

الإعلام الجزائري في ظل الثورة التكنولوجية

دراسة تحليلية للحامل الإلكتروني لجريدتي الخبر والوطن

د/ غالم عبد الوهاب

أستاذ محاضر - أ -

شعبة علوم الإعلام والاتصال

- جامعة مستغانم -

الملخص:

فرضت التطورات التكنولوجية المسجلة بداية من أواخر القرن العشرين على الإعلام ضرورة التأقلم معها، حيث ارتبطت هذه الأخيرة بمجموعة من العوامل التي دفعت المؤسسات الإعلامية إلى تغيير نمط تفكيرها وكيفية تعاملها مع القارئ المستهلك لمضامينها، من هنا كان للتحويلات الحاصلة في قطاع الإعلام أثرا على ما تقدمه وسائل الإعلام من مضامين في إطار تنويع الإنتاج والتمدد إلى توظيف طرق جديدة للتواصل مع الجمهور، من هنا جاء التوجه نحو الحوامل الإلكترونية المدفوع بالجانب الاقتصادي والمنافسة من الوسائل الإعلامية.

الإعلام الجزائري لم يشكل الاستثناء قياسا إلى الإعلام العالمي بمختلف أشكاله، قنواته وحوامله، حيث بدأت التحول إلى الإنترنت مع نهاية القرن العشرين، إذ تحاول الدراسة دراسة مدى استفادة الإعلام الجزائري من التقانة الحديثة على المستوى الفردي والمؤسسي.

الكلمات المفتاحية: الإعلام، الثورة التكنولوجية، الإعلام الإلكتروني، الأبحاث الإعلامية

Abstract

Technological developments recorded had imposed from the late twentieth century on the media the need to adapt to them, this latter was linked to a number of factors that led the media institutions to change their thinking and how they deal with the consumer reader to its contents.

Hence, the transformations in the media sector have had an impact on the contents of the media in the framework of diversification of production and expansion to employ new ways of communicating with the public, hence the trend towards the uploaded electronics that paid by the economic aspect and the competition from the media.

The Algerian media did not constitute the exception in comparison to the international media in its various forms, channels and supports, where the trend of the internet started with end the end of the 20th century; The study tries to analyze the extent to which the Algerian media have benefited from modern technology at the individual and institutional level.

Keywords: media, technological development, electronic Media, media Research

الإشكالية

أصبحت إشكالية العلاقة القائمة بين ما أطلق عليه بالإعلام التقليدي والإعلام الجديد، من أهم الأطر التي تميز الأبحاث الإعلامية، حيث فرضت العولمة والتطورات الحاصلة في الإعلام بصفة خاصة والمجتمع بصفة عامة مجموعة من التغيرات التي ميزت المشهد الإعلامي في الجزائر، الأمر الذي أدى إلى اختلاف درجة التأثير في الإعلام التقليدي بعناوينه المختلفة (الصحافة الورقية)، حيث لا زالت الصحف الموصوفة بالكبرى في الجزائر تسيطر على المشهد الإعلامي من خلال الطبعة الورقية أو حتى الحامل الإلكتروني.

ترتبط الأبحاث الإعلامية على اختلاف السياقات التي ميزتها الإعلام دائما بالتطور التكنولوجي الذي ميز الوسائط الإعلامية، حيث تشير هذه الدراسات إلى أن الإعلام ظاهرة تكنولوجية بامتياز على عكس اجتماعية ظاهرة الاتصال، غير أن درجة الارتباط تختلف باختلاف السياقات ذلك أن الإعلام الآلي بما حمله من تطبيقات إعلامية كان

من أهم المميزات التي ميزت الصحافة الشعبية الموجهة إلى الجماهير على اختلاف معايير تصنيفها، هذا الارتباط يفرض على الصحفي في بعده التقليدي إلماما بالقدرات التي من شأنها تسهيل مهمته في إطار السلطة المخولة للإعلام في المجتمعات المعاصرة.

في الإطار ذاته، عمل الواب -1- ومن ثم الواب الاجتماعي "web 2" على تسريع التطورات الحاصلة في قطاع الإعلام باعتباره قطاعا اقتصاديا منتجا لقيم اجتماعية واقتصادية وسياسية وثقافية، حيث يتبادر إلى الذهن من خلال هذه المعطيات مجموعة من الأسئلة تتمثل في : ما مدى استفادة الصحفيين الجزائريين من التقنية الحديثة؟ وهل استفادت المؤسسات الإعلامية في الانتقال إلى فئة الإعلام الجديد؟ وما هي السبل الكفيلة التي بإمكانها خلق صحفي إلكتروني جزائري يتعامل مع الحدث في إطار المعالجة الإعلامية؟

مفهوم الصحافة

يجمع الباحثين في علوم الإعلام والاتصال على اختلاف التيارات الفكرية التي ينتمون إليها على صعوبة الوقوف على تحديد واحد لمصطلح "الصحافة"، حيث يشير زهير إحدادن إلى أن مفهوم الصحافة المكتوبة قد أخذ أبعادا مع تطور الممارسة الصحفية¹، من هذا المنطلق يعتبر تحديد مفهوم الصحافة خاضعا للتطورات الحاصلة في الممارسات الإعلامية، هذه الأخيرة ترتبط بالتطور الأداء المهني المرتبط بتحديث أنظمة التكوين من جهة، وبالتطور التكنولوجي التي ميزت تكنولوجيات الإعلام والاتصال من جهة أخرى، فالأداء المهني مرتبط بالممارسات التي يقوم بها الفاعلون في حقل الإعلام بحوامله المختلفة وبالمنظومة الإعلامية المتشكلة من كل العناوين الإعلامية على اختلافها وتنوعها.

يشير قاموس أوكسفورد إلى أن كلمة صحافة "presse" مرتبطة بالطبع والطباعة ونشر الأخبار والمعلومات، وهي تعني أيضا "journal"²، في إشارة إلى المنشورات ذات دورية النشر اليومية.

الصحافة حسب فضيل دليو "مطبوع دوري ينشر الأخبار في مختلف المجالات ويشرحها ويعلق عليها، ويكون ذلك عن طريق الصحف والمجلات العامة والخاصة"³. من المفيد هنا أن نشير إلى التعريف الذي قدمته دائرة المعارف البريطانية والذي يشير إلى أن الصحافة تشمل كتابة ونشر الصحف والدوريات وتشمل أيضا مهام وعمليات مرتبطة بهذا النشاط على غرار جمع وإرسال الأخبار وأعمال الإدارة والإعلان⁴.

في السياق ذاته، يصنف الباحثون الصحف قياسا إلى العديد من المعايير فهناك الصحف العامة والصحف المتخصصة، وهناك العمومية والخاصة إضافة إلى صحافة الرأي وصحافة الخبر والبرجوازية ضد الشعبية، غير أن هذه التصنيفات حسب "إدغار موران" "Edgar Morin" لم تكن لتؤثر على المضامين الإعلامية المسوقة عبر هذه الحوامل، ذلك أنها لا تقدر على إيقاف دينامية الثقافة الجماهيرية⁵، على اعتبار تواصل النشر وتنوع المضمون بتعدد زوايا وسياقات الحياة الاجتماعية.

الصحافة في زمن الإنترنت

يجمع الباحثون في علوم الإعلام والاتصال إلى أن تاريخ تطور الميديا هو في الحقيقة تجسيد لمسارات تطور براديجمات إعلامية متواترة من حيث الزمن ومختلفة من حيث الوسائط والتكنولوجيات المعتمدة في الممارسات الإعلامية، لفت الباحثان جون شارو، وجون دوفيل إنتباهنا إلى أن استخدام مفهوم البراديجم لدراسة "الميديا" ليس حديثا، بل يعود إلى بداية الستينيات من القرن الماضي، إذ تم على يد الباحث الفرنسي "Maurice Mouillaud" في مقارنته البنوية للمواد الصحفية⁶. من هذا المنطلق الذي يشير إلى طبيعة الممارسات الجديدة التي عرفتها الصحافة بظهور الإنترنت حيث يعتبر هذا الحامل المرتبط بالكمبيوتر كتقنية "hardware" والبرامج المستخدمة في التحرير والمعالجة للمواد الإعلامية "software" من أهم الحوامل التي ساعدت في انتشار الممارسة الصحفية خارج إطار الصحفي المحترف الذي ميز الفترات الأولى لظهور الصحافة على اختلاف السياقات السوسيوثقافية.

في ظل هذه التطورات، أصبح من منتج المعارف والمعلومات ويتحكم في آلياتها ويستثمر في نتائجها، يسيطر على وسائل الإعلام وهو وحده من يمكنه التحكم في صناعة المستقبل⁷، فصناعة المعلومة في الوقت الراهن أصبحت تخضع للتطور التكنولوجي، ذلك أن الإنترنت حملت الصحافة من البراديجم التقليدي القائم على جمع المعلومة والتأكد منها ومعالجتها إلى براديجم جديد يركز على مدى انتشار المعلومة وأهمية روابط النص الفائقة المرتبطة بها وسرعة تداولها في الفضاء الافتراضي.

عمل جهاز الكمبيوتر دورا رئيسا في هذا التحول البراديجمي المرتبط بالممارسات الصحفية والفاعلين في هذا المجال، حيث كان البعض ينظر إليه في البراديجم التقليدي على أنه آله لمعالجة المعلومة إلكترونيا على غرار "Von Neumann" ليصبح هذا الجهاز للاتصال عند "Norbert Wiener"، ففي الحالة الأولى عمل الباحثون

¹ زهير إحدادن، مدخل لعلوم الإعلام والاتصال، ب ط، الجزائر: ديوان المطبوعات الجامعية، 2002، ص 55 .

² فاروق أبو زيد، مدخل إلى علم الصحافة ط2، عالم الكتاب، القاهرة، 1991، ص 86.

³ فوضيل دليو: مقدمة في وسائل الاتصال الجماهيرية، ديوان المطبوعات الجامعية: الجزائر، 1998، ص 91.

⁴ حمد حسن عبد العزيز : لغة الصحافة المعاصرة، دار المعارف، القاهرة، دت، ص 14.

⁵ Edgar Morin : l'esprit du temps ; Armand colin édition ; Paris, 2008.p49.

⁶ Mouillaud Maurice, Tétu Jean-François, Le Journal quotidien, Lyon, Presses universitaires, 1989, (204pages). نقلا عن: فتيحة .

بوغازي:صحافة المواطن والهوية المهنية للصحفي، رسالة ماجستير، جامعة الجزائر، 2011، ص 36

⁷ أحمد حمدي : الطاب الإعلامي العربي، آفاق وتحديات دار هومة للنشر والتوزيع، الجزائر 2002، ص 15.

في الإعلام الآلي على تطوير القدرات الذاتية للآلة، حيث يرجع الدور الأساسي لـ "Von Neumann" في دفع المؤسسات العسكرية إلى تمويل الأبحاث في هذا المجال لتحسين سرعة جمع المعلومة، معالجتها وتنظيمها⁸، فالعلاقة بين المتلقي في الإعلام الإلكتروني وبين المؤسسات الإعلامية أصبح خاضعا لامتلاك التكنولوجيا ومعرفة كيفية استخدامها من طرق المستخدمين من جهة وتكييف المضامين من طرف منتجي المواد الإعلامية من جهة أخرى، مع إخضاع المضامين للمقاربات التسويقية الحديثة في إطار المنافسة الإعلامية بين العناوين المختلفة، وبين الحوامل داخل العنوان الواحد.

إن بداية تحول الصحافة المكتوبة من الحامل الورقي إلى الحامل الرقمي الإلكتروني كانت بداية من تسعينات القرن الماضي، حيث كانت البداية بنشر بعض الصحف التي كانت متواجدة في السوق الإعلامي من خلال الحامل الورقي لمضمونها عبر شبكة الإنترنت، هذا التحول اختلفت درجته من بلد إلى آخر، لكن مع 1998 أصبحت المؤسسات الإعلامية محفزة لدخول هذا السوق من خلال إنشاء مواقعها الإلكترونية، مدفوعة في ذلك بمحاولة إعادة التموقع في السوق.⁹

كانت المحاولات الأولى للتحول باتجاه الحامل الإلكتروني من طرف بعض الفاعلين في المجال الإعلامي، حيث أسس هؤلاء للمرحلة الانتقالية حسب التعبير الذي كان سائدا في تلك الفترة، هذه المرحلة التي كانت من منظور رجال الإعلام ضرورية في التحول المتواتر من الحامل الورقي إلى الإلكتروني حيث تميزت بالتنبؤ باتقاء الصحافة الورقية من السوق خلال سنوات، فاسحة المجال للصحافة الإلكترونية وصحافة المواطن والمدونات.

شهدت الصحافة الإلكترونية منذ بداياتها الأولى العديد من التطورات، خاصة في ظل ارتباطها بالإنترنت التي تخضع بطبيعتها إلى التحول المستمر، حيث نشأت الصحافة الإلكترونية في المراحل الأولى كامتداد للصحافة الكلاسيكية، ثم انطلقت تدريجيا إلى ابتكار نماذج خاصة بها، حتى أصبحت اليوم إعلاما متفردا¹⁰، حيث تحول الاهتمام من النوع الصحفي القائم على الوسيط الواحد المتمثل في النص أو في أقصى الحالات إرفاقه بالصورة الصحفية إلى الاهتمام بالمضمون المتشكل وفق النص الفائق والمتشكّل من الميديا.

بالإضافة إلى ذلك فقد عرفت هذه التطورات مصاحبة العديد من الإشكاليات التي أسست للعديد من الأبحاث الإعلامية ولعل من أبرزها الإشكالية المرتبطة بالهوية التي يحملها الصحفي في المجال الافتراضي بين الهوية الحقيقية والهوية الافتراضية، حيث يرى "Pledal" أن السلوك المرتبط بممارسة الإعلام عبر شبكة الإنترنت خاصة مع ظهور الواب 2- الموصوف بالاجتماعي يتصف بالعصبية¹¹، تتحول معه النظرة إلى الشبكات الاجتماعية من مجرد تجمع لعدد من الأفراد إلى بنية اجتماعية تركز على التوافق الحاصل بين أفرادها من خلال تشارك اللغة والرموز وتقاسم الآثار المترتبة عن عملية التواصل والتفاعل.

في السياق ذاته، لم تبقى العملية الإعلامية مقتصرة على المؤسسات المنظمة التي كانت ضمن المشهد الإعلامي، بل تعداه الأمر إلى العديد من المخرجات التي صبت مباشرة في تطور الصحافة الإلكترونية على غرار صحافة المواطن، المدونات، الشبكات الاجتماعية وغيرها من مستجدات الواب التي تقدم خدمات إعلامية مختلفة.

تقييم المواقع الإعلامية والسماوات الاتصالية الإعلامية لشبكة الإنترنت

يعمل الباحثون في مجال علوم الإعلام والاتصال على تقييم الأداء لمختلف المواقع الإعلامية، ولعل ما يهمننا في هذه التقنيات، الآليات الموجهة إلى تقييم المواقع الإعلامية أو مواقع الواب الخاصة بالمؤسسات الإعلامية على اختلافها، حيث يضع الباحثون مجموعة من المؤشرات التي تدلل على شهرة الموقع وفعاليته في تقديم المعلومات وعلاقة الجمهور به.

في هذا الإطار، هناك منهجية تميز تعتبر نقطة نهائية للتأكد من المصادقية تطبق على كل ما من شأنه التأثير على نوعية المعلومة م جهة وعلى مصادرها من جهة أخرى، خاصة وأن أغلبية الأخطاء التي يقع فيها الصحفي ناجمة عن سوء اختيار هذه المصادر، خاصة في ظل انتشار الإنترنت وفي ظل سيادة "web 2" أو ما يصطلح عليه بالواب الاجتماعي، حيث أصبح هذا الأخير مع مرور الوقت غير محدود بالجغرافيا ولا الزمن ومصدر غير مراقب لتدوير المعلومات، المعطيات، الإشاعات، التضليل والتوجيهات الضمنية للرأي العام، الأمر الذي جعل منهجية التأكد من مصادقية المعلومة ومصدرها أكثر من ضرورة.

سأركز على طريقتين معروفتين في قياس فعالية مواقع الصحف الإلكترونية، الأولى تم وضعها من طرف جامعة "Cornell" والثانية من جامعة "Berkeley"¹²، حيث يضع كلا المنهجين مجموعة من المؤشرات التي تضم مجموعة من الأسئلة تمكن الباحث من الوقوف على مدى مصادقية المواقع الإخبارية وشهرتها لدى الجمهور وفعاليتها في نقل المعلومة.

منهجية جامعة كورنل "Cornell"

حدد الباحثون في جامعة كورنل "Cornell" منهجية تحدف إلى تقييم مواقع الواب، فالنسبة إلى هؤلاء الباحثين فإن تحاليل مواقع الواب يقدم العديد من المعطيات، حيث تحتوي هذه المنهجية على 15 سؤالا من بينها 05 اسئلة ترتبط بتقييم المواقع ذات الطابع الإعلامي:

⁸ P ;Breton . S ;Proulx : l'explosion de la communication.Casbah édition. Alger ;1998.pp 86 ;87.

⁹ Khaled Zouari :la presse en ligne ; vers un nouveau média : dans les enjeux de l'information et de la communication ; vol 1 ;2007.pp 81-92.

¹⁰ الصادق الحمامي: تجديد الإعلام، مناقشة حول هوية الصحافة الإلكترونية في :www.arabmedia.net :consulté le 23.02.2012:

¹¹ François Perea : l'identité numérique ; de la cité à l'écran : quelques aspects de la représentation de soi dans l'espace numérique : dans les enjeux de l'information et de la communication ; vol 1.2007.pp111-159.

¹² Alain Joannès : le journalisme à l'ère électronique ;collection lire agir ; librairie vuibert ; Paris :2007.pp 81-82.

1. الصدق: من كتب المادة الإعلامية، وهل بإمكاننا أن نتواصل معه وما آليات هذا التفاعل.
2. النوعية: هل يقدم الصحفي براهين من خلال كتاباته حول تمكنه من الموضوع المعالج.
3. النهايات: لم يتوجه هذا الموقع الإخباري ولأي نهايات، ما هي أهدافه من العملية الإعلامية.
4. التحديث: ما هو التاريخ الذي تحمله الوثائق المرفقة والمعالجات وهل تم التحديث.
5. الارتباط: ما هي سبب الارتباط بين الموضوع المعالج وقيمة الوثائق المرفقة بالحدث المعالج.

هذه أهم النقاط التي تركز عليها جامعة كورنل في تقييمها لأداء المواقع الإعلامية

أو الحوامل الإلكترونية للمؤسسات الإعلامية التقليدية التي كانت تنشط في السوق الإعلامي من خلال الحامل الورقي، حيث يرى الباحثون أنه إذا كانت الإجابات تحمل مؤشرات سلبية فإنه من غير الممكن تصنيف الموقع ضمن المواقع ذات الطابع الإخباري ولا يمكن للجمهور دون الدول في العلاقة القائمة بين المنظمة وبينه أن يعتمد على هذا المصدر في الحصول على المعطيات حول الأحداث الجارية.¹³

في هذا الإطار يوجد العديد من البرمجيات التي تساعد الباحثين في تحليل المواقع والتي بإمكان تطبيقها أن يقدم إحصاءات دقيقة حول مضمون الموقع والفاعلين فيه وحتى الوثائق المرفقة وروابط النص الفائقة وإن كانت تعد بالمئات والآلاف، حيث يعتمد عليها الباحثون في تحليل المعطيات الخاصة بالمواقع.

منهجية جامعة باركلي "Berkeley":

تعتبر منهجية تحليل المواقع الإلكترونية الخاصة بجامعة باركلي موسعة مقارنة بالمنهجية السابقة، حيث تركز على مجموعة من المؤشرات التي تصل في الأخير إلى الإجابة عن 60 سؤالاً، يمكن من خلالها الحكم على الموقع، حيث يمكن استعمالها لتقييم المواقع الإعلامية.

1. طبيعة الموقع: هل الموقع موضوع التحليل هو عبارة عن صفحة خاصة، موقع خاص بمنظمة... إلخ، وما هو المجال الذي ينشط فيه، من أنشأ الموقع؟
2. هوية الموقع: من هو صاحب الموقع، هل هو شخصاً معنوياً أم اعتبارياً، ما هي الطريقة التي يقدمه بها للجمهور وما هي المرجعيات المعتمدة في ذلك؟.
3. التأثير: ما مدى كمال مضمون الموقع وهل يحتوي على الإقناع بالنسبة للجمهور الذي يستهدفه وهل يساهم في تغيير البنى الإدراكية... إلخ.
4. المرجعيات: ما هي قيمة المواقع والوثائق التي تحيل عليها روابط النص الفائقة الموجودة بالموقع؟.
5. النوعية: نوعية المضمون ونوعية الوثائق التي تحمل الوصلات المدرجة.

هذه المتغيرات في النهاية تقدم للباحث إجابات عن 60 سؤالاً تمكنه من بناء شبكة تحليل وتقييم للمواقع، حيث تستعمل في دراسة وتحليل المواقع الإلكترونية مهما كانت طبيعتها ومضمونها، على غرار المواقع الإخبارية، حيث تقسم الشبكة إلى 11 متغيراً رئيساً تحمل مؤشر يتراوح بين 0 و10.¹⁴ من خلال لجوء الباحثين إلى إحدى هذين المنهجين يمكنه الحصول على شبكة تحليل تعطيه صورة واضحة عن الموقع الإخباري بمختلف جزئياته، حيث يستخلص من الإجابات عن الأسئلة على مجموعة من المعطيات التي تمكنه من تقييم الموقع، مستعينا في ذلك بمجموعة من البرمجيات التي تساعده في جمع المعطيات وتحليلها.

استفادة الصحافة الجزائرية من التطورات التكنولوجية الحديثة

لقد مرت الصحافة الجزائرية كغيرها من الصحافة العالمية في التحول من الحامل الورقي على الحال الإلكتروني، فحتى وإن كانت متأخرة، فإن انتقالها كان على مراحل، كما أن التطور يتلف من عنوان إلى آخر، كما أن طبيعة المؤسسة الإعلامية وامتدادها الجغرافي له تأثير كبير على هذا التحول التي يرتبط بشكل كبير بالبناء القاعدي للجزائر ومدى توغل التكنولوجيا الحديثة في المجتمع الجزائري.

إن بداية تحول الصحافة المكتوبة من الحال الورقي إلى ازدواجية الحامل بين التقليدي والإلكتروني كان مع بداية التسعينات من القرن الماضي، حيث كانت البداية بنشر مضمون الصحيفة الورقية على شبكة الإنترنت¹⁵، إذ كانت البداية من الولايات المتحدة الأمريكية، وهو ما يؤكد نصر الدين العياضي بقوله "إن مقارنة بسيطة بين أول موقع إلكتروني لأول صحيفة ظهرت في شبكة الانترنت "Chicago Tribune" سنة 1992 و الصحيفة الكاليفورنية "San Jose Mercury News" التي تلتها في الظهور بعد سنة فقط من التاريخ المذكور يدرك حجم التغيير"¹⁶

في هذا الإطار، لا يعتبر "فرنسيس بال: التاريخ الأول من التواريخ التي ميزت تطور الصحافة المكتوبة، حيث لا يشير إليه مكتفياً بتكوير موقع الصحيفة الثانية من لال موقع يدعم خصائص النص الفائقة.¹⁷

¹³ Alain Joannès : le journalisme à l'ère électronique ; ibid. P82.

¹⁴ Voir : Alain Joannès : le journalisme à l'ère électronique ; ibid ; pp 82-83.

¹⁵ Khaled Zaouari : a presse en ligne ; vers un nouveau média ; dans les enjeux de l'information et la communication ; vol1, 2007. pp 81-92.

¹⁶ نصر الدين العياضي: الأنواع الصحفية في الصحافة الإلكترونية، نشأة مستأنفة أم قطيعة في 24-12-2009 www.arabmedia.net، ص3.

¹⁷ فرنسيس بال: الميديا، ار: فؤاد شاهين، دار الكتاب الجديد، لبنان، 2008، ص13.

من خلال معاينة المواقع الإخبارية نجد أن الصحف الجزائرية لم تخالف البدايات الأولى لهذا التوجه العالمي، فكلها بدأت خطواتها الإلكترونية الأولى بنشر محتواها العادي الذي يوزع يوميا على الحامل الورقي على موقعها الإلكتروني، حيث كانت هذه الانطلاقة من نشر استعمال برنامج "PDF : portable document format"، وهي المرحلة التي استمرت لسنوات حيث كان الصحف توظف مطورا لمواقع الواب لتحويل المضمون إلى هذه الصيغة ليتم تحميله على الموقع بعد الاستقرار على الإخراج النهائي للصحيفة الورقية، بينما حملت التطورات التكنولوجية إلى اعتبار الحامل الإلكتروني حاملا قائما بذاته له فريق يسهم على تمويله بالمواد الإعلامية المختلفة دون أن يكون تابعا بشكل مباشر للحامل الورقي بالضرورة، خاصة مع الإمكانيات التي تتيحها التكنولوجية في تبويب المضمون وتقسيمه حسب ما يريده الجمهور، هذا الأخير الذي حولته التكنولوجيا من مستهلك للمضمون إلى مساهم في إنتاجه.

كما أن عملية المرور إلى النشر الإلكتروني اختلفت من مؤسسة إلى أخرى، حيث كان للامتداد الجغرافي للجريدة وإمكاناتها المادية الدور الفعال في مثل هذا القرار، كما أن الجرائد ذات الطابع الجهوي والمحلي في الكثير من الأحيان كانت تلجأ إلى مواقع الجيل الأول، وفي أحيان أخرى لا تهم إطلاقا بهذا التوجه، خاصة وأن العديد منها لا توزع نسخا كثيرة من نسخها الورقية ذلك أن تأسيسها كان بعد تجميد المجلس الأعلى للإعلام، الأمر الذي حولها إلى مشاريع واستثمارات مريحة لا تهم كثيرا للطابع الإعلامي الحقيقي الذي كان وراء إنشائها.

في هذا الإطار، نجد العديد من مواقع الجرائد المتواجدة في الغرب الجزائري والتي تحمل صفة جريدة جهوية أو محلية لا يوجد لها حاملا إلكترونيا، كما أن العديد منها لا تعمل على تحديث موقعها لأيام وأسابيع، ولا تضمن لمعاينها التحيين والتفاعل ومصداقية المعلومة من خلال عدم الإفصاح عن هوية كاتب المادة الإعلامية، دون الحديث عن الخلط في الأنواع الصحفية، كما أنها لا تضمن خاصية التفاعل بل نشر الجريدة في نسخها الإلكترونية.

هذه الحقيقة تلف تماما إذا ما تم الحديث عن الصحف الوطنية بالغيث العربية والفرنسية، حيث صاحبت التطور التكنولوجي الذي أتاحته الإنترنت للمؤسسات الإعلامية حيث نجد مواقع متطورة وحديثة التصميم خاصة بالمؤسسة والعديد من الصفحات الشخصية الخاصة بالصحفيين وصفحاتهم على مواقع التواصل الاجتماعي، أما عن لغة النشر فهي تراوح بين لغتين على الأقل، حيث بأبرز خصائص المواقع الإلكترونية لكبريات الجرائد الوطنية، حيث سأخصص ذلك لجريدتين حسب معدل السحب والأقدمية في السوق الإعلامي، الأولى تصدر باللغة العربية تتمثل في "الخبر"، فيما سيكون العمل على جريدة "Elwatan" التي تصدر باللغة الفرنسية، وهي جرائد تحمل صفة الوطنية، كما أنها جرائد خاصة جاءت بعد قانون الإعلام 1990، أي مع البدايات الأولى لتوجه الصحف الأمريكية والغربية إلى الحامل الإلكتروني.

العنوان الإعلامي	الموقع الإلكتروني	طرق التواصل
جريدة الخبر	www.elkhabar.com	min@elkhabar.com
Elwatan	www.elwatan.com	غير متاح لكن هناك إمكانية الاتصال الآلي

بالنسبة لجريدة الخبر يتيح موقعها العديد من الخدمات، حيث تشير الصفحة الأولى إلى العديد من الوصلات من خلال روابط النص الفائق، على غرار الخبر اليومي، الرياضي، الطقس وركن الإعلانات، بينما يتيح الشريط السفلي روابط مثل من نحن للتعريف بمؤسسة الخبر، هيئة التحرير، الإعلان في الجريدة والإعلان في الموقع، حيث تفرق المؤسسة بين الاثنين.

أما فيما يخص جريدة الوطن فهي أيضا تدعم موقعها إلكترونيا من خلال روابط النص الفائق، حيث مرت كلا الجريدتين بالمرحلة الأولى في الصحافة الإلكترونية والتي كان فيها الموقع يكتبني بنشر المضمون كما هو موجود في الحامل الإلكتروني في شكل "PDF".

يتيح موقع جريدة الوطن، العديد من الوصلات أيضا من خلال الصفحة الأولى كالصفحة الأولى، الحدث، الثقافة، الاقتصاد، الرياضة، بالإضافة إلى وصلة غير متاحة في جريدة الخبر، تلك المتمثلة في دعم قيمة البعد الجغرافي في التواصل مع معاني الموقع، حيث تسمح له بالاطلاع على الأخبار الخاصة بجهة الإقامة من خلال تقسيم التراب الوطني إلى أربعة جهات تتمثل في الشرق، الغرب الوسط ومنطقة القبائل.

تشير المؤشرات إلى أن كل من جريدة الخبر وجريدة الوطن لا يقدمان عناوين البريد الإلكتروني الخاص بالإعلاميين، وهي صفة تؤثر سلبا على التواصل معهم إلا من خلال التعليقات على المادة المنشورة حيث يقلص مبدأ التفاعل الذي يعتبه "بول واتزلافيتش، P Watzlawick" على أنه نظام ونظرية في الوقت ذاته، فالنظرية الهامة للأنظمة "تسمح بفهم طبيعة النظام في المؤسسات التقليدية في تفاعلها، فهي ليست نظرية خاصة بالأنظمة البيولوجية، الاقتصادية أو الميكانيكية فقط"¹⁸، وهو الكلام الذي ينسحب على المؤسسات الإعلامية في تفاعلها مع الجمهور¹ من خلال الحامل الإلكتروني، حيث يتقلص معنى التفاعل في هذه الحالة إلى التفاعل غير المباشر، غير أن التعليقات التي تنشر رفقة المادة الإعلامية لا تشكل مادة صحفية في الغالب بالنسبة للمؤسسات.

أما فيما يخص إمكانية التحميل وسرعته فهو متغير يرتبط بالبنية التحتية للجزائر، خاصة فيما يتعلق بسرعة التدفق الخاص بالمشتركين في خدمات الإنترنت، ذلك أن كلا الجريدتين تتيح إمكانية تحميل المقالات، النسخة الورقية "PDF"، الوسائط المتعددة المنشورة في الموقع من صور وفيديوهات.

¹⁸ P Watzlawick ; Don-D-Jackson ; J Helmich beavin : une logique de la communication ;édition le seuil. Paris ; 1972.p118

تتراوح المواد الإعلامية التي تنشرها كل من الخبر والوطن بين وصلات النص الفائقي "HTML" و "PDF"، حيث يدعم موقع الخبر ثلاث لغات تسمح للمتصفح باختيار اللغة التي يريدها بين العربية، الفرنسية والإنجليزية، وهو أمر غير متاح في موقع الوطن، الأمر الذي يؤثر على عدد المتصفحين بالنسبة للثانية، حيث يسمح كلا الموقعين بتحميل نسخة "PDF" حسب إرادة المتصفح.

في الإطار ذاته، لا يحتوي الموقعان على خارطة الموقع، بينما تتنوع روابط النص الفائقي بين الروابط الدالية التي تحيل إلى مقالات سابقة (في الموضوع ذاته أو محتويات لها علاقة بالنص المنشور، إضافة إلى روابط تحيل إلى وصلات خارجية على غرار الروابط المتعلقة بالوثائق المرفقة بالنص أو المواقع التي نقلت الخبر على غرار وكالات الأنباء المعروفة أو حتى مواقع الفاعلين في المادة الإعلامية المنشورة.

بالإضافة إلى ذلك يدعم جريدة الوطن من خلال موقعها الإلكتروني التسجيل الآلي في الموقع من خلال اسم المستخدم وكلمة السر وعنوان البريد الإلكتروني من أجل الحصول على أهم الأخبار حسب الأجنحة الإعلامية اليومية للجريدة إضافة إلى رابط تحميل الصحيفة في شكل "PDF" وهو ما يصطلح عليه "news letter"، الأمر غير متاح من خلال موقع الخبر.

كما أن المؤسستين تمكنت من استغلال التكنولوجيا الحديثة من خلال استهداف فئة جديدة من الجمهور عبر الهاتف النقال، مستغلة في ذلك تطور سوق الهاتف النقال في الجزائر الذي وصلت به نسبة توغل الهاتف النقال إلى 107.40 % مع سنة 2015، بينما وصلت النسبة إلى 113.35 % مع نسبة تطور قدرت بـ 5.95 %¹⁹، إضافة إلى تطور سوق الهواتف الذكية التي أصبحت تسوق بشكل عادي في السوق الجزائرية، حيث يدعم موقع الخبر تطبيقا مجانيا متاحا من خلال "app store" و "Google app" مصمما من طرف "DZmob"، وهو الأمر ذاته بالنسبة للوطن والمصمم من طرف "On-market"، غير أن هذه الأخيرة تدعم أيضا تطبيقا مجانيا بالنسبة للهواتف التي تشتغل بنظام التشغيل "windows"، إضافة إلى دعم الموقعين لخدمة تشارك المواد الإعلامية عبر مختلف مواقع التواصل الاجتماعي برابط نص فائق مباشر أسفل المادة، حيث تدعم كلا الجريدتين خدمة التشارك عبر فيسبوك وتويتر وغيرها من شبكات التواصل الاجتماعي، الأمر الذي يميل إلى تصميم موقع إلكتروني عادي خاص بمتصفح الواب وموقع خاص بالتكنولوجيا المحمولة "mobile"، لكن المشكل في كلا التطبيقين هو طول مدة تحميل التحديث نظرا لتأخر الجزائر في هذا المجال، حيث يحدث التحسين عبر فترات قصيرة بالنسبة للتطبيق مع مساعدة المتصفح من خلال عملية التذكير "push notification"، بينما يكون التحسين في الموقع العادي كل 24 ساعة.

كما يضمن الموقعان للمتصفح العديد من المواد الإعلامية من خلال وسائط متعددة، حيث يحتوي الموقعان على روابط ومواد إعلامية تتراوح بين النص والصورة والصوت وحتى الفيديو، إضافة إلى منتدى لكنه في الغالب الأحيان غير مفعّل، الأمر الذي يمكن قوله أيضا في ما يتعلق بالأرشيف، وهي الخدمة المضمونة لكنها تكون غير مجدية في الكثير من الأحيان بالنسبة للخبر رغم أنها متاحة، الأمر الذي لا ينسحب على الوطن والتي تتيح للمتصفح الاحتفاظ بالأرشيف بصفة شخصية من خلال الرسالة اليومية للمشارك في بريده الإلكتروني، خاصة مع سعة الاستيعاب التي يتيحها مزودي خدمة البريد الإلكتروني على اختلافهم.

هذه الملاحظات تنسحب بشكل جزئي على أغلب مواقع الصحف ذات الطابع الوطني على غرار الشروق اليومي، صوت الأحرار، البلاد، الوصل، الفجر، النهار الجديد، Le quotidien d'Oran ; Horizons ; Le courrier d'Algérie ; La Tribune ; Le soir d'Algérie، وغيرها من مواقع الواب الخاصة بالصحف الوطنية على اختلاف عناوينها، الأمر الذي لا ينسحب على الجرائد ذات الطابع الجهوي والتي لا زالت في أغلبها متأخرة في استثمار التكنولوجيا الحديثة للإعلام والاتصال.

خاتمة

تعتبر الثورة التكنولوجية وخاصة مع الجيل الثاني للواب "" من أبرز العوامل التي أتاحت للصحف الجزائرية التكيف مع التطورات الحاصلة في القطاع الإعلامي، حيث ساهمت الدوافع الاقتصادية إلى تقسيم الجمهور التي تستهدفه هذه الوسائل من أجل الاستجابة لحاجاته المعرفية والإعلامية، ولعل من أهم التحولات التي حدثت ضبط العلاقة مع جيل جديد من القراء ارتبطوا بالهواتف الذكية واللوحات الرقمية أكثر من الحامل الورقي.

أعدت التكنولوجيا مثلة في الإنترنت رسم العلاقة بين القارئ الموصوف بأنه مستهلك للمواد الإعلامية والوسائل الإعلامية باعتبارها ممولا لهذا النوع من الخدمات، حيث أتاحت للصحفيين على المستوى الفردي والعناوين الصحفية على المستوى المؤسسي إمكانية توظيف أكثر من وسيط وتشكيل مضمون إعلامي من أكثر من شكل، كما جعلت من التفاعلية من أهم الخصائص التي أعيد تحديد مفهومها في الإعلام الإلكتروني.

قائمة المراجع

1. زهير إحدادن، مدخل علوم الإعلام والاتصال، ب ط، الجزائر: ديوان المطبوعات الجامعية، 2002، ص 55.
2. فاروق أبو زيد، مدخل إلى علم الصحافة ط2، عالم الكتاب، القاهرة، 1991، ص 86.

¹⁹ www.arpt.dz/rapport_annuel_2016.pdf: consulté le lundi 29 septembre 2017, 12:50:00

3. فوزيل دليو: مقدمة في وسائل الاتصال الجماهيرية، ديوان المطبوعات الجامعية: الجزائر، 1998، ص91.
4. محمد حسن عبد العزيز : لغة الصحافة المعاصرة، دار المعارف، القاهرة، دت، ص14.
5. Edgar Morin : l'esprit du temps ;Armand colin édition ; Paris, 2008.p49.
6. **Mouillaud Maurice, Tétu Jean-François**, Le Journal quotidien, lyon, Presses universitaires, 1989, (204pages).
7. فتيحة بوغازي:صحافة المواطن والهوية المهنية للصحفي، رسالة ماجستير، جامعة الجزائر، 2011، ص36
8. أحمد حمدي : الطاب الإعلامي العربي، آفاق وتحديات دار هومة للنشر والتوزيع ، الجزائر2002، ص15.
9. P ;Breton . S ;Proulx : l'explosion de la communication.Casbah édition. Alger ;1998.pp 86 ;87.
10. Khaled Zouari :la presse en ligne ; vers un nouveau média : dans les enjeux de l'information et de la communication ; vol 1 ;2007.pp 81-92.
11. الصادق الحمامي: تحديد الإعلام، مناقشة حول هوية الصحافة الإلكترونية في 14.30 :consulté le 23.02.2012: www.arabmedia.net
- 12.François Perea : l'identité numérique ; de la cité à l'écran : quelques aspects de la représentation de soi dans l'espace numérique : dans les enjeux de l'information et de communication ; vol 1.2007.pp111-159.
13. Alain Joannès : le journalisme à l'ère électronique ;collection lire agir ; librairie vuibert ; Paris :2007.pp 81-82.
14. Alain Joannès : le journalisme à l'ère électronique ; ibid. P82.
15. Alain Joannès : le journalisme à l'ère électronique ; ibid ;pp 82-83.
16. Khaled Zaouari : a presse en ligne ; vers un nouveau média ;dans les enjeux de l'information et la communication ; vol1, 2007.pp 81-92.
17. نصر الدين العياضي: الأنواع الصحفية في الصحافة الإلكترونية ، نشأة مستأنفة أم قطيعة في 24-12-2009 www.arabmedia.net cnsulté le 24-12-2009
- ص3.
18. فرنسيس بال: الميديا، ار: فؤاد شاهين، دار الكتاب الجديد، لبنان، 2008، ص13.
19. P Watzlawich ; Don-D-Jackson ;J Helmich beavin : une logique de la communication ;édition le seuil. Paris ; 1972.p118
20. www.arpt.dz/rapport annuel 2016.pdf: consulté le lundi 29 septembre 2017, 12:50:00