

جامعة الجزائر 3

معهد التربية البدنية والرياضية

مقياس تكنولوجيا الإعلام والاتصال

مستوى ماستر 1

إعداد الدكتورة

داودان يمينة

السنة الجامعية 2018 – 2019

المحاورة رقم 01: بدايات الإنترنت

بدأت الإنترنت 02-01-1972 عندما شكلت وزارة الدفاع الأمريكية فريقاً من العلماء للقيام بمشروع بحث عن تشبيك الحاسبات ومركزة التجارب على تجزئة الرسالة المراد بعثها إلى موقع معين من الشبكة ومن ثم نقل هذه الأجزاء بشكل وطرق مستقلة حتى تصل المجموعة إلى هدفها وكان هذا الأمر يمثل أهمية قصوى لأمريكا وقت الحرب ففي نجاح العدو لبعض خطوط الاتصال لمنطقة معينة فإن الجزء الصغيرة يمكن أن تواصل سيرها من تلقاء نفسها عن طريق بديل آخر إلى خط النهاية ومن ثم تطور المشروع وتحول إلى الاستعمال السلمي حيث إنقسم عام 1983 إلى شبكتين، احتفظت الشبكة الأولى باسمها الأساسي (Arpane) كما احتفظت بغرضها الأساسي وه خدمة الاستخدامات العسكرية وسميت شبكة ثانية باسم (Milnet) للاستخدامات المدنية أي تبادل معلومات وتوصيل البريد الإلكتروني ومن ثم ظهر مصطلح الإنترنت حيث أمكن تبادل المعلومات بين هاتين الشبكتين في عام 1986 أمكن ربط شبكات خمس مراكز للكمبيوترات العملاقة وسميت NSFNET والتي أصبحت العمود الفقري وحجر الأساس لنمو وإزدهار الإنترنت في أمريكا ومن ثم دول العالم الأخرى.

1-1- أهمل مراحل الإنترنت:

- 1969: وضعت أول أربع نقاط لشبكة الأرنيت في مواقع جامعات أمريكية منتقاة بعناية.

- 1972: أول عرض عام لشبكة أرنيت في مؤتمر العاصمة واشنطن بعنوان العالم يريد أن يتصل، والسيد راي توملنس يخترع البرد الإلكتروني ويرسل أول رسالة على أرنيت.

- 1973 إضافة النرويج وأنجلترا إلى الشبكة.

- 1974 الإعلان عن تفاصيل بروتوكول التحكم بالنقل إحدى التقنيات التي تحدد

الإنترنت

- 1977 أصبحت شركات الكمبيوتر تبتدع مواقع خاصة على الشبكة.

- 1983 أصبح البروتوكول TCP/IP معياراً لشبكة أرنيت وتقديم نظام إعطاء.

- 1984 أخذت مؤسسة العلوم الأمريكية NSF على عاتقها مسؤولية أرنييت وتقديم نظام إعطاء أسماء لأجهزة الكمبيوتر الموصولة بالشبك المسمى **Domain Name System**.

- 1985 أول شركة كومبيوتر تسجل ملكية انترنت خاصة بها.
- 1986 أنشأت مؤسسة العلوم العالمية شبكتها الأسرع **TSFNE** مع ظهور البروتوكول **Nrwes Transfer Protocol network** نقل الأخبار الشبكية جاعلا أندية النقاش التفاعلي المباشر أمرا ممكنا، وإحدى شركات الكمبيوتر تبني أول جدار حماية لشبكة الإنترنت.

- 1990 تم إغلاق أرنييت وانترنت تتولى المهمة بالمقابل.
- 1991 جامعة مينيسوتا الأمريكية تقدم برنامج جوفر وهو برنامج لاسترجاع المعلومات من الأجهزة الخدمة في الشبكة الخادمة.

- 1992 مؤسسة الأبحاث الفيزيائية العالمية **CERN** في سويسرا تقدم شفرة النص المترابط **HYPERTEXT** المبدأ البرمجي الذي أدى إلى تطور الشبكة العالمية **World Wide Wep**.

- 1993 قد ابتداء الإبحار من خلال إصدار أول برنامج مستعر من شبكة موزاييك ثم اتبعه آخرين من برنامج نتسكيب برنامج مايكروسوفت.
- 1995 اتصل بشبكة الانترنت 6 ملايين جهاز خام و 50 ألف شبكة وإحدى شركات الكمبيوتر تطلق برنامج البحث في الشبكة العالمية.

- 1996 أصبحت الانترنت وبكلمات متداولة عبر العالم في الشرق الأوسط أصبحت من المواضيع الساخنة ابتداء من تصميم أول شبكة وحتى اليوم وأصبح هناك عدد من مزودي خدمة الانترنت يقدمون خدماتهم.

- 1997 ظهور أنترنت الجيل المقبل **NGI** () الهدف منه مضاعفة سرعة الانترنت حوالي 1000 مرة ويعمل في هذا المشروع كل من وكالة ناسا **Nassa** وداربا **Drapa** ومؤسسة **NSF** إضافة لوزارة الطاقة الأمريكية.

- 1999 ظهور أنترنت 2، الهدف من تسريع ونشر تطبيقات وخدمات الانترنت وهو برعاية اتحاد الجامعة والمؤسسات للتطوير المتقدم لشبكة الانترنت ويعمل على تطويره أكثر من 170 جامعة و 60 شركة عالمية في قطاع التكنولوجيا المعلمات إضافة إلى إشراك الحكومة الأمريكية.

1-2- مفهوم الإنترنت:

هو نظام ووسيلة إتصال من الشبكات الحاسوبية يصل ما بين حواسيب حول العالم لبروتوكول موحد وهو بروتوكول الانترنت، تربط الانترنت ما بين الشبكات الخاصة والعامة في المؤسسات الأكاديمية الحكومية ومؤسسات الأعمال وتتباين في نطاقها ما بين المحلي والعالمى وتتصل بتقنيات مختلفة، من الأسلاك النحاسية الألياف البصرية والوصلات اللاسلكية، كما تتباين تلك الشبكات في بنيتها الداخلية تقنيا وإداريا إذ تدار كل منها بمعزل عن الأخرى لا مركزيا ولا تعتمد أيا منها في تشغيلها على الأخريات.

تحمل الانترنت اليوم قدرا عظيما من البيانات والخدمات ربما كان أكثرها شيوعا اليوم صفحات النصوص الفائقة المنشورة على الوب كام أنها تحمل خدمات وتطبيقات أخرى مثل البريد وخدمات التخاطب الفوري، وبروتوكولات نقل الملفات والاتصال الصوتي وغيرها. ومثل الطفرات في وسائل الاتصال عبر التاريخ أضحت للانترنت اليوم آثارا إجتماعية وثقافية في بقاع العالم وقد أدت إلى تغيير المفاهيم التقليدية لعدة مجالات مثل العمل التعليم والتجارة وبرز شكل آخر لمجتمع المعلومات.

1-3- آلية عمل شبكة الانترنت:

تشكل الانترنت شبكة ضخمة جدا، تربط مجموعة كبيرة من شبكات الحاسب الآلي المنتشرة في شتى أنحاء العالم، والتي تستخدم نفس القواعد (البروتوكولات). ويتم استخدام شبكة الإنترنت من خلال متصفحات الويب، والتي تعتبر برامج كومبيوتر يتم تنصيبها داخل جهاز الكمبيوتر الشخصي، واستخدامها في طلب المواقع وصفحات الويب والملفات، وتحتوي العديد من الخدمات التي تسهل عمليات البحث عن المعلومات وإستدعائها وتخزينها، **Internet Explorer** وطباعتها، ومن أمثلة هذه المتصفحات نجد إنترنت إسكبلور.

1-3-1- ويمكن استخراج الخطوات الرئيسية لعملها فيما يلي:

1- يقوم المستخدم بإدخال عنوان الموقع الذي يريد زيارته مثل في المكان المحدد من برنم متصفح الإنترنت.

2- يقوم جهاز لمستخدم بالحصول على العنوان الرقمي الاتصال به عن طريق الشبكة.

3- يرسل جهاز المستخدم طلب صفحة الموقع إلى خادم الشبكة، الذي يستضيف الموقع.

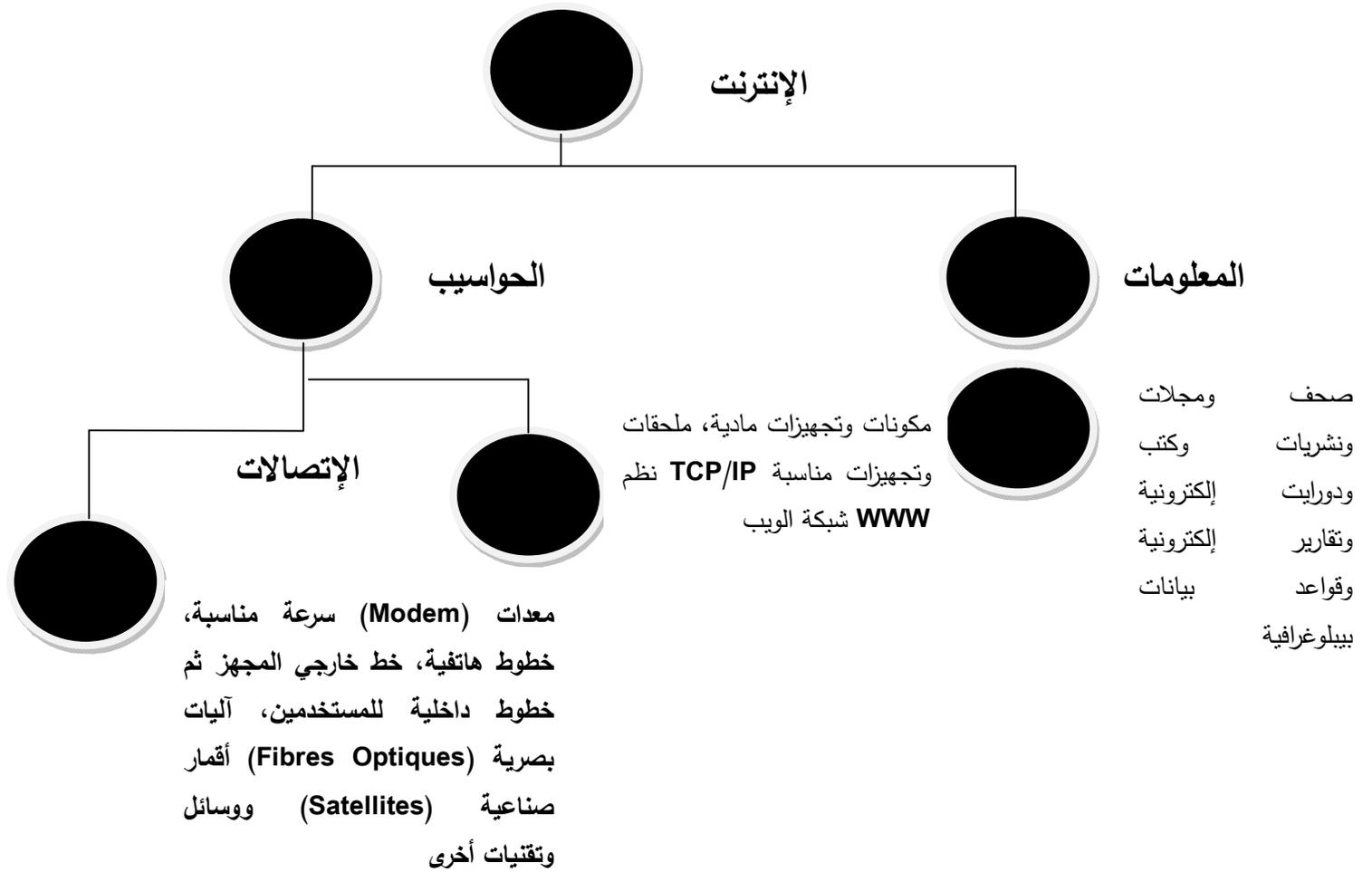
4- يقوم خادم الشبكة بإرسال صفحة الموقع لجهاز المستخدم.

5- يقوم برنامج مستعرض الإنترنت الموجود على جهاز المستخدم بعرض الصفحة بعد إستقبالها

وعندما ترسل رسالة عبر الإنترنت إلى مستخدم آخر، يقوم بروتوكول ضبط الإرسال ويلصق على كل (Packets) بتقسيم البيانات إلى وحدات قابلة للإدارة تدعى رزمة (TCP) رزة المعلومات الضرورية لإعادة تجمعها، وكشف الأخطاء وخلال رحلتها تقوم بالعمل على توجيه الرزم عبر المسارات (Routers) كومبيوترات خاصة تدعى الموجهات الأكثر فعالية، وما أن تصل الرزم إلى مقصدها يتولى الكومبيوتر الذي في ظرف الاستلام على كل (TCP) ويستعين بالبيانات التي لصقها البروتوكول، (IP) نزع مطلع البروتوكول رزمة، للتأكد من أن أية من الرزم لم تضع ولم يلحق بها.

1-4-1- تركيب شبكة الإنترنت:

يمكن تصور تركيب شبكة الانترنت من خلال ثلاثة مجالات متفاعلة مع بعضها البعض، وهي المعلومات، والحواسيب، والاتصالات، تبعا للمخطط الآتي:



1-5- فوائد الإنترنت:

للإنترنت فوائد عديدة، فهو يقوم على إتاحة وفرة المعلومات في شتى حقول العلم والمعرفة حيث تنتج العقول البشرية الآن من المعلومات والمعارف في سنوات قلائل قدرا يفوق ما كانت تنتجه سابقا في عقود زمنية طويلة، والمطلوب توظيف العلم والمعرفة لصالح الإبداع والتقدم العلمي وتنمية القدرات العقلية، والقدرة على التعامل مع الكم الهائل من المعلومات بشكل علمي قائم على الاستنباط والاستنتاج والتحليل،

ومن فوائد شبكة الانترنت أيضا أنها تتيح لكل واحد منها أن يفتح له موقعا عليها يبيث من خلاله أفكاره وخواتمه وفلسفته للأشياء الحياة. فضلا عن الخدمات الكثيرة التي تقدمها الشبكة لمستخدميها كالبريد الإلكتروني والاتصالات الهاتفية، والتسوق في المتاجر والأسواق والمعارض والمتاحف والاطلاع على البحوث.

ومن محاسن الشبكة أيضا سرعة الوصول إلى المعلومات، والحصول على جوانب مختلفة في حقول العلم والمعرفة وقراءة كل ما ينتشر في الصحف والمجلات الصادرة في مختلف أنحاء العالم ومشاهدة القنوات التلفزيونية وكذلك الاستماع إلى الإذاعات، والتعرف على كل ما يحدث في أرجاء العالم في وقت الحدث مباشرة كما في الإمكان قراءة أنواع الكتب الإلكترونية وزيادة مواقع المكتبات التعرف على البلدان والمدن، والشخصيات والإعلام، ومن الممكن أيضا إقامة علاقة عامة من خلال الشبكة، والتحاور مع القريب والبعيد من خلال الرسائل المكتوبة، ويمكن إضافة عنصرى الصوت والصورة وكذلك يمكن الاستفادة من الإنترنت للاستمتاع بالهوايات المختلفة والترويج عن النفس وغير ذلك كثير، وأيضا التجارة، فهناك الكثير من الأشخاص الذين يعملون في مجال التجارة، يقدمون على استخدام الإنترنت من أجل تبادل الصفقات التجارية والاستثمار ويتم من خلال الانترنت تحميل البرامج وتحديثها بأقل تكلفة، بالإضافة إلى الخدمات الواسعة في شتى مجالات الحياة العلمية والأدبية والإلكترونية فضلا عن اعتباره طريقة إتصال سريعة ومباشرة سواء عن طريق برامج المحادثات أو عن طريق برامج أخرى والآن نحن في عصر التكنولوجيا، فأى شيء في الحياة أصبح يسير عن طريق الكمبيوتر والانترنت والتكنولوجيا، حتى الزواج فهناك بعض الناس يتزوجون عن طريق التعارف على الانترنت عن طريق برامج المحادثات **chat**، والآن أصبحت الحكومة تدير الكثير من أعمالها عن طرق الإنترنت وربط كافة المؤسسات الحكومية والوزارات " القطاع العام " بأجهزة الكمبيوتر والإنترنت، وهذا ما يطلق عليه الآن في عصرنا هذا الحكومة الإلكترونية.

1-5- التسويق:

أصبح الإنترنت سوقا واسعة للشركات، بعض الشركات الكبيرة ضخمت من أعمالها، بأن أخذت مميزات قلة تكلفة الإعلان والإتجار عبر الإنترنت، والذي يعرف بالتجارة الإلكترونية. وهي تعتبر أسرع طريقة لنشر المعلومات إلى عدد كبير من الأفراد. ونتيجة لذلك قام الانترنت بعمل ثورة في عالم التسوق. كمثال شخص ما يمكنه أن يطلب شراء أسطوانة مدمجة عبر الإنترنت وسوف تصله عبر البريد العادي خلال يومين، أو بإمكانه تنزيلها مباشرة عبر الانترنت إذا تيسر ذلك.

أيضا قام الإنترنت بتسهيل عملية التسويق الشخصي والذي يتيح لشركة ما أن تسوق منتج لشخص معين أو مجموعة معينة من الأشخاص بطريقة أفضل من أي وسط إعلاني. كأمثلة على التسويق الشخصي، مجتمعات الإنترنت والتي يدخلها آلاف من مستخدمي الإنترنت ليعلنوا على أنفسهم ويعقدوا صداقات عبر الشبكة. وبما أن مستخدمي هذه المجتمعات تتراوح أعمارهم بين 13 و 25 عامًا، فإنهم حين يعلنوا عن أنفسهم فهم يعلنون بالتالي عن هواياتهم وإهتماماتهم، ومن هنا تستطيع شركات التسويق عبر الإنترنت استخدام هذه المعلومات للإعلان عن المنتجات التي توافق رغباتهم وإهتماماتهم يمكنك التسوق من أي مكان في العالم عن طريق الإنترنت.

1-5-2- محركات البحث:

برامج متخصصة في الشبكة الاتصالية تفيد المستخدم وتسهل عليه عناء البحث الطويل حيث يقوم المستخدم بوضع كلمات البحث لكي يتم البحث عنها. وهي متصلة بمواقع كثيرة لكي يتم استخراج المعلومات والبيانات المبحوث عنها ومن أشهرها محرك البحث العملاق جوجل. الشبكة العنكبوتية العالمية.

البريد الإلكتروني:

هو برنامج معد مسبق من قبل شركات معينة، تفيد المستخدم في تبادل الرسائل الالكترونية بسرعة فائقة، وأقصد هنا بالرسائل الإلكترونية المعلومات والبيانات والصور، ومن أشهر مواقع الايميلات الهوتميل والجي ميل.

مواقع الوسائط الإجتماعية:

يتم فيها تبادل الأخبار الإجتماعية بين أفراد المجتمع، وهي عبارة عن مواقع يشترك فيها المستخدمون لتبادل الآراء والأفكار.

مواقع الويب

هي برامج تتيح وتعرض المعلومات والبيانات وهي في الأصل أرقام ولكن يتم ترجمتها إلى كلمات وتعرض لك أيها المستخدم على الشاشة.

الاجتماعات خلال برامج نقل الصورة والصوت عبر الشبكة بكل سهولة.

الجامعة الإلكترونية:

وهي مؤسسات جديدة تستخدم الإنترنت كوسيلة لنشر المعرفة والارتباط بالطلبة، وغالبا ما تعتمد على منتديات الجامعة التي تمكنها من سرعة التواصل وتفتح مجالا مباشرا للنقاش والحوار بين الطلبة والأساتذة والدكاترة.

ولعل من أشهر المحركات نذكر ما يلي:

يستطيع مستخدم الشبكة (الإنترنت) أن يشاهد ما يعرض في الإجتماعات والمؤتمرات

من: **Ask, You Tube, Live Search, Bing, Yahoo, Google** إلخ.

1-3-5-3 - طريقة عمل محركات البحث:

تعمل محركات البحث عن طريق تخزين المعلومات عن عدد كبير من صفحات الوب، والتي تستعديها من الشبكة العالمية وورد وايد وب نفسه. تستعاد هذه الصفحات بواسطة زاحف وب (يعرف أحيانا أيضا ب: عنكبوت ") - وهو مستعرض وب آلي يتبع كل رابط يراه. بعد ذلك يجري تحليل كل صفحة لتحديد كيف ينبغي فهرستها (على سبيل المثال تستخلص الكلمات من العناوين، رؤوس الموضوعات، أو حقول خاصة تعرف ب: (ميثا تاجز). تخزن البيانات عن صفحات الوب في قاعدة بيانات فهرسية للاستخدام في عمليات البحث طلبا للمعلومات لاحقا. بعض محركات البحث، مثل جوجل، تخزن كل أو بعض الصفحة المصدر (وتشير لها ب: مخبؤه) وبالمثل معلومات عن صفحات الوب، بينما بعضها تخزن كل كلمة من كل صفحة تجدها، مثل ألتا فيستا.

هذه الصفحة المخبوء تمسك بنص البحث الفعلي بما أنه هو الذي تمت فهرسته فعليا، لذا فقد تكون مفيدة جدًا عندما يكون محتوى الصفحة الحالية قد جرى تحديثه ولم تعد ألفاظ البحث فيه. ربما تعتبر هذه المشكلة شكلا خفيفا من تعفن الروابط عندما يتوجه مستخدم لمحرك البحث ويجري عملية بحث طلبا للمعلومات، كما هو سائد بإعطاء كلمات مفتاحية، يفتش المحرك في الفهرس ويقدم قائمة بصفحات الوب الأفضل توافقا تبعا لمعايير، معظم محركات البحث هي مضاربات تجارية يدعمها عائدا إعلاني،

وبالنتيجة، يوظف البعض الممارسة المثيرة للجدل بالسماح للمعلنين بدفع النقود ليرفعوا لهم قوائمهم في مراتب نتائج البحث الأغلبية الكاسحة من محركات البحث تديرها شركات خاصة تستخدم خوارزميات ملكها وقواعد بيانات مغلقة، وأكثرها رواجًا حاليا هي جوجل وباحث إمسإن وياهو.

الماضرة رقم 02:

التقنيات الجديدة للإعلام والاتصال وسلطة المعرفة

لقد أعطت التحولات التي أتت بها العولمة للإعلام والاتصال بعدًا أكثر إتساعًا، حيث أثبت الإعلام بتقنياته الهائلة أنه محرك التحولات في السياسة والاقتصاد والفكر والفن والثقافة والرياضة وكل مجالات الحياة بل هو محورها ومحرضها، وعلى هذه الدلالة كان له ذلك الجبروت في تشكيل المعرفة وخلق المعايير الجديدة وفي تدمير أنظمة القيم التقليدية السابقة، إن المستوى الأعلى للقوة والسلطة هو المعرفة التي تتمثل في العقل والتفكير والمعلومات التي تسمح بتحقيق الأهداف المرجوة بشكل دقيق وصحيح وتمكن من تجاوز السلبيات. فبالمعرفة والتفكير والمعلومة يستطيع الإنسان تنمية قواه العقلية أكثر بكثير مما كان يجري سابقًا، فالمعرفة هي الركيزة الأساسية التي أنشئت عليها جملة من المنافع الإنسانية عبر تاريخ البشرية وهي عاملا حاسما ومحددا للتفوق والتقدم باعتبار أنها مكونة من جملة من العناصر أهمها العلم والعلماء والتراكم المعرفي.

2-1- تعريف التكنولوجيا الجديدة للإعلام والاتصال:

تظهر التكنولوجيا الجديدة للإعلام والاتصال من خلال الجمع بين الكلمة مكتوبة ومنطوقة والصورة ساكنة ومتحركة وبين الاتصالات السلكية واللاسلكية أرضية أو فضائية ثم تخزين المعطيات وتحليل مضامينها وإتاحتها بالشكل المرغوب وفي الوقت المناسب وبالسرعة اللازمة.

ويرى معالي فهمي حيزر بأن التكنولوجيا الجديدة للإعلام والاتصال تشير إلى جميع أنواع التكنولوجيا المستخدمة في تشغيل ونقل وتخزين المعلومات في شكل إلكتروني، وتشمل تكنولوجيا الحاسبات الآلية ووسائل الاتصال وشبكات الربط وأجهزة الفاكس وغيرها من المعدات التي تستخدم بشدة في الاتصال.

2-2- مميزات التكنولوجيات الجديدة للإعلام:

تتميز التكنولوجيا الجديدة للإعلام والاتصال بعدة مميزات نذكر منها:
- القدرة على نقل المعلومات من وسيط لآخر مع إمكانية التحكم في نظام الاتصال.

- القدرة على استخدام وسائل إتصالية في أي مكان مثل الهاتف النقال بمعنى الانتقال من الأجهزة الثابتة إلى الأجهزة المتنقلة.
- اللاجماهيرية وتعني أن الرسالة الاتصالية من الممكن أن تتوجه إلى فرد واحد أو إلى جماعة معينة وليس إلى جماهير ضخة كما كان في الماضي.
- الانتقال من اللغة الواحدة إلى اللغات المتعددة.
- الانتقال من تكنولوجيا التنوع إلى تكنولوجيا التكامل في الاتصال.
- يمكن لثورة المعلومات أن تمنح فرصة للفقراء بأن يصبحوا أغنياء وللمبتدئين بأن يكونوا محترفين ومنافسين حقيقيين.
- الانتقال من الاعتماد على الثورة المادية إلى الاعتماد على الثورة الفكرية.
- الاهتمام أكثر بكفاءة العنصر البشري والسرعة في أداء الأعمال
- التدفق السريع والكثيف للمعلومات مما يسمح للفرد بتنمية قدراته.
- سمحت التكنولوجيات الجديدة للإعلام والاتصال بظهور أنماط إتصالية جديدة، حيث أصبح الاتصال يعتمد على كثرة المعلومات والابتكار والتجديد بدل التكرار في العملية الاتصالية.
- ظهور تصنيفات للمعرفة قادرة على تحقيق طفرات إتصالية لم يسبق الوصول إليها من قبل مما أدى إلى العمل في محيط إتصالي جديد قائم على أساس إدارة المعرفة ومحاولة إستيعابها لتحقيق متطلبات العصر.
- الإنتقال من الاتصال التقليدي إلى الاتصال التفاعلي العالمي.

2-3-1- آثار تكنولوجيا الإعلام والاتصال:

لقد أحدثت التكنولوجيا الجديدة للإعلام والاتصال أثر كبير وتغيرات عميقة المستويات خاصة فيما يتعلق بتنظيم المؤسسات الإعلامية وطرق الإنتاج الإعلامي وبث المعلومة وتخزينها ونمط الاتصال وكذا الموارد البشرية ويمكن حصر هذه الآثار فيما يلي:

2-3-1- الآثار الإيجابية:

✓- مساعدة المؤسسات الإعلامية على تحقيق قدر كبير من المرونة، والتقليل من النفقات مع تقديم طرق جديدة وهياكل تنظيمية جديدة لتصميم المنظمات الإعلامية.

- ✓ - التقليل من الاتصالات الشخصية المباشرة، لوجود شبكة إتصال وسيطة بين الأفراد، وهذا ما يساهم في تخفيض تكاليف التنقل والإقامة....)
- ✓ - تحقيق تكامل عالمي للجمهور المستهدف من خلال وضع ترتيبات وإجراءات أكثر مرونة لضمان حركة المعلومة على المستوى العالمي.
- ✓ - تطبيق التجارة الالكترونية التي تشمل تبادل أشياء ذات قيمة بين طرفين أو أكثر من خلال وسائل إلكترونية غالباً ما تكون الإنترنت مما يحقق الميزة التنافسية، وتحسين مستوى الخدمة المقدمة للعملاء وتحسين العلاقات مع الموردين.
- ✓ - تنمية قدرات الأفراد من خلال إكتساب المعلومات الهادفة وأخذ قرارات أحسن.

2-3-2- الآثار السلبية:

قد تنتج بعض الآثار السلبية عن التكنولوجيا الجديدة للإعلام والاتصال والتي يمكن تلخيصها فيما يلي:

- الإنترنت قد تسمح لبعض المتشددّين والمعارضين نشر أفكارهم ودعواتهم وتكون هناك صعوبات كبيرة لمواجهة التحريض على العنف والعنصرية والجنس.
- التكنولوجيات الجديدة للإعلام والاتصال تجعل العلاقات بين الأفراد اقل إنسانية كعلاقة الطبيب بالمرضى أثناء الجراحة عن بعد.
- يرى البعض بأن السيادة الوطنية أصبحت مهددة نظراً لحرية تحرك المعلومات والاتصالات عبر الدود الوطنية كما هو الشأن بالنسبة للخصوصية الثقافية التي باتت مهددة يتفوق اللغة الإنجليزية والولايات المتحدة الأمريكية.
- سمحت التكنولوجيات الجديدة بظهور النقود الإلكترونية والتي تمثل تهديداً للسيادة النقدية.
- الحكومة تجد نفسها أمام معضلة فرض الرقابة في إطار حقوق الإنسان والصالح العام دون المساس بالحرية والتفتح.

2- مساهمة التقنيات الجديدة للإعلام والاتصال في إنتشار العولمة:

لقد لعبت التكنولوجيات الجديدة للإعلام والاتصال دور كبير في إنتشار العولمة، حيث تعتبر السمة الأساسية لها. لأن التغيرات الجذرية والسريعة في المعلومات والاتصالات أدت إلى تسهيل عولمة الاتصال وأصبح الكلّ يتكلم عن الاتصال الجديد (التفاعلي)،

عن عالم يستخدم فيه الأشخاص أدمغتهم عوض أيديهم عالم تخلق فيه تكنولوجيا الاتصال التنافسي الشامل والمتزايد ومشاركة أكثر في التفاعل العالمي، عالم يكون فيه الابتكار أهم من الإنتاج على نطاق واسع.

نظرا للدور الكبير الذي لعبته التكنولوجيات الجديدة للإعلام والاتصال في إنتشار العولمة من خلال التطور المذهل الذي عرفته وتأثيرها على مختلف جوانب الحياة وخاصة الثقافية ونمط المعيشي والاتصالي، ونظرًا لدخول العالم العولمة، وترسيخ العولمة الثقافية، والتكنولوجيا التي تسمح بخلق مجتمعات عالمية ومحلية والتي بدورها تساهم في زيادة إضمحلال ثقافات المجتمعات للدويان في مجتمع كوني الذي يقوم على أساس المعرفة والإبداع والمهارات الإنتاجية في ظل ظروف معيشية تلعب فيها العولمة دور بارز في توحيد الثقافات والسلوكيات وتسهيل إنتقال المعلومة.

الماضرة رقم 03:

ماهية مواقع الشبكات الاجتماعية

يعتبر مفهوم مواقع الشبكات الاجتماعية من أهم المفاهيم المرتبطة بالإنترنت والمجتمع الافتراضي التي ذاع صيتها في السنوات الأخيرة، وهذا ما نلاحظ من خلال تزايد عدد مستخدميها بشكل كبير يوماً بعد يوم منذ ظهورها الأول عبر الشبكة وذلك بهدف الاستفادة من خدماتها غير أن الحقيقة التي تستوقفنا أمام هذه الظاهرة هو التطور السريع لهذه المواقع على نحو لم تسطع الدراسات العلمية أن تواكبه وهذا ما نلمسه من خلال الاختلاف الواضح في وضع المحددات المفهومية الأساسية لموضع مواقع الشبكات الاجتماعية.

3-1- تعريف مواقع الشبكات الاجتماعية:

لقد شهدت مواقع الشبكات الاجتماعية على الإنترنت إنتشاراً واسعاً خلال السنوات الأخيرة وتعددت، وتنوعت محاولة تقديم العديد من الخدمات وتحقيق مختلف الإشباعات، ويأتي في مقدمتها موقع **Myspace, LinkedIn, Twitter, Facebook** وغيرها.

وتتعدد تعريفات مواقع الشبكات الاجتماعية وتختلف من باحث إلى آخر حيث يعرفها بالاس (2006) على أنها: " أنها برنامج يستخدم لبناء مجتمعات على شبكة الإنترنت أين يمكن للأفراد أن يتصلوا بعضهم البعض لعديد من الأسباب المتنوعة ".

وبالمثل يعر بريس ومالوني كريشمار **Preece Malony (2005)** مواقع الشبكات الاجتماعية على أنها: " مكان يلتقي فيه الناس لأهداف محددة وهي موجهة من طرف سياسات تتضمن عدد من القواعد والمعايير التي يقترحها البرنامج.

وتعرف أيضا على: " أنها مواقع إلكترونية تتيح للأفراد خلق صفحة خاصة بهم يقدمون فيها لمحة عن شخصيتهم أمام جمهور عريض أو محدد وفقا لنظام معين يوضح قائمة لمجموعة من المستخدمين الذي يتشاركون معهم في الاتصال، مع إمكانية الإطلاع على صفحاتهم الخاصة أيضا والمعلومات المتاحة، علما أن طبيعة وتسمية هذه الروابط تختلف وتنوع من موقع إلى آخر.

وتعرف شبكات التواصل الاجتماعي أيضا على أنها مواقع إلكترونية تسمح للأفراد بالتعرف بأنفسهم، والمشاركة في شبكات إجتماعية من خلالها يقومون بإنشاء علاقات إجتماعية.

وتتكون هذه الشبكات من مجموعة من الفاعلين الذين يتواصلون مع بعضهم ضمن علاقات محددة مثل صداقات، أعمال مشتركة أو تبادل معلومات وغيرها، وتتم المحافظة على وجود هذه الشبكات من خلال إستمرار تفاعل الأعضاء فيما بينهم.

وكذلك عرفت الشبكات الاجتماعية بأنها: " مجموعة من المواقع على شبكة الإنترنت ظهرت مع الجيل الثاني للويب 2.0 تتيح التواصل بين الأفراد في بنية مجتمع افتراضي، يجمع بين أفرادها إهتمام مشترك أو شبه إنتماء، بلد، مدرسة، جامعة، شركة...إلخ، يتم التواصل بينهم من خلال الرسائل، أو الإطلاع على الملفات الشخصية، ومعرفة أخبارهم ومعلوماتهم التي يتيحونها للعرض، وهي وسيلة لفعالة للتواصل الاجتماعي بين الأفراد، سواء كانوا أصدقاء نعرفهم في الواقع، أو أصدقاء نعرفهم من خلال السياقات الافتراضية ".
وحسب بويد وإليسون (2007) مواقع الشبكات الاجتماعية هي خدمات عبر شبكة

الإنترنت تسمح للأفراد بـ:

- - بناء شخصية عامة أو شبه عامة من خلال نظام محدد.
 - - توضيح لائحة خاصة بالمستخدمين الذين يشاركونهم الاتصال.
 - - عرض وإجتياز قائمة الاتصالات الخاصة والقوائم الخاصة بأخرين خلال نفس النظام.
- نلاحظ أن تعريفات الشبكات الاجتماعية تتعدد وتختلف من باحث إلى آخر غير أن التعريفات التي أوردناه سابقا تتفق في عدد من النقاط وتختلف في أخرى سنحاول من خلال تحديدها أن نقدم تعريفا إجرائيا لمواقع الشبكات الاجتماعية.

نجد أن أغلبية التعريفات التي نتناول مواقع الشبكات الاجتماعية تركز في مجملها على تشكيل هذه الشبكات لا يعرف بالمجتمع الافتراضي وكذا للعلاقات التي تجمع أفرادها والتفاعل بينهم هذا إلى جانب التركيز على قضية الهوية التي تحدد من خلالها قوائم الأصدقاء الذي يكون التفاعل معهم عبر الشبكة. في حين يميل بعض الباحثين إلى تعريف الشبكات الاجتماعية عبر الإنترنت من خلال الخدمات التي تقدمها وهذا ما نلاحظه من خلال تعريف كل من بويد و أليسون.

يأتي هذا في الوقت الذي تركز فيه بعض التعريفات على الهدف من الدخول للشبكة وهذا ما ذهب إليه كل من بريس Preece و مالوني كريشمار Malony- Krihcmar حيث ينظران إلى الشبكات الاجتماعية عبر الإنترنت على أنها موجهة من طرف سياسات معينة وتخضع لمعايير ونظام معينين يحدده البرنامج.

3-2- نشأة الشبكات الاجتماعية وتطورها:

عند الحديث عن نشأة وطورا لشبكات الاجتماعية تجدر الإشارة إلى مرحلتين أساسيتين، الأولى هي مرحلة الجيل الأول للويب **Web 1.0** والمرحلة الثانية هي الجيل الثاني للإنترنت **Web 2.0** غير أن أكثر مواقع الشبكات الاجتماعية جماهيرية ظهرت خلال المرحلة الثانية.

المرحلة الأولى:

يشير **Web 1.0** إلى شبكة المعلومات الموجهة الأولى التي وفرها عدد قليل من الناس لعدد كبير جدا من المستخدمين تتكون أساسا من صفحات ويب ثابتة وتتيح مجال صغير للتفاعل ويمكن وصف هذه المرحلة بالمرحلة التأسيسية للشبكات الاجتماعية، وهي المرحلة التي ظهرت مع الجيل الأول للويب 1.0 ومن أبرز الشبكات التي تكونت في هذه المرحلة شبكة موقع- سيكس دقريز **Sixdegrees** - الذي منح للأفراد المتفاعلين في إطاره فرصة طرح لمحات عن حياتهم وإدراج أصدقائهم وقد أخفق هذا الموقع عام 2000 ومن المواقع التأسيسية للشبكات الاجتماعية أيضا موقع " كلاس مايت " الذي ظهر في منتصف التسعينيات، وكان الغرض منه الربط بين زملاء الدراسات. شهدت هذه المرحلة أيضا إنشاء مواقع شهيرة أخرى، مثل موقع " لايف جورنال " وموقع " كايوورلد " الذي أنشئ في كوريا سنة 1999 وكان أبرز ما ركزت عليه مواقع الشبكات الاجتماعية في بدايتها خدمة الرسائل القصيرة والخاصة بالأصدقاء. وعلى الرغم من وفرت بعض خدمات الشبكات الاجتماعية الحالية، إلا أنها لم تستطع أن تدر أرباحا على مؤسسيها ولم يكتب لكثير منها البقاء.

من المرحلة الثانية:

يشير الويب 2.0 إلى مجموعة من التطبيقات على الويب مدونات، مواقع المشاركة، الوسائط المتعددة وغيرها إهتمت بتطوير المجتمعات الافتراضية مركزة على درجة كبير

من التفاعل والاندماج والتعاون ولقد إرتبطت هذه المرحلة بشكل أساسي بتطور خدمات شبكة الإنترنت وتعتبر مرحلة إكمال الشبكات الاجتماعية. ويمكن أن نؤرخ لهذه المرحلة بإنطلاقة موقع - ماي سبايس- وهو الموقع الأمريكي المشهور، ثم موقع الفيس بوك. وتشهد المرحلة الثانية من تطور الشبكات الاجتماعية على الإقبال المتزايد من قبل المستخدمين لمواقع الشبكات العالمية. ويتناسب ذلك الإقبال المتزايد مع تزايد مستخدمي الإنترنت على مستوى العالم.

وأمام هاتين المرحلتين بدا واضحا إختلاف الآراء حول شبكة إجتماعية عبر الإنترنت وسنحاول هنا أن نورد الآراء التي تبحث عن أول شبكة إجتماعية عبر الإنترنت، حيث يرى البعض أن أول موقع خاص بالشبكات الاجتماعية هو موقع **Sixdegrees.com** الذي ظهر عام 1997، والذي سمح للمستخدمين بوضع مع لوم أم الشخصية **Profile** ووضع قائمة أصدقائهم وبدأ منذ عام 1998 بالسماح للمستخدمين بتصفح قائمة الأصدقاء، هذه الملامح أو الخصائص ظهرت في عدد من المواقع التي سبقت موقع **Sixdegrees.com** فالمعلومات الشخصية **Profiles** وجدت في مواقع التعارف **Dating Sites** وحتى في المواقع الاجتماعية **Community Sites** رغم أن قائمة الأصدقاء لم تكن ظاهرة بالنسبة للمستخدمين وقد أتا موقع **Classmats.com** للأشخاص الإلتساب إلى المدارس أو الثانويات أو الكليات التي ينتمون إليها وتصفح الشبكات الخاصة بالأفراد الذين ينمون إليها غير أن المستخدمين لم يكن بإمكانهم خلق صفحات خاصة وتحديد قائمة للأصدقاء إلا بعد سنوات متأخرة. ولهذا يعتبر موقع **Sixdegrees.com** أول موقع جمع بين كل هذه الملامح والخصائص ولقد روج هذا الموقع لنفسه كأداة تساعد الناس في التواصل وإرسال الرسائل لآخرين، لكن في الوقت الذي إستطاعت هذه الخدمة أن تجذب ملايين من المستخدمين إلا أنها فشلت في أن تبقى دائمة حيث تم إيقاف الخدمة عام 2000، ويرى مؤسسوا هذا الموقع أنه كان في الصدارة آنذاك خاصة مع بداية ارتفاع عدد مستخدمي الإنترنت في العالم. ومن 1997 إلى سنة 2001 بدأت هذه الأدوات الاجتماعية تتزايد بأشكال متعددة و تركيبات متنوعة فيما يتعلق بالصفحات الشخصية مع التوضيح العلني لقائمة الأصدقاء فظهر **Black Planet، Asian Avenue** و **Mi Gente** التي تسمح للمستخدمين بخلق صفحات شخصية ومهنية تحدد هوية الأصدقاء. دون البحث عن الموافقة

من خلال الاتصالات ومن خلال **Live Journal** إستطاع الأشخاص تعيين البعض كأصدقاء لأجل متابعة مجالاتهم وتسيير المحيط الخاص، وبعد ذلك ظهر العالم الافتراضي الكوري **Cy world** عام 1999 وجسد ملامح مواقع الشبكات الإجتماعية عام 2001 حيث تضمن قائمة الأصدقاء وخدمة تدوين المذكرات وغيرها، أما الموجة الثانية فكانت مع إطلاق **Ryze.com** عام 2001 لأجل مساعدة الأشخاص في زيادة فعالية الشبكات التجارية وتوالت بعد ذلك الشبكات الاجتماعية في الظهور حيث ظهر **Facebook**، **Thitter**، **MySpace** وغيرها من المواقع، لتستمر ظاهرة مواقع الشبكات الاجتماعية في التنوع والتطور.

3-3- خصائص الشبكات الاجتماعية:

تتميز الشبكات الاجتماعية بعدد من الخصائص التي تجعلها تتميز عن بقية التطبيقات المواقع في شبكة الإنترنت، الأمر الذي ساهم في رفع أسهم هذه المواقع بالنسبة للمستخدمين، ورغم تنوع هذه الخصائص من موقع لآخر إلا أنها تشترك مع بعض في عدد من الخصائص نوردتها في التالي:

3-3-1- التعريف بالذات: الخطوة الأولى للدخول إلى الشبكات الاجتماعية هي إنشاء صفحة معلومات شخصية وهي الصفحة التي يضعها المستخدم ويطورها، ويقوم من خلالها بالتعريف بنفسه من خلال النص، الصور الموسيقى والفيديوهات وغيرها من الوظائف الأخرى. كما تسمح مواقع الشبكات الاجتماعية للأشخاص بتعبئة وتنظيم علاقاتهم الاجتماعية وصفحاتهم الشخصية بالطريقة التي يحب أصدقاؤهم رؤيتها فيها.

3-3-2- طرق جديدة لتكوين المجتمع: تسمح الشبكات الاجتماعية للأشخاص بخلق صداقات مع أصدقاء يبادلون الاهتمام والمحتوى وبالتالي فهي تساهم بشكل فعال في تجسيد مفهوم المجتمع الافتراضي المتواجد منذ بداية تطبيقا الإنترنت غير أن الشبكات الاجتماعية دعمت طرق جديدة للاتصال بين الناس، فمستخدمي هاته المواقع يخبرون في الاتصال بين مختلف الأساليب الرقمية مثل الوسم **Tags** والتطبيقات المدمجة في مواقع الشبكات كما بإمكان الأشخاص الإنضمام إلى مجموعات قراء الكتب للتواصل حول الكتب التي أحبوها... وغيرها من الخدمات.

3-3-3- سهولة الاستخدام: من بين الأمور التي ساعدت بشكل كبير في إنتشار

الشبكات الاجتماعية هي بساطتها لذا فإن أي شخص يملك مهارات أساسية في الإنترنت يمكنه خلق وتسيير موقع شبكة إجتماعية، فمن قبل كان بإمكان الأشخاص الحصول على تواجد عبر الشبكة من خلال الحصول على صفحات شخصية ولكن المشكل كان صعوبة خلق هذه الصفحات وتطويرها وإستضافة الموقع غالبا ما يتحمل تكاليف.

في حين أن الشبكات الاجتماعية مجانية ومفتوحة أمام الجميع فأغلبيتها تتيح للأشخاص التسجيل فيها في الوقت الذي يتم فيه التسجيل في مواقع أخرى من خلال دعوة من طرف أعضاء سابقين في الموقع.

3-3-4- التفاعلية: لقد سعت مواقع الشبكات الإجتماعية منذ بداية ظهورها إلى

تجسيد التفاعلية بين أفرادها.

الإهتمام: هي شبكات تبني من خلال مصلحة مشتركة مثل اللعاب، الموسيقى، سوق

المال، السياسة، الصحة والشؤون الخارجية وغيرها.

3-4- استخدامات الشبكات الاجتماعية والقضايا التي تثيرها: شهدت مواقع الشبكات

الاجتماعية إستخداما واسعا منذ بدايات ظهورها الأولى، ونجحت هذه المواقع في كسب المزيد من المستخدمين من خلال تنوع الخدمات التي تتيحها هذا الاستخدام بدأ يجر معه العديد من القضايا التي تؤثر في المستخدم ويختلف التأثير باختلاف ساعات الاستخدام والجنس وطبيعة البيئة والاستخدام وأسبابه وكذا حسب الموقع لكن في الجمل هناك عدد من القضايا المهمة التي يثيرها موضوع إستخدام الإنترنت بصفة عامة ومواقع الشبكات الاجتماعية بصفة خاصة نظرا لطبيعة الخدمات التي تتيحها هذه الشبكات وسنركز في هذا الجانب عن ثلاث قضايا أساسية وهي: الهوية، الخصوصية العزلة الاجتماعية.

3-5-1- استخدامات مواقع شبكات التواصل الاجتماعي:

لقد أصبحت مواقع الشبكات الاجتماعية تشكل الفضاء الافتراضي الذي يتيح

للمستخدم العديد من الممارسات والنشاطات المختلفة وذلك من خلال مجموعة من الخدمات والتي يمكن أن ندرج أهمها فيما يلي:

(أ) - الاتصال مع أفراد العائلة والأصدقاء: ذلك لما تتيحه من خلال الاستمرارية في

الاتصال الدائم والفوري مع مختلف أفراد الأسرة والأصدقاء.

ب)- **الممارسات السياسية:** حيث أصبحت مواقع شبكات التواصل الاجتماعية تشكل الفضاء الذي يقوم فيه المستخدم بالمشاركة السياسية من عن طريق إبداء آرائه وتوجهاته، ومختلف الممارسات كعملية الاستفتاء حول العديد من القضايا عبر تلك المواقع.

ث)- **تكوين العديد من الأصدقاء:** لقد أصبحت مواقع شبكات التواصل الاجتماعي البيئة الافتراضية التي يستطيع أن يكون من خلالها المستخدم أصدقاءه وفقا للمعايير التي يختارها هو.

ج)- **التسلية وممارسة الهوايات:** فمواقع شبكات التواصل الاجتماعي أصبحت تشكل المتنفس الذي يقوم من خلاله المستخدم بقضاء وقت فراغه من خلال مختلف مواقع الألعاب والتسلية بالإضافة إلى ذلك أصبحت هذه الأخيرة تتيح للفرد إمكانية إشتراكه في نفس اللعبة مع أفراد آخرين ومباشرة، ومن جهة أخرى أصبحت تشكل البيئة التي يقوم من خلالها المستخدم بممارسة مختلف هواياته وإهتماماته.

ح)- **التسويق والإعلان:** حيث أصبحت مختلف المؤسسات الاقتصادية تعتمد على مواقع شبكات التواصل الاجتماعي ذلك من أجل الترويج والدعاية لمختلف منتجاتها عن طريق الومضات الإشهارية المتنوعة كما أصبحت توفر المحيط الذي تقوم من خلاله بمختلف العمليات التسويقية.

خ)- **الخدمات الطبية:** حيث تتيح مختلف الصفحات المتعلقة بالإرشادات والنصائح الطبية الطب عن بعدن الطب البديل..إلخ.وتتعدد استخدامات مواقع الشبكات الاجتماعية حسب طبيعة المستخدم الإشباعات التي يسعى إلى تحقيقها سواء كانت معرفية، نفسية، إجتماعية أو ثقافية أو غيرها.هذه الشبكات الاجتماعية يقضي فيها العديد من الشباب والمراهقين وقتا طويلا جدا في التفاعل مع بعضهم البعض، وعبر هذا التفاعل الثابت مع مجتمعات كبيرة يستطيع الشباب تطوير فهم ثقافي أفضل وصفات قيادية أقوى. ومن الممكن أن تكون المواقع الشهيرة مي " ماي سبيس " أداة للتطور الاجتماعي ضرورية للشباب للإسهام بجدية في المجالات السياسية والاجتماعية، والثقافية والاقتصادية تجتمع اليوم، غير أنه وإلى جانب الخدمات الإيجابية التي يقدمها استخدام هذه المواقع، يقود الاستخدام المفرط إلى عدد من القضايا.

الماضرة رقم 04:

القضايا التي يثيرها استخدام الشبكات الإجتماعية

(أ) - الهوية:

تلعب الهوية دورا رئيسيا على مواقع الشبكات الاجتماعية فهي الخطوة الأولى التي تمكن المستخدمين من معرفة الأشخاص الذين يتواصلون معهم، وبالتالي فهم وتقييم هذا التفاعل، وتعتبر الهوية من بين أهم القضايا التي يطرحها استخدام مواقع الشبكات الاجتماعية ذلك أنها تعتبر غامضة نوعا ما إذا ما عدنا إلى محددات الهوية التي إعتدنا عليها في العالم الفيزيائي، وتعتبر الصفحات الشخصية وشبكات الأصدقاء التي يقوم المستخدم بخلقها جوهر مواقع الشبكات الاجتماعية فبعد التسجيل فيها عبر الإنترنت يكون المستخدم مطالبا بخلق صفحته الشخصية التي تحدد هويته والتي تنتوع حسب طبيعة الموقع " الفايسبوك " على سبيل المثال يوفر نظام يسمح للمستخدمين بإنشاء معلومات مفصلة جدا عنهم وفي نفس الوقت يتيح للمستخدم إختيار ما إذا كانت هذه المعلومات ستكون عامة أو خاصة. وعادة ما يشتمل على صورة فوتوغرافية للمستخدم وتتألف من معلومات مثل العمر، مكان الإقامة، الاهتمامات الشخصية إلى جانب بعض التفاصيل مثل: عني " لتقديم تفاصيل أكثر. ومباشرة بعد إنشاء الملف الخاص يصبح المستخدم عضوا في المجتمع ويقوم بإنشاء قائمة الأصدقاء التي ستكن أساسا لهذه الشبكة.

غير أنه ومع زيادة استخدام مواقع الشبكات الاجتماعية من قبل مختلف الفئات أصبح موضوع الهوية من بين أهم القضايا التي أثارها هذا الاستخدام، ففي الوقت الذي يفضل البعض تجسيد هويته الحقيقية على الشبكات فإن البعض يتجه إتجاهها آخر بإنتحال الشخصيات أو خلق هويات جديدة ولأغراض مختلفة.

فقد يكون من السهل على شخص ما إنشاء العديد من الهويات الإلكترونية المرتبطة به كأصل مشترك لها والتي على الرغم من أنها غير مرئية إلا أنها ذات أهمية كبرى في العالم الافتراضي، مما يجعلنا نطرح عددا من التساؤلات حول العلاقة التي تجمع الهويات التي لها أصل واحد، وهل هذه الشخصيات والهويات تأخذ الصفات والمسؤوليات من منشئها الأساسي أو أنها تنتوع حسب طبيعة التفاعل ؟

ومثل هذه التساؤلات تؤدي إلى تحقيق مقارنة جديدة للاستفسار عن التساؤلات المطروحة منذ القدم عن العلاقة الكامنة بين الذات وكان **Ferencz و Reszmierski** (1997) قد تحدثا عن الخصوصية الفردية على أنها حق الأفراد في السيطرة على معلوماته الشخصية فكل المعلومات التي يضعها الأشخاص على صفحاتهم يضعونها تلقائيا لصالح الموقع وبإمكان هذه المواقع أن تنقل المعلومات الشخصية إلى طرف ثالث دون أن تخبر المستخدم وهنا تكمن الخطورة.

ونتيجة لشعور مستخدمي الشبكات الاجتماعية بالألفة والثقة مع من يتشاركون، قد يتشاركون بأكثر مما يجب، سواء في الأمور الشخصية أو ما يتعلق بأماكن عملهم ما يخص شؤونهم المالية، التغييرات الحاصلة في مؤسساتهم وفضائهم، مما يتسبب في مشاكل كثيرة بدءا من الاحراجات الاجتماعية وإنهاءات بالملاحقات القانونية. فبمجرد أن تكتب في حائطك على " فيسبك " أنك سوف تقضي أسبوع إجازاتك في تركيا، فأنت حتما بلا وعي منك تعرض منك للسرقة، وتختلف مستويات الخصوصية من شبكة إجتماعية لأخرى، ففي إحدى الدراسات التي أجريت على موقعي **Face Book** و **Space May** أعرب مستخدمو الشبكتين عن مستويات متقاربة من القلق بشأن خصوصيتهم. ونتج عنها دلائل على أن تفاعل المستخدمين مع بعضهم على الشبكة لا يحتاج إلى نفس مستوى الثقة (**Trust Level**) التي يحتاجونها عندما يكون التفاعل وجها لوجه بل أقل بكثير وأن الناس على إستعداد لمشاركة صورهم ومعلوماتهم في الشبكة أكثر من الواقع.

الماضرة رقم 05: الصحافة الإلكترونية

شكّلت إنطلاقة الصحافة الإلكترونية على الشبكة العنكبوتية " الإنترنت "، ظاهرة إعلامية جديدة، إرتبطت بثورة تكنولوجيا الإعلام والاتصال، فأصبح المنتج الإعلامي تفاعلياً، ما يكون ملكاً للجميع وفي متناول الجميع، وصار المحتوى الإعلامي أكثر إنتشاراً وسرعة في الوصول إلى أكبر عدد من القراء، وبذلك تكون الصحافة الإلكترونية قد أنارت أفاقاً عديدة، وفتحت أبواباً مغلقة، وأصبحت أسهل وأقرب للمواطن، حيث تحررت الصحافة الإلكترونية من العائق الذي كانت تعاني منه وسائل الإعلام التقليدية، وهي ضيق المساحة التحريرية بالنسبة للصحافة المكتوبة الورقية وضيق الوقت في النشر الإخبارية الإذاعية والتلفزة وغيرها من المواد الإعلامية، فالقارئ أو المستمع أو المشاهد كان يعاني في السابق من الندرة الناجم عن قيام السلطات الحكومية أو الخاصة من الحذف والمنع، وأصبح اليوم الصحافة الإلكترونية أحد البدائل الاتصالية التي أتاحتها شبكة الإنترنت أواخر القرن العشرين.

والصحافة الإلكترونية تجمع بين مفهوم الصحافة ونظام الملفات المتتابعة أو المتسلسلة، فهي منشور إلكتروني دوري يحتوي على الأحداث الجارية سواء المرتبطة بموضوعات عامة أو بموضوعات ذات طبيعة خاصة، ويتم قراءتها من خلال جهاز الكمبيوتر.

كما أن الصحف الإلكترونية هي تلك الصحف المكتوبة التي يعاد نسخها على الإنترنت وتتميز عن النسخة الورقية المكتوبة بإستعمال كبير للألوان والصوت والصورة، حيث أحدثت الصحافة الإلكترونية ثورة في طريقة مطالعتها وهذا بإستعمال الخبر الرقمي بالإضافة إلى تمكن البعض من مشاهدة مقاطع فيديو، وهذا بهدف جعل الأخبار في متناول القراءة عبر الكمبيوتر.

وهناك من يعرف الصحافة الإلكترونية بأنها تلك التي تستعين بالحاسوب في عملية الإنتاج والنشر الإلكتروني.

5-1- تعريف الصحافة الإلكترونية: ظهرت عشرات النظريات والمفاهيم خلال

القرن الماضي التي حاولت وضع تعريفات، للإعلام بشكل عام،

فعلى سبيل المثال عرف " محمد خضر " الإعلام بأنه " الوسيلة الرئيسية التي تقوم بالاتصال بين البشر من خلال أهداف محددة توضع، عن طريق تخطيط متقن بغرض التعريف عما يجري داخل الوطن الواحد بواسطة الأخبار والأنباء المختلفة الأنواع والتعلم والترفيه وإشباعاً لرغباتهم في فهم ما يحيط بهم من ظواهر.

وهناك من عرفها حسب النوع:

(أ) - **الصحف على الخط:** أي التي يعاد نشرها في الإنترنت أي مجرد نسخ للصحافة المكتوبة وهي تابعة لها إقتصاديا ومهنيا من حيث الشكل والمضمون.

(ب) - **الصحف الإلكترونية المستقلة:**

وهي غير تابعة للصحف المكتوبة وليس لها مقابل ورقي. من خلال التعاريف السابقة نستخلص أن كل محاولة لتعريف الصحافة الإلكترونية، تأخذ في الحسبان أنواع الصحف الإلكترونية ووظائفها، وبعض خصائصها فهي تلك الصحافة التي يمكن الإطلاع عليها عبر الإنترنت، والتي قد ترتبك بالصحف الورقية المطبوعة فتكون نسخة لما يصدر فيها أو تكون منشور إلكتروني محض ليس له نظير ورقي مطبوع.

ولهذا أصبح إلزما على وسائل الإعلام التقليدية مواكبة هذا التطور التكنولوجي حتى لا تفقد علة وجودها. في هذا الصدد، شهدت " التسعينيات المزيد من تحول الصحف (جرائد ومجلات) إلى الآلية الكاملة في عملية الإنتاج، وحتى في أساليب التوثيق كما تم تربط مراكز المعلومات الصحفية ببنوك المعلومات المحلية الدولية وشبكاتها، وم تطوير أساليب طباعة الصحف في أكثر من موقع في الوقت نفسه من خلال تحسن أسلوب الإرسال وتسريعه " .

وهكذا، أصبح من الممكن بالنسبة للقارئ أن يختار ما يريد قراءتهن وألا يحصل عليه مطبوعا فقط، بل يتزود به مرئيا أو مرئيا مسموعا 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 لذا النوع من الصحافة عندما تصل إلى مرحلة النضج والتبني الكامل مع القراء " .

بالفعل، لقد أصبحنا اليوم نعيش عصر الصحافة الإلكترونية، هذه الصحافة التي فرضت وجودها في الواقع الافتراضي بدورها في رصد الأحداث وصناعة الخبر، وهذا جنبا إلى جنب مع الصحافة التقليدية، ولتتجاوز القيود الجغرافية والسياسية التي تعاني منها نظيرتها الورقية التي ربما بدأ العكسي لأقول نجمها مع تقدم عجلة الزمن.

فالصحافة الإلكترونية تحرز يوما بعد يوم تطورا مذهلا في مواقعها وخدماتها، وهذا بفضل استخدامها للوسائط المتعددة التي جعلت منها صحافة إلكترونية تفاعلية، وهما **المصطلحان (الوسائط المتعددة والتفاعلية)** اللذان سنتعرض لهما بشيء من التفصيل لاحقا، ولقد تطرق العديد من الباحثين والإعلاميين إلى ظاهرة الصحافة الإلكترونية وتقديم تعريفات مختلفة تختلف باختلاف مجال الاختصاص، وحسب علمنا لا يوجد تعريف واحد يحظى بالإجماع، ولكن يمكن أن نقدم بعض التعاريف التي تخدم بحثنا ومن زوايا متنوعة لتفادي التكرار، عليه، سنذكر بعض التعاريف المهمة على النحو التالي:

- يمكن تعريف **Online Journalisme** ببساطة على أنها: " صحافة كما تتم ممارستها على الخط المباشر نرى أن هذا التعريف قد حصر مفهوم الصحافة الإلكترونية في نوع واحد أي الصحافة التي تمارس على الخط مباشرة ولكن الصحافة الإلكترونية أوسع من هذا التعريف بكثير.

- والصحف الإلكترونية هي الصحافة المكتوبة، والتي يعاد نسخها على الإنترنت وتتميز عن لنسخة المكتوبة بإستعمال كبير للأوان، والصوت، والصورة: " إذن هذا التعريف يعتبر ناقصا أيضا ولكنه يشير من جهة آخر إلى عنصر اللون ونوعيته في التعريف، وهو ما يميز الصحافة الإلكترونية عن الصحافة التقليدية.

التعريف مهم للغاية حيث يشير إلى عناصر تفتقد في التعاريف الأخرى كالوسائط المتعددة والتفاعلية.

5-2-1- مراحل تطور الصحافة الإلكترونية:

أ)- المرحلة الأولى: منذ 1982 إلى 1992:

سادت في البداية عدة تجارب للنشر الإلكتروني الشكبي من نوع الفيديو تكي ثم تطورت إلى شبكات ضخمة مثل كمبوسيرف.

ب) - المرحلة الثانية: منذ 1993:

أخذت المؤسسات الإعلامية علما بالإنترنت بدأت بالتواجد فيها.

ج) - المرحلة الثالثة: بدأت منذ 2000:

بدأت قريبا وهي مرحلة البث المكثف التي تهدف إلى القوة في التطبيقات الإعلامية كما تتبىء بالربحية أكثر من المرحلتين السابقتين.

5-2- أنواع الصحافة الإلكترونية العربية:

هناك ثلاثة أنواع:

(1) - النوع الأول: تابع لمؤسسات صحفية تقليدية كالصحف وبعض الفضائيات والإذاعات (أي ينشرون إلكترونيا في موقعهم ما تم تقديمه وطبعه في الوسائل التقليدية ويقومون بتحديثها دوريا).

(2) - النوع الثاني: (المواقع الإخبارية كالبوابات الإعلامية مثل اريبيا أون لاين و بلانيت اريبيا وهي مواقع متخصصة في نشر الأخبار والتحقيقات على الإنترنت يعمل بهذه البوابات محررون ومراسلون مهنيون يمكن تسميتهم بصحفيي الإنترنت).

(3) - النوع الثالث: (الصحف الإلكترونية البحتة التي ليسها صحيفة مطبوعة وتدار عادة بجهد فردي وتغطي مجالات الأخبار بكل أنواعها وتحاول الاستفادة من تقنيات تصميم الصفحة لمزيد من التنوع وهي صحف يومية يتم تحديث موادها أنيا وصفحاتها يوميا).

5-3- عوامل تطور الصحافة الإلكترونية:

يعود ظهور وتطور الصحافة الإلكترونية إلى إمتزاج عدة عوامل أهمها:

(1) - العامل التقني: والمتمثل في التقدم الهائل في تكنولوجيا الكمبيوتر ببرمجياته

المختلفة ومنها:

- تطور تجارب التيلكس والفيديو تيكس في هيئة الإذاعة البريطانية والتجارب التفاعلية

الأخرى في مجالات نقل النصوص شبكيا-

- تطور قواعد البيانات الصحفية الشبكية.

- استخدام الكمبيوتر في عمليات ما قبل الطباعة مع بداية 70.

- تجارب تقديم خدمات صحفية بالهاتف مع بداية الثمانينات وميزت هذه الخدمات

شركة كيبوسرف.

(2) - **العامل الاقتصادي:** والمتجسد حاليا فيما يعرف بالعولمة الاقتصادية ما تتطلبه من سرعة في حركة رؤوس الأموال والسلع وهو ما يتطلب بدوره في نفس الوقت الإسراع في تدفق المعلومات وذلك لكون المعلومة سلعة اقتصادية في حد ذاتها تنتمي أهميتها يوميا.

(3) - **العامل السياسي:** والمتمثل في استخدام المتزايد لوسائل الإعلام من طرف السلطات السياسية بهدف إحكام قبضتها على سير الأمور والمحافظة على إستقرار موازين القوى. هذا إلى جانب عامل أخرى منها

- رغبة الصحف في الإشتراك في شبكة الإنترنت بهدف الحصول على عائدات هائلة من الإعلانات على هذه الشبكة.

- الضغوطات التي تعاني منها الصحيفة المطبوعة وهي ضغوطات في المساحة، غز في الكثير من الأحيان لا تكفي المساحة المخصصة لرصد كل التفاصيل المتعلقة بالمقال، مما يؤدي في العديد من الأحيان إلى حذف أجزاء مهمة منه وضغوطات في الوقت (المدة الزمنية بين تسليم المقال ونشره والإقفال **(Bouclage)** الثابت، إذ لا يمكن التأخر وتجاوز المدة المحددة وضغوطات، كذلك اقتصادية خاصة بتكلفة العملية الطباعية.

5-4 - **خصائص الصحافة الإلكترونية:** حتى نتوصل إلى معرفة الخصائص

5-4 - **رهانات الصحافة الإلكترونية:**

حتى نتوصل إلى معرفة الخصائص والمميزات التي تحظى بها الصحافة الإلكترونية، لابد من إجراء مقارنة بينها وبين الصحافة المطبوعة قصد التعرف على إيجابياتها وحتى سلبياتها.

1- **الرهانات الاقتصادية:** إن الصحافة الإلكترونية قطاع مريح فأحدى الرهانات

الأساسية للصحافة الإلكترونية يتمثل في كونها تدخل أموالا.

إن ظهور الصحافة الإلكترونية يعتبر فرصة أمام الصحف الورقية لمحاولة تلبية العجز الناتج عن ارتفاع أسعار الورق، لكن هذا الحل يجب أخذه بتحفظ لأنه ليس من السهر إنشاء صحيفة 100% إلكترونية والاستغناء تماما عن المطبوع نظرا لضخامة تكاليفها، قصد وضع الصحيفة على الخط لابد أولا من خلق قاعدة بيانات داخلية (داخل الصحيفة)، ثم بثها خارجا عن طريق إختيار إحدى وسائل البث الإلكتروني (موزعين محترفين)، وهذا

ما يتطلب تكاليف لذلك تطمح العديد من الجرائد إلى إنشاء قواعد بيانات داخلية دون اللجوء إلى متعاملين أجنب. هناك مصدرين لتمويل الصحف الإلكترونية:

*- الإشهار: عن طريق فتح موزع خاص في الواب للأيقونات الإشهارية للمعلنين.

*- الإشتراك: العديد من الجرائد الإلكترونية تتجه إلى الحل الذي بدأت به الصحف

الأنجلوساكسونية والمتمثل في تنظيم الجريدة الإلكترونية عبر قسمين:

قسم مجاني: قصد جلب أكبر عدد من القراء وه وقسم جذاب لكنه يفتقر إلى

المعلومات القيمة.

قسم بالدفع: ولا يمكن دخوله إلا بالاشترك (عبر شفرة الدخول، أو رقم المشترك).

2- الرهانات التقنية: إن مستقبل الصحف الآلي متوقف على قدرة المنتجين في

قطاع الإعلام الآلي على تقديم معلومات وبرمجيات كفيلة بإنجاح الصحافة الإلكترونية،

ضرورة الرفع في سرعة النقل (**Les Débits**) بتطوير أجهزة المودم وهذا ما سيتحقق

بفضل " الطرق السيارة للمعلومات" إذ ستقضي على إحدى المساوئ الكبرى للصحافة

الإلكترونية " وهي مشكلة سرعة نقل الصور الثابتة، والمتحركة وهذا يعتبر رهان تقني مهم

لمستقبل الصحافة الإلكترونية .

5-7- خصائص وسمات الصحافة الإلكترونية:

تحمل بيئة عمل الصحافة الإلكترونية الكثير من الاختلافات عن بيئة عمل الصحافة

المطبوعة، وقد كتب الكثيرون عن خصائص أو سمات بيئة عمل الصحافة الإلكترونية، لكن

من جانبنا نرى أن هناك مجموعة مترابطة ومتكاملة من الخصائص أو السمات السائدة في

بيئة عمل الصحافة الإلكترونية كالتالي:

5-5- أولاً: تعدد الوسائط:

إذا كان الراديو يقدم الصوت والتلفزيون يقدم الصوت والصورة والصحافة المطبوعة

تقدم النص، فإن الصحافة الكترونية هي الوسيلة الوحيدة التي بإمكانها تقديم الثلاثة معا

بشكل مترابط وفي قمة الإنسجام والإفادة المتبادلة، ويعود ذلك إلى أدوات ممارسة الصحافة

الالكترونية تعتمد بالأساس على التعامل مع المحتوى المخزون رقمياً، الذي يتم فيه جمع

وتخزين وبث جميع أشكال المعلومات ويعتبرها ذات طبيعة واحدة بغض النظر، عما إذا

كانت صوتاً أو صورة أو نص

، ومن ثم يجعل من السهل أن تضع ملفاً رقمياً على حاسب أو موقعاً بالإنترنت بداخله نص أو صوت أو صورة، والتحدي الأكبر أمام الصحفي هنا هو إمتلاك مهارات التعامل مع الأدوات الأجهزة السمعية والبصرية والمكتوبة، ثم القدرة على تكوين رؤية تستطيع صهر كل هذه المواد في بوتقة واحدة تخدم الجمهور.

ثانياً: التفاعل المشاركة:

في الصحافة المطبوعة يكون التفاعل الوحيد بين القارئ والجريدة هو النظر إلى المادة التي تستهويه ثم القراءة، وتقليب الصفحات للأمام والخلف، وفي التلفزيون يجلس ويتلقى بسلبية كل ما يذاع، وإن كانت هناك محاولات لنشر ما يعرف بالتلفزيون التفاعلي، لكن الصحافة الإلكترونية تسمح بمستوى غير مسبوق من التفاعل، يبدأ بمجرد البحث في مجموعة من النصوص والاختيار فيما بينها، وينتهي بإمكان توجيه الأسئلة المباشرة والفورية للصحفي أو مصدر المعلومة نفسه، أو التدخل للمشاركة في صناعة خبر أو معلومة جديدة أثناء القراءة وتصفح الموقع، من خلال إبداء الملاحظات أو المشاركة في إستطلاعات الرأي والحوارات الحية مع الآخرين حول ما يقرأ.

ثالثاً: التمكين:

في الصحافة المطبوعة ليس للجمهور خيار سوى قراءة ما هو مكتوب بالصحيفة، لكن الصحافة الإلكترونية تقبل بفكرة تمكين الجمهور من بسط نفوذه على المادة المقدمة وعملية الاتصال ككل، من خلال الاختيار ما بين الصوت والصورة والنص الموجود مع المحتوى الصحفي سواء كانت أخبار أو تقارير أو تحليلات، والمصادر المتعددة للقارئ ليس أمامه قصة إخبارية واحدة فقط حول القضية، بل بين يديه كل القصص التي نشرت عن الموضوع نفسه في السابق، وروابط لمواقع أخرى يمكنه أن يجد بها معلومات إضافية، وبين يديه أيضاً خدمات متعددة يمكنه الاختيار من بينها.

رابعاً: الخدمات المضافة القائمة على السرعة:

لا يمكن للصحيفة المطبوعة أن تقدم شيئاً خارج سطور الحبر المصفوفة على الورق، وإذا كنت هناك خدمة ما فعلى الجمهور الاتصال بالصحيفة والانتظار للعدد التالي ليبحث عن الخدمة، لكن بيئة عمل الصحافة الإلكترونية تقدم للجمهور سلسلة من خدمات القيمة المضافة القائمة على فكرة السرعة أو الآنية،

فالصحيفة بإمكانها أن تلعب دور حلقة الاتصال اللحظية أو الآنية بين جمهورها عبر حلقات النقاش وغرف المحادثة ومنتديات الحوار وقوائم البريد وغيرها، وتستطيع مضاعفة القدرة على التحقق من الوقائع بشكل فوري عبر تعدد المصادر والإحالات الموجودة على الموقع، وتستطيع القيام بخدمة التحديث الفوري للمعلومات تبعا لتطور الأحداث.

خامسا: الشخصية:

لا تستطيع الصحيفة المطبوعة أن تقدم نسخة مفصلة أو معدة حسب إحتياجات كل قارئ على حدة، بيد أن بيئة عمل الصحافة الإلكترونية بما تحمله من مرونة وإعتماد كثيف على تكنولوجيا المعلومات بإمكانها أن تجعل كل زائر للموقع قادرا على أن يحدد لنفسه وبشكل شخصي الشكل الذي يريد أن يرى به الموقع، فيركز على أبواب ومواد بعينها ويحجب أخرى، وينتقي بعض الخدمات ويلغى الأخرى، ويقوم بكل ذلك في أي وقت يرغبه، وبإمكانه أيضا تعديل وقتما يشاء، وفي كل الأحوال هو يتلقى ويستمتع ويشاهد ما يتوافق مع إختياراته الشخصية وليس ما يقوم الموقع ببثه.

سادسا: الحدود المفتوحة:

في الصحافة المطبوعة يواجه المحررون عادة مشكلة محدودية المساحة المخصصة للنشر، وهذه المشكلة ليست موجودة في الصحافة الإلكترونية بسبب خاصية الحدود المفتوحة، فمساحات التخزين الهائلة الموجودة على الحاسبات الخادمة التي تدير المواقع لا تجعل هناك قيود تقريبا تتعلق بالمساحة أو بحجم المقال أو عدد الأخبار، يضاف لذلك أن تكنولوجيا الإنترنت، خاصة تكنولوجيا النص الفائق والروابط النشطة، تسمح بتكوين نسيج متنوع وذو أطراف وتفرعات لا نهائية تسمح بإستيعاب جميع ما يتجمع لدى الصحيفة من معلومات.

سابعا: خصائص أخرى للصحافة الإلكترونية:

توفر بيئة عمل الصحافة الإلكترونية فرصا كبيرة للوصول عبرا لإنترنت إلى مختلف أنحاء العالم، عكس عدد كبير جدا من وسائل الإعلام التقليدية التي تكون مقيدة في أغلب الأحيان بحدود جغرافية محددة، كذلك تتسم الصحافة الإلكترونية بالتكلفة الأقل، فتكلفة إنشاء موقع أقل من تكلفة إنشاء صحيفة.

الماضرة رقم 06:

الصحف الإلكترونية (بوابات صحفية بلا صحف ورقية)

في عام 1999 ظهرت عبر الانترنت موجة " الدوت كوم "، والتي يقصد بها الشركات التي ظهرت وتأسست لكي تعمل عبر الإنترنت فقد دون أن يكون لها نشاط أو وجود مادي على أرض الواقع، وظهرت مئات الشركات من هذا النوع في مجالات عديدة، شملت السياحة والسفر والتجارة الإلكترونية والمجالات العلمية والصناعية وأيضاً المجال الإعلامي والصحفي، فتشكلت شركات لم تكن سوى مواقع على الشبكة تعمل في مجال الصحافة والإعلام، وعرفت باسم بوابات الإنترنت الصحفية، وتخصصت في تقديم المواد الإخبارية والتحليلات الصحفية والمقابلات والحوارات والمحادثات والنشرات البريدية الإلكترونية وخدمت البريد الإلكتروني وخدمات البحث في الأرشيف، وحاليا تجسد هذه البوابات نمودجا للصحافة الإلكترونية التي تمارس عملها بالكامل عبر الإنترنت دون أن يكون لها أي نسخ مطبوعة. الأمر الذي يجعل منها مدخلا جيدا وغنيا، يمكن الاقتراب منه وفقا للعديد من النقاط الخاصة بالتصميم ودورية التحديث وتنوع الخدمات، والجهات القائمة على الموقع وتوجهاته العامة والرؤية التي يحملها القائمون عليه.

7- الصحف الإلكترونية التليفزيونية (قنوات المعلومات):

تعد قنوات المعلومات عبر التلفزيون 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 عضويا بشبكة الإنترنت، فهي عمليا تقدم نوعا من الصحافة المقروءة على الشاشة، يستخدم فيه العديد من الفنون والمهارات الصحفية المعروفة، خاصة فن الخبر والتقارير وإن كانت تعتمد على السرعة والتركيز في العرض، مع تنو الاهتمامات المزج مابين المادة الخبرية وبعض الخدمات الحياتية المختلفة، وقد تكون أبرز قيمة مضافة يقدمها هذا النوع من الصحافة الإلكترونية هي الإنتشار الواسع الذي ربما يفوق إنتشار الصحف المطبوعة والإلكترونية أحيانا بحكم أنها تثبت عبر وسيلة توصيل أوسع إنتشارا وأكثر إتاحة وهي جهاز التلفزيون.

8- الامتدادا الإلكترونية للمؤسسات غير إعلامية:

لقد أشرنا أنفا إلى أن الطابع المفتوح لبيئة العمل الصحفي عبر الإنترنت فتح المجال واسعا أمام العديد من الجهات غير الصحفية الإعلامية، لكي تمارس بنفسها وبشكل مباشر النشاط الصحفي بشكل أو بآخر، لذلك يمكن لمستخدم الشبكة أن يجد مئات المواقع الشهيرة التابعة لأحزاب سياسية ومنظمات محلية ودولية، وحركات سياسية عسكرية بل وحكومات ودول، جميعها يقدم خدمات صحفية متنوعة عبر هذه المواقع، تشمل الخبر والرأي والتقارير المكتوبة والمصورة والتحليلات ولقطات فيديو وتسجيلات حية وساعات النقاش والحوار وغيرها، مما يجعلنا أمام مظهر مستقل قائم بذاته من مظهر الصحافة الإلكترونية، تمتزج فيه السياسة والعلوم والاقتصاد بالصحافة، وتتلاشى فيه الحدود بين مصدر المعلومة والجهة القائمة على بثها ونقله.

أخلاقيات العمل الإعلامي الإلكتروني:

إن وجود الصحافة الإلكترونية قد أثار عدة قضايا وطرح عدة تساؤلات يتمثل أهمها فيما يلي:

- 1- قضية الرقابة على المادة الصحفية المنشورة إلكترونيا.
- 2- قضية حرية الصحافة من حيث إعتبار النشر الإلكتروني دعما لمبدأ حرية الصحافة بعيدا عن المعايير التي يلتزم بها الصحفي في الصحافة التقليدية.
- 3- هل يكون النشر الإلكتروني منفذا للممنوعين من إصدار صحف مطبوعة لمختلف الفصائل السياسية ؟
- 4- هل سيلغي النشر الإلكتروني مصطلحات الصحف التقليدية كالصحف الإقليمية التقليدية، والمحلية والوطنية، إلخ.
- 5- هل ستصبح الصحف الإلكترونية بديلا لكثير من قراء الصحف الورقية فينخفض بذلك تأثير هذه الأخيرة على قرائها، وتقضي بالتالي على الصحافة التقليدية ؟
- 6- هل ستلغى علاقة النشر عبر الشبكة بحقوق المؤلف والرقابة على المصنفات ؟
- 8- الصعوبات التي تواجه الصحف الإلكترونية:

بعد ما تطرقنا إلى الصحافة الإلكترونية كوسيلة إعلامية جديدة، لها من المواصفات كما رأينا ما يؤهلها لتكون وسيلة،

مثلما لها من إمكانيات وإطارات تعمل ممن أجل وصول رسالة إعلامية في مستوى تطلعات جمهورها، وهذا ليس بعيدا بطبيعة الحال عما ستجده من صعوبات على مختلف المستويات، والتي يصنفها بعض الكتاب على النحو التالي:

1- المقروئية فهي لا تزال صعبة نسبيا، فالكومبيوتر لم يعد جماهير خاصة في الدول النامية وسوف تخلق الصحف الإلكترونية عادات جديدة عند القارئ مثل القراءة على الشاشة.

2- قلة الشرعية القانونية التي تعاني منها الصحافة الإلكترونية، مثلها مثل عظم الخدمات الإلكترونية كالنقود الإلكترونية والتوقع الإلكتروني، ومن المنتظر أن يتوصل الساعة التكنولوجيين والقانونيين إلى إيجاد حلول لها.

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

4- غياب التخطيط وعدم وضوح الرؤية المتعلقة بمستقبل هذا النوع من الإعلام

5- ندرة الصحفي الإلكتروني.

6- 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.

7- غياب الأنظمة واللوائح والقوانين وهو ما نحتاجه ونسعى للحصول عليه.

9-1- عيوب الصحافة الإلكترونية:

أما عيوب الصحافة الإلكترونية

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

2- إستنزاف حيازة المستفيد لجهاز كمبيوتر متصل بشبكة المعلومات، مع ما يتطلبه ذلك من نفقات، وإن كانت إنتشار مقاهي الإنترنت بأسعار مناسبة قد قلل من أهمية النفقات كعائق للوصول إلى شبكة الإنترنت والإطلاع على ما نريده من صحف أو نشرات.

3- ندرة الصحفيين المزودين بالمهارات والمعارف اللازمة لممارسة مهام الصحافة

الإلكترونية.

4- عدم وجود أو كفاية التشريعات التنظيمية التي تحكم الصحافة الإلكترونية.

10- الصحافة الإلكترونية في الجزائر:

إن واقع الصحافة الإلكترونية في الجزائر يتطلب الإحاطة بجميع العوامل والظروف الممهدة والمسببة لظهورها في السنوات الأخيرة، لأنها لاتزال في بدايتها ويبقى تطورها مرهون بالاستثمار في هذا المجال بتعميم شبكة الإنترنت، حيث عرفت الجزائر منذ سنة 1997 نشوء علاقة بين الصحافة الوطنية والنت، عن طريق النشر الإلكتروني إبتداء مع جريدة الوطن لإنشاء موقع على الواب لم يعد بالشيء الصعب خاصة في ظل إلغاء الاحتكار على مركز البحث العلمي والتقني أمام المزودين الخواص للنت منذ سنة 2002 بالإضافة إلى المحاولات الرامية لتحسين خدمة الهاتف وتحريره من أجل تخفيض تسعيرته، فالإجراءات اللازمة للاستفادة من موقع على شبكة النت بالنسبة لأي جريدة يتطلب من الناحية التنظيمية عدة إجراءات قانونية، ولأن الصحافة الإلكترونية صحافة تحتاج إلى مقر وإلى هيئة عمالية فيجب الحصول على وثيقة التسجيل من أجل الحجز عند المركز الوطني للبحث العلمي.

10-3-1- أنواع الصحافة الإلكترونية في الجزائر:

أ)- أول تعامل بين الصحف الوطنية والنشر الإلكتروني مباشرة وبصورة مستقلة لصفح إلكترونية محضة منذ سنة 1996 وهذا التعامل مع هذا النوع من النشر سمح بظهور نوعين من الصحافة الإلكترونية في بلادنا هما:

الصحافة الإلكترونية المكملة للطبعة الورقية عمدت الكثير من الصحف الجزائرية إلى النشر الإلكتروني مع المحافظة على الطبعة الورقية من أجل:

*- الحفاظ على مكانتها في عالم النشر الإلكتروني وتحقيق إنتشار ورواج أكبر للصحيفة الورقية، وهي بذلك تستفيد من عالمين لمضمون واحد توأكب العصر عصر التقنية الحديثة المعتمد على الواب بصيغة النشر الإلكتروني بهدف:

✓- كسب قراء جدد هم من مستخدمي النت في كل مكان داخل الجزائر وخارجها والتتقل في هذا العالم الإلكتروني بمنافسة مثيلاتها من الصحافة الدولية.

✓- الهروب من الضغوطات على إختلافها سياسيا حتى لا تقيد حريتها وإقتصاديا بالبحث عن منفذ من التكامل المالية والمادية.

لهذا نجد أن معظم العناوين الإعلامية والتي تقدر بـ 119 عنوان إعلامي وأكثر من 46 صحيفة يومية تعتمد في غالبيتها على النشر الإلكتروني كوسيلة لتوزيع مضمونها بدور تكميلي للنسخة المطبوعة، أولى هذه الصحف:

1/- الوطن جريدة خاصة الصادرة بالفرنسية وقد كانت السبّاقة في إنتاج نسخة إلكترونية لطبعتها الورقية من نوفمبر 1997.

2/- **Liberté** جانفي 1998 جريدة خاصة.

3/- اليوم فيفري 1998 جريدة خاصة.

4/- الخبر جريدة خاصة كأقوى جريدة ناطقة باللغة العربية توضع على النت في أبريل 1998.

5/- الشعب جوان 1998 جريدة عمومية.

6/- **El Moudjahid** جويلية 1998 جريدة عمومية.

7/- **le Matin** أكتوبر 1998 جريدة خاصة.

8/- **Le Soir D' Algérie** نوفمبر 1998 جريدة خاصة.

وبعدها أصبحت معظم الصحف الورقية لها مواقع إلكترونية بالإضافة الصحف المتخصصة الرياضية، وأيضا الوسائل السمعية البصرية الإذاعة والتلفزيون هي الأخرى لها مواقع إلكترونية استطاعت إستقطاب شريحة مهمة ن الجمهور الذي يتابعها يوميا.

قائمة المراجع:

- 1- أشرف فهمي خوجة، " التوثيق الإعلامي وتكنولوجيا المعلومات "، دار المعرفة الجامعية، الإسكندرية، 2008.
- 2- أسماء حسين حافظ، " تكنولوجيا الاتصال الإعلامي التفاعلي في عصر الفضاء الإلكتروني المعلوماتي الرقمي "، الطبعة الأولى، الدار العربية للنشر والتوزيع، القاهرة، 2005
- 3- جمال بوعجيمي، بلقاسم بروان " الصحافة الإلكترونية في الجزائر واقع وآفاق "، جامعة الجزائر، كلية العلوم السياسية والإعلام، قسم علوم الإعلام والاتصال، 2005.
- 4- عبد الرزاق محمد الدليمي، " الإعلام الجديد والصحافة الإلكترونية "، الطبعة الأولى، دار وائل للنشر، عمان، الأردن، 2011.
- 5- عبد الرزاق محمد الدليمي، " الصحافة الإلكترونية والتكنولوجيا الرقمية "، الطبعة الأولى، دار الثقافة، عمان، الأردن، سنة 2011.
- 6- فيصل أبو عيشة، " الإعلام الإلكتروني "، الطبعة الأولى، دار أسامة، عمان الأردن، سنة 2010.
- 7- فتحي حسين عامر، " وسائل الاتصال الحديثة من الجريدة إلى الفيس بوك "، الطبعة الأولى، العربي للنشر والتوزيع، القاهرة، مصر، 2011.