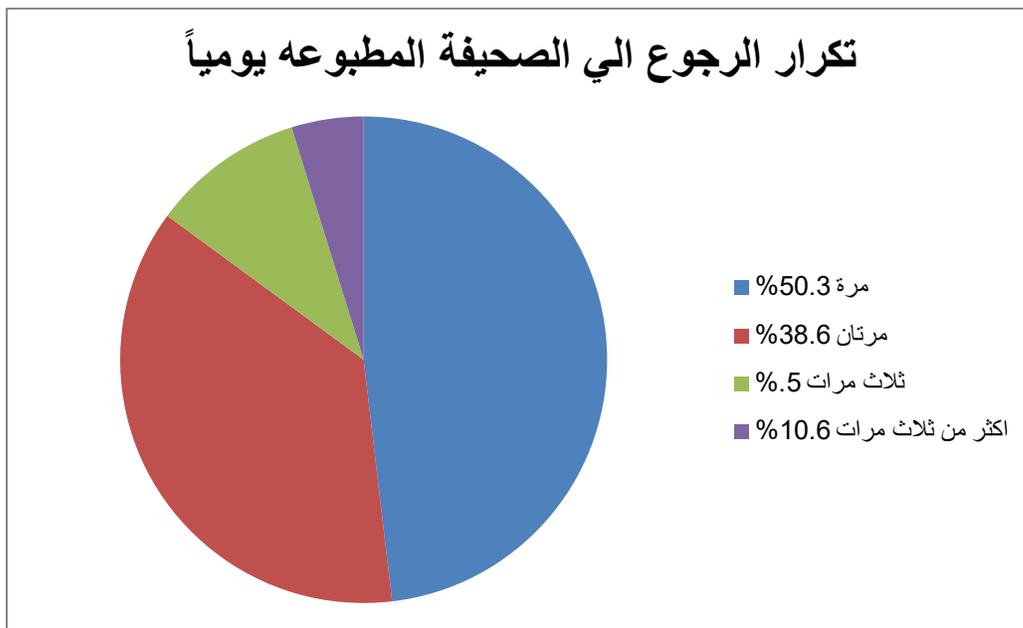
ويؤكد ( 21.4%) ممن شملهم الإستطلاع أنهم يقضون وقتاً ما بين ساعة وحتي ساعتين في تصفح وقراءة الصحف الإلكترونية .

أما (8.7%) من طلاب العينة يقضون أكثر من ساعتين في تصفح وقراءة الصحف الإلكترونية. ويبدو واضحاً من خلال المقارنه ما بين وقت قراءة الصحف الإلكترونية مع وقت قراءة الصحف المطبوعه ، أن طلاب العينة يقضون وقتاً أطول يومياً أمام الإنترنت لقراءة الصحف الإلكترونية .

### جدول رقم (12) يوضح تكرار الرجوع إلى الصحيفة المطبوعة يومياً

النسبة المئوية	التكرار	الفئة
50.3%	95	مرة
38.6%	73	مرتان
0.5%	1	ثلاث مرات
10.6%	20	أكثر من ثلاث مرات
100%	189	المجموع

رسم بياني رقم (12) يوضح تكرار الرجوع إلى الصحيفة المطبوعة يومية

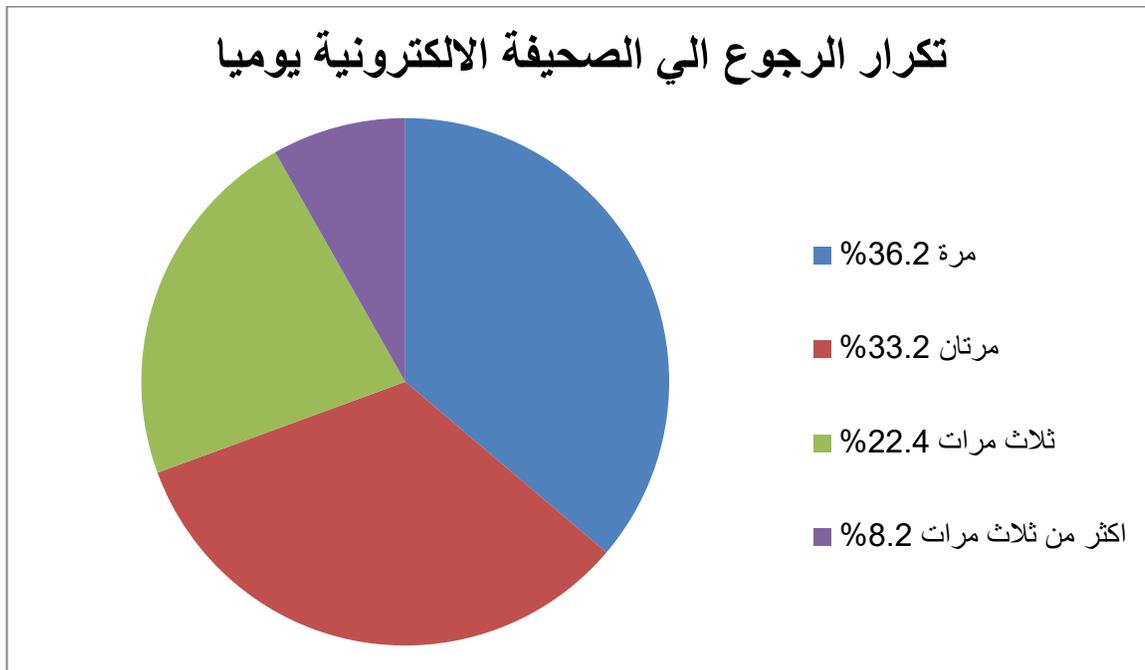


من الجدول والرسم البياني رقم (12) يتضح أن نسبة (50.3%) من طلاب العينة لا يعودون إلى قراءة أو مطالعة الصحف المطبوعه أكثر من مرة واحدة . فيما تبلغ نسبة من يعودون مرتين إلى الصحيفة المطبوعه يومياً نسبة (38.6%) لتتخفص نسبة من يعودون إليها أكثر من ثلاث مرات إلى (10.6%) و أخيراً يؤكد الجميع أنهم لا يعودون إلى الصحيفة المطبوعه أكثر من ثلاث مرات حيث بلغت نسبة هذا الإختيار (0.5%).

جدول رقم (13) يوضح تكرار الرجوع إلي الصحيفة الإلكترونية يومياً

النسبة المئوية	التكرار	الفئة
36.2%	71	مرة
33.2%	65	مرتان
22.4%	44	ثلاث مرات
8.2%	16	أكثر من ثلاث مرات
100%	196	المجموع

رسم بياني رقم (13) يوضح تكرار الرجوع إلي الصحيفة الإلكترونية يومياً



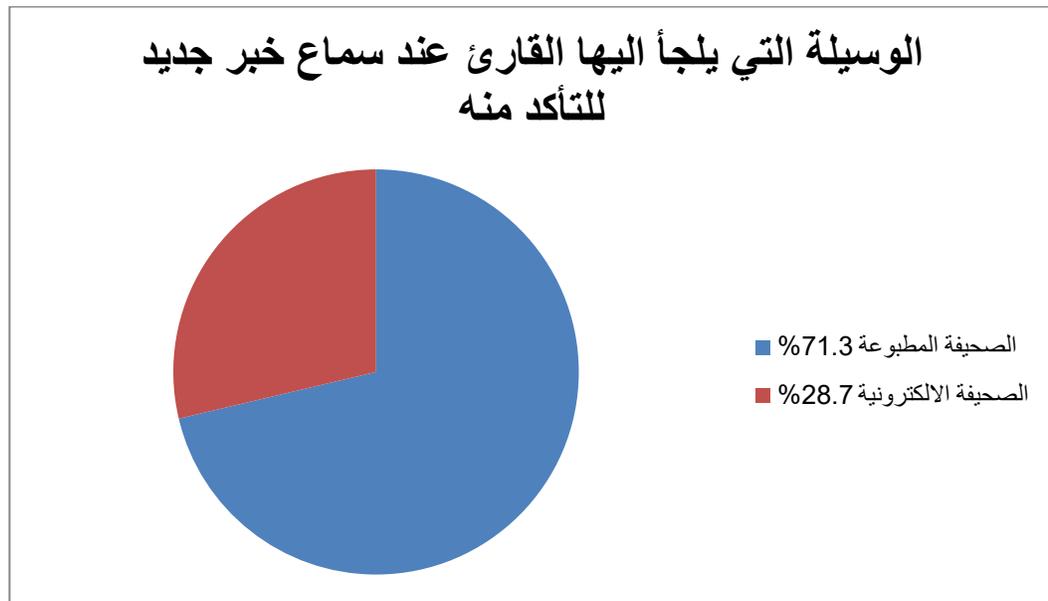
من الجدول والرسم البياني رقم (13) يتضح أن نسبة ( 36.2% ) من طلاب العينة لا يعودون إلى قراءة أو مطالعة الصحف الإلكترونية أكثر من مرة واحدة . فيما تبلغ نسبة من يعودون مرتين يومياً إلى الصحيفة الإلكترونية نسبة ( 33.2% ) أما من يعودون ثلاث مرات يومياً إلى الصحيفة الإلكترونية نسبة ( 22.4% ) أما من يعودون أكثر من ثلاث مرات يومياً إلى الصحيفة الإلكترونية فقد بلغت نسبتهم ( 8.2% ).

وتوضح المقارنة بين تكرار العودة للصحيفة الإلكترونية يومياً مع تكرار العودة للصحيفة المطبوعه ، إرتفاعا بنسبة التكرار بين متابعي الصحف الإلكترونية .

**جدول رقم (14) يوضح الوسيلة التي يلجأ إليها القارئ عند سماع خبر جديد للتأكد منه**

النسبة المئوية	التكرار	الفئة
71.3	214	الصحيفة المطبوعه
28.7	86	الصحيفة الإلكترونية
%100	300	المجموع

**رسم بياني رقم (14) يوضح الوسيلة التي يلجأ إليها القارئ عند سماع خبر جديد للتأكد منه**



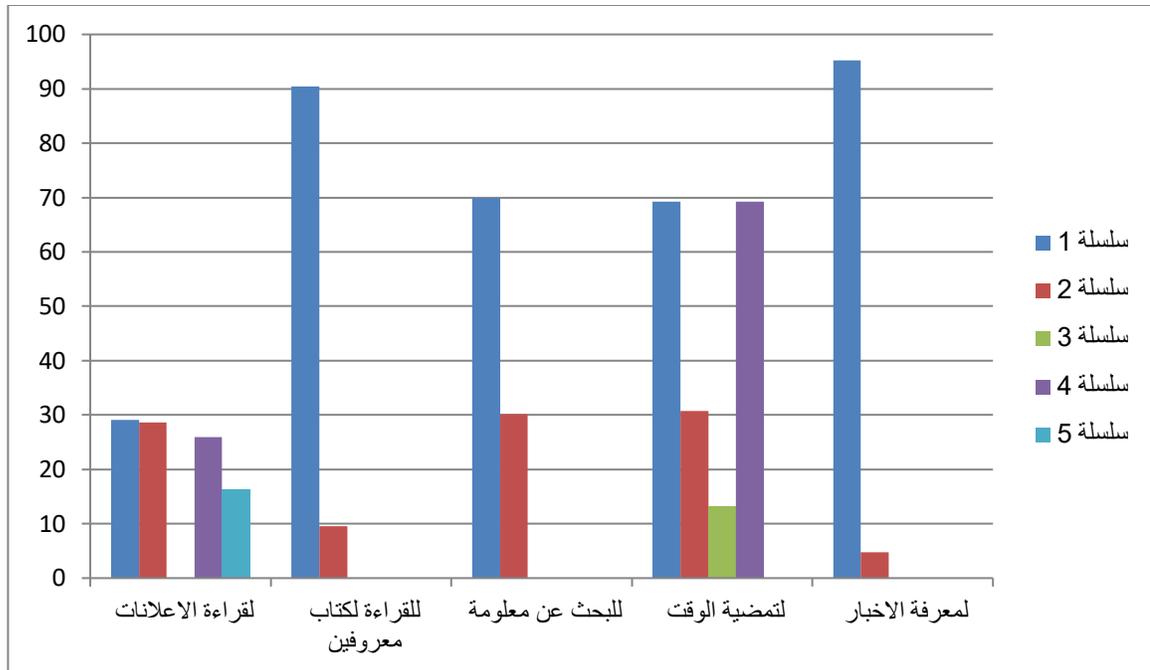
من الجدول والرسم البياني رقم (14) يتبين أنه وبحال سماع طلاب العينة بخبر جديد ، ورغبتهم التأكيد منه ، فإنه نسبة (71.3%) منهم لجأ إلى الصحيفة الإلكترونية ، مقابل نسبة (28.7) تعود إلى الصحيفة المطبوعه . ويأتي إرتفاع نسبة من أختار الصحيفة الإلكترونية بسبب ما تتمتع به الصحيفة الإلكترونية من سرعه في نشر الخبر وتفاعل مع الأحداث ، فيما تلتزم الصحيفة المطبوعه بما تم إعداده وإخراجه ونشره مساء اليوم وتحسب هذه الميزة لصالح الصحيفة الإلكترونية . التي

تتميز بأنها "قادرة علي إختصار المسافات ، تجاوز الحدود السياسية وتجاوز مقص الرقيب ، وبسبب سرعة تداولها.

### جدول رقم (15) يوضح سبب التعرض للصحيفة المطبوعة اليوميه

م	لمعرفة الأخبار	لتمضية الوقت	للبحث عن معلومة	للقراءة لكتاب معروفين	لقراءة الإعلانات
أوافق تماماً	95.2%	69.3%	69.9%	90.4%	29.1%
	180	131	132	171	55
أوافق	4.8%	30.7%	30.1%	9.6%	28.6%
	9	58	57	18	54
محايد	0%	0%	0%	0%	0%
	0	0	0	0	0
لا أوافق	0%	0%	0%	0%	25.9%
	0	0	0	0	49
لا أوافق إطلاقاً	0%	0%	0%	0%	16.4%
	0	0	0	0	31
	100	100	100	100	100

## رسم بياني رقم(15) يوضح سبب التعرض للصحيفة المطبوعة اليومية



من الجدول والرسم البياني رقم (15) يتضح أن غالبية الطلاب يتابعون الصحيفة المطبوعة لمعرفة الأخبار والإطلاع عليها بنسبة موافقة شديدة بلغت (95.2%) ويقابلها موافقة بلغت نسبة (4.8%).

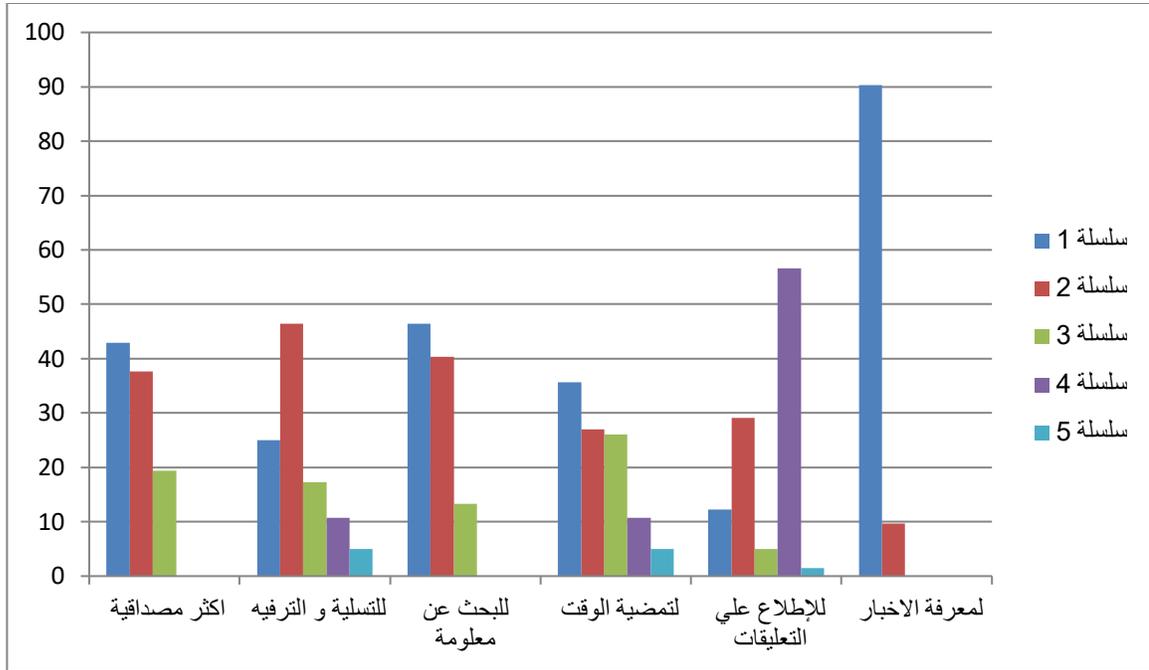
بعد ذلك يأتي خيار القراءة لكتاب معروفين بنسبة موافقة شديدة بلغت (90.4%) وموافقة بلغت (9.6%) حيث يتمتع كاتب الأعمدة بسمعه جيدة في الصحف اليومية .

يلي ذلك خيار البحث عن المعلومة ، بنسبة موافقة شديدة بلغت (69.9%) وموافقة بلغت (30.1%). أيضاً الموافقة الشديدة لخيار قراءة الإعلانات (29.1%) بينما أختار (6.28%) الموافقة على ذلك و (25.9%) من عينة البحث لا يوافقون على ذلك . فيما صرح ( 16.4%) أنهم لا يوافقون إطلاقاً . خيار تمضية الوقت بنسبة موافقة شديدة بلغت (69.3%) وموافقة بلغت (30.7%) و تعكس هذه النتيجة عمليه التصفح التي يقوم بها البعض بهدف تمضية الوقت ، دون أن يكون لهم هدف محدد من القراءة . ويمكن ملاحظة هذه الظاهرة في ساحات الجامعة أو ردهات الانتظار أو المقهي الجامعي وغيرها .

جدول رقم (16) يوضح سبب التعرض للصحيفة الإلكترونية

م	لمعرفة الأخبار	للإطلاع علي التعليقات	لتمضية الوقت	للبحث عن معلومة	للتسلية و الترفيه	أكثر مصداقية
أوافق تماماً	90.3	12.2	64.3	46.4	25	42.9
أوافق	9.7	29.1	35.7	40.3	46.4	37.7
محايد	0	05	0	13.3	17.3	19.4
لا أوافق	0	56.6	0	0	10.7	0
لا أوافق إطلاقاً	0	1.5	0	0	05	0
	100	100	100	100	100	100

## رسم بياني رقم (16) يوضح سبب التعرض للصحيفة الإلكترونية



من الجدول والرسم البياني رقم (16) يتبين أن غالبية أفراد العينة المستطلعة آراءهم يتابعون الصحيفة الإلكترونية بهدف الإطلاع ومعرفة آخر الأخبار اليومية ، بنسبة موافقة شديدة بلغت (90.3%) حيث تري هذه النسبة أن آخر الأخبار والمعلومات يمكن إستقائها بشكل أسرع من خلال الصحيفة الإلكترونية ، بينما حصل خيار الموافقة علي (9.7%).

تليها نسبة البحث عن المعلومة ، بنسبة موافقه شديدة بلغت (46.4%) وموافقه بلغت (40.3%) وهو ما يعكس قدرة الصحافة الإلكترونية والإنترنت عموما بتقديم خدمات بحث سريعة وفوريه للأخبار والمعلومات القديمة والحديثة . بينما أختار (13.3%) محايد

يلي ذلك خيار تمضية الوقت بنسبة موافقه شديدة بلغت (64.3%) وموافقه بلغت (35.7%) وهو ما يعكس إرتباط الكثيرين بالحاسوب ، حيث تحول الكمبيوتر والإنترنت والصحافة الإلكترونية إلي وسيلة لتمضية الوقت وقراءة المفيد والغير مفيد أيضا في بعض الأحيان. يأتي بعد ذلك خيار التسلية و الترفيه بنسبة موافقه شديدة بلغت(25%) بينما وافق (46.4%) علي ذلك . كما أن (17.3) محايد أو لا يهتمون بالتسلية والترفيه بينما أختار (10.7%) من طلاب العينة أنهم لا يتابعون

الصحف الإلكترونية من أجل الإعلانات فيما حصل (5.%) أنهم لا يوافقون إطلاقاً علي مطالعتهم أو تصفحهم للصحف الإلكترونية.

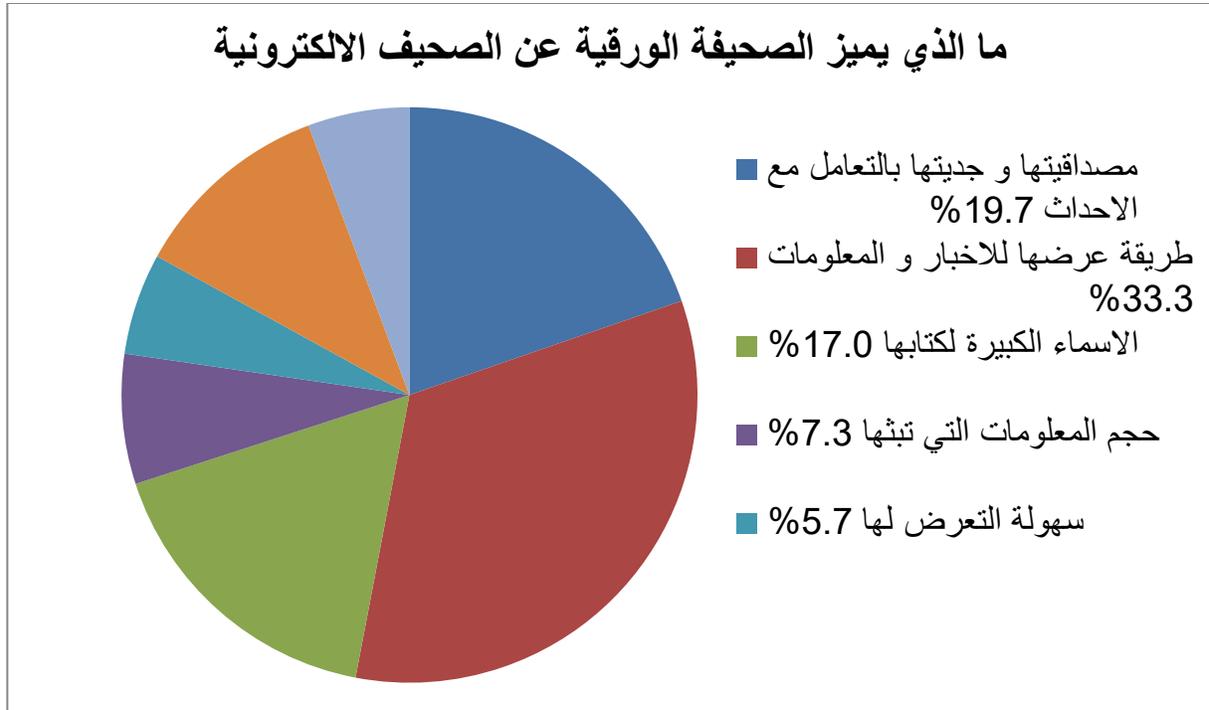
بعد ذلك يأتي خيار "لمصداقيتها" بنسبة موافقة شديدة بلغت (42.9%) ثم (37.7%) أيضاً أختارو الموافقه على ذلك . فيما يري ( 19.4% ) محايد.

وأخيراً يأتي خيار الإطلاع علي التعليقات بنسبة (12.2%) للموافقة الشديدة . وبنسبه موافقة بلغت (29.1%) بينما أختار(5.%) أنهم محايد ، و اتفق (56.6%) منهم على لا يوافقون على خيار الإطلاع علي التعليقات في الصحيفة الإلكترونية ، فيما أختار (1.5%) منهم خيار أنهم لا يوافقون إطلاقاً .

#### جدول رقم (17) يوضح ما تتميز به الصحيفة المطبوعه عن الإلكترونية

النسبة المئوية	التكرار	الفئة
19.7%	59	مصداقيتها و جديتها بالتعامل مع الأحداث
33.3%	100	طريقة عرضها للأخبار و المعلومات
17.0%	51	الأسماء الكبيرة لكتابها
7.3%	22	حجم المعلومات اليومية التي تبثها
5.7%	17	سهولة التعرض لها
11.3	34	إخراجها جيد
5.7	17	قلة الشائعات فيها
100%	300	المجموع

## رسم بياني رقم (17) يوضح ما تتميز به الصحيفة المطبوعة عن الإلكترونية



من الجدول والرسم البياني رقم (17) يتبين أن نسبة (33.3%) من طلاب العينة يرون أن ما يميز الصحيفة المطبوعة عن الصحيفة الإلكترونية هو "طريقة عرضها للأخبار والمعلومات".

فيما تري نسبة (19.7%) من طلاب العينة أن ما يميز الصحيفة المطبوعة عن الإلكترونية هي "مصادقيتها و جديتها بالتعامل مع الأحداث" والأخبار. وهي دليل على الرصانه التي تتمتع بها الصحيفة المطبوعة من حيث الأنباء والأخبار. إذ تميز الصحف المطبوعة بأنها " ذات مصداقية أعلي. لإعتمادها على مصادر موثقة لإستفتاء الأخبار. وإلتزامها أساليب التحرير ولأنها تحفظ حقوق الملكية الفكرية لضيق فرص الإدعاء والإنتحال.

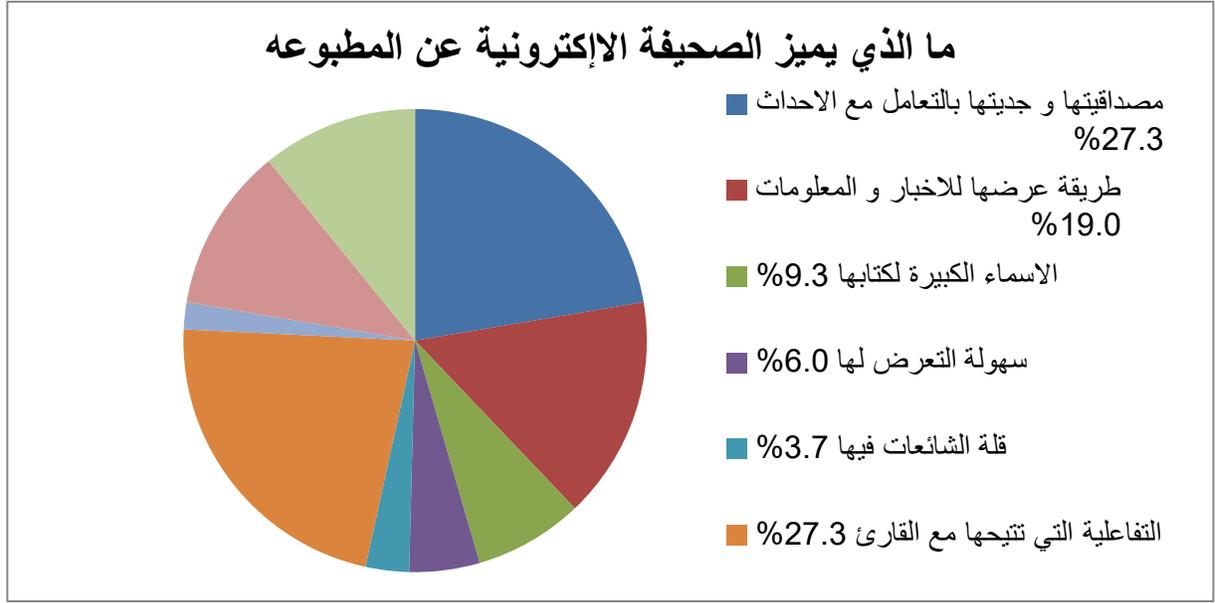
ويؤكد (17%) من الطلاب أن ما يميز الصحيفة المطبوعة عن الإلكترونية هو (الأسماء الكبيرة لكتابتها) وهو يعكس النقل الإعلامي (الإجتماعي والسياسي والإقتصادي والرياضي) للكتاب الذين يدامون على الكتابة في الصحف المطبوعة، حيث يشكل هؤلاء تميزاً للأماكن التي يكتبون فيها بعد ذلك تأتي نسبة (11.3%) إختاروا "الإخراج الجيد" كتميز تستحوذ عليه الصحف المطبوعة لما تتبعه من أساليب ومدارس إخراجيه محددة ومقبولة.

بعد ذلك تأتي نسبة (7.3%) لـ "حجم المعلومات التي تتيحها وتنشرها" الصحيفة المطبوعه ، ثم نسبة ( 5.7% ) لخيار سهولة التعرض لها . ثم (5.7%) لخيار قلة الشائعات فيها مقارنة بالصحيفة الإلكترونية .

### جدول رقم (18) يوضح ما تتميز به الصحيفة الإلكترونية عن المطبوعه

النسبة المئوية	التكرار	الفئة
5.0%	15	مصادقيتها و جديتها بالتعامل مع الأحداث
19.0%	57	طريقة عرضها للأخبار و المعلومات
9.3%	28	الأسماء الكبيرة لكتابها
6.0%	18	سهولة التعرض لها
3.7%	11	قلة الشائعات فيها
27.3%	82	التفاعلية التي تتيحها مع القارئ
13.3%	40	وجود ملفات فيديو وصوت
2.3%	7	تعدد مصادرها
14.0%	42	سهولة التعامل مع الإنترنت
100%	300	المجموع

## رسم بياني رقم (18) يوضح ما تتميز به الصحيفة الإلكترونية عن المطبوعه



من الجدول والرسم البياني رقم (18) يتبين أن نسبة (27.3%) من طلاب العينة يرون أن ما يميز الصحيفة الإلكترونية عن الصحيفة المطبوعه هو "التفاعلية التي تتيحها مع القارئ" وهو يعكس إحدى أهم السمات التي تتمتع بها الصحيفة الإلكترونية . وذلك من خلال "مشاركة المتلقي في العملية الإعلامية عبر مشاركة تتجاوز حدود التلقي والتفسير إلى الإحساس بالتمكن من الوسيلة والمحتوي من خلال المشاركة وصور التحكم في بناء المحتوى وإختياره" ، حيث يمكن للقارئ أن يكتب تعليقاً حول الموضوع الذي قرأه أو يرسله مباشرة إلى صديق له . أو يشارك أقرءه أو يضعه في صفحته الخاصة علي الفيس بوك ، أو يكتب رسالة للكاتب أو للصحيفة الإلكترونية ذاتها وغيرها من الخدمات التفاعلية الأخرى . إذ تحقق الصحافة الإلكترونية ذاتها "التفاعلية بين القارئ والكاتب و تجعل القراء إيجابيين في تعاملهم مع المادة الكتابية ، فيما تربي نسبة ( 19%) من طلاب العينة أن ما يميز الصحيفة الإلكترونية عن المطبوعه هي "طريقه عرضها للأخبار". ويمكن تفسير ذلك من خلال النماذج العديدة والألوان المتنوعة والإضافات المتكررة التي تقدمها الصحف الإلكترونية . حيث تتفاعل الصورة الإخراجية لها مع الأحداث الجديدة بشكل مستمر ، مع وجود أقسام محددة لكل قسم الصحيفة تليها بعد ذلك نسبة (14%) "سهولة التعامل مع الإنترنت" وتعدد

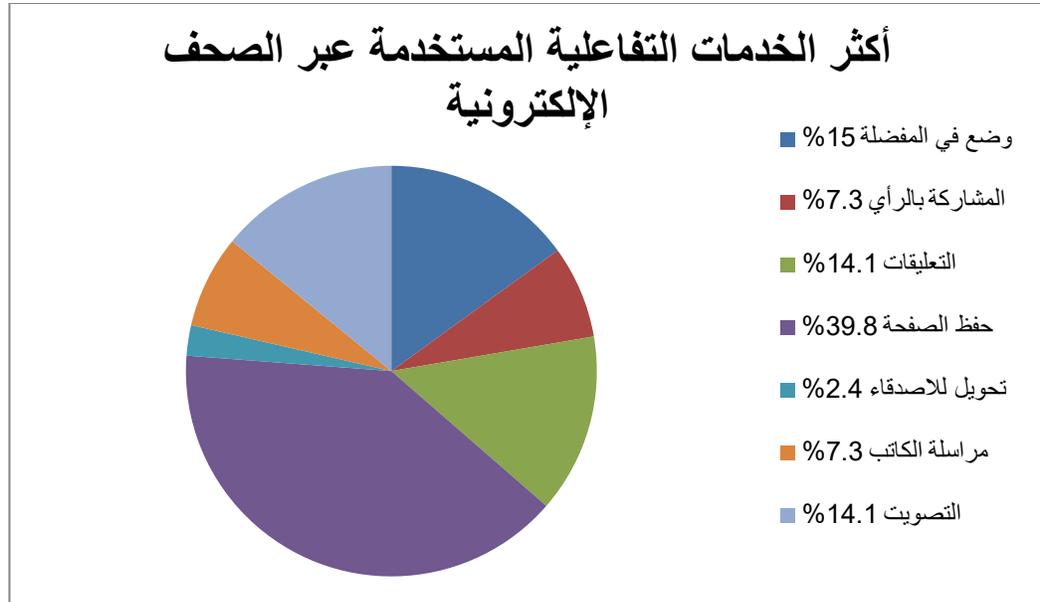
مصادر الصحيفة الإلكترونية . وأتفق نسبة (13.3) على أن ملفات الفيديو والصوت تميز الصحف الإلكترونية عن المطبوعه .

ونسبة (9.3%) للأسماء الكبيرة لكتابها . ثم نسبة (6%) لسهولة التعرض لها . ثم هبط خيار مصداقيتها و جديتها بالتعامل مع الأحداث بنسبة ( 5%) وهو ما يعني أن الكثير من الطلاب يرون أن الصحف الإلكترونية لا تتمتع بنفس المصداقية والجدية في التعامل مع الأحداث والأخبار . بينما أتفق (3.7%) على خيار "قلة الشائعات" في الصحيفة الإلكترونية مقارنة بالصحيفة المطبوعه. وأخيراً حصل الخيار تعدد مصادرها على نسبة تصل (2.3%) فقط .

#### جدول رقم (19) يوضح أكثر الخدمات التفاعلية المستخدمة عبر الصحف الإلكترونية

النسبة المئوية	التكرار	الفئة
15%	31	وضع في المفضله
7.3	15	المشاركة بالرأي
14.1	29	التعليقات
39.8%	82	حفظ الصفحة
2.4	5	تحويل للأصدقاء
7.3	14	مراسلة الكاتب
14.1	29	التصويت
100%	205	المجموع

## رسم بياني رقم (19) يوضح أكثر الخدمات التفاعلية المستخدمة عبر الصحف الإلكترونية

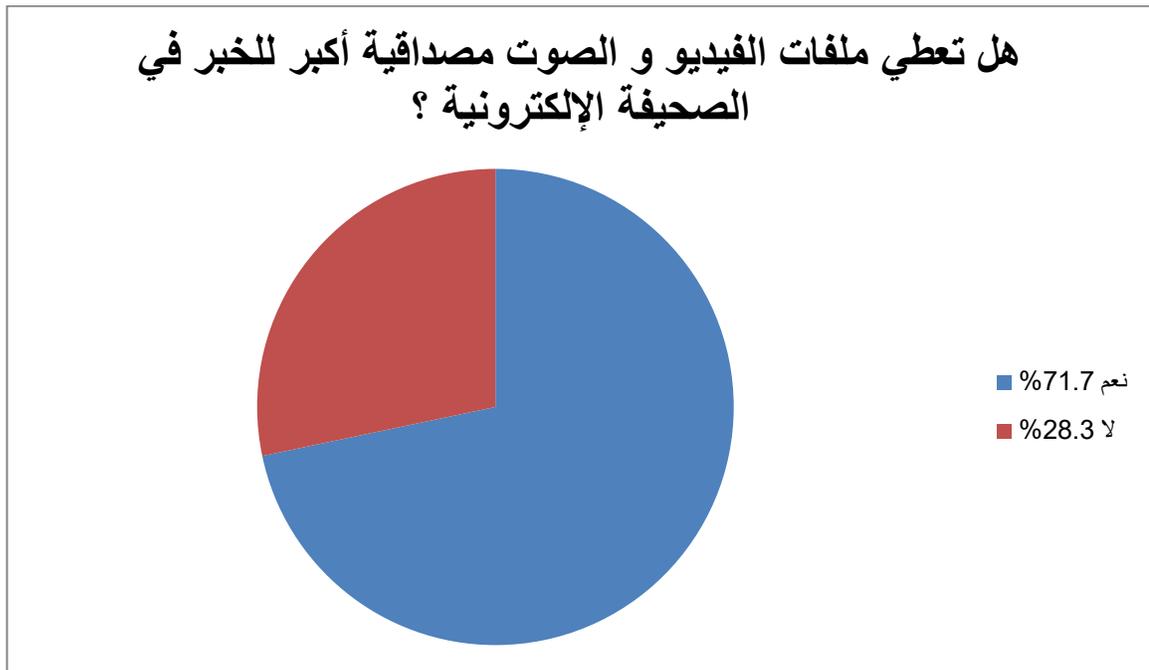


من الجدول والرسم البياني رقم (19) يتبين أن أغلب مطالعي الصحف الإلكترونية عبر الإنترنت يستخدمون خاصية حفظ الصفحات بنسبة عالية تصل (39.8%). ثم تليها خاصية وضع المواقع المتكررة في الزيارة في "المفضلة" بنسبة استخدام بلغت (15%) وبنفس النسبة (15%) من الطلاب يستخدمون خاصية "التعليقات" والمشاركة بالرأي. فيما بلغت نسبة إختيار خيار التصويت (14.1%) والتي خلالها يعبرون عن آراءهم وأفكارهم ومواقفهم من المواد المنشورة في الصحف الإلكترونية. وتعد هذه الخاصية إحدى الميزات الأساسية التي تميز الصحيفة الإلكترونية عن المطبوعه من حيث التفاعل بين القراء والصحيفة. بحيث يستطيع الفرد أن يشارك بشكل مباشر في رجع الصدي. ويبدو أن هذه التفاعلية الأنية "أحدثت تغييراً وتطوراً لأحد العناصر في نظرية هيبرماس المتعلقة بما يسمى الردود الإتصالية أو رجع الصدي المجتمعي حيث أتاحت وسائل الإعلام الجديدة مزيداً من القدرات الإتصالية والتفاعلية بين مختلف عناصر المنظومة المجتمعية وأنظمتها الفرعية. من خلال ما أتاحتها للأفراد والجماعات والقوة من قدرات للمشاركات والتفاعل. وأتفق (7.3%) علي خيار المشاركة بالرأي. تليها مراسل الكاتب بنسبة (7.3%) و أخيراً تحويل صفحات معينة للاصدقاء بنسبة (2.4%).

جدول رقم (20) يوضح إذا كانت ملفات الفيديو والصوت تعطي مصداقية أكبر للخبر في الصحيفة الإلكترونية

الفئة	التكرار	النسبة المئوية
نعم	215	71.7%
لا	85	28.3%
المجموع	300	100%

رسم بياني رقم (20) يوضح إذا كانت ملفات الفيديو والصوت تعطي مصداقية أكبر للخبر في الصحيفة الإلكترونية



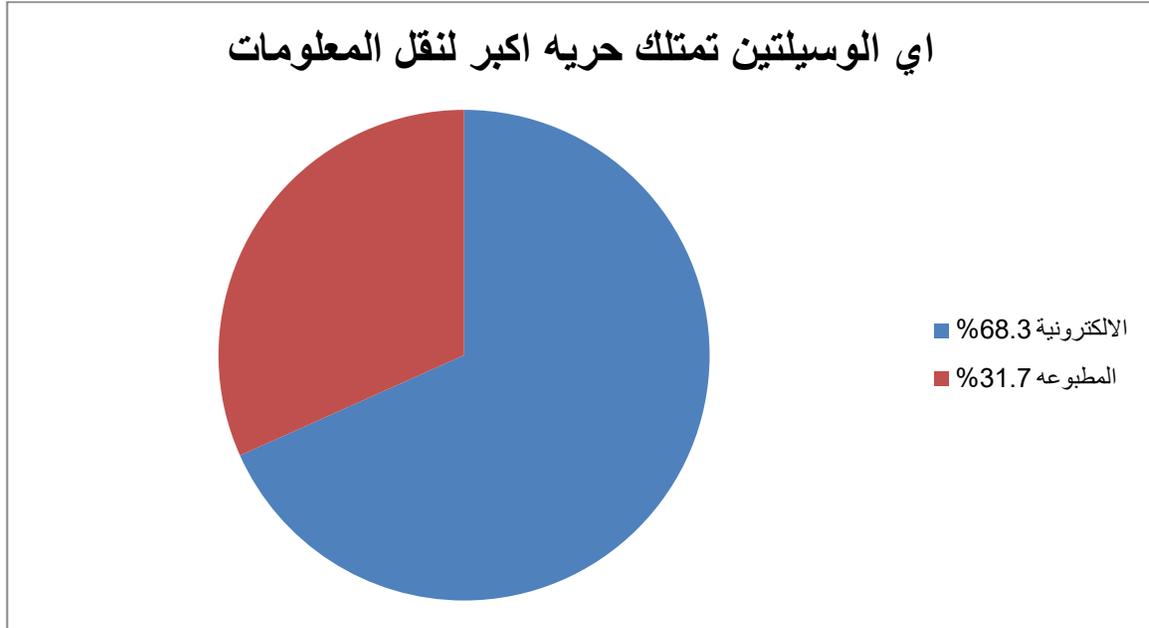
من الجدول والرسم البياني رقم (20) يتبين أن غالبية الأفراد المستطلعة آراءهم يعتقدون أن وجود ملفات الصوت والفيديو يعطيان مصداقية أكبر للخبر في الصحيفة الإلكترونية . حيث تمكن خدمة الوسائط المتعددة الصحف من إخراج ملفات صوت وفيديو ، كخدمات إضافية فضلاً عن الصور والكلمات الموجودة أساساً في الصحف المطبوعة .

ويري (71.7%) من أفراد العينة أن هذه الوسائط المتعددة تعطي مصداقية للخبر الصحفي في الصحيفة الإلكترونية مقابل (28.3%) لا يرون ذلك .

جدول رقم (21) يوضح أي الوسيلتين ( الصحيفة المطبوعه ، أو الصحيفة الإلكترونية ) تمتلك حريه أكبر في نقل المعلومات والحقائق

النسبة المئوية	التكرار	الفئة
68.3%	205	الإلكترونية
31.7%	95	المطبوعه
100%	300	المجموع

رسم بياني رقم (21) يوضح أي الوسيلتين ( الصحيفة المطبوعه ، أو الصحيفة الإلكترونية ) تمتلك حريه أكبر في نقل المعلومات و الحقائق



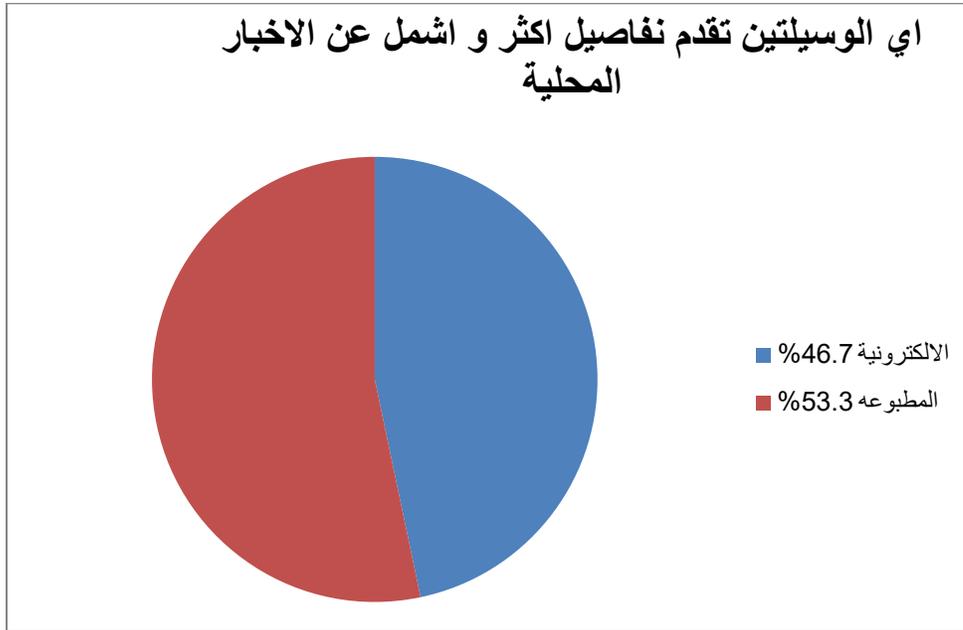
من الجدول والرسم البياني رقم (21) يتبين أن أغلب أفراد العينة المستطلعة آراءهم و التي تصل نسبتهم (68.3%) يرون أن الصحيفة الإلكترونية تمتلك مساحة أكبر من الحرية في نقل المعلومات

عن الصحافة المطبوعة. فيما يري (31.7%) أن الصحافة المطبوعة لديها حريه أكبر في نقل المعلومات .

جدول رقم (22) يوضح أي الوسيلتين (الصحيفة المطبوعه أو الصحيفة الإلكترونية) تقدم تفاصيل أكثر و أشمل عن الأخبار المحلية

النسبة المئوية	التكرار	الفئة
46.7%	140	الإلكترونية
53.3%	160	المطبوعه
100%	300	التكرار

رسم بياني رقم (22) يوضح أي الوسيلتين الصحيفة المطبوعه أو الصحيفة الإلكترونية تقدم تفاصيل أكثر و أشمل عن الأخبار المحلية

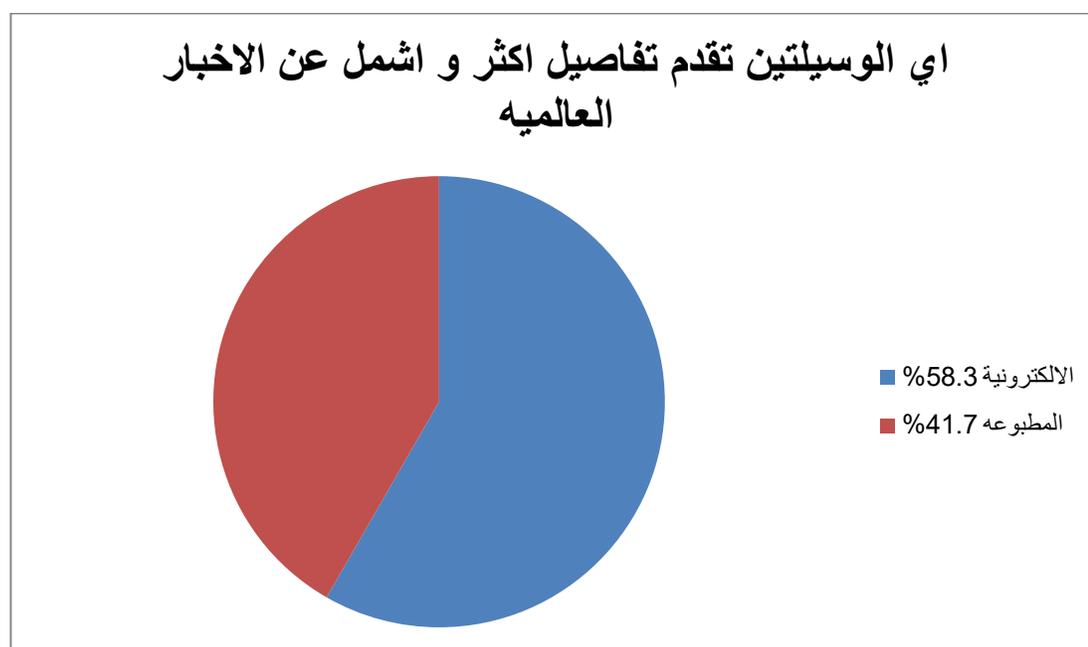


من الجدول والرسم البياني رقم (22) يتضح أن (53.3%) من العينة المستطلعة آراءهم يعتقدون أن الصحيفة المطبوعه تقدم تفاصيل أكبر وأشمل عن الأخبار المحليه من الصحيفة الإلكترونية مقابل (46.7%) يرون أن الصحيفة الإلكترونية هي التي تقدم معلومات أكبر أشمل عن الأخبار المحليه .

جدول رقم (23) يوضح أي الوسيلتين (الصحيفة المطبوعه أو الصحيفة الإلكترونية) تقدم تفاصيل أكثر وأشمل عن الأخبار العالميه

النسبة المئوية	التكرار	الفئة
58.3%	175	الإلكترونية
41.7%	125	المطبوعه
100%	300	المجموع

رسم بياني رقم (23) يوضح أي الوسيلتين (الصحيفة المطبوعه أو الصحيفة الإلكترونية) تقدم تفاصيل أكثر و أشمل عن الأخبار العالميه



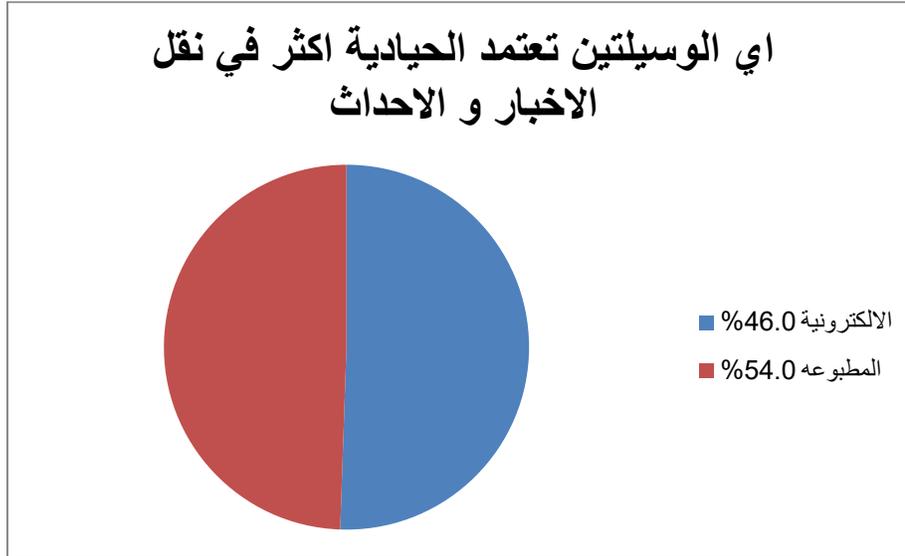
من الجدول والرسم البياني رقم (23) يتضح أن غالبية طلاب العينة (58.3%) يعتقدون أن الصحافة الإلكترونية تقدم معلومات أكثر وأشمل عن الأخبار العالميه ، مقابل (41.7%) يرون أن الصحافة المطبوعه تقدم معلومات أكثر وأشمل عن الأخبار العالميه من الصحافة الإلكترونية .

وبالمقارنة بين هذه النتيجة و النتيجة التي تسبقها (الجدول رقم 23) يتضح أن غالبية أفراد العينة يرون أن هناك تناسب عكسي في الإهتمام بالاخبار المحليه و العالميه . حيث يري الغالبية منهم أن الصحف المطبوعه تهتم بالأخبار المحليه ويقل إهتمامها بالأخبار العالميه بالمقابل يرون أن الصحافة الإلكترونية تهتم بالأخبار العالميه أكثر من الإهتمام بالأخبار المحليه .

جدول رقم (24) يوضح أي الوسيلتين ( الصحيفة المطبوعه أو الصحيفة الإلكترونية ) يعتمد  
الحيادية أكثر في نقل الأخبار والأحداث

النسبة المئوية	التكرار	الفئة
46.0%	138	الإلكترونية
54.0%	162	المطبوعه
100%	300	المجموع

رسم بياني رقم (24) يوضح أي الوسيلتين الصحيفة المطبوعه أو الصحيفة الإلكترونية يعتمد  
الحيادية أكثر في نقل الأخبار و الأحداث

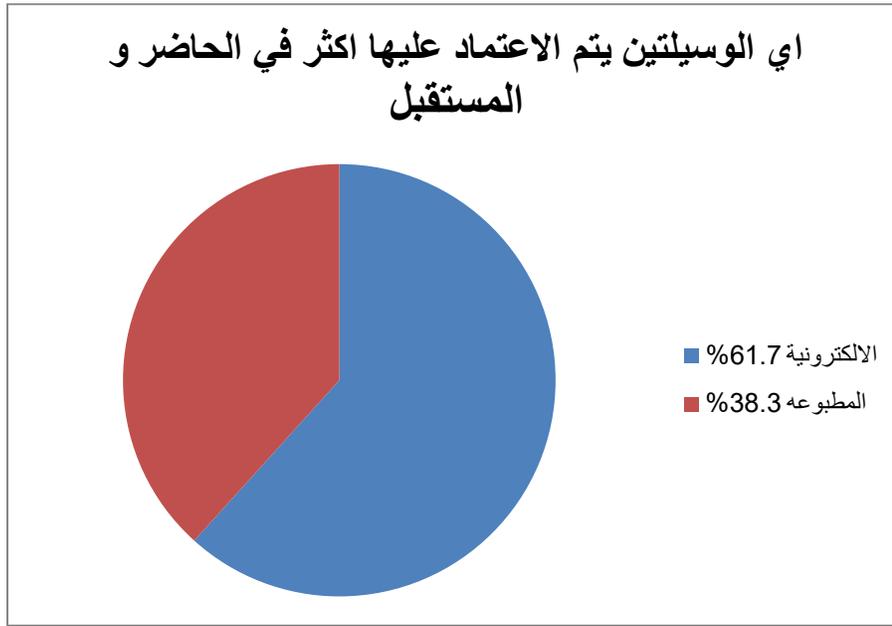


من الجدول والرسم البياني رقم (24) يتبين أن غالبية أفراد العينة يعتقدون أن الصحافة المطبوعه  
تعتمد الحيادية أكثر في نقل الأخبار والأحداث ، بنسبة بلغت ( 54% ) في المقابل يري (46%) أن  
الصحافة الإلكترونية هي من تعتمد الحيادية أكثر في نقل الأخبار و الأحداث .

جدول رقم (25) يوضح أي الوسيلتين الصحيفة المطبوعه أو الصحيفة الإلكترونية يتم الإعتماد عليها أكثر في الحاضر والمستقبل

النسبة المئوية	التكرار	الفئة
61.7%	185	الإلكترونية
38.3%	115	المطبوعه
100%	300	المجموع

رسم بياني رقم (25) يوضح أي الوسيلتين الصحيفة المطبوعه أو الصحيفة الإلكترونية يتم الإعتماد عليها أكثر في الحاضر و المستقبل



من الجدول والرسم البياني رقم (25) يتبين أن غالبية أفراد العينة يتزايد إعتمادهم علي الصحافة الإلكترونية في الحاضر والمستقبل ، بنسبة بلغت (61.7%) مقابل (38.3%) فقط يرون أن حاجتهم وإعتمادهم علي الصحافة المطبوعه أكثر في الحاضر والمستقبل .ويتفقون في أن بعض الأماكن لا تصلها شبكة الإنترنت لذلك يفضلون الصحيفة المطبوعه.

وتدور هذه الأرقام في فلك نفس الجدل الدائر حول ما إذا كانت الصحافة الإلكترونية ستلغي دور الصحافة المطبوعة في المستقبل أم لا ؟

بشكل عام فإنه في "تاريخ وسائل الإتصال منذ نشأتها وحتى الآن لم تلغ وسيلة إتصال متطورة الوسيلة القديمة ، بل تستوعبها وتطورها ، كما أنه وبالرغم من التشابه بين وسائل الإتصال الحديثة والتقليدية في العديد من السمات ، إلا أن هناك سمات مميزة للتكنولوجيا الإتصالية الراهنة .

## ثالثاً

### النتائج

بعد الإنتهاء من البحث والدراسة النظرية والمسحية ، توصل الباحث إلى عدة نتائج هي :

11 أن غالبية الطلاب العينة يتابعون الصحف الإلكترونية حيث بلغت نسبتهم (65%) ، بينما يقل متابعين للصحف المطبوعة مقارنة بالصحف الإلكترونية بنسبة 35%.

12 إن الأسباب التي تدفع المبحوثين لمتابعة الصحف المطبوعه هي طريقة عرضها للأخبار والمعلومات والتحليلات التي توردها الصحف المطبوعه حول الأحداث والأخبار المنوعة التي تقدمها.

14 أن أكثر الصحف الإلكترونية متابعه من قبل المبحوثين هي صحيفه الراكوبه ثم سودانيز أونلاين والجزيرة نت ثم العربية والشرق الأوسط .

15 إن الأسباب التي تدفع المبحوثين لمتابعة الصحف الإلكترونية هي التفاعلية التي تتيحها مع القارئ والأخبار الجديدة التي توردها والأخبار الجديرة بالمتابعة والتكلفة المادية القليلة لها مقارنة مع الصحف المطبوعة وتعدد مصادر البلدان التي تتيحها للقراء.

16 إن غالبية الطلاب المبحوثين يفضلون الرجوع إلي الصحيفة المطبوعه عندما يسمعون عن خبر جديد للتأكد منه ومعرفة الأخبار والأحداث المتعلقة به .

17 إن أكثر ما يشد المبحوثين لمطالعة الصحف الإلكترونية هي لمتابعة أخر الأخبار بنسبة 90.3% ومتابعة التحليلات المرافقة للأخبار والإطلاع علي التعليقات بنسبة 12.2% والبحث عن معلومات معينة بنسبة 46.4% وأيضاً تمضية الوقت بنسبة 64.3%.

18 إن أكثر ما يميز الصحيفة الإلكترونية عن المطبوعه هي ثم طريقة عرضها للأخبار وسهولة التعرض لها والتفاعلية التي تتيحها مع القارئ وسرعه نشرها للأخبار وتعدد مصادر ها .

19 من المميزات إن غالبية المبحوثين يستخدمون الخدمات التفاعلية التي تتيحها الصحف الإلكترونية وخاصة التعليقات والمشاركة بالرأي ووضع الصفحات بالمفضلة وحفظها وإرسالها للأصدقاء.

- 10 | إن ملفات الفيديو والصوت التي تستخدمها الصحف الإلكترونية تعطي مصداقية أكبر للأخبار والأحداث التي تعرضها.
- 11 | إن الصحف المطبوعة تقدم تفاصيل أكثر وأشمل عن الأخبار والأحداث المحلية .
- 12 | إن الصحف الإلكترونية تقدم تفاصيل أكثر وأشمل عن الأخبار العالمية .
- 13 | إن الصحف المطبوعة تعتمد الحيادية بشكل أكبر في نقل وجلب الأخبار والمواد الصحفية .
- 14 | إن الصحف الإلكترونية يتم الإعتماد عليها أكبر في المستقبل .
- 15 | إن الصحف المطبوعة تتيح للمبشرين فرصة الإطلاع علي الأخبار الخاصة عن بلدهم أو هوياتهم أو إهتماماتهم بكل سهولة ويسر.
- 16 | إن أغلب المبشرين يرون أن الصحف الإلكترونية لا تحتاج إلي تكلفة عالية . أي أن تكلفة الإتصال بالإنترنت أرخص من شراء الصحف المطبوعة .
- 17 | أغلب المبشرين يتفقون في أن الصحف الإلكترونية مفضلة لديهم لأنهم يستطيعون الحصول عليها في أي وقت و زمان ، عكس الصحف المطبوعة اليومية التي نتظرها حتي تصدر .
- 18 | تمتاز الصحف الإلكترونية بالسهولة والأنية وعدم بذل جهد للحصول عليها ، فأنت جالس في المنزل دون أن تتحرك ، تصلك المعلومة أو الخبر بضغظ أصبعك فقط سواء كان التصفح بواسطة الجوال أو جهاز حاسوب.

## رابعاً

### التوصيات :

بعد إستعراض النتائج يوصي الباحث بما يلي :

#### أولاً : للصحف المطبوعه :

11 ضرورة الإعتماد بشكل أكبر علي الأسماء الكبيرة للكتاب و إستضافه الشخصيات الهامه والكبيرة علي صفحات الجريدة ، لأن هذه إحدى الأشياء التي تميز الصحف المطبوعه .

12 التركيز علي التحليلات المتأنية التي تتبع الحدث في الصحافه المطبوعه وتقديم معلومات إضافيه مميزة للأخبار والأحداث ، لأن الصحيفة المطبوعه خسرت منافسه السبق الصحفي في مجال نشر الأخبار أمام الصحف الإلكترونية وبالتالي عليها بدل اللهث خلف الأخبار التركيز علي التغطيات الشاملة والمعلومات الإضافيه حول الأخبار والأحداث .

13 الإعتماد علي الدراسات العلمية والبحثية لمعرفة ميول القراء والمتلقين ، من أجل تقديم أشكال وأقسام جديدة توافق ميولهم وتلبي حاجاتهم .

14 الإعتماد علي تقديم أخبار وتغطيات حصرية وخاصة ، تساعد الصحيفة في كسب ثقة القراء ، وجعل الصحيفة مرجعاً من مراجع الصحف الإلكترونية ، بدلاً من إجترار الأخبار الموجودة في الإنترنت أو المرسله من قبل وكالات الأنباء المحلية والعالمية .

15 التركيز بصورة أكبر علي الأخبار المحلية لأنها مجال منافسه كبيرة تستطيع من خلاله الصحف المطبوعه كسب ثقة القراء و المتابعين .

16 الإبتعاد عن ضيق الرأي الواحد والتوجه الواحد الذي يمليه الممول أو المالك وإتاحه الفرصة أمام الرأي الآخر ، لأن عصر المعلومات لم يعد يؤمن بمبدأ الإتجاه الأوحد في الإعلام .

#### ثانياً : للصحف الإلكترونية :

11 التركيز على نقاط القوة التي تتيحها التقنية ، كالوسائط المتعددة و الخدمات التفاعلية و إتاحة الفرصة للقراء لإبداء آراءهم وتقديم أفكارهم حول مختلف القضايا والأخبار التي يتم عرضها في الموقع .

12 زيادة حجم الأخبار والمواد الإعلامية التي تشكل ترفيهاً إيجابياً للقراء وعدم الإعتماد علي الأخبار الجادة فقط .

- ١3** التحديث المستمر للأخبار والمعلومات ، لأنها إحدى أهم المميزات التي تتمتع بها الصحف الإلكترونية مقارنة بالمطبوعه .
- ١4** ضرورة عدم الإنغلاق في الأخبار والتغطيات علي الأحداث المحليه . بل الإستفادة من التقنيات التي يتيحها الإنترنت للوصول إلي مصادر معلومات عالمية وإيرادها ضمن الأخبار والتغطيات .
- ١5** ضرورة الأخذ بعين الإعتبار أن الصحف الإلكترونية تتمتع بخاصية اللاجماهيرية ، وبالتالي فإن الكتابة الصحفيه في الصحف الإلكترونية يجب أن تراعي أن القارئ يمكن أن يكون صغيراً أو كبيراً ، متعلماً أو مثقفاً ذو تعليم عال ، أو قارئ محلي أو عالمي .
- ١6** ضرورة الإبتعاد عن الشائعات بحجة السبق الصحفي . والإعتماد علي المصادقية بشكل أكبر في تقديم وإيراد المعلومات والأخبار والتغطيات وعدم نشر أي خبر دون التأكد من مصداقيته وحقيقته .

## خامساً: المصادر و المراجع

### المصادر :

القرآن الكريم

المعاجم و القواميس

1- التميمي ، اسد الدين (2006) معجم مصطلحات الانترنت والحاسوب ، عمان : دار اسامة ط  
1.

2- الكيلاني ، تيسير(2004)معجم الكيلاني لمصطلحات الكمبيوتر والانترنت (بيروت مكتبة  
لبنان ناشرون ، ط1).

### المراجع :

أ| الكتب العربية :

1- عمر ، السيد احمد مصطفى(2008) البحث الاعلامي مفهومه إجراءاته (الكويت ، مكتبة الفلاح  
، ط3).

2- المتولي ، امال سعد(2005) بحث بعنوان "المواقع الالكترونيه للفضائيات العربية والصحف  
الالكترونيه والمواقع الاخبارية " ضمن كتاب بعنوان " الفضائيات العربية ومتغيرات العصر "  
(القاهرة الدارالمصريه اللبنانيه ، ط1).

3- شاهين ، احمد(2010) الاعلام والرأي العام (القاهرة : مؤسسة طيبة للنشر والتوزيع ، ط1).

4- اسماعيل ، محمود حسن(1998م)مبادئ علم الاتصال ونظريات التأثير ، ط1، مكتبة  
الدارالعالمية للنشر والتوزيع ، القاهرة.

5- سعد ، اسماعيل علي(1981)الاتصال والرأي العام ، دار المعرفة الجامعية ، الاسكندرية ،  
ط2 .

6- محمد ، السيد محمود(2005م)صيانه المحتوي المعلوماتي ، تجربه موقع الجزيرة نت جامعه  
الشارقه ، كليه الاتصال ، الامارات العربية المتحدة.

7- عليوة ، السيد(1978)استراتيجية الاعلام العربي الهيئة المصرية العامة للكتاب ، القاهرة.

8- مي ، العبدالله(2005م)تجربه الصحافه اللبنانيه المكتوبه ، نموذج جريدة النهار مؤتمر صحافه  
الانترنت : الواقع والتحديات ، جامعه الشارقة.

- 9-** العنزى ، صالح ، زيد صالح (2007) اخراج الصحف الالكترونيه في ضوء السمات الاتصاليه لشبكه الانترنت . جامعه الامام محمد بن سعود الاسلاميه .
- 10-** حمادة ، بسيوني ابراهيم (2008) دراسات في الاعلام وتكنولوجيا الاتصال والرأي العام (القاهرة دار عالم الكتب ، ط1).
- 11-** ابو عرجة ، تيسير (2000) دراسات في الصحافة والاعلام ، عمان دار مجدولوية ، ط1.
- 12-** بصفر ، حسان بن عمر والفداح ، حامد بن محمد (2009) المدخل الي وسائل الاعلام (الرياض ، مطابع جامعة الملك عبدالعزيز ، ط1).
- 13-** شفيق ، حسنين (2008) سيكولوجيا الاعلام (بيروت : دار فكر وفن ، ط1)
- 14-** سميسم ، حميدة (1992) نظرية الرأي العام ، (بغداد ، دار الشؤون والثقافة العامة ، ط1).
- 15-** حنش ، ادهام محمد (2005) مجلة الانترنت الثقافيه (الزرقاء) نموذجاً ، مجله الزرقاء ، العراق الموصل مارس.
- 16-** حسين ، سمير (1976) بحوث الإعلام ، الأسس و المبادئ (القاهرة ، عالم الكتب).
- 17-** عبيدات ، ذوقان عبدالله (2004م) الفضائيات والانترنت (الرياض ، مكتب التربية العربي لدول الخليج ، ط1).
- 18-** ابو عيشة ، فيصل (2010) الاعلام الالكتروني ، دار اسامة للنشر والتوزيع ، عمان الاردن، ط1.
- 19-** عليان ، والسامراني ، ربحي مصطفى إيمان (2010) النشر الإلكتروني ، عمان ، دار صفاء للنشر والتوزيع ، ط1.
- 20-** امين ، رضا عبدالواجد (2004) الصحافة الالكترونيه ، القاهرة ، دار الفجر للنشر والتوزيع ط1.
- 21-** معسوس ، رياض (2009) تقنيات الصحافة المسموعة والمرئية ، دمشق ، دار نينوي ، ط1.
- 22-** العمري ، سامي احمد - مقدمة في علم الحاسوب ( عمان : مركز الحاسوب الجامعة الاردنية ، كتاب الكتروني) علي الرابط التالي :

[Http\yaacourse.com\yaacourse\phocadownload\foldre-15\12170808\\_2035.pdf](http://yaacourse.com/yaacourse/phocadownload/foldre-15\12170808_2035.pdf)

- 23-** كاتب ، سعود صالح(2002)الاعلام القديم والاعلام الجديد ، هل الصحافة المطبوعة في طريقها الي الانقراض ، جدة : شركة المدينة المنورة للطباعة و النشر ، ط1 .
- 24-** النجار ، سعيد الغريب(2003) تكنولوجيا الصحافة في عصرالتقنيه الرقميه (القاهرة : الدارالمصريه اللبنانيه ، ط1).
- 25-** الجبور ، سناء محمود(2009)الاعلام والرأي العام العربي والعالمي (عمان : دار اسامة للنشر والتوزيع ، ط1).
- 26-** حسن ، سمير محمد(1984)الاعلام والاتصال بال جماهير والرأي العام ، عالم الكتب ، القاهرة.
- 27-** فلهوط ، صابر وبخاري ، محمد (بدون تاريخ نشر)العولمة والتبادل الاعلامي الدولي ، دمشق دار علاءالدين.
- 28-** العبد ، عاطف عدلي(2007) مدخل الي الاتصال والراي العام ، القاهرة : دار الفكر العربي ط1.
- 29-** العبد ، عاطف عدلي(1999)مدخل الي الاتصال والرأي العام ، الاسس النظرية و الاسهمات العربية ، دار الفكر العربي ، القاهرة.
- 30-** صادق ، عباس مصطفى(2008)المفاهيم والوسائل والتطبيقات ، عمان ، دار الشروق ط1.
- 31-** الدناني ، عبدالملك ردمان(2003)الوظيفة الاعلامية لشبكة الانترنت ، الطبعة الاولى القاهرة دارالفجر ، ط1 .
- 32-** عبدالرازق محمد الدليمي(2010)فن التحرير الاعلامي المعاصر ، عمان : دار جرير للنشر والتوزيع ، ط1.
- 33-** عبده ، عزيزة(2004)الاعلام السياسي والرأي العام ، القاهرة : دار الفجر للنشر والتوزيع ط1.
- 34-** الموسي ، عصام سليمان(2009)المدخل في الاتصال الجماهيري (عمان ، اثناء للنشر والتوزيع ط6 .
- 35-** عواد ، علي(2000)الاعلام والرأي ، بيروت : بيسان للنشر والتوزيع ، بيروت ، ط1 .
- 36-** الشبخلي ، فؤاد فاضل(1985)الكومبيوتر بين يدك ، بيروت : دار الراتب الجامعية ، ط1 .

- 37-** عبدالحميد ، محمد(2007)الاتصال والاعلام علي شبكة الانترنت ، القاهرة ، عالم الكتب ، ط1 1428هـ .
- 38-** عبدالحليم ، محي الدين(1984)الاعلام الاسلامي وتطبيقاته العملية ، مكتبة الخانجي ، القاهرة .
- 39-** عبدالحليم ، محي الدين(2006)فنون الاعلام وتكنولوجيا الاتصال ، القاهرة ، مكتبة الانجلوالمصريه ط1 .
- 40-** مختار التهامي ، الرأي العام والحرب النفسية ، ( دار المعارف ، القاهرة ) 1983م.
- 41-** ابراهيم ، محمد معوض(2003)دراسات اعلامية ، الجزء الرابع ، القاهرة : دار الكتاب الحديث ط1 .
- 42-** حجاب ، محمد منير(1998)اساسيات الرأي ، القاهرة : دار الفجر للنشر ، ط1.
- 43-** علم الدين ، محمود(2005)تكنولوجيا المعلومات والاتصال ومستقبل صناعه الصحافه القاهرة دار السحاب للنشر ، ط1 .
- 44-** الحيزان ، محمد بن عبدالعزيز(2004)البحوث الاعلامية اسسها - اساليبها - مجالاتها (الرياض ، مكتبة الملك فهد الوطنية ) الطبعة الثانية.
- 45-** الهاشمي ، مجد(2004م)تكنولوجيا وسائل الاتصال الجماهيري ، عمان : دار اسامة للنشر والتوزيع ط1.
- 46-** ابوالعطا ، مجدي محمد (1420هـ)المرجع الاساسي لمستخدمي الانترنت (القاهرة : العربيه لعلوم الحاسب الطبعة الاولى).
- 47-** حاتم ، محمد عبدالقادر الاعلان والدعاية ، نظريات وتجارب ( القاهرة : مكتبة الانجلو المصرية ، ط1، 1972).
- 48-** فهمي ، نجوي عبدالسلام (2001)التفاعليه في المواقع الاخبارية العربيه علي شبكة الانترنت (القاهرة ، المجله المصريه لبحوث الرأي العام ، المجلد الثاني . العدد الرابع . اكتوبر، ديسمبر).
- 49-** رمزي ، ناهد(1991) الرأي العام وسيكولوجيا السياسة ، مكتبة الانجلو المصرية ، القاهرة .
- 50-** السعود ، نايف بن ثنيان (1423هـ) تكنولوجيا الاتصال واثرها في تطوير وسائل الاعلام وتداول المعلومات (الرياض . مطبعه سفير ، ط1).

**51- عبدالمقصود ،هشام عطية(2010) التغيرات السياسية والاجتماعية لشبكة الانترنت**

( القاهرة العربي للنشر والتوزيع ، ط1).

**المقالات:**

**1- الصغير ، جاسم(2006م) دور الصحافة الحرة في التأثير علي الرأي العام ،** مقالة منشورة في جريدة الصباح ، 29مايو ، كما يمكن الاطلاع علي المادة عبر الانترنت علي الرابط [www.siiroline.org/alabwab/solta4](http://www.siiroline.org/alabwab/solta4)

**١2 الانصار ، حسين(2011) ( استاذ نظريات التلقي الحديثة بالسويد) ،** مقال منشور في موقع ايلاف بعنوان "سلطة الاعلام الالكتروني : قناة الجزيرة واليات ادارة الازمة" الاثنين 14فبراير علي الرابط التالي: [WWW.elaph.com](http://WWW.elaph.com)

**3- عبدالباري ، رهام ،** مقالة في موقع المعهد العربي للبحوث والدراسات الاستراتيجية بعنوان "تأثير الاعلام البديل في الرأي العام" علي الرابط التالي: [www.airssforum.com](http://www.airssforum.com)  
**الكتب الاجنبية المترجمة:**

**١1 بورك ،اسا بريغز (2005) ترجمة مصطفى قاسم ،** التاريخ الاجتماعي للوسائط ( الكويت : من اصدارات عالم المعرفة ، ط1 )

**١2 شركن ، جون (1995) ترجمة نافذ اسحق ،** محركات العقل ، تاريخ الكمبيوتر ( دمشق وزارة الثقافة الطبعة الاولى).

**الدراسات و البحوث :**

**1- بخيت ، السيد(2000) استخدام الانترنت كوسيله تعليمية في مجال الصحافة ،** دراسة تجريبية علي طلبه الصحافة بجامعة الامارات (القاهرة : المجله المصريه لبحوث الاعلام العدد الثامن اغسطس\اكتوبر).

**2- بشير ، عماد الصحافة العربيه اليوميه في العصر الرقمي , بحث مقدم لندوة الثقافه العربيه وفاق النشرالالكتروني علي الرابط التالي :**

<http://www.alarabirna.com\comrnnon\book\afaq015-3.htm>

3- الشهري ، فايز عبدالله (2003م) واقع ومستقبل الصحف اليومية علي شبكة الإنترنت دراسة مسحية شاملة علي رؤساء تحرير الصحف السعودية ذات الطبعات الإلكترونية ، بحث مقدم لندوة الإعلام السعودي ، سمات الواقع واتجاهات المستقبل المنتدى الاعلامي الاول ، الجمعية السعودية للإعلام والاتصال ، الرياض | جامعة الملك سعود – مارس .

4- محمد ، الغريب سعيد (الصحافة الالكترونية و الورقية ، دراسة مقارنة في المفهوم و السمات الاساسية ، بالتطبيق علي الصحف الالكترونية المصرية ، جامعة القاهرة كلية الاعلام ، المجلة المصرية لبحوث الاعلام ، العدد 13 اكتوبر ، ص 177 – 222 .

5- الشهري ، فايز عبدالله (2003م)التحديات الامنية المصاحبه لوسائل الاتصال الجديدة ، دراسه وصفيه تأصيليه للظاهرة الاجرامية علي شبكة الانترنت ، بحث غير منشور مقدم للمؤتمر العلمي الاول لاكاديميه شرطه دبي علي الرابط التالي :

[www.wasmia.com/jazy/crime15.pdf](http://www.wasmia.com/jazy/crime15.pdf)

6- سليمان ، صالح (2001) مستقبل الصحافة المطبوعة في ضوء تطور تكنولوجيا الإتصال ، المجلة المصرية لبحوث الإعلام ، العدد 13 ، اكتوبر.

### ١3 الكتب الاجنبية :

1- DoaaAlaa El Din Farag .new forms of Electronic media and their Imqact on public policy making cases from Egypt . the American university in cairo . june 2010

### الدوريات و الصحف العربية :

١1 . جريدة البلاد الجزائرية ، الجزائر ، عدد رقم (3419) بتاريخ الاحد 20 فبراير 2011م.

١2 مجلة الدعوة الاسلامية ، تحقيق بعنوان : سباق البقاء بين الاعلام الالكتروني والصحافة

المطبوعة من ينفذ الشربة القاضية ، ( الرياض : عدد 2199 الاربعاء 2 رجب 1430هـ)

١3 محي الدين ، حسانه(2001) الانترنت في المكتبات ومراكز المعلومات ، الامكانات الفوائد والتحديات العربييه ، العدد 3.

4- حداد ، سعيد(1999)الانترنت صحافه القرن القادم ، (المجلة العربييه ، العدد 267 ، السنه 34 ربيع الاخر 1420هـ اغسطس).

5- محمود ، عبدالرحمن(1990)الصحافة الزراعية التعاونيه في مصر ، الواقع والمستقبل في مصر الإسماعلية ، مركز لطفي للتدريب التعاوني الزراعي ، سلسلة التثقيف التعاوني، العدد11، ص 13 ) .

#### مواقع الانترنت العربية

11 موسوعة مقاتل من الصحراء علي الرابط التالي :

[WWW.moqatal.com/openshare/Behoth/Melmiah12/radir/sec02.doc-ctv.htm](http://WWW.moqatal.com/openshare/Behoth/Melmiah12/radir/sec02.doc-ctv.htm)

12 موقع كلية التربية الاساسية علي الانترنت , بتاريخ مارس 2010 , علي الرابط :

[http://www.com.uobabylon.edu.iq/uobcoleges/action\\_lect.aspx?fid=11&lcid=15674](http://www.com.uobabylon.edu.iq/uobcoleges/action_lect.aspx?fid=11&lcid=15674)

13 موقع لها أون لاين علي الانترنت ، بتاريخ مايو 2011 ، علي الرابط التالي:

<http://www.lahaonline.com/articles/view/38480HTM>

14 صحيفة القدس ، عبر الانترنت علي الرابط التالي :

[www.alquds.com/NODE/334799](http://www.alquds.com/NODE/334799) بتاريخ ابريل 2011م.

15 موقع خيمة علي الرابط التالي ..بتاريخ فبراير 2010م

<http://www.khayma.com/internetclinic/mp3f3.htm>

#### مواقع الانترنت الاجنبية :

11 موقع احصاءات الانترنت في العالم علي الرابط التالي : بتاريخ ديسمبر 2012م

<http://www.internetworldstast.com/stats.htm>

الملاحق

## ملحق رقم (ا)

### الإستبانة



بسم الله الرحمن الرحيم

جامعة السودان للعلوم والتكنولوجيا

كلية الدراسات العليا

أخي الكريم | أختي الكريمة .....

السلام عليكم ورحمة الله وبركاته.....

الموضوع | اتجاهات طلاب الجامعات السودانية نحو إستخدام الصحافة الإلكترونية مقابل الصحافة المطبوعة

تسعي الباحثة في هذا الإستبيان إلي دراسة إتجاهات طلاب الجامعات السودانية نحو إستخدام الصحافة الإلكترونية مقابل الصحافة المطبوعة

بحث مقدم لنيل درجة الماجستير في علوم الإتصال. ترجو الباحثة الكريم تفضلكم بالإجابة عن عبارات هذا الإستبيان بصدق وشفافية ودقة ، حتى يتسنى لها الوصول إلى أهم النتائج بلوغاً لإعداد توصيات سليمة صائبة وسديدة بشأنها ، مما سيعود بالنفع والخير لما فيه مصلحة صحفنا بإذن الله.

علماً بأن البيانات التي سيتم الحصول عليها ستحاط بسرية تامة ولن تستخدم إلا لأغراض البحث العلمي فقط.

شاكراً حسن تعاونكم معي

الباحثة | تهاني شرف الدين يحي محمد

قسم الصحافة والنشر

1. الجامعة :

جامعة السودان للعلوم والتكنولوجيا

جامعة الخرطوم

جامعة أمدرمان الأهلية

2. العمر :

من 16 – 20

من 21 – 24

أكثر من 24 سنة

3. التخصص :

علوم تطبيقية

علوم إنسانية

4. هل أنت من متابعي الصحف المطبوعة اليومية ؟

نعم

لا

5. إن كانت إجابتك (نعم) الرجاء ذكر إسم الصحيفة التي تفضلها .

6. لماذا تتابع هذه الصحف المطبوعة بالذات ؟ حدد درجة موافقتك علي سبب المتابعة الأنسب بالنسبة لك .

سبب المتابعة	أوافق تماماً	أوافق	لا أدري	لا أوافق	لا أوافق إطلاقاً
1- لأن أخبارها جديدة و متنوعة					
2- لمصادقيتها					
3- تقدم ترفيهها وتسلية					
4- تصميمها جيد					
5- لقراءة الإعلانات					
6- تقدم تحليلاً وافياً					

7. هل أنت من متابعي الصحف الإلكترونية؟

نعم   
لا

8. إن كانت إجابتك (نعم) الرجاء ذكر إسم موقع الصحيفة الإلكترونية التي تفضلها

9. لماذا تتابع هذه الصحف بالذات؟ حدد درجة موافقتك علي سبب المتابعة الأنسب بالنسبة لك .

سبب المتابعة	أوافق تماماً	أوافق	لا أدري	لا أوافق	لا أوافق إطلاقاً
1- منوعة وجديرة بالمتابعة					
2- تقدم تحليلاً وافياً للأخبار					
3- تصميمها جيد					
4- تتبع الرأي الآخر					
5- أستطيع التفاعل معها					
6- الحصول علي المعلومات					
7- تتيح مصادر إخبارية من بلدان مختلفة					

10. كم عدد الساعات التي تقضيها في قراءة الصحيفة المطبوعه يومياً؟

أقل من نصف ساعة

نصف ساعة وحتى ساعة

ساعة وحتى ساعتين

أكثر من ساعتين

11. كم عدد الساعات التي تقضيها في تصفح أو قراءة مواقع الصحف الإلكترونية يومياً؟

أقل من نصف ساعة

نصف ساعة وحتى ساعة

ساعة وحتى ساعتين

أكثر من ساعتين

12. كم مرة تعود للصحيفة المطبوعه في اليوم الواحد ؟

مرة

مرتان

ثلاث مرات

أكثر من ثلاث مرات

13. كم مرة تعود لموقع الصحيفة الإلكترونية في اليوم الواحد ؟

مرة

مرتان

ثلاث مرات

أكثر من ثلاث مرات

14. عندما تسمع من أحد ما خبراً جديداً يهكم إلي أي الوسيلتين تلجأ للتأكد من صحة الخبر؟

الصحيفة الإلكترونية

الصحيفة المطبوعه

15. لماذا تتابع الصحف المطبوعهاليومية ؟حدد درجة موافقتك علي سبب المتابعة الأنسب بالنسبة لك

سبب المتابعة	أوافق تماماً	أوافق	لا أدري	لا أوافق إطلاقاً	لا أوافق إطلاقاً
1- لمعرفة الأخبار					
2- لتمضية الوقت					
3- للبحث عن معلومة					
4- للقراءة لكتاب معروفين					
5- لقراءة الإعلانات					

لماذا تتابع الصحف الإلكترونية والمواقع الإعلامية عبر الأنترنت ؟

حدد درجة موافقتك علي سبب المتابعة الأنسب بالنسبة لك .

سبب المتابعة	أوافق تماماً	أوافق	لا أدري	لا أوافق إطلاقاً
1- لمعرفة الأخبار				
2- للإطلاع علي التعليقات				
3- لتمضية الوقت				
4- للبحث عن معلومة				
5- للتسلية والترفيه				
6- أكثر مصداقية				

16. برأيك ما الذي يميز الصحيفة المطبوعة عن الإلكترونية؟

- مصدقيتها وجديتها بالتعامل مع الأحداث
- طريقة عرضها للأخبار والمعلومات
- الأسماء الكبيرة لكتابها
- حجم المعلومات اليومية التي تبثها
- سهولة التعرض لها
- إخراجها الجيد
- قلة الشائعات فيها

17. برأيك ما الذي يميز الصحيفة الإلكترونية عن المطبوعة؟

- مصدقيتها وجديتها بالتعامل مع الأحداث
- طريقة عرضها للأخبار والمعلومات
- الأسماء الكبيرة لكتابها
- سهولة التعرض لها
- قلة الشائعات فيها
- التفاعلية التي تتيحها مع القارئ
- وجود ملفات فيديو و صوت
- تعدد مصادرها
- سهولة التعامل مع الانترنت

18. الرجاء وضع علامة صح (✓) أمام اي من الخدمات التفاعلية التي سبق أن قمت بها خلال

تصفحك لمواقع الصحف الإلكترونية عبر الأنترنت

وضع في المفضلة

المشاركة بالرأي

التعليقات

حفظ الصفحة

تحويل للأصدقاء

مراسلة الكاتب

التصويت

19. هل تعتقد أن وجود ملفات فيديو وصوت عبر مواقع الصحف الإلكترونية تعطي مصداقية أكبر للأخبار؟ .

نعم

لا

20. أي الوسيلتين الإعلاميتين تمتلك مساحة أكبر من الحرية في نقل الحقائق و الوقائع و الأخبار و غيرها .

الصحيفة الإلكترونية

الصحيفة المطبوعه

21. أي الوسيلتين الإعلاميتين تقدم تفاصيل أكثر شموليه عن الأخبار و الأحداث المحليه

الصحيفة الإلكترونية

الصحيفة المطبوعه

22. أي الوسيلتين الإعلاميتين تهتم أكثر بالأخبار و الأحداث العالمية و تعرضها بشكل دائم

الصحيفة الإلكترونية

الصحيفة المطبوعه

23. أي الوسيلتين تعتمد الحيادية في عرض الأخبار ووجهات النظر المختلفة و تستخدم الموضوعية

في عملها بشكل أكبر؟

صحيفة الإلكترونية

صحيفة المطبوعه

24. أي الوسيلتين تتزايد حاجتك لها بشكل دائم و تعتمد عليها يوما بعد يوم لتزويدك بالمعلومات و

الأخبار و الأحداث ؟

الصحيفة الإلكترونية

الصحيفة المطبوعه

25. برأيك أي نوع من الصحف المطبوعهأو الإلكترونية سيسود في المستقبل مع ذكر الأسباب؟

الصحيفة الإلكترونية

الصحيفة المطبوعه

.....

.....

## ملحق رقم(2)

### قائمة المحكمين

لقد تم تحكيم الإستبانة من الأساتذة التالية أسمائهم :

1- د/ عبدالمولي موسى :

كلية علوم الإتصال - جامعة السودان للعلوم والتكنولوجيا.

2- د/ نهى حسب الرسول :

كلية علوم الإتصال - جامعة السودان للعلوم والتكنولوجيا.

3- د/ شامة مطصفي :

كلية الإعلام - جامعة القران الكريم والعلوم الإسلامية.

4- د/ نهى جعفر :

كلية علوم الإتصال - جامعة السودان للعلوم والتكنولوجيا.