

واقع الصحف الالكترونية الجزائرية في عصر الإعلام

محمد بوحوالي

باحث دكتوراه

كلية علوم الإعلام والاتصال

جامعة الجزائر 3 - الجزائر -

الكلمات المفتاحية : ويب 2.0، شبكات التواصل الاجتماعي، الإعلام الجديد، صحافة المواطن، التفاعلية، الصحافة الالكترونية، فيسبوك، تويتر.

Résumé :

La présente étude cherche à montrer la relation qu'il y' a entre les réseaux sociaux et la presse électronique Algérienne et d'explorer l'avenir de celle-ci grâce à ses relations avec les réseaux sociaux. Le démarrage de ce travail est venu de la problématique qui a porté sur la relation suscitée a savoir: corrélation et intégration ou rivalité et conflit? Nous avons étudié un échantillon de journaux électroniques algériens pour savoir comment ces derniers utilisent ces nouvelles technologies de l'information et de la communication.

مقدمة :

كانت البوادر الأولى للصحافة الإلكترونية، مجرد نسخ إلكترونية من الصحف الورقية، فهي تنشر في نفس وقت نشر الصحيفة الورقية، وتحرر بنفس صياغتها، وتتحكم فيها نفس السياسة التحريرية، وتهدف في الأغلب إلى مخاطبة ذات الجمهور. ومع مرور سنوات قليلة تطورت الصحافة الإلكترونية وصارت تستخدم كل تقنيات وسائل الإعلام السابقة بشكل متكامل، وأضافت إلى ذلك كله ميزة "التفاعلية" التي تجعل القارئ شريكا إيجابيا في العملية الإعلامية إذ يمكنه دائما أن يعلق مباشرة على ما يقرأ ليتحول الإعلام بحق إلى إعلام ذي اتجاهين، فالصحفي يعلم القارئ بالمعلومة وهو يعلمه برأيه.

لم يتوقف تطور وازدهار الصحافة الإلكترونية هنا فحسب، بل ومع ظهور شبكات التواصل الاجتماعي، صارت هذه الصحافة تستفيد و تستعمل أساليبها وميزاتها التكنولوجية التي أضفت عليها صيغة وطابع جديد. بل إن الدمج بين كل هذه الأنماط والتداخل بينها أفرز قوالب إعلامية متنوعة ومتعددة بما لا يمكن حصره أو التنبؤ بإمكانياته.

هذه الشبكات التي استطاعت في ظرف وجيز بسط سيطرتها و فرض وجودها داخل شبكة الانترنت وصارت مواقعها أكثر المواقع استعمالا من طرف مستخدمي الانترنت⁽¹⁾ فصارت تمثل ثورة حقيقية في مجال الانترنت و التي أعطت معنى و صورة جديدة له، أثرت بشكل واضح وعميق في عمل وصورة وانتشار الصحيفة الإلكترونية لدى القارئ، فصارت وسيطاً يطوي بداخله جميع وسائل الاتصال الأخرى المطبوعة والمسموعة والمرئية، وكذلك الجماهيرية والشخصية، وقد انعكس أثر هذه التطورات التكنولوجية على جميع وسائل الإعلام من صحافة وإذاعة وتلفزيون.⁽²⁾

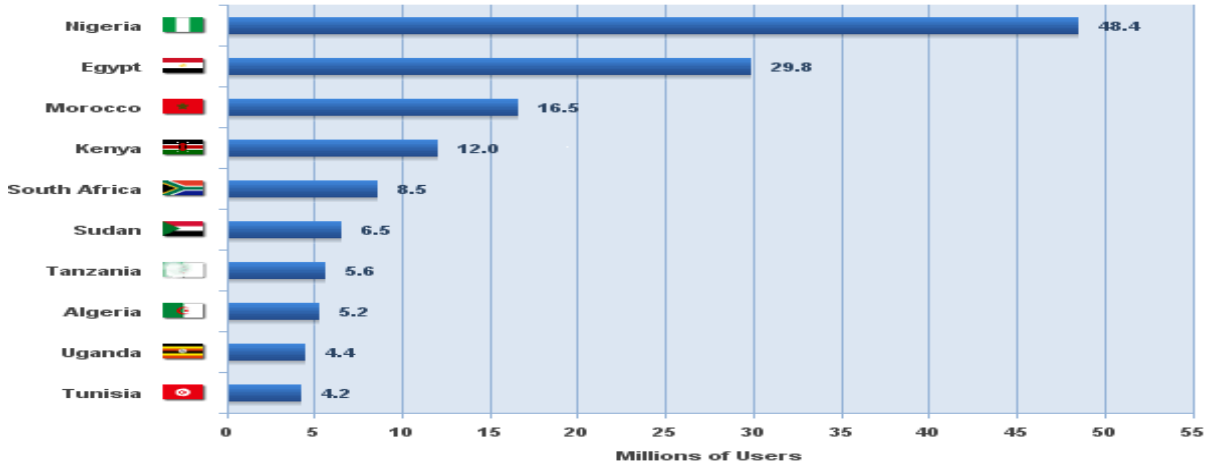
ولقد تغيرت تماماً عناصر هذه العملية الإعلامية في ظل ثورة الإعلام الإلكتروني المكونة من مرسل ومستقبل ووسيلة ورسالة ورجع صدى، فصار بينها نوع من التداخل والتطور النوعي أهمه اختفاء الحدود بين المرسل والمستقبل، فأصبح الجمهور هو صانع الرسالة الإعلامية،⁽³⁾ وأبرز مثال على ذلك ظاهرة المواطن الصحفي والتي مثلت اتجاه كاسح في الإعلام الإلكتروني الغربي. فبسبب التقدم التكنولوجي الهائل في وسائل الاتصال، انتشرت موضة تحويل المواطن إلى صحفي، بل وقامت الكثير من المؤسسات بعقد دورات تدريبية في كل مكان بالعالم، لتجعل المواطنين صحفيين، منطلقين من وهم ضرورة أن يملك المواطنون أدوات الصحافة حتى يستطيعوا أن يكونوا مؤثرين في مجتمعاتهم والتعبير عن آرائهم وتوصيلها لمن يريدون.

واقع الانترنت في الجزائر :

يبقى استعمال المجتمع الجزائري للانترنت على غرار البلدان العربية الأخرى متراجعا مقارنة بالبلدان الغربية، ففي تقرير نشرته هيئة Internet World STATS في 30 جوان 2012 وهي هيئة دولية تنشط عبر الانترنت مختصة في دراسة استعمالات الانترنت في العالم، إعطاء الإحصائيات الديمغرافية، إحصائيات حول الأسعار

وتهتم كذلك بمجال التسويق، تتشط عبر 233 دولة، أبرزت هذه الدراسة أن عدد مستخدمي الانترنت في الجزائر بلغ 5.230.000 مستعمل أي نسبة 14% من مجموع التعداد السكاني الذي بلغ 37.367.226 نسمة، وهي بالتالي تحتل المرتبة السابعة إفريقيا من حيث عدد المستعملين بعد كل من نيجيريا، مصر، المغرب، كينيا، أفريقيا الجنوبية، تنزانيا.⁽⁴⁾

**Africa Top 10 Internet Countries
2012 Q2**



Source: Internet World Stats - www.internetworldstats.com/stats1.htm
167,335,676 Internet Users in Africa estimated for June 30, 2012
Copyright © 2012, Miniwatts Marketing Group

وإذا قارنا وضعية الانترنت في الجزائر بالجارتين تونس و المغرب نلاحظ تأخرا واضحا مقارنة بهما، فبالرغم من الجهود التي بذلتها الجزائر، صنفت هذه الأخيرة من طرف المنتدى الاقتصادي العالمي (WEF) في المرتبة 80 فيما يخص الانفتاح على التكنولوجيات الحديثة للإعلام والاتصال بعيدتا في الترتيب عن تونس (المرتبة 31) و المغرب (المرتبة 54).⁽⁵⁾

حيث أظهرت الإحصائيات التي قدمتها هيئة Internet World Stats في تقرير نشرته على موقعها الالكتروني في أواخر 2012 ما يلي :

فيما يخص الجزائر: فقد بلغ مستخدمي الانترنت فيها 5.230.000 مستعمل في مجتمع بلغ عدد سكانه 37.367.226 نسمة و هو الشيء الذي يفسر ضعف نسبة توغل استعمال الانترنت فيه و التي تقدر 14% فقط. أما فيما يخص مملكة المغرب فقد بلغ عدد مستخدمي الانترنت فيها 16.477.712 مستعمل في مجتمع بلغ عدد سكانه 32.309.239 نسمة حيث أن نسبة توغل استعمال الانترنت فيه بلغت 51%. أما تونس فقد سجلت 4.196.564 مستعمل للانترنت في مجتمع بلغ عدد سكانه 10.732.900 نسمة حيث أن نسبة توغل استعمال الانترنت في المجتمع التونسي بلغت 39.1%.⁽⁶⁾

وفيما يخص قيمة الاشتراك بخدمة الانترنت فان الجزائر تسجل تأخرا مقارنة بهاتين الدولتين، حيث أن المغرب يحتل المرتبة الأولى من حيث انخفاض قيمة الاشتراك و نوعية الخدمة و التي تقدر بـ \$12 في الشهر لتدفع يبلغ 2 Mega/BPS وتأتي في المرتبة الثانية تونس بـ \$10.9 للشهر لكن لتدفع يبلغ 1 Mega/BPS تليها

الجزائر في المرتبة الثالثة بـ 1790 دينار جزائري أي ما يعادل \$25 للشهر لتدفع 1 Mega/BPS والمقدم من طرف جواب (Djaweb) لاتصالات الجزائر.⁽⁷⁾

الصحف الالكترونية و شبكات التواصل الاجتماعي في الجزائر :

شهد المجتمع الجزائري على غرار البلدان الأخرى بما فيها البلدان العربية تغيرات و تحولات في استعمال الانترنت، فبرغم من ضعف استعمال الانترنت في الجزائر كما بينته الأرقام و الإحصائيات، إلا أن شبكات التواصل الاجتماعي تعرف رواجاً كبيراً لدى الشباب الجزائري خصوصاً، حيث عرفت الجزائر وفي ظرف وجيز جداً ارتفاع كبير ومحسوس لعدد مستعملي شبكات التواصل الاجتماعي، حيث نشر موقع "سوشيال باكرز" أن فيسبوك وحده سجل أكثر من 4.322.820 مليون مشترك ما يمثل 12.50 % من العدد الإجمالي للسكان المقدر بحوالي 37 مليون نسمة، و 97.50% من الجزائريين المستعملين للانترنت. و وفق نفس الموقع فإن الجزائر احتلت حسب التصنيف الحديث المرتبة الرابعة عربياً بعد كل من مصر، السعودية والمغرب والمرتبة 41 عالمياً مع نهاية العام الجاري حيث تقدمت بخمسة مراتب مقارنة بالعام 2011 أين احتلت المرتبة 46 عالمياً، ويشير التصنيف العمري لمستخدمي فيسبوك بالجزائر أن الشباب الذين تتراوح أعمارهم بين 18 و 34 يمثلون نسبة 68 % أي ثلثي مستعملي هذه الشبكة بالجزائر، وتشير الإحصائيات أن نسبة القصر الذين تقل أعمارهم عن 18 سنة بلغت 19 بالمائة وبالنسبة للتمثيل من حيث الجنس يمثلون الرجال ثلثي المستخدمين 68 % مقابل 32 % للنساء.⁽⁸⁾

هذه الشبكات لم تعد مجرد فضاء للتواصل فقط بل باتت مكان لمناقشة و مشاركة القضايا اليومية، كما صارت تسمح للمجموعات الأصغر من الناس بإمكانية الالتقاء والتجمع على الانترنت وتبادل المنافع والمعلومات، وهي بيئة تسمح للأفراد والمجموعات بإسماع صوتهم وصوت مجتمعاتهم إلى العالم اجمع.⁽⁹⁾ نفس الشيء عرفه الجزائريون، حيث ظهرت العديد من الصفحات التي تناقش أمور المجتمع و تنشر ما قد لا نجده في وسائل الإعلام الأخرى و هو ما يجسد صحافة المواطن، كما فتحت نقاشات جادة لتبادل الأفكار والرؤى حول المستقبل، الأمر الذي مكن هذه الصفحات من استقطاب أعداد كبيرة من المتابعين مشكلة بذلك منافسة صريحة للصحف الالكترونية الجزائرية.

هذه الأهمية في استعمال شبكات التواصل الاجتماعي حتى لا نقول الخطورة، أدركتها بعض وسائل الإعلام الجزائرية حتى لا نقول كلها باختلاف أنواعها المكتوبة أو السمعية البصرية أو السمعية فقط، فصارت تولي لها أهمية جد بالغة، من بين وسائل الإعلام هته سنهتم في دراستنا بالصحافة الالكترونية في الجزائر، هذه الأخيرة التي باتت مدركة لأهمية شبكات التواصل الاجتماعي و مدى تأثيرها على المجتمع من جهة، من جهة أخرى أصبحت تعلم أن هذه الصفحات المنتشرة على شبكات التواصل الاجتماعي باتت تشكل منافساً قوياً لها، إذ لا يمكن أن نتجاهل الدور الذي يلعبه فيسبوك مثلاً في نشر الأخبار وتبادل المعلومات باختلاف مجالاتها، متجاوزاً الرقابة التي تمارسها العديد من الحكومات على وسائل الإعلام التقليدي. فصار من الضروري على هذه

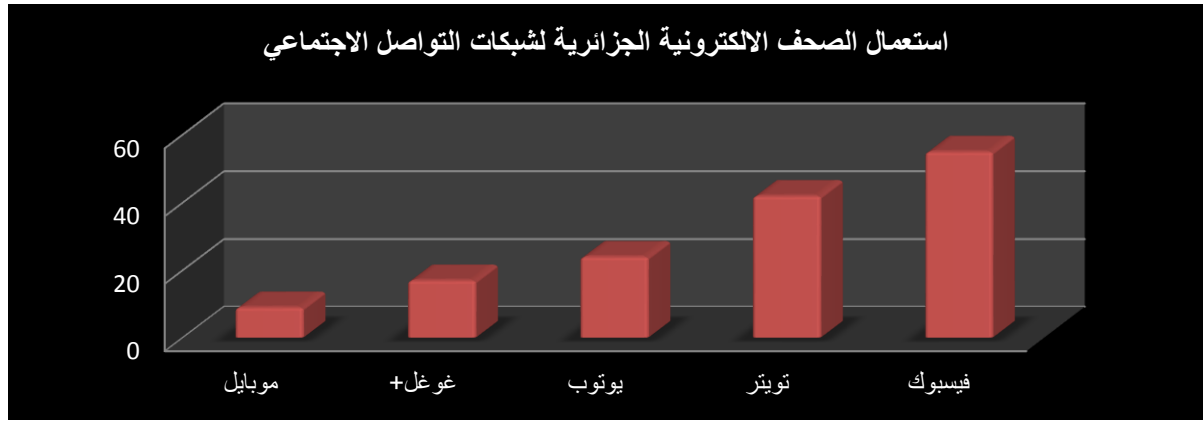
الصحف مجارات هذه التطورات و تجنب هذه المنافسة الشرسة و ظهر ذلك من خلال ازدياد استعمال الصحف الالكترونية الجزائرية لهذه الشبكات والاستفادة من مميزات وخصائصها. لذلك صار ولا بد على الصحف الالكترونية الجزائرية أن تتكيف مع هذا الإعلام الجديد، وأن تعتمد هذه الوسائل و التقنيات الجديدة حتى و إن كانت هذه الصحف محكومة بضوابط محددة وذلك من أجل كسب جمهور هذا الإعلام الجديد، عوض الاصطدام به وإهمال رغباته وطموحاته.

علاقة الصحف الالكترونية الجزائرية بشبكات التواصل الاجتماعي :

من أجل بحث العلاقة الموجودة بين الصحف الالكترونية الجزائرية و شبكات التواصل الاجتماعي قمنا بإجراء دراسة ميدانية في إطار التحضير لمذكرة تخرج لنيل شهادة ماجستير في علوم الإعلام والاتصال تخصص وسائل الاتصال الجديدة. إذ تسعى هذه الدراسة إلى إظهار ما أحدثته الانترنت وعلى وجه الخصوص شبكات التواصل الاجتماعي من نقلة نوعية في مجال الصحافة الالكترونية واستشراف مستقبل هذه الأخيرة من خلال علاقتها بشبكات التواصل الاجتماعي ومعرفة كيفية تعامل الصحفيين الجزائريين مع هذه التغيرات التي أحدثتها التكنولوجيات الحديثة للإعلام والاتصال. انطلاق هذا العمل جاء من المشكلة البحثية التي تمحورت حول العلاقة الموجودة بين الصحافة الالكترونية الجزائرية وشبكات التواصل الاجتماعي، أي علاقة ترابط وتكامل أم هي علاقة تنافس و صراع؟

تضمنت هذه الدراسة الميدانية تحليل العلاقة الموجودة بين الصحف الالكترونية الجزائرية و شبكات التواصل الاجتماعي. حيث قمنا بعملية مسح شاملة لـ 95 عنوان صحفي الكتروني جزائري اعتمدنا في إحصائها على البوابات الالكترونية المختصة بالعناوين الإعلامية الجزائرية. قمنا بإحصاء إلى غاية 31 مارس 2013 ما يعادل 95 موقع للصحافة الالكترونية اليومية "دون التطرق إلى الأسبوعية أو الشهرية" وذلك بالتعاون مع مؤسسة **MediaMarketing**،⁽¹⁰⁾ لنقوم بتصنيف هذه الصحف إلى الصحف التي لديها طبعة ورقية إضافة إلى إصدار الكتروني وصحف إلكترونية خالصة.

فيما يخص دراستنا لشبكات التواصل الاجتماعي التي تستعمل أكثر من طرف الصحف الالكترونية الجزائرية وجدنا أن شبكة فيسبوك هي الأولى من حيث الاستعمال، إذ وجدنا 55 عنوان من إجمالي 95 صحيفة يستعمل شبكة فيسبوك أي نسبة 57%. ويأتي في المركز الثاني شبكة تويتر بـ 41 مستعمل من إجمالي 95 عنوان أي نسبة 44% من مجموع العناوين المعالجة، وفي المركز الثالث تأتي شبكة يوتيوب بـ 23 مستعمل من إجمالي 95 عنوان أي نسبة 24% من مجموع العناوين. وفي المركز الرابع والأخير تأتي شبكة غوغل+ بـ 16 مستعمل أي نسبة 16% من مجموع 95 عنوان. أما ما يخص استعمال تطبيق الهاتف النقال من طرف هذه الصحف فوجدناه ضعيفا جدا حيث بلغ عدد مستعمليه 9 عناوين فقط أي نسبة 9% فقط من مجموع 95 عنوان. يرجع سبب هذا الضعف في الاستعمال حسب تقدير الدكتور يوسف عقون إلى غلاء تكاليف الاشتراك في هذه الخدمة المتطورة من طرف معظم العناوين الصحفية.⁽¹¹⁾



بعد دراستنا وإطلاعنا على مختلف العناوين الصحفية قمنا باختيار عينة دراستنا والتي تتمثل في الصحف الإلكترونية التي تستعمل شبكات التواصل الاجتماعي وتنشط من خلالها، وهو المعيار الأساسي في اختيار عينة بحثنا قمنا بدراسة نشاط 20 صحيفة إلكترونية يومية جزائرية، أخذنا بعين الاعتبار في اختيارها أن يكون لها حساب أو فضاء خاص ورسمي داخل شبكة تواصلية واحدة على الأقل، كما اعتمدنا عامل اللغة في اختيارها حيث أخذنا 8 منها تصدر باللغة العربية و12 أخرى تصدر باللغة الفرنسية، كما أخذنا بعين الاعتبار نوع الصحيفة الإلكترونية فاخترنا 9 عناوين لديها إصدار إلكتروني إضافة إلى طبعة ورقية و11 عنوان آخر يصدر فقط عبر الإنترنت.

عند دراستنا للعلاقة التي نسجت بين هذه الصحف الإلكترونية الجزائرية وشبكات التواصل الاجتماعي عموماً، ظهرت في العموم أنها علاقة صراع ومنافسة، أي صراع بين ما هو تقليدي وما هو جديد، فالكثير من الصفحات والمدونات استطاعت منافسة هذه الوسائل الإعلامية التقليدية وجذب جماهير واسعة لما توفره من فضاء للتعبير الحر والحصول على المعلومة⁽¹²⁾.

غير أن دراستنا لهذه العلاقة، بالتحديد التجربة الجزائرية، أبرزت أنها علاقة تكامل وترابط أكثر منها علاقة منافسة، غير أن ذلك لا ينفي وجود منافسة من بعض الصفحات الجزائرية داخل شبكات التواصل الاجتماعي. إذ وجدنا أن هذه الصحف الإلكترونية استطاعت استيعاب وإدراك أهمية هذه الشبكات الاجتماعية ودورها الفعال عبر شبكة الإنترنت. فقد لاحظنا ازدياد في عدد الصحف التي صارت تهتم بصورتها ونشاطها عبر شبكات التواصل الاجتماعي خاصة الشبكة العملاقة فيسبوك، هذه الأخيرة التي أتاحت هامشاً كبيراً من الحرية والمعلومات، مما أدى إلى جذب أعداد متزايدة من الأفراد والمستعملين، خاصة الذين لم تتح لهم الفرصة لإيصال آرائهم وأفكارهم وانشغالاتهم للآخرين. علمنا أن المضامين الجزائرية عبر الإنترنت، خاصة الإدارة الإلكترونية و مواقع نطاق DZ تبقى تسجل ضعفاً كبيراً.⁽¹³⁾ نفس الأهمية التي أدركتها وسائل الإعلام الجزائرية، فصارت تنشأ لنفسها مكاناً خاصاً داخل هذه الشبكات للتقرب من جمهورها.

وفيما يلي أهم الاستنتاجات التي خلصنا إليها من خلال هذه الدراسة :

- تعاني الصحف الالكترونية الخالصة في الجزائر نقصا كبيرا مقارنة بعدد الصحف الالكترونية التي لديها طبعة ورقية، كما أن العدد القليل المتواجد منها في تناقص مستمر بسبب مشاكل عديدة أهمها هو ضعف العائدات المالية و نقص المعلنين بها.
- اهتمام القائمين على مواقع الصحف الالكترونية في الجزائر وتحديث إصداراتها يبقى ضعيفا وناقصا، حيث أن العديد من المواقع لا تهتم كثيرا بالجانب الشكلي للموقع خاصة ما يتعلق بالألوان والتقنيات الجديدة وطريقة تقديم المعلومات وعرضها، إضافة إلى ضعف تحديث الإصدارات الأمر الذي من المفروض أن تتوفر عليه مواقع الصحف الالكترونية عموما. إذ يرى الخبير يونس قرار أن هذه المواقع لاتزال بعيدة عن المستوى المطلوب.⁽¹⁴⁾
- الإشهار في الصحف الالكترونية الجزائرية على اختلاف أنواعها واختصاصاتها يبقى ضعيفا وفي تراجع مستمر حيث أن المعلنين لا يضعون ثقتهم بالعناوين الصحفية الالكترونية عدى بعض العناوين الكبير والمعروفة في الساحة الإعلامية. حيث يؤكد الدكتور يوسف عقون أن إعطاء إشهار لصحيفة الالكترونية معينة دليل على أهميتها في الساحة الإعلامية.⁽¹⁵⁾
- استعمال شبكات التواصل الاجتماعي في الجزائر في تزايد مستمر سواء من طرف الأفراد أو من طرف المؤسسات والمنظمات باختلاف أنواعها و نشاطاتها و تبقى شبكة فيسبوك هي الرائدة بدون منازع من حيث الاستعمال. كما تعرف الشبكات الأخرى بدورها تحسنا هاما و ملحوظا من حيث الاستعمال على غرار تويتر ويوتوب.
- استعمال تقنية نقل الأخبار عبر الهاتف النقال من طرف الصحف الالكترونية ضعيف جدا، إذ يبقى حكرًا على بعض العناوين الكبيرة فقط، و يعود سبب ذلك إلى التكلفة الباهظة لهذه التقنية التي تبقى العناوين الأخرى غير قادرة على تسديد مستحققاتها.
- عدد الصحف الالكترونية الجزائرية التي تستعمل شبكات التواصل الاجتماعي متواضع نوعا ما مقارنة بعددها الإجمالي (57%) غير أن هذا العدد مرشح للزيادة و الارتفاع مستقبلا حيث أن العديد من العناوين الصحفية الالكترونية صارت تقبل على هذه الشبكات و تسعى إلى استثمار هذا الفضاء الواسع والجديد.
- تبقى شبكة فيسبوك هي الأولى من حيث عدد مستعمليها من الصحف الالكترونية الجزائرية وهو أمر ليس بالغريب إذا علمنا أنها الشبكة الاجتماعية الأولى في العالم من حيث عدد مستعمليها⁽¹⁶⁾. غير أن هذه الصحف الالكترونية لم يعد يقتصر تواجدها في فيسبوك فقط، بل صارت تنشط في شبكات أخرى خاصة تويتر و يوتوب لإدراكها مدى أهميتها و فاعليتها في النشاط الصحفي و الإعلامي عموما.

- تعرف الصحف الالكترونية الجزائرية تزايداً في عدد قراءها ومتتبعيها عبر شبكات التواصل الاجتماعي خاصة عبر شبكة فيسبوك وتويتر وهو رقم مرشح للارتفاع والازدياد أكثر فأكثر.
- تزايد اهتمام الصحف الالكترونية الجزائرية التي تستعمل شبكات التواصل الاجتماعي بنشاطها داخل هذه الأخيرة، ظهر ذلك من خلال انتظام إصداراتها اليومية بداخلها و مدى تفاعل و اهتمام متتبعيها لهذه الإصدارات التي تكون أحيانا كثيرة و متنوعة.
- بالرغم من أن شبكة تويتر واحدة من أهم شبكات التواصل الاجتماعي التي يمكن للصحفيين والإعلاميين الاعتماد عليها، إلا أن استعمالها في الجزائر يبقى ضعيفا و قليلا على العموم سواء من طرف الأفراد أو من طرف الهيئات والمؤسسات وهو الأمر الذي استفسر حوله العديد من الخبراء والأخصائيين في مجال الإعلام والاتصال من بينهم السيد عبد الرفيق خنيصة مدير جريدة ITMAG الذي أكد أن استعمال هذه الشبكة لازال بطيء إلا أن هذا الاستعمال قد يعرف ارتفاعا في المستقبل القريب.⁽¹⁷⁾
- تزايد اهتمام مستعملي الانترنت بالأخبار والإصدارات التي تنشرها الصفحات الخاصة عبر شبكة فيسبوك، هذه الصفحات التي تحمل صبغة إعلامية وتقوم بنقل ونشر الأخبار بطريقة إعلامية رغم أن أغلبها تسير من طرف أشخاص ليسوا مهنيين ولا إعلاميين بل يمثلون صحافة المواطن، غير أن الأمر الملاحظ هو ازدياد إقبال الأفراد عليها و يظهر ذلك من خلال أرقام تفاعلاتهم و انضمامهم لهذه الصفحات.
- بالرغم من أن الصفحات الخاصة الإعلامية المتواجدة خاصة عبر فيسبوك ليست مهنية و لا يشرف عليها في اغلب الأحيان مهنيون إلا أنها استطاعت تحقيق سمعة واسعة و طيبة داخل الشبكة و يرجع ذلك إلى توفيرها لما يحتاجه المواطن من أخبار وتوزيع الإصدارات لمحاولة استقطاب اكبر عدد ممكن من المتتبعين، كما أنها و لإثبات جديتها تسعى إلى تحديث إصداراتها يوميا و في كل دقيقة يتوفر فيها خبر ما ومحاولتها تحقيق سبق الصحفي في كل مرة يتاح لها ذلك.
- تحاول العديد من هذه الصفحات الإعلامية الخاصة داخل شبكة فيسبوك منافسة عناوين من الصحف الالكترونية إلا انه ومن خلال دراستنا لنشاطها وجدنا أنها تركز في عملها على مراقبة ونقد هذه الصحافة الالكترونية أكثر من منافستها لها من الناحية الإعلامية كما أنها تعتمد على الصحف الالكترونية ووسائل الإعلام الأخرى باختلاف أنواعها كمصدر من مصادر معلوماتها سواء لإعادة صياغتها وتقديمها للجمهور أو انتقادها والتعليق عليها.

الخاتمة :

ختاما ومن خلال كل ما سبق ذكره يتضح جليا أن الويب 2.0 استطاع إحداث ثورة بأتَم معنى الكلمة في مجال الإنترنت حيث استطاعت وفي ظرف وجيز للغاية تغيير نظام وعادات استعمال الإنترنت بأكمله خاصة من خلال ميزة التفاعلية التي صارت توفرها، حيث صار بمقدور القارئ أن يتواصل ويؤثر ويساهم في كل محتويات ومضامين الإنترنت وإبداء مقترحاته وأرائه وتعليقاته⁽¹⁸⁾. وهو الشيء الذي أدى إلى ظهور ما يعرف حاليا بصحافة المواطن التي يقوم عليها غالبا مواطنون عاديون يقومون بإنتاج مضامين ومحتويات يقدمونها من خلال مدوناتهم أو صفحاتهم عبر شبكات التواصل الاجتماعي، هذه الأخيرة التي ظهرت أهميتها ودورها الفعال ليس فقط من خلال الاستعمال الشخصي للأفراد، بل أثرت حتى في نشاط وسائل الإعلام عموما والصحافة الالكترونية خصوصا.

في الأخير نقول انه قد صار إلزاما على الصحف الالكترونية الجزائرية أن تولي أهمية اكبر لهذه الشبكات الاجتماعية لتستفيد من الميزات والخصائص التي توفرها لمستعملها، إضافة إلى الاستفادة من أرضية خصبة لجمهور واسع و متعدد السمات والميزات، علما أن هذه الشبكات صارت أهم واكبر المواقع استعمالا في العالم وفي الجزائر كذلك، حيث صارت هذه الشبكات توفر لهذه الصحافة الالكترونية تواسلا مهنيا أكثر منه اجتماعي، إذ تمكن من تشكيل شبكات ومجموعات من العلاقات مع متبوعي هذه الصحافة الالكترونية والوصول لأكبر قدر ممكن من القراء.

قائمة المراجع :

- 1- د. سميرة شيخاني، *الإعلام الجديد في عصر المعلومات*، مجلة جامعة دمشق - المجلد 26 - العدد الأول + الثاني.
- 2- صادق عباس مصطفى، *الإعلام الجديد دراسة في تحولاته التكنولوجية وخصائصه العامة*، مجلة الأكاديمية العربية المفتوحة في الدانمرك، العدد الثاني.
- 3- Ahcène Djaballah, Belkacem, *Economie de la presse et des Médias*. Alger, Office des publications Universitaires, 2014.
- 4- Mostefaoui, Belkacem, *Médias et liberté d'expression en Algérie : Repères d'évolution et éléments d'analyse critique*, Alger, Edition El Dar El Othmania, 2013.
- 5- Balle, Francis, *Médias & Sociétés*. Paris, Edition Montchrestien, 2011, (15^{eme} Edition).
- 6- Cardon, Dominique, *Réseaux Sociaux de l'Internet "Revue Communication"*, Edition du Seuil, 2011.
- 7- Scherer, Eric, *La Révolution Numérique*, Edition Saint Herblain Dalloz, 2009.
- 8- *Prix de l'Adsl en Algérie le plus cher des pays du MENA*, N'tic Magazine n° 59, Octobre 2011.
- 9- Internet Usage Statistics for Africa (Africa Internet Usage and Population Stats), 30 juin 2012 : <http://www.internetworldstats.com/stats1.htm>.
- 10- Algérie Facebook Statistics: <http://www.socialbakers.com/facebook-statistics/algeria>.
- 11- مقابلة مع السيد عبد الرفيق خنيفة، مقر جريدة ITMAG، أجريت المقابلة يوم 06 جويلية 2013.
- 12- مقابلة مع د. يوسف عقون، مقر مؤسسته MediaMarketing، أجريت يوم 03 جويلية 2013.
- 13- مقابلة مع السيد يونس قرار، المعهد العالي للتسيير و التخطيط، أجريت المقابلة يوم 06 جويلية 2013.

الهوامش :

- (1) Cardon, Dominique, *Réseaux Sociaux de l'Internet "Revue Communication"*, Edition du Seuil, 2011.p141.
- (2) د. سميرة شيخاني، *الإعلام الجديد في عصر المعلومات*، مجلة جامعة دمشق - المجلد 26 - العدد الأول + الثاني. ص9.
- (3) Balle, Francis, *Médias & Sociétés*. Paris, Edition Montchrestien, 2011, (15^{eme} Edition), p260.
- (4) Internet Usage Statistics for Africa (Africa Internet Usage and Population Stats), 30juin 2012 : <http://www.internetworldstats.com/stats1.htm>.
- (5) Ahcène Djaballah, Belkacem, *Economie de la presse et des Médias*. Alger, Office des publications Universitaires, 2014, p 61.
- (6) Internet Usage Statistics for Africa (Africa Internet Usage and Population Stats), 30juin 2012 : <http://www.internetworldstats.com/stats1.htm>.
- (7) *Prix de l'Adsl en Algérie le plus cher des pays du MENA*, N'tic Magazine n° 59، Octobre 2011.
- (8) Algérie Facebook Statistics : <http://www.socialbakers.com/facebook-statistics/algeria>.
- (9) صادق عباس مصطفى، *الإعلام الجديد دراسة في تحولاته التكنولوجية وخصائصه العامة*، مجلة الأكاديمية العربية المفتوحة في الدانمرك، العدد الثاني.
- (10) MediaMarketing مؤسسة خاصة تهتم بدراسة ومتابعة وسائل الإعلام الجزائرية، خصوصا الصحف الورقية والالكترونية ومجال الاتصال عموما.
- (11) مقابلة مع د. يوسف عقون، مقر مؤسسته MediaMarketing، أجريت يوم 03 جويلية 2013 على الساعة 10h30 صباحا.
- (12) Mostefaoui, Belkacem, *Médias et liberté d'expression en Algérie : Repères d'évolution et éléments d'analyse critique*, Alger, Edition El Dar El Othmania, 2013.p214.
- (13) Mostefaoui, Belkacem, *Médias et liberté d'expression en Algérie : Repères d'évolution et éléments d'analyse critique*, Alger, Edition El Dar El Othmania, 2013. p211.
- (14) مقابلة مع السيد يونس قرار، المعهد العالي للتسيير والتخطيط، أجريت المقابلة يوم 06 جويلية 2013 على الساعة 15h30 مساء.
- (15) مقابلة مع د. يوسف عقون، مقر مؤسسته MediaMarketing، أجريت يوم 03 جويلية 2013 على الساعة 10h30 صباحا.
- (16) Algérie Facebook Statistics : <http://www.socialbakers.com/facebook-statistics/algeria>.
- (17) مقابلة مع السيد عبد الرفيق خنيفة، مقر جريدة ITMAG، أجريت المقابلة يوم 06 جويلية 2013 على 09H15 صباحا.
- (18) Balle, Francis, *Médias & Sociétés*. Paris, Edition Montchrestien, 2011, (15^{eme} Edition). p260.