صحافة النت في الجزائر
التفاعلية بين القراء و الصحفيين"البريد الالكتروني "نموذجا

الأستاذة: بورقعة سمية

أستاذ مساعد أ

قسم الإعلام و الاتصال

كلية العلوم الانسانية و الاجتماعية

جامعة عنابة الجزائر

مقدمة:

تعد شبكة الانترنت أبرز وسائط الإعلام الجديد و أسرعها تطورا و أوسعها ذيوعا و تطورا،فقد أحدثت تأثيرا كبيرا في شتى الجوانب الاتصالية فهي الوسيلة التي مكنت الناس حول العالم من التواصل فيما بينهم في أقصى سرعة ممكنة متخطية الحدود،متجاوزة المسافات،و متغلبة على كثير من القيود المختلفة،إلى الحد الذي أصبحت فيه اليوم،تمثل نمط استخدام ثابت في حياة كثير من الناس في مختلف أنحاء العالم،و بخاصة فيما يتعلق بجوانب الاتصال الذي أصبح أكثر استخداماتها شيوعا،و يتم من خلال وسائل متعددة،أبرزها البريد الالكتروني" "الذي يعد في الوقت الراهن إلى جانب "الواب""WWW" أكثر خدمات الانترنت استخداما،نظرا لتوفيره للمستخدمين فرصا اتصالية عديدة .

و يعد البريد الالكتروني اليوم احد مظاهر التكنولوجيا المتنامية الأهمية و الواسعة الانتشار مما لا يمكن الاستغناء عنه في بيئة الحياة العملية العصرية،كما يعد هذا البريد أحد الاستخدامات الأساسية و السهلة التي أتاحتها شبكة الانترنت،و من ثم فهو يشهد تنميا مطردا، كما يمثل أبرز الأنشطة المنتظمة التي يقوم بها مستخدمو هذه الشبكة،حيث تشير الدراسات إلى أن متصفحي شبكة الانترنت يقومون عادة بفتح بريدهم قبل الولوج إليها و استخدامها لتحقيق أغراض أخرى.

أما على الصعيد الصحفي فان شبكة الانترنت اليوم تشكل إضافة جديدة و متميزة للعمل الصحفي الحديث،و فضلا عن أن وجود الصحف على هذه الشبكة يزيد من دائرة انتشارها و التجاوز بالحدود الجغرافية،و يكسبها أرضية جديدة،ومن ثم جمهورا أكثر،فانه يمثل أيضا إفادة مثلى من الإمكانيات العديدة التي تتيحها، و بالأخص فيما يتعلق بإتاحة التفاعل في شتى صوره المختلفة،كذلك الذي يتم بين

القراء و بين هذه المواد الصحفية من جهة أو بينهم و بين الصحفيين و إدارات الصحف من جهة ثانية،إذ يكاد يجمع علماء الاتصال و الباحثون فيه بأن عنصر التفاعلية هو أبرز ما يميز وسائل الإعلام الجديد،حيث تتيح الانترنت آفاقا جمة من التواصل بين أطراف العملية الاتصالية،و يعد البريد الالكتروني من أبرز الأدوات التي يتم من خلالها هذا التفاعل على نطاق كبير،فإلى جانب عنصر السرعة و توفير الوقت، و التكلفة التي لا تذكر،فضلا عن توفير المجهود فان البريد الالكتروني يتيح أيضا مجالا واسعا من الحرية يمكن القارئ من الإفصاح عن كل ما يجول في خاطره إزاء المواد التي يتعرض إليها بدءا من التعبير عن رأيه،و شرح وجهة نظره اتفاقا أو معارضة و انتهاء بتوجيه التهم أو اللوم و العتاب و الوعد و التهديد و الذي قد يتم من خلف التسمي بأسماء مستعارة أو انتحال شخصيات غير حقيقية.

و من هنا تأتي هذه الدراسة لتلفت الانتباه إلى ضرورة دراسة ظاهرة الإعلام الجديد باعتباره أثرى الموضوعات الجديدة في حقل الدراسات الاتصالية،حيث يشكل نقلة نوعية،تعيد صياغة كثير من مفاهيم الاتصال التقليدية،فضلا عن العلاقة بين أطراف العملية الاتصالية المتداخلة و المتبادلة الأماكن ما بين المرسل و المستقبل،و هو ما تحاول هذه الدراسة تلمسه في أحد مظاهره الهامة من خلال دراسة البريد الالكتروني في إطار مدى علاقته بإقامة التواصل و بناء التفاعل بين طرفي عملية الاتصال الصحفية في حقل الإعلام الجزائري.

أهداف الدراسة:

سعت هذه الدراسة إلى تحقيق الأهداف التالية:

1 التحقق من مدى فاعلية الجمهور الجزائري واستفادته من البريد الالكتروني، و كذا التواصل مع صحفيين في إطار توسيع عنصر المشاركة الصحفية في عصر المواطنين الصحفيين"

2 الكشف عن مدى الإضافة التي تمثلها هذه الوسيلة في التواصل مع القراء،فضلا عن رؤية الصحفيين لهذه الوسيلة لبناء علاقة متطورة من هذا النوع.

3 التعرف على مدى نشاط الجمهور الجزائري من جهة و الصحفيين من جهة أخرى في استغلال "البريد الالكتروني" للتواصل الفعال بين الطرفين أخذا و عطاء، و مدى انتظام التواصل الذي يتم بينهما.

4 التعرف على اتجاهات الصحفيين إزاء أهمية البريد الالكتروني في التواصل مع القراء من ناحية، و اتجاهات القراء إزاء المواد المكتوبة من جهة أخرى.

5 لفت أنظار الصحفيين الذين لم يستخدموا الوسيلة بعد إلى أهمية تفعيل التواصل مع القراء من خلال البريد الالكتروني،و تتطلع الدراسة إلى إن يأتي اليوم الذي تذيل فيه جميع الكتابات الصحفية بعنوان"الكاتب الالكتروني"،كما يتصدر اسمه رأس المقال،لإتاحة تواصل فعال بينه وبين قرائه،و تأسيس حوار رشيد بينهما يسهم في رفع الوعي المجتمعي.

عرض الدراسات السابقة:

لاحظت الباحثة قلة الدراسات الاتصالية الأجنبية و العربية و خاصة الجزائرية التي تعاني لحد كتابة هذه الأسطر شحا في البحث حول هذه الموضوعات التي تتناول الإعلام الجديد، و تكاد تنعدم فيما يتعلق ب "البريد الالكتروني" على نحو خاص.فعلى الرغم من ضخامة قاعدة بيانات جامعة "بوسطن"بالولايات المتحدة الأمريكية،إلا أن الباحثة لم تعثر على دراسة سابقة أجنبية أو عربية،تناولت هذا"البريد"في إطار علاقته كوسيلة اتصال صحفية حديثة بين القراء والصحفيين،و الدراسات القليلة التي تناولت هذه الوسيلة،ركزت على دراسته في إطار استخداماته العامة من الجمهور،أو بين فئات معينة منهم، إما الدراسات العربية فقد جاء ذكر"البريد الالكتروني"في ثنايا دراسة استخدام شبكة"الانترنت"بوجه عام، و لم يفرد بدراسة مستقلة تتناوله كوسيلة تواصل حديثة تفاعلية بين جمهور القراء و الصحفيين"، و النتائج التي يمكن أن تترتب على ذلك في هذا المجال.

و تعد دراسة "**لي**" [1] من الدراسات المبكرة التي هدفت إلى توفير بيانات يعتمد عليها في الحكم على مدى اعتبار "البريد الالكتروني"وسيلة اتصال ثرية"من عدمه، و ذلك في إطار نظرية"ثراء الاتصال التي تقسم وسائل الاتصال وفقا لخصائصها إلى وسائل "ثرية قائمة بذاتها،و أخرى"مستندة" إلى غيرها، و انتهت هذه الدراسة إلى أن عنصر "الثراء"ليس صفة ملازمة لهذه الوسيلة في حد ذاتها، و لا هي منعدمة عنها في الوقت نفسه، و إنما هي خصية تنشا عن طرق التفاعل التي تتم من خلاله بين أطراف المستخدمين لهذا "البريد" في سياق العمل في المؤسسات و يوصف هنا في مفاهيم:"المسافات"،"استقلالية العمل" و الملائمة "،"التركيبة الاجتماعية، و "مستوى الأداء، " وفي ضوء هذه الاعتباراتانتهت الدراسة إلى أن "البريد الالكتروني"، وسيلة اتصال حققت عنصر "الثراء" من خلال إتاحته لعنصري:"الاختيار"و الاستخدام "فالمديرون الذين يستقبلون الرسائل ليسوا متلقين سلبيين للبيانات فقط،و لكنهم منتجون لها بفاعلية أيضا.

أما دراسة"**نجوى فهمي**"[2] عن الإمكانيات التفاعلية المتاحة عبر المواقع الإخبارية العربية،فقد انتهت إلى عدم قيام هذه المواقع بالاستغلال الكامل للإمكانيات التي تتيحها الثورة الرقمية،و عدم اهتمامها بآراء الجمهور حول المادة الخبرية المنشورة،كما أن مستوى التفاعلية بين القارئ و نص المادة الخبرية قد جاء في أدنى مستوياته أو غائبا تماما،إضافة على عدم حرص الصحف الالكترونية العربية على إقامة صلة مباشرة بين محرريها و جمهور القراء من خلال عدم الاهتمام بإتاحة عناوين البريد الالكترونية الخاصة بمحرريها.

و من أجل تأسيس حوار حول مدى الإفادة من تقنية"البريد الالكتروني" في مجال التواصل مع المرضى،و العائد المتحقق من وراء ذلك و الآثار المحتملة لاستخدامه في هذا المجال، دارت دراسة"هاتشير"[3] التي انتهت إلى أن "البريد" مفيد في استكمال المعلومات التي توفرت في جلسات اللقاء المباشر ومراقبة التطورات الحاصلة فيما بعد ذلك،من خلال "العيادة الافتراضية"،كما أنه يوفر فرصا عديدة لتطوير الأسلوب التقليدي في التعامل مع المرضى،و هو مفيد أيضا في جمع معلومات من أقاربهم و من الأطباء المقيمين في دول أخرى.

أما دراسة "**لانتز**"[4]،فقد هدفت إلى التعرف على أهمية "البريد الالكتروني" كوسيلة اتصال في الحصول على المعلومات في بيئة العمل،و ذلك من خلال معرفة الطرق التي يقوم من خلالها من لديهم "بريد الكتروني" بالتعامل مع المشاكل التي يواجهونها في هذه البيئة و كيف يتعرفون عليها و يتواصلون بشأنها مع الآخرين، و قد اعتمدت الدراسة على نظريتي"المعرفة"و "تمثيل المعلومات"،و تم تطبيقها من خلال "استقصاء الكتروني"،أرسل إلى "ثمان" مجموعات عمل،من العاملين في مؤسسات كبرى،بلغ عددهم"58"،"53" ذكور،"5" إناث،من ذوي المستويات التعليمية المرتفعة،و المستخدمين للبريد يوميا،إضافة إلى مقابلة أجريت مع"عشرة" من العاملين اختيروا طبقيا،و قد انتهت الدراسة إلى أن المبحوثين يرون أنه على الرغم من دخولهم المستمر إلى "البريد الالكتروني"،إلا أن ذلك غير معيق لهم عن القيام بأعمالهم،بل على العكس من ذلك فقد رأوا بان له تأثير ايجابي عليهم.

و في ضوء هذه الدراسات يتضح بان "البريد الالكتروني" بوصفه وسيلة محتملة لتحقيق التفاعل بين الصحفيين و القراء لم ينل الاهتمام به بعد خاصة في الدراسات الأكاديمية الجزائرية.و هو ما حاولت هذه الدراسة تناوله،لتسليط الضوء على مدى التفاعل المتحقق في هذا المجال،و نشاط طرفين هامين من أطراف العملية الاتصالية.

تساؤلات الدراسة:

حاولت هذه الدراسة الإجابة على جملة من التساؤلات،أهمها:

1. ما أكثر وسائل الاتصال التي يتم التواصل من خلالها بين الصحفيين و القراء؟
2. كم عدد الرسائل التي يتلقاها الصحفيون بعد كتاباتهم للمقالة الصحفية؟
3. ما مدى اهتمام الصحفيين بالرد على رسائل القراء الالكترونية و حفظها؟
4. ما مدى حرص الصحفيين على تجديد التواصل مع قرائهم؟
5. هل تزود رسائل القراء الصحفيين بأفكار لموضوعات جديدة؟
6. هل يغير الصحفيون بعض اتجاهاتهم إزاء بعض الموضوعات جراء رسائل القراء؟

نوع الدراسة و منهجها:

تنتمي هذه الدراسة إلى الدراسات الوصفية التي تعتمد على منهج"المسح الإعلامي" الذي يسعى إلى رصد الظواهر الاتصالية بجوانبها المختلفة،فضلا عن تحليل أطرافها الفاعلة فيها،و ذلك من خلال استقصاء أراء عينة من الصحفيين الجزائريين للوقوف على طبيعة ممارساتهم الإعلامية من خلال استخدام احدي أدوات الإعلام الجديد

عينة الدراسة:

طبقت هذه الدراسة على عينة اختيرت بواسطة الحصر الشامل،من الصحفيين الجزائريين الذين قاموا بنشر مقالات في الصحف الجزائرية التي لديها مواقع على شبكة"الانترنت"،إما بصيغة"النصوص

الفائقة"Hypertext" أو" PDF» خلال شهر فيفري من عام، 2013 و ذلك من ذوي المستويات التعليمية و العمرية المختلفة.[5]

إجراءات الدراسة و أداتها:

بعد تحديد المتغيرات التي هدفت هذه الدراسة إلى قياسها،صممت"استمارة الاستبيان"،و تضمينها هذه المتغيرات،من خلال " 12" سؤالا"،روعي فيها الوضوح و البساطة،لقياس كل من علاقة الصحفيين و القراء ب "البريد الالكتروني" العلاقات المتبادلة بين هذين الطرفين جراء استخدامه،و اتجاهات الصحفيين إزائه كوسيلة اتصال صحفية حديثة،فضلا عن المتغيرات الديموغرافية للمبحوثين.أما الوقت الذي استغرقته الإجابة على هذا "الاستبيان" فقدر بحوالي"15.10" دقيقة.تلا ذلك عرض الاستمارة على"محكمين"أفاد بصلاحيتها لتحقيق أهداف هذه الدراسة.و قياس ما تسعى إلى قياسه،دون إجراء تعديل عليها،و بعد ذلك و حددت الصحافة الجزائرية المنشورة على" شبكة الانترنت"،سواء باللغة "العربية أو الفرنسية" و حصر الصحفيون الذين ذيلوا مقالاتهم بعناوين"بريدهم الالكتروني" و قد بلغ عددهم115 صحفيا و صحفية،و أرسل "الاستبيان"إليهم بواسطة "البريد الالكتروني" كملف مرفق.

نشأة"البريد الالكتروني" و تطوره:[6]

يمثل "البريد الالكتروني"اليوم تقنية الكترونية عالمية،فهو من أكثر البرامج التطبيقية استخداما على شبكة الانترنت "،كما أنه يمثل استخداما طبيعيا لتقنية الاتصالات الشبكية،التي تطورت على مدى تاريخ ظهور هذه"الشبكة،فتبادل الرسائل بطريقة أو بأخرى كانت موجودة منذ الأيام الأولى للعمل بنظام"مشاركة الوقت في استخدام الحاسوب"،[7] أما نشأة هذا" البريد " ، و تطوره فيرجع الفضل فيه إلى العاملين في تطوير البرامج في "وكالة""إربا نت"" ARBA NET"الذين كانت أحد أهدافهم الأساسية العمل على إتاحة تبادل المعلومات،و مشاركتها بين الأعضاء،غير أن نطاق الاهتمام كان منصبا في البداية على إتاحة هذه الخدمة للعلماء لتبادل الأبحاث التقنية و البرامج فيما بينهم،فمن أول عام 1961بدأت تظهر البرامج الخاصة بهذا الاستخدام و أصبحت شائعة بين المستخدمين في هذه الوكالة ،غير أن الاستخدام كان يتم في ذلك الوقت من خلال جهاز واحد .[8]

أما أول رسالة الكترونية على مستوى العالم فقد تمت في عام "1981" [9] حين نجح"راي توملنسون" في إرسال رسالة قصيرة موجهة إلى نفسه و تم إرسالها من جهاز "حاسوب" إلى أخر،نصها كلمة"اختبار"Testing1;2;3""تلا ذلك مرحلة عنونة الرسالة و توجيهها لجميع مستخدمي "اربا نت"عن طريق استخدام نظام اسم المستخدم"م"و المعمول به حتى اليوم،ثم قام المبرمجون في هذه الوكالة بعد ذلك بتطوير"البريد الالكتروني"من خلال إمكانية وضع الوسائل قائمة و تبويبها بواسطة الموضوع و التاريخ،إضافة إلى إمكانية اختيار رسالة معينة و حذف أخرى فضلا عن المقدرة على إرسال الرسائل من خلال البرنامج نفسه و استقبالها أيضا و إمكانية تمريرها"orwardF"إلى آخرين كما أصبح بالإمكان في

هذه المرحلة وضع الرسائل في ملفات و تخزينها،،فضلا عن إيجاد نظام موحد يمكن من تبادل الرسائل عبر البرامج الخاصة بذلك، و في نهاية"1970" [10])استطاع "رأي توملسون" و فريق عمله الصغير تطوير أول نظام بريدي ل " اربا نت" حين تمكن من تطوير نظام قادر على نسخ الملفات عبر الشبكة [11].

و في عام1972"" أي بعد12"" شهرا من إرسال أول رسالة بريدية، فان معظم الإمكانيات التي نعرفها اليوم في "البريد الالكتروني" أصبحت متاحة في ذلك الوقت.[12]

و قد تطلب الوقت اللازم لإخراج"البريد الالكتروني"من حصر استخدامه في الحقل الأكاديمي و العسكري إلى إشاعته بين الجمهور العام مدة تراوحت بين"15- 20" عاما و ،أما أول نظام "بريد الكتروني"على مستوى الجمهور فقد بث في نهاية حقبة "الثمانينات"و بداية التسعينيات" و تم دعمه من قبل شركة الاتصالات مثل "بان يان و"ميكروسوفت" ...الخ التي وفرت هذه الخدمة بواسطة برامج مكتبية تطبيقية تمكن العاملين في المكاتب من استخدامه أو تجاهله[13].

نتائج الدراسة المسحية:

أولا: الإجابة على تساؤلات الدراسة:

جدول رقم (1)

وسائل التواصل بين القراء و الكتاب

م	التكرار / الوسيلة	ك	%
1	البريد الإلكتروني	30	46.2
2	التليفون	21	32.3
3	الفاكس	6	9.2
4	الزيادة في المكتب	5	7.7
5	البريد العادي	3	4.6
المجموع		65	100

1. وسائل التواصل بين القراء و الصحافيين:

وفقا للبيانات الواردة و في ضوء هذه الاعتبارات المجتمعة يمكن القول بأنه لا يزال لوسائل الاتصال القديمة مكان كأدوات للتواصل بين الصحفيين و القراء فعلى الرغم من تصدر البريد الالكتروني كأحدث وسيلة للتواصل بين طرفي هذه العملية الصحفية بنسبة بلغت 46.2% تلاه التليفون بنسبة 32.3% إلا أن جهاز البراق FAX و الزيادة في المكتب و حتى البريد العادي لا زال لها حضور في هذا الصدد على الرغم من الاستخدام المتواضع بالنسبة للأخير و الذي بلغ 4.6%، و هو ما يحمل مؤشرا على أن البريد الإلكتروني نظرا للميزات العديدة التي يتمتع بها هو وسيلة التواصل القادمة و سوف يزداد مداه انتشارا

كلما رافق ذلك تحسن في سرعة شبكة الإنترنت الذي يسهل التواصل من خلاله مما سيدفع في النهاية إلى مزيد من التفاعل غير المسبوق من خلال هذه الوسيلة و يحقق أحد الميزات المهمة لإحدى وسائل الإعلام الحديث.

جدول رقم (2)

عدد الرسائل الواردة للصحفيين بعد نشر المقال

م	التكرار / العدد	ك	%
1	من1- 3 رسائل	21	25.2
2	من4- 6 رسائل	11	28.2
3	من7- 10 رسائل	5	12.8
4	11 رسالة فأكثر	2	5.1
المجموع		39	100

2-عدد الرسائل الواردة إلى الصحفي بعد نشر المقال:

في ضوء البيانات الواردة في الجدول أعلاه يتضح تواضع عدد الرسائل الواردة إلى المبحوثين بعد كتابة مقالاتهم الصحفية و يمكن تفسير ذلك إلى توجه بعض القراء إلى خدمات و وسائط أخرى كالمنتديات" و" الفايس بوك" لكتابة تعاليقهم .

جدول رقم (3)

مدى فتح الصحفيين للرسائل الواردة إليهم من القراء

م	التكرار / الفتح	ك	%
1	نعم...دائما	30	73.2
2	نعم...أحيانا	11	26.8
3	ليس لدي وقت لفتح هذه الرسائل	-	-
المجموع		41	100

3- مدى فتح الصحفيين للرسائل الواردة إليهم:

في ضوء البيانات الواردة في الجدول أعلاه اتضح أن رسائل القراء لم تنل الاهتمام حتى بمجرد فتحها بنسبة 26.8٪ من المبحوثين فضلا عن قراءتها و هو ما لا يتناسب و تجاوب القراء مع المقالات الصحفية المنشورة،و تحملهم عناء إرسال ردود أفعالهم عليها و هذا النحو من التعامل مع رسائل القراء يعد مؤشرا

سلبيا ربما ينتج عنه ضعف التفاعل بين الصحفي و القارئ الذي يمكن جراء مثل هذا السلوك أن ينصرف عن التواصل مرة أخرى مع من يدرك انه لا يعير رسائله اهتماما فلا يرد عليها و هو لا يدري أن رسالته التي تحمل عناء إرسالها قد تكون ألغيت قبل فتحها،فضلا عن عدم قرائتها في حين أن 73.2٪ من نسبة المبحوثين يقومون بفتح هذه الرسائل بصفة منتظمة و هذا السلوك الايجابي في التعامل مع رسائل القراء الواردة إليهم هو الذي يوسع من دائرة المشاركة و يعزز التفاعل بين طرفي العملية الاتصالية.

جدول رقم (4)

مدى قراءة الصحفيين للرسائل الواردة إليهم

م	التكرار / القراءة	ك	%
1	أقرؤها جميعا	34	82.9
2	أقرأ بعضها فقط	4	9.8
3	أقرأ الرسائل التي أعرف أصحابها	3	7.3
4	لا أقرأ أيا منها	-	-
المجموع		41	100

مدى قراءة الصحفيين للرسائل الواردة إليهم:

بناء على ما جاء في الجدول السابق، فقد أفاد معظم المبحوثين 82.9٪ بقراءتهم لرسائل القراء الواردة إليهم، مما يشير إلى اهتمامهم بردود أفعال هؤلاء القراء و رغبتهم في تنمية التواصل معهم في حين أن النسبة الباقية من المبحوثين يتحدد تعاملهم مع هذه الرسائل بناءا : أما عل عنصر المعرفة أو أهمية الرسائل نفسها، فلا يقرؤون سوا الرسائل التي يعرفون أصحابها فقط أو التي ربما بدت لهم مهمة من خلال عنوانها أو شخصية مرسلها، و في كلتا الحالتين فهو مما يخذ على هؤلاء الصحفيين فيما يتعلق بأقل استحقاقات هذه الرسائل طالما و قد ذيلوا مقالاتهم بعناوين بريدهم الالكترونية،فقد كان الأحرى بهم قراءة جميع رسائل القراء الواردة إليهم.

جدول رقم (5)

مدى رد الصحفيين على رسائل القراء

م	التكرار / الرد	ك	%
1	أرد على المهم منها فقط	18	43.9
2	أرد عليها جميعا	15	36.6
3	أرد عل بعضها فقط	6	14.6
4	ليس لدي وقت للرد على الرسائل	2	4.9
المجموع		41	100

5- مدى رد الصحفيين على رسائل القراء :

بالرجوع إلى البيانات الواردة في الجدول أعلاه،اتضح أن أغلب الصحفيين قد أبدوا تعاملا ايجابيا فيما يتعلق بالتغذية المرتدة، و هو مل يمكن التنبؤ معه بتنامي دائرة التفاعل مستقبلا من خلال البريد الالكتروني بين القراء والصحفيين في حال استمرار الاهتمام بهذه الرسائل على هذا النحو .في حين أفاد اثنان فقط من المبحوثين بعدم ردهم على هذه الرسائل، و هو ما يمكن تفسيره في ضوء خصائص عينة هذه الدراسة من حيث استخدامهم جميعا للبريد الالكتروني.

جدول رقم (6)

مدى احتفاظ الصحفيين برسائل القراء

م	التكرار / الاحتفاظ	ك	%
1	حسب أهمية الرسالة	23	56.1
2	أحتفظ بها جميعا	9	22.0
3	أحتفظ ببعضها فقط	6	14.6
4	أحذفها كلها	3	7.3
المجموع		41	100

6- مدى احتفاظ الصحفيين برسائل القراء :

بالرجوع إلى البيانات الواردة في الجدول أعلاه اتضح ميل أغلب الصحفيين إلى تكوين "أرشيف الكتروني" يتم الاحتفاظ فيه بالرسائل الواردة إليهم من القراء حيث بلغت نسبة ذلك بين المبحوثين "92.7٪"، و أن تفاوت مستويات حفظهم له الرسائل ما بين الاحتفاظ بالمهم منها فقط "56.1٪" أو بها

جميعا 22٪ أو ببعضها فقط 14.6٪ و يرجع الفضل في ذلك إلى السعة المجانية التي تتيحها محركات البحث و بخاصة في الآونة الأخيرة، فمحرك ""ياهو"Yahoo "" مثلا يتيح حاليا بريدا الكترونيا سعته " 3جيجا بايت" GB 0. 3أما "جوجل""Google " الي أدخل هذه الخدمة في عام2005 أعلن عن إتاحة بريد مجاني بسعة قدرها2.5 " جيجا بايت gigabytes" و هو ما سيمكن من الاحتفاظ بكم كبير من الرسائل، أما المبحوثين الذين أفادوا بحذف هذه الرسائل و عدم الاحتفاظ بها،فقد بلغوا "ثلاثة" فقط من إجمالي عينة الدراسة.

جدول رقم (7)

مدى انتظام التواصل بين القراء و الصحفيين

م	التكرار / الانتظام	ك	%
1	نعم...دائما	19	46.4
2	نعم...أحيانا	14	34.1
3	لا يوجد	8	19.5
المجموع		41	100

7- **مدى انتظام التواصل بين القراء و الصحفيين :**

في ضوء البيانات الواردة في الجدول أعلاه يمكن القول أن البريد الالكتروني قد أصبح وسيلة لتكوين علاقة جيدة بين طرفين مهمين من أطراف العملية الاتصالية،و هما: القارئ و الصحفي حيث أشارت نتائج التحليل الواردة في الجدول إلى انتظام عملية التواصل بين كل من القارئ من ناحية،و الصحفي من ناحية أخرى و تراوح ذلك ما بين"دائما" 46.4٪و "أحيانا"34.1٪ و هي مسألة تشير إلى نشاط فئة من القراء الجزائريين في استخدام هذه التقنية الاتصالية

و هذا بالنظر لتزايد ملكية الأفراد للحواسيب في منازلهم و كذا معقولية سعر الاشتراكات في الانترنت،إذ يقارب سعر شهر من الاشتراك 157 دح و هي قيمة تناسب الدخل الفردي للمواطن الجزائري.

جدول رقم (8)

مدى احتفاظ الصحفيين بالعناوين البريدية للقراء

م	التكرار / الاحتفاظ	ك	%
1	أحتفظ بعناوين الأشخاص المهمين فقط	17	41.4
2	أحتفظ ببعضها فقط في صفحة العناوين في بريدي الالكتروني	14	34.1
3	أحتفظ بها جميعا في صفحة العناوين في بريدي الالكتروني	10	24.4
المجموع		41	100

8- مدى احتفاظ الصحفيين بالعناوين البريدية للقراء:

من خلال نتائج التحليل الواردة في الجدول رقم 12 يمكن القول بأن المبحوثين قد أفادوا من الإمكانية التي يوفرها البريد الالكتروني، فيما يتعلق بالاحتفاظ بعناوين الأشخاص الذين يتم التراسل معهم على نحو منتظم،كما أبدوا حرصا على استدامة نوع من العلاقة مع قرائهم،حيث غاب كلية حذف عناوين المراسلين،و تراوح تعامل المبحوثين مع هذه العناوين،ما بين الاحتفاظ بعناوين الأشخاص المهمين منهم فقط 41.5٪،تلاهم من يحتفظون ببضعها فقط 34.1٪و أخيرا الاحتفاظ بهذه العناوين جميعا 24.4٪ و هذا الوجه- بشكل عام- يساعد في تحقيق أغراض عدة أوضحها الجدول التالي:

جدول رقم (9)

مدى حرص الصحفيين على تجديد التواصل مع القراء

م	التكرار / الحرص	ك	%
1	أرسل إليهم رسائل معايدة في الأعياد و المناسبات	15	36.6
2	لا أفعل شيئا	14	34.2
3	أرسل إليهم بعض الموضوعات المهمة أحيانا	15	36.6
4	أدلهم على بعض الأنشطة المناسبة لهم	6	14.6

النسبة المئوية من إجمالي العينة(ن=41)

9- مدى حرص الصحفيين على تجديد التواصل مع القراء:

من ميزات البريد الالكتروني أنه يمكن من تأسيس علاقة متعددة المنافع بين المتعاملين من خلاله تمكن من تحقيق أشياء عديدة في أقصى سرعة ممكنة و من هنا فقد أبدى المبحوثون حرصا على بناء علاقة من هذا النوع من قراءهم حيث حرص معظمهم- الجدول رقم 13- على تجديد التواصل مع القراء في الأعياد و المناسبات الخاصة و ذلك من خلال إرسال رسائل معايدة إليهم في الترتيب الأول 36.6٪ و في الترتيب الثاني جاء عدم قيام المبحوثين بأي شيء من وسائل تجديد هذا التواصل 34.1٪ تلا ذلك قيام بعضهم 36.6 أحيانا بإرسال بعض الموضوعات المهمة التي تقع تحت أيديهم و يشعرون أنها تهم بعض قرائهم أو تعود بالنفع عليهم و أخيرا قيام المبحوثين بإخبارهم عن بعض الأنشطة المناسبة لهم14.6٪، أما الأنشطة الأخرى التي أضافها بعضهم فقد تمثلت في الرد على القراء من خلال مقالاتهم المنشورة لاحقا في الصحيفة نفسها أو في صحف أخرى.

جدول رقم (10)

الجهة الغالبة على المتواصلين مع الصحفيين

م	التكرار / الجهة	ك	%
1	غير محدد	18	43.9
2	من داخل الجزائر	16	39.0
3	من خارج الجزائر	7	17.1
المجموع		41	100

10- الجهة الغالبة على المتواصلين مع الصحفيين:

عززت البيانات الواردة في الجدول أعلاه الاستنتاج السابق القائل بعدم التعرف على هوية المتعاملين مع البريد الالكتروني، حيث أفاد معظم المبحوثين بعدم تعرفهم على الأمكنة التي ترد منها رسائل القراء الالكترونية، و وصلت هذه النسبة إلى 43.9٪من مجموع الأمكنة الواردة منها رسائل القراء نفي حين جاء المتواصلون مع الصحفيين من داخل الجزائر في الترتيب الثاني 39٪، و أخيرا الرسائل الواردة إليهم من "خارج الجزائر" 17.1٪، و الذي يشير إلى العائد المتحقق من توسيع قاعدة انتشار الصحف الجزائرية،و التعرض إليها من قبل القراء الجزائريين و غيرهم من المقيمين خارج الجزائر،جراء إتاحتها على شبكة "الإنترنت"،أما قلة الرسالة الواردة من خارج الجزائر،و من قراء غير جزائريين بالتحديد،فهو ما يمكن إرجاعه إلى عدم وجود تفاعل من قراء على نطاق عربي حتى وقت إجراء هذه الدراسة.

جدول رقم (11)

مدى تفعيل البريد الالكتروني للتواصل بين القراء و الصحفيين

م	التكرار / التفعيل	ك	%
1	نعم كثيرا	29	70.7
2	نعم إلى حد ما	11	26.8
3	لم يضف جديدا	1	2.5
	المجموع	41	100

11-مدى تفعيل البريد الالكتروني للتواصل بين القراء و الصحفيين- :

وفقا لأغلب أراء المبحوثين الواردة في الجدول رقم 15،فان البريد لالكتروني قد شكل إضافة ملموسة،أتاحت فرصة كبيرة للتفاعل بين كل من "القراء و الصحفيين، حيث أتت في الترتيب الأول نسبة "المبحوثين" الذين رأوا أن هذه الوسيلة مكنت كثيرا من ذلك 70.7٪ منهم فقط بأن هذه الوسيلة لم تشكل إضافة تذكر للعمل الصحفي.

جدول رقم (12)

أكثر الموضوعات التي يتفاعل معها القراء

م	التكرار / الموضوعات	ك	%
1	الموضوعات السياسية	33	80.5
2	الموضوعات التي تتناول قضية أو مشكلة اجتماعية	21	51.2
3	الموضوعات الاجتماعية	20	48.8
4	الموضوعات الدينية	10	24.4
5	الموضوعات الأدبية	3	7.3
6	الموضوعات التعليمية	2	4.9
7	الموضوعات الرياضية	2	4.9
	لا ألاحظ فرقا في هذا الخصوص	2	4.9

النسبة المئوية من إجمالي العينة(ن=41)

12- أكثر الموضوعات التي يتفاعل معها القراء :

بناءا على ردود المبحوثين الواردة في الجدول رقم "16" يمكن القول بأن جمهور القراء الجزائريين مهتمون بالشأن السياسي إلى حد ما، فالكتابة حول هذا الشأن هي أكثر الموضوعات التي تنال اهتمامهم، و

تلقى تفاعلا أكثر منهم، و ذلك وفقا لإفادة أغلب المبحوثين "80.5٪"، و الذي يمكن تفسيره في ضوء هامش حرية التعبير المتاحة حاليا في البيئة الجزائرية الصراعات الدائرة بين القوى السياسية المختلفة على الساحة الجزائرية،و المنشورة على صفحات الجرا، تلالورقية أو على المواقع الصحفية المنشأة حديثا على شبكة الانترنت، و التي غدت تفتح مجالا لنشر كتابات متحررة من كثير القيود الرقابية التي تخضع لها الصحف الورقية، و منها ما تحاول الانفتاح على معظم الآراء،و مختلف الاتجاهات،لعل ذلك من أهم العوامل التي تستثير تفاعل القراء في المشاركة في الهم السياسي الوطني،و التفاعل مع ما يكتب في هذا الخصوص،تلا ذلك الموضوعات التي تتناول قضية من قضايا المجتمع أو مشكلة من مشاكله "51.2٪" و هي امتداد لسابقها، و ما أكثر الموضوعات من هذا النوع في البيئة الجزائرية، و التي لا تتطلب سوى حاسة صحفية متميزة، لتصوغ منها مادة خصبة تنال اهتمام القراء و تلقى تفاعلهم معها، تلا ذلك الموضوعات الاجتماعية "48.8٪" ثم الموضوعات الدينية "24.4٪"، و يمكن تفسير انخفاض نسبة الرسائل الواردة في بقية الموضوعات الأخرى نظرا لتخصصها في حين أن عينة المبحوثين هم من الصحفيين المهتمين بالشأن العام بصفة أساسية.

جدول رقم (13)

مدى تزويد رسائل القراء للصحفيين بأفكار جديدة

م	التكرار / التزويد	ك	%
1	نعم ...أحيانا	30	73.2
2	نعم... دائما	7	17.1
3	لا تزودني بأي فكرة جديدة	4	9.7
	المجموع	41	100

13- مدى تزويد رسائل القراء للصحفيين بأفكار جديدة:

مثلت رسائل القراء بالنسبة للمبحوثين مصدرا ثريا للحصول على أفكار لكتابة مقالات جديدة، أو ربما تناول لأخرى قديمة من زوايا مختلفة، و ذلك وفقا لإجاباتهم الواردة في الجدول رقم "17"، و التي استأثرت بنسبة كبيرة منهم "90.3"، و توزعت ما بين "أحيانا" 73.2 و ""دائما" "17.1"، وهي نتيجة تشير إلى الإضافة الواضحة التي يمثلها "البريد الالكتروني" في العمل الصحفي الآخذ بسبل التواصل الحديثة، في حين لم تمثل نسبة المبحوثين الذين أفادوا بأن هذه الرسائل لم تزودهم بأي أفكار جديدة سوى 9.8٪ من إجمالي المبحوثين، و قد تتمثل هذه الفئة في أولئك الذين ذكروا عدم حرصهم على قراءة رسائل القراء الواردة إلى بريدهم الالكتروني.

جدول رقم (14)

اتجاهات القراء إزاء المواد المكتوبة

م	التكرار / الاتجاه	ك	%
1	اتفاق في بعضها و اختلاف بعضها الآخر	25	61.0
2	اتفاق مع المكتوب	15	36.6
3	توجيه لوم	1	2.4
4	اختلاف مع المكتوب	_	_
5	طلب تقديم خدمة معينة	_	_
	المجموع	41	100

14- اتجاهات القراء إزاء المواد المكتوبة:

تمثلت أغلب اتجاهات رسائل القراء إزاء الموضوعات المكتوبة،في اتفاق في بعض ما يطرحه الصحفيون إزاء المشكلات و القضايا المختلفة،و اختلاف في بعضها الآخر 61٪، و ذلك وفقا لإجابات المبحوثين الواردة في الجدول رقم 18،و تلك بيعة إنسانية،فإجماع الناس على شيء واحد غاية لا تدرك- كما يقال- ،و جاءت اتجاهات الاتفاق مع المواد المكتوبة في "الترتيب الثاني"، و مثلت نسبة قدرها 36.6٪ منهم،و على الرغم من صعوبة التعرف على هوية المرسلين عبر البريد الالكتروني،و ما يترتب على ذلك من كتابة رسائل خارجة،أو توجيه عبارات نابية،إلا أن استخدامه على هذا النحو لم يذكره سوى صحفي واحد،و هو ما يشير إلى ايجابية القارئ الجزائري في استخدام هذه الوسيلة في هذا الخصوص.

جدول رقم (15)

مدى تأثير رسائل القراء على آراء الصحفيين

م	التكرار / التأثير	ك	%
1	لم يحدث ذلك	19	46.3
2	نعم...أحيانا	12	29.3
3	نعم...نادرا	10	24.4
	المجموع	41	100

15- تأثير رسائل القراء على آراء الصحفيين:

أشارت البيانات الواردة في الجدول رقم 19 على تأثير "التغذية المرتدة" الآتية من "المستقبل" إلى "المرسل"، و المتمثلة هما في رسائل القراء، و التي نتج عنها- وفقا لإجابات المبحوثين- تغيير أكثر من نصف المبحوثين 53.7٪ لآرائهم أو بعضها نتيجة للمضامين الواردة في هذه الرسائل،و الذي يمكن أن يتم من خلال معلومات يرسلها "القراء" إلى "الصحفيين"، أو لفت أنظارهم إلى جوانب قد تكون غابت عنهم،مما أدى إلى إحداث ذلك التغير،الذي و إن تفاوت ما بين" أحيانا"29.3٪، و "نادرا"24.4٪نالا انه يحمل بعدا مهما،يتمثل في تأثير عكسي للرسالة الاتصالية، يقع من "المستقبل" على "المرسل"،و يرجع ذلك إلى ما يتميز به "البريد الالكتروني" كوسيلة اتصال"سريعة"،و "ديمقراطية"تتمكن القراء من التعبير عن أرائهم،و توصيلها إلى الصحفي بأقصى سرعة ممكنة،و تتفق هذه النتيجة مع ما انتهت إليه .

خاتمة الدراسة و أهم المقترحات:

في ضوء أفاق التفاعل العديدة التي تتيحها شبكة الانترنت و في عصر الصحافة الالكترونية حاولت هذه الدراسة التعرف على أنماط التفاعل الذي يتم بين القراء و الصحفيين من خلال البريد الالكتروني،و ذلك من خلال استقصاء أراء عينة قدرها "41" صحفيا جزائريا تم اختيارها بواسطة الحصر الشامل .

و قد انتهت هذه الدراسة إلى جملة من النتائج أهمها :تصدر البريد الالكتروني كأداة فعالة و وسيلة للتواصل بين القراء و الصحفيين الذين يستخدمون هذه الوسيلة،و قد حرص معظمهم على فتح بريدهم كل يوم سواء في المنزل أو العمل أو مقاهي الانترنت،أما عدد الرسائل التي تردهم بعد نشر مقالاتهم الصحفية فقد تراوحت بين رسالة إلى ثلاث رسائل في المقام الأول،و اهتم اغلب المبحوثين بفتح هذه الرسائل بصفة منتظمة،و قراءتها و الرد عليها و استغرق ذلك ساعة منهم غالبا،وفي الوقت الذي حرص فيه اغلبهم على حفظ هذه الرسائل و عناوين أصحابها و تجديد التواصل بينهم .

و وفقا لأغلب أراء المبحوثين فان البريد الالكتروني قد شكل إضافة ملموسة للعمل الصحفي،و أتاح فرصة للتفاعل بينهم و بين القراء و خاصة في الموضوعات السياسية التي تفاوتت حولها الآراء بين الطرفين غالبا،كما مثلت رسائل القراء بالنسبة للمبحوثين مصدرا ثريا للحصول على أفكار لكتابة مقالات جديدة،إضافة إلى تأثيرها على بعض أراء الصحفيين إزاء بعض الموضوعات،و قد أبدى الصحفيون الجزائريون ايجابية عالية في رؤيتهم للبريد الالكتروني،سواء من حيث العبارات الايجابية العديدة التي وصفوه بها،أو فيما يتعلق بكونه أداة حديثة للتواصل الفعال بينهم و بين القراء،و بخاصة فيما يتعلق بإضافته المتميزة في العمل الصحفي و بناء علاقة جديدة مع القارئ،و فعاليته للتواصل مع القراء،و توسيعه من انتشار المادة الصحفية،و فتحه مجالات من الحوار مع القارئ و مع زملاء المهنة و على الرغم من امتلاك معظم المبحوثين لأجهزة حواسيب.إلا أن بعض المعوقات تحول من التواصل الدائم.

أهم المقترحات من اجل تحسين وضع الصحفي الجزائري الحالي و الارتقاء بمستوى الأداء المهني فان الباحثة تضع المقترحات التالية أمام المعنيين بالقرار و المهتمين بتحسين هذا الوضع مؤسسات و أفراد

توفير المؤسسات الصحفية صناديق بريد الكترونية و الإعلان عنها في مواقعها الخاصة بها على شبكة الانترنت .

تفعيل المؤسسات الصحفية لاستخدام تقنية البريد الالكتروني من خلال اعتماده كوسيلة للتراسل في بيئة العمل و التواصل مع القراء.

أن يحرص الصحفيون على التعلم الذاتي و تطوير المهارات الصحفية،و توسيع قنوات التفاعل مع القراء.

ملحق رقم (1)

مواقع الصحف الالكترونية التي شملتها الدراسة

م	اسم الصحيفة	الموقع الالكتروني على شبكة الانترنت
1	الخبر	www .elkhabar.com
2	الوطن	www .elWatan.com
3	النهار	www .ennaharonline.com
4	الشروق	www .echouroukonline.com
5	المساء	www .el-massa.com
6	دزاير نيوز	www .djazairnews.com
7	المسار العربي الجزائري	www .elmassar-ar.com
8	الأحداث الجزائرية	www .elahdath.net
9	أخر ساعة	www .akhersaa-dz.com
10	الفجر	www .elfadjer.com

قائمة المراجع :

1- Adam،r(202)is Email adectiv ? aslib proceeding،54(2)،86

2-Bonebrake،K(2002 Novembre،6)College Students'internet use ،relashionship ،Formation، and personality correlates،cyber psychology &Behavior،551

3- Bone brake،k.College Students'internet use relation ship،formation،and Personality Correlates،op ،cite،551

4-Boneva،B.،kraut،R.،&Frohlich،D،(2001)،Using E-mail for Personal Relationships :The Difference Gender Makes،The American Behavioarl Scientist ،45(3)،530-548.

5- Khaled Zouari، Lecture communicationnelle de l'usage et de l'appropriation de la presse électronique au Maghreb comme innovation socio-technique، Revue tunisienne de communication،N° 46،juillet/Décembre 2005

6- Mathieu Amauru، L'intérêt de l'interactivité dans la diffusion audiovisuelle،Univ de Provence-Départements SATIS 2006

7- Philip ،j t،october ،demmarer avec l'e-mail،information managment journal،35(4)،56،2001

8- Sadok Hammami،Element d'une méthodologie d'analyse de la presse éléctronique ،Revue tunisienne de communication، N° 46،juillet/Décembre 2005

9- د.حسني محمد نصر –الانترنت و الإعلام- الصحافة الالكترونية- مكتبة الفلاح للنشر و التوزيع- الطبعة الأولى 2001

10- د شريف درويش اللبان –الصحافة الالكترونية- دراسات في التفاعلية و تصميم المواقع- الدار المصرية اللبنانية- المكتبة الإعلامية 2005

11- د.محمد جاسم فلحي- النشر الالكتروني- الطباعة و الصحافة الالكترونية و الوسائط المتعددة- دار المناهج للنشر و التوزيع 2005

12- محمد سعد إبراهيم:استخدامات الصحافة المصرية للانترنت و مدى انعكاسها على الداء الصحفي في:تكنولوجيا الاتصال الواقع و المستقبل، بحوث و مناقشات المؤتمر العلمي الخامس لكلية الإعلام جامعة القاهرة1999

13- نجوى عبد السلام فهمي، التفاعلية في المواقع الإخبارية على شبكة الانترنت"دراسة تحليلية" المجلة المصرية لبحوث الرأي العام، المجلد الثاني، العدد 4- أكتوبر/ديسمبر 2005