جامعة البحرين

كلية الآداب



قسم الإعلام والسياحة والفنون

اعتماد الجمهور على المواقع الإلكترونيّة للصحف البحرينيّة مصدراً للمعلومات: دراسة تحليليّة ميدانيّة

أطروحة مقدمة كجزء من متطلبات الحصول على درجة الماجستير في الإعلام

إعداد

هادي أحمد سعد جلال

٢٠١٤٧٥٣١

إشراف

الدكتور رضا محمود متناني

الأستاذ المشارك بقسم الإعلام والسياحة والفنون، جامعة البحرين

مملكة البحرين

أكتوبر ٢٠١٨

جامعة البحرين

كلية الآداب

قسم الإعلام والسياحة والفنون

اعتماد الجمهور على المواقع الإلكترونيّة للصحف البحرينيّة مصدراً للمعلومات: دراسة تحليليّة ميدانيّة

أطروحة مقدمة كجزء من متطلبات الحصول على درجة الماجستير في الإعلام

إعداد

هادي أحمد سعد جلال

٢٠١٤٧٥٣١

إشراف

الدكتور رضا محمود مثناني

الأستاذ المشارك بقسم الإعلام والسياحة والفنون، جامعة البحرين

مملكة البحرين

أكتوبر ٢٠١٨

University of Bahrain
Deanship of Graduate Studies
& scientific Research

جامعة البحرين
عمادة الدراسات العليا والبحث العلمي

(استمارة إيداع البحث)

اسم الباحث: هادي أحمد سعد جلال

عنوان البحث: اعتماد الجمهور على المواقع الإلكترونيّة للصحف البحرينيّة مصدراً للمعلومات: دراسة تحليليّة ميدانيّة

سنة النشر: ٢٠١٨

الكلية: الآداب البريد الإلكتروني: hadisaad@hotmail.com

القسم: الإعلام والسياحة والفنون رقم الاتصال: ٣٤١٩٨٧٦٠

إقرار الباحث بالموافقة على الشروط التالية:

يحق لجامعة البحرين إتاحة وتوفير الرسالة أو الأطروحة المذكورة أعلاه في مكتبة الجامعة أو من خلال موقع الإسهامات البحثية للجامعة أو على نطاق أوسع في الخارج؛ كما ويمكن إعادة طباعة الرسالة إذا اقتضت الحاجة لذلك أو رقمنتها مع إتاحتها على شبكة الأنترنت وذلك حسب تقدير إدارة الجامعة.

تنطبق هذه الشروط على جميع النسخ بما في ذلك النسخ الإلكترونية

تعتبر هذه الرسالة أو الأطروحة من المواد المحمية والتي تخضع إلى حقوق النشر والتأليف، ولا يجوز نشر أي اقتباس من الرسالة بدون توثيق المصدر.

توقيع الباحث: هادي أحمد سعد التاريخ: ٢٠١٨/١٠/١٧

جامعة البحرين
عمادة الدراسات العليا والبحث العلمي

ملحق رقم (6- المادة 59- أ)

قرار لجنة مناقشة أطروحة

اسم الطالب: **هادي احمد سعد جلال** الرقم الجامعي: **20147531**

اسم الكلية: **الآداب** القسم: **الإعلام والسياحة والفنون**

اسم البرنامج: **الماجستير في الإعلام**

عنوان الأطروحة: **اعتماد الجمهور على المواقع الإلكترونيّة للصحف البحرينيّة**
دراسة تحليليّة ميدانيّة

اجتمعت لجنة المناقشة يوم **الأربعاء** الموافق **17 أكتوبر 2018** ب **منتدى كلّية الآداب**
قاعة **S 1A- 024** وبعد مناقشة الطالب المذكور أعلاه علناً توصي لجنة المناقشة بالتالي:

يمنح الطالب تقدير: A في مقرر الأطروحة: **COM 599**

☐ دون إجراء أية تعديلات على الأطروحة.

☑ على أن يتم إجراء التعديلات المرفقة مع هذا القرار.

تصديق أعضاء لجنة المناقشة:

الاسم		التوقيع
1. د. رضا مثناني	المشرف على الأطروحة	
2. د. أشرف عبدالمغيث	الممتحن الداخلي	
3. د. عبدالملك ردمان الدناني	الممتحن الخارجي	

بسم الله الرحمن الرحيم

(وقُلِ اعْمَلُوا فَسَيَرَى اللَّهُ عَمَلَكُمْ وَرَسُولُهُ وَالْمُؤْمِنُونَ)

صدق الله العظيم

(سورة التوبة: ١٠٥)

ملخص الدراسة

تهدف هذه الدراسة إلى التعرّف على مدى اعتماد الجمهور على المواقع الإلكترونيّة للصحف البحرينيّة كمصدر للمعلومات، ودوافع استخدامه للصحافة الإلكترونيّة، وأكثر الموضوعات التي يتابعها.

واقتصرت الدراسة التي توخّت المنهج الوصفيّ، على فئة الشباب بمملكة البحرين، بسبب إقبال هذه الفئة على استخدام وسائل الاتّصال الإلكترونية الحديثة، ومنها الصحافة الإلكترونيّة، أكثر من غيرها من الفئات العمريّة. وقد تمّ اعتماد ثلاثة مواقع إلكترونيّة لصحف يوميّة بحرينيّة، على أساس أنّها المواقع الأكثر انتشاراً بمملكة البحرين، وهي: الموقع الإلكترونيّ لصحيفة "أخبار الخليج"، والموقع الإلكترونيّ لصحيفة "الأيّام"، والموقع الإلكترونيّ لصحيفة "جولف ديلي نيوز" (Gulf daily news).

وتم تطبيق الدراسة الميدانيّة على عيّنة غير احتمالية بطريقة كرة الثلج، بلغ عددها ١٤٦ من الجنسين (٦٣ من الذكور، و٨٣ من الإناث) تم سحبها من مجتمع الدراسة، وقد تم الاستعانة باستبيان أعده الباحث.

وتوصلت الدراسة إلى أن ٣٨,٤٪ من أفراد العينة يعتمدون على المواقع الإلكترونية كمصدر دائم للمعلومات، وأن ٣٢,٩٪ من أفراد العينة يستخدمون الصحافة الإلكترونية أقل من ٦ شهور. وأن ٦٩,٢٪ من أفراد العينة يستخدمون الصحافة الإلكترونية أقل من ٥ ساعات أسبوعياً، و٤٥,٦٪ من أفراد العينة يستخدمون الصحافة الإلكترونية في مقر العمل أو الدراسة. وقد احتل الموقع الإلكترونيّ لصحيفة "الأيّام" الترتيب الأول في متابعة الشباب البحريني بنسبة ٨٨,٨٪، كما تبين أن ٥٤,٨٪ من أفراد العينة لا يعتمدون على الصحافة الورقية كمصدر للمعلومات، وقد احتلت صحيفة "الأيّام" الورقية الترتيب الأول في متابعة الشباب البحريني بنسبة ٩١,١٪، كما احتلت الموضوعات الاجتماعية الترتيب الأول في متابعة الشباب البحريني بنسبة ٨٣,٨٪، كما تبين أن وسائل التواصل الاجتماعي (تويتر، انستغرام، منتديات ومدونات، الخ..) هي المصدر الأساسي للتعرف على القضايا العالمية المختلفة بالنسبة لأفراد العينة ، حيث بلغت نسبتها ٦٨,٥٪، وبناء على هذه النتيجة يمكن القول أن فرضية الدراسة التي تنص على: "يعتمد جمهور الشباب البحرينيّ على المواقع الإلكترونيّة للصحف البحرينيّة كمصدر أساسيّ للمعلومات مقارنة بوسائل الإعلام الأخرى" لم تتحقق، حيث كانت أهم مصادر المعلومات بالنسبة لأفراد العينة هي وسائل التواصل الاجتماعي وليس المواقع الإلكترونية للصحف البحرينية. كما أن معظم أفراد العينة يقرأون فقط الموضوعات المطروحة؛ وذلك بنسبة ٦٦,٤٪، وأن أكثر من نصف أفراد العينة لا يشاركون في النقاشات في هذه المواقع؛ وذلك بنسبة ٥٠,٧٪، وكانت أهم دوافع استخدام الصحف الإلكترونية هو استخدام الهاتف المحمول في تصفح الصحف الإلكترونية" في الترتيب الأول بنسبة أهمية ٩٦,٤٢٪، يلي ذلك في الترتيب الثاني "لأن الصحف الإلكترونية سهلة الوصول إليها" ٩٥,٧٦٪، ثم جاء في الترتيب الثالث الدافع الخاص بـ "يمكن إعادة إرسال الصور أو الأخبار للأصدقاء والمعارف من خلال تلك المواقع" بنسبة أهمية ٨٩,٤٣٪، كما قدمت الدراسة مجموعة من التوصيات، والدراسات المقترحة.

إهداء

إلى أبي وأمي وأخي... أسرتي الصغيرة ... أهديكم جميعاً هذا الجهد المتواضع.

الباحث..

شكر وتقدير

من لا يشكر الناس لا يشكر الله..

أتقدم بأرق عبارات الشكر و العرفان إلى القائمين على جامعة البحرين وعلى رأسهم رئيس الجامعة الموقر وكل العاملين بها.

وأخص بأسمى عبارات الشكر والتقدير الدكتور "رضا محمود مثناني" لما قدمه لي من جهد ونصح ومعرفة طيلة إنجاز هذا البحث.

كما أتقدم بالشكر الجزيل لكل من أسهم في تقديم يد العون لإنجاز هذا البحث، من الأساتذة بقسم الإعلام والسياحة والفنون..

وإلى كل من قدم لي التسهيلات ويسر لي الطريق للحصول على المعلومات في بحثي هذا، شكرا جزيلاً لكم.

الباحث..

قائمة المحتويات

الموضوع	رقم الصفحة
اعتماد لجنة المناقشة	أ
آية قرآنية	ب
ملخص الدراسة	ج
الإهداء	د
الشكر والتقدير	هـ
قائمة المحتويات	و
قائمة الجداول	ح
قائمة الأشكال	ط
قائمة الملاحق	ي
المقدمة	ك
الفصل الأول: مدخل إلى الدراسة	١
مشكلة البحث	٢
أهداف البحث	٢
تساؤلات البحث	٣
أهمية البحث ومبرراتها	٤
حدود البحث	٥
تعريف المفاهيم والمصطلحات	٦
الفصل الثاني: الإطار النظري والدراسات السابقة	١٣
١. الإطار النظري:	١٤
١,١ الصحافة الإلكترونية	١٨
٢,١ الصحافة الورقية	٣٢
٣,١ مصادر الاتصال والمعلومات ونظرياتها	٣٣

الموضوع	رقم الصفحة
٢. الدراسات السابقة	٥١
١,٢ التعقيب على الدراسات السابقة	٥٧
٣. فرضيات الدراسة	٥٨
الفصل الثالث: الطريقة والإجراءات	٥٩
١. منهج الدراسة	٦٠
٢. مجتمع وعينة الدراسة	٦٠
٣. أدوات جمع البيانات	٦٤
٤. التعامل الإحصائي مع بيانات الدراسة	٦٦
٥. إجراءات الدراسة	٦٦
الفصل الرابع: نتائج الدراسة ومناقشتها والتوصيات	٦٧
١. نتائج الدراسة	٦٨
٢. اختبار فرضيتي الدراسة	٨٠
٣. خلاصة النتائج ومناقشتها	٨٩
٤. توصيات الدراسة	٩٣
٥. الدراسات والبحوث المقترحة	٩٤
الخاتمة	٩٦
قائمة المراجع	٩٩
الملاحق	-
ملخص الدراسة باللغة الإنجليزية	-

قائمة الجداول

الرقم	عنوان الجدول	الصفحة
١	توزيع أفراد العينة على متغيري الجنس والفئة العمرية	٦١
٢	توزيع أفراد العينة على متغيري الجنس والمستوى التعليمي	٦٢
٣	توزيع أفراد العينة على متغيري الجنس والمهنة	٦٣
٤	مدى اعتماد جمهور الشباب البحرينيّ على المواقع الإلكترونيّة للصحف البحرينيّة كمصدر للمعلومات	٦٩
٥	مدة استخدام أفراد العينة للصحافة الإلكترونية	٧٠
٦	عدد ساعات استخدام الصحافة الإلكترونية أسبوعياً	٧١
٧	أماكن استخدام الصحافة الإلكترونية	٧٢
٨	أكثر الصحف الإلكترونية التي يتابعها الشباب البحريني	٧٣
٩	مدى اعتماد جمهور الشباب البحرينيّ على الصحافة الورقية كمصدر للمعلومات	٧٤
١٠	أكثر الصحف الورقية التي يتابعها الشباب البحريني	٧٥
١١	أكثر الموضوعات التي يتابعها أفراد العينة الكلية من خلال اطلاعهم على الصحافة الإلكترونية	٧٧
١٢	مدى متابعة أفراد العينة للقضايا العالمية المختلفة	٧٩
١٣	مصدر معرفة أفراد العينة عن القضايا العالمية المختلفة	٨٠
١٤	نوع مشاركة أفراد العينة بالرأي في المواقع الإلكترونية	٨٢
١٥	مدى مشاركة أفراد العينة بالنقاشات في المواقع الإلكترونية	٨٣
١٦	دوافع استخدام الصحف الإلكترونية	٨٤
١٧	تحليل مضمون صحيفة أخبار الخليج بمملكة البحرين	٨٦
١٨	تحليل مضمون صحيفة الأيام بمملكة البحرين	٨٧
١٩	تحليل مضمون صحيفة Gulf Daily News بمملكة البحرين	٨٨

قائمة الأشكال

الرقم	عنوان الشكل	الصفحة
١	توزيع أفراد العينة على متغيري الجنس والفئة العمرية	٦١
٢	توزيع أفراد العينة على متغيري الجنس والمستوى التعليمي	٦٢
٣	توزيع أفراد العينة على متغيري الجنس والمهنة	٦٣
٤	مدى اعتماد جمهور الشباب البحرينيّ على المواقع الإلكترونيّة للصحف البحرينيّة كمصدر للمعلومات	٦٩
٥	مدة استخدام أفراد العينة للصحافة الإلكترونية	٧٠
٦	عدد ساعات استخدام الصحافة الإلكترونية أسبوعياً	٧١
٧	أماكن استخدام الصحافة الإلكترونية	٧٢
٨	أكثر الصحف الإلكترونية التي يتابعها الشباب البحريني	٧٤
٩	مدى اعتماد جمهور الشباب البحرينيّ على الصحافة الورقية كمصدر للمعلومات	٧٥
١٠	أكثر الصحف الورقية التي يتابعها الشباب البحريني	٧٦
١١	أهم الموضوعات التي يتابعها أفراد العينة الكلية من خلال اطلاعهم على الصحافة الإلكترونية	٧٨
١٢	مدى متابعة أفراد العينة للقضايا العالمية المختلفة	٧٩
١٣	مصدر معرفة أفراد العينة عن القضايا العالمية المختلفة	٨١
١٤	نوع مشاركة أفراد العينة بالرأي في المواقع الإلكترونية	٨٢
١٥	مدى مشاركة أفراد العينة بالنقاشات في المواقع الإلكترونية	٨٣
١٦	دوافع استخدام الصحف الإلكترونية	٨٥

قائمة الملاحق

م	الملحق
(١)	قائمة المحكمين
(٢)	أدوات البحث

المقدمة

شهدت السنوات الأخيرة زيادة ملحوظة في أعداد مستخدمي شبكة الإنترنت، من حيث هي شبكة للمعلومات إنتاجاً واستهلاكاً. وظهرت الصحف الإلكترونيّة، سواء كانت صحفاً إلكترونيّة رافدة لنسخ ورقيّة قائمة الذات، أو صحفاً إلكترونيّة منفردة، ليس لها أصل مطبوع. وتردّد على هذه المواقع مستخدمون أغلبهم من الشباب، وعلى وجه الخصوص من طلبة الجامعات. وهذا الانطباع هو الذي دفعنا إلى دراسة استخدامات الشباب بمملكة البحرين للصحافة الإلكترونيّة، للنظر في مدى الإشباع الذي يحقّقه هذا الاستخدام للشباب البحرينيّ، ولمعرفة مدى إقبال هذا الشباب على الصحف الإلكترونيّة البحرينيّة، ومعرفة طبيعة العلاقة التي تربطه بالصحافة الورقيّة البحرينيّة (عبود، ٢٠١٢: ص١).

ومعلوم أنّ النموّ المتزايد لتكنولوجيا المعلومات والاتّصال خلال العقدين الماضيين أفضى إلى خلق تحدّيات مهمة، منها بصفة خاصّة ما تواجهه الصحافة الورقيّة من صعوبات كعزوف القرّاء عنها، وتقلّص مبيعاتها، ونقص مواردها، وانحسار رقعة انتشارها. وفي المقابل هنالك زيادة في مواقع الصحف الإلكترونيّة، وزيادة في عدد مستخدميها، وتوسّع في رقعة انتشارها. وهذه المواقع تختلف من حيث حجمها، ومن حيث الكم المعلوماتيّ الوارد فيها، ومن حيث إخراجها الفنّي، ومن حيث عدد مستخدميها، ومن حيث رقعة انتشارها. وقد أثّرت الصحف الإلكترونيّة في مفهوم الأداء الصحفيّ. كما أثّرت في القوالب الصحفيّة المستخدمة. وبدت هذه الأجناس الصحفيّة أكثر قدرة على التعبير عن متطلّبات العصر وتطلّعاته. الأمر الذي جعل العاملين في مجال الصحافة والإعلام يشعرون وكأنّهم كانوا في غفوة، بما ولّد الإحساس لديهم بضرورة اللحاق بعجلة التنمية والتطوّر في عصر تفجّرت فيه المعلومات، وتكاثرت فيه مصادرها (الموسى، ٢٠٠٩).

ومن مظاهر هذا الانفجار المعلوماتيّ ظهور الصحف الإلكترونيّة. و يذهب بعضهم إلى أنّ الصحيفة الإلكترونيّة "تجمع (بين) مفهوم الصحافة ونظام الملفّات المتتابعة والمتسلسلة (الشريف، ٢٠٠٠: ص١٨).

وممّا لا شكّ فيه أنّ واقعاً إعلاميّاً جديداً فرض نفسه على الساحة الصحفيّة منذ تسعينات القرن الماضي. وهو ظهور الشبكة العنكبوتيّة العالميّة (الويب)، حيث أتاحت للقرّاء ظهور نوع جديد من الخدمات الصحفيّة من خلال تقديم الأخبار الفوريّة الآنيّة، والمضامين الإعلاميّة التفسيريّة والتوضيحيّة التي تأتي في قوالب إلكترونيّة غير متعارف عليها في عالم الصحافة الورقيّة (الرحباني، ٢٠٠٩: ص٢).

والصحافة الإلكترونيّة تعدّدت أشكالها وقوالبها وأهدافها، وظهرت معها العديد من التحدّيات التي واجهت الصحف الورقيّة. وقد أتاحت حرّية انتقال المعلومات عبر شبكة الإنترنت ظهور صحافة إلكترونيّة متطوّرة تتضمّن مواد إخباريّة وإعلاميّة مختلفة ومتنوّعة ومتعدّدة. وقد شكّلت الصحف الإلكترونيّة ظاهرة إعلاميّة جديدة ساهمت في إعادة تشكيل المشهد الإعلاميّ المعاصر. وأصبحت الأخبار والمواد الإعلاميّة عامّة أكثر انتشارا، وأكثر سرعة في الوصول إلى أكبر عدد ممكن من القرّاء والمستخدمين، وذلك بأقلّ التكاليف. وبذلك تكون الصحافة الإلكترونيّة قد فتحت آفاقاً جديدة، وأصبحت أكثرا قُربا من المواطن (عبود، ٢٠١٢).

الفصل الأوّل

مدخل إلى الدراسة

١. مشكلة البحث.

٢. أهداف البحث.

٣. تساؤلات البحث.

٤. أهمية البحث ومبرراتها.

٥. حدود البحث.

٦. تعريف المفاهيم والمصطلحات.

الفصل الأوّل

مدخل إلى الدراسة

نستعرض في هذا الفصل مشكلة البحث وأهدافه وتساؤلاته، وأهميته ومبررات إجرائه، كذلك حدود البحث وتعريف أهم المفاهيم والمصطلحات التي تم استعراضها في هذا البحث.

مشكلة البحث:

تعد ظاهرة الصحافة الإلكترونيّة ظاهرة جديدة في مجتمعاتنا. وفي ظلّ غياب الدراسات العلميّة التي تدرس الصحف الإلكترونيّة ومدى الاعتماد عليها واستخدامها وبصفة خاصّة من قِبل الشباب، فإنّ البحث الحالي يستنطق ظاهرة "قراءة" الصحف الإلكترونيّة واعتمادها من قِبل جمهور الشباب البحرينيّ مصدرا للمعلومات. وبمعنى آخر يطرح البحث الحالي موضوع التعرّف على مدى اعتماد جمهور الشباب في مملكة البحرين على المواقع الإلكترونيّة للصحف البحرينيّة كمصدر للمعلومات، كيفيّةً استقاءٍ، وحجماً. ونظراً لانتشار الصحافة الإلكترونيّة الواسع في أوساط الشباب البحرينيّ، فإن هذا البحث يسعى إلى التعرّف على مدى اعتماد الجمهور على المواقع الإلكترونيّة للصحف البحرينيّة كمصدر للمعلومات، من خلال دراسة تحليليّة ميدانيّة.

وبالتالي تتمثل مشكلة البحث في محاولة تحقيق الأهداف التالية:

أهداف البحث:

يهدف هذا البحث بشكل رئيس إلى التعرّف على مدى اعتماد الجمهور على المواقع الإلكترونيّة للصحف البحرينيّة كمصدر للمعلومات.

<u>وبناء عليه فإن هذا البحث يسعى إلى تحقيق الأهداف التالية:</u>

١. التعرّف على مدى اعتماد الجمهور على المواقع الإلكترونيّة للصحف البحرينيّة كمصدر للمعلومات.

٢. التعرّف على أكثر الصحف الإلكترونية التي يتابعها الشباب البحريني.
٣. التعرف على مدى اعتماد جمهور الشباب البحرينيّ على الصحافة الورقية كمصدر للمعلومات.
٤. التعرّف على أكثر الصحف الورقية التي يتابعها الشباب البحريني.
٥. التعرّف على أكثر الموضوعات التي يتابعها الجمهور من خلال استخدامه للصحافة الإلكترونيّة.
٦. التعرّف على مدى متابعة أفراد العينة للقضايا العالمية المختلفة.
٧. التعرّف على نوع ومدى مشاركة أفراد العينة بالرأي في المواقع الإلكترونية.
٨. التعرّف على دوافع استخدام أفراد العينة للصحافة الإلكترونيّة.
٩. تحليل محتوى الصحف الورقية بمملكة البحرين.

تساؤلات البحث:

يعتمد الباحث في بحثه الحالي على مجموعة من التساؤلات التي وضعت لتحقيق الأهداف والوصول إلى النتائج من خلال الإجابة عن هذه التساؤلات مستعينة بأدوات المنهج الوصفي التحليلي. وذلك على النحو التالي:-

١. ما مدى اعتماد جمهور الشباب البحرينيّ على المواقع الإلكترونيّة للصحف البحرينيّة كمصدر للمعلومات؟
٢. ما أكثر الصحف الإلكترونية التي يتابعها الشباب البحريني؟
٣. ما مدى اعتماد جمهور الشباب البحرينيّ على الصحافة الورقية كمصدر للمعلومات؟
٤. ما أكثر الصحف الورقية التي يتابعها الشباب البحريني؟
٥. ما أكثر الموضوعات التي يتابعها الجمهور من خلال استخدامه للصحافة الإلكترونيّة؟
٦. ما مدى متابعة أفراد العينة للقضايا العالمية المختلفة؟
٧. ما نوع ومدى مشاركة أفراد العينة بالرأي في المواقع الإلكترونية؟
٨. ما دوافع استخدام أفراد العينة للصحافة الإلكترونيّة؟

٩. ما تحليل محتوى ومضمون الصحف الورقية بمملكة البحرين؟

أهمية البحث ومبرراته:

أ- الأهمّية العلميّة (النظريّة):

١- تكمن أهمّية هذا البحث في جوانب متعدّدة منها أنّها من الدراسات الرائدة التي تخصّ مدى اعتماد الجمهور على المواقع الإلكترونيّة للصحف البحرينيّة كمصدر للمعلومات بمملكة البحرين.

٢- اختار الباحث إجراء هذا البحث على فئة عمريّة مهمّة في المجتمع، وهي فئة الشباب. وهذه الفئة تعتبر رائدة في تبنّي المبتكرات.

٣- تقديم إطار نظريّ يتضمّن وجهات النظر المتعدّدة حول مدى اعتماد الجمهور على المواقع الإلكترونيّة للصحف البحرينيّة كمصدر للمعلومات.

٤- يساهم هذا البحث في معرفة بعض العوامل والظروف التي يمكن أن تؤدّي إلى تشكيل الرأي العامّ لدى الشباب.

ب- الأهمّية العمليّة (التطبيقيّة):

١- وضع برامج ودورات تثقيفيّة من خلال وسائل الإعلام المختلفة لتعريف الشباب بمصادر تشكيل الرأي العامّ.

٢- يأمل هذا البحث إفادة المؤسّسات الإعلاميّة بمدى اعتماد الجمهور على المواقع الإلكترونيّة للصحف البحرينيّة كمصدر للمعلومات.

أسباب اختيار الموضوع:

تمّ اختيار هذا الموضوع للأسباب التالية:

١- ندرة الدراسات والبحوث التي تناولت هذا الموضوع المرتبط بمدى اعتماد جمهور الشباب على المواقع الإلكترونيّة للصحف البحرينيّة كمصدر للمعلومات.

٢- الفئة العمريّة التي ستُجرى عليها الدراسة تُعدّ من أكثر الفئات أهمّية في المجتمع البحرينيّ، حيث تعتبر هذه الشريحة العمريّة رائدة في الاهتمام بالتقنيات والتكنولوجيا الرقميّة. ومعلوم أنّ الباحثيْن روجرز (Rogers) وشوماكر (Shomaker) يقسّمان الأفراد في نظريّة انتشار المبتكرات إلى خمس فئات هي المبتكرون، والمتبنّون الأوائل، والغالبيّة المتقدّمة، والغالبيّة المتأخّرة، والمتخلّفون أو المتلكئون (مكاوي، ٢٠٠٩: ص١٧٧).

٣- إنّ هذه الدراسة ستساهم في معرفة دوافع الشباب البحريني، وأساليب استخدامه للصحف الإلكترونية، وحجم اعتماده عليها في الحصول على المعلومات التي تهمّه.

حدود البحث:

من الطبيعي أن يقف كل بحث علمي عند حدود معينة على أساس أن البحث الواحد لا يستطيع أن يحيط بكل المتغيرات أو العوامل المختلفة، وعليه فإن حدود هذا البحث هي كما يلي:

- **الحدود البشريّة:** اقتصر البحث على فئة الشباب بمملكة البحرين، حيث أنّ هذه الفئة هي الأنسب لتطبيق موضوع الدراسة، وذلك بالنظر إلى إقبال الشباب على استخدام وسائل الاتّصال الإلكترونيّة الحديثة، ومنها الصحافة الإلكترونيّة.
- **الحدود المكانيّة:** مملكة البحرين.
- **الحدود الزمانيّة لإجراء البحث:** الفصل الدراسي الثاني من العام الأكاديمي ٢٠١٦/٢٠١٧.
- **الحدود الموضوعيّة:** اقتصر البحث على موضوع مدى اعتماد الجمهور على المواقع الإلكترونيّة للصحف البحرينيّة كمصدر للمعلومات. وقد حدّد الباحث أبعاد الدراسة وإطارها والذي جاء مكوّناً من كلّ مواقع الصحف اليوميّة الإلكترونيّة بمملكة البحرين، وعددها ستة، وهي:

١- الموقع الإلكترونيّ لصحيفة "أخبار الخليج".

٢- الموقع الإلكترونيّ لصحيفة "الأيّام".

٣- الموقع الإلكترونيّ لصحيفة "البلاد".

٤- الموقع الإلكترونيّ لصحيفة "الوطن".

٥- الموقع الإلكترونيّ لصحيفة "Gulf daily news".

٦- الموقع الإلكترونيّ لصحيفة "Daily Tribune".

واقتصرت الدراسة على ثلاثة منها على أساس أنّها المواقع الأكثر انتشاراً بالبحرين، وهي:

١- الموقع الإلكترونيّ لصحيفة "أخبار الخليج".

٢- الموقع الإلكترونيّ لصحيفة "الأيام".

٣- الموقع الإلكترونيّ لصحيفة "Gulf daily news".

أي أنه تم اختيار موقعين باللغة الغربيّة وموقعاً باللغة الإنجليزيّة.

تعريف المفاهيم والمصطلحات:

أ. الصحافة الإلكترونيّة (Electronic Edition):

هي إصدارات يتمّ نشرها على شبكة الإنترنت، سواء أكانت بمثابة نسخ أو إصدارات إلكترونيّة لصحف ورقيّة مطبوعة، أو موجز لأهمّ محتويات النسخ الورقيّة، أو كجرائد إلكترونيّة ليست لها إصدارات عادية مطبوعة على الورق. وهي تتضمّن مزيجاً من الرسائل الإخباريّة والقصص والمقالات والتعليقات والصور والخدمات المرجعيّة (إبراهيم، ١٩٩٩: ص١٠٦).

ويمكن تعريف online journalism ببساطة على أنها "صحافة كما تتم ممارستها على الخط المباشر" (اللبان، ٢٠٠٥: ص٤١). أو "الصحافة الإلكترونية هي إصدارات غير ورقية، مقروءة ومسموعة ومرئية، تبث محتوياتها عبر مواقع لها على الشبكة المعلومات العالمية." أو "وضع الصحيفة اليومية الكبيرة على الخط، أي جعلها في متناول القراء عبر كمبيوتر مجهز بمودم" (سنو، ١٩٩٩: ص٨٣).

وتتمثل الفكرة الأساسية في الصحيفة الإلكترونية، في توفير المادة الصحفية للقراء على إحدى شبكات الخدمة التجارية الفورية، مستخدمة في ذلك تقنيات حديثة ظهرت كوليدة لتكنولوجيا الاتصال، طارحة العديد من التحديات بالنسبة للوسائل التقليدية (شفيق، ٢٠٠٦: ص١٨٢).

والصحف الإلكترونية هي الصحف المكتوبة، والتي يعاد نسخها على الإنترنت وتتميز عن النسخة المكتوبة باستعمال كبير للألوان، والصوت، والصورة (بوعجيمي وبراون، ٢٠٠٥: ص٧).

وبالتالي فإن "الصحافة الإلكترونية هي نوع إعلامي لوسيلة إعلامية تتحقق بفكرة النشر الإلكتروني، الذي بدوره يتجسد من خلال الإنترنت، كشبكة معلوماتية وأداة ومصدر للمعلومة. وأصبح سهلا تطوره ثم تداوله بسبب فكرة عملية النشر المكتبي" (بلعاليا، ٢٠٠٦: ص١٦٢).

ب. الصحافة الورقيّة:

هي تلك الدوريّات المطبوعة والتي تصدر من عدّة نسخ وتظهر بشكل منتظم وفي مواعيد ثابتة ومتقاربة أو متباعدة، وتستهدف خدمة المجتمع والإنسان الذي يعيش فيه، وتمدّ الصحافة الرأي العام بأكثر الأحداث الراهنة، وذلك في سلسلة قصيرة ومنتظمة (عبد الرحمن، ١٩٩٠: ص١٣).

ج. وسائل الإعلام البديلة (Alternative Media):

الإعلام البديل هو الإعلام الذي يقدّم معلومات بديلة عن الإعلام السائد في سياق معيّن، سواءً كان هذا الإعلام السائد تجاريًّا، مدعومًا من الجمهور أو حكوميًّا (اللبان، ٢٠١٤). ويختلف الإعلام البديل عن الإعلام السائد في واحد أو أكثر من الأبعاد التالية: المحتوى، الناحية الجماليّة، أساليب الإنتاج، أنماط التوزيع والعلاقات مع الجمهور(Rodriquez, 2001: p3).

وكثيرًا ما يهدف الإعلام البديل إلى الوقوف في وجه السلطات القائمة ليُمثّل الجماعات المهمّشة ويعزّز الروابط الأفقيّة بين المجتمعات ذات المصالح المشتركة. ويتمّ إتاحة المحتوى عبر قنوات مختلفة، بداية من المنشورات التي يقع نسخها باستخدام آلات التصوير الضوئي (Photocopied flyers) وانتهاءً بالمدوّنات (Blogs). ويمكن تمييز المصادر التي يُرجع إليها للحصول على هذا المحتوى بأنّها غير رسميّة، وذلك من أجل الترويج للمشاركة المجتمعيّة (Citizen Participation)، والعمل المباشر (Direct Action)، وصنع القرار الجماعيّ (Collective Decision-Making).

د. مصادر المعلومات الإلكترونيّة (Electronic information sources):

هي كلّ ما هو متعارف عليه من مصادر المعلومات التقليديّة الورقيّة وغير الورقيّة ومخزّنة إلكترونيّاً على وسائط سواء ممغنطة أو ليزريّة بأنواعها، أو هي تلك المصادر اللاورقيّة والمخزّنة أيضا إلكترونيّاً حال إنتاجها من قبل منتجيها أو حال نشرها (مؤلّفون أو ناشرون) في ملفّات قواعد بيانات وبنوك معلومات متاحة للمستفيدين عن طريق الاتّصال المباشر، أو متاحة داخليّاً في المكتبة أو في مركز معلومات، عن طريق منظومة الأقراص المكتنزة والمتطوّرة مثل الأقراص المتعدّدة الاستخدامات، وأقراص DVD (جرجس والقاسم، ١٩٩٨: ص٢٦٥).

هـ. مفهوم التكنولوجيا (Technology):

إنّ كلمة تكنولوجيا هي كلمة يونانيّة في الأصل. وهي تتكوّن من مقطعين، المقطع الأوّل: Techno ويعني حرفة، أو مهارة، أو فنّ. أمّا الثانيLogos : فيعني علم أو دراسة. ومن هنا فإنّ كلمة تكنولوجيا تعني علم الأداء أو علم التطبيق؛ حيث أورد الكثير من العلماء تعريفات أخرى عديدة لكلمة التكنولوجيا تتقارب من بعضها أكثر مما تتباعد ومنها: التّكنولوجيا: عمليّة شاملة تقوم بتطبيق العلوم والمعارف بشكل منظّم في ميادين عدّة؛ لتحقيق أغراضٍ ذات قيمة عمليّة للمجتمع.

وتعرّف التكنولوجيا بأنّها الاستخدام الأمثل للمعرفة العلميّة، وتطبيقاتها، وتطويعها لخدمة الإنسان ورفاهيّته.

والمفهوم الشّائع لمصطلح التّكنولوجيا هو استعمال الكمبيوتر والأجهزة الحديثة. وهذه النّظرة محدودة الرؤية، فالكمبيوتر نتيجة من نتائج التكنولوجيا، بينما التكنولوجيا الّتي يقصدها هذا المصطلح هي طريقة للتّفكير، وحلّ المشكلات، وهي أسلوب التّفكير الّذي يوصل الفرد إلى النتائج المرجوّة أي أنّها وسيلة وليست نتيجة، وأنّها طريقة التفكير في استخدام المعارف، والمعلومات، والمهارات، بهدف الوصول إلى نتائج لإشباع حاجة الإنسان وزيادة قدراته، لذا يرى اللّقاني والجمل أنّ التكنولوجيا تعني الاستخدام الأمثل للمعرفة العلميّة وتطبيقاتها وتطويعها لخدمة الإنسان ورفاهيّته.

ويعرّف محمد عطيّة خميس التكنولوجيا بأنّها "العلم الذي يُعنى بعمليّة التطبيق المنهجيّ للبحوث والنظريّات، وتوظيف عناصر بشريّة وغير بشريّة في مجالٍ معيّن؛ لمعالجة مشكلاته،

وتصميم الحلول العلميّة المناسبة لها، وتطويرها، واستخدامها، وإدارتها، وتقويمها؛ لتحقيق أهداف محدّدة.

ويعرّفها آخرون بأنّها العلاقة بين الإنسان والمواد والأدوات كعناصر للتكنولوجيا، وإنّ التطبيق التكنولوجيّ يبدأ لحظة تفاعل هذه العناصر معاً. وتعرّفها كوثر كوجك على أنّها جهد وفكر إنسانيّ، وتطبيق للمعلومات والمهارات لحلّ مشكلات الإنسان، وتوفير احتياجاته، وزيادة قدراته. وعرّفها عادل سلامة بأنّها: التطبيق المنظّم للمعرفة، والعلوم الأخرى المنظّمة في مجال معيّن، أو التّطبيق العلميّ الذي يتعلّق بالعلوم الطبيعيّة؛ بهدف الحصول على نتائج علميّة محدّدة، بمعنى أنّ التكنولوجيا تعتبر الجانب التطبيقيّ للمعرفة والنظريّات العلميّة لتحقيق أهداف محدّدة.

وللتكنولوجيا ثلاثة معاني هي: التكنولوجيا كعمليّات (**processes**) ، وفي هذه الحالة تعني التطبيق المنظّم للمعرفة العلميّة. والتكنولوجيا كنواتج (**products**) ، وفي هذه الحالة تعني الأدوات، والأجهزة، والمواد الناتجة عن تطبيق المعرفة العلميّة. والتكنولوجيا كعمليّة ونواتج معاً، وفي هذه الحالة تشير إلى العمليّات ونواتجها معاً مثل تقنيات الحاسوب التعليميّ، وما يقدّمه من برامج علميّة منظّمة وهادفة. فالتّكنولوجيا هي بالتالي فكر وأداء وحلول للمشكلات قبل أن تكون مجرّد اقتناء معدّات"، ويعتقد كلّ من ماهر إسماعيل صبري وصلاح الدّين محمد توفيق بأنّ التكنولوجيا ليست مجرّد علم أو تطبيق للعلم أو مجرّد أجهزة؛ بل هي أعمّ وأشمل من ذلك بكثير؛ فهي نشاط إنسانيّ يشمل الجانب العلميّ والجانب التطبيقيّ.

وقد انتشرت نظرة محدودة الرؤية لمفهوم التكنولوجيا بشكل واسع وتتمثّل في أنّ التكنولوجيا ليست سوى استعمال للكمبيوتر واستخدام للأجهزة الحديثة مثل الهواتف الذكيّة وغيرها. على أنّ التكنولوجيا هي مختلف العمليّات التي يتمّ من خلالها أداء مهام محدّدة. فهي وسيلة وليست نتيجة. وهي أسلوب التفكير في كيفيّة استخدام المعارف والمعلومات والمهارات لإخراج نتيجة معيّنة أو منتج معيّن، أي أنّها استخدام المعرفة العلميّة وتطبيقها وتطويعها لإنتاج شيء معيّن يكون له فائدة معيّنة يستطيع من خلالها توفير الوقت والجهد[1].

[1] https://ar.wikipedia.org/wiki/

ويمكن تعريف التكنولوجيا إجرائيّاً بأنّها طريقة للتفكير في استخدام المعلومات والمهارات والخبرات والعناصر البشريّة وغير البشريّة المتاحة في مجال معيّن وتطبيقها في اكتشاف وسائل تكنولوجيّة لحلّ مشكلات الإنسان وإشباع حاجاته وزيادة قدراته. أنها برمجة للأفكار والمعلومات والمهارات والمعرفة.

و. المعلومات (Information):[2]

تُعرّف المعلومات على أنّها البيانات الّتي تمّت معالجتها بحيث أصبحت ذات معنى، وباتت مرتبطة بسياق معيّن. والمعلومات مصطلح واسع يستخدم لعدّة معاني حسب سياق الحديث، وهو بشكل عامّ مرتبط بمصطلحات مثل: المعنى، والمعرفة، والتعليمات، والتواصل.

والمعلومات أنواع وهي:

١- المعلومات التطويريّة أو الإنمائيّة، مثل قراءة كتاب أو مقال وإدراك مفاهيم وحقائق جديدة الغرض منها تحسين المستوى العلميّ والثقافيّ للإنسان وتوسيع مداركه.

٢- المعلومات الإنجازيّة: وهي المعلومات الّتي يحصل الفرد من خلالها على مفاهيم وحقائق تساعده على إنجاز عمل أو مشروع أو اتّخاذ قرار.

٣- المعلومات التعليميّة: وهي تتمثّل في متابعة الطلبة في مراحل حياتهم العمليّة للمقرّرات الدراسيّة والموادّ التعليميّة.

٤- المعلومات الفكريّة وهي الأفكار والنظريّات والفرضيّات حول العلاقات الّتي من الممكن أن توجد بين مختلف عناصر المشكلة.

٥- المعلومات البحثيّة: وهي تشمل التجارب وإجرائها ونتائج الأبحاث وبياناتها التي يمكن الحصول عليها من تجارب المرء نفسه أو تجارب الآخرين، ويمكن أن يكون ذلك حصيلة تجارب معمليّة أو حصيلة أبحاث أدبيّة.

٦- المعلومات الأسلوبيّة النظاميّة: وتشمل الأساليب العلميّة التي تمكّن الباحث من القيام ببحثه بشكل أكثر دقّة. ويشمل هذا النوع من المعلومات الوسائل الّتي تستعمل للحصول على

---

[2] https://ar.wikipedia.org/wiki/

المعلومات والبيانات الصحيحة من الأبحاث، والّتي تختبر بموجبها صحّة هذه البيانات ودقّتها.

٧- المعلومات الحافزة والمثيرة.

٨- المعلومات السياسيّة، وهذا النوع من المعلومات يساعد على اتّخاذ القرار.

٩- المعلومات التوجيهيّة.

١٠- المعلومات الفلسفيّة، وهي الّتي تعطي تفكيرا توجيهيّا للفرد في تركيب فكرة علميّة أو أدبيّة.

ز. المنتديات الإلكترونية:

منتدى الإنترنت هو اجتماع افتراضي في مكان واحد بخلاف دردشة الإنترنت التي هي تواصل افتراضي في مكان وزمان واحد، باعتبار المكان هو الصفحة.

وتعرف منتديات المناقشة الإلكترونية Discussion Forum بأنها إحدى البرمجيات الاجتماعية التي تسمح للمستخدمين بإرسال موضوعات للأعضاء كي يتناقشون فيها ويعلقون عليها، إما بطريقة خطية متعاقبة Linear، أو بطريقة خطية متداخلة Threaded، ويشتمل المنتدى الواحد أحياناً على أبواب مختلفة يتخصص كل منها في موضوع بعينه (القحطاني، ٢٠٠٩).

ويعرفها خميس أنها نظام لتبادل الحوار بين مستخدمي الإنترنت لتبادل الآراء والتفاعل الحي المباشر أو غير المباشر عبر ما يعرف بمنتدى الإنترنت(في: القحطاني، ٢٠٠٩).

ح. الرأي العام:

اختلف العلماء في وضع تعريف محدد للرأي العام، فالرأي العام اتفاق في وجهات النظر بين الناس حول موضوع معين باعتبارهم أعضاء في مجتمع واحد، ويقول شيفلي: الرأي العام تعبير عن آراء وأحكام ورغبات واتجاهات عامة الشعب أو جزء منه بالرغم من وجود مجموعات كثيرة، لكل مجموعة رأي عام وتختلف من مجموعة إلى أخرى، ويقول جيلينك Jellink أن الرأي العام مجموع آراء الجماعات المكونة للمجتمع، وهو الكيان العقلي لفئات المجتمع وتفاعله. ويحدد وليام ألبيج- William Albig الرأي العام بأنه الناتج عن عملية تفاعل الأشخاص في أي شكل من أشكال الجماعة، وهو موضوع معين يكون محل نقاش وتفاعل الأشخاص في أي شكل أو جماعة.

كما يقول ليونارد دوب في كتابه الرأي العام والدعاية: أن الرأي العام هو اتجاه جماعة من الناس نحو مشكلة معينة أو حادث معين واتجاهات وميول أفراد الشعب إزاء مشكلة ما، في حال انتمائهم إلى مجموعة اجتماعية واحدة، وهو رأي الفئة الاجتماعية التي تتأثر بالمشكلة أكثر من غيرها، ومحصلة ضرب الآراء الفردية (الشريف، ٢٠١٢).

ط. الرأي العام الإلكتروني:

الرأي العام الإلكتروني هو كل فكرة أو اقتراح أو رأي أو مشاركة أو حتى لفظ اعتراض غاضب تعبر عن توجه معين أو تدافع عن ايدلوجية بعينها أو تنبع من تجربة شخصية سواء فردية أو جماعية لتصل إلى نتيجة سياسية عامة يتم توصيلها كرسالة اتصالية من خلال تلك الشبكة (الإنترنت)؛ لتأخذ دورها في المشاهدة والاطلاع من قِبَل كل من يملك أو يستطيع استخدام تلك الخدمة، والاطلاع في الوقت نفسه على تلك القنوات التي يستخدمها الآخرون ليتكون ما نعرفه بـ "الرأي الإلكتروني". وفي هذه الحالة فالرأي الإلكتروني يعبر عن كل الشرائح التي تملك تلك الوسيلة أو الأداة التكنولوجية للتعبير والتواصل والنقاش (أبو الحجاج، ١٩٩٨).

ك. شبكة الإنترنت: هي شبكة المعلومات الدولية الضخمة المرتبط بعضها ببعض بوساطة الحاسب الآلي، وتشمل الصفحات العنكبوتية والبريد الإلكتروني وقوائم المناقشة ومجموعات الأخبار والقوائم البريدية.

الفصل الثاني

الإطار النظري والدراسات السابقة

١. الإطار النظري:

١,١ الصحافة الإلكترونية.

٢,١ الصحافة الورقية.

٣,١ مصادر الاتصال والمعلومات ونظرياتها.

٢. الدراسات السابقة:

١,٢ التعليق على الدراسات السابقة.

٣. فرضيات الدراسة.

الفصل الثاني

الإطار النظري والدراسات السابقة

يتضمن هذا الفصل عرضاً للإطار النظري، مختوماً بأهم الدراسات السابقة في المجال.

١. الإطار النظري:

مرت المجتمعات البشرية بمراحل تاريخية في تطور الفكر العلمي، وتطبيقاته التكنولوجية المباشرة، وكان لتكنولوجيا الاتصال حظ وافر من التطور الذي شهده العالم في السنوات الأخيرة.

وتعد الثورة المعلوماتية إحدى السمات البارزة للعصر الذي نعيشه، ولقد شهد الثلث الأخير من القرن العشرين تطوراً تكنولوجيا في مجال الاتصال الإلكتروني تجاوزت آثاره الهزة البارزة التي شهدها المجتمع الإنساني منذ بداية الثورة الصناعية ثم ظهور الصحافة فالإذاعة فالتلفزيون.

ومع توفر وسائل الاتصال؛ خاصة الاتصال الإلكتروني نجد أن النظرية الحتمية التكنولوجية (Technological Determinism Theory) وهي من النظريات المادية التي اهتمت بتأثير تكنولوجيا وسائل الإعلام على شعور وتفكير وسلوك الأفراد وعلى التطور التاريخي للمجتمعات، والتي يرى صاحبها "مارشال ماكلوهان" Marshall Mcluhan أن مضمون وسائل الإعلام لا يمكن النظر إليه مستقلاً عن تكنولوجية الوسائل الإعلامية نفسها، فطبيعة وسائل الإعلام التي يتصل بها الإنسان تشكل الأفراد والمجتمعات أكثر مما يشكلها مضمون الاتصال لذلك يفترض في نظريته أن تكنولوجيا الاتصال تكبل حرية الإنسان الذي يصبح تابعاً لها (دليو، ٢٠١٠).

وقد انعكست التطورات الأخيرة على الاتصال نفسه، وقد شهد آخر القرن العشرين الميلادي قفزات تكنولوجية هائلة في مجال وسائل الاتصال والمعلومات، ولا شك أن أحدثها وأهمها ظهور شبكة المعلومات الدولية (الإنترنت) وانتشارها، وما صاحبها من قفزات في النشر الإلكتروني، واستخدام هذه الشبكة في البحث العلمي ونقل المعلومات، بحيث أصبحت المعلومات متاحة لاستخدام الناس في أي رقعة من الأرض مهما كانت نائية.

وأحدثت ثورة تكنولوجيا المعلومات التي تفجرت في العقدين الأخيرين من القرن الميلادي الماضي – تحولات ضخمة على مستوى البحث العلمي؛ بما وفرته من سهولة في استخدام الحاسب الآلي للباحثين في العلوم، وبما أتاحته من مصادر متجددة للمعلومات، وبرامج لإدارة البيانات والمعلومات وتحليلها، فأصبحت بذلك بمثابة مكتبة لكل باحث في أي تخصص.

وكسبت هذه الوسيلة الاتصالية الجديدة جمهوراً عريضاً من مختلف فئات الجماهير، وأصبحت منافسا قويا لوسائل الإعلام التقليدية.

وتعبر حرية الرأي والتعبير عن حق الإنسان في الاتصال، بما يتيح الفرصة أمام الجماهير للتعبير عن آرائها بلا قيود، ويمثل هذا الحق أحد أهم المرتكزات الرئيسة للعملية الاتصالية التي تتم في أي مجتمع من المجتمعات، حيث تسهم حدود الرأي المتاحة في المجتمع في بلورة ملامح البيئة الاتصالية لهذا المجتمع.

وقد سعت المجتمعات الحديثة في توسيع نطاق حريات الرأي المتاحة فيها، وتبعاً لذلك فقد تزايد الاهتمام في المجتمعات العربية من إعلاء قيمة الحرية، بما في ذلك حرية الرأي والتعبير الإعلامي، نتيجة تظافر عوامل عدة، أبرزها: تنامي حركة الإصلاح السياسي والإداري في المجتمع، واستيعاب التنظيمات الحديثة للتغيرات الاتصالية مهنياً وتقنياً، إلى جانب تعدد البدائل الاتصالية المتاحة في المجتمع، وظهور المؤسسات المجتمعية الهادفة لتطوير العمل الإعلامي، كذلك تطور أساليب الممارسة المهنية في وسائل الإعلام.

ولأن المعلومات شكلت دوراً بارزاً في حياة الأفراد والمجتمعات عبر التاريخ الإنساني، فمن يملك المعلومات يملك السيطرة على العالم المترابط الذي نعيشه، ومن هنا برزت الحاجة إلى مصدر أو وسيلة أو قناة يمكن عن طريقها نقل المعلومات، وتداولها من مُصدرها إلى المستفيدين منها، ولقد اتخذت مصادر المعلومات أشكالاً وأنماطاً مختلفة من كتب ودوائر معلومات، وصحف ودوريات ومدونات، ولعل أكثر هذه الأشكال شهرة وانتشاراً وألفة بين مستخدمي الإنترنت "المنتديات الإلكترونية"، ولعل أبرز معطيات الإنترنت في عالم المعلومات والصحافة هو النشر الإلكتروني والذي تأتي المنتديات كأحد أهم أشكاله، وينظر علم اجتماع الإنترنت إلى المنتديات باعتبارها وسيلة للتعبير والتواصل والدعاية والإعلان للمؤسسات والأفراد، ومن جانب آخر ينظر إلى المنتديات

باعتبارها أحد أساليب المشابكة الاجتماعية التي يمكن أن تدفع أصحابها وروادها للانخراط والتكيف مع تقنيات إدارة المحتوى لأجل تلبية احتياجاتهم الخاصة بتطوير مجتمع افتراضي ينبض بالحيوية والنشاط (الوردي، ٢٠٠٧).

وكان لوجود الإنترنت في كل مكان ودوره الخطير في النشر الإلكتروني وظهور المنتديات كونها صوت حر بلا رقابة ولا تدخل ولا قيود ولا مصالح اقتصادية كان لها الأثر الأكبر لجذب الشباب حيث الاستخدامات الهائلة منهم لها، وإنشائها لإشباع رغبتهم فيما يريدون للتعبير عنه من أفكار، وتحقيق إشباع الحوار والتعليق وأن يكون لشخص وجود حي حتى ولو في مجتمع يجد من يعرف أفكاره ويناقشها (القحطاني، ٢٠٠٩).

ويعتبر الإنترنت شبكة اتصال جماهيرية ضخمة جداً وغير مركزية وتربط مجموعة كبيرة من شبكات الحاسب الآلي المنتشرة في أنحاء العالم حيث تتبع كل شبكة جهة مستقلة مثل الجامعات، ومراكز البحوث، والشركات. وتتميز الشبكة بعدم وجود جهة مركزية تديرها، أو تحكمها بشكل مباشر. كما تتميز بسرعتها الفائقة، وإتاحتها لقدر كبير من الحرية والتفاعلية. والإنترنت وسيلة اتصال جماهيري حديثة لنقل الأخبار والمعلومات إلكترونياً عن طريق شبكة الحاسب الآلي المتصلة بالهاتف أو الألياف الضوئية، ويمكن من خلالها نشر واستقبال الأخبار والمعلومات والصور بأسلوب سهل وسريع، كما أن وسائل الإعلام التقليدية من إذاعات ومحطات تلفاز وصحف ومجلات يمكن الاطلاع عليها وقراءتها، أو الاستماع إليها، أو مشاهدتها من خلال هذه الوسيلة، فصارت أم الوسائل الاتصالية الحديثة.

ولم تلق وسيلة إعلامية مثلما لقيت الإنترنت من الاهتمام، والانتشار على مستوى العالم؛ ففي حين وصل مستمعو المذياع إلى خمسين مليوناً بعد خمسين عاماً من اختراعه، والتلفاز إلى خمسين مليوناً بعد ثلاثة عشر عاما من استخدامه، نجد أن مستخدمي شبكة الإنترنت وصلوا إلى خمسين مليوناً بعد أربع سنوات فقط منذ بداية التسعينات حين بدأ الاستخدام التجاري لها، وقد زاد استخدام الإنترنت على مستوى العالم إلى أكثر من ٥٠٪ في النصف الأول من عام ١٩٩٨، مقارنة باستخداماتها عام ١٩٩٧، وزادت النسبة إلى ٨٤٪ في عام ١٩٩٩. ولا تبتعد مستويات نمو استخدام الإنترنت في العالم العربي كثيراً عن مثيلاتها في البلدان المتقدمة (الصعيدي، ٢٠١٠).

وعلى الرغم من تعدد أوجه الاستخدام لشبكة الإنترنت إلا أن المواد الإخبارية في الشبكة تمثل جانباً مهماً من تكوينها المعلوماتي لما تشكله الأخبار والمواقع الإخبارية من أهمية لدى الجمهور، حيث يلاحظ تزايد الإقبال على متابعة الأخبار. ويضاف إلى ذلك أن وسائل الإعلام تستفيد من خدمات الشبكة في مجال استقبال الأخبار.

وقد أدى انتشار شبكة الإنترنت إلى انفتاح إعلامي ومعلوماتي عالمي، متجاوزاً حدود الزمان والمكان التي تقلصت إعلامياً في وقت تداخلت فيه المصالح السياسية والأيديولوجية والاقتصادية، وتعذر معه القدرة على منع تلك التداخلات، فزاد بذلك الانفتاح استهلاك الأخبار في العالم. كل ذلك كان . بالإضافة إلى عوامل أخرى . بسبب الإمكانات المتميزة للشبكة؛ حيث جمعت معظم خصائص وسائل الإعلام التقليدية، كما أن وسائل الإعلام التقليدية تحكمها قيود كثيرة تضعها الحكومات أو الشركات المالكة لها أو المشرفة عليها، كما أنها تتعرض لضغوط من جهات عديدة تؤثر في أدائها لعملها بمهنية وموضوعية.

ورغم أن الإنترنت لم تسلم تماما من هذه القيود إلا أنها في معظم الأحايين ضعيفة إذا ما قورنت بالوسائل الإعلامية التقليدية. ومن جانب آخر تقدّم الإنترنت –عبر المنتديات الحوارية –نمطاً جديداً من الاتصال الشعبي الذي يعد مصدراً غنياً للأخبار بل والشائعات التي لا تجد لها مكاناً في وسائل الإعلام التقليدية، خاصة في الدول التي يقل فيها الانفتاح وحرية الإعلام.

وأحدثت الإنترنت تغييراً في العمل الإعلامي حينما شرعت الصحف والمحطات الإعلامية العالمية بإنشاء المواقع على الشبكة العالمية، فسعت بذلك إلى نقل الأخبار والمعلومات بعمق إلى الجمهور، ولا يقتصر نشر الخبر في الإنترنت على إعادة تقديم المحتوى نفسه المقدم في الصحف، بل زاد الأمر إلى استغلال خصائص الإنترنت مثل استخدام القوائم البريدية في تعميم الخبر للمشتركين.

وليس الفرق بين وسائل الإعلام المطبوعة، والإنترنت هو المادة التحريرية فقط، بل يمتد الأمر إلى خدمات الشبكة الإضافية مثل: طريقة التصفح، ووجود أرشيف للأعداد السابقة، وخدمة البحث عن الموضوعات ذات العلاقة بالخبر، وإمكانية وجود روابط إلكترونية لمواقع إعلامية أخرى، وسرعة التحديث.

ومع تزايد أهمية شبكة الإنترنت في نقل المعلومات والأخبار، ومنافستها لوسائل الإعلام التقليدية في نقل الأخبار بدرجة عالية من الآنية؛ أصبح الجمهور يعيش تطور الأحداث أولاً بأول، حتى صارت الإنترنت بذلك قوة إعلامية مستقلة في معظم الأوقات والظروف.

وشبكة الإنترنت هي المكان المثالي للحصول على أحدث الأخبار العالمية، بل ويمكن متابعة الحدث وقت حدوثه عن طريق الشبكة.

وأتاحت الشبكة لجمهورها التغلغل بعمق في الروابط الإلكترونية، أو الوصلات المرتبطة بموضوع الخبر؛ وذلك لإشباع رغبته في الحصول على المعلومات، وهو ما يسمى بالبحث الذكي، والاستفادة من خدمات النص الفائق، وهو استخدام الآليات المتوافرة على الشبكة لتقوم بالبحث عن الأخبار أو الصور أو المقالات ذات الأهمية الخاصة للمستخدم والتي يتم تحديدها من قبل المستخدم (الشهري، ٢٠٠١).

١,١ الصحافة الإلكترونيّة (Electronic Edition):

هي الصحف التي يتمّ إصدارها ونشرها على شبكة الإنترنت، سواء أكانت هذه الصحف بمثابة نسخ أو إصدارات إلكترونيّة لصحف ورقيّة مطبوعة، أو موجز لأهمّ محتويات النسخ الورقيّة، أو كجرائد إلكترونيّة ليست لها إصدارات عادية مطبوعة على الورق. وهي تتضمّن مزيجاً من الرسائل الإخباريّة والقصص والمقالات والتعليقات والصور والخدمات المرجعيّة (إبراهيم، ١٩٩٩).

والصحف الإلكترونية هي الصحف المكتوبة، والتي يعاد نسخها على الإنترنت وتتميز عن النسخة المكتوبة باستعمال كبير للألوان، والصوت، والصورة (بوعجيمي وبراون، ٢٠٠٥).

وبالتالي فإن "الصحافة الإلكترونية هي نوع إعلامي لوسيلة إعلامية تتحقق بفكرة النشر الإلكتروني، الذي بدوره يتجسد من خلال الإنترنت، كشبكة معلوماتية وأداة ومصدر للمعلومة. وأصبح سهلا تطوره ثم تداوله بسبب فكرة عملية النشر المكتبي" (بلعاليا، ٢٠٠٦).

١,١,١ نشأة الصحافة الإلكترونيّة:

يرى بعض الباحثين أن ولادة الصحافة الإلكترونية كان مع بداية السبعينيات، وظهور خدمة " التلتكست عام ١٩٧٦، كثمرة تعاون بين: مؤسستي: and Independent Broadcasting BBC، ولقد شهد عام ١٩٧٩ ولادة خدمة الفيديوتكست الأكثر تفاعلية مع نظام Prestel على يد مؤسسة British Telecom Authority البريطانية (بال وإيميري، ٢٠٠١: ص٧). وبناءً على النجاح الذي أحرزته المؤسسات المذكورة في توفير خدمة النصوص التفاعلية للمستفيدين، دخلت بعض المؤسسات الصحفية الأمريكية منتصف الثمانينيات على هذا الخط. وبذلك بدأ العمل على توفير النصوص الصحفية بشكل إلكتروني إلى المستفيدين عبر الاتصال الفوري المباشر (جاب الله، ٢٠٠٦).

وتعد صحيفة "هيلزنبرغ إجبلاد" السويدية أول صحيفة تنشر بالكامل على الإنترنت، وتلتها صحيفة "الواشنطن بوست" الأمريكية سنة ١٩٩٤ والتي قامت بإعداد نشرة يعاد تحديثها فورياً في كل مرة تتغير فيها الأحداث، مع وجود مراجع وثائقية وتاريخية و إعلانات. وقد أطلق على هذا النوع من النشر في بدايته الأولى مصطلح الحبر الرقمي (جاب الله، ٢٠٠٦).

وبالتالي، وقبل نهاية التسعينيات، كانت هناك عشرات الصحف في العالم قد سخرت إمكانياتها لتنشئ مواقع على شبكة الإنترنت نظراً لقلة التكلفة والسهولة، رامية بذلك إلى توسيع آفاق التوزيع والانتشار، لتتجاوز التقييدات المالية والنقل وبصفة خاصة قيود الرقابة. إلا أنه سرعان ما اكتشف أصحاب هذه الصحف أن النسخة الإلكترونية المشابهة للطبعة الورقية لم تعد تلبي احتياجات القراء، إذ أن المستخدم يبحث عن الجديد بعيداً عن الطبعة الورقية على الإنترنت. وهكذا، بدأت الصحف بإنشاء إدارات تحري خاصة بمواقعها الإلكترونية تتولى تحرير صحيفة منفصلة عن النسخة الورقية. وبالتالي، أصبحت الصحف الإلكترونية منافسة للصحف المطبوعة، كما أن الأهمية المتزايدة للصحافة الإلكترونية أدى إلى ظهور اتجاه آخر من هذه الصحف يتمثل في ظهور مواقع إخبارية إلكترونية، تتخذ مظهر صحيفة متكاملة من حيث المضمون والمسمى. ولكن تخضع للنمط الإلكتروني وهي صحف إلكترونية محضة لا علاقة لها بأي صحيفة ورقية، إذ نشأت في بيئة الإنترنت وحققت نجاحاً كبيراً، حتى أن نجاحها شجع بعضها على الخوض في عالم النشر التقليدي

الورقي تجدر الملاحظة في المستهل إلى أن التاريخ الدقيق لانطلاق أول صحيفة إلكترونية من حيث متى وأين غير متفق عليه حيث تتباين الروايات بهذا الشأن. وعليه، ومع اتجاه المزيد من الناس نحو الإنترنت، كمورد ومصدر للمعلومات كان من الطبيعي لوسائل الإعلام أن تلتفت إلى فرصة الاستثمار هذه.

وبحسب رأي الباحث الأمريكي "مارك ديويز" في دراسة له حول تاريخ الصحافة الإلكترونية، فإن أول صحيفة في الولايات المتحدة دشنت نسخة إلكترونية لها على الإنترنت كانت "شيكاغو تريبيون" عام ١٩٩٢ مع نسختها "شيكاغو أون لاين". وتوالى بعد ذلك ظهور المواقع الإخبارية والصحفية على الإنترنت، سواء التابعة للصحف والقنوات التليفزيونية أو المواقع الإخبارية المستقلة التي تعد قناة صحفية إلكترونية مستقلة في حد ذاتها (غيطاس، ٢٠٠٥).

في هذا السياق، يرى "درويش اللبان" أن الصحافة الإلكترونية قد بدأت تلفت الأنظار إليها في أعقاب حرب الخليج الأولى عام ١٩٩١، عندما عرضت وكالات الأنباء العالمية صورة البطة البرية وهي تشرف على الموت بعد أن غرقت في مياه الخليج الملوثة بالنفط. وقد تعاطف الكثيرون في مختلف بلاد العالم مع هذه الصورة المؤثرة، وأدان ما حدث من اعتداء صارخ على البيئة و الطبيعة، وتلويث شديد لمياه الخليج بسبب الأعمال الحربية التي تجاوزت كل الحدود الشرعية والمشروعة (اللبان، ٢٠٠٥).

من جهة أخرى، يشير البعض أن الصحافة الإلكترونية شهدت ازدهاراً كبيراً بعد الحادي عشر من سبتمبر، الذي استفاق العالم فيه على وقع حدث مهول في أمريكا، إذ استطاعت الصحف الإلكترونية والمواقع الإخبارية الإلكترونية أن تنقل بالكلمة والصوت والصورة ذلك الحدث التاريخي بدقة وكفاءة نادرة، بينما تعثرت بعض الصحف والفضائيات التقليدية وأثبتت فشلها في تلك المهمة (شفيق، ٢٠٠٦).

بينما يرى فريق آخر أنه مع عمليات التطوير في مجال استخدامات الإنترنت، بدأت شبكات الإذاعة والتلفزيون المشهورة مثل: B.B.C و C.N.N تخصص مواقع مستقلة لها لتحمل ما يصلها من بيانات وأخبار لكل من يريد أن يتصفحها. أيضا، بدأت الصحف المهمة هي الأخرى تظهر على شاشات شبكة المعلومات من خلال المواقع التي أعدتها لذلك، والتي لاقت إقبالاً كبيراً من جانب رواد

الإنترنت الذين وجدوا فيها ضالتهم المنشودة واستغنوا بها عن الصحف الورقية المأثورة. وفضلاً عن ذلك، بدأت الصحف الإلكترونية البحتة أو الخالصة تظهر إلى حيز الوجود، سواء في الدول الأجنبية أو في البلاد العربية.

وتجدر الإشارة إلى أن الصحف الإلكترونية لم تكن في البداية ذات عائد مادي كبير يشجع على الاستمرار أو الاستفادة منها. وذلك راجع لعدم معرفة أو اهتمام أصحاب الإعلانات بها، وعدم ثقتهم فيها كوسيط إعلامي مؤثر. غير أن مع تزايد استخدامات الإنترنت وكثرة رواد مواقع الصحف الإلكترونية تنبه المعلنون لأهمية الإعلان عبر الإنترنت، وبدأت الصحف الإلكترونية تحقق عائداً مادياً يتوقع تزايده في المستقبل بشكل كبير (الحلو، ٢٠١٣).

ولقد كانت بداية الصحافة الإلكترونية مجرد مواقع تحتوي على مقالات وموضوعات وأفكار وأطروحات ورؤى بسيطة. وتحديداً انطلقت من منتديات الحوار، التي تتميز بسهولة تحميل برامجها وبساطة تركيبها.

ولقد شهد الإعلام تحولات معتبرة خلال العقود الماضية، وكان من أبرز ملامحها ظهور الإنترنت كوسيلة اتصال تفاعلية أتاحت الفرصة أمام الأفراد والجماعات والمؤسسات للوصول إلى المعلومات وبحجم هائل وبسرعة فائقة، وقد تسابقت المؤسسات الإعلامية والأفراد لاستغلال هذا المورد المهم في نشر وتبادل المعلومات بأشكالها المتعددة، مما أدى إلى إفراز أنماط إعلامية جديدة، وأبرزها ما يسمى بالصحافة الإلكترونية أو صحافة الإنترنت On line journalism.

وأصبحت صحافة الإنترنت تشكل نواة حقيقية منافسة للصحافة التقليدية، والتي صارت تجلب إليها أعدادا كبيرة من المستخدمين ممن لهم القدرة الفكرية والمادية على النفاذ للشبكة العنكبوتية. ولعل من بين أهم تأثيرات هذا التطور ما يلاحظ من جدل حول المخاطر التي يمكن أن تهدد مستقبل الصحافة الورقية، بسبب ارتفاع تكاليف الإنتاج والتوزيع وتناقص الموارد الإعلانية التي تستمد منها الصحف أسباب بقائها وازدهارها، علاوة على تراجع مقروئيتها لدى القراء عامة، والشباب بصفة خاصة.

والصحافة الإلكترونية (Electronic Newspaper) أخذت عدة تسميات أخرى مثل "الصحيفة الافتراضية" (Virtual Newspaper)، و"الصحيفة على الخط" (online newspaper)، و"الصحيفة خارج الخط" (outline newspaper).

ولهذا أصبح لزاماً على وسائل الإعلام التقليدية مواكبة هذا التطور التكنولوجي، وقد شهدت فترة التسعينيات المزيد من تحول الصحف إلى الآلية الكاملة في عملية الإنتاج، كما تم ربط مراكز المعلومات الصحفية ببنوك المعلومات المحلية والدولية وشبكاتها، وتم تطوير أساليب طباعة الصحف في أكثر من موقع في الوقت نفسه من خلال تحسن أسلوب الإرسال و تسريعه (علم الدين، ٢٠٠٥: ص١٥٨).

وهكذا، أصبح من الممكن بالنسبة للقارئ أن يختار ما يريد قراءته، وأن يحصل عليه مرئياً أو مسموعاً على شاشة التلفزيون أو الحاسب الإلكتروني من خلال شبكة المعلومات، وهو ما يسمى بالصحافة الإلكترونية التي بدأت تطرح نفسها كمنافس للصحافة المطبوعة منذ ظهورها أو كبديل لهذا النوع من الصحافة عندما تصل إلى مرحلة النضج والتبني الكامل مع القراء (شفيق، ٢٠٠٥: ص٣٩).

وقد فرضت الصحافة الإلكترونية وجودها في الواقع الافتراضي بدورها في رصد الأحداث وصناعة الخبر. وهذا جنباً إلى جنب مع الصحافة التقليدية، ولتتجاوز القيود الجغرافية والسياسية التي تعاني منها نظيرتها الورقية التي ربما بدأ العد العكسي لأفول نجمها مع تقدم عجلة الزمن. فالصحافة الإلكترونية تحرز يوماً بعد يوم تطوراً مذهلاً في مواقعها وخدماتها. وهذا بفضل استخدامها للوسائط المتعددة التي جعلت منها صحافة إلكترونية تفاعلية، وهذا ما أصبح يعرف بعبارة " الهجرة المعاكسة " (جاب الله، ٢٠٠٦).

٢,١,١ ماهية الصحافة الإلكترونيّة:

لقد تطرق العديد من الباحثين إلى ظاهرة الصحافة الإلكترونية وتقديم تعريفات مختلفة تختلف باختلاف مجال الاختصاص، ولكن يمكن أن نقدم بعض التعاريف المهمة على النحو التالي:

- يمكن تعريف online journalism على أنها "صحافة كما تتم ممارستها على الخط المباشر" (اللبان، ٢٠٠٥).

- "الصحافة الإلكترونية هي الصحافة غير الورقية، مقروءة ومسموعة ومرئية، تبث محتوياتها عبر مواقع لها على الشبكة المعلومات العالمية" (الحلو، ٢٠١٣: ص٨٢).
- "وضع الصحيفة اليومية الكبيرة على الخط، أي جعلها في متناول القراء عبر حاسوب" (سنو، ١٩٩٩).
- "تتمثل الفكرة الأساسية في الصحيفة الإلكترونية، في توفير المادة الصحفية للقراء على إحدى شبكات الخدمة التجارية الفورية، مستخدمة في ذلك تقنيات حديثة ظهرت كوليدة لتكنولوجيا الاتصال، طارحة العديد من التحديات بالنسبة للوسائل التقليدية" (شفيق، ٢٠٠٦).
- "الصحف الإلكترونية هي الصحف المكتوبة، والتي يعاد نسخها على الإنترنت وتتميز عن النسخة المكتوبة باستعمال كبير للألوان، والصوت، والصورة" (بوعجيمي وبراون، ٢٠٠٥).
- "هي صفحة تحريرية نابضة بالحياة، توجد فيها صفحة الرأي في مواجهة الصفحات التي تحوي رسائل القراء، وهو ما لا يوجد في الصحيفة اليومية. فهي تشبه خط دردشة عبر الإنترنت، كما أنها تنشر المناقشات الدائرة حول موضوع معين أو العديد من الموضوعات، في حين يتم ربط المناقشات المختلفة والمتنوعة بمحتوى الرأي" (اللبان، ٢٠٠٥).
- "نوع من الاتصال يتم عبر الفضاء الإلكتروني – الإنترنت وشبكات المعلومات والاتصالات الأخرى– تستخدم فيه فنوناً وآليات ومهارات العمل في الصحافة المطبوعة، مضافا إليها مهارات وآليات تقنيات المعلومات، التي تناسب استخدام الفضاء الإلكتروني كوسيط أو وسيلة الاتصال، بما في ذلك استخدام النص والصوت والصورة والمستويات المختلفة من التفاعل مع المتلقي، لاستقصاء الأنباء الآنية وغير الآنية ومعالجتها وتحليلها ونشرها على الجماهير عبر الفضاء الإلكتروني بسرعة" (غيطاس، ٢٠٠٥).
- "نموذج جديد في العمل الصحفي، يستغل كافة مميزات وتقنيات الإنترنت، يجعل من الخبر الصحفي موجهاً نحو الجمهور، وما يهم الجمهور، وتصفية الأخبار، بحيث يحصل القارئ على ما يهمه دون الالتفات إلى الاهتمامات التجارية والإعلانية. وأطلق على هذا النموذج

اسم الصحافة الموزعة Distributed journalism أو الصحافة التفاعلية Interactive journalism (شفيق، ٢٠٠٦).

- "الصحافة الإلكترونية نوع إعلامي لوسيلة إعلامية تتحقق بفكرة النشر الإلكتروني، الذي بدوره يتجسد من خلال الإنترنت، كشبكة معلوماتية وأداة ومصدر للمعلومة. وأصبح سهلاً تطوره ثم تداوله بسبب فكرة عملية النشر المكتبي" (بلعاليا، ٢٠٠٦).

٣,١,١. عوامل ظهور الصحافة الإلكترونية:

يرى بعض الباحثين أن هناك ثلاثة عوامل ساهمت في ظهور وتطور الصحافة الإلكترونية، هي:

- الارتفاع المدهش في قدرات الإعلام الآلي لطاقات الكمبيوتر على تخزين ومعالجة المعطيات.
- التقدم في مجال ترقيم المعطيات في شكل رقمي مشفر، حيث يمكن نقل وتبادل المعطيات الرقمية من نقطة إلى أخرى من العالم بدون النظر إلى اللغة الأصلية التي كتبت بها.
- تطور تقنية ضغط المعلومات والتي تمكن من إرسال المعلومات بسهولة.
- ظهور القارئ الرقمي الذي أصبح يفضل الاطلاع على الأخبار والمعلومات في المواقع الإلكترونية، لما تتمتع به من خصائص فنية كأن يتم تحديثها باستمرار، وتوفرها على كم هائل من المعلومات ويتم اقتناؤها بطرق تفاعلية مختلفة.
- مواجهة الصحف المكتوبة على المستوى العالمي صعوبة كبيرة، بسبب غلاء مادة الورق والطباعة وقلة المادة الإعلانية التي فضلت التلفزيون والإنترنت.

٤,١,١ الفرق بين الصحافة الإلكترونية والصحافة الورقية:

تبين للباحثين بعض مظاهر الاختلافات العميقة والمهمة بين ما ينشر مطبوعاً وما ينشر إلكترونياً، وأن كلاهما إما يعتمد على الآخر بصفة غير مباشرة أو مباشرة. على سبيل المثال، تقوم العديد من مواقع الصحف الإلكترونية بإضافة مزيد من المواد الإخبارية، التي تحصل عليها من الوسائل التقليدية أو تقوم بخلق قصص خبرية خاصة ونشرها إلكترونياً.

ومن خلال النظر في الاختلافات بين الصحافة الإلكترونية والصحافة الورقية يمكن تبين ما يلي:

- **الاختلاف بين المضمون الإخباري للإنترنت والأخبار المطبوعة:** فالصحافة الإلكترونية تعمل على رسم صورة لها مخالفة للإنتاج المطبوع، وهذا بتوفير عدة خدمات إلكترونية أو ما يسمى بالخلفيات المعلوماتية والصور الفوتوغرافية، وعناصر الرسوم البيانية والصوت والفيديو. بالإضافة إلى أهم ميزة تتميز بها الصحافة الإلكترونية هي التفاعلية، وتتمثل هذه الأخيرة في البريد الإلكتروني والمؤتمرات الإلكترونية وندوات النقاش. وهذا ما يجعل الصحافة الإلكترونية تحتوي على عدة مضامين إخبارية غير موجودة في نظيرتها المطبوعة مع احتوائها على صور أقل مما نجده في الصحافة المطبوعة.
- **الخدمات الصحفية:** تقتصر الصحافة الإلكترونية على تلخيص بعض الموضوعات وإعادة صياغة عناوينها، التي تمتاز بالبساطة والاختصار والوضوح في المحتوى. وفق ما يناسب جمهور الإنترنت المختلف نوعاً ما عن جمهور الصحافة المطبوعة من حيث المستوى الثقافي والتواجد الجغرافي. كما أن الشكل الإخراجي للنسخة المطبوعة مختلف عن النسخة الإلكترونية.
- **العائدات:** إن الصحيفة الإلكترونية لا تستفيد بالقدر الكافي من مصادر التمويل التقليدية كالاشتراكات والتوزيع.
- **قراءة الصحف الورقية:** يمكن القول عنها أنها محررة من القيد المكاني، ولكن حتى الصحافة الإلكترونية أصبحت لا تعاني من هذا القيد نظراً للتطور التكنولوجي وانتشار المستحدثات التكنولوجية. ونقصد به استقبال الإنترنت مثلاً على جهاز الهاتف النقال وإمكانية الحصول على الأخبار الإلكترونية.
- **مصادر الأخبار:** إن مصادر أخبار الإنترنت تحظى بانقرائية أعلى من مصادر الأخبار المطبوعة.

وعليه، يتبين أن الصحف الإلكترونية تمثل تحدياً للصحف الورقية، وهذا ما جعل هذه الأخيرة تسعى لتأكيد تواجدها على شبكة الإنترنت. فمنها من يستمر ومنها من يتوقف عن الإصدار بسبب

الربحية نظراً لإحجام المستخدمين عن الدفع نظير مطالعتهم لنسخ الصحف عبر الشبكة. وهذا ما جعل الخدمات الصحفية أيضا تعمل على وضع رسوم مدفوعة للاشتراك عبر شبكة الإنترنت لجذب مزيد من المستخدمين. فقد فوجئ الجميع بتفوق بعض المواقع الإخبارية الإلكترونية العالمية، وأصبح من الطبيعي أن يلجأ إليها الفرد العادي والمهتم أو المختص في السياسة وغيرها، كمرجعية موثوقة وذات مصداقية.

وقد كان ينظر في السابق إلى الصحف الإلكترونية، كخدمة مكملة لما تقدمه النسخة المطبوعة من الصحيفة، ثم أثير النقاش حول فكرة مفادها أن الصحيفة الإلكترونية يمكن أن تكون بديلاً عن الصحافة المطبوعة وهذا يرجع لعدة أسباب مهمة منها (شفيق، ٢٠٠٦):

- التفوق الذي أبدته المحطات التلفزيونية الإخبارية في تغطية الأحداث.
- جذب الصحف الإلكترونية للقراء وتخطيها لمعوقات الورق وارتفاع أسعاره.
- مجمل السمات والخصائص التي تميز الصحافة الإلكترونية تقلص من إقبال القارئ على الصحافة الورقية.

وهناك مَنْ يرى أن المقارنة بين الصحافة الورقية والإلكترونية مرفوضة، وهذا من منطلق مفاده أن الصحافة الورقية صحافة بالمعنى العلمي والواقعي للكلمة، وأن الصحافة الإلكترونية مجرد وسيلة للنشر وجمع النصوص والمقالات والأخبار والصور، وبشكل آلي مجرد من المشاعر والإبداع والفاعلية. من جهة أخرى، يرى درويش اللبان "أن العديد من الباحثين يعتبرون الصحيفة وثيقة ثقافية تاريخية حقيقة، في حين أن الكمبيوتر ليس سوى وسيلة للبحث عن أشياء معينة، كما أن الصحيفة الورقية يسهل حملها وقراءتها، أما الوصلة الإلكترونية فقد يصعب الوصول إليها وقد تكون عرضة للأخطاء الإلكترونية، زد على ذلك التحميل البطيء للموضوعات.

أما الطرف الآخر فيرى أن الصحافة الإلكترونية مكملة لدور الصحافة الورقية والمطبوعة، وليس هناك صراع بينهما، إلا أن التمويل أصبح الآن من آليات نجاح تلك الصحف في شكلها الحديث، الذي ينعكس بالتالي على شكل وأداء الموقع من حيث تنوع أخباره وتحديثه بين الحين والآخر، فثقافة الإنترنت أصبح لها جماهيرها وشعبيتها وهي في ازدياد مستمر على العكس من قراء الصحف والكتب (اللبان، ٢٠٠٥).

٥,١,١ خصائص الصحافة الإلكترونية:

تتمتع الصحافة الإلكترونية بالحرية الكاملة التي يتمتع بها القارئ والكاتب على الإنترنت على خلاف الصحافة الورقية التي تكون في العادة قد تم تعديل مقالاتها من قبل الناشر أو رئيس التحرير حتى تلائم السياسة التحريرية للصحيفة، بالإضافة إلى مجموعة من المميزات التي يمكن تلخيصها كالتالي (الحلو، ٢٠١٣):

(١) **التفاعلية:** وهي مدى قدرة الشخص على الدخول في معالجة إعلامية بصفة نشطة من خلال التفاعل مع الرسائل الإعلامية أو المعلنين. وتعني أيضا الاتصال في اتجاهين بين المصدر والمتلقي أو بصفة أوسع الاتصال المتعدد الاتجاهات بين أي عدد من المصادر والمتلقين. كما أنها تعرف أيضا على أنها: إمكانية التواصل والتفاعل بين المستعمل والصحيفة الورقية التي تقدم إعلاماً. فالاتصال عبر الحاسبات يقدم أشكالاً متعددة من التفاعلية، مثل البحث عن المضامين وإتاحة رد الفعل أو رجع الصدى للمواقع الإعلانية، وبالمقارنة بوسائل الإعلام المطبوعة والإذاعة، فإن مستخدمي الإنترنت يسهل عليهم الاتصال بالقائمين بالاتصال من خلال قوائم البريد الإلكتروني ذات الوصلات الفائقة للمحررين والمخرجين. وبالإضافة للبريد الإلكتروني، تقوم المواقع الإخبارية الإلكترونية بتجريب أساليب مختلفة لقنوات رد الفعل، مثل: الخطابات الإلكترونية إلى المحرر، وغرف الحوار الحي، واللوحات الإخبارية، وندوات النقاش، والأسئلة الموجهة إلى الخبراء.

(٢) **الجاذبية:** وهي تعني الجاذبية الناتجة عن التعامل مع أكثر من ساحة، إذ يتمكن المتصفح لها من قراءة الأحداث و مشاهدتها و الاستماع إليها في آن واحد.

(٣) السرعة في تلقي الخبر العاجل في وقته مشفوعاً بفيلم فيديو معزز بصور حية، مما يدعم مصداقية الخبر، وذلك بدلاً من الانتظار إلى اليوم الموالي لقراءة العدد الجديد من الصحيفة اليومية.

(٤) التحرر من مقص الرقيب الذي قد يمنع نشر بعض الأخبار أو الصور في الصحف.

(٥) الاقتصاد في النفقات بالاستغناء عن أطنان الورق ومستلزمات الطباعة المستخدمة في الصحافة الورقية. وإعفاء القارئ من دفع ثمن الصحف التي يطلع عليها. بينما لا يحتاج من

يرغب التعامل مع الصحافة الإلكترونية، سوى لجهاز كمبيوتر ومجموعة من البرامج التي يتم تركيبها لمرة واحدة.

(٦) حماية البيئة من الكميات الهائلة من الصحف المقروءة المطبوعة بالأحبار السامة، ومن ضجيج مطابعها وفضلات صناعتها.

(٧) إمكانية الاطلاع على عدد من الصحف بدلاً من الاكتفاء بالصحيفة الواحدة.

(٨) تجاوز حاجز المكان وإمكانية الاطلاع على الصحف الأجنبية بصرف النظر عن بعد مكان صدورها.

(٩) سرعة وسهولة تداول البيانات على الإنترنت بفارق كبير عن الصحافة الورقية التي يجب أن تقوم بانتظارها حتى صباح اليوم التالي.

(١٠) حدوث تفاعل مباشر بين القارئ والكاتب، حيث يمكنهما أن يلتقيا في التو واللحظة معاً.

(١١) أتاحت الصحافة الإلكترونية إمكانية مشاركة مباشرة للقارئ في عملية التحرير. من خلال التعليقات التي توفرها الكثير من الصحف الإلكترونية للقراء، بحيث يمكن للمشارك أن يكتب تعليقه على أي مقال أو موضوع، ويقوم بالنشر لنفسه في نفس اللحظة.

(١٢) التكاليف المالية الضخمة عند الرغبة في إصدار صحيفة ورقية بدءاً من الحصول على ترخيص مروراً بالإجراءات الرسمية والتنظيمية. بينما الوضع في الصحافة الإلكترونية مختلف تماماً حيث لا يستلزم الأمر سوى مبالغ مالية قليلة لتصدر الصحيفة الإلكترونية بكل سهولة.

(١٣) عدم حاجة الصحف الإلكترونية إلى مقر موحد لجميع العاملين، إنما يمكن إصدار الصحف الإلكترونية بفريق عمل متفرق في أنحاء العالم.

هذه المميزات وغيرها مثلت بالفعل تحدياً للمؤسسات الصحفية، وأرغمها على ضرورة مواكبة هذا التطور التكنولوجي وتحديث منتجاتها حسب ما يخدم لغة العصر، وهذا بالفعل ما جعل معظم الصحف تتواجد على الشبكة بمختلف أشكالها، سواء بشكل مخالف عن النسخة المطبوعة أو كصورة إلكترونية طبق الأصل عن الصورة المطبوعة.

٦,١,١ مظاهر الصحافة الإلكترونية:

برزت مظاهر جديدة للصحافة الإلكترونية من خلال ما يلي (غيطاس، ٢٠٠٥):

١- الامتدادات الإلكترونية لوسائل الإعلام (مواقع الصحف والقنوات الفضائية والمجلات): ففي ظل الاتجاه المتزايد نحو استخدام الإنترنت كوسيلة للإعلام والحصول على الأخبار ومتابعة ما يجرى عالمياً، تعين على الصحف المطبوعة أن تنشئ لنفسها مواقع إلكترونية تخاطب بها جمهور الإنترنت الذي يتزايد بصورة كبيرة عالمياً، وتستخدم كوسيلة لامتصاص واستيعاب صدمة المنافسة الناشئة عن اقتحام هذا المجال. ويزخر هذا المدخل بالعديد من النقاط الجديرة بالمناقشة مثل مستوى الجودة في الموقع من حيث التصميم والتبويب، ودورة تحديث البيانات بالموقع، والخدمات المقدمة عليه وغيرها، وتحمل هذه الجوانب وغيرها قدرا من الثراء خاصة فيما يتعلق بمواقع الصحف العربية التي لم تدرس بالقدر الكافي رغم أن متابعتها واردة.

٢- الصحف الإلكترونية (بوابات صحفية بلا صحف ورقية): في عام ١٩٩٩ ظهرت عبر الإنترنت موجة "الدوت كوم"، والتي يقصد بها الشركات التي ظهرت وتأسست لكي تعمل عبر الإنترنت فقط دون أن يكون لها نشاط أو وجود مادي على أرض الواقع. وظهرت مئات الشركات من هذا النوع في مجالات عديدة، عرفت باسم بوابات الإنترنت الصحفية، وتخصصت في تقديم المواد الإخبارية والتحليلات الصحفية والمقابلات والحوارات والمحادثة والنشرات البريدية الإلكترونية وخدمات البريد الإلكتروني وخدمات البحث في الأرشيف. وتجسد حالياً هذه البوابات نموذجاً للصحافة الإلكترونية التي تمارس عملها بالكامل عبر الإنترنت دون أن يكون لها أي نسخ مطبوعة. الأمر الذي يجعل منها مدخلاً جيداً، يمكن الاقتراب منه وفقا للعديد من النقاط الخاصة بالتصميم ودورية التحديث وتنوع الخدمات، والجهات القائمة على الموقع وتوجهاته العامة والرؤية التي يحملها القائمون عليه.

٣- الصحف الإلكترونية التليفزيونية (قنوات المعلومات): تعد قنوات المعلومات عبر التليفزيون أحد أوجه ظاهرة الصحافة الإلكترونية الحديثة التي لا يمكن إغفالها، حتى وإن كانت لا تحظى بنفس القدر من الاهتمام الذي تحظى به أنواع الصحافة الإلكترونية المرتبطة عضوياً بشبكة الإنترنت، فهي عملياً تقدم نوعاً من الصحافة المقروءة على الشاشة، يستخدم فيه العديد من الفنون والمهارات الصحفية المعروفة، خاصة فن الخبر والتقرير وإن كانت تعتمد على السرعة والتركيز

في العرض، مع تنوع الاهتمامات والمزج ما بين المادة الخبرية وبعض الخدمات الحياتية المختلفة، وقد تكون أبرز قيمة مضافة يقدمها هذا النوع من الصحافة الإلكترونية هي الانتشار الواسع الذي ربما يفوق انتشار الصحف المطبوعة والإلكترونية أحيانا، بحكم أنها تبث عبر وسيلة توصيل أوسع انتشارا وأكثر إتاحة وهى جهاز التليفزيون.

٤- الامتدادات الإلكترونية للمؤسسات غير الإعلامية: إن الطابع المفتوح لبيئة العمل الصحفي عبر الإنترنت فتح المجال واسعاً أمام العديد من الجهات غير الصحفية والإعلامية، لكي تمارس بنفسها وبشكل مباشر النشاط الصحفي بشكل أو بآخر. لذلك يمكن لمستخدم الشبكة أن يجد مئات المواقع الشهيرة تقدم خدمات صحفية متنوعة عبر هذه المواقع، تشمل الخبر والرأي والتقارير المكتوبة والمصورة والتحليلات ولقطات فيديو وتسجيلات حية وساحات النقاش والحوار وغيرها.

٧,١,١ أخلاقيات العمل الإعلامي الإلكتروني.

إن وجود الصحافة الإلكترونية قد أثار عدة قضايا وطرح عدة تساؤلات يتمثل أهمها في ما يلي (شفيق، ٢٠٠٦):

١- مدى الرقابة على المادة الصحفية المنشورة إلكترونياً.

٢- حرية الصحافة من حيث اعتبار النشر الإلكتروني دعماً لمبدأ حرية الصحافة بعيداً عن المعايير التي يلتزم بها الصحفي في الصحافة التقليدية.

٣- مدى اعتبار النشر الإلكتروني منفذاً للممنوعين من إصدار صحف مطبوعة لمختلف الفصائل السياسية.

٤- إلغاء النشر الإلكتروني مصطلحات الصحف التقليدية كالصحف الإقليمية التقليدية، والمحلية والوطنية.

٥- أصبحت الصحف الإلكترونية بديلاً لكثير من قراء الصحف الورقية فأنخفض بذلك تأثير هذه الأخيرة على قرائها، وتقضي بالتالي على الصحافة التقليدية.

٦- إلغاء علاقة النشر عبر الشبكة بحقوق المؤلف والرقابة على المصنفات.

٧- مدى التزام الصحف الإلكترونية بالمعايير الأخلاقية.

٨,١,١ الصعوبات التي تواجه الصحف الإلكترونية.

تتمثل صعوبات الصحافة الإلكترونية فيما يلي:

أ. المقروئية؛ فهي لا تزال صعبة نسبياً، فالكمبيوتر لم يعد جماهيرياً خاصة في الدول النامية، وسوف تخلق الصحف الإلكترونية عادات جديدة عند القارئ مثل القراءة على الشاشة.

ب. قلة الشرعية القانونية التي تعاني منها الصحافة الإلكترونية، مثلها مثل معظم الخدمات الإلكترونية كالنقود الإلكترونية والتوقيع الإلكتروني.

ج. تعاني الكثير من الصحف الإلكترونية صعوبات مادية تتعلق بتمويلها وتسديد مصاريفها.

د. غياب التخطيط وعدم وضوح الرؤية المتعلقة بمستقبل هذا النوع من الإعلام.

هـ. ندرة الصحفي الإلكتروني.

و. عدم وجود عائد مادي للصحافة الإلكترونية من خلال الإعلانات كما هو الحال في الصحافة الورقية، حيث أن المعلن لا يزال يشعر بعدم الثقة في الصحافة الإلكترونية.

ز. غياب الأنظمة واللوائح والقوانين وهو ما نحتاجه ونسعى للحصول عليه.

٩,١,١ عيوب الصحافة الإلكترونية:

أما عيوب الصحافة الإلكترونية فيمكن إيجاز أهمها فيما يلي (الحلو، ٢٠١٣):

أ. قلة عدد رواد الصحافة الإلكترونية بالمقارنة بقراء الصحف التقليدية، وذلك نظرا لانحصارها في إطار مستخدمي الإنترنت وهم قليلون رغم التزايد المستمر في عددهم.

ب. استلزام حيازة المستفيد لجهاز كمبيوتر متصل بشبكة المعلومات، مع ما يتطلبه ذلك من نفقات، وإن كان انتشار مقاهي الإنترنت بأسعار مناسبة قد قلل من أهمية النفقات، كعائق للوصول إلى شبكة المعلومات.

ج. ندرة الصحفيين المزودين بالمهارات والمعارف اللازمة لممارسة مهام الصحافة الإلكترونية.

د. عدم وجود أو كفاية التشريعات التنظيمية التي تحكم الصحافة الإلكترونية.

٢,١. الصحافة الورقية:

هي تلك الدوريّات المطبوعة والتي تصدر من عدّة نسخ وتظهر بشكل منتظم وفي مواعيد ثابتة ومتقاربة أو متباعدة، وتستهدف خدمة المجتمع والإنسان الذي يعيش فيه، وتمدّ الصحافة الرأي العام بأكثر الأحداث الراهنة، وذلك في سلسلة قصيرة ومنتظمة (عبد الرحمن، ١٩٩٠). وتحتوي على معلومات مكتوبة حول الأحداث الجارية.

ويمكن للصحف أن تغطي مجموعة واسعة من المجالات؛ مثل: السياسة والأعمال والرياضة والفن، وغالباً ما تتضمن مواد مثل: أعمدة الرأي، والتنبؤات الجوية، ومراجعات الخدمات المحلية، ونعي وإشعارات الميلاد، والكلمات المتقاطعة، والرسوم الكاريكاتورية التحريرية، والمجلات الهزلية وأعمدة المشورة. ومعظم هذه الصحف هي شركات تدفع نفقاتها مع مزيج من إيرادات الاشتراك ومبيعات بيع الصحف وإيرادات الإعلانات. وتنشر الصحف بشكل تقليدي على ورق رخيص الثمن منخفض يسمى ورق الصحف. ومع ذلك، فإن معظم الصحف تُنشر اليوم على مواقع الإنترنت كصحف على الإنترنت، بل إن بعضها قد تخلى عن نسخها المطبوعة بالكامل.

وقد تطورت الصحف في القرن السابع عشر، كشهادات معلومات لرجال الأعمال. بحلول أوائل القرن التاسع عشر، نشرت العديد من المدن في أوروبا، فضلاً عن أمريكا الشمالية والجنوبية، وينظر إلى بعض الصحف التي تتمتع باستقلالية تحريرية عالية وجودة صحافية عالية وتداول واسع كجرائد قياسية.

وعادة ما يتم نشر الصحف يومياً أو أسبوعياً. وتتوفر المجلات الإخبارية أسبوعيًا أيضًا، ولكنها تحتوي على تنسيق المجلة. وتنشر الصحف ذات المصلحة العامة عادة مقالات إخبارية ومقالات حول الأخبار الوطنية والدولية بالإضافة إلى الأخبار المحلية. وتشمل الأخبار الأحداث السياسية والشخصيات، والأعمال التجارية والمالية، والجريمة، والطقس، والكوارث الطبيعية. الصحة والطب والعلوم والحواسيب والتكنولوجيا؛ رياضات؛ والترفيه، والمجتمع، والطعام والطبخ، والملابس والأزياء المنزلية، والفنون.

وعادةً ما تحتوي معظم الصحف التقليدية على صفحة تحريرية تحتوي على مقالات افتتاحية كتبها محرر (أو من قبل هيئة تحرير الصحيفة) وتعبر عن رأي حول قضية عامة، ومقالات رأي تُدعى "مقالات رأي" كتبها كتاب الضيوف (والتي عادة ما تكون في نفس المقال) كافتتاحية، والأعمدة التي تعبر عن الآراء الشخصية لكتاب الأعمدة، وعادة ما تقدم التحليل والتركيب الذي يحاول ترجمة البيانات الخام للأخبار إلى معلومات تخبر القارئ "ماذا يعني كل هذا" وإقناعهم بالتوافق. وقد تقدم الصحف معلومات حول الأفلام والبرامج التلفزيونية الجديدة المتوفرة على خدمات بث الفيديو مثل Netflix والإعلانات؛ حيث يمكن للأشخاص والشركات شراء إعلانات صغيرة لبيع السلع أو الخدمات. وبعض الصحف تديرها الحكومة أو تمولها الحكومة على الأقل؛ اعتمادهم على عائدات الإعلانات والربحية أقل أهمية لبقائهم على قيد الحياة. وفي عام ٢٠٠٥، كان هناك ما يقرب من ٦٥٨٠ صحيفة يومية في العالم تبيع ٣٩٥ مليون نسخة مطبوعة يوميًا (في الولايات المتحدة، ١٤٥٠ عنوانًا تبيع ٥٥ مليون نسخة[3]. ولكن ساعد الركود العالمي في أواخر عام ٢٠٠٠ وأوائل ٢٠١٠، مقترنًا بالنمو السريع للبدائل المجانية المستندة إلى الويب، في انخفاض الإعلانات، حيث اضطرت العديد من الصحف إلى تقليص عملياتها لإيقاف الخسائر (Plambeck, 2010). وقد اقتربت العائدات السنوية للصحف الورقية في جميع أنحاء العالم من ١٠٠ مليار دولار في ٢٠٠٥، ثم سقطت خلال الأزمة المالية العالمية في ٢٠٠٨. ثم انخفضت الإيرادات في عام ٢٠١٦ إلى ٥٣ مليار دولار فقط، مما ألحق الضرر بكل ناشر رئيسي لأن جهودهم للحصول على دخل عبر الإنترنت كانت أقل بكثير من الهدف (Vranica and Marshall, 2016) .

٣,١ مصادر الاتصال والمعلومات ونظرياتها:

يُعتبر الاتّصال أحد أهمّ الأنشطة الإنسانيّة التي أصبح لها دور كبير في حياة الأفراد والمجتمعات. وقد ازدادت أهمّيته بعد التغيّرات التي طرأت على وسائل الإعلام، بما جعل من الاتّصال موضوع اهتمام الباحثين والمفكّرين في شتّى التخصّصات منذ القرن الماضي، من خلال

[3] "A Daily Miracle: A student guide to journalism and the newspaper business" (2007)

إجراء الدراسات والأبحاث التي تناولت الرسائل التي تبثّها وسائل الإعلام، ومدى تأثيرها على الجماهير.

ونظراً إلى أنّ وسائل الاتّصال الجماهيريّة أصبحت جزءاً أساسيّاً من حياة الناس، ومصدراً مهمّاً من مصادر المعلومات، وموجّها قويّا لسلوك الكثير من أفراد المجتمعات واتّجاهاتهم، فقد ازداد اهتمام باحثي علم النفس وعلم الاجتماع بمعرفة مدى تأثير هذه الوسائل على الجمهور خاصّة في الدول الغربيّة. ومع ظهور المجتمع الجماهيريّ ازدادت درجة اعتماد الأفراد على وسائل الاتّصال الجماهيريّة. وبدأ التحوّل من النمط المجتمعيّ التقليديّ حيث تكون الروابط الاجتماعيّة قويّة إلى النمط المجتمعيّ الحديث حيث يشعر الأفراد بالانعزال وبتفكّك العلاقات الاجتماعيّة.

وبدأت تتطوّر الدراسات والأبحاث المتعلّقة بالعمليّة الاتّصالية وتأثّرها بمختلف التخصّصات النفسيّة والاجتماعيّة والإعلاميّة للوصول إلى نتائج وتفسيرات. وقد أتاح تطوّر الاتّصال للعلماء والمفكّرين القيام بدراسة دور هذه الوسائل ووظائفها. ومن ثمّة دراسة آثارها على مستخدميها من قرّاء ومستمعين ومشاهدين للوصول إلى نتائج تساعد على فهم هذه الظاهرة التي أفضت إلى ظهور نماذج ونظريات.

وقد تعدّدت النماذج والنظريّات التي قدّمت تصوّرات عن كيفيّة عمل وسائل الاتّصال وتأثيرها على الجماهير. فهذه النماذج والنظريّات ساعدت على توجيه البحث العلميّ في مجال الاتّصال. وأهمّ ما يميّز النماذج والنظريّات هو قدرتها المستمرّة على إيجاد تساؤلات تثير فضول الباحثين، إضافة إلى استكشاف طرق جديدة للبحث العلمي. وتشرح النماذج والنظريّات ما تحدثه وسائل الإعلام من تأثير في الجمهور، أو ما يحدثه الجمهور في الوسائل والرسائل الإعلاميّة. معا. بل إنّ النماذج والنظريّات تتجاوز ذلك أحياناً إلى تقديم تصوّر عمّا يمكن أن يحدث مستقبلاً. كما تقدّم تصوّراً عن التغيّرات الاجتماعيّة المحتملة وتأثيرات وسائل الإعلام فيها. ويصنّف الباحثون نماذج ونظريّات الاتّصال كلّ حسب اختصاصه وحسب المجال الذي يعمل فيه (مزاهرة، ٢٠١٢).

١,٣,١ مفهوم الاتصال:

يعود أصل كلمة COMMUNICATION في اللغات الأوروبية – والتي اقتبست أو ترجمت إلى اللغات الأخرى وشاعت في العالم– إلى جذور الكلمة اللاتينية COMMUNIS التي تعني "الشيء المشترك"، ومن هذه الكلمة اشتقت كلمة COMMUNE التي كانت تعني في القرنين العاشر والحادي عشر "الجماعة المدنية" بعد انتزاع الحق في الإدارة الذاتية للجماعات في كل من فرنسا وإيطاليا، قبل أن تكتسب الكلمة المغزى السياسي والأيديولوجي فيما عرف بـ "كومونة باريس" في القرن الثامن عشر؛ أما الفعل اللاتيني لجذر الكلمة COMMUNICARE فمعناه "يذيع أو يشيع" من هذا الفعل اشتق من اللاتينية والفرنسية نعت COMMUNIQUE الذي يعني "بلاغ رسمي" أو بيان أو توضيح حكومي.

ويمكن وصف الاتصال بأنه سر استمرار الحياة على الأرض وتطورها، بل أن بعض الباحثين يرى (أن الاتصال هو الحياة نفسها)، وعلى الرغم من أن الجنس البشرى لا ينفرد وحده بهذه الظاهرة، حيث توجد أنواع عديدة من الاتصال بين الكائنات الحية، بيد أن الاتصال بين البشر شهد تنوعاً في أساليبه، وتطوراً مذهلاً في المراحل التاريخية المتأخرة.

ومع تعدد التعريفات التي وضعت من قبل الباحثين لمفهوم الاتصال (Communication) فأننا يمكن أن نعتمد تعريفاً مبسطاً وشاملاً للاتصال هو: (أن الاتصال عملية يتم بمقتضاها تفاعل بين مرسل ومستقبل ورسالة في مضامين اجتماعية معينة، وفي هذا التفاعل يتم نقل أفكار ومعلومات ومنبهات بين الأفراد عن قضية، أو معني مجرد أو واقع معين).

والاتصال عملية مشاركة (Participation) بين المرسل والمستقبل، وليس عملية نقل (Transmission)، إذ أن النقل يعني الانتهاء عند المنبع، أما المشاركة فتعني الازدواج أو التوحد في الوجود، وهذا هو الأقرب إلى العملية الاتصالية، ولذا فأنه يمكن الاتفاق على أن الاتصال هو عملية مشاركة في الأفكار والمعلومات، عن طريق عمليات إرسال وبث للمعنى، وتوجيه وتسيير له، ثم استقبال بكفاءة معينة، لخلق استجابة معينة في وسط اجتماعي معين.

وتتفق أغلب الدراسات التي تناولت هذا الموضوع، منذ ما يزيد على نصف قرن، وحتى الوقت الراهن، على تقسيم الاتصال إلى أنواع أو نماذج عدة، من أبرزها: الاتصال الذاتي، والاتصال

الشخصي، والاتصال الجمعي، والاتصال الجماهيري (الإعلامي)، وهذا النوع الأخير من الاتصال، وبشكله العصري التقني يتجاوز اللقاء المباشرة، والتفاعل الاجتماعي وجها لوجه، وذلك باستخدام وسائل تقنية معقدة باهظة التكاليف، كالطباعة والإذاعة المسموعة والتلفزيون والسينما، فضلاً عن منظومة الاتصالات والمعلومات عبر الأقمار الاصطناعية، وشبكة الإنترنت .

وقد تعددت المفاهيم التي طرحت لتحديد معنى الاتصال بتعدد المدارس العلمية والفكرية للباحثين في هذا المجال، وبتعدد الزوايا والجوانب التي يأخذها هؤلاء الباحثون في الاعتبار، عند النظر إلى هذه العملية، فعلى المستوى العلمي البحثي يمكن القول بوجود مدخلين لتعريف الاتصال:

١) **المدخل الأول:** ينظر إلى الاتصال على أنه عملية يقوم فيها طرف أول (مرسل) بإرسال رسالة إلى طرف مقابل (مستقبل) بما يؤدي إلى أحداث أثر معين على متلقي الرسالة.

٢) **المدخل الثاني:** يرى أن الاتصال يقوم على تبادل المعاني الموجودة في الرسائل، والتي من خلالها يتفاعل الأفراد من ذوي الثقافات المختلفة، وذلك من أجل إتاحة الفرصة لتوصيل المعنى، وفهم الرسالة.

أما التعريف الثاني فهو تعريف بناءي أو تركيبي، حيث يركز على العناصر الرئيسية المكونة للمعنى، والتي تنقسم بدورها إلى ثلاث مجموعات رئيسية:

ب- الموضوع: إشارته ورموزه.

ج- قارئ الموضوع والخبرة الثقافية والاجتماعية التي كونته، والإشارات والرموز التي يستخدمها.

د- الوعي بوجود واقع خارجي يرجع إليه الموضوع.

وفي ضوء المدخل الأول عرف بعض الباحثين الاتصال بالنظر إليه كعملية يتم من خلالها نقل معلومات أو أفكار معينة بشكل تفاعل من مرسل إلى مستقبل بشكل هادف، ومن نماذج هذه التعريفات:

١- الاتصال هو العملية التي يتم من خلالها نقل رسالة معينة أو مجموعة من الرسائل من مرسل أو مصدر معين إلى مستقبل، أما الاتصال الجماهيري فهو ذلك النمط من

الاتصال الذي يتم بين أكثر من شخصين لإتمام العملية الاتصالية، والتي غالبا ما تقوم بها المؤسسات أو الهيئات عن طريق رسائل جماهيرية.

٢- الاتصال هو نقل أو انتقال للمعلومات والأفكار والاتجاهات أو العواطف من شخص أو جماعة لآخر أو لآخرين، من خلال رموز معينة.

٣- يعرف الاتصال على أنه عملية تحدد الوسائل والهدف الذي يتصل أو يرتبط بالآخرين، ويكون من الضروري اعتباره تطبيقا لثلاثة عناصر: العملية-الوسيلة-الهدف.

٤- الاتصال عملية تفاعل بين طرفين من خلال رسالة معينة، فكرة، أو خبرة، أو أي مضمون اتصالي آخر عبر قنوات اتصالية ينبغي أن تتناسب مع مضمون الرسالة بصورة توضح تفاعلاً مشتركاً فيما بينهما.

وفي ضوء المدخل الثاني الذي ينظر إلى الاتصال على أنه عملية تبادل معاني يعرف بعض الباحثين الاتصال كعملية تتم من خلال الاتكاء على وسيط لغوي، حيث أن كلاً من المرسل والمستقبل يشتركان في إطار دلالي واحد، بحيث ينظر إلى الاتصال هنا على أنه عملية تفاعل رمزي، ومن نماذج هذه التعريفات:

أ. الاتصال تفاعل بالرموز اللفظية بين طرفين: أحدهما مرسل يبدأ الحوار، وما لم يكمل المستقبل الحوار، لا يتحقق الاتصال، ويقتصر الأمر على توجيه الآراء أو المعلومات، من جانب واحد فقط، دون معرفة نوع الاستجابة أو التأثير الذي حدث عند المستقبل.

ب. الاتصال عملية يتم من خلالها تحقيق معاني مشتركة (متطابقة) بين الشخص الذي يقوم بالمبادرة بإصدار الرسالة من جانب، والشخص الذي يستقبلها من جانب آخر (ديب، ٢٠١٠).

٢,٣,١ الاتصال والإعلام:

يعرف الاتصال بأنه عملية يتم فيها تبادل المفاهيم بين الأفراد، من خلال نظام الرموز المتعارفة، ويعتبر استخدام الكلمة من اكثر وسائل الاتصال شيوعاً بين المرسل والمتلقي. ولم يكن علم الاتصال حديث النشأة، بل له جذور تاريخية عميقة، حيث وضع أرسطو أسساً علمية لا تزال

قائمة للتفاعل بين الخطيب (المرسل) والجمهور (المستقبل) تقوم على أن يعد المرسل رسالته (خطبته) بصورة شيقة وجذابة ومقنعة، حينها يمكن أن تؤثر في الجماهير بالصورة المستهدفة، ذلك أنه لا قيمة للاتصال . من وجهة نظره . ما لم يكن مقبولاً ومفهوماً من الجمهور (المستقبلين).

في حين أوجب ابن خلدون أن يتأكد من أمانة الراوي (المرسل) وصدقه وسلامة ذهنه، وطهارة عقيدته، ومتانة خلقه، وقيمته الشخصية. وهناك نظريات حديثة للاتصال؛ منها نظرية (كولن) التي تعتمد على عقل الإنسان باعتباره المركز الرئيسي للاتصال بالنسبة للإنسان سواء في الإرسال أو الاستقبال. أما ستينفسون فقد ربط بين نظريته في الاتصال والإمتاع على أساس أن (المستقبل) يشعر بالاستغراق والمتعة فيما يقرأ أو يشاهد، لاسيما في الاتصال الجمعي، وأنه لكي تستمر المتعة فيما يقرأ أو يشاهد أو يسمع فمن الضروري أن تتخلل العملية الاتصالية بعض القطع الموسيقية أو الأغنيات الخفيفة لتقليل حالة الضغط الإعلامي على المستقبل.

أما نظرية لازار سفيلن فتركز على الجماهير (المستقبلين)، وعلى الرأي العام، وقادة الرأي العام، إن لقادة الرأي العام دوراً مؤثراً في الرأي العام، بل وتستطيع خلق رأي عام وفق طروحات المرسل خاصة اذا اعتمد على الحقائق وعلى استمالة عواطف الجماهير.

ويبدو أن وسائل الاتصال تشكل ركائز أساسية لتبادل الأفكار والمعلومات بين أفراد المجتمع، وتعد أساساً لتفاعلاته الاجتماعية وتقريب وجهات النظر بين المجتمعات المختلفة وبين مواطني البلد الواحد كذلك (اللبان، ٢٠١٤).

٣,٣,١ الإعلام البديل:

مصطلح "وسائل الإعلام البديلة Alternative Media "ليس من السهل تعريفه، فكلمة "بديل" يمكن أن تقوم بتوصيف المحتوى الذي تقدمه وسائل الإعلام، والذي يتم تكريسه لتناول الآراء المعارضة والقضايا والأحداث التي لا يتم تناولها أو عرضها والدفاع عنها في أية وسائل أخرى. ويتم إتاحة المحتوى عبر قنوات مختلفة بداية من المنشورات التي يتم نسخها باستخدام آلات التصوير الضوئي Photocopied flyers وانتهاءً بالمدونات Blogs ، ويمكن تمييز المصادر التي يُرجع إليها للحصول على هذا المحتوى بأنها أصوات غير رسمية أو فقيرة أو أقليات وذلك من أجل الترويج

للمشاركة المجتمعية Citizen Participation، والعمل المباشر Direct Action، وصنع القرار الجماعي .Collective Decision-Making ، وبينما يعارض البعض كيفية التمييز بدقة بين وسائل الإعلام البديلة ووسائل الإعلام السائدة Mainstream Media ويناقشون هذه الفروق بين كلا النوعين من الوسائل، إلا أنهم يرون أن هذه التفرقة قد تكون مفيدة للتعرف عليهما.

ويقترح البعض بأن منتجي المحتوى البديل Alternative Producers قد يكون لديهم توجه غير هادف للربح أو أنهم قد اختاروا ببساطة أن يصمموا محتوى بديلاً، إلا أن آراء أخرى لا تقل أهمية تشير إلى أن مثل هذه الوسائل الإعلامية قد تم تشخيصها على أنها وسائل بديلة من قبل نقاد وسائل الإعلام السائدة. ويعتقد البعض أن وسائل الإعلام البديلة يجب أن تخدم كمؤسسات لإنتاج المعلومات المضادة Counter Information ومندوبين لترويج هذه المعلومات ذات القوة المتنامية، وذلك بغرض دعم الحراك الاجتماعي والسياسيSocial-Political Action ، وتوصيل الحقائق والآراء.

وقد توصلت الدراسات التي أجريت على الصحيفة الناشطة Activist Newspaper، والمراكز الإعلامية المستقلة على الإنترنت Online Independent media Centers، والمحطة الإذاعية العامة، والمطبوعات الإخبارية الإقليمية، إلى أن بعض منتجي وسائل الإعلام البديلة تحركهم الدوافع نفسها ويخدمون الأهداف المثالية ذاتها.

ويعتقد أنه توجد علاقة قوية بين وسائل الإعلام البديلة والحركات والجماعات النشطة، بمعنى أن وسائل الإعلام البديلة تقوم بدور مهم في تعليم وتحريك النشطاء، وأن النشطاء يشكلون قطاعاً مهماً ذا دلالة من جمهور هذه الوسائل. وعلى سبيل المثال، توضح الدراسات أن الصحافة البديلة لا تقوم فقط بتأخير الاحتجاج الاجتماعي Social Protest بشكل يؤدي إلى التعاطف، وتسلط ضوءاً إيجابياً على النشطاء.

وتذهب بعض الدراسات القليلة التي تفحص العلاقة بين الجمهور ووسائل الإعلام البديلة إلى أن أعضاء الجماعات النشطة يستخدمون وسائل إعلام بديلة أكثر ممن لا ينتمون إلى هذه الجماعات، كما أوضح البعض أيضاً أن النشطاء يستخدمون الوسائل الإعلامية السائدة Mainstream أكثر من غير النشطاء.

ووجد الباحثون أن استخدام وسائل الإعلام السائدة يرتبط بعلاقة سلبية مع المشاركة في الاحتجاجات أو المظاهرات بالنسبة للأفراد الذين لا ينتمون إلى جماعات نشطة، وأن استخدام وسائل الإعلام البديلة قد شارك بعلاقة ارتباطية إيجابية بالمشاركة في الاحتجاجات والمظاهرات. لذا، فإن النشطاء غالباً ما يفسرون الوسائل الإعلامية المتداولة في أخبار وسائل الإعلام السائدة بأسلوب يتسم بالنقد أو المقاومة Critical or Resistant manner .

وهكذا، فإن وسائل الإعلام غير الجماهيرية Non-Mass Media والتي يُشار إليها أحياناً على أنها وسائل الإعلام الصغيرة أو البديلة أو الراديكالية أو المجتمعية أو غير السائدة-Non Mainstream تمثل تبايناً واسعاً وعريضاً في الإنتاج الثقافي الذي غالباً ما يكون مرتكزاً على مشاركة المواطن، وهي مساحة الإنتاج التي اكتسبت دعماً كبيراً في السنوات القليلة الماضية من خلال استخدام شبكة الإنترنت.

وكانت وسائل الإعلام البديلة تعاني من تدني فرص نجاحها في الوصول إلى ما وراء "الجيتو الراديكالي Radical Ghetto "، علاوة على الافتقار إلى الجمهور والحرفية المهنية والتمويل. وعلى أية حال، فقد عملت الإنترنت مؤخراً على الظهور كوسيلة إعلام بديلة أو راديكالية ولا سيما في المجال السياسي والثقافي وتستخدم بكثافة من قبل النشطاء والمنظّرين. وعلى سبيل المثال، فإن الإنترنت قد عملت على تسهيل الاتصال الدولي بين المنظمات غير الحكومية JGOs، لتسمح للمتظاهرين بالاستجابة على المستوى الدولي للأحداث المحلية والعالمية مع أنها لا تتطلب موارد كبيرة وإجراءات بيروقراطية مُعقدة.

ويدعي البعض أن ثمة علاقة بين الاحتجاجات المناهضة للعولمة-"Anti Protests Globalization" وطبيعة الإنترنت اللامركزية والتي تتجاوز الهيراركية التقليدية في الاتصال. وبينما يصبح من المهم أن نعي الإمكانات السياسية الراديكالية للإنترنت، فإنه يجب ألا نتغافل عن الأسباب الوجيهة التي تجعلنا نأخذ وسائل الإعلام البديلة بشكل أكثر جدية. لذا فإننا نتوقع أن العلاقة بين الاحتجاج السياسي الراديكالي والاتصال عبر الإنترنت سوف تطفو على السطح كمجال مهم من مجالات البحث الإمبريقي خلال السنوات القادمة (اللبان، ٢٠١٤).

٤,٣,١ نظريات الإعلام:

عمد رجال الإعلام إلى اتّباع نظريّات متعدّدة تقنّن الخطاب الإعلاميّ وتجسّد المستويات الإعلاميّة الوظيفيّة المطلوبة ومن أبرزها:

أوّلا- المستوى المعلوماتيّ الذي يتوسّل باللغة لتوصيل المعلومات إلى المتلقّي بأسلوب مباشر، وبصياغة واضحة ودقيقة.

ثانيا- المستوى الإقناعيّ، وهو الذي يقصد به إقناع المتلقّي ودعوته إلى الالتزام الأوّلي، ومن ثمّة التبنّي للمضمون المطروح أو الفكرة المقصودة أو الرأي المُراد إيصاله، وتدعيمه عن طريق خلق القناعات لدى المستقبلين.

ثالثا- المستوى التعبيريّ الذي يدخل في باب فنّ الأدب المستخدم في وسائل الإعلام المختلفة، لاسيما المستندة إلى استعمال الصورة المتحرّكة أو الثابتة.

وقد أتاح العلم الحديث للغة ممكنات ووسائل متعددة للتعبير عن دقائق الأحكام الفعلية في صورها النظرية والتطبيقية ولمختلف الحاجات الإنسانية، ونظراً لتعدد خصوصيات تلك الحاجات، وأساليب إشباعها من الوجهة الاتصالية والإعلامية فقد عمد رجال الأعمال إلى إتباع نظريات متعددة على النحو التالي:

١,٤,٣,١ نظريّة اجتياز المجتمع التقليديّ (في: صلوي، ١٤٣٣هـ: ص:١٨):

قدّم هذه النظريّة عالم الاجتماع الأمريكيّ دانيال ليرنر في دراسته حول دور وسائل الإعلام في التنمية القوميّة لاجتياز المجتمع التقليديّ. وتقدّم هذه النظريّة تأثيرات محدّدة لدور وسائل الإعلام في الإقناع للتأثير على الأفكار والاتّجاهات والقيم. وكانت النظريّة في مجملها حصيلة أبحاث أجريت على ستّ (٦) دول هي: تركيا، وإيران، ومصر، وسوريا، ولبنان، والأردن، في مطلع الخمسينات من القرن العشرين.

ويرى دانيال ليرنر أنّ التحضّر اتّجاه عقلانيّ من نمط الحياة التقليديّة إلى نمط حياة جديدة تزداد فيه مساهمة الأفراد، وأنّ المجتمع التقليديّ لا يأتي ولكنّه يزول. فالمدينة تتّسع لتشمل القرى

المجاورة. ويزداد الإقبال على التعرّض لوسائل الإعلام. وتزداد القدرة على التقمّص الوجدانيّ؛ أي تصوّر الفرد لنفسه في مواقف وظروف الآخرين، ثمّ يتّسع نطاق المساهمة السياسيّة والاقتصاديّة.

وتتمثّل مراحل التحديث الأربع عند دانيال ليرنر في:

أوّلا– الانتقال من الريف إلى المدن.

ثانيا– مرحلة الانتقال؛ وهي المرحلة التي تتراوح فيها نسبة المتعلّمين ما بين ١٥٪ و٢٥٪. وحينما تصل نسبة الذين يعيشون في المدن إلى ١٠٪ تزداد نسبة المتعلّمين بشكل ملموس. وحين تزيد نسبة المتعلّمين عن ٢٥٪ تصبح أداة الاتّصال الأساسيّة هي وسائل الاتّصال الجماهيريّة.

ثالثا– حينما يتقدّم المجتمع تكنولوجيّاً ويتطوّر صناعيّاً يستطيع أن يصدر صحفاً، وينشئ شبكات إذاعيّة، ويبني دور عرض سينمائيّة، وبالتالي يساعد هذا على نشر التعليم.

رابعا– حين يتطوّر المجتمع اقتصاديّاً تزداد المساهمة السياسيّة للأفراد. ويرى دانيال ليرنر أنّ الناخبين هم الذين يساهمون في الحياة العامّة لمجتمعاتهم بأن تكون لهم آراء في كثير من الشؤون العامّة، في حين يكون من خصائص المجتمع التقليديّ –في نظره– انعزال أفراده.

وهذه النظريّة تفيدنا من حيث اعتبار وسائل الإعلام أداة من أدوات التغيير والتحديث والانتقال من نمط مجتمعي إلى آخر، بما يؤثّر في سلوكيات الناس. والمرور من اعتماد الصحف الورقيّة إلى استخدام مواقع الصحف الإلكترونيّة عند الشباب البحريني هو شكل من أشكال التغيير الاجتماعي، ووجه من وجوه مواكبة العصر، وصيغة من صيغ التحديث.

٢,٤,٣,١ نظريّة التماس المعلومات ومعالجتها:

ظهرت هذه النظريّة نتيجة التأثّر بدراسات كلّ من وسلي وباروا عام ١٩٥٩، وكذلك تأثّرها بدراسات ديفيد بيرلو عام ١٩٦٠، حيث تمّ التركيز على الجوانب الانتقائيّة للتعرّض لوسائل الإعلام.

وتسعى هذه النظريّة إلى اختبار فرضيّة التعرّض الانتقائيّ للأفراد، بحيث يختار الأفراد المعلومات الّتي تؤيّد اتّجاهاتهم الراهنة. وقد تمّ إجراء عدّة دراسات أخرى على النظريّة، إلى أن توصّل كلّ من لويس دونهيو، وتبتون، إلى وجود عوامل أخرى يمكنها التأثير في اختيار الرسالة. ذلك أنّه ظهرت معايير أكثر أهمّية من مجرّد رغبة المتلقّي في تحصيل معلومات تدعيميّة مساندة

لاتّجاهه، كتوظيف المعلومات لإشباع مصلحة حقيقيّة أو تحقيق فائدة في موضوع ما، أو استخدام المعلومات للترفيه، أو الحاجة للتنويع، أو حتّى لأسباب تتعلّق بخصائص شخصيّة.

وقد تركّزت هذه النظريّة على سلوك الفرد في بحثه عن المعلومات من مصادر الاتّصال المختلفة، والتعرّف على العوامل الّتي تؤثّر في هذا السلوك، وبالتالي فإنّ هذه النظريّة تستهدف متلقّي الاتّصال بدلا من القائم بالاتّصال أو الرسالة الإعلاميّة.

وفي ما يخصّ فرضيّة النظريّة فقد اقترح دونهيو ورفاقه نموذج التدفّق لطلب المعلومات. ويفترض هذا النموذج وجود حوافز أو منبّهات تؤدّي إلى سعي الفرد للحصول على معلومات لمواجهة مشكلة ما، أو مقارنتها بما لديه من قيم ومعارف سابقة بهدف توفير القدرة على التعامل مع المواقف الجديدة. وهناك عناصر أخرى ترتبط بالمواقف الّتي تؤثّر على بحث الفرد عن المعلومات مثل ضغوط الوقت ومحدوديّته، ومدى توافر معلومات سابقة عن الموضوع.

أمّا بالنسبة إلى نوع المعلومات الّتي يبحث عنها الفرد، فقد يُستخدم ما أطلق عليه دونيهو استراتيجيّة البحث المجازف الّتي تعتمد على مصدر معيّن أو على عدّة مصادر أساسيّة، أو باتّباع كلّ ما يستطيع الفرد جمعه من معلومات، ثمّ يتمّ تصنيف هذه المعلومات وتحليلها وربطها بالخبرة السابقة للفرد.

وبناءً على فرضيّات النظريّة فإنّ الفرد يتعرّض لعدّة منبّهات في حياته اليوميّة. وهي منبّهات يفرضها عليه محيطه الاجتماعيّ، إلّا أنّ الفرد لا يتأثّر إلّا ببعضها اعتبارا للطابع الانتقائيّ لعمليّة التعرّض. وتنتج عن ذلك حالة من اللاتوازن لما تحتوي عليه الرسالة الإعلاميّة من عناصر تتعارض مع اتّجاهات الفرد بما يستدعي البحث عن معلومات تعيده إلى توازنه الطبيعيّ. على أن تكون هذه المعلومات مؤيّدة لمواقف المتلقّي.

وهذه النظريّة تفترض متلقّياً نشطاً ليست له صفات السلبيّة الّتي أشارت إليها نظريّة المجتمع الجماهيريّ والآثار الموحّدة، مع اتّباع ما يطلق عليه اسم "استراتيجيّة البحث المجازف" الّتي تتعلّق فاعليّتها بالفروقات الفرديّة لمستخدمي وسائل الإعلام.

ويصبح الفرض الأساسيّ لهذه النظريّة يقضي بأنّ وسائل الإعلام الخاضعة للاصطفاء هي أهمّ مصدر لالتماس المعلومات المؤيّدة لمواقف الأفراد الراهنة "لأنّ الفرض السابق وهو "التعرّض الانتقائيّ" يجعل الأفراد يختارون المعلومات الّتي تدعم مواقفهم الحالية"، بما يوحي بأنّ الأفراد يبذلون جهداً هامّا لاختيار المعلومات المساندة لمواقفهم.

ونظريّة التماس المعلومات تكرّس فاعليّة النسق الاجتماعيّ، وهي تؤثّر بالتالي في الموقف الاتّصاليّ العامّ.

ومن أوجه تطبيق نظريّة التماس المعلومات:

أوّلا- كيفيّة استخدام الفرد لوسائل الاتّصال من أجل التماس المعلومات. ومثال ذلك شخص في أوروبا الغربيّة لا يمكن أن يبحث عن معلومات بطريقة شخص آخر في غرب إفريقيا أو وسط آسيا.

ثانيا- كيفيّة اختيار الأفراد لوسائل الاتّصال من أجل الحصول على المعلومات. ومثال ذلك فرد يفضّل الإذاعة أو التلفزيون، وفرد آخر يفضّل الصحف أو محرّكات البحث. وطبيعيّ أن تختلف النتائج عند كلا الطرفين (صلوي، ١٤٣٣هـ: ص٣٤).

٣,٤,٣,١ نظرية فجوة المعرفة Knowledge gap theory:

تعتبر المعرفة هي العامل الأهم على الإطلاق في الإنتاج، بل ويعتبر نموها من العوامل الأساسية التي تؤدى إلى دفع الدول نحو تحقيق نمو ذاتي مستمر، ولذا، فإنتاج واستغلال المعرفة يعتبران من ضرورات التنمية. وقد شرعت بعض البلدان في وضع خطة طموحة الاستغلال المعرفة كأساس للتنمية الاقتصادية من خلال تجاوز المراحل الأولية للتصنيع. وعلى الجانب الآخر، أكد بعض المعلقين أن قدرة ثورة المعرفة على تمكين البلدان النامية من القفز إلى المستويات أعلى من التنمية، أمر مشكوك به، وذلك لأن اقتصاد المعرفة، في الحقيقة، سوف يؤدى إلى توسيع الهوة بين الأغنياء والفقراء.

أ. فكرة نظرية فجوة المعرفة Knowledge gap theory:

ساد الاعتقاد لمدة طويلة بفاعلية وسائل الإعلام في نقل المعلومات إلى الجمهور، إلا أن بعض الدراسات التي أجريت في الأربعينيات بدأت تشكك في صحة هذا الاعتقاد. وظهرت هذه

النظرية بعد رصد نتائج بحوث عديدة أشارت إلى أن قطاعات الجمهور المختلفة تحظى بقدر متوازن في الحصول على المعلومات المتدفقة من وسائل الاتصال الحديثة.

وأكدت نتائج بعض البحوث أن الفئات المختلفة في المجتمع تكتسب المعلومات بمعدلات مختلفة، لكنها لم تعزز مفهوم الانتشار المتكافئ للمعلومات في المجتمع، ويمكن لوسائل الإعلام أن تزود الناس بالمعلومات التي يحتاجونها والوصول إلى الناس الذين يصعب الوصول إليهم بالوسائل الأخرى من سكان المدن أو القرى من مختلف الطبقات الاجتماعية، ولعل ذلك كان بداية ظهور فكرة نظرية المعرفة، التي تقوم على أساس وجود فجوة معرفية بين فئات الجمهور المختلفة حول القضايا المختلفة باختلاف العديد من المتغيرات.

ب. نشأة وتطور نظرية فجوة المعرفة:

قد ساد الاتجاه لفترات طويلة حول قدرات وسائل الإعلام على التأثير القوي على الأفراد، وظهرت نظريات كالرصاصة السحرية لتؤكد ذلك؛ إلا أن هذا الاتجاه اختفى تدريجياً وظهر اتجاه آخر يرى بان لوسائل الإعلام تأثيراً معتدلاً مستدلين على ذلك بعدم وجود توازن في المعرفة المكتسبة بين مختلف شرائح الجمهور أفرادا وجماعات، وهناك أشكال تؤثر وسائل الإعلام عن طريقها في إيجاد هذه الفجوة والإبقاء عليها ومنها: شكل الرسالة الإعلامية، ومستواها اللغوي، وتوقيت إذاعتها أو مكان نشرها (الطرابيشي والسيد، ٢٠٠٦: ص١٤٨).

ظهرت فجوة المعرفة منذ سنوات عديدة في ظل السمة الدائمة للتفاوت الطبقي، فقد اتضحت الفجوة بوضوح في العقدين الماضيين نتيجة النمو السريع للانقسامات الاجتماعية، ونبعت بين من يملك (Have) ومن لا يملك (Have-Not).

وتعد دراسة هيمان وشيتسلي Hyman and Sheatsely عام ١٩٤٧ من أولى الدراسات التي تعرضت لدراسة العوامل التي تجعل الحملات الإعلامية تفشل في نقل المعلومات لجميع فئات الجمهور على الرغم من كثافة التغطية الإعلامية.

كما تعتبر دراسة روبنيسون Robinson عام ١٩٦٧ من أهم الدراسات في فجوة المعرفة بين أفراد الجمهور، حيث أشارت نتائج هذه الدراسة إلى وجود فجوة معرفية بشأن القضايا المختلفة بين الأفراد الأكثر تعليماً ومتابعة لوسائل الإعلام مقارنة بالأفراد الأقل تعليماً والأقل متابعة.

ج. الفرض الرئيسي لنظرية فجوة المعرفة:

صيغ فرض نظرية فجوة المعرفة بناء على نتائج أبحاث مختلفة ومتعددة، ويشير الفرض إلى أن الفجوة المعرفية على النحو الذي وصفه كل من تتشنر ودونو وأولين عام ١٩٧٠ هو عبارة عن زيادة تدفق المعلومات من خلال وسائل الإعلام إلى النظام الاجتماعي، فإن قطاعات الجمهور ذوى المستوى الاجتماعي الاقتصادي المرتفع يميلون إلى اكتساب هذه المعلومات بمعدل أسرع من قطاعات الجمهور الأقل في المستوي الاجتماعي الاقتصادي لهذه المعلومات، ومن ثم فإن الفجوة في المعرفة تتجه نحو الزيادة بدلاً من الانخفاض".

د. كيفية اختبار فرض نظرية فجوة المعرفة:

حدد الباحثون طريقتين مختلفتين لاختبار فرض الفجوة المعرفية وهما:

١. **على المدى الطويل** Over Time :

أي على فترات زمنية متفاوتة، فالمعلومات المكتسبة من الموضوعات المكتسبة من الموضوعات التي يتم نشرها أو إذاعتها سوف يحدث بمعدل أسرع لدى قطاعات الجمهور الأعلى في المستوي الاجتماعي الاقتصادي، وأبطأ لدي قطاعات الجمهور الأقل في المستوي الاجتماعي الاقتصادي.

٢. **في فترة محددة** At a given point in Time:

وفى هذه الحالة توجد علاقة ارتباطية طردية بين المستوى الاجتماعي الاقتصادي للأفراد وحجم المعلومات المكتسبة بالنسبة للموضوعات الأكثر شيوعاً في وسائل الإعلام التي تغطي حدثاً أو قضية معينة. وتزيد الفجوة المعرفية بين أفراد الجمهور بفعل عوامل أخري تشمل (المهارات الاتصالية والخلفية المعرفية والتواصل الاجتماعي والانتقاء) وبمقدار التدفق الوافد من وسائل الإعلام.

هـ. الأبعاد النظرية لبحث فجوة المعرفة:

– البعد الأول: المستوى المحدود أو الفردي: micro level

يركز هذا البعد على أن الفرد يكتسب المعرفة نتيجة للتعرض لوسائل الإعلام مع الوضع في الاعتبار المتغيرات الأخرى المرتبطة بالشخص، والتي تتضمن الفروق الفردية في القدرة المعرفية، ومهارات الاتصال، ومستويات الاهتمام وغيرها.

– البعد الثاني: المستوى الأوسع أو المجتمعي: macro level

ويشمل البناء الاجتماعي والمتغيرات المتعلقة بالمجتمع في نطاق واسع، مثل نشر توزيع المعلومات، والنزاع الاجتماعي، والتكتل الاجتماعي، وسيطرة بعض المنظمات الإعلامية على المعلومات.

و. أنواع فجوات المعرفة:

توجد فجوات المعرفة بين الشعوب، وبين الشمال والجنوب، وهناك ما يعرف بالفجوة الرقمية، والفجوة الاجتماعية بني طبقات المجتمع الواحد، وفجوة المعرفة التنظيمية، وكذلك الفجوة بين الأجيال.

ز. المستويات التطبيقية لنظرية فجوة المعرفة:

قام الباحثون بتصنيف دراسات فجوة المعرفة إلى مستويين رئيسيين هما:

١ – المستوي الفردي الضيق Micro individual level

ويركز هذا المستوى على أهمية اكتساب الأشخاص للمعلومات من وسائل الإعلام طبقاً للمستوى الاجتماعي والاقتصادي لهؤلاء الأشخاص، بالإضافة إلى وجود متغيرات أخرى مثل مهارات الاتصال ومستويات الاهتمام والقدرات المعرفية.

٢ – المستوي الاجتماعي الأشمل: Macro social level

والذي يركز على عملية السيطرة على المعلومات وتوزيعها ووسائل الاتصال المتاحة وعلاقة ذلك بطبيعة البناء المجتمعي، وهناك متغيرات مجتمعية تؤثر على مستوي المجتمع ككل، مثل مستوي الصراع الاجتماعي والتعددية المجتمعية والسيطرة على المعلومات في المؤسسات الإعلامية وغيرها.

ح. المتغيرات التي تفسر حدوث فجوة المعرفة:

١. المستوي الاجتماعي الاقتصادي Socio Economic Status:

يُعد المستوى الاجتماعي الاقتصادي المتغير الأساسي في نظرية فجوة المعرفة، وتوصلت معظم دراسات فجوة المعرفة إلى أن الأفراد ذوي المستوي الأعلى اجتماعياً واقتصاديا يكتسبون المعرفة المتعلقة بالشئون العامة بمعدل أسرع من الأفراد ذوي المستوي الأقل اجتماعياً واقتصادياً، ويبني فرض فجوة المعرفة على أساس أن العوامل الاجتماعية الاقتصادية هي المحدد الرئيسي لقياس أثر تعرض الجمهور لرسائل وسائل الإعلام.

٢. التعليم Education:

يعد التعليم مؤشراً كافياً لتحديد المستوي الاجتماعي الاقتصادي في معظم الدراسات التي اختبرت فرض الفجوة المعرفية، حيث يرتبط مستوي التعليم في المجتمعات الأجنبية، بارتفاع المستوي الاجتماعي الاقتصادي للأفراد، ولكن يختلف الأمر في المجتمعات النامية، ويرجع ذلك لاختلاف طبيعة تلك المجتمعات، فالتعليم ليس مؤشراً كافياً للمستوي الاجتماعي الاقتصادي، حيث لا يعني ارتفاع التعليم بالضرورة ارتفاع المستوي الاجتماعي الاقتصادي.

٣. الاهتمام Interest:

يري بعض الباحثين أن التعليم ليس هو المتغير الأساسي لقياس المعرفة، فعندما يثار موضوع ما يهم المجتمع فإنه من المتوقع أن تضيق الفجوة المعرفية بين أفراد هذا المجتمع، وهذا يحدث عندما يكون الموضوع المثار محل صراع في هذا المجتمع، ويظهر ذلك بوضوح في المجتمعات الصغيرة التي تتشابه صفات أفرادها أكثر من المجتمعات الكبيرة. وظهر الاهتمام السياسي Political Interest كمؤشر أكثر قوة في التنبؤ باكتساب المعرفة، وهناك العديد من الدراسات التي توصلت إلى أن اهتمامات الجمهور يمكن أن تعتبر عاملاً رئيسياً في اكتسابه للمعرفة.

٤. تأثيرات السن والنوع:

أ- السن:

أكدت بعض الدراسات السابقة وجود علاقة بين السن ومستوي المعرفة التي يكتسبها الأفراد من وسائل الإعلام، ويتضح من نتائج هذه الدراسات أثر السن في التأثير على الفجوة المعرفية بين الأفراد حول القضايا المختلفة ومن بينها القضايا الصحية.

ب. النوع:

أظهرت الدراسات السابقة وجود فروق جوهرية في مستويات المعرفة السطحية والمتعمقة وفقاً لاختلاف نوع المبحوثين لصالح الذكور. ويتأكد في ضوء ذلك أهمية متغير النوع في التأثير على حدوث فجوة معرفية بين أفراد المجتمع حول القضايا المختلفة.

ط. عمليات تسقيط المعلومات:

تشتمل عملية تسقيط المعلومات (البحث عن المعلومات) على أربعة جوانب هي:

١- **الجانب المعرفي (الأفكار):** ما هو الذي يتعين إنجازه من قبل الباحث؟.

٢- **الجانب الوجداني (المشاعر):** ما الذي يشعر به الباحث؟.

٣- **الجانب المادي:** ماذا أنجزه الباحث؟.

٤- **الاستراتيجيات المادية:** ما الذي يحاول تحقيقه الباحث؟.

٤,٤,٣,١ نظرية الاعتماد على وسائل الإعلامMass System Indepandency Theory:

تكمن قوة وسائل الإعلام في سيطرتها على مصادر معلومات يعتمد عليها الأفراد والمجموعات والمنظمات والنظم الاجتماعية لتحقيق أهدافهم. وعلاقة الاعتماد هذه ليست ذات اتجاه واحد. وإنما تعتمد ووسائل الإعلام أيضاً على المصادر التي يسيطر عليها الآخرون. فالحكومات الحديثة التي ترغب في الاتصال بمواطنيها، والمؤسسات التي ترغب في الاتصال بعملائها المحتملين، لا يستطيعون الاعتماد على الاتصال الشخصي بشكل وحيد أو أساسي لكي يصلوا إلى ملايين الأفراد وآلاف الجماعات والمنظمات التي يرغبون في الوصول إليها، وهكذا فإن النظم السياسية والاقتصادية والنظم الأخرى في المجتمعات الحديثة تعتمد على وسائل الإعلام لعمل الربط أو الاتصال بالجمهور المستهدف. وفي نفس الوقت تتحكم وسائل الإعلام في المعلومات وموارد الاتصال التي تحتاجها المنظمات السياسية لك تؤدي وظائفها بكفاءة في المجتمعات الحديثة المعقدة.

ومن ناحية أخرى فإن وسائل الإعلام ليست قوية تماماً، فهي أيضاً تعتمد على كموارد تتحكم فيها النظم السياسية والاقتصادية والاجتماعية الأخرى لكي تمارس عملها بكفاءة أيضا، ويمكن

وصف ذلك بمفهوم "الاعتماد المتبادل" فوسائل الإعلام والمنظمات الأخرى في المجتمع لا تستطيع العمل بكفاءة بدون الاعتماد على بعضها البعض.

ومع تعقد الحياة في المجتمعات الحديثة، والتقدم المستمر في تكنولوجيا وسائل الإعلام، تتزايد أهمية وسائل الإعلام في نقل المعلومات، ففي المجتمع الأمريكي على سبيل المثال، تقوم وسائل الإعلام بمجموعة متنوعة من الوظائف منها تقديم معلومات عن الحكومة، والخدمة في حالة الطوارئ، كما تعتبر المصدر الأساسي لإدراك المواطن العادي للأحداث القومية والعالمية، كما توفر أيضًا كمًّا هائلاً من البرامج الترفيهية لمساعدة الجمهور على الاسترخاء والهروب من مشاكل الحياة اليومية.

ومن أجل الحصول على المعلومات تتفاعل وسائل الإعلام مع النظم الأخرى كالنظام الاقتصادي، والسياسي، والديني حيث تنشأ علاقة متبادلة بين وسائل الإعلام وهذه الأنظمة، ومن هنا وضع ديفلير وروكتيش Defleur, & Rokeach نموذجًا لتوضيح العلاقة بين وسائل الإعلام والقوى الاجتماعية الأخرى، وهو ما عرف بنظرية الاعتماد.

وكانت البدايات الأولى لنظرية الاعتماد على وسائل الإعلام على يد الباحثة ساندرا بول روكيتش وزملائها عام ١٩٧٤ عندما قدموا ورقة بحثيه بعنوان "منظور المعلومات"، وطالبوا فيها بضرورة الانتقال من مفهوم الإقناع في وسائل الإعلام، إلى وجهة النظر التي ترى قوة وسائل الإعلام كنظام معلوماتي يستمد من اعتمادات الآخرين على المصادر النادرة للمعلومات التي تسيطر عليها وسائل الإعلام؛ أي أن هناك علاقة اعتماد بين وسائل الإعلام والأنظمة الإعلامية الأخرى، من هذا المنطلق تركز نظرية الاعتماد على أن العلاقات بين وسائل الإعلام والجمهور والنظام الاجتماعي تتسم بخصائص اجتماعية من الاعتماد المتبادل الذي تفرضه سمات المجتمع الحديث، حيث يعتمد أفراد الجمهور على وسائل الإعلام كنظام فرعي لإدراك وفهم نظام فرعي آخر هو المحيط الاجتماعي من حولهم، وبذلك تمثل وسائل الإعلام مصادر رئيسية يعتمد عليها أفراد الجمهور في استقاء المعلومات عن الأحداث الجارية.

وتتدفق المعلومات من وسائل الإعلام لكي تؤثر في الأفراد، وفي بعض الحالات تتدفق المعلومات أيضًا من الأفراد لكي تؤثر في وسائل الإعلام، وفي المجتمع ككل، ويتخذ ذلك بعض الأشكال, مثل الاعتراض الجماهيري الذي يزيد من مستوى الصراع في المجتمع، أو يؤدي إلى تكوين جماعات اجتماعية جديدة. وقد تؤدي مثل هذه الأحداث إلى تغييرات في طبيعة العلاقات بين النظم الاجتماعية، ونظم وسائل الإعلام، مثل تمرير قوانين جديدة يتم تصميمها لتغير سياسات تشغيل وسائل الإعلام.

لذلك فإن علاقات الاعتماد المتبادل بين وسائل الإعلام وأجزاء أخرى من الكيان الاجتماعي، يجب أن تمر بتغيير من أجل أن تبقي المجتمعات في بيئات متغيرة، ويكون مثل هذا التغيير المتكيف بطيئًا في العادة، وغالبًا ما يكون غير مخطط ومن ثم فإنه من الصعب إدراكه في الوقت الذي يقع فيه (Rokeach, 1973).

٢. الدراسات السابقة:

أطلع الباحث على العديد من الدراسات العربية والأجنبية التي تناولت موضوع الدراسة الحالية، وفيما يلي عرض لأهم هذه الدراسات:

في دراسة قام بها بواكي (Boakye, 2017) كان الهدف منها تحديد مستوى الوعي وإمكانية استخدام المجلات الإلكترونية من قبل أعضاء هيئة التدريس بكلية جاردن سيتي الجامعية (GCUC)، وكلية الخدمة الجامعية المسيحية (CSUC) في كوماسي، غانا. تم استخدام طريقة المسح مع الاستبيان كأداة لجمع البيانات. ووجدت الدراسة أن مستويات الوعي واستخدام المجلات الإلكترونية كانت عالية نسبياً، بينما كانت هنالك بعض المشاكل مثل بطء الشبكة، وانقطاع التيار الكهربائي العادي، وعدم استقرار الشبكة لإعاقة الوصول إلى المجلات الإلكترونية واستخدامها. لذلك أوصت الدراسة بالدعاية الكافية، والتدريب المنتظم، وتوفير مولدات الطاقة لحل المشاكل.

وفي دراسة قام بها أولابي وآخرون (Owolabi, S.; Idowu, O. A.; Okocha, F.; Ogundare, A. O., 2016). بعنوان "استخدام طلبة الجامعة لمصادر المعلومات الإلكترونية"،

حيث قامت الدراسة بتقييم استخدام مصادر المعلومات الإلكترونيّة من قبل الطلبة الجامعيّين في كلّيات التربية والعلوم الاجتماعيّة في جامعة إيبادان (نيجيريا). واعتمدت الدراسة على المسح الوصفيّ للعيّنة التي تتألّف من ١٨٧٢ طالباً وطالبة في كلّيات التربية والعلوم الاجتماعية في جامعة إيبادان. كما تمّ اختيار عيّنة من ٢٠٠ عضو من أعضاء هيئة التدريس باستخدام العيّنة العشوائيّة البسيطة. وتمّ تحليل البيانات باستخدام برنامج (SPSS)، وحساب التوزيعات التكراريّة والنسب المئويّة. وكشفت النتائج أنّ خدمة الإنترنت، وخدمات البريد الإلكترونيّ، وقواعد البيانات على الإنترنت، وقواعد البيانات الإلكترونيّة، ومقاهي الإنترنت، كانت أهمّ مصادر المعلومات الإلكترونيّة التي تُستخدم من قبل الطلبة الجامعيّين في جامعة إيبادان.

وفي دراسة (Kim et al., 2014) ، تبيّن أنّه أصبحت لوسائل الإعلام الاجتماعيّة شعبيّة متزايدة بين مختلف مجموعات المستخدمين، وأنّ طلّاب المرحلة الجامعيّة استخدموا مصادر معلومات متعدّدة منها الويكيبيديا. كما قدّمت الدراسة لمحة سريعة عن الاتّجاهات الحاليّة من حيث استخدام وسائل الإعلام الاجتماعيّة كمصادر للمعلومات. وألقت الضوء على الإجراءات التي يتّبعها الطلّاب الجامعيّين لتقييم المعلومات المستمدّة من وسائل الإعلام الاجتماعيّة، بما في ذلك الشبكات الاجتماعيّة ومواقع مشاركة الفيديو التي لم تُدرس إلّا نادراً.

وفي دراسة (الجمال، ٢٠١٢) عن دور المواقع الإخباريّة الإلكترونيّة في تشكيل معارف واتّجاهات المغتربين المصريّين نحو الأحداث السياسيّة في مصر للفترة ما بعد ثورة ٢٥ يناير، أجرتها على المصريّين المقيمين في الملكة العربيّة السعوديّة من خلال اختيار عيّنة عشوائيّة متعدّدة المراحل، قوامها ٩٠٠ مفردة من ٦ مدن سعوديّة ممثّلة للمملكة (جدّة، والرياض، والمدينة المنوّرة، ومكّة المكرّمة، والطائف، وأبها)، وبواقع ١٥٠ مفردة من كلّ مدينة. .توصّلت الباحثة إلى النتائج التالية:

١. ارتفع معدّل استخدام عيّنة الدراسة لشبكة الإنترنت.

٢. تعدّدت المصادر الإعلاميّة التي تمثّل مصدراً لمتابعة الأحداث السياسيّة في مصر عقب الثورة.

٣. احتلّ موقع اليوم السابع www.youm7.com المركز الأوّل في الاستخدام (بدرجة كبيرة) بنسبة ٨٥٪.

٤. تعدّدت أسباب استخدام العيّنة للمواقع الإخباريّة كمصدر للمعلومات.

٥. أظهرت الدراسة أنّه كلّما زاد استخدام المغتربين للمواقع الإخباريّة كمصدر للمعلومات حول الأحداث السياسيّة في مصر بعد الثورة، زاد مستوى المعرفة بالأحداث السياسيّة.

٦. تبيّن عدم وجود فروق دالّة إحصائيّاً بين الذكور والإناث في استخدام مصادر محدّدة للمعلومات السياسيّة عن مصر بعد الثورة.

وفي دراسة أجراها نينجشاليرم (Nuangchalerm, 2010) والتي تناولت مقدار توزيع وتنوع المجلات الأكاديمية الإلكترونية على نطاق واسع. مما يؤكد أن المجلات العلمية الإلكترونية المستقبلية سوف تكون مختلفة عن سابقاتها المطبوعة، وأن كلاهما سيشغل مكانة مختلفة من قبل المستخدم، وقد هدفت هذه الدراسة إلى التحقق من إدراك مستخدم الإنترنت والمجلات الإلكترونية لعدد ٣٨ من المعلمين. وأظهرت النتائج أن أفراد العينة كان لديهم قبول عالٍ بشكل ملحوظ للإنترنت وفوائده للأغراض أكاديمية، كذلك المجلات الإلكترونية من حيث المعلومات المرجعية العلمية المستقبلية.

وفي دراسة أجراها مركز الصحفيّ العربيّ (٢٠١٠) والتي تناولت استخدام الشباب للمواقع الإخباريّة العربيّة والإشباع المتحقّق منها، تمّ رصد أنماط تعرّض الجمهور المصريّ من الشباب للمواقع الإخباريّة العربيّة وتحليلها، وكذلك استخدامات الجمهور المصريّ للمواقع الإخباريّة، والإشباع الذي تحقّق من خلال تعرّضه لها، ورصد أنواع المضامين الإخباريّة والخدمات التفاعليّة المستحدثة المقدّمة من خلالها. وانتهت الدراسة إلى أنّ الشباب يعتمد بنسبة كبيرة (٥١٪) على المواقع الإخباريّة العربيّة كمصدر للمعلومات. وبيّنت الدراسة أنّ الذكور يتفوّقون على الإناث في استخدام المواقع الإخباريّة في أوقات الأزمات الطارئة.

وفي دراسة (بخيت، ٢٠٠٨) والتي تناولت أدوار مستخدمي المواقع الإلكترونيّة في صناعة المضامين الإعلاميّة، تمّت الإشارة إلى قلّة مساهمة المستخدمين العرب في تزويد المواقع بالمضامين الإعلاميّة التي يمكن أن تثريها، ويمكن أن توسّع دائرة تغطيتها للأحداث، ويمكن أن

تغذّي مناقشاتها حول القضايا المختلفة. وقد انحصرت هذه الإسهامات غالبًا في التعليق على بعض الأخبار والمقالات والصور، دون مشاركة حقيقيّة في إنتاج مضامين تنشر في شكل أخبار ومقالات وفيديوهات وصور.

وفي دراسة (البطل، ٢٠٠٨: ص٧٥٩-٨٠٣) حول ميول المغتربين مستخدمي الصحف الإلكترونيّة المصريّة من حيث الإخراج الفنّي، تبيّن ارتفاع درجة انتظام المغتربين المصريّين في التعرّض للصحف الإلكترونيّة. واحتلّت صحيفة الأهرام المركز الأوّل. وجاءت المصري اليوم في المرتبة الثانية. وتفاوتت التفضيلات للصور، وإخراج العناوين، واستخدام الألوان في المتن. وأوصت الدراسة بضرورة التزام الصحف الإلكترونيّة لقواعد الإخراج ومفهوم الانقرائيّة التيبوغرافيّة.

وفي دراسة (Abouserie, 2008) ، تمّ التركيز على استكشاف مصادر المعلومات في جامعة سيراكيوز، من خلال استخدام الشبكات وخدمات المعلومات. كما أُستخدم الاستبيان في هذه الدراسة على أعضاء هيئة التدريس بالجامعة. وتبيّن من النتائج أنّ أكثر مصادر المعلومات التّي يعتمد عليها أفراد العيّنة هي المجلّات الإلكترونيّة، من خلال الإنترنت ومحرّكات البحث.

وفي دراسة قام بها كل من بوريجو وآخرون (Borrego, A.; Anglada, L.; Barrios, M.; Comellas, N., 2007). عن استخدام المجلات الإلكترونية في الجامعات الكاتالونية من قبل أعضاء هيئة التدريس في الجامعات التابعة لجمعية المكتبات الأكاديمية في كاتالونيا (CBUC). أظهرت النتائج أن نسبة عالية من أعضاء هيئة التدريس والباحثين كانوا على دراية بجمع الدوريات الإلكترونية، وأن هناك تفضيلاً متزايداً للمجلات الإلكترونية على حساب الشكل المطبوع. وإن مجموعة الدوريات الإلكترونية كانت ذات قيمة عالية، وتوقع معظم المستخدمين زيادة استخدامها خلال السنوات القليلة القادمة.

وفي دراسة لعبد الملك الدناني (٢٠٠١) بعنوان "الوظيفة الإعلامية لشبكة الإنترنت"، درس فيها الجمهور اليمني، وتوصل إلى أن العائق المادي له أثر كبير في عدم إقبال الجمهور اليمني على استخدام الإنترنت بشكل واسع؛ نظراً لارتفاع تكاليف الاشتراك. ومن ناحية أخرى أظهرت هذه الدراسة إجماع المستخدمين للإنترنت في وسائل الإعلام اليمنية على وجود خدمات متعددة يمكن أن تستفيد منها وسائل الإعلام في إنجاز العمل الصحفي، فقد ذكر ٦٦,٣٪ ممن شملهم المسح الميداني بأن صحفهم تستفيد من خدمات النشر الإلكتروني التي توفرها الإنترنت من حيث الحصول على الأخبار، والتقارير الصحفية، والصور من مصادر مختلفة منتشرة في الإنترنت، في مقابل ٣٣,٧٪ الذين تستفيد صحفهم من بعض هذه الخدمات.

وفي دراسة لفايز الشهري (٢٠٠١) بعنوان الإنترنت كمصدر للأخبار والمعلومات تتبع فيها مصادر الأخبار عن السعودية في شبكة الإنترنت وحاول بيان محاسن الإنترنت ومساوئها، توصل إلى النتائج التالية:

١- توقعت الحكومة السعودية أن الحرية الثقافية في الإنترنت قد تستخدم كوسيلة أساسية ضد السعودية والشريعة الإسلامية، ولكنها تدفع ثمن تأخرها في إدخال هذه الوسيلة إليها.

٢- إن مصادر كميات كبيرة من الأخبار عن السعودية جاءت من مواقع إنترنت تبث من أوروبا وأمريكا.

٣- تتمتع المجتمعات العالمية باستثناء السعودية بمزايا الإنترنت في التعليم والأعمال وغيرها، وتواجه المملكة حقيقة أن محتويات الإنترنت مثل أي وسيلة أخرى تحمل مضامين إعلامية.

٤- إن الشكاوى حول محتويات الإنترنت لها ما يبررها لكن يجب تذكر أن الإنترنت وسيلة للحصول على المعلومات، والمواد التي يمكن إظهارها بشكل إلكتروني.

كما قامت ميرفت محمد الطرابيشي (١٩٩٩: ص١٤٨) بدراسة العوامل المؤثرة في تعرض الشباب المصري للمواقع الإلكترونية على الإنترنت، على عينة من الشباب المصري من سن ٢١ إلى ٤٥ سنة، وحاولت الباحثة التعرف على مدى تأثر تعرضهم للمواقع الإلكترونية على شبكة الإنترنت بمتغيرات الجنس والمؤهل والمهنة والمستوى الاقتصادي، على أنها متغيرات مستقلة وربطها بالعديد من المتغيرات التابعة (مدى التعرض، درجة الاعتماد على معلومات الإنترنت ومصداقيتها، مقابل معلومات وسائل الاتصال الأخرى)، وكذلك التعرف على دوافع التعرض، وخصائصه، للكشف في النهاية عن العوامل المؤثرة في تعرض الشباب للمواقع الإلكترونية على الإنترنت.

وقامت الباحثة بمسح أكثر المواقع التي يتعرض لها الشباب، ونوعية المضامين، والمعلومات المفضلة، ودرجة اعتمادهم عليها، وثقتهم بها مقابل معلومات وسائل الاتصال الأخرى. وكانت أبرز نتائجها ما يلي:

١- بلغ إجمالي الذين يتعرضون للمواقع الإلكترونية على الإنترنت بانتظام ٥٨,٧٪ مقابل ٤١,٣٪ للذين لا يتعرضون بانتظام، مما يشير إلى انتشار استخدام الإنترنت بين الشباب المصري رغم حداثتها في مصر.

٢- جاء التعرض للمواقع الإلكترونية في الإنترنت لمتابعة الأخبار السياسية، والأحداث العالمية بنسبة ١٧,٦٪، ثم للتسلية والترفيه بنسبة ١٣,٥٪، ثم التثقيف ١٢,٤٪، ثم استخدامات البريد الإلكتروني بنسبة ١١,٦٪، ثم ضرورات العمل ٦,٣٪، ثم التمكن من متابعة الأخبار الاقتصادية بنسبة ٦٪، والتعرف على أحدث الاكتشافات العلمية بنسبة٥,٢٪، ومعرفة أخبار شركات الحاسب الآلي بنسبة ٣,٨٪.

٣- تعد الأسباب المختصة بالحصول على المعلومات والأخبار والتثقيف، ومعرفة آخر الاكتشافات العلمية أحد أولويات تعرض الشباب المصري للمواقع المنشورة في الإنترنت ويؤكد ذلك أن هذه الأسباب مجتمعة جاءت في الترتيب الأول بنسبة ٣٥,٤٪.

٤- جاءت المواقع الإعلامية في الترتيب الأول من جملة المواقع التي يتعرض لها الشباب المصري في الإنترنت، وجاءت لدى الذكور بنسبة ٢١,٦٪ مقابل ٢٢,٧٪ وأتضح للباحثة تعدد المواقع الإعلامية التي يتعرض لها الشباب المصري وتنوعت هذه المواقع ما بين مواقع للصحف ومحطات للإذاعة والتلفاز.

١,٢. تعقيب على الدراسات السابقة:

من خلال استقراء الدراسات السابقة يتضح ما يلي:

١. إن هنالك ميل من طلبة الجامعات وأعضاء هيئة التدريس إلى استخدام المجلات الإلكترونية والمواقع الإلكترونية كمصدر مهم للمعلومات. وأن هناك تفضيلاً متزايداً للمجلات الإلكترونية على حساب الشكل المطبوع.

٢. يفضل معظم المغتربين استخدام الصحف الإلكترونيّة عن الورقية.

٣. انحصرت إسهامات رواد الصحف الإلكترونية غالبًا في التعليق على بعض الأخبار والمقالات والصور، دون مشاركة حقيقيّة في إنتاج مضامين تنشر في شكل أخبار ومقالات وفيديوهات وصور.

٤. أثبتت الدراسات أنّ الذكور يتفوّقون على الإناث في استخدام المواقع الإخباريّة خاصة في أوقات الأزمات الطارئة.

٥. إن المجلات العلمية الإلكترونية المستقبلية سوف تكون مختلفة عن سابقاتها المطبوعة، وأن كلاهما سيشغل مكانة مختلفة من قبل المستخدم، وكان معظم مستخدمي الصحافة الإلكترونية لديهم قبول عالٍ بشكل ملحوظ للإنترنت وفوائده للأغراض أكاديمية، كذلك المجلات الإلكترونية من حيث المعلومات المرجعية العلمية المستقبلية.

٦. إن مستويات الوعي واستخدام المجلات الإلكترونية كانت عالية نسبياً لدى مستخدمي الصحافة الإلكترونية.

٣. فرضيّات الدراسة:

١. "يعتمد جمهور الشباب البحرينيّ على المواقع الإلكترونيّة للصحف البحرينيّة كمصدر أساسيّ للمعلومات مقارنة بوسائل الإعلام الأخرى".

٢. "لا يعتمد جمهور الشباب البحرينيّ على الصحافة الورقية كمصدر أساسيّ للمعلومات مقارنة بوسائل الإعلام الأخرى".

الفصل الثالث

الطريقة والإجراءات

١. منهج الدراسة.

٢. مجتمع الدراسة والعينة.

٣. أدوات الدراسة.

٤. التعامل الإحصائي مع بيانات الدراسة.

٥. إجراءات الدراسة.

الفصل الثالث

الطريقة والإجراءات

١. منهج الدراسة:

اعتمدت الدراسة الحالية على المنهج الوصفي المسحي من خلال مسح مواقع الصحف الإلكترونية بمملكة البحرين وعددها ثلاثة وهي الأكثر انتشاراً بالبحرين، وهي:

أ. الموقع الإلكترونيّ لصحيفة "أخبار الخليج".

ب.الموقع الإلكترونيّ لصحيفة "الأيام".

ج. الموقع الإلكترونيّ لصحيفة "Gulf daily news".

واستخدمت الأسلوب الوصفي التحليلي في تحليل بيانات الدراسة من خلال تصميم استبانة خاصة لجمع البيانات المتعلقة بموضوع الدراسة الحالية. ومن خلال عملية جمع البيانات عن عينة مختارة وممثلة لمجتمع الدراسة.

وبالتالي فإنه قد تمّ الاعتماد في هذا البحث على الدراسة الوصفيّة لمعرفة مدى اعتماد الجمهور على المواقع الإلكترونيّة للصحف البحرينيّة كمصدر للمعلومات.

٢. مجتمع الدراسة والعينة:

١,٢. مجتمع الدراسة: تمّ تحديد فئة الشباب البحريني (١٥-٣٥ سنة) كمجتمع للدراسة.

٢,٢. عيّنة الدراسة الأساسيّة: تم تطبيق الدراسة الميدانيّة على عيّنة غير احتمالية بطريقة كرة الثلج حيث تمّ سحبها من خلال رابط إلكتروني تم إعداده من قبل الباحث[4]، وبلغ حجم العينة ١٤٦ من الشباب البحريني (٦٣ ذكوراً، و٨٣ إناثاً). بهدف التعرّف على مدى اعتماد الجمهور على المواقع الإلكترونيّة للصحف البحرينيّة كمصدر للمعلومات. وروعي في اختيار العيّنة التمثيل السليم لمتغيّرات الجنس، والمستوى الدراسيّ، الخ.

---

[4] . https://www.surveymonkey.com/s/UOB1

وفيما يلي وصف لهذه العينة:

جدول (١)

توزيع أفراد العينة على متغيري الجنس والفئة العمرية

الفئة العمرية	الذكور		الإناث		الإجمالي	
	العدد	٪	العدد	٪	العدد	٪
أقل من ٢٠ سنة	٢	١٠٠	٠	٠	٢	١,٤
من ٢٠ إلى أقل من ٣٠ سنة	٦٠	٤٢,٣	٨٢	٥٧,٧	١٤٢	٩٧,٣
من ٣٠ إلى أقل من ٤٠ سنة	١	٥٠	١	٥٠	٢	١,٤
الإجمالي	٦٣	٤٣,٢	٨٣	٥٦,٨	١٤٦	١٠٠

أتضح من الجدول السابق أن معظم أفراد العينة (٩٧,٣٪) كانوا في الفئة العمرية من ٢٠ إلى أقل من ٣٠ سنة.



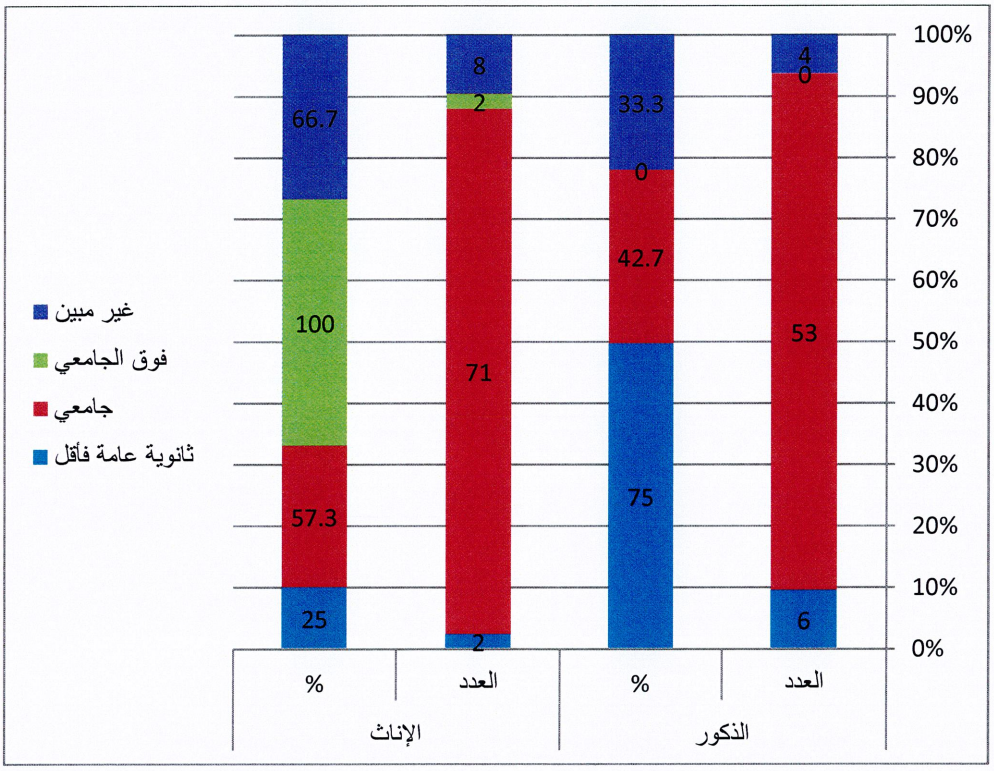
شكل (١)

توزيع أفراد العينة على متغيري الجنس والفئة العمرية

جدول (٢)
توزيع أفراد العينة على متغيري الجنس والمستوى التعليمي

المستوى التعليمي	الذكور		الإناث		الإجمالي	
	العدد	٪	العدد	٪	العدد	٪
ثانوية عامة فأقل	٦	٧٥	٢	٢٥	٨	٥,٥
جامعي	٥٣	٤٢,٧	٧١	٥٧,٣	١٢٤	٨٤,٩
فوق الجامعي	٠	٠	٢	١٠٠	٢	١,٤
غير مبين	٤	٣٣,٣	٨	٦٦,٧	١٢	٨,٢
الإجمالي	٦٣	٤٣,٢	٨٣	٥٦,٨	١٤٦	١٠٠

أتضح من الجدول السابق أن معظم أفراد العينة (٨٤,٩٪) كانوا جامعيين.

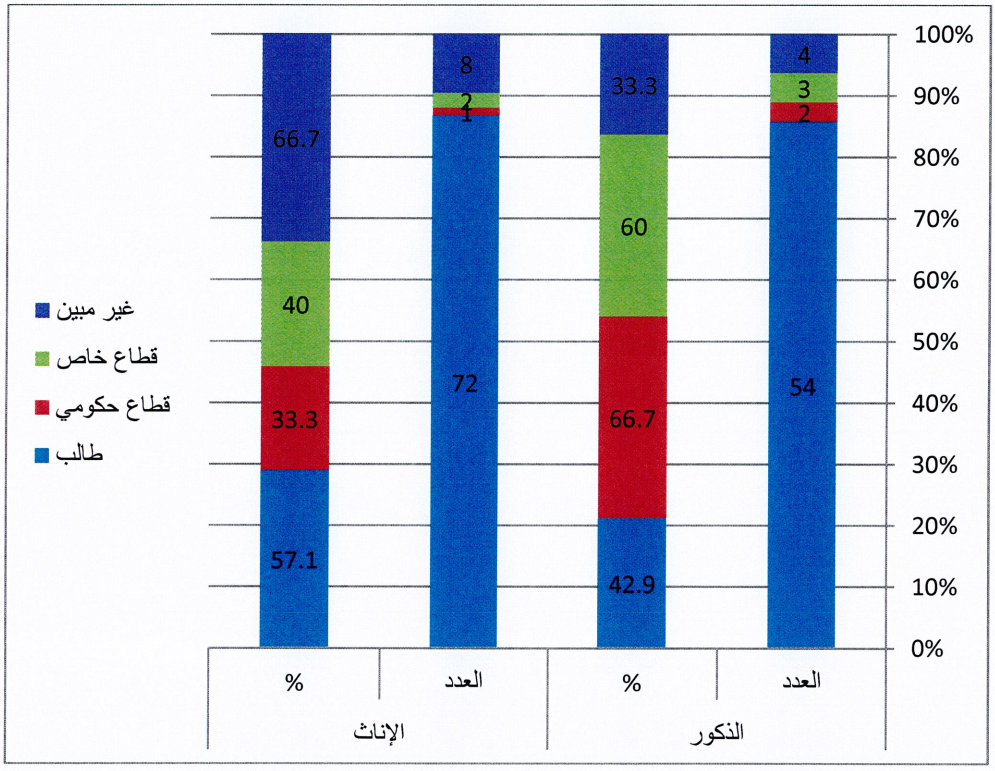


شكل (٢)
توزيع أفراد العينة على متغيري الجنس والمستوى التعليمي

جدول (٣)
توزيع أفراد العينة على متغيري الجنس والمهنة

المهنة	الذكور		الإناث		الإجمالي	
	العدد	٪	العدد	٪	العدد	٪
طالب	٥٤	٤٢,٩	٧٢	٥٧,١	١٢٦	٨٦,٣
قطاع حكومي	٢	٦٦,٧	١	٣٣,٣	٣	٢,١
قطاع خاص	٣	٦٠	٢	٤٠	٥	٣,٤
غير مبين	٤	٣٣,٣	٨	٦٦,٧	١٢	٨,٢
الإجمالي	٦٣	٤٣,٢	٨٣	٥٦,٨	١٤٦	١٠٠

أتضح من الجدول السابق أن معظم أفراد العينة (٨٦,٣٪) كانوا طلبة جامعيين.



شكل (٣)
توزيع أفراد العينة على متغيري الجنس والمهنة

٣,٢. عيّنة الدراسة الاستطلاعيّة: تم إجراء دراسة استطلاعيّة على عيّنة استطلاعيّة من الشباب البحرينيّ (١٥ من الذكور، و١٥ من الإناث)، بهدف التحقّق من الخصائص السيكومتريّة للأداة (الصدق – الثبات).

٣. أدوات جمع البيانات:

١,٣. الاستبيان:

وصف الأداة: تكون الاستبيان من ثلاثة أجزاء كالآتي: (الملحق ٢)

الجزء الأوّل: يتضمّن البيانات الأوّلية للمستجيب، وتضمّ أسئلة عن النوع، والعمر، والمستوى التعليميّ، والتخصّص الدراسيّ، والحالة الاجتماعيّة.

الجزء الثاني: يتضمّن بنود الاستبانة؛ وينصّ على أهمّ المواقع في الصحافة الإلكترونيّة التي يتردّد عليها الشباب باستمرار، وأهمّ الموضوعات التي يهتمّ بها الشباب، ومدى اعتمادهم على الصحافة الإلكترونيّة كمصدر للمعلومات،

الجزء الثالث: يتضمّن أسئلة أخرى ذات صلة بموضوع وأهداف الاستبانة.

وتم عرض هذه الاستبانة على مجموعة من المحكمين المتخصصين (الملحق ١) للتأكد من صدق الاستبانة، الذين قاموا بإجراء التعديلات الضرورية على الاستبانة.

تصحيح الاستبانة:

حسبت درجات دوافع استخدام الصحافة الإلكترونية كمصدر للمعلومات على النحو الآتي:

- كبيرة جداً، ويقدر لها ٥ درجات.
- كبيرة، ويقدر لها ٤ درجات.
- متوسطة، ويقدر لها ٣ درجات.
- قليلة، ويقدر لها درجتان.
- قليلة جداً، ويقدر لها درجة واحدة.

٢,٢. استمارة تحليل المضمون للصحف الورقية:

وصف الأداة: تكونت الاستمارة من ثلاثة أجزاء كالآتي: (الملحق ٢)

الجزء الأوّل: يتضمّن أهم المجالات والموضوعات التي يطلع عليها أفراد العينة، من حيث الحجم (صفحة، نصف صفحة، ربع صفحة، عمود أو أكثر، أقل من عمود).

الجزء الثاني: يتضمّن أهم المجالات والموضوعات التي يطلع عليها أفراد العينة، من حيث الموقع (صفحة أولى، صفحة أخيرة، صفحة داخلية).

وقد استخدمت هذه الاستمارة لتحليل المضمون لثلاث من الصحف الورقية: هي:

١. أخبار الخليج.

٢. الأيام.

٣. Gulf Daily News.

٣,٣. صدق الأدوات:

يقصد بصدق الأداة قدرتها على قياس ما وضعت لقياسه، وقد تم حساب صدق الأداة من خلال صدق المحتوى (المحكمين)، حيث تم عرض الاستبانة واستمارة تحليل المضمون على مجموعة من المختصين في المجال من أعضاء هيئة التدريس بجامعة البحرين (انظر الملحق ١)

وقد تم تعديل الاستبانة واستمارة تحليل المضمون في ضوء الملاحظات التي أبداها المحكمون سواء بالحذف لبعض البنود، أو التعديل لبنود أخرى، أو الإضافة لبنود جديدة، وقد أجمع المحكمون على مدى ارتباط الاستبانة والاستمارة بأهداف الدراسة، وأنها تحقق الغاية والغرض التي وضعت من أجله.

٤,٣. ثبات الاستبانة:

تم حساب معامل الثبات بطريقة الاتساق الداخلي لبنود الاستبانة، وتم التوصل إلى معامل ألفا لكرونباخ بلغت قيمته (٠,٧٥)، وهي قيمة مرتفعة ومقبولة إحصائياً، مما يدل على ثبات الأداة.

٤. التعامل الإحصائي مع بيانات الدراسة:

استخدمت الدراسة الحالية أساليب الإحصاء الوصفي والتحليلي في استخراج النتائج التي تحقق أهداف الدراسة، من خلال حساب التكرارات والنسب المئوية، والمتوسطات والانحرافات المعيارية لبنود الاستبانة، كما تم حساب قيمة كا^{2} (كا تربيع) للتعرف على مدى انطباق الإجابات الملاحظة مع المتوقعة لضمان حسن المطابقة. وكذلك تم حساب معامل ألفا لكرونباخ لحساب ثبات الاتساق الداخلي لبنود الاستبانة. وذلك من خلال الحزمة الإحصائية للعلوم الإنسانية SPSS الإصدار ٢٣.

٥. إجراءات الدراسة:

١. تم تصميم أداة الدراسة (الاستبانة) بعد الاطّلاع على أدوات مشابهة، والرجوع إلى دراسات سابقة مشابهة.
٢. خضعت الأداة للتحكيم من قبل محكّمين متخصّصين في المجال.
٣. تم إجراء دراسة استطلاعيّة على عيّنة استطلاعيّة من الشباب البحرينيّ (١٥ من الذكور، و١٥ من الإناث)، بهدف التحقّق من الخصائص السيكومتريّة للأداة (الصدق – الثبات).
٤. تمّ سحب العيّنة الأساسيّة عشوائيّاً من مجتمع الدراسة.
٥. تمّ تصميم الاستبانة بطريقة إلكترونيّة ونشرها في الفضاء الإلكترونيّ لتعبئتها من قبل الشباب البحرينيّ.
٦. تمّ إدخال البيانات وتحليلها إحصائيّاً لكتابة التقرير النهائي للدراسة.

الفصل الرابع

نتائج الدراسة ومناقشتها والتوصيات

١. نتائج الدراسة.

٢. اختبار فرضية الدراسة.

٣. خلاصة النتائج.

٤. التوصيات والدراسات المقترحة.

الفصل الرابع

نتائج الدراسة ومناقشتها والتوصيات

حاولت الدراسة الحالية الإجابة عن الأسئلة الآتية:

١. ما مدى اعتماد جمهور الشباب البحرينيّ على المواقع الإلكترونيّة للصحف البحرينيّة كمصدر للمعلومات؟

٢. ما أكثر الصحف الإلكترونية التي يتابعها الشباب البحريني؟

٣. ما مدى اعتماد جمهور الشباب البحرينيّ على الصحافة الورقية كمصدر للمعلومات؟

٤. ما أكثر الصحف الورقية التي يتابعها الشباب البحريني؟

٥. ما أكثر الموضوعات التي يتابعها الجمهور من خلال استخدامه للصحافة الإلكترونيّة؟

٦. ما مدى متابعة أفراد العينة للقضايا العالمية المختلفة؟

٧. ما نوع ومدى مشاركة أفراد العينة بالرأي في المواقع الإلكترونية؟

٨. ما دوافع استخدام أفراد العينة للصحافة الإلكترونيّة؟

٩. ما هو تحليل محتوى ومضمون الصحف الورقية بمملكة البحرين؟

ومن خلال الجانب الميداني، أمكن التوصل إلى النتائج الآتية:

١. نتائج الدراسة.

(١) مدى اعتماد جمهور الشباب البحرينيّ على المواقع الإلكترونيّة للصحف البحرينيّة كمصدر للمعلومات:

تم حساب التكرارات والنسب المئوية لمدى اعتماد جمهور الشباب البحرينيّ على المواقع الإلكترونيّة للصحف البحرينيّة كمصدر للمعلومات:

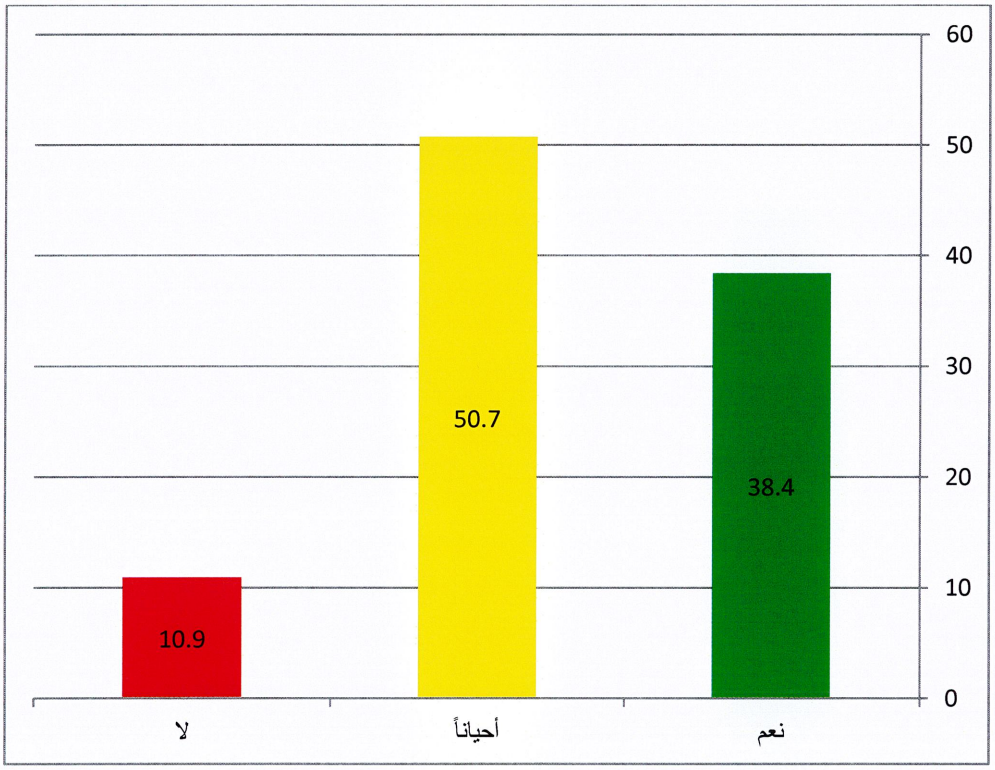
أ- مدى اعتماد جمهور الشباب البحرينيّ على المواقع الإلكترونيّة للصحف البحرينيّة كمصدر للمعلومات:

جدول (٤)

مدى اعتماد جمهور الشباب البحرينيّ على المواقع الإلكترونيّة للصحف البحرينيّة كمصدر للمعلومات

الإجابة	التكرار	النسبة المئوية ٪
نعم	٥٦	٣٨,٤
أحياناً	٧٤	٥٠,٧
لا	١٦	١٠,٩
الإجمالي	١٤٦	١٠٠

يتضح من الجدول السابق أن ٣٨,٤٪ من أفراد العينة يعتمدون على المواقع الإلكترونية كمصدر دائم للمعلومات، في مقـــــابل أن ٥٠,٧٪ من أفراد العينة يعتمدون أحياناً على هذه المواقع الإلكترونية، و١٠,٩٪ من أفراد العينة لا يعتمدون على المواقع الإلكترونية.



شكل (٤)

مدى اعتماد جمهور الشباب البحرينيّ على المواقع الإلكترونيّة للصحف البحرينيّة كمصدر للمعلومات

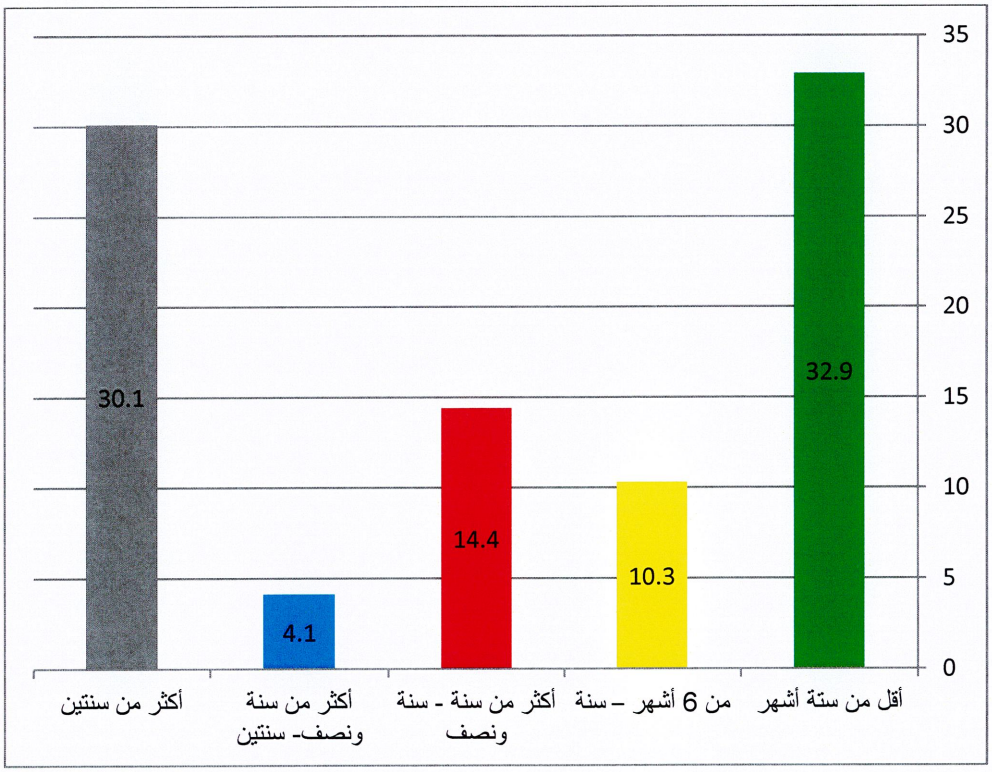
ب- مدة استخدام الصحافة الإلكترونية:

جدول (٥)

مدة استخدام أفراد العينة للصحافة الإلكترونية

المدة	التكرار	النسبة المئوية ٪
أقل من ستة أشهر	٤٨	٣٢,٩
من ٦ أشهر – سنة	١٥	١٠,٣
أكثر من سنة - سنة ونصف	٢١	١٤,٤
أكثر من سنة ونصف- سنتين	٦	٤,١
أكثر من سنتين	٤٤	٣٠,١
غير مبين	١٢	٨,٢
الإجمالي	١٤٦	١٠٠

يتضح من الجدول السابق أن ٣٢,٩٪ من أفراد العينة يستخدمون الصحافة الإلكترونية أقل من ٦ شهور، في مقـــــابل أن ٣٠,١٪ من أفراد العينة يستخدمونها لأكثر من سنتين، و١٤,٤٪ من سنة إلى سنة ونصف.



شكل (٥)

مدة استخدام أفراد العينة للصحافة الإلكترونية

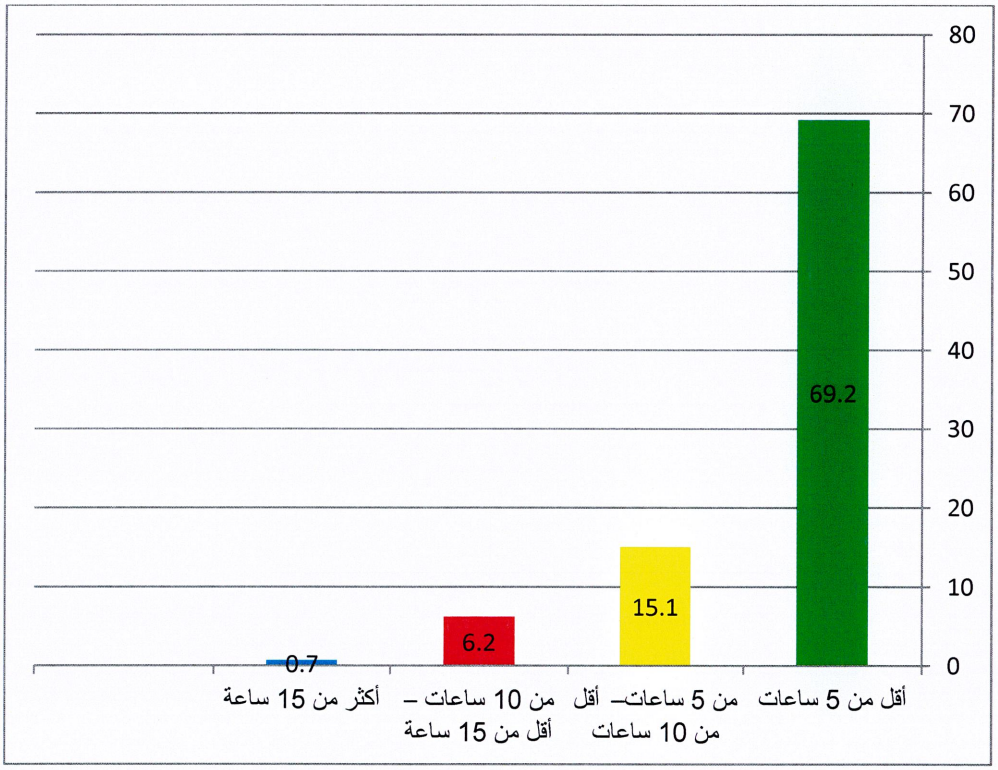
ج- عدد ساعات استخدام الصحافة الإلكترونية أسبوعياً:

جدول (٦)

عدد ساعات استخدام الصحافة الإلكترونية أسبوعياً

عدد الساعات	التكرار	النسبة المئوية ٪
أقل من ٥ ساعات	١٠١	٦٩,٢
من ٥ ساعات– أقل من ١٠ ساعات	٢٢	١٥,١
من ١٠ ساعات – أقل من ١٥ ساعة	٩	٦,٢
أكثر من ١٥ ساعة	١	٠,٧
غير مبين	١٣	٨,٩
الإجمالي	١٤٦	١٠٠

يتضح من الجدول السابق أن ٦٩,٢٪ من أفراد العينة يستخدمون الصحافة الإلكترونية أقل من ٥ ساعات أسبوعياً، في مقـــــابل أن ١٥,١٪ من أفراد العينة يستخدمونها من ٥ ساعات إلى أقل من ١٠ ساعات أسبوعياً.



شكل (٦)

عدد ساعات استخدام الصحافة الإلكترونية أسبوعياً

د- أماكن استخدام الصحافة الإلكترونية:

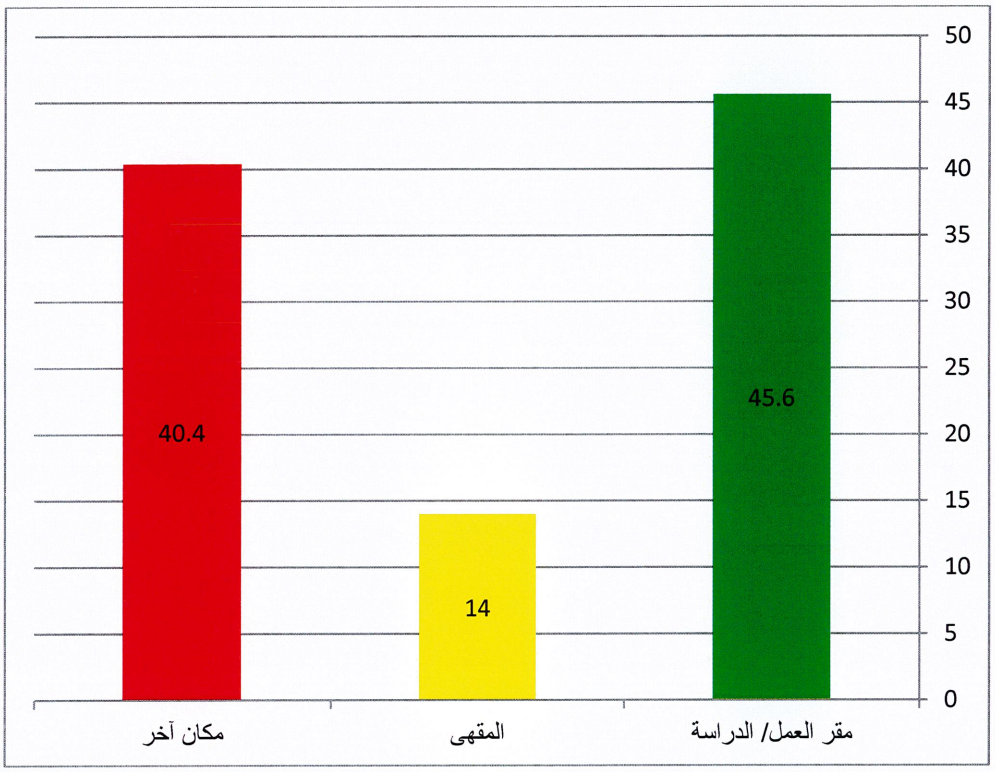
جدول (٧)

أماكن استخدام الصحافة الإلكترونية

المكان	التكرار*	النسبة المئوية ٪
مقر العمل/ الدراسة	٧٨	٤٥,٦
المقهى	٢٤	١٤
مكان آخر	٦٩	٤٠,٤

* المجموع لا يعبر عن حجم أفراد العينة الكلية لاحتمال أن يختار أي من أفراد العينة أكثر من مكان في وقت واحد.

يتضح من الجدول السابق أن ٤٥,٦٪ من أفراد العينة يستخدمون الصحافة الإلكترونية في مقر العمل أو الدراسة، في مقـــــابل أن ٤٠,٤٪ من أفراد العينة يستخدمونها أماكن أخرى.



شكل (٧)

أماكن استخدام الصحافة الإلكترونية

(٢) أكثر الصحف الإلكترونية التي يتابعها الشباب البحريني:

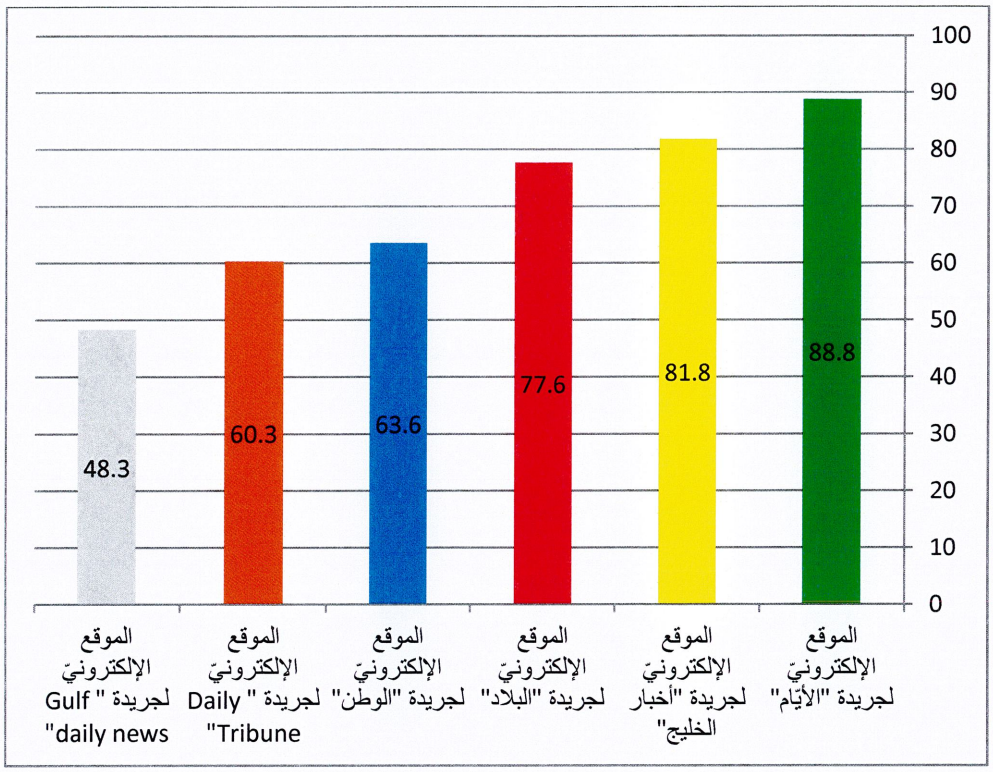
تم حساب التكرارات والنسب المئوية لأكثر الصحف الإلكترونية التي يتابعها الشباب البحريني:

جدول (٨)

أكثر الصحف الإلكترونية التي يتابعها الشباب البحريني

الصحيفة الإلكترونية	الترتيب	النسبة المئوية ٪
الموقع الإلكترونيّ لصحيفة "الأيّام"	١	٨٨,٨
الموقع الإلكترونيّ لصحيفة "أخبار الخليج"	٢	٨١,٨
الموقع الإلكترونيّ لصحيفة "البلاد"	٣	٧٧,٦
الموقع الإلكترونيّ لصحيفة "الوطن"	٤	٦٣,٦
الموقع الإلكترونيّ لصحيفة "Daily Tribune"	٥	٦٠,٣
الموقع الإلكترونيّ لصحيفة "Gulf daily news"	٦	٤٨,٣

يتضح من الجدول السابق أن الموقع الإلكترونيّ لصحيفة "الأيّام" احتل الترتيب الأول في متابعة الشباب البحريني بنسبة ٨٨,٨٪، يليه الموقع الإلكترونيّ لصحيفة "أخبار الخليج" بنسبة ٨١,٨٪، ثم الموقع الإلكترونيّ لصحيفة "البلاد" بنسبة ٧٧,٦٪، والموقع الإلكترونيّ لصحيفة "الوطن" بنسبة ٦٣,٦٪، ثم الموقع الإلكترونيّ لصحيفة "Daily Tribune" بنسبة ٦٠,٣٪، وفي المرتبة الأخيرة جاء الموقع الإلكترونيّ لصحيفة "Gulf daily news" بنسبة ٤٨,٣٪.



شكل (٨)

أكثر الصحف الإلكترونية التي يتابعها الشباب البحريني

(٣) مدى اعتماد جمهور الشباب البحرينيّ على الصحافة الورقية كمصدر للمعلومات:

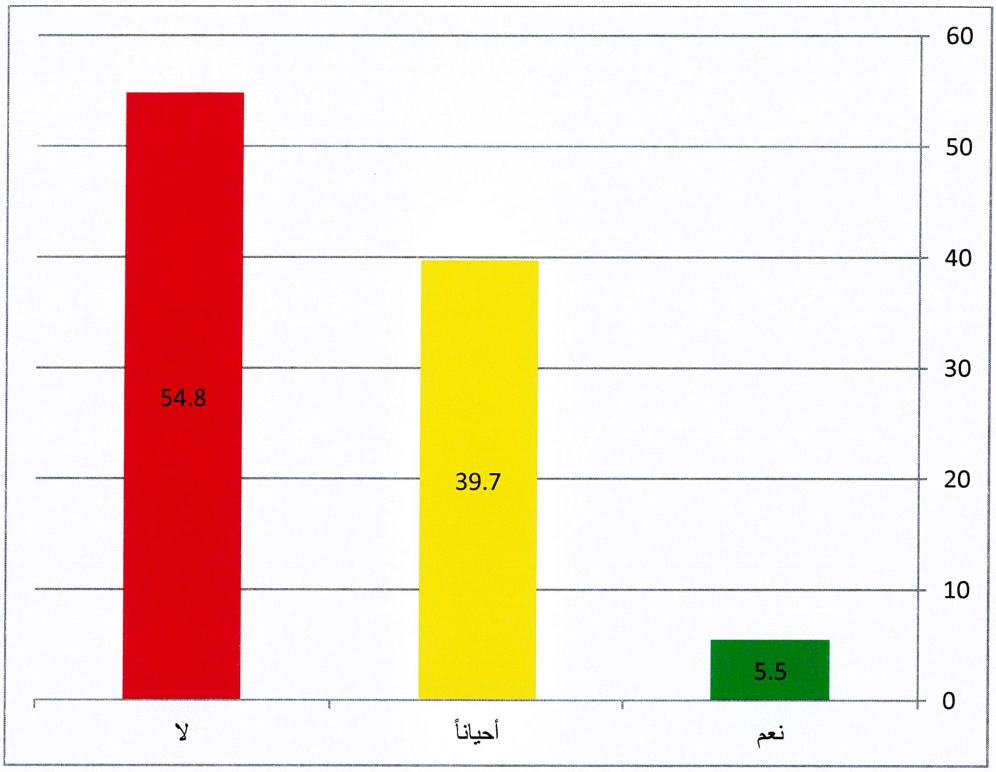
تم حساب التكرارات والنسب المئوية لمدى اعتماد جمهور الشباب البحرينيّ على الصحافة الورقية كمصدر للمعلومات:

جدول (٩)

مدى اعتماد جمهور الشباب البحرينيّ على الصحافة الورقية كمصدر للمعلومات

الإجابة	التكرار	النسبة المئوية ٪
نعم	٨	٥,٥
أحياناً	٥٨	٣٩,٧
لا	٨٠	٥٤,٨
الإجمالي	١٤٦	١٠٠

يتضح من الجدول السابق أن ٥٤,٨٪ من أفراد العينة لا يعتمدون على الصحافة الورقية كمصدر للمعلومات، في مقـــــابل أن ٣٩,٧٪ من أفراد العينة يعتمدون أحياناً على هذه الصحافة الورقية، و٥,٥٪ فقط من أفراد العينة يعتمدون عليها.



شكل (٩)

مدى اعتماد جمهور الشباب البحرينيّ على الصحافة الورقية كمصدر للمعلومات

(٤) أكثر الصحف الورقية التي يتابعها الشباب البحريني:

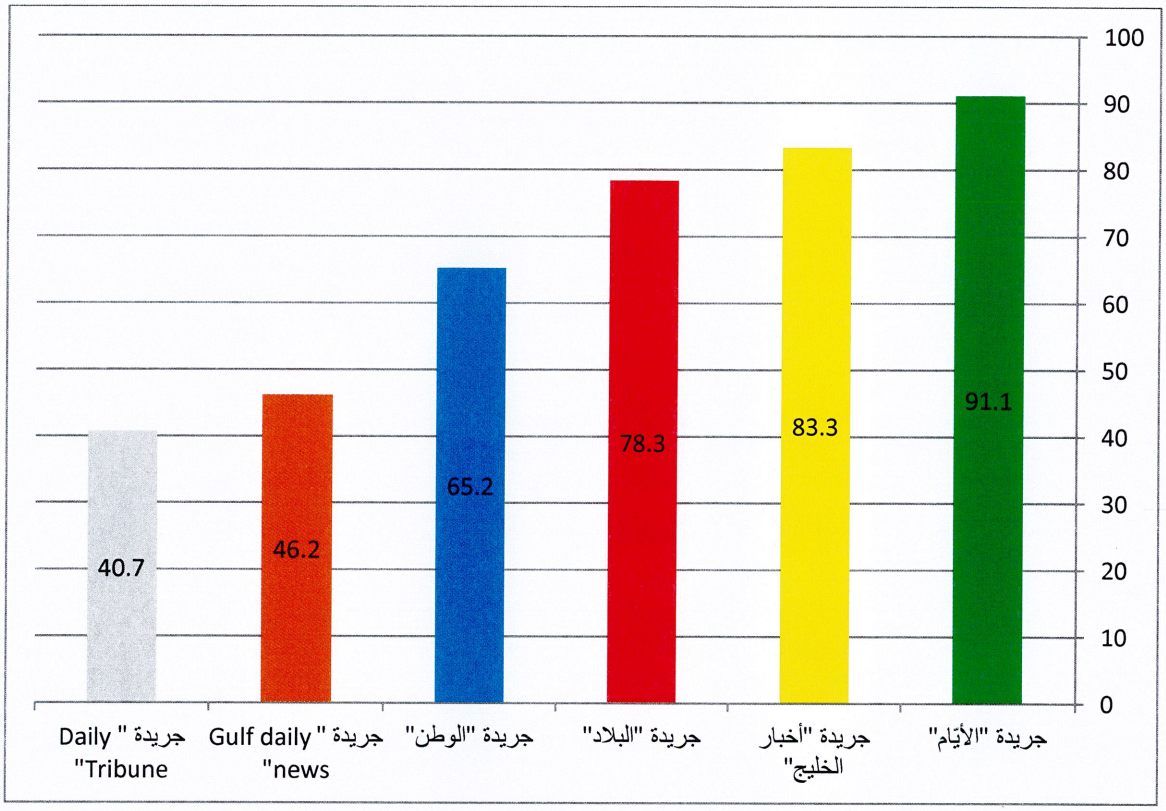
تم حساب التكرارات والنسب المئوية لأكثر الصحف الورقية التي يتابعها الشباب البحريني:

جدول (١٠)

أكثر الصحف الورقية التي يتابعها الشباب البحريني

الصحيفة الورقية	الترتيب	النسبة المئوية ٪
صحيفة "الأيّام"	١	٩١,١
صحيفة "أخبار الخليج"	٢	٨٣,٣
صحيفة "البلاد"	٣	٧٨,٣
صحيفة "الوطن"	٤	٦٥,٢
صحيفة "Gulf daily news"	٥	٤٦,٢
صحيفة "Daily Tribune"	٦	٤٠,٧

يتضح من الجدول السابق أن صحيفة "الأيّام" احتلت الترتيب الأول في متابعة الشباب البحريني بنسبة ٩١,١٪، تليها صحيفة "أخبار الخليج" بنسبة ٨٣,٣٪، ثم صحيفة "البلاد" بنسبة ٧٨,٣٪، وصحيفة "الوطن" بنسبة ٦٥,٢٪، ثم صحيفة "Gulf daily news" بنسبة ٤٦,٢٪، وفي المرتبة الأخيرة جاءت صحيفة "Daily Tribune" بنسبة ٤٠,٧٪.



شكل (١٠)

أكثر الصحف الورقية التي يتابعها الشباب البحريني

(٥) أكثر الموضوعات والمجالات التي يتابعها الشباب البحريني في الصحافة الإلكترونية:

تم حساب التكرارات والنسب المئوية لأكثر الموضوعات والمجالات التي يتابعها الشباب البحريني في الصحافة الإلكترونية:

جدول (١١)

أكثر الموضوعات التي يتابعها أفراد العينة الكلية من خلال اطلاعهم على الصحافة الإلكترونية

(مرتبة تنازلياً حسب أهميتها)

الموضوع	الترتيب	النسبة المئوية %	قيمة كا٢ المحسوبة	قيمة كا٢ الجدولية*	درجة الحرية	Sig
الموضوعات الاجتماعية	١	٨٣,٨	١٤٨,٧٣٨	١٦,٩١٩	٩	دالة عند ٠,٠٥
الموضوعات الثقافية	٢	٦٩,٨	٢٩,٣٦٨	١٦,٩١٩	٩	دالة عند ٠,٠٥
الموضوعات التربوية	٣	٦٠,٣	٢٣,١٤٤	١٦,٩١٩	٩	دالة عند ٠,٠٥
الموضوعات الصحية	٤	٥٩,٩	٢٢,٣٠٤	١٦,٩١٩	٩	دالة عند ٠,٠٥
الموضوعات العلمية	٥	٥٨,٢	١٨,٩٨٢	١٦,٩١٩	٩	دالة عند ٠,٠٥
الموضوعات السياسية	٦	٥٥,٩	٢٣,٤٥٥	١٦,٩١٩	٩	دالة عند ٠,٠٥
الموضوعات الفنية	٧	٥٥,٠	٥,٩٩١	١٦,٩١٩	٩	غير دالة
الموضوعات الدينية	٨	٤٦,٩	٣٠,٠٣٨	١٦,٩١٩	٩	دالة عند ٠,٠٥
الموضوعات الاقتصادية	٩	٤٦,٠	١٥,٣٣٣	١٦,٩١٩	٩	غير دالة
الموضوعات الرياضية	١٠	٤٣,٦	٣٣,٤٠٨	١٦,٩١٩	٩	دالة عند ٠,٠٥

* قيمة كا٢ الجدولية عند مستوى دلالة ٠,٠٥ ودرجة حرية ١٠-١=٩.

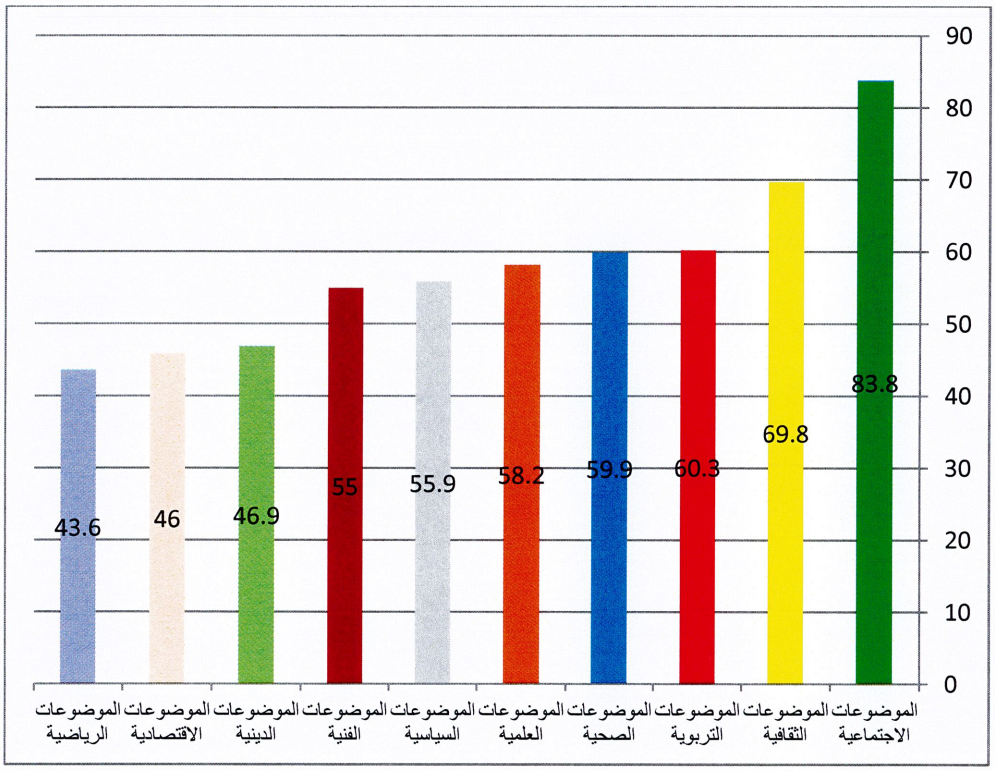
تم الاعتماد على حساب كا٢ للتعرف على أن الموضوعات التي يتابعها أفراد العينة كانت عند المستوى المطلوب من عدمه.

وتحسب قيمة كا٢ من خلال المعادلة الآتية= $\frac{\text{مجـ } (\text{هـ} - \text{ق})^2}{\text{ق}}$

حيث هـ هو التكرار الملاحظ، وق هو التكرار المتوقع

وبمقارنة قيمة كا٢ المحسوبة بقيمتها الجدولية عند مستوى دلالة ٠,٠٥ يتضح أن قيمة كا٢ الجدولية هي ١٦,٩١٩، ويتضح من الجدول السابق أن قيم كا٢ المحسوبة أعلى من قيم كا٢ الجدولية، وذلك في كافة الموضوعات التي يتابعها أفراد العينة الكلية، فيما عدا الموضوعات الفنية والاقتصادية التي كانت أقل من المتوقع، مما يعني أن كافة الموضوعات التي يتم متابعتها كانت عند المستوى المطلوب؛ ما عدا الموضوعات الفنية والاقتصادية التي لا تشغل حيزاً يذكر من اهتمامات أفراد العينة، بينما كانت الموضوعات الاجتماعية على رأس قائمة اهتمامات أفراد العينة الكلية، تليها الموضوعات الثقافية ثم الموضوعات التربوية.

فقد أتضح أن الموضوعات الاجتماعية احتلت الترتيب الأول في متابعة الشباب البحريني بنسبة ٨٣,٨٪، تليها الموضوعات الثقافية بنسبة ٦٩,٨٪، ثم الموضوعات التربوية بنسبة ٦٠,٣٪، وجاءت الموضوعات الرياضية في المرتبة الأخيرة بنسبة ٤٣,٦٪.



شكل (١١)

أهم الموضوعات التي يتابعها أفراد العينة الكلية من خلال اطلاعهم على الصحافة الإلكترونية

(٦) مدى متابعة أفراد العينة للقضايا العالمية المختلفة:

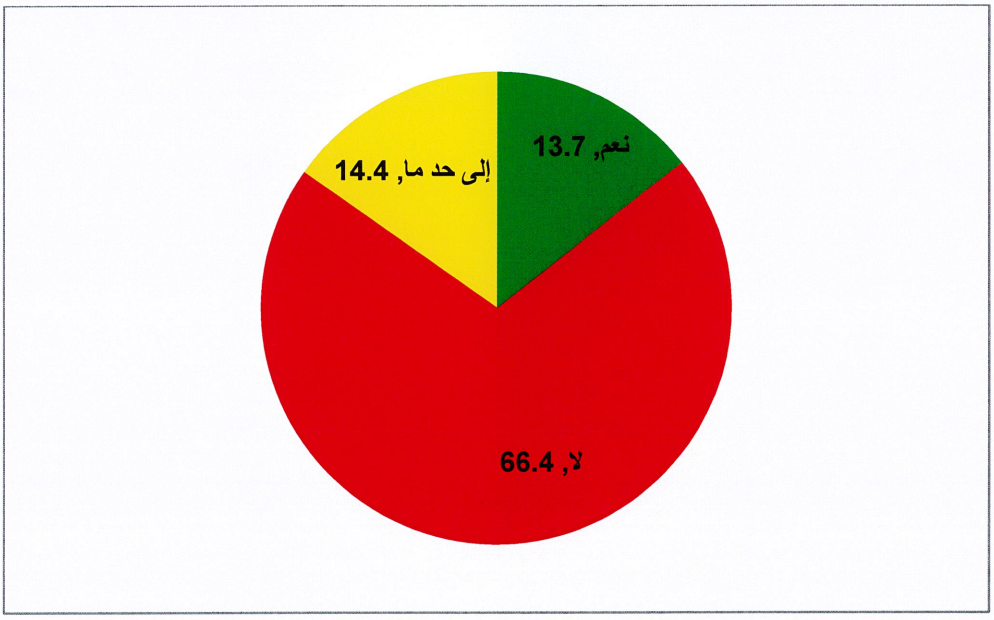
تم حساب التكرارات والنسب المئوية للتعرف على مدى متابعة أفراد العينة للقضايا العالمية المختلفة:

جدول (١٢)

مدى متابعة أفراد العينة للقضايا العالمية المختلفة

الإجابة	التكرار	النسبة المئوية ٪
نعم	٢٠	١٣,٧
لا	٩٧	٦٦,٤
إلى حد ما	٢١	١٤,٤
غير مبين	٨	٥,٥
الإجمالي	١٤٦	١٠٠

يتضح من الجدول السابق أن ١٣,٧٪ فقط من أفراد العينة يتابعون القضايا العالمية على المواقع الإلكترونية، في مقـــــابل أن ٦٦,٤٪ من أفراد العينة لا يتابعون، و١٤,٤٪ من أفراد العينة يتابعون القضايا العالمية إلى حد ما.



شكل (١٢)

مدى متابعة أفراد العينة للقضايا العالمية المختلفة

٢. اختبار فرضيتي الدراسة:

والتي تنص الفرضية الأولى على: "يعتمد جمهور الشباب البحرينيّ على المواقع الإلكترونيّة للصحف البحرينيّة كمصدر أساسيّ للمعلومات مقارنة بوسائل الإعلام الأخرى" ، والفرضية البديلة والتي تنص على: "لا يعتمد جمهور الشباب البحرينيّ على الصحافة الورقية كمصدر أساسيّ للمعلومات مقارنة بوسائل الإعلام الأخرى":

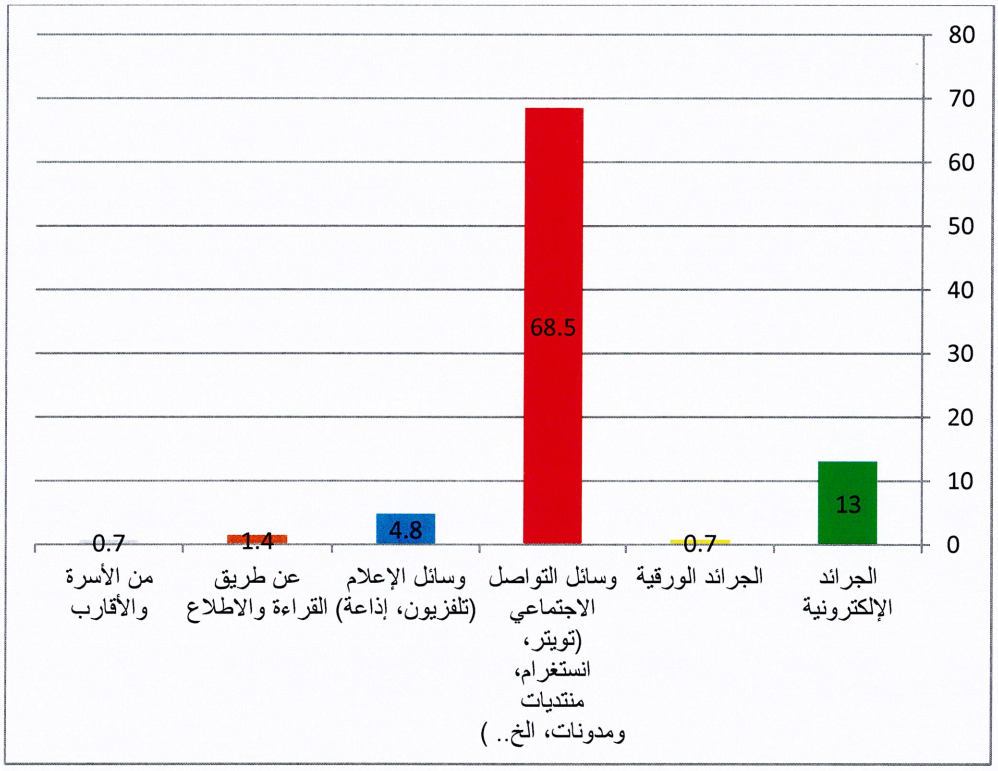
جدول (١٣)

مصدر معرفة أفراد العينة عن القضايا العالمية المختلفة

الإجابة	التكرار	النسبة المئوية ٪
الصحف الإلكترونية	١٩	١٣
الصحف الورقية	١	٠,٧
وسائل التواصل الاجتماعي (تويتر، انستغرام، منتديات ومدونات، الخ..)	١٠٠	٦٨,٥
وسائل الإعلام (تلفزيون، إذاعة)	٧	٤,٨
عن طريق القراءة والاطلاع	٢	١,٤
من الأسرة والأقارب	١	٠,٧
غير مبين	١٦	١١
الإجمالي	١٤٦	١٠٠

يتضح من الجدول السابق أن وسائل التواصل الاجتماعي (تويتر، انستغرام، منتديات ومدونات، الخ..) هي المصدر الأساسي للتعرف على القضايا العالمية المختلفة بالنسبة لأفراد العينة ، حيث بلغت نسبتها ٦٨,٥٪، في مقـــــابل ١٣٪ للصحف الإلكترونية.

وبناء على هذه النتيجة يمكن القول أن فرضية الدراسة الأولى التي تنص على: "يعتمد جمهور الشباب البحرينيّ على المواقع الإلكترونيّة للصحف البحرينيّة كمصدر أساسيّ للمعلومات مقارنة بوسائل الإعلام الأخرى" لم تتحقق، حيث أن كانت أهم مصادر المعلومات بالنسبة لأفراد العينة هي وسائل التواصل الاجتماعي وليس المواقع الإلكترونية للصحف البحرينية. بينما تحققت فرضية الدراسة البديلة والتي تنص على: "لا يعتمد جمهور الشباب البحرينيّ على الصحافة الورقية كمصدر أساسيّ للمعلومات مقارنة بوسائل الإعلام الأخرى"، حيث تبين أن أهم مصدر هو وسائل التواصل الاجتماعي.



شكل (١٣)

مصدر معرفة أفراد العينة عن القضايا العالمية المختلفة

(٧) نوع ومدى مشاركة أفراد العينة بالرأي في المواقع الإلكترونية:

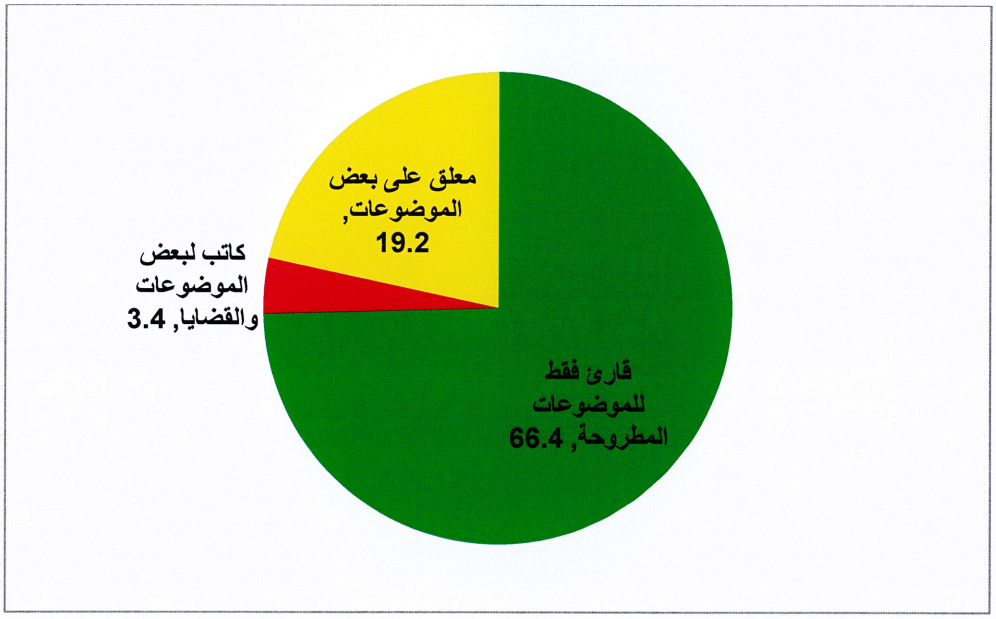
تم حساب التكرارات والنسب المئوية للتعرف على نوع ومدى مشاركة أفراد العينة بالرأي في المواقع الإلكترونية:

جدول (١٤)

نوع مشاركة أفراد العينة بالرأي في المواقع الإلكترونية

الإجابة	التكرار	النسبة المئوية ٪
قارئ فقط للموضوعات المطروحة	٩٧	٦٦,٤
كاتب لبعض الموضوعات والقضايا	٥	٣,٤
معلق على بعض الموضوعات	٢٨	١٩,٢
غير مبين	١٦	١١
الإجمالي	١٤٦	١٠٠

يتضح من الجدول السابق أن معظم أفراد العينة يقرأون فقط الموضوعات المطروحة؛ وذلك بنسبة ٦٦,٤٪، في مقابل ١٩,٢٪ من أفراد العينة يعلقون فقط على بعض الموضوعات، و٣,٤٪ فقط من أفراد العينة هم الذين يكتبون بعض الموضوعات.



شكل (١٤)

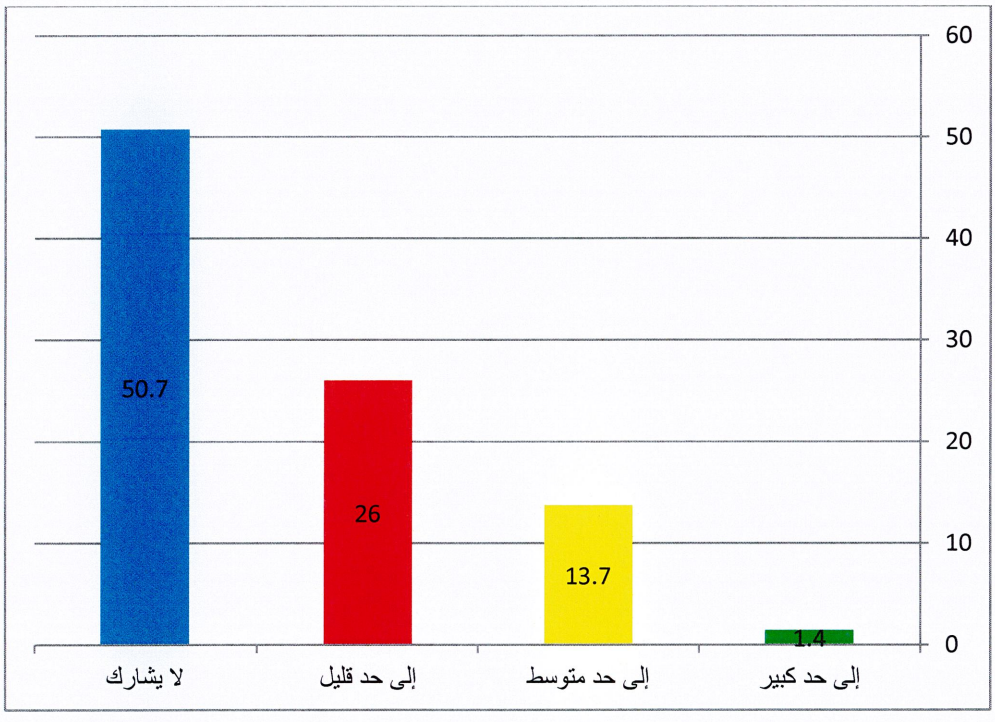
نوع مشاركة أفراد العينة بالرأي في المواقع الإلكترونية

جدول (١٥)

مدى مشاركة أفراد العينة بالنقاشات في المواقع الإلكترونية

الإجابة	التكرار	النسبة المئوية ٪
إلى حد كبير	٢	١,٤
إلى حد متوسط	٢٠	١٣,٧
إلى حد قليل	٣٨	٢٦
لا يشارك	٧٤	٥٠,٧
غير مبين	١٢	٨,٢
الإجمالي	١٤٦	١٠٠

يتضح من الجدول السابق أن أكثر من نصف أفراد العينة لا يشاركون في النقاشات في هذه المواقع؛ وذلك بنسبة ٥٠,٧٪، في مقابل ٢٦٪ من أفراد العينة يشاركون إلى حد قليل، و١٣,٧٪ من أفراد العينة يشاركون إلى حد متوسط بينما لم يشارك بدرجة كبيرة سوى ١,٤٪ من أفراد العينة.



شكل (١٥)

مدى مشاركة أفراد العينة بالنقاشات في المواقع الإلكترونية

(٨) دوافع استخدام الصحف الإلكترونية:

تم حساب التكرارات والنسب المئوية للتعرف على دوافع استخدام الصحف الإلكترونية:

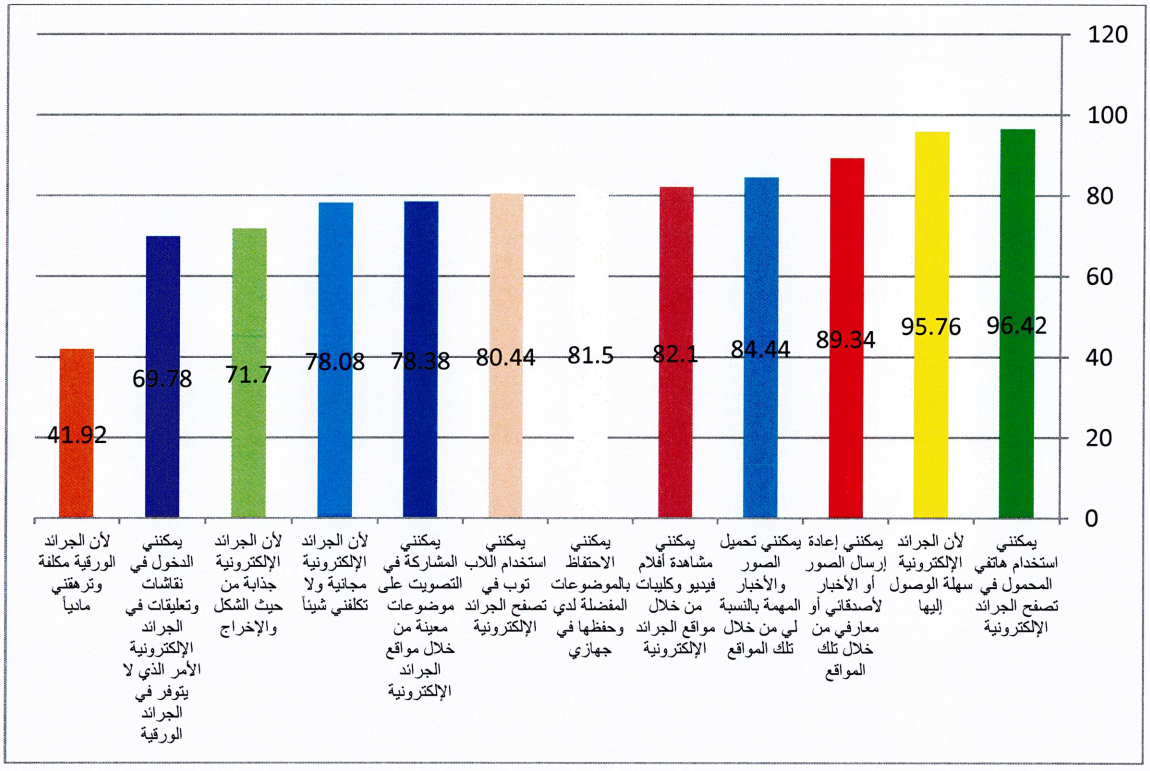
جدول (١٦)

دوافع استخدام الصحف الإلكترونية

الدافع	الترتيب	م	ع	الوزن النسبي للمتوسط ٪*
يمكنني استخدام هاتفي المحمول في تصفح الصحف الإلكترونية	١	٤,٨٢١	٠,٥٣٢	٩٦,٤٢
لأن الصحف الإلكترونية سهلة الوصول إليها	٢	٤,٧٨٨	٠,٦٣٠	٩٥,٧٦
يمكنني إعادة إرسال الصور أو الأخبار لأصدقائي أو معارفي من خلال تلك المواقع	٣	٤,٤٦٧	٠,٨٥٣	٨٩,٣٤
يمكنني تحميل الصور والأخبار المهمة بالنسبة لي من خلال تلك المواقع	٤	٤,٢٢٢	٠,٩٥١	٨٤,٤٤
يمكنني مشاهدة أفلام فيديو وكليبات من خلال مواقع الصحف الإلكترونية	٥	٤,١٠٥	١,٠٦٧	٨٢,١
يمكنني الاحتفاظ بالموضوعات المفضلة لدي وحفظها في جهازي	٦	٤,٠٧٥	١,١٣٢	٨١,٥
يمكنني استخدام اللاب توب في تصفح الصحف الإلكترونية	٧	٤,٠٢٢	١,١٤٠	٨٠,٤٤
يمكنني المشاركة في التصويت على موضوعات معينة من خلال مواقع الصحف الإلكترونية	٨	٣,٩١٩	١,١٣٣	٧٨,٣٨
لأن الصحف الإلكترونية مجانية ولا تكلفني شيئاً	٩	٣,٩٠٤	١,٢٢٧	٧٨,٠٨
لأن الصحف الإلكترونية جذابة من حيث الشكل والإخراج	١٠	٣,٥٨٥	١,٠٩٥	٧١,٧
يمكنني الدخول في نقاشات وتعليقات في الصحف الإلكترونية الأمر الذي لا يتوفر في الصحف الورقية	١١	٣,٤٨٩	١,٤١٧	٦٩,٧٨
لأن الصحف الورقية مكلفة وترهقني مادياً	١٢	٢,٠٩٦	١,١٤٥	٤١,٩٢

* تم حساب الوزن النسبي للمتوسط من خلال المعادلة الآتية= متوسط البند ÷ سقف الدرجة (٥) × ١٠٠

يتضح من الجدول السابق أن كان أهم دوافع استخدام الصحف الإلكترونية هو "يمكن استخدام الهاتف المحمول في تصفح الصحف الإلكترونية" في الترتيب الأول بدرجة أهمية ٩٦,٤٢٪، يلي ذلك في الترتيب الثاني "لأن الصحف الإلكترونية سهلة الوصول إليها" ٩٥,٧٦٪، ثم جاء في الترتيب الثالث الدافع الخاص بـ "يمكن إعادة إرسال الصور أو الأخبار للأصدقاء والمعارف من خلال تلك المواقع" بدرجة أهمية ٨٩,٤٣٪، بينما لم يهتم أفراد العينة بالتكلفة المادية للصحف الورقية، حيث حصل الدافع الخاص بـ "لأن الصحف الورقية مكلفة ومرهقة مادياً" على أهمية نسبية ٤١,٩٢٪ وفي الترتيب الأخير.



شكل (١٦)

دوافع استخدام الصحف الإلكترونية

(٩) تحليل مضمون الصحف الورقية بمملكة البحرين:

تم الاستعانة باستمارة تحليل مضمون الصحف الورقية بمملة البحرين، وتضمنت الاستمارة جزأين:

الجزء الأوّل: يتضمّن أهم المجالات والموضوعات التي يطلع عليها أفراد العينة، من حيث الحجم (صفحة، نصف صفحة، ربع صفحة، عمود أو أكثر، أقل من عمود).

الجزء الثاني: يتضمّن أهم المجالات والموضوعات التي يطلع عليها أفراد العينة، من حيث الموقع (صفحة أولى، صفحة أخيرة، صفحة داخلية).

وقد استخدمت هذه الاستمارة لتحليل المضمون لثلاث من الصحف الورقية: هي:

١. أخبار الخليج.

٢. الأيام.

٣. Gulf Daily News.

وتم تحليل مضمون هذه الصحف الثلاث لمدة شهر كامل من الفترة ١ يناير – ٣١ يناير ٢٠١٨، وفيما يلي النتائج الخاصة بذلك:

جدول (١٧)

تحليل مضمون صحيفة أخبار الخليج بمملكة البحرين

الموضوع/المجال	أخبار الخليج
السياسية	تخصص أخبار الخليج الصفحة الأولى للأخبار السياسية، وتفرد لها بالصفحات الداخلية أكثر من صفحة
الاقتصادية/ الأعمال	ملحق خاص أكثر من صفحة
الثقافية	صفحة واحدة داخلية
الدينية	صفحة واحدة داخلية أسبوعياً
الاجتماعية	ربع صفحة داخلية
الصحية	صفحتان داخليتان أسبوعياً
التربوية	نصف صفحة داخلية
الرياضية	ملحق خاص منفصل ٨ صفحات

الموضوع/المجال	أخبار الخليج
الفنية	بشكل متقطع وغير منتظم
محليات	ربع صفحة أولى + صفحات داخلية
أخبار عربية ودولية	٣ صفحات داخلية
قضايا وآراء وحوادث	نصف صفحة داخلية
إعلانات مبوبة	أكثر من صفحة داخلية
أخبار عالمية	صفحة أخيرة

جدول (١٨)

تحليل مضمون صحيفة الأيام بمملكة البحرين

الموضوع/المجال	الأيام
السياسية	تخصص الأيام الصفحة الأولى للأخبار السياسية، وتفرد لها بالصفحات الداخلية أكثر من صفحة
الاقتصادية/ الأعمال	صفحة داخلية واحدة
الثقافية	صفحة واحدة داخلية
الدينية	موسمية/ شهر رمضان فقط أو بشكل متقطع وغير منتظم
الاجتماعية	صفحة واحدة داخلية
الصحية	بشكل متقطع وغير منتظم
التربوية	بشكل متقطع وغير منتظم
الرياضية	ملحق خاص داخلي ٥ صفحات
الفنية	بشكل متقطع وغير منتظم
محليات	أكثر من صفحة داخلية
أخبار عربية ودولية	٣ صفحات داخلية
قضايا وآراء وحوادث	صفحتان داخليتان
إعلانات مبوبة	٣ صفحات داخلية
أخبار عالمية	صفحة أخيرة

جدول (١٩)

تحليل مضمون صحيفة Gulf Daily News بمملكة البحرين

الموضوع/المجال	Gulf Daily News
السياسية	تخصص Gulf Daily News الصفحة الأولى للأخبار السياسية، وتفرد لها بالصفحات الداخلية أكثر من صفحة
الاقتصادية/ الأعمال	٤ صفحات داخلية
الثقافية	لا يوجد
الدينية	لا يوجد
الاجتماعية	صفحة واحدة داخلية
الصحية	لا يوجد
التربوية	لا يوجد
الرياضية	٣ صفحات داخلية + صفحة أخيرة
الفنية	صفحتان داخليتان
محليات	أكثر من صفحة داخلية
أخبار عربية ودولية	صفحتان داخليتان
قضايا وآراء وحوادث	نصف صفحة داخلية
إعلانات مبوبة	٤ صفحات داخلية
أخبار عالمية	صفحة داخلية

ومن الجداول الثلاثة السابقة يمكن أن نستنتج ما يلي:

١. يوجد طغيان للأخبار السياسية في الصحف الثلاث، وخاصة في الصفحات الأولى، ولعل السبب في ذلك هو كثرة الأحداث الساخنة في المنطقة والعالم، والعمليات الإرهابية في عدد كثير من دول العالم.

٢. تأتي الأخبار الرياضية في المرتبة الثانية من حيث الأهمية، حيث تفرد لها ملاحق خاصة سواء داخلية أو منفصلة أو عدد كبير من الصفحات.

٣. أخبار المحليات تأتي في مرتبة ثالثة، لاهتمام المواطنين والمقيمين بالشأن الداخلي.

٤. الأخبار العربية والدولية تأتي في مرتبة رابعة من حيث الأهمية وتخصص لها الصحف الثلاث عدد صفحات كثيرة، ويعكس هذا الاهتمام بالشأن الإقليمي والدولي وانفتاح البحرين على العالم.

٥. أخبار الاقتصاد والمال تأتي في مرتبة خامسة من حيث الأهمية وتخصص لها الصحف الثلاث عدد صفحات كثيرة، ولعل كون البحرين مركز مالي واقتصادي مهم في المنطقة السبب في ذلك.

٦. الإعلانات والإعلانات المبوبة لها مكانة كبيرة في الصحف الثلاث، ويرجع السبب في ذلك إلى رغبة هذه الصحف في تعويض خسائرها نتيجة زيادة أسعار الورق عالمياً ومستلزمات التشغيل مع عدم الإقبال على شراء الصحف في ظل وجود منافسة شرسة من المواقع الإلكترونية، والغريب في الأمر أن هذه الصحف هي نفسها التي أنشأت هذه المواقع الإلكترونية لتنافس بها جرائدها الورقية وتكاد تقضي عليها تماما!.

٧. لوحظ أن الموضوعات الدينية والفنية والتربوية لا تشغل حيزاً كبيراً من اهتمام هذه الصحف.

٣. خلاصة النتائج ومناقشتها:

يمكن تلخيص نتائج الدراسة الحالية على النحو الآتي:

١. يتضح من النتائج أن ٣٨,٤٪ من أفراد العينة يعتمدون على المواقع الإلكترونية كمصدر دائم للمعلومات، في مقـــــابل أن ٥٠,٧٪ من أفراد العينة يعتمدون أحياناً على هذه المواقع الإلكترونية، و١٠,٩٪ من أفراد العينة لا يعتمدون على المواقع الإلكترونية. وتتفق هذه النتيجة مع نتائج دراسة (Borrego, A.; Anglada, L.; Barrios, M.; Comellas, N., 2007). التي بينت أن هناك تفضيلاً متزايداً للمجلات الإلكترونية على حساب الشكل المطبوع. كذلك دراسة (Abouserie, 2008) ، التي تبين من نتائجها أنّ أكثر مصادر المعلومات التّي يعتمد عليها أفراد العيّنة هي المجلّات الإلكترونيّة، من خلال الإنترنت ومحرّكات البحث. كذلك دراسة (Nuangchalerm, 2010) والتي أكدت على أن المجلات العلمية الإلكترونية المستقبلية سوف تكون مختلفة عن سابقاتها المطبوعة، وأن كلاهما

سيشغل مكانة مختلفة من قبل المستخدم، وأن أفراد العينة كان لديهم قبول عالٍ بشكل ملحوظ للإنترنت وفوائده للأغراض أكاديمية، كذلك المجلات الإلكترونية من حيث المعلومات المرجعية العلمية المستقبلية.

٢. إن ٣٢,٩٪ من أفراد العينة يستخدمون الصحافة الإلكترونية أقل من ٦ شهور، في مقـــــابل أن ٣٠,١٪ من أفراد العينة يستخدمونها لأكثر من سنتين، و١٤,٤٪ من سنة إلى سنة ونصف.

٣. ٦٩,٢٪ من أفراد العينة يستخدمون الصحافة الإلكترونية أقل من ٥ ساعات أسبوعياً، في مقـــــابل أن ١٥,١٪ من أفراد العينة يستخدمونها من ٥ ساعات إلى أقل من ١٠ ساعات أسبوعياً.

٤. ٤٥,٦٪ من أفراد العينة يستخدمون الصحافة الإلكترونية في مقر العمل أو الدراسة، في مقـــــابل أن ٤٠,٤٪ من أفراد العينة يستخدمونها أماكن أخرى.

٥. احتل الموقع الإلكترونيّ لصحيفة "الأيّام" الترتيب الأول في متابعة الشباب البحريني بنسبة ٨٨,٨٪، يليه الموقع الإلكترونيّ لصحيفة "أخبار الخليج" بنسبة ٨١,٨٪، ثم الموقع الإلكترونيّ لصحيفة "البلاد" بنسبة ٧٧,٦٪، والموقع الإلكترونيّ لصحيفة "الوطن" بنسبة ٦٣,٦٪، ثم الموقع الإلكترونيّ لصحيفة "Daily Tribune بنسبة ٦٠,٣٪، وفي المرتبة الأخيرة جاء الموقع الإلكترونيّ لصحيفة "Gulf daily news" بنسبة ٤٨,٣٪.

٦. ٥٤,٨٪ من أفراد العينة لا يعتمدون على الصحافة الورقية كمصدر للمعلومات، في مقـــــابل أن ٣٩,٧٪ من أفراد العينة يعتمدون أحياناً على هذه الصحافة الورقية، و٥,٥٪ فقط من أفراد العينة يعتمدون عليها.

٧. احتلت صحيفة "الأيّام" الترتيب الأول في متابعة الشباب البحريني بنسبة ٩١,١٪، تليها صحيفة "أخبار الخليج" بنسبة ٨٣,٣٪، ثم صحيفة "البلاد" بنسبة ٧٨,٣٪، وصحيفة "الوطن" بنسبة ٦٥,٢٪، ثم صحيفة "Gulf daily news" بنسبة ٤٦,٢٪، وفي المرتبة الأخيرة جاءت صحيفة "Daily Tribune" بنسبة ٤٠,٧٪.

٨. احتلت الموضوعات الاجتماعية الترتيب الأول في متابعة الشباب البحريني بنسبة ٨٣,٨٪، تليها الموضوعات الثقافية بنسبة ٦٩,٨٪، ثم الموضوعات التربوية بنسبة ٦٠,٣٪، وجاءت الموضوعات الرياضية في المرتبة الأخيرة بنسبة ٤٣,٦٪. واختلفت هذه النتيجة عن نتيجة دراسة (الطرابيشي، ١٩٩٩) التي أثبتت نتائجها أن أفراد العينة من الشباب كانوا يتابعون الأخبار السياسية، والأحداث العالمية بنسبة ١٧,٦٪، ثم للتسلية والترفيه بنسبة ١٣,٥٪، ثم التثقيف ١٢,٤٪، ثم استخدامات البريد الإلكتروني بنسبة ١١,٦٪، ثم ضرورات العمل ٦,٣٪، ثم الأخبار الاقتصادية بنسبة ٦٪، والتعرف على أحدث الاكتشافات العلمية بنسبة٥,٢٪، ومعرفة أخبار شركات الحاسب الآلي بنسبة ٣,٨٪.

٩. ١٣,٧٪ فقط من أفراد العينة يتابعون القضايا العالمية على المواقع الإلكترونية، في مقـــــابل أن ٦٦,٤٪ من أفراد العينة لا يتابعون، و١٤,٤٪ من أفراد العينة يتابعون القضايا العالمية إلى حد ما.

١٠. إن وسائل التواصل الاجتماعي (تويتر، انستغرام، منتديات ومدونات، الخ..) هي المصدر الأساسي للتعرف على القضايا العالمية المختلفة بالنسبة لأفراد العينة ، حيث بلغت نسبتها ٦٨,٥٪، في مقـــــابل ١٣٪ للصحف الإلكترونية. وتختلف هذه النتيجة عن نتيجة دراسة مركز الصحفيّ العربيّ (٢٠١٠) والتي انتهت إلى أنّ الشباب يعتمد بنسبة كبيرة (٥١٪) على المواقع الإخباريّة العربيّة كمصدر للمعلومات. كذلك اختلفت هذه النتيجة عن نتيجة دراسة (Kim et al., 2014) والتي بينت أن وسائل الإعلام كانت لها شعبيّة متزايدة بين مختلف مجموعات المستخدمين، وأنّ طلّاب المرحلة الجامعيّة استخدموا مصادر معلومات متعدّدة منها الويكيبيديا. بينما بينت دراسة (Owolabi, S.; Idowu, O. A.; Okocha, F.; Ogundare, A. O., 2016). أنّ خدمة الإنترنت، وخدمات البريد الإلكترونيّ، وقواعد البيانات على الإنترنت، وقواعد البيانات الإلكترونيّة، ومقاهي الإنترنت، كانت أهمّ مصادر المعلومات الإلكترونيّة التي تُستخدم من قبل الطلبة الجامعيّين في جامعة إيبادان.

١١. وبناء على هذه النتيجة يمكن القول أن فرضية الدراسة التي تنص على: "يعتمد جمهور الشباب البحرينيّ على المواقع الإلكترونيّة للصحف البحرينيّة كمصدر أساسيّ للمعلومات مقارنة بوسائل الإعلام الأخرى" لم تتحقق، حيث أن كانت أهم مصادر المعلومات بالنسبة لأفراد العينة هي وسائل التواصل الاجتماعي وليس المواقع الإلكترونية للصحف البحرينية.

١٢. إن معظم أفراد العينة يقرأون فقط الموضوعات المطروحة؛ وذلك بنسبة ٦٦,٤٪، في مقابل ١٩,٢٪ من أفراد العينة يعلقون فقط على بعض الموضوعات، و٣,٤٪ فقط من أفراد العينة هم الذين يكتبون بعض الموضوعات. وتتفق هذه النتيجة مع نتيجة دراسة (بخيت، ٢٠٠٨) والتي بينت قلّة مساهمة المستخدمين العرب في تزويد المواقع بالمضامين الإعلاميّة التي يمكن أن تثريها، ويمكن أن تغذّي مناقشاتها حول القضايا المختلفة. وقد انحصرت هذه الإسهامات غالبًا في التعليق على بعض الأخبار والمقالات والصور، دون مشاركة حقيقيّة في إنتاج مضامين تنشر في شكل أخبار ومقالات وفيديوهات وصور.

١٣. أكثر من نصف أفراد العينة لا يشاركون في النقاشات في هذه المواقع؛ وذلك بنسبة ٥٠,٧٪، في مقابل ٢٦٪ من أفراد العينة يشاركون إلى حد قليل، و١٣,٧٪ من أفراد العينة يشاركون إلى حد متوسط بينما لم يشارك بدرجة كبيرة سوى ١,٤٪ من أفراد العينة.

١٤. أهم دوافع استخدام الصحف الإلكترونية هو استخدام الهاتف المحمول في تصفح الصحف الإلكترونية" في الترتيب الأول بدرجة أهمية ٩٦,٤٢٪، يلي ذلك في الترتيب الثاني "لأن الصحف الإلكترونية سهلة الوصول إليها" ٩٥,٧٦٪، ثم جاء في الترتيب الثالث الدافع الخاص بـ "يمكن إعادة إرسال الصور أو الأخبار للأصدقاء والمعارف من خلال تلك المواقع" بدرجة أهمية ٨٩,٤٣٪، بينما لم يهتم أفراد العينة بالتكلفة المادية للصحف الورقية، حيث حصل الدافع الخاص بـ "لأن الصحف الورقية مكلفة ومرهقة مادياً" على أهمية نسبية ٤١,٩٢٪ وفي الترتيب الأخير.

١٥. أسفرت نتائج تحليل المضمون للصحف الورقية بمملكة البحرين عن الآتي: طغيان الأخبار السياسية في الصحف الثلاث، وتأتي الأخبار الرياضية في المرتبة الثانية من حيث الأهمية، وتأتي أخبار المحليات في المرتبة الثالثة، ثم الأخبار العربية والدولية، وأخبار الاقتصاد والمال. وتأتي الإعلانات والإعلانات المبوبة بمكانة كبيرة في الصحف الثلاث، أما الموضوعات الدينية والفنية والتربوية لا تشغل حيزاً كبيراً من اهتمام هذه الصحف.

٤. التوصيات:

بناء على نتائج الدراسة الحالية يوصي الباحث بما يلي:

- زيادة الاهتمام بتطوير المواقع الإلكترونية للصحف، وتزويدها بعناصر الجذب المختلفة لتجذب المزيد من قطاعات الشباب.
- ضرورة تنسيق الجهود بين هذه المواقع الإلكترونية لتفريد كل منها، وضمان عدم تكرار الأخبار والمعلومات بين هذه المواقع.
- على الحكومات تحسين شبكات الإنترنت وزيادة سرعتها مما يتواكب مع العصر، ومجاراة الدول المتقدمة في هذا المجال.
- تطوير مواقع الحكومات الإلكترونية واشتمالها على كافة الخدمات والمعلومات التي يحتاجها الجمهور.
- تشجيع الشباب على المشاركة في النقاشات في هذه المواقع الإلكترونية المختلفة من خلال طرح مسابقات وجوائز تشجيعية.
- استمرار القائمين على النشر الإلكتروني في إعطاء الاهتمام للصحف الإلكترونية المتخصصة، واستثمار اتجاه الشباب لمطالعتها والاستفادة منها بما يحقق انتشاراً واسعاً لها، بما يضمن إيجاد بيئة إعلامية متطورة تعبر عن احتياجات الجمهور وميوله.
- قيام الإعلاميين والناشرين الإلكترونيين بإيجاد صحف إلكترونية متخصصة في الموضوعات التي تهم الشباب.

- استثمار الجهات المعنية لمتابعة الشباب الجامعي في بث مجموعة من الموضوعات التي تساهم في حل قضاياهم ومشكلاتهم، وتحفيز الشباب على المساهمة الفاعلة في مجتمعاتهم.
- استمرار تركيز المواقع الإلكترونية على نشر الموضوعات المتخصصة بشكل أكبر مع إيلاء هذه المواقع اهتماماً أكبر للموضوعات المتعلقة بالقطاعات التربوية والتعليمية المختلفة.
- استمرار المواقع في التركيز على المواد الإخبارية والتقارير الصحفية مع الحفاظ على إبقاء توازن بينها وبين الأنماط الأخرى مع التركيز على الأحاديث والتحقيقات الصحفية.
- زيادة تركيز المواقع على الموضوعات التعليمية والتربوية العربية والدولية، إضافة إلى زيادة الموضوعات المحلية.
- التفات المواقع إلى خصائص الصحافة الإلكترونية المختلفة، مثل الوسائط المتعددة والنص الفائق وما إلى ذلك، والجمع بين هذه الخدمات والخصائص مع خصائص الصحف المتخصصة.
- ضرورة أن تقوم هذه المواقع بتطوير أدواتها التي تتواصل من خلالها مع الجماهير، وزيادة عدد الموضوعات المنشورة لديه وتنويعها، بما يضمن زيادة عدد زوار المواقع وساعات متابعتهم له، بالإضافة إلى تطوير وسائل التواصل والتشارك مع القراء لضمان زيادة مدى الاستفادة المتحقق لديهم من المواقع.
- تدريب الصحفيين والعاملين في مجال الصحافة الإلكترونية على أحدث التقنيات المستخدمة في العمل الصحفي.

٥. الدراسات والبحوث المقترحة:

توصي الدراسة الحالية بمجموعة من الدراسات والبحوث كما يلي:

- أخلاقيات وضوابط العمل في الصحافة الإلكترونية.
- دور الصحافة الإلكترونية في تنمية المواطنة لدى الشباب البحريني.

- الاتجاهات الحديثة في الصحافة الإلكترونية.
- دور الصحافة الإلكترونية في قياس الرأي العام.
- رؤية مستقبلية للصحافة الورقية في ظل هيمنة الصحافة الإلكترونية.

الخاتمة

بالنظر إلى الزيادة الملحوظة في أعداد مستخدمي شبكة الإنترنت، وظهور الصحف الإلكترونيّة، سواء كانت صحفاً إلكترونيّة رافدة لنسخ ورقيّة قائمة الذات، أو صحفاً إلكترونيّة منفردة، ليس لها أصل مطبوع. وبسبب ندرة الدراسات والبحوث التي تناولت هذا الموضوع المرتبط بمدى اعتماد جمهور الشباب على المواقع الإلكترونيّة للصحف البحرينيّة كمصدر للمعلومات. برزت أهمية إجراء هذه الدراسة، خاصة وأن عمل الباحث في الصحافة الإلكترونية جعله أكثر قرباً وتفهماً لهذه المشكلة وأبعادها. لذلك ركز الباحث في دراسته على الفئة العمريّة من الشباب والتي تُعدّ من أكثر الفئات أهمّية في المجتمع البحرينيّ، حيث تعتبر هذه الشريحة العمريّة رائدة في الاهتمام بالتقنيات والتكنولوجيا الرقميّة. وفي تقديرنا فإنّ هذه الدراسة قد تساهم في معرفة دوافع الشباب البحريني، وطرق استخدامه للصحف الإلكترونية، وحجم اعتماده عليها في الحصول على المعلومات التي تهمّه.

وبسبب النموّ المتزايد لتكنولوجيا المعلومات والاتّصال خلال العقدين الماضيين فقد أفضى ذلك إلى خلق تحدّيات مهمة، منها بصفة خاصّة ما تواجهه الصحافة الورقيّة من صعوبات كعزوف القرّاء عنها، وتقلّص مبيعاتها، ونقص مواردها، وانحسار رقعة انتشارها. وفي المقابل هنالك زيادة في مواقع الصحف الإلكترونيّة، وزيادة في عدد مستخدميها، وتوسّع في رقعة انتشارها. وهذه المواقع تختلف من حيث حجمها، ومن حيث الكم المعلوماتيّ الوارد فيها، ومن حيث إخراجها الفنّي، ومن حيث عدد مستخدميها، ومن حيث رقعة انتشارها.

وقد أثّرت الصحف الإلكترونيّة في مفهوم الأداء الصحفيّ. كما أثّرت في القوالب الصحفيّة المستخدمة. وبدت هذه الأجناس الصحفيّة أكثر قدرة على التعبير عن متطلّبات العصر وتطلّعاته. الأمر الذي جعل العاملين في مجال الصحافة والإعلام يشعرون وكأنّهم كانوا في غفوة، بما ولّد الإحساس لديهم بضرورة اللحاق بعجلة التنمية والتطوّر في عصر تفجّرت فيه المعلومات، وتكاثرت فيه مصادرها.

وقد شكّلت الصحف الإلكترونيّة ظاهرة إعلاميّة جديدة ساهمت في إعادة تشكيل المشهد الإعلاميّ المعاصر. وأصبحت الأخبار والمواد الإعلاميّة عامّة أكثر انتشارا، وأكثر سرعة في الوصول إلى أكبر عدد ممكن من القرّاء والمستخدمين، وذلك بأقلّ التكاليف. وبذلك تكون الصحافة الإلكترونيّة قد فتحت آفاقاً جديدة، وأصبحت أكثرا قُربا من المواطن.

وبالتالي فقد استهدفت الدراسة الحالية التعرف على مدى اعتماد الجمهور على المواقع الإلكترونيّة للصحف البحرينيّة كمصدر للمعلومات، ودوافع استخدامهم للصحافة الإلكترونيّة، وأكثر الموضوعات التي يتابعونها. وتم الاعتماد في هذا البحث على الدراسة الوصفيّة. واقتصرت الدراسة على ثلاثة من المواقع الإلكترونيّة للصحف اليوميّة بمملكة البحرين، على أساس أنّها المواقع الأكثر انتشاراً بالبحرين، وهي: الموقع الإلكترونيّ لصحيفة "أخبار الخليج"، والموقع الإلكترونيّ لصحيفة "الأيّام"، والموقع الإلكترونيّ لصحيفة "Gulf daily news".

وتم تطبيق الدراسة الميدانيّة على عيّنة عشوائيّة بطريقة كرة الثلج، بلغ عددها ١٤٦ من الجنسين (٦٣ من الذكور، و٨٣ من الإناث) تم سحبها من مجتمع الدراسة، وقد تم الاستعانة باستبيان تم إعداده من قبل الباحث.

وتوصلت الدراسة إلى أن ٣٨,٤٪ من أفراد العينة يعتمدون على المواقع الإلكترونية كمصدر دائم للمعلومات، وأن ٣٢,٩٪ من أفراد العينة يستخدمون الصحافة الإلكترونية أقل من ٦ شهور. وأن ٦٩,٢٪ من أفراد العينة يستخدمون الصحافة الإلكترونية أقل من ٥ ساعات أسبوعياً، و٤٥,٦٪ من أفراد العينة يستخدمون الصحافة الإلكترونية في مقر العمل أو الدراسة. وقد احتل الموقع الإلكترونيّ لصحيفة "الأيّام" الترتيب الأول في متابعة الشباب البحريني بنسبة ٨٨,٨٪، كما تبين أن ٥٤,٨٪ من أفراد العينة لا يعتمدون على الصحافة الورقية كمصدر للمعلومات، وقد احتلت صحيفة "الأيّام" الورقية الترتيب الأول في متابعة الشباب البحريني بنسبة ٩١,١٪، كما احتلت الموضوعات الاجتماعية الترتيب الأول في متابعة الشباب البحريني بنسبة ٨٣,٨٪، كما تبين أن وسائل التواصل الاجتماعي (تويتر، انستغرام، منتديات ومدونات، الخ..) هي المصدر الأساسي للتعرف على القضايا العالمية المختلفة بالنسبة لأفراد العينة ، حيث بلغت نسبتها ٦٨,٥٪، وبناء على هذه النتيجة يمكن القول أن فرضية الدراسة التي تنص على: "يعتمد جمهور الشباب

البحرينيّ على المواقع الإلكترونيّة للصحف البحرينيّة كمصدر أساسيّ للمعلومات مقارنة بوسائل الإعلام الأخرى" لم تتحقق، حيث كانت أهم مصادر المعلومات بالنسبة لأفراد العينة هي وسائل التواصل الاجتماعي وليس المواقع الإلكترونية للصحف البحرينية. كما أن معظم أفراد العينة يقرأون فقط الموضوعات المطروحة؛ وذلك بنسبة ٦٦,٤٪، وأن أكثر من نصف أفراد العينة لا يشاركون في النقاشات في هذه المواقع؛ وذلك بنسبة ٥٠,٧٪، وكانت أهم دوافع استخدام الصحف الإلكترونية هو استخدام الهاتف المحمول في تصفح الصحف الإلكترونية" في الترتيب الأول بدرجة أهمية ٩٦,٤٢٪، يلي ذلك في الترتيب الثاني "لأن الصحف الإلكترونية سهلة الوصول إليها" ٩٥,٧٦٪، ثم جاء في الترتيب الثالث الدافع الخاص بـ "يمكن إعادة إرسال الصور أو الأخبار للأصدقاء والمعارف من خلال تلك المواقع" بدرجة أهمية ٨٩,٤٣٪، كما قدمت الدراسة مجموعة من التوصيات، والدراسات المقترحة.

قائمة المراجع:

أولاً: المراجع العربية:

إبراهيم، محمد سعد (١٩٩٩). **استخدامات الصحافة المصرية للإنترنت ومدى انعكاساتها على الأداء الصحفي**. المؤتمر العلمي الخامس، كلية الإعلام، جامعة القاهرة.

أبو الحجاج، أسامة (١٩٩٨). "**دليلك الشخصي إلى عالم الإنترنت**"، القاهرة: مكتبة نهضة مصر.

بال، فرنسيس وايميري، جيرار (٢٠٠١). **وسائط الإعلام الجديدة**، بيروت: عويدات للنشر والطباعة، ط١.

بخيت، سيد (٢٠٠٨). أدوار مستخدمي المواقع الإليكترونية في صناعة المضامين الإعلامية: دراسة في المفاهيم وبيئة العمل، **المجلة المصرية لبحوث الرأي العام**، المجلد التاسع، العدد ٢، كلية الإعلام، جامعة القاهرة.

البطل، هاني إبراهيم أحمد (٢٠٠٨). تفضيلات المغتربين المصريين الإخراجية للصحف الإلكترونية: دراسة تطبيقية على مملكة البحرين، **البحوث الإعلامية جامعة الأزهر**، العدد الثلاثون، المجلد الثاني.

بلعاليا، يمينه (٢٠٠٦). **الصحافة الإلكترونية في الجزائر، بين تحدي الواقع والتطلع نحو المستقبل**، مذكرة لنيل شهادة الماجستير قسم علوم الإعلام والاتصال، كلية العلوم السياسية والإعلام، جامعة الجزائر.

بوعجيمي، جمال وبراون، بلقاسم (٢٠٠٥). **الصحافة الإلكترونية في الجزائر واقع وآفاق**، جامعة الجزائر، كلية العلوم السياسية والإعلام، قسم علوم الإعلام والاتصال.

جاب الله، سعد (٢٠٠٦). **الهوية الثقافية العربية من خلال الصحف الإلكترونية**، مذكرة لنيل شهادة الماجستير، قسم علوم الإعلام والاتصال، كلية العلوم السياسية والإعلام، جامعة الجزائر.

جرجس، جاسم محمد والقاسم، بديع محمود (١٩٩٨). **مصادر المعلومات في مجال الإعلام والاتصال الجماهيري**، الإسكندرية: مركز الإسكندرية للوسائط الثقافية والمكتبات.

الجمال، رباب رأفت محمد الجمال (٢٠١٢). **دور المواقع الإخبارية الإلكترونية في تشكيل معارف واتجاهات المغتربين المصريين نحو الأحداث السياسية في مصر للفترة ما بعد ثورة ٢٥ يناير– دراسة في إطار نظرية المجال العام**، كلية الآداب، جامعة المنصورة، مصر.

الحلو، ماجد راغب (٢٠١٣). **حرية الإعلام والقانون**، القاهرة: دار الجامعة الجديدة للطبع والنشر والتوزيع.

دليو، فضيل (٢٠١٠). **التكنولوجيا الجديدة للإعلام والاتصال**، عمان: دار الثقافة.

الدناني، عبد الملك (٢٠٠١). **الوظيفة الإعلامية لشبكة الإنترنت**، بيروت: دار الراتب الجامعية.

ديب، يوسف (٢٠١٠). **مفهوم الاتصال**، الجزائر: الصحفي العربي.

الرحباني، عبير شفيق جورج (٢٠٠٩). **استخدامات الصحافة الإلكترونية وانعكاساتها على الصحف الورقية اليومية في الأردن**. رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة الشرق الأوسط للدراسات العليا، الأردن.

سنو، مي العبد الله (١٩٩٩). **الاتصال في عصر العولمة**، الدور والتحديات الجديدة ، بيروت: الدار الجامعية للطباعة والنشر.

الشريف, إسامة (٢٠٠٠). **الصحيفة الإلكترونية والصحيفة المطبوعة.** بحوث مؤتمر الندوة العلمية للمؤتمر التاسع لاتحاد الصحفيين العرب، عمان: دار الكتب المصرية.

الشريف، محمد بن شاكر (٢٠١٢). الرأي العام: مفهومه ومكانته ودوره وعلاقته بالسياسة الشرعية، **مجلة البيان**، العدد ٢٩٥، المملكة العربية السعودية.

شفيق، حسين (٢٠٠٥). **الإعلام الإلكتروني**، القاهرة: دار الكتب العلمية للنشر والتوزيع.

شفيق، حسين (٢٠٠٦). **الوسائط المتعددة وتطبيقاتها في الإعلام**، ط٢، رحمة برس للطباعة والنشر.

الشهري، فايز (٢٠٠١). استخدامات شبكة الإنترنت في العلام الأمني العربي، **مجلة البحوث الأمنية**، كلية الملك فهد، العدد التاسع عشر.

الصعيدي، صفاء السيد (٢٠١٠). **استخدامات الشباب الجامعي لشبكة الإنترنت للحصول على المواد الإخبارية**، جامعة المنصورة، مصر.

صلوي، عبد الحافظ عواجي (١٤٣٣ هـ). **نظريات التأثير الإعلامية**. جامعة الإمام محمد، المملكة العربية السعودية.

الطرابيشي، ميرفت محمد كامل (١٩٩٩). "العوامل المؤثرة في تعرض الشباب المصري للمواقع الإلكترونية على الإنترنت"، **مجلة كلية الآداب**، جامعة القاهرة، العدد السادس.

الطرابيشي، ميرفت والسيد، عبدالعزيز (٢٠٠٦). **نظريات الاتصال**، القاهرة: دار الإيمان للطباعة.

عبد الرحمن, محمود (١٩٩٠). الصحافة الزراعية والتعاونية في مصر: الواقع والمستقبل. **سلسلة التثقيف التعاوني**، العدد ١١، مصر.

عبود, آمال عبد اللطيف (٢٠١٢). استخدامات طلبة الجامعات العراقية للصحافة الإلكترونية وتأثيرها على الصحافة الورقية. **مجلة جامعة بابل للعلوم الإنسانية**، المجلد ٢٠، العدد ٣، العراق.

العبيدي، جبار عودة وعليوي، هادي حسن (١٩٩٣). **مدخل في سياسة الإعلام العربي والاتصال**، صنعاء: مكتبة الجيل الجديد.

علم الدين، محمود (٢٠٠٥). **تكنولوجيا المعلومات والاتصال ومستقبل صناعة الصحافة**، القاهرة: السحاب للنشر والتوزيع.

غيطاس، جمال (٢٠٠٥). **الصحافة الإلكترونية**، المؤتمر الرابع للصحفيين، مجموعة المكتبيين العرب.

القحطاني، دشن محمد (٢٠٠٩). "**المدونات الإلكترونية وعلاقتها بحرية الرأي والتعبير**"، المؤتمر الدولي الأول لتقنيات الاتصال والتغير الاجتماعي، جامعة الملك سعود، المملكة العربية السعودية.

اللبان، درويش (٢٠٠٥). **الصحافة الإلكترونية دراسات تفاعلية وتصميم المواقع**، ط١، القاهرة: الدار المصرية اللبنانية.

اللبان، شريف درويش (٢٠١٤). **الإعلام البديل .. صوت الناس**، الأكاديمية العربية في الدنمارك.

مركز الصحفي العربي (٢٠١٠). **دراسة استخدام المواقع الإخبارية العربية والإشباع المتحقق.**

مزاهرة، منال هلال (٢٠١٢). **نظريات الاتصال**، الأردن: دار المسيرة للنشر والتوزيع والطباعة.

الموسى، عصام سليمان (٢٠٠٩). **المدخل في الاتصال الجماهيري**. ط٦، عمان: إثراء للنشر والتوزيع.

الوردي، زكي حسين (٢٠٠٧). **صحافة المدونات الإلكترونية على الإنترنت**، جامعة بغداد، العراق.

ثانياً: المراجع الأجنبية:

A Daily Miracle: A student guide to journalism and the newspaper business (2007)

Abouserie, H. M. R. (2008). Use of Networked Information Sources and Services By Information Science Faculty in Services: A Field Study Performed at the School of Information Studies at Syracuse University. Online article.

Boakye, E. (2017). Faculty Members and E-Journals: The Case of Private Universities in Kumasi, Ghana, *New Review of Academic Librarianship*, v23 n4.

Borrego, A.; Anglada, L.; Barrios, M.; Comellas, N. (2007). Use and Users of Electronic Journals at Catalan Universities: The Results of a Survey *Journal of Academic Librarianship*, v33 n1.

Kim, K.-S.; Sin, S. C.; Yoo-Lee and Eun Y. (2014). Undergraduates' Use of Social Media as Information Sources. *College & Research Libraries*, v75, n4.

Nuangchalerm, P. (2010). Internet User and Electronic Journals Perception: An In-service Science Teacher Study, Online Submission, *Journal of Applied Sciences Research* v6 n5.

Owolabi, S.; Idowu, O. A.; Okocha, F.; Ogundare, A. O. (2016). Utilization of Electronic Information Resources by Undergraduate Students of

University of Ibadan: A Case Study of Social Sciences and Education. *Journal of Education and Practice*, v7 n13.

Plambeck, Joseph (26 April 2010). "Newspaper Circulation Falls Nearly 9%". *The New York Times*.

Rodriquez, C. (2001). Fissures in the Mediascape. Cresskill, NJ: Hampton Press.

Rokeach, M. (1973). The nature of human values. New York, NY, US: Free Press.

Suzanne V. and Jack M. (2016). "Plummeting Newspaper Ad Revenue Sparks New Wave of Changes: With global newspaper print advertising on pace for worst decline since recession, publishers cut costs and restructure", *Wall Street Journal* Oct 20, 2016.

الملاحق

- الملحق رقم (١) قائمة المحكمين
- الملحق رقم (٢) أدوات البحث

الملحق رقم (١) قائمة المحكمين

قائمة المحكمين

اسم المحكم	رتبته/ عمله
أ.د. محمد مقداد	أستاذ ورئيس قسم علم النفس، جامعة البحرين
أ.د. نعمان الموسوي	أستاذ بقسم علم النفس، جامعة البحرين
د. أشرف عبد المغيث	أستاذ مشارك بقسم الإعلام والسياحة والفنون، جامعة البحرين
د. أحمد سعد جلال	أستاذ مشارك بقسم علم النفس، جامعة البحرين
د. كمال الغربي	أستاذ مساعد بقسم الإعلام والسياحة والفنون، جامعة البحرين

الملحق رقم (٢) أدوات البحث

جامعة البحرين



كلية الآداب **قسم الإعلام والسياحة والفنون**

برنامج ماجستير الإعلام

استبانة اعتماد الجمهور على المواقع الإلكترونيّة للصحف البحرينيّة

مصدراً للمعلومات

تهدف هذه الاستبانة إلى التعرّف على مدى اعتماد الجمهور على المواقع الإلكترونيّة للصحف البحرينيّة كمصدر للمعلومات، ودوافعهم وراء ذلك. لذا نرجو الإجابة بكل صدق وموضوعية عن جميع أسئلة الاستبانة علماً بأن ذكر الاسم غير مطلوب، وأن بيانات البحث لن تستخدم إلا للأغراض العلمية. ولكم خالص الشكر على تعاونكم.

الباحث

أولاً: البيانات الأولية:

النوع: ☐ ذكر ☐ أنثى

العمر: ☐ أقل من ٢٠ سنة.

☐ من ٢٠ إلى أقل من ٣٠ سنة.

☐ من ٣٠ إلى أقل من ٤٠ سنة.

☐ أكبر من ٤٠ سنة.

المستوى التعليمي: _____

المهنة: _____ جهة العمل/ الدراسة: _____

هل تستخدم الصحافة الإلكترونية؟:

☐ نعم ☐ أحيانا ☐ لا: اذكر السبب: _____

إذا كانت إجابتك بنعم أو أحيانا فاستمر في الإجابة عن الأسئلة التالية:

(١) كم مضى على استخدامك للصحافة الإلكترونية؟

☐ أقل من ستة أشهر

☐ من ٦ أشهر – سنة

☐ أكثر من سنة - سنة ونصف

☐ أكثر من سنة ونصف - سنتين

☐ أكثر من سنتين

(٢) كم عدد ساعات استخدامك (أسبوعياً)؟

☐ أقل من ٥ ساعات.

☐ من ٥ ساعات– أقل من ١٠ ساعات.

☐ من ١٠ ساعات – أقل من ١٥ ساعة.

☐ أكثر من ١٥ ساعة.

(٣) أين تستخدم الصحافة الإلكترونية؟: (يمكنك اختيار أكثر من إجابة)

☐ مقر العمل/ الدراسة

☐ المقهى

☐ مكان آخر: حدد: _____

(٤) ما أسماء الصحف الإلكترونية التي تطلع عليها؟: (رتبها حسب أهميتها بالنسبة لك، بوضع رقم (١) أمام أكثر الصحف الإلكترونية استخداماً، و رقم (٢) أمام التي تليها وهكذا.....):

☐ الموقع الإلكترونيّ لصحيفة "أخبار الخليج".

☐ الموقع الإلكترونيّ لصحيفة "الأيّام".

☐ الموقع الإلكترونيّ لصحيفة "البلاد".

☐ الموقع الإلكترونيّ لصحيفة "الوطن".

☐ الموقع الإلكترونيّ لصحيفة "Gulf daily news".

☐ الموقع الإلكترونيّ لصحيفة "Daily Tribune".

☐ موقع آخر عربي: ----------.

☐ موقع آخر أجنبي: ----------.

(٥) هل تستخدم الصحافة الورقية؟:

☐ نعم ☐ أحيانا ☐ لا: اذكر السبب: _____

في حالة نعم أو أحيانا:

(٦) ما أسماء الصحف الورقية التي تطلع عليها؟: (رتبها حسب أهميتها بالنسبة لك، بوضع رقم (١) أمام أكثر الصحف الورقية استخداماً، و رقم (٢) أمام التي تليها وهكذا.....):

☐ صحيفة الأيام.

☐ أخبار الخليج.

☐ البلاد.

☐ الوطن.

☐ صحيفة "Gulf daily news".

☐ صحيفة "Daily Tribune".

☐ صحيفة أخرى عربية: ----------.

☐ صحيفة أخرى أجنبية: ----------.

(٧) في أي الموضوعات التالية يرتكز استخدامك للصحافة الإلكترونية؟ (رتبها حسب أهميتها بالنسبة لك، بوضع رقم (١) أمام أكثر الموضوعات استخداماً، و رقم (٢) أمام التي تليها وهكذا.....):

☐ الموضوعات السياسية.　　☐ الموضوعات الاقتصادية.

☐ الموضوعات الثقافية.　　☐ الموضوعات الدينية.

☐ الموضوعات الاجتماعية.　　☐ الموضوعات الصحية.

☐ الموضوعات التربوية.　　☐ الموضوعات الرياضية.

☐ الموضوعات العلمية.　　☐ الموضوعات الفنية.

☐ موضوعات أخرى: حددها: _____

(٨) هل تتابع بشكل دوري القضايا العالمية المختلفة؟:

☐ نعم　　☐ أحيانا　　☐ لا

(٩) كيف عرفت عن هذه القضايا العالمية؟: (اختر إجابة واحدة فقط)

☐ الصحف الإلكترونية.

☐ الصحف الورقية.

☐ وسائل التواصل الاجتماعي (تويتر، انستغرام، منتديات ومدونات، الخ..).

☐ وسائل الإعلام (صحافة، تلفزيون، إذاعة).

☐ عن طريق القراءة والاطلاع.

☐ من الأسرة والأقارب.

☐ من الأصدقاء والمعارف.

☐ مصدر آخر: حدد : _____

(١٠) هل تشارك برأيك في هذه المواقع ؟:

☐ قارئ فقط للموضوعات المطروحة.

☐ كاتب لبعض الموضوعات والقضايا.

☐ معلق على بعض الموضوعات.

☐ أخرى: حدد : _____.

(١١) إلى أي مدى تشارك في النقاشات عن هذه القضايا في مواقع الصحف الإلكترونية؟:

☐ إلى حد كبير

☐ إلى حد متوسط

☐ إلى حد قليل

☐ لا أشارك

(١٢)في رأيك، كيف يتشكل الوعي لدى الفرد بأهم القضايا العالمية ويكون رأيه عنها؟: (رتبها حسب أهميتها بالنسبة لك، بوضع رقم (١) أمام أكثر الطرق استخداماً، و رقم (٢) أمام التي تليها وهكذا.....):

☐ الصحف الإلكترونية.

☐ الصحف الورقية.

☐ من خلال النقاشات مع الآخرين في وسائل التواصل الاجتماعي (تويتر، انستغرام، منتديات ومدونات، الخ..).

☐ بسبب تأثير وسائل الإعلام (صحافة، تلفزيون، إذاعة).

☐ وعي ذاتي من خلال القراءة والاطلاع.

☐ من الأسرة والأقارب.

☐ من الأصدقاء والمعارف.

☐ مصدر آخر: حدد: _____

(١٣) ما الدوافع التي تدفعك لاستخدام الصحف الإلكترونية؟:

الدافع	بدرجة كبيرة جداً	بدرجة كبيرة	بدرجة متوسطة	بدرجة قليلة	بدرجة قليلة جداً
١. لأن الصحف الإلكترونية مجانية ولا تكلفني شيئاً					
٢. لأن الصحف الورقية مكلفة وترهقني مادياً					
٣. لأن الصحف الإلكترونية سهلة الوصول إليها					

الدافع	بدرجة كبيرة جداً	بدرجة كبيرة	بدرجة متوسطة	بدرجة قليلة	بدرجة قليلة جداً
٤. يمكنني استخدام هاتفي المحمول في تصفح الصحف الإلكترونية					
٥. يمكنني استخدام اللاب توب في تصفح الصحف الإلكترونية					
٦. يمكنني الدخول في نقاشات وتعليقات في الصحف الإلكترونية الأمر الذي لا يتوفر في الصحف الورقية					
٧. لأن الصحف الإلكترونية جذابة من حيث الشكل والإخراج					
٨. يمكنني مشاهدة أفلام فيديو وكليبات من خلال مواقع الصحف الإلكترونية					
٩. يمكنني المشاركة في التصويت على موضوعات معينة من خلال مواقع الصحف الإلكترونية					
١٠. يمكنني الاحتفاظ بالموضوعات المفضلة لدي وحفظها في جهازي					
١١. يمكنني تحميل الصور والأخبار المهمة بالنسبة لي من خلال تلك المواقع					
١٢. يمكنني إعادة إرسال الصور أو الأخبار لأصدقائي أو معارفي من خلال تلك المواقع					

استمارة تحليل مضمون استمارة رقم (١)

التسلسل	المجالات / الموضوعات التي يرتكز عليها استخدام الصحافة الإلكترونية																																																	
	السياسية					الاقتصادية					الثقافية					الدينية					الاجتماعية					الصحية					التربوية					الرياضية					الفنية					موضوعات أخرى				
	المضمون					المضمون					المضمون					المضمون					المضمون					المضمون					المضمون					المضمون					المضمون					المضمون				
	صفحة	نصف صفحة	ربع صفحة	عمود أو أكثر	أقل من عمود	صفحة	نصف صفحة	ربع صفحة	عمود أو أكثر	أقل من عمود	صفحة	نصف صفحة	ربع صفحة	عمود أو أكثر	أقل من عمود	صفحة	نصف صفحة	ربع صفحة	عمود أو أكثر	أقل من عمود	صفحة	نصف صفحة	ربع صفحة	عمود أو أكثر	أقل من عمود	صفحة	نصف صفحة	ربع صفحة	عمود أو أكثر	أقل من عمود	صفحة	نصف صفحة	ربع صفحة	عمود أو أكثر	أقل من عمود	صفحة	نصف صفحة	ربع صفحة	عمود أو أكثر	أقل من عمود	صفحة	نصف صفحة	ربع صفحة	عمود أو أكثر	أقل من عمود	صفحة	نصف صفحة	ربع صفحة	عمود أو أكثر	أقل من عمود
١																																																		
٢																																																		
٣																																																		
٤																																																		
٥																																																		
٦																																																		
٧																																																		
٨																																																		

استمارة تحليل مضمون استمارة رقم (٢)

التسلسل	المجالات / الموضوعات التي يرتكز عليها استخدام الصحافة الإلكترونية																							
	السياسية			الاقتصادية			الثقافية			الدينية			الاجتماعية			الصحية			التربوية			الرياضية			الفنية			موضوعات أخرى		
	الموقع			الموقع			الموقع			الموقع			الموقع			الموقع			الموقع			الموقع			الموقع			الموقع		
	صفحة أولى	صفحة داخلية	صفحة أخيرة	صفحة أولى	صفحة داخلية	صفحة أخيرة	صفحة أولى	صفحة داخلية	صفحة أخيرة	صفحة أولى	صفحة داخلية	صفحة أخيرة	صفحة أولى	صفحة داخلية	صفحة أخيرة	صفحة أولى	صفحة داخلية	صفحة أخيرة	صفحة أولى	صفحة داخلية	صفحة أخيرة	صفحة أولى	صفحة داخلية	صفحة أخيرة	صفحة أولى	صفحة داخلية	صفحة أخيرة	صفحة أولى	صفحة داخلية	صفحة أخيرة
١																														
٢																														
٣																														
٤																														
٥																														
٦																														
٧																														
٨																														
٩																														
١٠																														

Abstract

The current study aimed to identify the extent to which the public relies on the websites of Bahraini electronic newspapers as a source of information, and their motives for using the electronic press, and the most important topics they follow.

This research is based on the descriptive study. The study was limited to youth in Kingdom of Bahrain, because of the demand of this category to use modern ways of electronic communication, including electronic journalism more than other social groups. The study was limited to three daily newspapers in the Kingdom of Bahrain, on the basis that they are the most popular sites in Bahrain: the website of Akhbar Al Khaleej, the Al Ayam website, and the Gulf Daily News website.

A field study was carried out on a random sample of the 146 snowballs (63 males and 83 females), which was withdrawn from the study population. A questionnaire was prepared by the researcher.

The study found that 38.4% of the respondents rely on websites as a permanent source of information, and 32.9% of respondents use electronic journalism less than 6 months. And 69.2% of the respondents use electronic journalism less than 5 hours per week, and 45.6% of respondents use electronic journalism at the workplace or study. Al-Ayyam's website ranked first in the follow-up to youth in Bahrain by 88.8%, and 54.8% of the sample did not rely on the printed press as a source of information. , And social subjects ranked first in the follow-up of the Bahraini youth by 83.8%.

Based on this result can To say that the study hypothesis, which states: "the public Bahraini youth depends on the websites of Bahraini newspapers as a primary source of information compared by means of other media" have not been met, where the most important sources of information for members of the sample are the means of social communication and not websites Bahraini newspapers. The majority of the respondents only read the topics at 66.4%, and more than half of the respondents do not participate in the discussions at these sites, by 50.7%. The main motives for the use of electronic newspapers are the use of mobile phones in the browsing of electronic newspapers. The first ranking was 96.42%, followed by the second with 95.76% in the second category, and the third with the 89.43% of the "images or news to friends and acquaintances through these sites" The study also presented a set of recommendations and recommended studies.

UNIVERSITY OF BAHRAIN

College of Arts



Department of Mass Communication, Tourism and Fine Arts

The Public's Reliance on the Websites of Bahraini Electronic Newspapers as a Source of Information

An Analytical and Field Study

A Thesis Submitted in Partial Fulfillment of the Requirements for the Master Degree in MA in Mass Communication

Submitted by

Hadi Ahmed Saad Galal

20147531

Supervised by

Dr. Ridha Mahmood Methnani

Associated Professor, Department of Mass Communication, Tourism and Fine Arts, University Of Bahrain

Kingdom of Bahrain

October, 2018