

الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية
وزارة التعليم العالي والبحث العلمي
جامعة الأمير عبد القادر للعلوم الإسلامية - قسنطينة
كلية أصول الدين
ميدان التكوين: العلوم الإنسانية والاجتماعية
شعبة: العلوم الإنسانية – الدعوة والإعلام والاتصال
قسم الدعوة والإعلام والاتصال

مطبوعة ييداغوجية بعنوان: الصحافة الإلكترونية

موجهة لطلبة السنة الأولى ماستر تخصص: صحافة مطبوعة وإلكترونية

إعداد الدكتور:
رمضان بن بخمة

السنة الجامعية : 2021 – 2022 م

تقديم المطبوعة:

لقد ظهرت صحافة الإنترنت وتطورت كنتاج لشبكة الإنترنت العالمية، التي جاءت أيضا نتيجة المزج بين ثورة تكنولوجيا الاتصالات، وثورة تكنولوجيا الحاسبات بما يعرف بالتقنية الرقمية، وكانت البدايات الفعلية نتيجة لما أحدثته ثورتنا الاتصال والمعلومات، وما نجم عنها من تقنيات وتطورات ألفت بظلالها على الصحافة المطبوعة كجزء من منظومة وسائل الإعلام التقليدية (الراديو، التلفزيون، والصحف) وبدأت تتكون حول نظم الحاسبات المرتبطة ببعضها البعض من خلال شبكة الكمبيوتر، سواء المحلية أو الدولية، وما تضمنته هذه الشبكات من بث إعلامي يعتمد وسائل تعبير متعددة كالصوت والنص والصورة واللون وغيرها، ولم تكف تمضي سنوات على ظهور الإنترنت حتى امتلأت الشبكة الدولية للمعلومات بالعشرات من المواقع التي تعتبر نسخاً إلكترونية لصحف ورقية أو مواقع كبيرة تنشر المواد الإعلامية التي تقدمها الصحيفة الورقية، مما أدى إلى تغيير في مفهوم العمل الصحفي، وذلك حينما شرعت كبريات الصحف العالمية في الدخول إلى شبكة الإنترنت، حيث لم تعد تهتم بإصدار صحف مطبوعة، بل أصبحت تسعى إلى تطبيق منطوق جديد، يسمح بنقل الأخبار والمعلومات بعمق، مستغلة في ذلك الإمكانيات الهائلة التي وفرتها التكنولوجيا الحديثة، ممثلة في شبكة الإنترنت، لتسمح بظهور منتج حديد بات يطلق عليه الصحافة الإلكترونية، أو صحافة الإنترنت.

عرفت ظاهرة الصحافة الإلكترونية ازدهارا كبيرا في السنوات الأخيرة كنوع إعلامي جديد يجمع بين خصائص كل الوسائل الإعلامية مجتمعة، مستفيدة بذلك من السمات الشكلية عبر شبكة الإنترنت، والمزايا المتعددة التي وفرتها هذه الأخيرة من وسائل متعددة، وخدمات تفاعلية، وغيرها، كما استطاعت الصحافة الإلكترونية أن تحتل مكانة بارزة، وأن تحظى باهتمام الكثير من الباحثين والدارسين.

ويعد التحول الإلكتروني في الإصدار الصحفي ثورة بالمعنى المتكامل، فإذا كان مصطلح ثورة يعني التحول من حالة إلى أخرى، فإن الصحيفة تشهد هذه الوضعية بالضبط في الوقت الحاضر، إذ بدأت الصحيفة تتحول من منتج مطبوع إلى منتج يتم استقباله على الشاشة، وإذا كان الشائع تقسيم وسائل الإعلام إلى وسائل إلكترونية (إذاعة وتلفزيون)، ووسائل مطبوعة (جرائد ومجلات)، فإن الصورة الحاضرة الآن في مجال تكنولوجيا الاتصال تضع كافة الوسائل الاتصالية في إطار تكنولوجي واحد حيث تصبح جميعاً وسائل إلكترونية.

تأتي هذه مطبوعة في مقياس الصحافة الإلكترونية الموجهة لطلبة السنة الأولى ماستر، تخصص صحافة مطبوعة وإلكترونية، والمبرمجة خلال السداسي الأول من مساهم التكويني، لتمكين الطالب من التحكم في المعارف النظرية، وتعريف الطلبة بظروف بنشأة وتطور من شبكة الإنترنت على المستويين العالمي والعربي، وتمكينهم من التعرف على الوظائف الإعلامية لشبكة الإنترنت، وتعريفهم بنشأة وتطور الصحافة الإلكترونية في

دول العالم العربي والعربي على حد سواء، ومعرفة خصائصها وسماتها، أنواعها، الخدمات التي تقدمها، وأهم جوانب التشابه والاختلاف بين الصحافة المطبوعة (الورقية) والصحافة الإلكترونية، ثم الانتقال بهم إلى عنصر التفاعلية الذي يعد أهم خاصية في عالم الصحافة الإلكترونية، وتعريفهم بأهم الخدمات التفاعلية التي تقدمها مواقع الصحف الإلكترونية، وتمكينهم من استكشاف السمات المميزة لجمهور الصحافة الإلكترونية، مع إعطائهم نماذج عن أهم الصحف الإلكترونية في العالم العربي، وفي الجزائر، والوصول بهم إلى التعرف على مستقبل العلاقة بين الصحافة المطبوعة والإلكترونية.

أهداف تعليم المادة:

إن تدريس هذه المادة يهدف إلى تحقيق ما يلي:

- تعريف الطلبة بنشأة وتطور الصحافة الإلكترونية.
- تمكين الطلبة من اكتشاف أهمية الصحافة الإلكترونية.
- تمكين الطلبة من معرفة خصائص الصحافة الإلكترونية، وأهم جوانب التشابه والاختلاف بين الصحافة المطبوعة (الورقية) والصحافة الإلكترونية

متطلبات المادة :

- الإحاطة بأهم التطورات في مجال تكنولوجيات الإعلام والاتصال.
- معرفة أهمية الإنترنت ووظيفتها الإعلامي.

فهرس المحتويات

الصفحة	فهرس المحتويات
2-1	تقديم المطبوعة
21-6	المحاضرة الأولى: شبكة الإنترنت: نشأتها، تطورها استخداماتها
6	تمهيد :
7	1- تعريف الإنترنت
8	2- بداية الإنترنت
13	3- مراحل تطور الإنترنت
19	4- خصائص الانترنت كوسيلة اتصال
21	5- من يستفيد من الإنترنت
31-22	المحاضرة الثانية: الوظائف الإعلامية لشبكة الإنترنت
22	1- الخدمات الرئيسية لشبكة الإنترنت
28	2- الوظائف الإعلامية لشبكة الإنترنت
30	3- سلبيات الإنترنت
42-32	المحاضرة الثالثة: الصحافة الإلكترونية: المفهوم، النشأة ، التطور.
32	تمهيد:
32	1- مفهوم الصحافة الإلكترونية
34	2- المحددات الأساسية لمفهوم الصحافة الإلكترونية
35	3- معايير وضوابط الصحافة الإلكترونية
36	4- نشوء وتطور الصحافة الإلكترونية في العالم
41	5- عوامل ظهور وتطور الصحافة الإلكترونية
49-43	المحاضرة الرابعة : خصائص الصحافة الإلكترونية
43	تمهيد:
41	1- أهم الخصائص التي تميز الصحافة الإلكترونية

49	2- مواصفات الصحفي الإلكتروني
56-50	المحاضرة الخامسة: أنواع الصحافة الإلكترونية
50	تمهيد:
50	1- أنواع الصحف الإلكترونية باعتبار وجود أصل مطبوع أو عدمه
52	2- أنواع الصحف الإلكترونية باعتبار نوع التقنية المستخدمة في الموقع
53	3- تصنيفات أخرى
64-57	المحاضرة السادسة: خدمات الصحافة الإلكترونية
57	تمهيد:
57	1- خدمات الصحافة الإلكترونية
71-65	المحاضرة السابعة: أوجه الاختلاف والتشابه بين الصحافة الورقية والإلكترونية
65	تمهيد:
65	1- أوجه التشابه:
65	2- أوجه المقارنة :
81-72	المحاضرة الثامنة : التفاعلية في صحف الإلكترونية و آلياتها
72	1- مفهوم التفاعلية
74	2- محددات التفاعلية:
75	3- الخدمات التفاعلية للصحف الإلكترونية
81	4- مستوى قياس التفاعلية
87-82	المحاضرة التاسعة: القائم بالاتصال في الصحافة الإلكترونية:
82	تمهيد
82	1- مفهوم القائم بالاتصال في الصحافة الإلكترونية
84	2- القائم بالاتصال والتحول من البيئة التقليدية إلى البيئة الإلكترونية
86	3- علاقة القائم بالاتصال في الصحافة الإلكترونية بالجمهور
87	4- اخلاقيات القائم بالاتصال بين الصحافة الإلكترونية والتقليدية

96-88	المحاضرة العاشرة: جمهور الصحافة الإلكترونية
88	تمهيد
89	1- تعريف الجمهور:
91	2- مراحل تكوين جمهور الصحافة الإلكترونية:
93	3- خصائص جمهور الصحف الإلكترونية:
101-97	المحاضرة الحادية عشر: نماذج من الصحافة الإلكترونية في البلدان العربية
97	1- نشأة الصحافة الإلكترونية في البلدان العربية
98	2- مراحل تطور الصحافة الإلكترونية في ابلدان العربية
109-101	المحاضرة الثانية عشر: نماذج من الصحافة الإلكترونية في الجزائر:
101	1- ظهور الصحافة الإلكترونية في الجزائر
106	2- أنواع و نماذج الصحافة الإلكترونية في الجزائر
108	3- الصعوبات الي تواجه الصحافة الإلكترونية الجزائرية
116-110	المحاضرة الثالثة عشر: مستقبل الصحافة المطبوعة والإلكترونية
110	1- العلاقة بين الصحافة المطبوعة والصحافة الإلكترونية
111	الاتجاه الأول : الصحافة الإلكترونية مكملة للصحافة المكتوبة
113	الاتجاه الثاني: الصحافة الإلكترونية بديل للصحافة المكتوبة:
115	الاتجاه الثالث : لا يمكن الحكم على مستقبل الصحيفة الورقية أو الإلكترونية الآن:
116	2- حلول مُقدّمة للصحافة الورقية للحفاظ على مكانتها في مواجهة الإلكترونية
117	قائمة المصادر والمراجع:

تمهيد :

يعد الإنترنت أحدث التقنيات الاتصالية التي عرفها العالم خلال العقدين الماضيين، حيث استطاعت الشبكة بما تمتلكه من سمات اتصالية وتقنية متميزة، أن تقلب المفاهيم المكانية والزمانية للإنتاج والتطبيقات الإعلامية في العالم، سمحت من خلالها لمستخدميها الاختيار بحرية ما يريدون من خدمات اتصالية تتلاءم وحاجاتهم¹.

لقد حقق الإنترنت ثورة معلوماتية واتصالية، وذلك من خلال تقديمها شكلا جديدا من أشكال التواصل البشري فيما يسمونه: "التواصل الجماهيري الثنائي الاتجاه غير الخاضع للرقابة"²، مما أدى زيادة مستخدميها بصورة تفوق أعداد مستخدمي أية وسيلة إعلامي أخرى خلال الفترة نفسها، ويقول الدكتور لقاء مكّي "لقد أحتاج الإنترنت إلى أربع سنوات فقط ليصل إلى خمسين مليون مستخدم، في حين أن تقنية الهاتف وصلت إلى نفس العدد خلال 74 سنة، واحتاج التلفزيون إلى 13 سنة ليحصل على النتيجة ذاتها"³.

ويرى فايز عبد الله الشهري أن الإنترنت قناة معلومات علمية حققت التكامل والاندماج التقني بين العديد من وسائل الاتصال⁴، ونتيجة الاعتماد المتزايد على شبكة الإنترنت باعتبارها الأداة الأحدث والأكثر تناميا في مجال الاتصال، فقد أهتم الباحثون والمختصون في مجال الاتصال الجماهيري بدراسة الإنترنت.

وأشارت الدراسات إلى تجاوز عدد مستخدمي الإنترنت في العالم 2 مليار مستخدم عام 2011، أي حوالي ثلث سكان العالم، وهو رقم يمثل زيادة بلغت 480.4 بالمائة عما كانت عليه عام 2000⁵، وكشفت بيانات جديدة صادرة عن الاتحاد الدولي للاتصالات، وهي وكالة الأمم المتحدة المتخصصة بتكنولوجيا الاتصالات، عن نمو عالمي قوي في استخدام الإنترنت، مع ارتفاع العدد التقديري للأشخاص الذين استخدموا الإنترنت إلى 4.9 مليار شخص في 2021، عما كان عليه في عام 2019 - حوالي 4.1 مليار شخص-.

يأتي هذا بمثابة أخبار جيدة للتنمية العالمية، ومع ذلك تؤكد بيانات الاتحاد الدولي للاتصالات أن القدرة على الاتصال لا تزال غير متكافئة إلى حد كبير، إذ تشير التقديرات إلى أن 37 في المائة من سكان العالم - أو 2.9

¹ ماهر عودة، محمود عزت اللحام، مصطفى يوسف كافي: الإعلام الرقمي الجديد، دار الإعصار للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، ط1، 2015، ص 37.

² صابر فلحوط ومحمد البخاري، العولمة والتبادل الإعلامي الدولي، دار علاء الدين، دمشق، 1999 ص 8.

³ صحافة الإنترنت في ضوء المسؤولية الاجتماعية لوسائل الإعلام، مؤتمر صحافة الأنترنت في الوطن العربي الواقع والتحديات، جامعة الشارقة، كلية الاتصال 22 نوفمبر 2005 ص3.

⁴ فايز عبد الله الشهري، التحديات الأمنية المصاحبة لوسائل الاتصال الجديدة، دبي، دار الحكمة، 2003 ص 21.

⁵ ماهر عودة، وآخرون، الإعلام الرقمي الجديد، المرجع السابق، ص 34.

مليار شخص - لم يستخدموا الإنترنت قط حتى الآن، من بين 2.9 مليار شخص غير متصلين بالإنترنت، يعيش ما يقدر بنحو 96 في المائة منهم في البلدان النامية¹.

1- تعريف الإنترنت:

لغة: كلمة (Internet) إنجليزية الأصل مكونة من كلمتين هما:

- كلمة (Inter connection) وتعني ربط أكثر من شيء ببعضه البعض.
- وكلمة (net work) وتعني شبكة.

فأخذ من الكلمة الأولى (Inter) ، ومن الثانية (net) ، وهذا يعني أن مئات الشبكات المربوطة مع بعضها البعض - مكونة من حواسيب آلية مختلفة وكذلك تكنولوجيا مختلفة - تم توصيلها بطريقة بسيطة وسهلة، بحيث تبدو وكأنها قطعة واحدة أو نظام واحد².

وكلمة إنترنت لم تكن معروفة في اللغة الإنجليزية قبل مسماها، بل نشأت نتيجة إدخال السابقة Inter التي تشير إلى العلاقة البينية بين شيئين أو أكثر وكلمة net التي تعني الشبكة، لتعكس حقيقة أن الإنترنت هي شبكة واسعة تربط بين عديد من الشبكات المحدودة³، وبالفعل فهذه الشبكة تشمل عددا كبيرا من الشبكات المترابطة فيما بينها في جميع أنحاء العالم⁴.

ويذهب كل من الدكاترة ماهر عودة، محمود عزت اللحام، مصطفى يوسف كافي في كتابهم الإعلام الرقمي الجديد إلى أن الإنترنت مشتق من مسمى شبكة المعلومات التي يطلق عليها في اللغة الإنجليزية International Net Work ، كما يطلق على الإنترنت عدة تسميات منها The Net أو الشبكة العالمية World Net أو الشبكة العنكبوتية The Web ، أو الطريق الإلكتروني السريع للمعلومات Electronic Super High Way⁵.

اصطلاحا:

رغم المعنى اللغوي الواضح للإنترنت، إلا أن تعريفاتها الاصطلاحية قد تعددت، وتنوعت، وذلك بتعدد وتنوع الاتجاهات التي يستند إليها كل باحث أو منظمة في تقديمها لتعريف معين للإنترنت.

¹ الاتحاد الدولي للاتصالات: 2.9 مليار شخص ما زالوا بدون إنترنت، 96% منهم يعيشون في البلدان النامية، متاح على الرابط:

<https://news.un.org/ar/story/2021/11/1088642>

² علي محمد شمو: التكنولوجيا الحديثة والاتصال الدولي والإنترنت، الشبكة السعودية للأبحاث، جدة، ط1، 1991، ص 232.

³ محمد عمر الحاجي، الإنترنت إيجابياته وسلبياته، دار المكثبي لطباعة والنشر والتوزيع، دمشق، ط1، 2002، ص13.

⁴ خليل صابات، جمال عبد العظيم، وسائل الاتصال نشأتها وتطورها، مكتبة الأنجلو المصرية، القاهرة، 2001، ط9، ص 521.

⁵ ماهر عودة، وآخرون ، المرجع السابق، ص 39.

فقد تعددت التعاريف، كل يعرفها حسب اتجاهه وتخصصه العلمي ، و من الصعب أن نجد تعريفا شاملا للإنترنت ومحددا ويتفق عليه الجميع.

ومن بين التعريفات التي تطرقت للإنترنت ما يلي:

- فهي: "عبارة عن مجموعة ضخمة من شبكات الاتصال المرتبط بعضها ببعض وتربط أجهزة الكمبيوتر عبر الخط الهاتفي، وعبر هذا الجهاز يستطيع المستخدم أن يرسل ما يشاء من معلومات ويستقبل ما يريد، وقد دخلت الإنترنت جميع مجالات الحياة، فهناك مواقع خاصة بالأخبار وأخرى لشتى الأفكار، وهناك المواقع العلمية المتخصصة والاقتصادية والاجتماعية والتجارية والمهنية والفكاهية والسياسية والدينية والإدارية"¹.
- " الإنترنت هي شبكة الشبكات التي تعمل بنظام نقل حزم البيانات Packet Switching ، وتستخدم بروتوكول الإنترنت Internet Protocol IP ، وهما أهم عنصرين ... ولكن الإنترنت هي شبكة الشبكات المحلية الأصغر، والتي تحمل وتنقل المعلومات بأشكالها المختلفة"².
- ويعرفها يحيى بن صالح الحربي بقوله: " الإنترنت عبارة عن شبكة كمبيوتر ضخمة وشاسعة المجموعة، وهي شبكة توصيل المجموعات بفائق السرعة، بوسع أي إنسان أن يمتلك جهاز الكمبيوتر أو الحاسب الشخصي أن يكون عضوا في مستخدمي نادي الإنترنت ... بحيث يمكن لمستخدم الإنترنت أن يحصل على كميات هائلة من المعلومات في شكل نصوص أو مخطوطات متنوعة أو مرئية..."³ ، لذا يفضل بيل غيتس صاحب الميكروسوفت استخدام تعبير "المعلومات في متناول يدك"، حيث يسلط الضوء على الفائدة، وليس على الشبكة نفسها⁴.

¹ محمد صاحب سلطان، وسائل الإعلام والاتصال دراسة في النشأة والتطور، دار المسيرة للنشر والتوزيع، عمان، 2012، ص 338-337.

² عباس مصطفى صادق، الإعلام الجديد المفاهيم والوسائل التطبيقية، دار الشروق للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، ط1، 2008، ص 59-60.

³ يحيى بن صالح محيا الحربي، الإذاعة التربوية أهميتها، أهدافها، نماذج تطبيقية، مكتبة الرشد، الرياض، المملكة العربية السعودية، ط1، 2005، ص 181.

⁴ بيل غيتس، المعلوماتية بعد الإنترنت، ترجمة عبدالسلام رضوان، سلسلة عالم المعرفة، 231، المجلس الوطني للثقافة والفنون والآداب، الكويت، مارس 1998، ص 16-17.

ويعرفها رحاب الداخلي بقوله: ((الإنترنت هو تلك الشبكة الإلكترونية المكونة من مجموعة من الشبكات التي تربط الناس والمعلومات، من خلال أجهزة الكمبيوتر والأجهزة الرقمية، بحيث تسمح بالاتصال بين شخص وآخر، وتسمح باسترجاع هذه المعلومات))¹.

ويرى أرنوند ديفور **A. Dufour** : "أن هناك العديد من التسميات التي يمكن أن تستخدمها للإشارة إلى الانترنت: شبكة الشبكات، الفضاء العالمي، الشبكة العنكبوتية الإلكترونية، الفضاء الافتراضي، فكلها ألفاظ تحاول تعيين ظاهرة الانترنت"².

وهناك العديد من التعريفات التي أطلقت عليها يمكن إيجازها كما يلي:

- شبكة الشبكات: أي أنها شبكة معلوماتية، أو مجموعة من الشبكات المعلوماتية.
 - منتدى عالمي: يتم من خلاله تبادل الأفكار والمعلومات وتطويرها خدمة للبشرية على مستوى العالم.
 - مكتبة بلا جدران: يمكن لمستخدميها الاطلاع على كافة أوعية المعلومات المتوفرة في مكتبات الإنترنت.
 - وسيلة اتصال حديثة: من أكبر فوائدها اختصار المسافات والزمن في نقل المعلومات بأوعيتها المختلفة³، بينما البعض يحصرها بأنها نوع من البريد الإلكتروني، يتم من خلاله تبادل الرسائل الإلكترونية، مع أي مشترك آخر أي مكان من العالم.
 - الإنترنت هي شبكة حواسيب ضخمة متصلة مع بعضها البعض.
 - الإنترنت بنية رقمية عالمية توصل فيما بين ملايين من أجهزة الكمبيوتر وعشرات الملايين من البشر.
- وهذه التعاريف تشير إلى أن الإنترنت هي شبكة الشبكات، وهذا يعني أنها عبارة عن مجموعة من شبكات الكمبيوتر المترابطة فيما بينها، والتي تشكل شبكة عالمية تسمى الإنترنت، أي أنها الشبكة التي تربط كامل الشبكات الموجودة في كامل الكرة الأرضية.

بالتالي فإن هذه الشبكة موجودة فعلا، وقائمة بذاتها فعلا، لكنها لا تتمتع بوجود مادي، مثل السيارة أو الباخرة أو العمارة ... يمكن أن نلمسها أو نشير إليها، لذلك وصفها الاستاذ فان بوتان بأنها شبكة ما بعد الشبكة، نستفيد من خدماتها، نستفيد من خدماتها، وتتصل بواسطتها، نتسلى بها... لكن لا يمكن أن نلمسها، ولهذا الأسباب وصفها العديد من الباحثين ب: المجرة الإلكترونية Galaxie electronique ، فهي حسب مارتن مور: مزيج لأكثر من أربعة آلاف وخمسمائة 4500 شبكة، بحيث يمكن لأي كان أن يتصل بها ويستفيد

¹ رحاب الداخلي، إنترنت الاتصال، في كتاب وسائل الإعلام من المنادي إلى الإنترنت، مجموعة مؤلفين، إشراف محمد سيد محمد، دار الفكر العربي، القاهرة، ط1، 2009، ص 49.

² Armond Dufour, Internet, Paris : puff, coll que sais- je ? 1996, p 3.

³ محمد السيد محمد: وسائل الإعلام من المنادي إلى الإنترنت، دار الفكر العربي، القاهرة، ط1، 2009، ص 49.

من خدماتها، بشرط أن تكون لديه بعض الأجهزة التي تمكنه من ذلك، وعلى رأسها جهاز كمبيوتر، ومضمن (مودم)، وخط هاتفي، واشتراك في الشبكة¹ (وفي وقتنا الحالي بالإمكان الاتصال بالإنترنت انطلاقاً من الهاتف النقال مباشرة).

فالإنترنت هي شبكة لتبادل المعلومات العالمية السريعة في شتى المجالات الحياتية: العلمية، الطبية، الثقافية، الاجتماعية، الاقتصادية، والإعلامية، وتعتبر شبكة الإنترنت أداة لربط العالم ببعضه البعض، مما يجعله قرية صغيرة، نستطيع من خلالها التعرف على حضارات وعادات وعلوم العالم².

ويعرفها الدكتور علي منعم القضاة بقوله: "الإنترنت هو شبكة كونية تربط ملايين من أجهزة الكمبيوتر المنتشرة عبر العالم من شبكات حكومية وشبكات جامعات، ومراكز بحوث، وشبكات تجارية، وخدمات فورية، ونشرات إلكترونية، يستخدمها معظم سكان الأرض المتعلمين في الوقت الحالي، وترتبط بهذه الشبكة كل دول العالم تقريباً، ويل إليها أي شخص يتوافر لديه جهاز كمبيوتر، ومودم، وخط هاتف، ليحصل على عدد غير محدود من المعلومات، وتتميز الإنترنت بأنها ليست مركزية، أي أن السيطرة عليها والتحكم بها غير ممكن بحكم تصميمها³".

وعليه فالإنترنت نظام اتصال عالمي لنقل البيانات عبر أنواع مختلفة من الوسائط، ويُمكن وصفه بأنه شبكة عالمية تربط شبكات مختلفة سواء كانت شبكات خاصة، أو عامة، أو تجارية، أو أكاديمية، أو حكومية بواسطة تقنيات لاسلكية أو ألياف ضوئية، ويستخدم الكمبيوتر بروتوكول التحكم في الإرسال / بروتوكول الإنترنت (بالإنجليزية TCP / IP): الذي يزوّده بمضيف يُمكنه من الوصول إلى الإنترنت، وقد رفعت شبكة الإنترنت معايير الشبكات العادية إلى المعايير العالمية

إن أهم ما يميز الإنترنت هو الكم الهائل من المعلومات الذي يمكنك الوصول إليه من خلالها، فيمكنك الحصول على معلومات عن أي موضوع تريده وبسرعة كبيرة.

وكمحرك بحث، تعد الإنترنت محرك بحث متميزة جداً، فسواء كنت تجمع معلومات عن شركة منافسة في الجانب الآخر من العالم أم تبحث عن معلومات عن شجرة عائلتك، ستجد كثيراً من المعلومات التي تريدها متاحة على الإنترنت.

¹ محمد لعقاب: مجتمع الإعلام والمعلومات، دراسة استكشافية للإنترنتيين الجزائريين، رسالة ماجستير، قسم علوم الإعلام والاتصال، الجزائر، ص106.

² رحاب الداخلي: إنترنت الاتصال، وسائل الإعلام من المنادي إلى الإنترنت، إشراف محمد سيد محمد، دار الفكر العربي، ص 50.

³ علي منعم القضاة، مساق الصحافة الإلكترونية، جامعة الدراسات العليا، كلية العلوم الإنسانية، قسم الإعلام، ص 10.

أما إذا كنت تقوم بنشر شيء على الإنترنت، فيمكن لأي شخص على الإنترنت الوصول إليه (بشرط أن يكون من السهل إيجاده).

وكأداة للتسويق، يمكن استخدامها بطرق كثيرة مفيدة. فمن الممكن لشركة صغيرة بيع منتجاتها وخدماتها على مستوى العالم، دون الحاجة إلى مندوب مبيعات واحد.

إن المشكلة هذه الأيام ليست في عدم إيجاد المعلومات ولكن في التعامل مع هذا القدر الهائل من المعلومات المتاحة. وبالإضافة إلى ذلك، فإنك لا تعرف مدى دقة المعلومات التي تصل إليها وإذا كانت حديثة أم لا¹، فقد استطاع الإنترنت خلال سنوات قليلة من الزمن أن تساهم في تغيير الثقافات والمواقف في شتى مجالات الحياة، وخاصة على وسائل الإعلام التقليدية، ومناهج دراستها، وطرق تحليلها².

قلنا أن شبكة الإنترنت هي شبكة المعلومات العالمية، فما هو مدلول الشبكة؟

الشبكة بالمعنى الإلكتروني للكلمة تعني أن أكثر من حاسب تم توصيلهم مع، لأي غرض من الأغراض، سواء كان الغرض تبادل المعلومات (أي إرسال واستقبال ملفات)، أو كان الاتصال من طرف واحد (للإرسال فقط أو الاستقبال فقط).

وهذا التوصيل إما أن يكون بكابل مباشر بين الحاسبات، وفي هذه الحالة تسمى شبكات محلية (L AN) وتعني **Local Area Net works**، مثل شبكة مدينة أو شبكة مؤسسة، أو شبكة جامعة، أو شبكة منظمة

أو عن طريق خطوط الهاتف - أي استخدام نفس مسار المكالمات التليفونية في تبادل المعلومات الخاصة بالحاسب - وتسمى الشبكات في هذه الحالة شبكات بعيدة المدى (W A N) وتعني **Wide Area Net works**، وهذه الطريقة تستلزم ما يسمى بالمودم (Modem) وهو عبارة عن جهاز يحول البيانات أو المعلومات من معلومات تناظرية (Analog) تسلك مسار المكالمات الهاتفية، إلى معلومات رقمية (Digital) لكي تناسب الحاسب.

وكما أمكن نقل المكالمات التليفونية بواسطة الأقمار الصناعية أو الكابلات البحرية فإن البيانات والمعلومات سوف تستخدم بالضرورة نفس المسار³.

¹ المنهاج الدراسي المعتمد للرخصة الدولية لقيادة الحاسوب. الإصدار 3.0، ص 43، متاح على الرابط:

² ماهر عودة، وآخرون، المرجع السابق، ص 40.

³ أحمد ريان، خدمات الإنترنت، منشورات الجمع الثقافي، أبو ظبي، ط4، 2001، ص 17-18.

وتأتي شبكة الأنترنت ضمن الشبكات البعيدة المدى، غير أنها شبكة كوكبية تضم كل الشبكات، سواء أكانت محلية أو دولية، ولما يتم عنصر الربط الشبكي فإن الاتصال بالأنترنت يتم بفضل استخدام لغة التواصل المسماة (بروتوكول الأنترنت وبروتوكول التحكم في النقل).

لقد أصبح العالم اليوم بالمفهوم الإلكتروني مقسما إلى مجموعة من الشبكات مترابطة فيما بينها في شبكة عالمية للمعلومات، إنها الإنترنت، وتتكون أساسا من:

- المعدات: أجهزة مقدمة للخدمات وأخرى مستخدمة لها، وخطوط اتصال عبر الهواتف، الكابلات أو الألياف البصرية، أو الأقمار الصناعية.
- البرمجيات التواصلية: الويب (WWW)، البريد الإلكتروني ...
- والطاقت البشرية: مديرو الشبكة، منتجو الخدمات ومستخدموها¹.

2- بداية الإنترنت:

تعود الفكرة الأولى للأنترنت إلى عام 1945م، عندما طرح فانيفار بوش آلة أسماها "memex machine" لتنظيم المعارف الإنسانية والربط بينها، وتمكين الباحثين من استعادة المعلومات بطريقة إلكترونية، والوصول إلى المعلومات المرتبطة بها، وفي عام 1948م طورت شركة AT&T الأمريكية المتخصصة في مجال الاتصالات جهاز الترانزستور، الذي أصبح أحد أهم التكنولوجيات التي تعتمد عليها الإنترنت، والذي قاد إلى الثورة الرقمية وتكنولوجياها، ودون هذا الجهاز لم يكن من الممكن قيام شبكة الإنترنت².

بدأت شبكة الإنترنت في الستينيات كوسيلة للباحثين الحكوميين لتبادل المعلومات، فكان هناك جهاز كمبيوتر واحد كبير جداً وغير متحرك يحتوي على جميع المعلومات، وكان يجب الوصول إلى هذا الجهاز، للاستفادة من المعلومات المخزنة عليه، أو استخدام أجهزة تسجيل تُرسل عبر البريد، كما كان هناك حافز آخر في تشكيل شبكة الإنترنت وهو تصعيد الحرب الباردة، حيث دفع إطلاق الاتحاد السوفيتي لقمر (سبوتنيك1) وزارة الدفاع الأمريكية إلى النظر في السبل التي يمكن من خلالها نشر المعلومات حتى بعد وقوع أي هجوم نووي، وقد أدى ذلك في النهاية إلى تشكيل ARPANET (شبكة وكالة مشاريع البحوث

¹ فضيل دليو، تاريخ وسائل الاتصال، دار الخلدونية للنشر والتوزيع القبة، الجزائر، ط4، 2013، ص140.

² برنيس نعيمة، الوظيفة الإعلامية لشبكة الإنترنت في عصر ثورة المعلومات - دراسة نظرية ميدانية في قسم الأبحار بالفنائة الأرضية للتلفزيون الجزائري، مذكرة ماجستير غب علوم الإعلام والاتصال، فرع صحافة مكتوبة وسمعية بصرية، قسم علوم الإعلام والاتصال، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، جامعة منتوري، قسنطينة، 2009 - 2010، ص89.

المتقدمة) (Advanced Research Projects Agency Network)، وهي الشبكة التي تطورت في نهاية المطاف إلى ما نعرفه الآن باسم الإنترنت¹.

حققت ARPANET نجاحًا كبيرًا ولكن العضوية اقتصرت على بعض المؤسسات الأكاديمية والبحثية التي لديها عقود مع وزارة الدفاع. استجابة لذلك، تم إنشاء شبكات أخرى لتوفير تبادل المعلومات².

3- مراحل تطور الإنترنت:

شهد الإنترنت تطوراً عظيماً بمدة زمنية وجيزة إلى أن أصبح في يمثل في هذا اليوم الذي نعيشه كياناً عالمياً تعتمد عليه مختلف المجالات، منها: التعليم، العمل، التواصل، الاتصال، وبالطبع فهو الوسيلة الترفيهية الأولى لدى الكثيرين كباراً وصغاراً، وبات من الممكن البحث حول الجواب لأي تساؤل والحصول عليه بضغطة زر بالحالة التي يكون جهازك متصلاً بشبكة الإنترنت، سواء عن طريق الحاسوب أو الهاتف الذكي، وهذا التطور ليس وليد ليلة وضحاها، ولكنه قد مر بالعديد من المراحل³، يمكن أن نوجزها في المراحل الآتية:

مرحلة 1969 - 1979

كانت بدايات الإنترنت كما هو معلوم بدايات عسكرية، ففي أواسط الستينات من القرن السابق افترضت وزارة الدفاع الأمريكية وفي إطار الحرب الباردة تعرضها لهجوم نووي مما يؤدي إلى تعطيل الاتصالات بين قواتها وقواعدها المنتشرة في العالم، ونظراً لأهمية الاتصالات التي هي الأساس والمحرك الرئيسي لتطور ونجاح العمل العسكري والدفاعي فقد طالبت وزارة الدفاع الأمريكية (البنتاغون) بإيجاد وسيلة اتصال جديدة تمكن من استمرار التواصل بين المواقع والمراكز العسكرية حتى مع حدوث كوارث نووية، أو في أثناء الحرب. وبعد فترة ليست بطويلة من البحث جاءت الفكرة، وكانت غاية في البساطة والفعالية في آن واحد حيث تم الاتفاق على تكوين شبكة اتصالات موحدة (Network) ومن ميزتها انه ليس لها مركز تحكم رئيسي، أي إذا دمر أو أغلق أحدها فإنه لا يؤثر على بقية الشبكة، وبذلك تحقق الهدف من البحث وضمن الغرض العسكري حيث إنه في حالة حدوث كارثة أو حرب فأن تدمير مجموعة من الأجهزة لن يضر أو يغلق بقية الشبكة لأنها تعمل باستقلال ودون تحكم من قبل مركز تتأثر به.

¹ مراحل تطور الإنترنت، متاح على الرابط:

<https://baytdz.com/?print=pdf>

² Sharing Resources, A Brief History of the Internet, on line,

https://www.usg.edu/galileo/skills/unit07/internet07_02.phtml

³ ياسمين صالح، مراحل تطور الإنترنت، متاح على الرابط: <https://www.almrsl.com/post/926398>

هكذا ظهرت الشبكة في إطار المجهود الحربي الأمريكي ومن أجل الاستخدام العسكري ، ومن ثم لم يكن متاح للجميع استخدامها او حتي معرفه وجودها ، وعرفت باسم شبكة وكالة مشروع الأبحاث المتقدمة (Advanced Research Agency Network) أو اختصارا (ARPANET) وقد أسست هذه الشبكة بشكل خاص كمشروع لوزارة الدفاع الاميركية ، وكانت غاية في البساطة والبدائية حيث كانت تتكون من أربعة كمبيوترات فقط مرتبطة مع بعضها بواسطة سلك التلفون، ولكن في بداية تكوين هذه الشبكة لم تكن متوفرة للجامعات ، ولكن بعد فترة قصيرة -ومع زيادة الوعي بأهمية اكتشاف هذا المشروع - سمحت وزارة الدفاع الاميركية للجامعات والمنظمات العلمية ومراكز الأبحاث الاميركية بإمكانية استخدام والاطلاع على هذا الاكتشاف، وأيضا لإجراء المزيد من الأبحاث والدراسات لتطوير وتسريع أداء الشبكة¹ .

حيث قامت وكالة مشاريع الأبحاث المتقدمة (Advanced Research Projects Agency) بربط أكبر أربع جامعات في الولايات المتحدة في ديسمبر كانون الأول التي صممت لتقديم البحوث، والتعليم، ولتوفير شبكة الاتصالات التي تربط بين البلاد في حال هجوم عسكري يدمر أنظمة الاتصالات التقليدية، وفي عام 1972 قام عالم الكمبيوتر راي توملينسون بإنشاء البريد الإلكتروني، واستخدام (@) للتمييز بين اسم المرسل، واسم الشبكة في عنوان البريد الإلكتروني ، ومن ثم تم تصميم بروتوكول التحكم في إرسال الإنترنت في عام 1973، وفي عام 1983 أصبح البروتوكول هو المعيار للتواصل بين أجهزة الكمبيوتر عبر الإنترنت واحداً من هذه البروتوكولات، وهو بروتوكول نقل الملفات (File Transfer Protocol) (FTP) ، حيث يسمح للمستخدم بتسجيل الدخول إلى جهاز كمبيوتر بعيد، ويمكن من الوصول إلى قائمة الملفات على هذا الجهاز وتحميلها، وفي عام 1976 قام المرشح الرئاسي جيمي كارتر باستخدام البريد الإلكتروني، للتخطيط لحملة الانتخابية، كما قامت مكة إليزابيث بإرسال أول بريد إلكتروني لها² .

مرحلة 1980-1989

ومن خلال هذه المحاولات والدراسات أفلح الباحثون في تطوير شبكة ال (ARPANET) خلال فترة وجيزة وأصبحت عبارة عن شبكة تتكون من شبكات عديدة ومتداخلة تقوم بنقل المعلومات والبيانات. وحتى عام 1980 ظل هذا المشروع مقتصرًا على الاستخدامات العسكرية والجامعات والمراكز العلمية حيث أصبح متاحًا

¹ موقع البورصة، تاريخ نشأة الإنترنت، متاح على الرابط: <https://alborsaanews.com/2014/11/29/625151>

² مراحل تطور الإنترنت، متاح على الرابط:

<https://baytdz.com/?print=pdf> -مراحل-تطور-الانترنت

للاستعمال الشخصي والفردى ومنذ ذلك الحين والتغيرات والتطورات أصبحت تحدث بسرعة كبيرة ومتسارعة بحيث كان من الممكن الشعور بتغير يومي يحدث في هذه الشبكة الجديدة التي استمرت بالاتساع والتطور وصولاً إلى ما هي عليه اليوم من شبكة تضم مئات ومئات الملايين من الحواسيب المرتبطة مع بعضها البعض .

وفي عام 1982 تمّ استخدام كلمة (الإنترنت) لأول مرة، وبعد ذلك في عام 1984، تمّ إنشاء أسماء النطاقات مع عناوين الشبكة التي يتم تحديدها بواسطة ملحقات، مثل: edu ، org ، com لاحقاً في عام 1985، ثمّ أصبح البريد الإلكتروني يقدّم لوحات إعلانية، وأخبار، ومعلومات مختلفة، ثمّ استُخدم مصطلح (فايروس) لأول مرة عام 1988، حيث أغلقت حوالي 10% من خوادم الإنترنت في العالم بسببه، أمّا في عام 1989 فتمّ تطوير تقنية جديدة لتوزيع المعلومات على الإنترنت، وسمّيت بالشبكة العالمية¹.

مرحلة 1990-1999

تمّت تجربة أول محاولة لفهرسة الإنترنت عام 1991، وبعد ذلك أطلق البيت الأبيض موقعه على الإنترنت (www.whitehouse.gov) عام 1994، ثمّ بدأت معجزة توفير الطلب الهاتفية على الإنترنت، وإطلاق أول لغة برمجة سمّيت بـ الجافا عام 1995 وأصبح هناك حوالي 45 مليون شخص يستخدمون الإنترنت، إذ يوجد نحو 30 مليون شخص في أمريكا الشمالية (الولايات المتحدة وكندا)، و9 ملايين في أوروبا، و6 ملايين في آسيا والمحيط الهادى (أستراليا واليابان وغيرها)، و43.2 مليون أي 44% من الأسر الأمريكية تمتلك جهاز كمبيوتر شخصي، و14 مليون منهم على الإنترنت وذلك عام 1996، أمّا عام 1997 استخدم مصطلح (بلوق) لأول مرة، وفي عام 1999 فتحت غوغل مكتبها الأول في كاليفورنيا، وأتاح للمستخدمين مبادلة الموسيقى عبر الإنترنت، ثمّ بلغ عدد مستخدمي الإنترنت في جميع أنحاء العالم 150 مليون في بداية عام 1999، ثمّ شاع استخدام مصطلح (التجارة الإلكترونية)، وانتشر التسوق عبر الإنترنت.

مرحلة 2000 - 2015 :

بدأ تصميم وتعميم الفيروسات مع تردد أكبر لمستخدمي الكمبيوتر عام 2000، حيث أنشئ موقع ويكيبيديا، واعتباراً من يناير 2002، أصبح 58.5% من سكان الولايات المتحدة يستخدمون الإنترنت، وفي جميع أنحاء العالم كان هناك 544.2 مليون مستخدم، وفي عام 2003 قدّمت آبل كمبيوتر آيتونز ميوزك ستور،

¹ مراحل تطور الإنترنت، متاح على الرابط:

وفي عام 2005 تم إطلاق موقع (YouTube.com)، وفي عام 2006 أصبح هناك أكثر من 92 مليون على شبكة الإنترنت، وفي عام 2014، تم إصدار برنامج التشفير الذي يجعل المعاملات بين أجهزة الكمبيوتر آمنة عن بعد، ويحدّ من جعل المستخدمين عرضة للخطأ بأسماء وبكلمات المرور، وبالمعلومات الشخصية أيضاً، وفي عام 2015 تحديداً في 26 سبتمبر/أيلول تحدّث مارك زوكربيرج خلال الدورة السنوية الـ 70 للجمعية العامة للأمم المتحدة، لزيادة الوعي وحشد التأييد للمبادرة، وكان هدف زوكربيرج هو جعل الإنترنت للجميع، وجعله حقاً أساسياً من حقوق الإنسان، وأداة أساسية وفي الكفاح من أجل تحقيق العدالة العالمية¹.

محطات تاريخية في تاريخ الإنترنت:

السنة	الحدث
1969	ربط أوائل الحواسيب من 4 جامعات أميركية وفقاً لـ 'واجهة معالجة الرسائل لصاحبها ليونارد كلينروك.
1971	23 حاسوباً مرتبطاً بشبكة "أربانت" يرسل أول بريد إلكتروني.
1972	ميلاد أول تنظيم مكلف بإدارة الإنترنت.
1973	إنجلترا والنرويج ترتبطان بالإنترنت بحاسوب لكل منهما.
1979	استحداث مجموعات (News Groups) منتديات نقاش من طرف طلبة أميركيون.
1982	تعريف بروتوكول TCP/IP وظهور كلمة "إنترنت".
1983	أول خادم نطاقات (DNS)
1984	1000 حاسوب مرتبط بالشبكة
1987	10000 حاسوب مرتبط بالشبكة
1989	100000 حاسوب مرتبط بالشبكة
1990	اختفاء شبكة "أربانت"، وإنترنت تتولى المهمة بالمقابل
1991	الإعلان للجمهور عن World Wide Web، وظهور لغة كتابة صفحات الإنترنت (HTML)، جامعة مينيسوتا الأميركية تقدم برنامج "غوفر Gopher" وهو برنامج لاسترجاع المعلومات من الأجهزة الخادمة في الشبكة.
1992	1 مليون حاسوب مرتبط، مؤسسة الأبحاث الفيزيائية الـ CERN في سويسرا، تقدم شيفرة النص

¹ مراحل تطور الانترنت، متاح على الرابط:

المترايط Hypertext المبدأ البرمجي الذي أدى إلى تطوير الشبكة العالمية word wide web	
1993	ظهور متصفح الوب NCSA Mosaic، ابتداءً الإبحار من خلال إصدار أول برنامج مستعرض الشبكة " موزاييك " ثم تبعه آخرون مثل برنامج " نتسكيب " ، وبرنامج " مايكروسوفت . " الرئيس الأمريكي كلينتون يطلق صفحته الخاصة على الشبكة العالمية.
1995	اتصل بشبكة " إنترنت " ستة ملايين جهاز خادم و 50.000 شبكة، ، وإحدى شركات الكمبيوتر تطلق برنامج البحث في الشبكة العالمية.
1996	10 ملايين حاسوب مرتبط، وأصبحت " إنترنت " و " ويب " كلمات متداولة عبر العالم.
2000	انتشار الإنترنت على مستوى العالم

الجدول رقم 01: يمثل أهم المراحل التاريخية للإنترنت¹

وبعد عام 2000 أصبحت البنية التحتية للإنترنت شبه ثابتة²، وأصبح التطور واضحاً أكثر على مستوى البرمجيات والخدمات التي تقدمها شبكة الإنترنت، فتطورت صفحات الإنترنت الثابتة إلى صفحات ديناميكية تعتمد على لغات البرمجة المختلفة، التي مهدت إلى ظهور جيل جديد من خدمات الإنترنت ومواقع التواصل الاجتماعي في فيسبوك وتويتر وغوغل بلس³.

ونتيجة الاعتماد المتزايد على شبكة الإنترنت باعتبارها الأداة الأحدث والأكثر تنامياً في مجال الاتصال ، ونتيجة لصعوبة معرفة المتلقي العادي تفاصيل هذا النمو المضطرد ، فقد أهتم الباحثين والمختصين في مجال الاتصال الجماهيري الاهتمام بدراسة الإنترنت ، ويرى البعض "حقق الإنترنت ثورة معلوماتية واتصالية ، وذلك من خلال تقديمها شكلاً جديداً من أشكال التواصل البشري فيما يسمونه (التواصل الجماهيري الشائبي الاتجاه غير الخاضع للرقابة)"⁴. كما يرى الشهري أن الإنترنت قناة معلومات عالمية حققت التكامل والاندماج التقني بين

¹ خليل جابر، تاريخ شبكة المعلومات العالمية إنترنت، متاح على الرابط:

https://www.angelfire.com/biz/kha98/maqlat_mhadrat/internethistory.htm

² محمد جمعة جبالي، الإنترنت.. تاريخ من التطور المذهل، متاح على الرابط:

<https://www.skynewsarabia.com/technology/584373-الإنترنت-تاريخ-التطور-المذهل>

³ محمد جمعة جبالي، الإنترنت.. تاريخ من التطور المذهل، متاح على الرابط:

<https://www.skynewsarabia.com/technology/584373-الإنترنت-تاريخ-التطور-المذهل>

⁴ صابر فلحوط ومحمد البخاري، العملة والتبادل الإعلامي الدولي، دمشق، دار علاء الدين ، 1999 ص 8

العديد من وسائل الاتصال¹. ولقد أدت الانعكاسات الإيجابية لشبكة الإنترنت إلى زيادة مستخدميها بصورة تفوق أعداد مستخدمي أية وسيلة إعلامية أخرى خلال الفترة نفسها، ويقول الدكتور لقاء مكي "لقد أحتاج الإنترنت إلى أربع سنوات فقط ليصل إلى خمسين مليون مستخدم، في حين أن تقنية الهاتف وصلت إلى نفس العدد خلال 74 سنة، واحتياج التلفزيون إلى 13 سنة ليحصل على النتيجة ذاتها"².

أما في الوطن العربي فقد ظهرت خدمة الإنترنت متأخرة عن باقي البلدان، حيث ظهرت في التسعينيات من القرن الماضي مجموعة من المواقع العربية التي تتعامل باللغة الإنجليزية، إذ يعد موقع الشبكة العربية (ARAB Net) من المواقع العربية الأولى التي دخلت عالم الإنترنت، والذي تأسس من قبل الشركة السعودية للأبحاث والتسويق في لندن، وظهر هذا الموقع تقريبا في أواخر 1994 وبدايات 1995، ليتوالى بعدها ظهور وبروز المواقع العربية³.

وقد ساهم في انتشار واتساع الانترنت خلال فترة زمنية قليلة مجموعة من العوامل أهمها :

- ما يتمتع به من قدرات على أن يوصل شبكات مختلفة التكوين والمصادر مع بعضها البعض دون أي قيود أو شروط مما أعطى المستخدمين الحرية والقدرة على الاختيار فيما يرغبون في الاطلاع عليه دون أي قيد أو شرط .
- تقديم عدد من الوظائف والخدمات التي تجعلها أهم وسيلة حالية في الساحة فوجود ملايين من المواقع الرسمية والشخصية والخاصة والتي توفر للمتصفح المعلومات والأخبار والبيانات وغيرها مجانا في الغالب حيب فيها الأشخاص الراغبين في الوصول إلى المعلومة حال حدوثها حيث إن الصحافة الإلكترونية اليوم تعتبر إحدى أهم أنواع الصحافة لما توفر في مواقعها من خدمات وأخبار وتحليلات توازي الموجود في التلفزيون والإذاعة والصحافة المكتوبة .
- يعتبر الانترنت أكبر واشمل مكتبة في المعلومات لما يحتويها من معلومات وبيانات وفي مختلف المواضيع والجوانب السياسية والدينية والفنية والرياضية وغيرها وأيضا شخصية ومما سهل من انتشار الانترنت
- سهولة الاستخدام وبساطته فالمستخدم لا يحتاج إلى كثير من المهارات او التجهيزات الفنية حيث يكفي وجود جهاز كمبيوتر مزود بقطعة مودم (وهي أداة إلكترونية تجعل الكمبيوتر قادرا على التواصل والتعامل مع خط الهاتف) ولا يحتاج المستخدم بعد ذلك إلا إلى جهوده الشخصية وقدرته على التعامل والتحول في محور

¹ فايز عبد الله الشهري ، التحديات الأمنية المصاحبة لوسائل الأتصال الجديدة ، دبي ، دار الحكمة ، 2003 ص 21

² صحافة الإنترنت في ضوء المسؤولية الاجتماعية لوسائل الإعلام ، مؤتمر صحافة الأنترننت في الوطن العربي : الواقع والتحديات ،جامعة الشارقة ،كلية الإتصال 22نوفمبر 2005 ص3

الانترنت الواسعة والتي تزداد اتساعا وعمقا كل يوم وذلك لزيادة عدد المشتركين فيه والمتعاملين والمستخدمين له كونه أصبح اليوم احد أهم المصادر المتوفرة والمتجددة للمعلومات والأخبار والبيانات والخدمات الأخرى التي يقدمها من تجارة بين الأفراد والشركات وكونه مصدر للتسلية ومرجع متجدد للباحثين .

4- خصائص الانترنت كوسيلة اتصال:

ويمكن تلخيص أهم خصائص الإنترنت في النقاط الآتية¹:

❖ **اللامكان:** إذ تتخطى الإنترنت كل الحواجز الجغرافية والمكانية، والتي حالت منذ فجر التاريخ دون انتشار الأفكار وتمازج الناس وتبادل المعارف والخبرات، فالحوجز الجغرافية منها ما هو اقتصادي (تكلفة شحن المواد المطبوعة من مكان لآخر)، ومنها ما هو سياسي (حيلولة بعض الدول دون دخول أفكار وثقافات معينة إلى بلادها)، أما اليوم وبوجود الأنترنت أصبحت المعلومات تمر بصفة هائلة على شكل إشارات إلكترونية لا يقف في وجهها هذا العائق الجغرافي مهما بعدت مسافته .

❖ **اللازمان:** إذ أن الأنترنت تجعل المعلومات تصل إلى المستعملين مباشرة بعد صدورها، وتسوي بين كل أبناء البشر في الحصول على المعلومات بطريقة متزامنة، أي أننا نعيش عصر المساواة المعلوماتية. بمعنى الفورية، فقد ألغت الأنترنت الحواجز الزمنية كما ألغت الحواجز المكانية، إذ أن الاتصال يتم بشكل فوري بغض النظر عن مكان المرسل أو المستقبل.

❖ **التفاعلية:** وتطلق هذه السمة على الدرجة التي يكون فيها للمشاركين في عملية الاتصال تأثير على أدوار الآخرين، واستطاعتهم تبادلها ويطلق على ممارستهم الممارسة المتبادلة أو التفاعلية، وهي تفاعلية بمعنى أن هناك سلسلة من الأفعال الاتصالية التي يستطيع الفرد- أ - أن يأخذ فيها موقع الشخص - ب - ويقوم بأفعاله الاتصالية، فالمرسل يستقبل ويرسل في نفس الوقت وكذلك المستقبل، ويطلق على القائمين بالاتصال لفظ المشاركين بدلا من المصادر².

❖ **المجانية:** وبصورة أدق شبه المجانية، وهو أمر لم يحدث تماما بعد، لكنه قد يحدث خلال السنوات القادمة، إذ أن الكثير من الأنماط التجارية بدأت تتبلور لتمكن المجتمع من اعتبار خدمة الأنترنت من الخدمات الأساسية في الحياة، والتي من الضروري توفيرها للجميع بشكل مجاني أو شبه مجاني.

¹ سالم محمد صلاح، العصر الرقمي وثورة المعلومات دراسة في نظم المعلومات وتحديث المجتمع، عين للدراسات والبحوث الإنسانية والاجتماعية، ط1، مصر، 2002، ص ص 80-82.

² حورية بلوعويدات، الإنترنت وغشكالية الهوية الثقافية في الجزائر دراسة ميدانية، أطروحة دكتوراه، قسم الاتصال والعلاقات العامة، جامعة قسنطينة، 2016 - 2017، ص 63.

- ❖ **الربط الدائم:** إذ أنه ومع التطور المذهل الحاصل في تقنيات الاتصال بالإنترنت، إذ لم تعد تقتصر فقط على الاتصال من خلال الحاسب الشخصي في العمل أو المنزل، بل أصبح من الممكن أن يتم الاتصال بالشبكة من طرف طائفة كبيرة ومتنوعة من الأدوات كحاسبات الجيب، الهواتف النقالة،... وبذلك سيكون هناك اتصال دائم على مدار الـ24 ساعة ومن أي مكان.
- ❖ **تنوع التطبيقات:** إن الاستخدامات العديدة والفوائد الجمة التي ذكرناها عن الإنترنت ما هي إلا غيض من فيض، إذ أن الخدمات والتطبيقات التي تقدمها الشبكة لتبلغ سعة كبيرة جدا فمن التطبيقات التعليمية والتربوية، إلى الخدمات التي تسهل الاتصال بين الأفراد، كالبريد الإلكتروني وغرف الدردشة والحوار، إلى التطبيقات التجارية، التي تحول العالم بأسره إلى سوق صغيرة، وصولا إلى المواقع الإخبارية، الأكاديمية والمرجعية التي تخدم الباحثين والمتخصصين في شتى المجالات والميادين.
- ❖ **السهولة واليسر:** إذ أن المرء لا يحتاج إلى أن يكون خبيرا معلومانيا، أو مبرمجا أو مهندسا حتى يتمكن من استخدام الإنترنت، فبإمكان طفل صغير أو شيخ مسن أن يستخدمها بكل سهولة ويسر، إذ تكفي جلسة لمدة ساعة أو أقل مع أحد الذين يعرفون كيفية الإبحار على الإنترنت من أجل التعرف على المبادئ الأساسية للاستخدام، ثم بعد ذلك سيجد المستخدم نفسه يكتشف مدى سهولة الإبحار في هذه الشبكة.
- ❖ **اللاتزامية:** وتعني إمكانية إرسال الرسائل واستقبالها في وقت مناسب للمستخدم، ولا تتطلب من كل المشاركين أن يستخدموا النظام في الوقت نفسه، فمثلا في نظام البريد الإلكتروني ترسل الرسائل مباشرة من منتج الرسالة إلى مستقبلها في أي وقت دونما حاجة لتواجد المستقبل للرسالة في وقت إرسالها¹.
- ❖ **اللاجماهيرية:** ويقصد بها أن الرسالة الاتصالية من الممكن أن تتوجه إلى فرد واحد أو إلى جماعة معينة وليس إلى جماهير ضخمة كما كان في الماضي، وتعني أيضا درجة التحكم في نظام الاتصال بحيث تصل الرسالة مباشرة من منتج الرسالة إلى مستقبلها².
- ❖ **ديمقراطية الوصول إلى المعلومات؛** حيث يرى البعض أن الإنترنت تمثل العالم الجديد حيث تتحقق الديمقراطية العالمية عبر بوابتها لتصبح برلمانا مفتوحا يعبر فيه كل من يشاء عن رأيه ويشارك في اتخاذ القرارات وصنعها.
- ❖ **غزارة المعلومات،** حيث تعطي الإنترنت للمتصفح فرصة إطلاع أكبر من الناحية الكمية ففي جلسة

¹ علي عبدالفتاح كنعان، الصحافة الإلكترونية في ظل الثورة التكنولوجية، دار اليازوري للنشر والتوزيع، عمان، ط1، 2014، ص 58.

² علي عبد الفتاح كنعان، المرجع نفسه، ص 57.

واحدة أمام الكمبيوتر يستطيع أن يطالع عشرات المصادر الإعلامية من جميع أنحاء العالم، بتكلفة قليلة، كما أن المتصفح له إمكانية الانتقاء والمقارنة من خلال الاطلاع السريع على المصادر المختلفة.

❖ **التفصيل الشخصي للمعلومات؛** حيث بإمكان زوار موقع ما على الانترنت يتيح هذه الخدمة اختيار المواضيع، أو المقالات الإخبارية أو الخدمات التي ترغب في الحصول عليها بشكل مسبق دون غيره، فالرسالة الاتصالية إذن يمكن أن تتوجه إلى فرد واحد أو إلى جماعة معينة، وليس إلى جماهير ضخمة كما كان في الماضي، وهو ما يعني أيضا درجة تحكم في نظام الاتصال بحيث تصل الرسالة مباشرة من منتج الرسالة إلى المستفيد.

❖ **سرية أفضل في تبادل المعلومات؛** فكل جهاز كمبيوتر في شبكة الانترنت له رقم خاص به (Adresse)، وبالتالي يمكن أن يرسل أي فرد رسالة إلى هذا الرقم ويضمن أن تخزن داخل هذا الجهاز فقط، ولا يستطيع أي فرد آخر معرفة محتويات الرسالة.

5- من يستفيد من الإنترنت؟

أي مستخدم يبحث عن المعلومات الحديثة والفورية.

- أي طالب علم أو باحث أو دارس.
- أي مستخدم يريد إرسال رسالة سرية مضمونة وفورية.
- أي مستخدم يريد الحديث مع الآخرين.
- أي مستخدم يريد البحث عن وظيفة.
- أي مسافر يريد معلومات عن البلد المسافر إليه.

المحاضرة الثانية: الوظائف الإعلامية لشبكة الإنترنت

1- الخدمات الرئيسية لشبكة الإنترنت:

أحدثت تكنولوجيا الإنترنت تغييرات كبيرة في الأوساط الإعلامية كغيرها من الاكتشافات السابقة في مجال الاتصالات والمعلومات، فدائماً عند ظهور وسيلة إعلامية جديدة يثار جدل كبير حول إمكانية أفول الوسيلة التقليدية، غير أن الواقع أثبت العكس، إذ أن الوسيلة الجديدة لا تلغي الوسيلة القديمة، لذلك فنحن نجد أن الخدمات المباشرة للإعلام ترتبط ارتباطاً وثيقاً بالإنترنت ودورها كوسيلة إعلام متعددة كوظائف مماثلة للتلفزيون إلا أنها تزيد عنه بخاصية التفاعلية، حيث أن مستخدميها لم يعد ذلك الملتقي السلي للمادة الإعلامية المعروضة عليه بل أصبح بإمكانه التحوار واختيار ما يرغب فيه من معلومات وكذا طرح وجهات نظره أمام الآخرين¹.

ويتمثل أهم الخدمات الاتصالية بما يلي :

- خدمة البريد الإلكتروني (E-MAIL) **Electronic mail** : (من أكثر وسائل الإنترنت استخداماً على مستوى العالم)

تعتبر هذه الخدمة من الخدمات الحيوية لشبكة الإنترنت، إذ أنها تمكننا من استقبال وإرسال الرسائل من وإلى أي مكان في العالم في وقت لا يتجاوز بضع ثوان، بعكس نظم البريد الاعتيادية².

ويعد البريد الإلكتروني "الخدمة الأكثر شعبية من الخدمات الاتصالية الأخرى التي تقدمها شبكة الإنترنت، ووفقاً لدراسة توصلت إليها مجلة (إنترنت العالم العربي) فإن وظيفة البريد الإلكتروني تعد أهم أهداف مستخدمي الإنترنت، حيث بلغت نسبة متصفح البريد الإلكتروني 71% من إجمالي مستخدمي الشبكة"³.

ويتمتع البريد الإلكتروني بعدة مزايا أهمها :

- انخفاض التكلفة المادية .

- السرعة الفائقة حيث يتم الإرسال خلال مدة وجيزة من الزمن .

- يتم استلام الرد خلال زمن قياسي .

- يستطيع المستفيد أن يستلم رسائله في أي مكان في العالم مما يفيد

رجال الأعمال الذين يسافرون كثيراً بحكم عملهم، كما يفيد الناس جميعاً،

حيث يمكنهم أثناء إجازاتهم الاطلاع على الرسائل الواردة إليهم .



¹ - عبد المالك ردمان الدناني، الوظيفة الإعلامية لشبكة الأنترنت، دار الفجر للنشر و التوزيع، ط1، القاهرة، 2003، ص41.

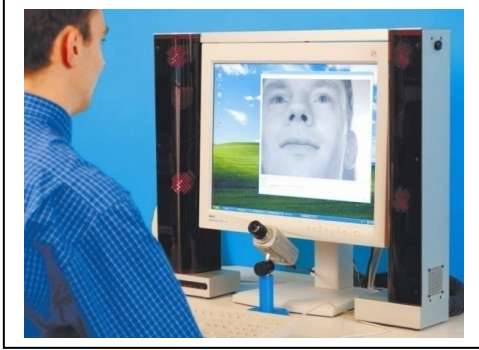
² عبيدة سبطي، فؤاد شعبان، تاريخ وسائل الاتصال وتكنولوجياته الحديثة، دار الخلدونية للنشر والتوزيع، 2012، ص 175

³ العربي، عثمان محمد، الإنترنت: الانتشار والاستخدام، دار المجد، تونس، 2002 ص82

- يستطيع المستفيد أن يحصل على رسائله في الوقت الذي يناسبه، فهو غير ملتزم بتلقي البريد في لحظة الإرسال نفسها .

- يستطيع المستفيد إرسال عدة الرسائل إلى جهات مختلفة في الوقت نفسه، وهذا ما يمكن أن يسهل عمل المؤسسة التي ترغب بدعوة جهات عديدة إلى ندوة أو مؤتمر أو معرض .

- يمكن ربط ملفات إضافية بالبريد الإلكتروني .



- خدمة الدردشة: Chatting

تتيح لنا خدمة الدردشة إمكانية إجراء الحوار المباشر بين أيدي عدد من الأشخاص حول العالم، ويمكن إجراء الدردشة بين الأشخاص بالكتابة أو بالصوت أو بالصورة معا¹.

- خدمة المجموعات الإخبارية Newsgroups :

وهي عبارة عن مجموعة من الأشخاص ذوي اهتمامات مشتركة ترتبط ببعضها ، ويمكن وصف مجموعة الأخبار " بالمائدة المستديرة التي تضم عددا من الأفراد بحيث يمكن لأي شخص أن يطلع على الرسائل الموجهة من شخص لآخر² . ويمكن من خلال المجموعة الإخبارية تبادل النصوص في شكلها الأولي ، والصور الثابتة والمتحركة . ويمكن للمشارك الدخول إلى مجموعات الأخبار عن طريق البريد الإلكتروني الخاص به وبعد ذلك يتلقى كل ما يصدر من هذه المجموعة من معلومات ، وأخبار ، وبيانات ونحوها في إطار اهتماماته ، عبر البريد الإلكتروني . وتتميز بعض المجموعات بأنها "تخضع للرقابة في حين تتيح معظم المجموعات للمشاركين حرية الرأي والتعليق على ما ينشر . وبعض المجموعات الإخبارية تكون على شكل نشرة توزع على المشاركين عبر البريد الإلكتروني . ولعل التفاعلية من أهم السمات التي ساعدت على انتشار المجموعات الإخبارية التي جعلت التواصل الإلكتروني يقترب من الاتصال الشخصي البالغ التأثير³ ."

وتعود المعرفة بالمجموعات الإخبارية على عام 1979 حيث بدأت الخدمة كمنتديات جماعية يمكن للمشاركين فيها الاتصال ببعضهم البعض ، وازدادت شعبية هذه الخدمة عام 1985 نتيجة إنشاء الجامعات والمؤسسات العلمية الأخرى مجموعات إخبارية بإعداد كبيرة على الشبكة⁴ ."

¹ عبيدة سبطي، فؤاد شعبان: المرجع السابق، ص 176.

² إندرداهل ، برايان إندرداهل ، الإنترنت ، ترجمة قسم الترجمة بدار الفاروق ، دار الفاروق للنشر والتوزيع ، القاهرة ، 2001 ص 484
29 نجوى عبد السلام فهمي، التفاعلية في المواقع الإخبارية العربية على شبكة الإنترنت، المجلة المصرية لبحوث الرأي العام ، المجلد الثاني، العدد الرابع ، أكتوبر -ديسمبر 2001 ص 221

⁴ عصام موسى، المدخل في الاتصال الجماهيري ، المكتبة الحديثة ، بيروت ، 2004 ، ص 76

- شبكة الإخباريات NEWS :

تعد شبكة الإخباريات (Usenet News) أحد أكثر استخدامات الأنترنت شعبية، وتستخدم هذه الشبكة بروتوكول نقل إخباريات الشبكة (Network News Transfer Protocol NNTP)



الذي ينظم طريقة توزيع المقالات الإخبارية واسترجاعها وإرسالها والاستعلام عنها .

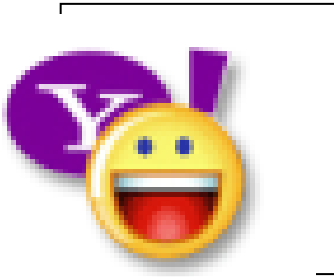
و تقدم الشبكة "لوحة الإعلانات Bulletin Board وغرف الحوار Chatting Rooms ، كما تتألف شبكة الإخباريات Net News من نظام ضخم يشمل على عدد كبير من ندوات الحوار المفتوح والمستمر والتي تسمى مجموعات الإخباريات News Groups ، وتستمر هذه المجموعات بالعمل على مدار الساعة وعلى مدى أيام السنة، وتسمح قوائم الاستعراض التجارية Browsers بالنفاذ إلى مجموعات الإخباريات ، حيث يستطيع المستخدم أن يتابع حواراً مفتوحاً دون أن يشترك فيه ، وهذا ما يسمى التردد Lurking ، وهو ما يشجع الوافدين إلى مجموعات الإخباريات للدخول في الحوار وإرسال مقالة إلى المجموعة التي يختارها الوافد وتعمل شبكة الإخباريات Usenet بسرعة كبيرة جداً ، إذ يحدد مديرو المجموعات المدة الزمنية التي تبقى فيها رسائل الأعضاء منشورة قبل أن يقوم النظام بإلغائها ، ولا تحتفظ المجموعات برسائلها منشورة عادةً أكثر من أسبوع واحد ."¹

وتعد مجموعات النقاش مصادر معلومات ممتازة فهي تقدم المساعدة في المجالات الفنية والهوايات والسفر ... الخ ، ويمكن أن تكون منبعاً للحوارات الحية وفرصة لاجتماع أشخاص مختلفين لديهم اهتمامات مشتركة .

- خدمة التراسل الفوري Instnt Messaging :

وهي الخدمة التي تساعد على تبادل البيانات والمعلومات والتحاو عبر الأنترنت بين شخص وآخر ، وتتعدد خدمات التراسل الفوري التي تقدمها الشبكة بتعدد البرامج التي تقوم بتوفير هذه الخدمة عبر الأنترنت؛

"ويمكن تقسيم هذه البرامج إلى برامج حوارية متعددة المهام وأخرى غير متعددة المهام . فالخدمات التي تقدمها البرامج متعددة المهام هي تلك الخدمات التي يمكن استخدام بعض البرامج الخاصة في التراسل الفوري في تبادل المعلومات بأشكال متعددة ، مثل الصوت والصورة إلى جانب النصوص . أما الخدمات التي توفرها البرامج الحوارية



¹ عبد الرحيم الصابوني . تنمية المهارات المهنية الهندسية عبر الشبكة الحاسوبية (الأنترنت) . - دمشق : 1996م . ص 36

ذات المهام المحدودة ، فهي تلك التي تقدم من خلال برامج تقتصر على أشكال محدودة في نقل البيانات مثل الصوت فقط أو النصوص فقط أو بهما معا دون استخدام الصورة"¹

ومن البرامج التي توفر خدمات التراسل الفوري ، برنامج بال توك Pal talk الذي يمكن من خلاله التواصل مع الآخرين عبر الصوت والصورة والنصوص المكتوبة ، وهناك بالطبع خدمة التراسل الفوري عن طريق برنامج MSN Messenger و Yahoo Messenger ، وهي تتميز جميعا بسهولة الاستخدام وإمكانية إنشاء غرف خاصة لإجراء الحوارات وغيرها .

- خدمة جوفر Gopher :

نظام طورته جامعة مينيسوتا الأمريكية عام 1991 بهدف تسهيل عملية استخدام الانترنت وهو يعتمد على عملية البحث من خلال القوائم لقراءة الوثائق ونقل الملفات يمكنه الإشارة الى الملفات ومواقع Telnet ومراكز معلومات WAIS وغيرها. وهو "برنامج لتسهيل عمليات التخاطب والبحث عن المعلومات يستخدم على نطاق واسع في الأنترنت ، إذ يستطيع المستخدم من خلالها القيام باستعراض المعلومات ، دون أن يتوجب عليه أن يحدد سلفاً أين توجد هذه المعلومات .وتسمح خدمة جوفر بالبحث في قوائم مصادر المعلومات وتساعد في إرسال المعلومات التي يختارها المستخدم ، وتعد الخدمة من أكثر قوائم الاستعراض شمولية وتكاملاً ، إذ تسمح بالفاذ إلى النفاذ إلى قوائم المكتبات ، وإلى الملفات، وإلى قواعد البيانات وغيرها"² .

- خدمة البحث Search Engines :

خدمة البحث داخل الشبكة خدمة هامة توفرها لنا مواقع متخصصة، يطلق عليها محركات البحث، هذه المواقع تساعدنا في الوصول إلى اية معلومة أو إلى أي خبر داخل شبكة الويب العالمية دون الحاجة إلى تذكر عنوان الموقع الذي يحتوي بداخله على هذه المعلومة أو هذا الخبر"³ .

وهناك العشرات من محركات البحث التي تختلف فيما بينها في الأسلوب ، وحجم التغطية التي تقدمها، كما تتفاوت المحركات في مدى قدرتها على تحديث قواعد بياناتها . وأسهمت محركات البحث على الإنترنت في التعرف على الكثير من المواقع الإلكترونية ، كما ساهمت في زيادة الوعي المعرفي في جميع المجالات ، وقد أشارت

¹ المصدر 21 ص 46

² م. بشار عباس . دليل الأنترنت . - مجلة المعلوماتي .- ع 46 لبنان (1996م) .

³ عبدة سبتي، فؤاد شعبان، المرجع السابق ، ص176.

الإحصاءات في هذا الاتجاه إلى أن 85 % من زوار المواقع الإلكترونية يتعرفون على هذه المواقع عبر محركات البحث الأساسية ، وأن 10 % فقط عن طريق الأصدقاء ، و 5 % من وصلات مواقع أخرى¹ .
ومن أشهر محركات البحث الرئيسية على شبكة الإنترنت MSN و Yahoo و Google و Allta و Vista .

- خدمة الاتصال عن بعد Telnet :

خدمة **Telnet** عبارة عن برنامج يسمح لك بالدخول إلى أجهزة كمبيوتر بعيدة متصلة بالإنترنت، واستخدام قواعد البيانات وفهارس المكتبات، وخدمات الدردشة على ، وغيرها من الخدمات المتوفرة عليها² .
تتوافر خدمة **Telnet** على الشبكة العالمية **World Wide Web** ، وتعد فهارس المكتبات من أكثر الموارد الشبكية التي تعتمد على هذه الخدمة شيوعاً.

- خدمة الويب Web

شهد العام 1991 تطوراً مهماً في مسرة الأنترنت تمثل في ظهور الشبكة العنكبوتية الدولية **World Wide Web** "ألذي أبتكره بعد تجارب كثيرة من قبل الفيزيائي البريطاني تيم بيرنرز لي **Tim Berners-Lee** في المعمل الاوربي لفيزياء الجزئيات في جنيف ، وفي حدود عام 1945 عندما كتب المستشار العلمي للرئيس الاميركي فرانكلين روزفلت ، فانفر بوش **Vannevar Bush** مذكرات حول نظام أسماء الميمكس **Memex** وهو جهاز قائم على نظام الميروفيلم بإمكانه حفظ كمية ضخمة من الوثائق في مكتب واحد .
وفي الستينات قاد دوغلاس انغلبيرت **Douglas Engelbart** بابتكار نموذج باسم **Online System** والذي اعتمد على تكنولوجيا النص التشعبي **Hypertext** بما يسمح بالاستعراض وتحرير النصوص التشعبية والملفات والصور والرسوم والأصوات على الشبكة³ . وكانت الخدمات السابقة للويب منذ تأسيس شبكة الانترنت "حكراً على الجامعيين والباحثين في المؤسسة العلمية ومطوري أنظمة الكمبيوتر ، وكان هؤلاء يتبادلون عبرها رسائلهم الإلكترونية ويحصلون على المعلومات المفهرسة التي تساهم في تغذية بحوثهم ومحاضراتهم التي يقدمونها لطلابهم في الجامعات وغيرها ، بجانب المهام التي يضطلع بها باحثون آخرون في خدمة المؤسسة العسكرية الاميركية ، ولكن بعد نشوء الويب تغير هذا الوضع ولم تعد الإنترنت حكراً على هؤلاء⁴ ."

¹ www.websy.com

² محمد سيد محمد: وسائل الإعلام من المنادي إلى الإنترنت، ص 64-65.

³ علي محمد شمو. التكنولوجيا الحديثة والاتصال الدولي والانترنت، جدة: الشركة السعودية للأبحاث والنشر، 1998 ص 236

⁴ عباس مصطفى صادق، صحافة الانترنت قواعد النشر الالكتروني، الظفرة للطباعة-أبوظبي، ط1، 2003، ص13.

تعتمد خدمة الويب على إرسال المستخدم (العميل) عنوان (URL) الخاص بالموقع (عنوان الموقع) إلى الشبكة العنكبوتية العالمية world wide web ليتم الاتصال بالخادم (server) الذي يوجد عليه الموقع المراد، ثم بعد ذلك يتم إرسال البيانات التي يحتويها الموقع إلى جهاز المستخدم (العميل)، ليشاهدها من خلال برنامج متصفح الإنترنت، وهذه العملية يقوم بتنظيمها بروتوكول http ، وهو من البروتوكولات الشهيرة لشبكة الإنترنت¹.

- خدمة نقل الملفات :

تعتمد هذه الخدمة في الأساس على بروتوكول نقل الملفات Files Transfer Protocol ، ويرمز له اختصاراً FTP ، وتمكن هذه الخدمة المستخدم من تحميل الملفات من أجهزة الخادم للمواقع المختلفة إلى جهازه الشخصي، وأيضاً رفع الملفات من جهازه الشخصي إلى أجهزة الخادم للمواقع التي تسمح بذلك².

- خدمة الأرشيف الإلكتروني: Archive :

نظراً لوجود العديد من الملفات المتاحة لمستخدمي الإنترنت فإن خدمة الأرشيف الإلكتروني تساعد على الوصول إلى الملفات التي يريدونها المستخدم، فإذا كان هناك ملف ما سمعت عنه فإن خدمة الأرشيف تحدد الموقع الذي يحتوي على هذا الملف، وعند الوصول إلى موقعها يمكن استخدام FTP حتى تستطيع تحميل هذه الملفات على جهازك³.

- خدمة المجالات والكتب الإلكترونية:

تضم الإنترنت مجموعة متنوعة من المجالات الإلكترونية بعضها متخصصة في مجالات محددة، والبعض الآخر ذات طابع شعبي أو عام، وهناك طريقتان يتم بهما توزيع المجالات، أولهما : عن طريق القوائم البريدية، حيث يتم إرسالها كرسالة بريدية، والثانية عم طريق إرسالها إلى مواقع FTP ، حيث يستطيع تحميلها Download في جهاز المستخدم⁴.

- خدمة الألعاب متعددة المستخدمين:

إن الألعاب الكمبيوترية موجودة ومتوفرة بالنسبة لأي حاسوب شخصي دون الحاجة إلى الإنترنت، لكن الألعاب من خلال شبكة الإنترنت تمتاز بالتنوع الشديد، الذي يتيح لك ممارسة أي لعبة، وترمز mud, muse

¹ عبيدة سبطي وفؤاد شعبان، المرجع السابق، ص 175.

² عبيدة سبطي وفؤاد شعبان ، ص 177.

³ خليل الصابات، جمال عبد العظيم، وسائل الاتصال نشأتها وتطورها، مكتبة الأنجلو مصرية، القاهرة، ط9، 2001، ص 527.

⁴ محمد طلبة: الإنترنت، مطابع المكتب المصري الحديث، القاهرة، ط1، 1997، ص 32.

dum, muck, mush, moo إلى ألعاب الحقيقة التخيلية Virtual Reality متعددة اللاعبين، التي تعتمد على محاكاة العالم المحيط.

- خدمة الصحافة الإلكترونية عبر الإنترنت:

يعد نشر الصحيفة الإلكترونية على الإنترنت أحد الطرق الميسرة لتوزيع الصحيفة الإلكترونية، والوصول إلى أكبر عدد من المستخدمين، وقد ثبت أن الصحف الإلكترونية تحظى بدرجة تفضيل عالية من جانب القراء عند متابعة الأخبار الخارجية، كما جذبت الصحف الإلكترونية قراء كثيرين¹.

- خدمة العلاقات العامة بالإنترنت:

ظهر مصطلح العلاقات الشبكية الذي طغى على العلاقات التقليدية التي كانت سائدة قبل ظهور الإنترنت، واثراً على أهمية العلاقات العامة، إذ تستخدم المنظمة الإنترنت في البحث عن عملاء جدد، أو في الحصول على نتائج خاصة بالرأي العام، وكذلك الحملات الترويجية التي تقوم بها الشركات لتحسين صورتها لدى المشتركين، بالإضافة إلى ما تقوم به من إعلانات في الشبكة تعبر من خلالها عن أهدافها وسياستها، وكل ذلك من شأنه أن يحسن صورة المنظمة، ويقوم بتحقيق خدمة العلاقات العامة بالإنترنت².

وهناك خدمات أخرى كثيرة تقدمها، منها:

- خدمة الإنترنت في القطاع السمعي البصري.

- استخدامات الإنترنت في التواصل الاجتماعي.

- تحميل البرامج والألعاب ومقاطع الصوتيات والمرئيات، والوثائق وكافة الملفات الأخرى ... إلخ.

2- الوظائف الإعلامية لشبكة الإنترنت:

أحدث ظهور شبكة المعلومات العالمية - الإنترنت - ثورة معرفية في مجال الاتصالات والإعلام، غيرت مفاهيم كثيرة تتصل بالعمليات الإعلامية، وقلبت العالم رأساً على عقب، حيث أمكن لها إطاحة العديد من المفاهيم والنظريات التي ظلت لسنوات عديدة، وإظهار مفاهيم جديدة تحاول تفسير عمليات الاتصال الجديدة، بما فيها وسائل الإعلام التي حاولت إبعادها في شكلها التقليدي ونقلها إلى عالم إلكتروني جديد، حيث أصبح من الممكن ظهور توقعات تشير إلى قرب انتهاء حضارة الورق ليحل محلها ما يسمى بحضارة الوسائط المتعددة³.

¹¹ محمد فتحي عبد الهادين الإنترنت وخدمات المعلومات، المجلة العربية للمعلومات، المجلد 22، ع 2، تونس، المنظمة العربية للتربية والثقافة والفنون، 2001، ص 122.

² أحمد بدر: الإعلام الدولي، دراسات في الاتصال والدعاية الدولية، دار قباء للطباعة والنشر والتوزيع، القاهرة، ط 4، د ت، ص 95.

³ منال قدواح، اتجاهات الصحفيين الجزائريين نحو استخدام الصحافة الإلكترونية - دراسة ميدانية، ص 140.

فقد شهدت سنوات التسعينيات تطوراً كبيراً في تقنيات وبرامج الإنترنت، كما تزايد عدد مستخدميها، وبدأ عدد كبير من شركات خدمات المعلومات تجتهد من الإنترنت وسيلة جديدة للاتصال بمستخدميها، كما أصبحت وكالات الأنباء تعتبر عمليات الاستثمار في الإنترنت من بين مشاريعها المستقبلية الأساسية، وبدأت الإنترنت تدخل إلى دور المؤسسات الصحفية، كمصدر أساسي للأخبار والمعلومات، وأصبح استخدام الإنترنت يعد أحد المعايير الأساسية في تقييم مؤهلات ومعارف الصحفي، ووجد الصحفيون أنفسهم أمام وسيلة جديدة تفرض عليهم تحديات صحفية من نوع مختلف عن الممارسات التقليدية، وتتعلق إما بكيفية تطويعها لخدمة الصحيفة المطبوعة أو ارتيادها كمجال صحفي إلكتروني جديد، إضافة إلى هذا فقد قدمت الإنترنت عدة وظائف للصحافة، فهي بخلاف كونها وسيطاً يحمل المضمون إلى القارئ فإنها أفادت الصحافة والصحفيين من وجوه متعددة¹، منها:

- الحصول على فيض متجدد ومتدفق من الأخبار الصحفية، من مصادر متعددة، وبلغات متباينة .
- الاستفادة منها كأداة مساعدة لتغطية الأخبار.
- استكمال معلومات الموضوعات الصحفية وخلفياتها من بيانات وأرقام وإحصائيات.
- استطلاع وجهات نظر المصادر الصحفية في الموضوعات الصحفية والتعرف على آرائهم وأفكارهم وردود أفعالهم حول القضايا المطروحة.
- استخدام الإنترنت كأرشيف خاص للصحفي، يحوي موضوعاته الصحفية، ومواعيده وعناوينه الخاصة.
- الاستفادة من الإنترنت كوسيط للنشر الصحفي من خلال نشر الصحيفة أو ملخص لها، أو إصدار صحيفة إلكترونية ليس لها أصل مطبوع.
- الاستفادة منها كوسيلة اتصال تفاعلية، عن طريق مشاركة القراء عن طريق البريد الإلكتروني وغرف الحوار.
- تطوير المهارات الصحفية.
- استخدام الإنترنت في بناء صحيفة الصحفي الخاصة.
- تطوير وسائل جمع المادة الصحفية مثل عقد المؤتمرات عن بعد والدرشة².. الخ.

¹ السيد بخت، الصحافة والإنترنت، العربي للنشر والتوزيع، القاهرة، 2000، ط1، ص 31-32.

² منال قدواح، اتجاهات الصحفيين الجزائريين نحو استخدام الصحافة الإلكترونية دراسة ميدانية، مذكرة ماجستير في علوم الإعلام والاتصال، تخصص اتصال وعلاقات عامة، قسم علوم الإعلام والاتصال، كلية العلوم الإنسانية والعلوم الاجتماعية، جامعة منتوري، قسنطينة، 2007-2008، ص ص 136-137 .

وبالنظر لهذه الوظائف التي تحققها الإنترنت للصحافة والصحفيين يمكن القول بأنها بالفعل فتحت الباب على مصراعيه نحو الانتشار السريع للصحف واستقطابها لأكثر عدد ممكن من القراء دون أي اعتبار للحدود الجغرافية وبالتالي فقد قامت بتفعيل عملية الاتصال جذريا، واكتسبت مميزات جديدة لم توفرها وسائل الإعلام التقليدية قبلها، أهمها عنصر التفاعلية والمشاركة النشطة للجمهور والفورية بالنسبة لمضمون الرسالة وكذا عنصر رجع الصدى المغيب في الوسائل الإعلامية التقليدية.

3- سلبيات الإنترنت:

بقدر ما تبشر به شبكة الانترنت من آمال وفرص وإمكانات، فهي محفوفة بالمخاطر ونذكر منها:

- احتواء الإنترنت على مواقع مشبوهة تدمر الأخلاق: فالإنترنت عبارة عن بحر مفتوح للثقافات والمرغبات والممنوعات، حيث تحتوي على الكثير من المواقع الممنوع، مثال :
 - ✓ مواقع تستهدف الإباحية والجنس، والتي تعمل ككازينو إلكتروني في دول مختلفة من العالم.
 - ✓ مواقع غامضة وممنوعة كتجارة المخدرات والأسلحة والأطفال.
 - ✓ مواقع تستهدف الدين ونشر الفتنة بين الناس.
- الإنترنت توفر طريقا لتعطيل أنظمة التشغيل: إذ تمثل بوابة وحلقة وصل بين أجهزة المستخدمين والفيروسات حيث يمكن عن طريق الإنترنت :
 - ✓ إرسال فيروسات تتسبب في أعطال أيا كانت.
 - ✓ مسح نظام التشغيل أو حذف ملفات نظام أو إعادة تشغيل نظام و تخريبه .
- من أضرار البريد الإلكتروني أيضا:
 - ✓ نشر الفيروسات.
 - ✓ نقل معلومات غير صحيحة.
 - ✓ استلام بريد قمامة .
 - ✓ إرسال رسائل بكميات كبيرة بهدف تعطيل البريد.
 - ✓ نشر قائمة عناوين لأشخاص آخرين دون إذن.
- سرقة المعلومات عبر الإنترنت، من خلال:
 - ✓ اعتراض رسائل البريد الإلكتروني وقراءتها.
 - ✓ اختراق أجهزة الغير والاطلاع على المعلومات الموجودة فيها أو تغييرها.

✓ سرقة أرقام بطاقات الائتمان والأرقام السرية الأخرى.

- الإدمان على مواقع الترفيه والتسلية: يؤدي إلى الإهمال إشاعة الخمول والكسل وإهمال الواجبات اليومية، مما يؤدي إلى مشاكل اجتماعية، مشاكل نفسية، مضيعة وقت وأضرار جسدية.
- نشر العديد من المعلومات غير الدقيقة على الشبكة: إذ يمكن تحميل أبحاث جاهزة من شبكة الإنترنت دون بذل أي جهد، فقد تكون المعلومات في هذه المواد غير صحيحة.
- التخفي وعدم الكشف عن "هوية" المستخدم: يُعتبر أحد الأسباب البارزة التي تؤدي إلى خطر في استعمال الإنترنت.
- التغطية على الهويات المفيدة: الإنترنت غطى على هويات أخرى مفيدة مثل القراءة والرياضة ومزاولة الأنشطة الاجتماعية.
- الفوضى المعلوماتية: نظرا لكم الهائل من المعلومات وعدم التنظيم الذي يسودها يجعل من لية عملية الوصول إليها أمرا صعبا، وهذا بالرغم من كثرة محركات البحث¹.
- الغزو الثقافي : بما تتيحه الأنترنت من ثقافات وعادات وأنماط تفكير قد تكون غريبة عن المجتمع وعاداته، فالأنترنت تعمل على كسر الحواجز الجغرافية ما بين الدول.
- ضعف الموثوقية والمصداقية: فمعلومات الأنترنت دائمة التحديث والتحديث، وهذا ما يطرح إشكالية عدم التمكن من الرجوع إلى المعلومات التي تم استقاؤها من موقع ما².

¹ عبد الفتاح بيومي حجازي، الأحداث و الإنترنت: دراسة متعمقة عن أثر الإنترنت في انحراف الأحداث، دار الفكر الجامعي، الإسكندرية، ط1، 2002، ص 122.

² بيزان مزيان، استغلال الأساتذة الجامعيين لشبكة الإنترنت دراسة ميدانية بجامعة منتوري، قسنطينة، مذكرة ماجستير في علم المكتبات والمعلومات، جامعة منتوري، قسنطينة، 2006، ص78.

تمهيد:

من أبرز معالم التطور الذي شهد صناعة الصحافة خلال السنوات الماضية مستفيدة في ذلك من تكنولوجيا الحاسبات وكذلك تكنولوجيا الاتصال الشبكي ظهور ما يسمى بالصحيفة الإلكترونية، فمنذ منتصف التسعينات والصحافة الإلكترونية تجاهد لكي يكون لها أشكالها، وخصائصها المميزة كوسيط اتصالي، إلا أنه من الصعب أن نحدد تعريفاً واحداً جامعاً مانعاً للصحافة الإلكترونية، فعلى الرغم من وجود رابط أساسي بين كل أنماط الصحافة الإلكترونية ألا وهو توظيف الحاسبات الإلكترونية وتقنيات النشر الإلكتروني، إلا أنها تختلف من حيث السمات والوظائف والجنس الإعلامي Media Genre بحسب درجة وأبعاد توظيفها للحاسبات الإلكترونية إلى جانب استفادتها من التقنيات الأخرى المتسعة والمتطورة في مجالات تكنولوجيا المعلومات والاتصالات، مثل: الاتصالات السلكية واللاسلكية، الأقمار الصناعية، الاتصالات الرقمية، شبكة الإنترنت، فضلاً عن تقنيات النص الفائق، الوسائط المتعددة، التصوير الفوتوغرافي الرقمي، والتقنيات متناهية الصغر، وأنظمة الورق والحبر الإلكتروني، بحيث يمكن أن يشمل تعريف الصحافة الإلكترونية على طيف متسع من أشكال النشر الصحفي، الذي يبدأ بالنشر المطبوع المستعين بالحاسبات الإلكترونية، ليصل إلى الصحيفة الإلكترونية اللاورقية.

1- مفهوم الصحافة الإلكترونية :

من الصعب الوصول إلى تعريف جامع وشامل للصحافة الإلكترونية وذلك لتطورها المستمر، وتعدد أنواعها، وتنوع الوسائط التي تنشر من خلالها، حيث تستخدم مصطلحات عديدة لوصفها :

والصحافة الإلكترونية كمصطلح جاء ترجمة لأكثر من تعبير من اللغة الأجنبية مثل:

- On line Journalism - Electronic Edition - Electronic News Paper)

- Digital News Paper - Virtual News Paper - Electronic Journalism

.(Interactive News Paper - Paperless News Paper

وفي الأدبيات الدراسية والكتابات العربية يشار إلى الصحافة الإلكترونية بمسميات عدة منها¹: (الصحافة الفورية، النسخ الإلكترونية، الصحافة الرقمية، الجريدة الإلكترونية، منشور إلكتروني، الصحافة التفاعلية، أو اللاورقية صحافة الانترنت، صحافة وسائط متعددة، صحافة الويب، صحافة افتراضية، صحافة قواعد البيانات، صحافة الأبعاد الثلاثة D3، صحافة مندمجة، صحافة مصممة وفقاً لاحتياجات القارئ، صحافة مستعينة

¹ علي عبد الفتاح كنعان: الصحافة الإلكترونية، دار البازوري العلمية للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، ط1، 2014، ص 11.

بالحاسبات، صحافة الوقت الحقيقي، صحافة المصادر المفتوحة OpenSource، صحافة المدونات Blogging، صحافة شخصية Customized Personalized، صحافة ذكية، صحافة بكل شكل). ترتكز فكرة الصحافة الإلكترونية على بث المادة الصحفية على إحدى خدمات المعلومات التجارية الفورية وخاصة عبر شبكة الانترنت مستخدمة في ذلك تقنيات ظهرت كوليدة لتكنولوجيا الاتصال، وغالبا ما تكون متصلة بالصحيفة المطبوعة، وقد لا يتم وضع ترقيم صفحات لها بسبب تحديثها المستمر ولكن يذكر التوقيت تاريخ وساعة التعديل، والكثير منها يحتفظ بأرشيف يمكن للقراء الرجوع إليه عند الحاجة.

في هذا السياق، سنحاول أن نرصد أهم التعريفات التي عرفت هذا النوع من الصحافة يعرفها شريف درويش اللبان بأنها "الصحافة كما يتم ممارستها على الخط المباشر"¹، أي أن الصحيفة الإلكترونية لها نفس مميزات الصحافة لكنها تختلف عنها بكونها Nية، واستفادات من خدمات النشر الإلكتروني. فيما يفضل باحثون آخرون تعريف الصحافة الإلكترونية انطلاقا من ربطها بشبكة الانترنت معتبرين كل الصحف التي يتم إصدارها ونشرها على الانترنت مثل بعضها البعض، سواء تلك المتعلقة بنشر نسخة الكترونية لصفح مطبوعة أو نشر موجز لأهم محتويات الطبعة الورقية، أو تلك الجرائد والمجلات المستقلة التي لا تملك طبعات ورقية وتصدر على شبكة الانترنت.

وعلى هذا الأساس عرفها عبد الأمير فيصل بالقول: "مفهوم الصحافة الإلكترونية ينطبق على كل أنواع الصحف الإلكترونية العامة والمتخصصة التي تنشر عبر شبكة الانترنت، طالما أنها تبث على الشبكة بشكل دوري، أو يتم تحديث مضمونها من يوم لآخر ومن ساعة لآخرى وهذا حسب إمكانات المؤسسة التي تتولى نشر الصحيفة عبر الشبكة"².

فيما وضع فايز عبد الله الشهري تعريفا للصحافة الإلكترونية في رسالة دكتوراه حول تجربة الصحافة الإلكترونية العربية على شبكة الانترنت يقول فيه: "هي عبارة عن تكامل تكنولوجي بين أجهزة الحاسبات الإلكترونية وما تملكه من إمكانات هائلة في تخزين وتنسيق وتبويب وتصنيف المعلومات واسترجاعها في ثوان معدودات، وبين التطور الهائل في وسائل الاتصالات الجماهيرية التي جعلت العالم قرية إلكترونية صغيرة"³.

¹ شريف درويش اللبان، الصحافة الإلكترونية، دراسات في التفاعلية وتصميم المواقع، ط 3؛ مصر: الدار المصرية اللبنانية، 2011، ص 41.

² عبد الأمير الفيصل، الصحافة الإلكترونية في الوطن العربي، ط 1؛ عمان: دار الشروق، (2005، ص 78.

³ عبد الأمير فيصل، مرجع سبق ذكره، ص 78. نقلا عن فايز عبد الله الشهري، تجربة الصحافة الإلكترونية العربية على شبكة الانترنت، رسالة دكتوراه غير منشورة، جامعة شيفلد، المملكة المتحدة، 1999.

كما يعرفها محمد منير حجاب على أنها: "منشور إلكتروني دوري يحتوي على الأحداث الجارية سواء المرتبطة بموضوعات عامة أو بموضوعات ذات طبيعة خاصة، ويتم قراءتها من خلال جهاز كمبيوتر، وغالبا ما تكون متاحة عبر شبكة الانترنت، لذا فإن هذا المفهوم يدخل في إطاره مفهوم استمرار الجريدة على الخط"¹.

يقول زيد منير سليمان في تعريفه للإعلام الإلكتروني بأن هذا الأخير هو: "عبارة عن نوع جديد من الإعلام يشترك مع الإعلام التقليدي في المفهوم والمبادئ العامة والأهداف، وما يميزه عن الإعلام التقليدي أنه يعتمد على وسيلة جديدة من وسائل الإعلام الحديثة وهي الدمج بين كل وسائل الاتصال التقليدي، بهدف إيصال المضامين المطلوبة بأشكال متميزة ومؤثرة بطريقة أكبر، وهو يعتمد بشكل رئيسي على الانترنت التي تتيح للإعلاميين فرصة كبيرة لتقديم موادهم الإعلامية المختلفة بطريقة إلكترونية بحتة"²، ويخلص إلى تعريف الصحافة الإلكترونية على أنها: "نوع من الاتصال بين البشر يتم عبر الفضاء الإلكتروني - الانترنت وشبكات المعلومات والاتصالات الأخرى - تستخدم فيه فنون وآليات ومهارات العمل في الصحافة المطبوعة مضافا إليها مهارات وآليات تقنيات المعلومات التي تناسب استخدام الفضاء الإلكتروني كوسيط أو وسيلة اتصال، بما في ذلك استخدام النص والصوت والصورة والمستويات المختلفة من التفاعل مع المتلقي، لاستقصاء الأنباء الآنية وغير الآنية ومعالجتها وتحليلها ونشرها على الجماهير عبر الفضاء الإلكتروني بسرعة"³.

2- المحددات الأساسية لمفهوم الصحافة الإلكترونية:

وقد رصد الخبراء مجموعة من المؤشرات المستقاة من تعريفات الصحافة الإلكترونية، منها:

- 1- أنها منشور إلكتروني دوري يحتوي على الأحداث الجارية.
- 2- يتم قراءتها من خلال جهاز كمبيوتر (أو أي من الأجهزة الإلكترونية الحديثة مثل الهاتف الجوال، أو الآي باد)، وغالبا ما تكون متاحة عبر شبكة الإنترنت.
- 3- يتم إصدارها بطريقة إلكترونية من حيث تحريرها، وتصحيحها، وتصميم الرسوم، والصور وإعدادها، وتركيب الصفحات، ثم يتم بثها إلى جهاز كمبيوتر متصل بالشبكة.
- 4- تتيح للقارئ تصفحها، واستدعاءها، والبحث في محتوياتها، وحفظ المادة التي يريدتها، وطباعتها.
- 5- النصوص فيها مرتبطة بصحف ورقية مطبوعة، وأحيانا يكون لها نسخ مطبوعة.

¹ محمد منير حجاب، وسائل الاتصال، نشأتها وتطورها، دار الفجر للنشر والتوزيع، مصر، ط1، 2008، ص 132-133.

² زيد منير سليمان، الصحافة الإلكترونية، ط1؛ عمان: دار أسامة للنشر، (2009)، ص 11.

³ زيد منير سليمان، مرجع سبق ذكره.

- 6- تكون على شكل خدمات يطالعها المستخدم عبر شاشة الحاسب الآلي.
- 7- منشور إلكتروني يصدر بصفة دورية، ولها موقع تحدد محدد على شبكة الإنترنت وتخزين المعلومات وإدارتها واستدعائها يكون بطريقة إلكترونية.

3- معايير وضوابط الصحافة الإلكترونية :

من الضروري معرفة المعايير والضوابط التي تميز الصحيفة الإلكترونية عن غيرها من المواقع التي يعج بها عالم الإنترنت، ومن ذلك ما يلي:

3-1- معايير مهنية: وتتمثل في:

- استعمال قالب العمل الصحفي، مثل الخبر، التحقيق، الحوار ... بمعنى عدم التعامل مع قوالب مغايرة تفرضها طبيعة الوسيلة الجديدة.
- إنتاج موضوعات ميدانية كتغطية الندوات والمؤتمرات، وغيرها.
- الاحتراف: بمعنى أن يكون الصحفيون العماملون بالمواقع محترفين، لا هواة، حيث أن من أبرز محددات الاحتراف (التفرغ، الكفاءة المهنية، الخبرة التراكمية والمؤسسية، بمعنى الانتماء إلى مؤسسة صحفية على الإنترنت).

3-2- معايير تتعلق بالمؤسسة أو الصحيفة: وتتمثل في:

- أ- معايير فنية: وتتمثل في:
 - وجود نظام بالموقع للأرشفة.
 - وجود سيرفر خادم مستقل للموقع.
 - وجود نظام تأميني محدد، يمنع عمليات القرصنة والاختراق بصورة مبدئية.
- ب- معايير تتعلق بعدد الزوار: يمكن تحديده من خلال مواقع متابعة التصفح العالمية، مثل موقع Alexia ، فمن خلال هذا الموقع يمكن التعرف على:
 - عدد الزوار.
 - عدد الجلسات التي تمت على الموقع.
 - معدل الزيارات التي تمت للموقع، وكذا البلدان التي تمت الزيارة منها .
- ج- معايير مالية: وتتمثل في وجود نظام تمويلي واضح، ومحدد للمؤسسة أو الموقع، وقابل للمراجعة من قبل الجهات المختصة .

د- معايير قانونية: تتعلق بالوضع القانوني للمؤسسة بالصورة التي تتضمن الوفاء بالحقوق المالية والقانونية للعاملين فيها، ويكفي أن تصدر من خلال أي شكل يتيح القانون، ويتضمن محاسبة أصحاب المؤسسة ماديا وقانونيا عليه¹.

4- نشوء وتطور الصحافة الإلكترونية في العالم:

على الرغم من أن الصحافة الإلكترونية عرفت في منتصف عام 1970، عبر تجارب استخدام تقنية الفيديو تكتست Videotext والتيليتكست Teletext في اثنين من المؤسسات الإعلامية البريطانية الكبرى، وهما IBA / BBC، والتجارب التفاعلية الأخرى في مجالات نقل النصوص شبكيا، ومن تطور قواعد البيانات، واستخدام الكمبيوتر في عمليات ما قبل الطباعة في بداية السبعينيات من القرن الماضي²، إلا أنها لم تلق الاهتمام الكبير من طرف الباحثين إلا بحلول العام 1980، بعد أن استطاعت شبكة الإنترنت في فترات ازدهارها أن تؤسس لنفسها قاعدة جماهيرية كبيرة من الجيل الجديد، الذي اتجه نحو الإنترنت كمورد ومصدر للمعلومات، فكان من الطبيعي لوسائل الإعلام أن تنحو ذلك الاتجاه.

حيث كانت البداية بظهور الصحافة المطبوعة عبر النشر الإلكتروني، إذ كانت الصحف ترسل عبر موجات الراديو إلى عشرات الآلاف إلى المنازل عن طريق أجهزة الفاكس، كما عرفت الصحافة محاولا بطريقة الفيديو تكتست Videotext، وذلك باستخدام خطوط التلفون، ليتم استقبالها على شاشات التلفزيون، أو شاشات الكمبيوتر في المنازل مقابل اشتراك شهري، ولكن انخفاض وضوح الصورة إضافة إلى بطء الاستعراض جعل قراءة الصحف عملية صعبة، وكان استقبال الصحيفة الورقية أرخص كثيرا من استقبالها بهذه الطريقة³، كما حاولت بعض الصحف إنتاج أقراص ممغنطة تتضمن الأعداد السابقة، إضافة إلى محاولات أخرى لإرسال الخدمة الصحفية بالأقمار الصناعية والبريد الإلكتروني، واستمرت هذه المحاولات حتى عام 1995، وهو عام انفجار شبكة الإنترنت، الذي أدخل الصحافة عصر التوزيع الإلكتروني الجماهيري⁴.

ويقول شيدين "إن عام 1981 يمثل أول بداية حقيقية لظهور الصحافة الإلكترونية الشبكية عندما قدمت كومبيوسيرف خدمتها الهاتفية مع 11 صحيفة مشتركة في الأسوسيتدبرس، إلا أن هذه الخدمة توقفت عام

¹ عبد الرزاق محمد الدليمي، الصحافة الإلكترونية والتكنولوجيا الرقمية، دار الثقافة، عمان، 2011، ص 36-38.

² فيصل أبو عيشة، الإعلام الإلكتروني، دار أسامة للنشر والتوزيع، الأردن، ط1، 2010، ص102.

³ بسنت عبدالمحسن عبداللطيف العقبواي، الصحافة الإلكترونية وبنيتها على شبكة الإنترنت، حوارزم العلمية للنشر والتوزيع، جدة، ط1، 2010، ص 26.

⁴ حسني محمد نصر، الإنترنت والإعلام - الصحافة الإلكترونية، مكتبة الفلاح للنشر والتوزيع، العين، ط1، 2003، ص93.

1982 بعد انفضاض الشراكة"، تبع ذلك ظهور الخدمات الصحافية في قوائم الأخبار الإلكترونية **Bulletin Board System – BBS** في سنوات 1985-1988¹.

ورغم وجود خلاف بين الباحثين في تحديد الصحيفة الإلكترونية الأولى على شبكة الإنترنت، حيث تشير بعض المصادر حسب علم الدين إلى أن أول صحيفة إلكترونية ظهرت على شبكة الإنترنت صحيفة بالكامل هي صحيفة (هيلز نبورج داجبلاد) السويدية عام 1990، حيث تعد السويد من الدول التي لها نشاط كبير في الإنترنت، مثل الولايات المتحدة الأمريكية وكندا وأستراليا²، في حين يشير الباحث الأمريكي **مارك ديوز** حول تاريخ الصحافة الإلكترونية أن أول صحيفة في الولايات المتحدة الأمريكية أطلقت نسخة إلكترونية على الإنترنت هي **شيكاغو تريبيون Tribune** عام 1992، مع نسختها **شيكاغو أون لاين**³، وقد كان من بين الصحف الكبرى التي ظهرت على شبكة الإنترنت صحيفة (USA Today)، أولى الصحف الكبرى التي تسمح للمستخدم أن ينتقل من موقع لآخر، وكذلك الانتقال إلى الأقسام المتعددة، وفي عام 1993 كان هناك ما يقرب من 20 صحيفة ومجلة، لها مواقع على الإنترنت، منها مجلة أخبار الأسبوع (NewsWeek) التي نشرت فضيحة كلينتون ومونيكا على الإنترنت أسبوعاً قبل موعد النشر الأصلي، ثم تالتت الصحف والمجلات بعد ذلك بتقديم أخبارها الإلكترونية⁴، وبحسب **كاواموتو** فإن موقع الصحافة الإلكترونية الأولى على الإنترنت انطلق عام 1993، في كلية الصحافة والاتصال الجماهيري في جامعة فلوريدا، وهو موقع **بالو ألتو أونلاين Palo Alto** وألحق به موقع آخر في 19 يناير 1994 هو **ألتو بالو ويكلي**، لتصبح الصحيفة الأولى التي تنشر بانتظام على الشبكة⁵ وتوالى بعد ذلك ظهور المواقع الإخبارية و الصحفية على الأنترنت، سواء التابعة للصحف والقنوات التلفزيونية أو المواقع الإخبارية المستقلة التي تعد قناة صحفية إلكترونية مستقلة في حد ذاتها⁶.

وتعد صحيفة **الواشنطن بوست** أول من أطلق موقعاً إخبارياً إلكترونياً عام 1994، كما أنها أول صحيفة أمريكية نفذت مشروعاً كلف عشرات الملايين من الدولارات، يتضمن نشرة تعدها الصحيفة، ويعاد صياغتها في كل مرة تتغير فيها الأحداث، مع مراجعة وثائقية وإعلانات مبنية، حيث أطلق على هذا المشروع اسم **الحبر الورقي**، الذي يعد فاتحة لظهور جيل جديد من الصحف، أهلاً وهي الصحف الإلكترونية، التي تخلت عن الورق

¹ فيصل أبو عيشة، المرجع السابق، ص 103.

² محمود علم الدين، الحاسبات الإلكترونية وتكنولوجيا الاتصال، دار الشروق للنشر والتوزيع، القاهرة، ط1، 1997، ص 155.

³ زيد منير سليمان، الصحافة الإلكترونية، المرجع السابق، ص 11.

⁴ رضا عبد الواحد أمين، الصحافة الإلكترونية، دار الفجر للنشر والتوزيع، القاهرة، مصر، ط1، 2007، ص 115.

⁵ فيصل أبو عيشة، المرجع السابق، ص 105.

⁶ شريف درويش اللبان، الصحافة الإلكترونية، دراسة تفاعلية و تصميم المواقع، الدار المصرية اللبنانية، ط1، القاهرة، 2005، ص 24.

والخبر والنظام التقليدي للتحليل والقراءة، وتستخدم جهاز الحاسوب، مع إمكانياته الواسعة في التوزيع عبر القارات والدول، ودون حواجز أو قيود¹، ولم يكن هذا المشروع الرائد سوى استجابة للتطورات المتسارعة في ربط تقنية الحاسوب مع تقنيات المعلومات، وظهور نظم وسائط الاعلام المتعدد (Multi media)، وما تحقق من تنام لشبكة الانترنت عمودياً وأفقياً واتساع حجم المستخدمين والمشاركين فيها داخل الولايات المتحدة ودول اخرى عديدة خصوصاً في الغرب، والبدء قبل ذلك بتأسيس مواقع خاصة للمعلومات، ومنها معلومات إخبارية متخصصة مثل الرياضة والعلوم وغير ذلك².

هذه الصحيفة أول النماذج التي دخلت صناعة الصحافة الإلكترونية بطريقة كبيرة ومتزايدة بخاصة مع توفير خدمة الإنترنت مجاناً في الولايات المتحدة وبلاد العالم المتقدم، بحيث أصبحت الصحافة جزء من تطور وتوزيع شبكة الانترنت، "وبدأت غالبية الصحف الأميركية تتجه إلى النشر عبر الانترنت خلال عامي 1994-1995 وزاد عدد الصحف اليومية الأميركية التي أنشأت مواقع إلكترونية من 60 صحيفة نهاية عام 1994 إلى 115 صحيفة عام 1995 ثم إلى 368 في منتصف عام 1996³، وارتفع الرقم إلى 3622 صحيفة في منتصف عام 1997، وارتفع مرة أخرى في نهاية العام ذاته إلى 4000 صحيفة، وبحلول 1998 بدأت بعض الصحف الإلكترونية تحقق أرباحاً ملحوظة، بلغت في إحدى الصحف نحو مليوني دولار سنوياً، وذلك بعد أن انتهت الصحف الإلكترونية إلى ضرورة تنويع مصادر دخلها⁴.

في شهر أبريل 1995 أسس الممثلون الثمانية الرئيسيون للصحف الأمريكية جمعية الصحف الإلكترونية تسمى **News Century Network** ويرمز لها بـ **NCN**، وتهدف لمساعدة الصحف الصغرى على إنشاء طبعة على الخط.

وتعتبر إلكترونيك تلغراف Electronic Telegraph النسخة الإلكترونية من صحيفة ديلي تلغراف صحيفة الواب الرائدة في بريطانيا، من خلال ظهورها على النت عام 1994، كما ظهرت صحيفة التايمز Times في سبتمبر من العام نفسه على الواب، وتضمنت ندوة نقاش تفاعلية، غير أنها كانت خدمة نصية متواضعة، كما أنه لم يتم تضمينها تكنولوجيا الواب الحديثة، وكانت الصحيفتين الرائدتين في المملكة المتحدة، اللتين تتضمنان النص الكامل للإصدارين المطبوعين⁵.

¹ فيصل أبو عيشة، المرجع السابق، ص 105.

² أحقو علي، الصحافة الإلكترونية العربية، الواقع والآفاق، دار الكتاب الجزائري، الجزائر، 2005، ص 27.

³ عباس ناجي حسن، الصحفي الإلكتروني، دار صفاء للنشر والتوزيع، الأردن، ط1، 2012، ص 53.

⁴ حسني محمد نصر، المرجع السابق، ص 93 - 97.

⁵ شريف درويش اللبان، الصحافة الإلكترونية دراسات في التفاعلية وتصميم المواقع، الدار المصرية اللبنانية، القاهرة، ط1، 2005، ص 27.

وفي جوان 1995 ظهرت أول جريدة فرنسية على الخط مئة بالمائة وهي **Cybersphere** ، وفي شهر أبريل عام 1997 "تمكنت صحيفتا اللوموند والليبراسيون الفرنسيين من الصدور بدون أن تتم عملية الطباعة الورقية بسبب إضراب عمال مطابع الصحف الباريسية ، الصحيفتان صدرتا على مواقعها في الانترنت لأول مرة وتصرفت إدارتا التحرير بشكل طبيعي وكما هو الحال اليومي للإصدار الورقي ، كما أشارت المحطات الإذاعية لما نشرته الصحيفتان كما تفعل كل يوم ، كما مارس الصحفيون عملهم بشكل طبيعي إلا أنهم شعروا بضرورة تقديم شيء جديد وإضافي وذلك لإحساسهم باختلاف العلاقة مع القارئ هذه المرة"¹ ، وتصرفت إدارة التحرير بشكل طبيعي وكما هو الحال بالنسبة للإصدار اليومي الورقي، وقد اشارت المحطات الإذاعية لما نشرته الصحيفتان، كما تفعل كل يوم، ومارس الصحفيون حينها عملهم بشكل طبيعي غير أنهم شعروا بضرورة تقديم شيء جديد وإضافي، إحساسا منهم باختلاف العلاقة مع القارئ في هذه المرة، وكانت صحيفة Libiration أول صحيفة تعرض بعض المقالات من ملحقها الأسبوعي باستخدام الوسائط المتعددة على الإنترنت².

وحول موضوع تزايد عدد الصحف الإلكترونية وانتشارها في العالم يقول الدكتور عبد الستار فيكي " لقد تزايد الاتجاه في الصحف على مستوى العالم الى التحول الى النشر الإلكتروني بسرعة كبيرة ، ففي عام 1991 لم يكن هناك سوى 10 صحف فقط على الأنترنت، ثم تزايد هذا العدد حتى بلغ 1600 صحيفة عام 1996، وقد بلغ عدد الصحف عام 2000 على الإنترنت 4000 صحيفة على مستوى العالم ، كما أن حوالي 99% من الصحف الكبيرة والمتوسطة في الولايات المتحدة الاميركية قد وضعت صفحاتها على الإنترنت"³.

أما بناء المحتوى الإخباري لصحافة الإنترنت فقد تطور حسب **Pavlik** عبر ثلاثة مراحل ؛ ففي المرحلة الأولى كانت صحيفة الأنترنت تعيد نشر معظم أو كل أو جزء من محتوى الصحيفة الأم وهذا النوع من الصحافة مازال سائدا، المرحلة الثانية يقوم الصحفيون بإعادة إنتاج بعض النصوص للتوائم مع مميزات ما ينشر في الشبكة وذلك بتغذية النص بالروابط والإشارات المرجعية وما إلى ذلك ، وهذا يمثل درجة متقدمة عن النوع الاول . أما المرحلة الثالثة فيقوم الصحفيون بإنتاج محتوى خاص بصحيفة الانترنت يستوعبون فيه تنظيمات النشر الشبكي ويطبّقون فيه الاشكال الجديدة للتعبير عن الخبر .

ويرى الدكتور عباس مصطفى صادق أن تطور الصحافة الإلكترونية على المستوى العالمي مر بثلاثة موجات،

هي:

¹ حسن عماد مكاوي، تكنولوجيا الاتصال الحديثة في عصر المعلومات، الدار المصرية اللبنانية، القاهرة، 1993. ص 23

² عباس ناجي حسن، المرجع السابق، ص 54.

³ عبد الستار فيكي، الألفية الثالثة، عصر المنجزات من ثورة غوتنبرغ إلى غزو الإنترنت، دار الصياد أنترنشيونال ، بيروت، ط 2000، 1.

الموجة الأولى: بدأت عام 1982، وتمثلت في صحافة الفيديو تكست .

الموجة الثانية: بدأت عام 1993، حين أخذت المؤسسات الإعلامية علماً بالإنترنت، وبدأت بالتواجد عليها. أما الموجة الثالثة: فظهرت مع بداية الألفية الثالثة، وتمثلت في استحداث تطبيقات فورية ورجحية للشبكة العنكبوتية في المجال الإعلامي¹.

تعدُّ تغطية أخبار انفجار مدينة أوكلاهوما (Oklahoma)، في 19 أبريل/نيسان 1995، نقطة مرجعية ملائمة لرصد بداية مبكرة تميز الصحافة الإلكترونية عن الصحافة الورقية في مصادرها وطرق معالجتها حينما التفتت إلى المصادر الإعلامية المفتوحة بشكل مثير للانتباه، وهو الحدث الذي اعتُبر في حينه أسوأ "انفجار إرهابي" على أرض الولايات المتحدة وقتل فيه 168 شخصاً، وفي الوقت الذي بقيت فيه وسائل الإعلام التقليدية تعاني فقراً واضحاً في المعلومات حول الحدث الكبير استطاعت المواقع الإخبارية على شبكة الإنترنت أن تتحول إلى مصدر مفتوح للمعلومات الإخبارية من خلال انفتاحها على مصادر متعددة وواسعة يمثلها أفراد ومؤسسات أهلية؛ حيث تم نشر خارطة للمدينة وموقع الانفجار ورسم مفصّل عن الأنواع المختلفة للقنابل المستخدمة في الهجمات خلال الساعة الأولى من الانفجار، وفي أماكن متعددة على الشبكة قامت مصادر متعددة أخرى بوصف مشاهد الحدث، وقام آخرون بالتطوع في كتابة تقارير إخبارية حول التفاصيل، وأخذت مواقع تنشر أسماء الناجين والمستشفيات التي استقبلتهم².

وفي عام 1999، تكرر الأمر بشكل لافت مع حادث ارتطام طائرة (TWA 800) التي غرقت في المحيط الأطلسي، حيث وفرت مصادر الإنترنت المفتوحة مئات الشهادات حول الحادث، وصلت إلى إثبات ارتطام الطائرة بمنطاد عسكري على الشاطئ.

أخذت الصحافة الإلكترونية تذهب أكثر في تمييز نفسها وأن لا تكون مجرد نسخة من الصحف الورقية على الشاشات، وأخذ هذا النهج أحياناً طابع الإعلام البديل؛ أفقيّاً تبرز بشكل يُعْتَدُّ به منذ عام 1999 من خلال شبكة (Indy Media) وهي مجموعات من الوكالات الإخبارية الداعية إلى إعلام بديل عبّرت عنه بالمقاومة لمنظمة التجارة العالمية، وسط صعود حركة الليبراليين وهجمة السوق الجديدة التي اجتاحت العالم في

¹ عباس مصطفى صادق، التطبيقات التقليدية والمستحدثة للصحافة الإلكترونية، ورقة مقدمة إلى مؤتمر صحافة الإنترنت في الوطن العربي:

الواقع والتحديات، جامعة الشارقة، 22-23 نوفمبر 2005، متاحة على الرابط: www.arabmediastudies.net

² باسم الطويسي، الصحافة الإلكترونية في العالم العربي: سياقات النشأة وتحديات التطور، مركز الجزيرة للدراسات، فيفري 2019، متاح على الرابط: <https://studies.aljazeera.net/ar/mediastudies/2019/02/190211075743953.html>

التسعينات من القرن الماضي؛ حيث أسهمت هذه المصادر في إدارة حركة الاحتجاج العالمي ودعت إلى العولمة البديلة.

ومع الانفجار الهائل في مصادر المعلومات الإعلامية المفتوحة بدأ عهداً جديداً أكثر كثافة وتنوعاً مع مطلع العقد الأول من القرن الحادي والعشرين بفضل الاندماج بين التكنولوجيا والإعلام، حيث ازدادت جاذبية وسائل الإعلام لاستيعاب التكنولوجيا الجديدة من جهة، وازدادت قدرة المنتجات التكنولوجية الجديدة على القيام بالوظائف الإعلامية بكفاءة مذهشة وسهولة، ويبدو ذلك واضحاً في الاندماج الهائل في تطبيقات ومنتجات (الأقمار الصناعية، والكوابل، والألياف، والحاسبات، والأجيال المتلاحقة من الهواتف المحمولة) ما أوجد آلاف التطبيقات الجديدة التي صبت جميعها في مصلحة الدخول في مسار تاريخي جديد من المصادر¹.

وقبل انتهاء عقد التسعينيات من القرن العشرين كانت عشرات الصحف في العالم، خصوصاً الكبرى منها قد سخرت كل إمكانياتها، وأسست لنفسها مواقع على شبكة الإنترنت، وشرعت في إصدار نسخ إلكترونية من طبعتها الورقية، مع تباين في ذلك من بلد لآخر، إلا أن غالبية المؤسسات الصحفية في العالم أوجدت لنفسها مواقع إلكترونية² على الشبكة ابتداءً من عام 1998، وقد شجع على ذلك انتشار تقنية الإنترنت، ورخص أسعارها وسهولة استخدامها³.

سعت الصحف العربية إلى الاستفادة من شبكة الإنترنت في تأسيس مواقع لها على الشبكة والتغلب على عقبات التباعد الجغرافي والرقابي، وكانت صحيفة الشرق الأوسط السعودية التي تصدر في لندن أول صحيفة عربية تنشئ لها موقعاً إلكترونياً في التاسع من شهر سبتمبر 1995، ثم تلتها صحيفة النهار اللبنانية في الأول من شهر جانفي 1996، ثم تلتها الحياة اللندنية في الأول من شهر جوان 1996، ثم السفير اللبنانية في نفس العام. ثم توالى صدور الصحف الإلكترونية العربية بحث شملت كل الدول العربية⁴.

5- عوامل ظهور وتطور الصحافة الإلكترونية

يرى بعض الباحثين أن هناك عدة عوامل ساهمت في ظهور و تطور الصحافة الإلكترونية هي:

¹ باسم الطويسي، المرجع السابق، الرابط السابق.

² Khaled Zouari, La presse en ligne : vers un nouveau media ?, Les enjeux de l'information et de la communication, Grenoble, 2007/1, volume 2007, p 83.

³ محمد علم الدين، مقدمة في الصحافة الإلكترونية، دار العربية للنشر والتوزيع، القاهرة، ط2، 2012، ص 350.

⁴ منال قدواح، المرجع السابق، ص 149.

- الارتفاع المدهش في قدرات الإعلام الآلي لطاقات الكمبيوتر على تخزين و معالجة المعطيات التقدم في مجال ترقيم المعطيات فكل معلومة مشفرة في شكل رقمي، مما منحها لغة عالمية، حيث يمكن نقل و تبادل المعطيات رقمية من نقطة إلى أخرى من العالم بدون النظر إلى اللغة الأصلية التي كتبت بها¹.
- التقدم في مجال ترقيم المعطيات، فكل معلومة مشفرة في شكل رقمي مما منحها لغة عالمية، حيث يمكن نقل وتبادل المعطيات الرقمية من نقطة إلى أخرى من العالم بدون النظر إلى اللغة الأصلية التي كتبت بها.
- تطور تقنية ضغط المعلومات وإزالة ضغطها، والتي تمكن من إرسال المعلومات بسهولة بدل تخصيص مساحات كبيرة تعرقل من عملية إرساله .
- ظهور القارئ الرقمي الذي أصبح بفضل الاطلاع على الأخبار و المعلومات في المواقع الإلكترونية ، لما تتمتع به من خصائص فنية كأن يتم تحديثها باستمرار ، وتوفرها على كم هائل من المعلومات، ويتم اقتناؤها بطرق تفاعلية مختلفة.
- مواجهة الصحف المكتوبة على المستوى العالمي صعوبة كبيرة ، بسبب غلاء مادة الورق و الطباعة، وقلة المادة الإعلانية التي فضلت التلفزيون و الانترنت².

ومن العوامل التي ساعدت على تطور الصحافة الإلكترونية نذكر:

1. تطور تكنولوجيا الاتصال وظهور الإنترنت.
2. تطور تكنولوجيا النشر الإلكتروني
3. الرغبة في خفض تكاليف عمليات إنتاج وتوزيع وانتشار المواد الصحفية.
4. الرغبة في توسيع قاعدة الانتشار للوصول لأكبر عدد ممكن من الجمهور خارج الحدود لتعويض العزوف عن متابعة الصحافة المطبوعة.
5. انتشار الحاسبات الشخصية .
6. جاذبية الصحافة الإلكترونية وقدرتها على الاستثارة بالجمهور.
7. الخصائص الفائقة التي وفرتها الإنترنت للوصول للمعلومات وتخزينها وإعادة إنتاجها ونشرها.
8. العولمة وما ألفت به بظلمتها على الحضارة الإنسانية والمجتمعات.

¹ محمد لعقاب ، المرجع السابق، ص 94 .

² عبد الأمير الفيصل ، المرجع السابق، ص 179 .

تمهيد:

اتفق العديد من الباحثين على أن الصحافة الإلكترونية تحمل سمات الصحف المطبوعة، وتقوم بالدور الذي تقوم به، كما تحمل سمات الصحف المسموعة والمرئية (الإذاعة والتلفزيون)، وهي تتفوق على الصحافة العادية في من الخصائص التي يتميز بها هذا النوع من الصحافة على الوسائل التقليدية مثل الترابطية النصية "Hypertextuality"، التفاعلية "interactivity" و الوسائط المتعددة "Multimedia"، وتعتبر هذه الخصائص القاسم المشترك الذي يتفق عليه أغلب الباحثون إضافة إلى كونها تسمح لجمهورها باختيار الوقت المناسب لهم، ولذلك فإن من أهم الخصائص التي تميز الصحافة الإلكترونية ما يلي:

1- أهم الخصائص التي تميز الصحافة الإلكترونية :

- تعدد الوسائط المستخدمة في تقديم الأخبار : فالصحافة الإلكترونية تجمع ما بين الصوت الذي كان يقدمه الراديو والصوت والصورة المميز للتلفزيون والنص الذي تقدمه الصحيفة المطبوعة، إذن فكل هذه المميزات تجتمع في وسيلة واحدة هي الصحيفة الإلكترونية¹، فالصحافة الإلكترونية بإمكانها تقديم - الصوت، الصورة، النص - بشكل مترابط وفي قمة الانسجام والإفادة المتبادلة.

حيث تزايد اعتماد الصحف الإلكترونية على الوسائط المتعددة نظراً لمساهمتها في تسهيل التعرض لهذه الصحف، وبهذا أصبح استخدام الوسائط المتعددة من أهم السمات الاتصالية المميزة للصحافة الإلكترونية .

- الترابطية النصية (الوصلات التشعبية) :

يعتبر النص الفائق Hypertext " من أهم الخصائص المميزة التي أضافتها الشبكة العنكبوتية العالمية للإنترنت، و تقوم فكرة النص الفائق على ربط نصوص مختلفة من مصادر ، ومواقع متعددة في مساحة واحدة، و هذا الربط يتم من خلال برامج خاصة بالكمبيوتر .

ويعتبر " Vanevar Bush " أول من وصف هذه الخاصية ، وأول من أطلق عليها " Hypertext "

هو² " Ted Nelson "

فالوصلات التشعبية توفر نصوص متصلة بالموضوع في الموقع نفسه، ويوفر نظام النشر الإلكتروني القدرة على فسح المجال للقارئ للاطلاع أكثر على خلفيات المواضيع التي يطلع عليها أو أخرى ذات صلة، ويتم هذا بواسطة

¹ حسنين شفيق، الوسائط المتعددة وتطبيقاتها في الإعلام، ط2؛ القاهرة: رحمة برس للطباعة والنشر، (2002)، ص183 .

² جاسم محمد الشيخ جابر، الصحافة الإلكترونية العربية المعايير الفنية و المهنية -دراسة تحليلية لعينة من الصحف الإلكترونية العربية في: أبحاث المؤتمر الدولي: الإعلام الجديد، تكنولوجيا جديدة... لعالم جديد، (جامعة البحرين، 7-9 أبريل/نيسان 2009)، ص396.

"الهيبترتكست" Hypertext و "الهيبير ميديا" Hyper Media " اللذين يتيحان قدرات عالية من المرونة والتنوع.

و في هذا الإطار يوضع الباحث " PAUL " بأن هذه الخاصية لم تستثمر بكامل قدراتها من قبل الصحف الإلكترونية لأسباب عديدة ، من بينها خشية أصحاب وناشري الصحف الإلكترونية من خسارة القارئ ، في حالة انتقاله من خلال النص الترابطي إلى موقع خارجي آخر، وقد لا يعود إلى الموقع الأصلي والسبب الثاني هو أن عملية الربط تحتاج إلى زمن وجهد للولوج إلى المواقع الأخرى المتواجدة على الانترنت ، ما يعتبر استهلاكاً للزمن¹ .

- التفاعلية والمشاركة Interactivity :

استفادت الصحافة الإلكترونية من الانترنت بخاصية التفاعلية هذه التي جمعت مميزات وسائل الإعلام التقليدية في وسيلة واحدة ، من صوت و صورة و كتابة ، فالقارئ أصبح مشاركاً في العملية الإعلامية بفضل هذه الخاصية، التي أتاحت له التعليق و النشر في اللحظة و المشاركة في صنع المضامين الإعلامية . و تنقسم التفاعلية إلى قسمين :

أ - اتصال تفاعلي مباشر : كمشاركة القراء في غرف الحوار " chating " ونشر بعض الصحف لمضمونها وخدمة المراسل messenger " تحقق الاتصال بين مسؤولي الصحيفة و محرريها و مراسليها .

ب- اتصال تفاعلي غير مباشر : مثل البريد الإلكتروني والاستفتاءات والمنتديات الحوارية و القوائم البريدية² . حيث يتيح عنصر التفاعلية للزائر إمكانية التحوار المباشر مع مصممي الموقع، وعرض آرائه بشكل مباشر من خلال الموقع، وكذلك المشاركة في منتديات الحوار بين المستخدمين والمحادثة حول مواضيع يتناولها الموقع أو يطرحها زوار ومستخدمو الموقع. والمنافسة بين المواقع الإعلامية الإلكترونية تحسم لصالح المواقع الأكثر تطوراً من الناحية التقنية، والأكثر حجماً على مستوى المضمون³ .

إذ نمت الحاجة إلى ضرورة توفر التفاعلية في الصحيفة الإلكترونية، حيث أظهرت الدراسات أثر التفاعلية في تقديم المادة الإعلامية واستخدامها على إدراك القارئ لها وقدرته على الاحتفاظ بها واسترجاعها بشكل إيجابي. فالصحافة الإلكترونية تسمح بمستوى مسبق من التفاعل، الذي يبدأ في البحث في مجموعة من النصوص والاختيار فيما بينها، وينتهي بإمكانية توجيه الأسئلة المباشرة والفورية للصحفي أو مصدر المعلومة نفسه .

¹ حاسم محمد الشيخ جابر : مرجع سابق ، ص 397 .

² جمال عبد ناموس القيسي:الأخبار في الصحافة الإلكترونية موقعاً BBC العربية وإيلاف أمودجا، دار الفجر ودار النفاثس، ط 1 ، 2013، عمان، ص ، 91 .

³ د. عبد الأمير الفيصل: مدخل في صحافة الإنترنت، دار الكتاب الجامعي، الإمارات العربية المتحدة، ط1، 2014، ص 114- 115.

- **التغطية الصحفية الفورية: Fresh & Updated** : حيث تبث أخبارها بشك فوري ومتجدد على

الإنترنت، مما يسمح للصحفي الحصول على المعلومات في حينها **In Real Time** .

- **التغطية الصحفية الحية Live Coverage**: حيث يمكن أن توفر الإنترنت تغطية حية للأحداث من

موقع حدوثها، وفي لحظة وقوعها، فضلا عن إمكانية تغطية مؤتمرات صحفية حية عن بعد، وتعمل عديد الشركات المتخصصة على تطوير تقنيات البث الصحفي الحي على الإنترنت¹.

- **التمكين** : ففي الصحيفة المطبوعة ليس للقارئ خيار سوى قراءة ما هو مكتوب بالصحيفة، لكن العكس

يحدث في الصحيفة الإلكترونية أين يستطيع القارئ بسط نفوذه على المادة المقدمة من خلال الاطلاع على كل ما كتب عنها من أخبار وتحليل وهذا باستعمال الروابط التي تحيله لمعلومات إضافية حول الموضوع. فعن طريق استخدام الروابط الفائقة يستطيع القارئ التجول بأحاء موقع الصحيفة والبحث عن المضامين ذات الصلة بالموضوع التي تكون داخل الموقع نفسه أو بموقع آخر على الويب.

- **الحدود المفتوحة**: تسمح مساحات التخزين الهائلة الموجودة على الحاسبات للمحرر الصحفي بالصحيفة

الإلكترونية بنشر ما يريد وبالجم الذي يشاء، حيث لا توجد مشكلة محدودية المساحة المخصصة للنشر مثلما تطرحه الصحافة المطبوعة².

- **الجاذبية**: الناتجة عن التعامل مع أكثر من ساحة، إذ يتمكن المتصفح لها من قراءة الأحداث ومشاهدتها والاستماع إليها في آن واحد.

- **الآنية والتحديث المستمر**: حيث تتفق صحافة الشبكات مع الصحافة التلفزيونية في أن الخبر لم يعد

تسجيلاً للوقائع والأحداث، وإنما أصبح الخبر هو الحدث نفسه نظراً لتطور تقنيات التسجيل والبث المباشر عبر

الأقمار الصناعية وهو ما تتسم به صحافة الشبكات التي لا ترتبط بموعد خاص للصدور الدوري، ولكن الارتباط

الأهم بوقت الوقائع والأحداث، حيث تتيح النظم الرقمية إمكانية الدخول على الموقع والتحديث المستمر لمحتوى

الصفحات بما يتفق مع الأحداث المستجدة أو ما يتجدد فيها، أو تطوير المعلومات واستكمالها أو متابعة الوقائع

والأحداث، أو نشر الآراء والأفكار التي تدور حول الوقائع والموضوعات المنشورة مع تسجيل تاريخ التحديث

وساعته³، أي السرعة في تلقي الخبر العاجل في وقته مشفوعاً بفيلم معزز بصور حية، مما يدعم مصداقية الخبر،

بدلاً من الانتظار إلى اليوم الموالي لقراءة العدد الجديد من الصحيفة اليومية.

¹ بنست عبد المحسن عبد اللطيف العقبالي، الصحافة الإلكترونية وبنيتها على شبكة الإنترنت، «خوارزم العلمية للنشر والتوزيع، جدة، ط1، 2010»، ص 34.

² فيصل أبو عيشة، المرجع السابق، ص 128 إلى 130.

³ محمد عبد الحميد، الاتصال والإعلام على شبكة الإنترنت، ط 1، القاهرة: عالم الكتب، 2007، ص 146.

- **الشخصنة:** لا تستطيع الصحيفة المطبوعة أن تقدم نسخة مفصلة أو معدة حسب احتياجات كل قارئ على حدة، بيد أن بيئة عمل الصحافة الإلكترونية بإمكانها أن تجعل كل زائر للموقع قادراً على أن يحدد لنفسه وبشكل شخصي الشكل الذي يريد أن يرى به الموقع، فيركز على أبواب ومواد بعينها ويحجب أخرى، وينتقى بعض الخدمات ويلغى الأخرى، ويقوم بكل ذلك في أي وقت يرغبه، وبإمكانه أيضاً تعديله وقتما يشاء، وفي كل الأحوال هو يتلقى ويستمتع ويشاهد ما يتوافق مع اختياراته الشخصية وليس ما يقوم الموقع ببثه¹.

- **تعدد المصادر وتنوعها:** إذ لم يعد القارئ أو المستخدم مكرهاً على التعامل فقط مع الأخبار التي يجمعها مندوبو وسيلة واحدة فقط، ولكن بإمكانية التنقل بين المواقع، والتعرض إلى مختلف الروايات في الحدث الواحد.

- **اللاتزامية:** أي أن المتصفح لها يمكنه أن يفعل ذلك في وقته الخاص، غير الوقت الذي أرسل الصحفي مواد الإخبارية.

- **انخفاض التكلفة المادية بشكل كبير:** يبرز هذا العامل خاصة على مستوى الصحافة المكتوبة، وبشكل أكبر عندما يتم تأسيس موقع إلكتروني، من حيث أنه يوفر على صاحب الجريدة جزءاً من تكاليف طبع وتوزيع النسخة الورقية للجريدة ويتضمن في الوقت نفسه عدداً أكبر من القراء²، فالصحف الإلكترونية تستغني عن الأموال التي يحتاجها توفير المباني والمطابع والورق، ومستلزمات الطباعة المستخدمة في الصحافة الورقية، ناهيك عن متطلبات التوزيع والتسويق، والعدد الكبير من الموظفين والمحررين والعمال، وإعفاء القارئ من دفع ثمن الصحف التي يطلع عليها، وبذلك أصبح بالإمكان إصدار صحف إلكترونية بإمكانيات محدودة، يمكن أن تصل إلى مستوى المشاريع الفردية، إذ لا يحتاج من يرغب في التعامل مع الصحافة الإلكترونية سوى لجهاز كمبيوتر، وتوفير تقنية الإنترنت، ووجود بنية تحتية متكاملة للاتصالات³.

- **العالمية وانتشار الخبر:** حيث وللمرة الأولى في تاريخها تمكن الصحف من التنقل عبر الحدود والقارات والدول، دون رقابة أو موانع، أو رسوم، بل وبشكل فوري ورخيص التكاليف، بفضل الإنترنت، مما أتاح ذلك لجميع الصحف الإلكترونية فرصة متساوية بالوصول إلى الجمهور في أي مكان من العالم، وبات بمقدور صحف

¹ ياسر خضير البياتي: الإعلام الجديد الدولة الافتراضية الجديدة، دار صفاء للنشر والتوزيع، ط 1، عمان، 2001، ص 116.

² جمال الراشد، دور الخدمات الإلكترونية في تطور الإعلام، المجلة المصرية لبحوث الإعلام، جامعة القاهرة، كلية الإعلام، العدد 9، سبتمبر، 2003، ص 78.

³ مروى عصام صلاح، الإعلام الإلكتروني الأسس وآفاق المستقبل، دار الإعصار العلمي للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، ط 1، 2015، ص ص 167 - 168.

مغمورة أن تنافس صحف دولية كبيرة، من خلال تقديم أشكال تقنية متقدمة، ومهارات إرسال، ونوعية جيدة من المضامين والخدمات المتميزة¹.

- **العمق المعرفي:** تتميز الخدمات الصحفية المقدمة في الصحف الإلكترونية بالعمق المعرفي والشمول، ويتضح ذلك من خلال اتساع المساحة المتاحة (غير محدودة) لهذه الصحف عكس الصحف المطبوعة، حيث تعمل هذه الصحف عبر ما تقدمه من خدمات إضافية على تقديم عمق معرفي إضافي للمواد المنشورة فيها، وتستهدف هذه الخدمات تقديم خلفيات الأحداث، وربطه بالقضايا والموضوعات المتعلقة بها²، وعبر تقديم خدمات إضافية تتيح الاطلاع على المزيد من المعلومات كخلفية الأحداث أو تحليلها أو ما شابه عبر ربط القارئ بأيقونات تتيح له الوصول لتفاصيل وموضوعات ذات علاقة وذلك عبر:

أ- تصفح موضوعات أخرى ذات علاقة

ب- العودة للأرشيف

ج- الانتقال لمركز معلومات صحفية

د- الاطلاع على طبعات سابقة

- **التفتيت أو اللاجماهيرية:** وهي أحد سمات الصحيفة الإلكترونية، وتعني التخلي عن مفهوم الحشد في التعامل مع مستخدمي الوسيلة الإعلامية، وتقديم منتج إعلامي يمكنه التكيف مع الاهتمامات الفردية لكل قارئ³.

- **سهولة العرض:** حيث تعد أهم عوامل تفضيل الوسائل لدى الجمهور.

- **الأرشيف الإلكتروني الفوري:** وتأتي هذه الخاصية على جانب من الأهمية في مجال النشر الإلكتروني للصحافة الإلكترونية، إذ أن تقديم المعلومات المتنوعة داخل الموقع، إضافة لخدمة الأرشيف، وإمكانية البحث يقدم للمستخدم سياقاً شاملاً حول الموضوع الحالي، الذي يتعامل معه ويستخدمه، مما يحقق نوعاً من التكامل والشراء في عرض المعلومات⁴.

هذا وتتميز الصحيفة الإلكترونية بالجاذبية والسرعة في تلقي الخبر وتقييمه في وقته كما استفادت الصحف الإلكترونية من حرية التعبير بعيداً عن القيود المفروضة على نظيرتها الورقية وكذا قلة تكلفتها. كما اتجهت الصحف الإلكترونية إلى إتباع أنظمة حفظ الأرشيف المتطورة من خلال الاعتماد على الاستخدامات الحديثة للأنترنيت التي تساهم في بناء ذاكرة الصحيفة الإلكترونية.

¹ مروى عصام صلاح، المرجع السابق، ص 167.

² ماجد سالم تريان، الإنترنت والصحافة الإلكترونية رؤية مستقبلية، الدار المصرية اللبنانية، القاهرة، ط1، 2008، ص 131.

³ المرجع نفسه، ص 136.

⁴ المرجع نفسه، ص 136.

في الصحف الإلكترونية يمكن إتمام التحديث كل بضعة دقائق مما يجعلها سبابة في نشر الأخبار والمعلومات لحظة وقوعها، وهذا ما يميز الصحيفة الإلكترونية بحيث أصبح بإمكان القارئ الاطلاع على مستجدات الأخبار لحظة وقوعها دون أن ينتظر النسخة الورقية.

وتضيف الباحثة الدكتورة بسنت عقباوي أن من أهم خصائص الصحيفة الإلكترونية¹:

- إمكانية توزيعها وبالتالي تعرض القارئ لها على مدى الأربع والعشرين ساعة بينما ينتظر القارئ يوماً كاملاً للحصول على العدد الجديد من الصحيفة الورقية اليومية.
- إمكانية متابعة الجديد من الأخبار في أي وقت خاصة مع وجود خدمة التحديث التي يتم إدخالها على الصحيفة الإلكترونية على مدار اليوم، ولا يتوافر هذا في الصحيفة الورقية نظراً للكلفة العالية لإصدار طبعات إضافية من الصحيفة.
- إمكانية إنتاجها بناء على طلب القارئ فالصحيفة الإلكترونية على خلاف الصحف الورقية والخدمات الإذاعية والتلفزيونية يمكن أن تنقل إلى القارئ الأخبار والموضوعات عند طلبها وفي الوقت الذي يحدده وتعرف هذه الخدمة بخدمة الأخبار تحت الطلب وتمكن الجمهور من اختيار المعلومات التي يريدون مطالعتها من بين المعلومات الكثيرة التي تقدمها.
- إمكانية تعديلها لتلبي حاجات القارئ الفردية فنظراً لكونها لا تحتاج إلى توزيع جماهيري تقليدي فإن الصحيفة الإلكترونية يمكن شخصتها أي تفصيلها وفقاً لرغبة كل شخص لكي تضمن فقط الأخبار والموضوعات محل اهتمام القارئ.
- المرونة: تبرز الخاصية بشكل جيد بالنسبة لمستخدمي صحافة الإنترنت، إذ لا يمكن له إذا كان لديه الأدنى من المعرفة بالإنترنت أن يتجاوز عدداً من المشكلات الإجرائية التي تعترضه.
- سهولة العرض: حيث تعد سهولة العرض أحد أهم عوامل تفضيل الوسائل لدى الجمهور.
- عامل التكلفة: يبرز هذا العامل خاصة على مستوى الصحافة المكتوبة وبشكل أكبر عندما يتم تأسيس موقع إلكتروني، من حيث أنه يوفر على صاحب الجريدة جزءاً من تكاليف طبع وتوزيع النسخة الورقية للجريدة ويتضمن في الوقت نفسه عدداً أكبر من القراء.
- الأرشيف الإلكتروني الفوري: حيث تقدم المعلومات المختلفة داخل الموقع، بالإضافة إلى خدمة الأرشيف، وإمكانية البحث، مما يحقق نوعاً من التكامل والثراء في عرض المعلومات.

¹ بسنت العقباوي، المرجع السابق، ص32

2- مواصفات الصحفي الإلكتروني:

- التمكن من استخدام الحاسب الآلي وبرامجه، وعلى وجه الخصوص برامج الكتابة، وبرامج الصور، الذي يستخدم لإدخال الصور على الحاسوب وإدخالها إلكترونياً إلى الصحيفة.
- التعامل مع شبكة الإنترنت، معرفة البحث على الإنترنت، والتجول على مواقع الإنترنت المختلفة.
- أن يكون لديه بريد إلكتروني يرسل ويستقبل من خلاله الرسائل من المصادر المختلفة، وأن يكون مدركاً لحجم بريده الإلكتروني وسعته حتى لا يتسبب جهله في منع وصول رسالة بها خبر هام في الوقت المناسب.
- الخبرة بطرق حماية وأمن الحاسب الآلي، مثل: البرامج المضادة للفيروسات، والبرامج المضادة للتجسس.
- متابعة ما يتم نشره وردود الفعل والرد على ما يقتضي الرد، أو نشر الردود وفق السياسة التحريرية المعمول بها في صحيفته¹.

ونخلص للقول أن الصحافة الإلكترونية جاءت مع بداية التطورات الهائلة في مجال التكنولوجيا الاتصال ، نتيجة التطور التقني وانتشار المعلومات بسرعة فائقة ، حيث أصبحت لها القدرة على تخطي الحدود، كما أنها ظهرت لتشكّل بذلك ظاهرة اعلامية جديدة ارتبطت مباشرة بعصور الاتصالات و المعلومات و أصبح المشهد الاعلام الأكثر انفتاحا وسعة ، وبذلك اتسعت الحريات الصحفية بشكل غير مسبوق ، بعد أن أثبتت الظاهرة الإعلامية الجديدة قدرتها على تخطي الحدود الجغرافية بسير وسهولة .

¹ فيصل أبو عيشة، مرجع سابق، ص 220-221

المحاضرة الخامسة: أنواع الصحافة الإلكترونية:

تمهيد: تتعدد اجتهادات الباحثين والأكاديميين في تحديد تقسيمات أنواع الصحافة الإلكترونية لعدد من الاعتبارات، فمنهم من يصنفها وفقاً لمدى ارتباطها بصحيفة ورقية، ومنهم من يصنفها وفقاً لطبيعة الخدمات الصحفية المقدمة¹، ويرجع هذا التباين في جزء منه إلى تداخل المفاهيم، والمصطلحات، وفهم حقيقة الصحافة الإلكترونية، وسنحاول أن نعرض جانباً من هذه التقسيمات:

تنقسم الصحافة بشكل عام باعتبار الوسيط الاتصالي الذي يحمل الصحيفة إلى الأنواع الآتية:

أ- الصحافة الورقية المطبوعة التقليدية.

ب- الصحافة الإلكترونية غير المطبوعة، والتي تتخذ وسائط، تعتمد أساساً على الحاسبات الإلكترونية في

عملية الإرسال والاستقبال، وهذه الصحافة الإلكترونية تأخذ أكثر من شكل، كالآتي:

❖ الصحافة الإلكترونية الفورية: Online Journalism ، والتي يحصل القارئ على محتوياتها من

خلال شبكات وقواعد البيانات، وخدمات المعلومات نظير اشتراك أو مجاناً، مثل تلك الصحف التي

تصدر على شبكة الإنترنت، وتتميز بالتفاعلية، والتجديد المستمر في المحتويات، واستخدام لغة

الهايبرتكست.

❖ الصحافة الإلكترونية غير الفورية: Offline Journalism ، والتي توجد أعدادها في وسائط

إلكترونية، مثل أقراص الضوئية CDs أو الأقراص المرنة FLOPPY .

❖ وهناك أشكال مستحدثة تعتمد على وسائط جديدة، يتم ربطها بالحاسبات الإلكترونية، مثل الصحافة

التي تعد طبعا خاصة معدة من الصحف الورقية، حسب اهتمامات الشخص المستقبل، ويطلق عليها

صحافة الفاكسميل، حيث يتم استقبالها على أجهزة الفاكسميل.

وتعتبر الصحافة الإلكترونية الفورية، التي تنقل للمتلقي عبر شبكات المعلومات هي الأقرب إلى مفهوم

الصحافة الإلكترونية، وتنقسم الصحافة الإلكترونية الفورية، وفقاً لعدد من الاعتبارات، كالآتي:

1- أنواع الصحف الإلكترونية باعتبار وجود أصل مطبوع أو عدمه: وتنقسم إلى:

1-1- صحف إلكترونية خالصة أو كاملة: Online News: وهي صحف قائمة بذاتها، وإن كانت

تحمل اسم الصحيفة الورقية (الصحيفة الأم²)، وهذا النوع من الصحافة هو ما يطلق عليه: "الصحافة على

¹ منار فتحي محمد، تصميم مواقع الصحف الإلكترونية، دار ال عالم العربي، القاهرة، ط1، 2011، ص28.

² بسنت عبدالمحسن عبداللطيف العقبوي، الصحافة الإلكترونية وبنيتها على شبكة الإنترنت، خوارزم العلمية للنشر والتوزيع، جدة، ط1،

2010، ص87.

الخط " أو "الصحافة الإلكترونية المكاملة"، نظرا لطبيعة الوظيفة المنوطة بالإنترنت تجاه الصحيفة الورقية، وهو نشر الصحيفة إلكترونيا.

وعلى أساسه تقوم صحيفة معينة بوضع مضمونها على شبكة الإنترنت، بإصدار يومي منتظم بالنسبة لليوميات، أو الأسبوعيات... حسب طبيعة العنوان الإعلامي، بالمحافظة على نفس المضمون من خلال نقل نفس المواضيع، ونفس المعالجة الإخبارية، بنفس الخط الافتتاحي لها ورقي، ويتم عرضها في صفحتها الأولى، و التي هي نفسها التي تكون في واجهة المحلات والأكشاك، مع اختلاف في التسميات: النشر بدل التوزيع، والقارئ العادي أصبح يطلق عليه مستعمل، كما أن طبيعة العلاقة بين الصحيفة وبين القارئ باتت تفاعلية وحية .

يتم تقليب صفحات الصحيفة الإلكترونية عوضا عن أصابع اليد المستعان بها في تقليب أوراق الصحيفة الورقية بواسطة أيقونات متواجدة على اليمين أو الشمال من كل صفحة ، لا يعمل بها صحفيون و إنما مبرمجون ينقلون ما في الصحيفة المطبوعة إلى الموقع الإلكتروني¹.

أي أن هذا النوع من الصحافة الإلكترونية ، ويمتاز بـ:

- تقديم نفس الخدمات الإعلامية والصحفية التي تقدمها الصحيفة الورقية من أخبار وتقارير وأحداث وصور، وغيرها.
- تقديم نفس خدمات إعلامية و صحفية إضافية، لا تستطيع الصحيفة الورقية تقديمها، وتتيحها الطبيعة الخاصة بشبكة الإنترنت وتكنولوجيا النص الفائق hypertext، مثل خدمات البحث داخل الصحيفة، أو في شبكة الإنترنت، بالإضافة إلى خدمات الربط بالمواقع الأخرى، وخدمات الرد الفوري والأرشفة.
- تقديم خدمات الوسائط المتعددة Multimedia النصية والصوتية².
- وهناك مميزات للقارئ الإلكتروني منها السرعة في معرفة الأخبار ورصدها لحظة بلحظة، على العكس من الصحف التقليدية التي تقوم بالرصد والتحليل للموضوعات دون متابعتها.
- تخفف أعباء وتكاليف شراء المواد الأولية من ورق وآلات طباعة، والتخلص من إشكالية التوزيع وحجم المسترجعات³.

وهي بدورها تنقسم إلى نوعين:

¹ عبد الأمير الفيصل، المرجع السابق، ص 7.

² فارس الخطاب، الفضائيات الرقمية وتطبيقاتها الإعلامية ، دار أسامة للنشر والتوزيع، الأردن، 1، 2012، ص 78.

³ يمينة بلعالي، الصحافة الإلكترونية في الجزائر بين تحدي الواقع والتطلع نحو المستقبل، رسالة ماجستير في علوم الإعلام والاتصال، قسم علوم الإعلام والاتصال، كلية العلوم السياسية والإعلام، جامعة الجزائر، 2006، ص 91.

أ- صحف الكترونية لا ترتبط بأصل مطبوع: وإنما توجد فقط على الشبكة، ولها نماذج كثيرة في الصحافة الغربية، كما لها نماذج في الصحافة العربية أيضا، حيث لم تعد هناك حاجة لإمكانيات كبيرة لإصدار صحيفة، فقد أصدر عشرات الصحفيين الجزائريين صحيفة باسم **ألجيريا** باللغتين الفرنسية والإنجليزية، هدفها تحدي الرقابة، واستغلال مناخ الحرية المتوفر على شبكة الإنترنت، ودون الحاجة إلى أموال كبيرة ومقر، بل لا يتطلب الأمر سوى موقع على شبكة الإنترنت، وعنوانها هو¹: www.algeria.interface.com

ب- صحف إلكترونية لها إصدار مطبوع، ولكنها لا تشترك معه في محتواه، ولا ترتبط به إلا في الأسماء والانتماء للمؤسسة الصحفية. ولها أمثلة عديدة في الصحافتين الأمريكية والفرنسية، وذلك لاختلاف خصائص الجمهور في كل من الصحافة الإلكترونية والورقية من ناحية، واختلاف طبيعة الوسيلة أو الوسيط الناقل من ناحية ثانية.

1-2- نسخ إلكترونية من الصحافة الورقية: وهي مواقع الصحف الورقية على شبكة الإنترنت، وتقتصر خدماتها على تقديم كل أو بعض مضمون الصحيفة الورقية، مع بعض الخدمات المتصلة بالصحيفة الورقية، مثل خدمة الاشتراك في الصحيفة الورقية، وخدمة تقديم الإعلانات لها، والربط بالمواقع الأخرى²، ويأخذ هذا النوع أحد الشكلين التاليين:

أ- صحف إلكترونية تقدم المضمون الورقي كاملاً، كما هو بعد تحويله إلى الشكل الإلكتروني.

ب- صحف إلكترونية تقدم بعض المضمون الورقي.

2- أنواع الصحف الإلكترونية باعتبار نوع التقنية المستخدمة في الموقع:

وهو ما يعرف بأنماط نقل النص على شبكة الإنترنت، وتنقسم بموجبه الصحف الإلكترونية إلى أربعة أنواع:

أ- الصحف الإلكترونية التي تستخدم تقنية الجرافيك التبادلي (الصورة GIF) Graphic Interchange format ، والذي يتيح نقل صورة شكلية من بعض مواد الصحيفة الورقية إلى موقعها على الانترنت، وهي تقنية غير جديدة إضافة إلى أنها لا تمكن القارئ من الميزات التفاعلية، مثل معظم الصحف الإلكترونية الموجودة بالجزائر³.

ب- الصحف الإلكترونية التي تستخدم النص المحمول (PDF) ، Portable Datagram Format وهو نمط قريب من النمط السابق، ويتيح نقل النصوص والأشكال والصور والرسوم والصفحات

¹ رضا عبدالواحد أمين، الصحافة الإلكترونية، دار الفجر للنشر والتوزيع، القاهرة، ط1، 2007، ص ص 97 - 98.

² بسنت العقباوي، المرجع السابق، ص 88.

³ رضا عبدالواحد أمين، المرجع السابق، ص 99.

كاملة من الصحيفة الورقية إلى موقعها على الشبكة K بشكل مطابق تماما للنسخة الورقية¹، وتعمل تقنية PDF على تنسيق الصفحة الذي وضعه مصمم الوثيقة أصلا أثناء تصميمه لوثيقته، كما أن ملفات PDF، لا يتم إعادة تنسيقها من قبل القارئ عن طريق برنامج التصفح كما أن القارئ لا يمكن له أن يغير الخطوط التي يتضمنها ملف PDF، وهذا الأمر ضروري في مجال النشر والتصميم.

ج- الصحف الإلكترونية التي تستخدم تقنية النص الفائق HTML :

(Hyper text marhup Format) ، وهو النمط الذي يتيح وضع نصوص الصحيفة الإلكترونية بشكل مستقل عن نصوص الصحيفة الورقية، ويستفيد من إمكانيات الإنترنت المتعددة، وأهمها الجمع بين النص والصورة والصوت ولقطات الفيديو، وإمكانية توافر خدمات البحث والأرشيف ونسخ النصوص .

د- الصحف الإلكترونية تجمع بين نمط النص الفائق والنمط المحمول للاستفادة من مزايا النظامين: حيث يوفر النص الفائق الميزات التفاعلية، وعرض الموضوع من خلال الوسائط المتعددة، أما النص المحمول الذي ينقل صورة حرفية من صفحة الجريدة، وذلك لأن البعض يفضل أن يرى صحيفته بالشكل الذي اعتاد عليه².

ثالثا: أنواع الصحف الإلكترونية باعتبار بلد الصحيفة: وتنقسم إلى:

- صحف محلية ، وهي التي تصدر داخل القطر .
- صحف عربية: تصدر من دول عربية.
- صحف عربية تصدر من خارج الوطن العربيين مثل جريدة الحياة والشرق الاوسط، اللتان تصدران بالعربية من لندن.
- صحف أجنبية: مثل نيويورك تايمز، والواشنطن بوست وغيرهما³.

3- تصنيفات أخرى: يقسمها الدكتور محمود علم الدين⁴، إلى عدة أقسام أو أنماط:

النمط الأول: صحف إلكترونية تنشر على شاشة التلفزيون: ومثل هذا النوع أعلى مراحل صناعة النشر الصحفي، في نهاية السبعينيات وبداية الثمانينيات ولكنه يتميز بغير التفاعلية.

النمط الثاني: صحف إلكترونية تنشر على شبكة الانترنت: وهي تشمل:

¹ المرجع نفسه، ص 100.

² المرجع نفسه، ص 100.

³ المرجع نفسه، ص 101.

⁴ محمود علم الدين، الصحافة الإلكترونية، دار السحاب للنشر والتوزيع، ط1، 2008، ص 170-176.

- طبعت الكترونية على شبكة الانترنت: أي نسخ إلكترونية من الصحف المطبوعة. مثل الأهرام والحياة الجديدة.

- صحف الكترونية على شبكة الانترنت: ليس لها أصل ورقي مثل إيلاف.

- مواقع صحف ومؤسسات إعلامية: وهي لا تكتفي بتقديم النسخة المطبوعة أو جزء منها كما لا تقتصر على المادة الإخبارية، بل أصبحت مكاناً يتم من خلاله تزويد القراء بخدمات إعلامية متنوعة، منها: * مجموعات النقاش - ساحات للحوار المباشر - أسواق مركزية للتسوق المباشر - الأرشيف - خدمات الأسهم. أما المؤسسات مثل الإذاعة البريطانية والجزيرة وخلافه.

- مواقع إخبارية: وهي لا أصل ورقي لها، ولكنها تختلف عن نمط الصحيفة الورقية بكونها تحدث بشكل متتابع مع تطور الأحداث (أي بدون موعد لدورية التحديث، بخلاف الصحيفة الإلكترونية).

- مواقع تعتمد على مشاركات القراء: (مثل: مواقع التشبيك الاجتماعي، (الفييس بوك)، مواقع تحميل الصور).

- المدونات (blog): هي من أنماط التعبير في الواقع الإلكتروني، وتتيح بشكل واسع للأشخاص التعبير عن آرائهم.

النمط الثالث: صحف الكترونية تنشر على شبكة المحمول: بعض المواقع تجهز نسخة خفيفة خاصة بالمحمول، وفي أبريل 2006، أطلقت إحدى الشركات أول جريدة على المحمول في الصين.

النمط الرابع: صحف الكترونية تنشر على وسائط للعرض مستفيدة من تقنية الورق الإلكتروني: بدأت الصحف في تجربة هذا الورق الإلكتروني كوسيط للنشر منذ عام 2006، وهو يتيح للقارئ الاطلاع على الصحيفة من خلال جهاز قارئ (جهاز عرض محمول) ويستخدم للعرض والتخزين وإعادة الاستخدام، ويمكن أن يحدث بوسائط الكترونية، ويستخدم في تطبيقات الكتب الإلكترونية، والجرائد الإلكترونية. مثلاً في سبتمبر 2007، أعلنت صحيفة Les Echos الفرنسية اليومية عن الإطلاق الرسمي لنسخ الكترونية على وسائط عرض الكترونية باشتراك سنوي من خلال قارئ ورقي الكتروني.

وهناك أنماط أخرى يذكرها علم الدين، مثل:

- القوائم البريدية: ويعود استخدامها إلى عقد الستينيات مع بدايات شبكة الأنترنت، ويقصد بها نظام إدارة وتعميم الرسائل والوثائق على مجموعة الأشخاص المشتركين بالقائمة عبر البريد الإلكتروني، وهي نوعين: في اتجاه واحد وفي اتجاهين.

- مجموعات الأخبار: تحتاج إلى برنامج قارئ الأخبار، وعندما ترغب في قراءة مجموعات الأخبار لا بد أن تذهب إلى نفس المجموعة، ويمكن أن تستخدم الحوار المباشر.

- المنتديات أو ساحات المناقشة العامة: إحدى التطبيقات التي تتيح للأفراد عقد مناقشات ووضع المحتوى الذي يصنعه القارئ.

ويذهب عبد الأمير الفيصل في كتابه مدخل في صحافة الإنترنت إلى تصنيف الصحف الإلكترونية على شبكة الإنترنت إلى ثلاث فئات:

الأولى: هي المواقع التابعة لمؤسسات صحفية تقليدية :

كالصحف وبعض الفضائيات، وتعد امتدادا لها، وهذه تعد نسخا إلكترونية من الصحف المطبوعة تحتوي على معظم ما ينشر على صفحات تلك الصحف، ويندر أن تحدث هذه المواقع خلال اليوم، ولا يعمل بها صحفيون، وإنما مبرمجون ينقلون ما في الصحيفة المطبوعة إلى الموقع الإلكتروني.

وهناك مواقع تفاعلية لفضائيات مثل قناة الجزيرة أو BBC العربية، وهذه تحتوي أخبارا وتحليلات ونصوصا مقتطعة مما يذاع عبر الأنترنت، وقد تحتوي على أخبار خاصة بالموقع الإلكتروني، وقد يعمل محررون ومترجمون وصحفيون في هذه المواقع لتحديثها يوميا.

الثانية: المواقع الإخبارية:

كالبوابات الإعلامية أمثال أربيا أون لاين Arebea Online ونسيج Nassej وغيرها، وهي مواقع إلكترونية متخصصة تنشر أخبارا وتحليلات وتحقيقات أعدت خصيصا للنشر على شبكة الإنترنت، وتحدث المواد على مدار الساعة، ويعمل في هذه البوابات محررون ومراسلون مهنيون، يمكن تسميتهم بصحفيي الإنترنت.

الثالثة: الصحف الإلكترونية البحتة:

التي ليس لها صحيفة مطبوعة، وتدار عادة بجهود فردي، وتغطي مجالات الأخبار كافة، من سياسة واقتصاد ورياضة، وسينما وموسيقى، وتحاول أن تستفيد من تقنيات تصميم الصفحة لمزيد من التنوع، وهي صحف يومية يتم تحديث موادها الإخبارية آتيا، وصفحتها يوميا.

ويقسم الباحث صالح زيد العنزي الصحف الإلكترونية تبعا "لمدى استقلاليتها أو تبعيتها لمؤسسات إعلامية قائمة والتي أسماها (المواقع الإعلامية التكميلية) إلى :-

1. النشر الصحفي الموازي: وفيه يكون النشر الإلكتروني موازيا للنشر المطبوع بحيث تكون الصحيفة الإلكترونية عبارة عن نسخة كاملة من الصحيفة المطبوعة باستثناء المواد الإعلانية.

2. النشر الصحفي الجزئي: وفيه تقوم الصحف المطبوعة بنشر أجزاء من موادها الصحفية عبر الشبكة الإلكترونية ويعتمد إلى هذا النوع بعض الناشرين بهدف ترويج النسخ المطبوعة من إصداراتهم. ويتصل بمهذين النوعين من الصحف المواقع الإخبارية التي تملكها المؤسسات الإعلامية الإذاعية والتلفزيونية كالفصائيات الإخبارية "العربية" و"الجزيرة" و"الBBC" و"الCNN" .. ونحوها. وتتسم مثل هذه المواقع عادة بعدد من المواصفات منها الترويج للمؤسسة الإعلامية التي تتكامل معها وتدعم دورها ورسالتها، وإعادة إنتاج المحتوى الذي تقدمه المؤسسة الأم بشكل آخر لتحقيق الغاية المنشودة من الرسالة. وغالبا فإن "هذا الشكل من الصحف لا ينتج أو ينشر مادة إعلامية أو صحفية غير منتجة في مؤسساتها الأصلية إلا في نطاق ضيق وغير رئيسي¹".

3. النشر الصحفي الإلكتروني الخاص: وفي هذا النوع لا يكون للمادة الصحفية المنشورة الإلكترونية أصل مطبوع، حيث تظهر الصحيفة بشكل مباشر من خلال النشر عبر الإنترنت فقط، وهو ما يصدق على الصحف الإلكترونية التي تصدر مستقلة على الشبكة في إدارتها، وطرق تنفيذها، ومثال ذلك: صحف إيلاف، الجزيرة وغيرها².

¹ صالح العنزي، إخراج الصحف الإلكترونية في ضوء السمات الاتصالية لشبكة الإنترنت، جامعة الإمام محمد بن سعود، المملكة العربية السعودية، 2007 ص 241

² المرجع نفسه، ص 242.

تمهيد:

إن ظهور الشبكة العنكبوتية العالمية في تسعينيات القرن الماضي، أوجد واقعاً إعلامياً جديداً مع مرور الوقت فرض نفسه على الساحة الصحفية، حيث أتاح للقراء ظهور نوع جديد من الخدمة الصحفية من خلال تقديم الأخبار الفورية والآنية، والمضامين الإعلامية التفسيرية والتوضيحية من خلال قوالب الكترونية غير متعارف عليها في عالم الصحافة الورقية.

ومنذ ظهورها تميزت الصحافة الإلكترونية بكم الخدمات التي تقدمها على شبكة الانترنت، فبأني تفوق الصحافة الإلكترونية على الصحافة الورقية بمقدار الخدمات التي تمنحها الصحافة الإلكترونية للقراء، ومدى التفاعلية التي تتيحها لجمهور الزوار، تتنوع خدمات الصحف الإلكترونية بتنوع أشكالها ومواضيعها ومجالاتها عبر شبكة الانترنت فقد تجتمع هذه الصحف على بعض الخدمات المشتركة و لكن قد توجد خدمات تتيحها هذه الصحيفة لا توجد في صحيفة أخرى، و هذا حسب إمكانيات الصحيفة، وعليه وجب تسليط الضوء على الخدمات التي تقدمها الصحافة الإلكترونية، ومن خلال الاطلاع على العديد من كتب الصحافة الإلكترونية وجدت تصنيفات مختلفة لهذه الخدمات، وبالطبع اختلاف وتنوع في الخدمات وتقسيمات مختلفة لها.

1- خدمات الصحافة الإلكترونية:

❖ خدمة قراءة عدد اليوم أو الأمس من النسخة المطبوعة: وتقتصر هذه الخدمة على الصحف الإلكترونية الكاملة (المختلفة عن الصحيفة الورقية) إذ يتيح الموقع لمستخدم إمكانية مطالعة النسخة الورقية و ما بها من موضوعات مختلفة إلى حد كبير من محتويات الصحيفة الورقية" وما بها من موضوعات مختلفة إلى حد كبير من محتويات الصحيفة الإلكترونية فعلى سبيل المثال تقدم صحيفة" يواس أي توداي " الأمريكية هذه الخدمة تحت عنوان " prit édition " ضمن ما تقدمه من خدمات مرتبطة بالصحيفة الورقية و تتيح فيها تصفح عدد اليوم و الأمس¹.

❖ خدمة البحث في الأرشيف: بإمكان قراء الصحف الإلكترونية العودة بكل سهولة إلى الصحف الإلكترونية للبحث في أرشيفها و عن الإعداد السابقة والاطلاع عليها دون عوائق او صعوبات، كما يمكن للقراء التفاعل عبر الروابط التفاعلية الموجودة عبر موقع الجريدة لتقديم النقد و الردود و المشاركة في استطلاعات الرأي و غيرها من الخدمات².

¹ رضا عبد الواحد أمين، المرجع السابق، ص103.

² عبد الأمير الفيصل، مدخل إلى صحافة الإنترنت، ص.ص114 - 115.

❖ **خدمة مجموعة الحوار :** خدمة تقدمها الصحيفة للمتصفح للتعبير عن آرائهم في القضايا والموضوعات التي يهتمون بها، والمستمدة مما تنشره الصحيفة من أخبار وتقارير ومقالات ، وتقدم الصحيفة الإلكترونية عددا كبيرا و متغيرا و بشكل يومي من مجموعات الحوار أو النقاش، التي يمكن للمتصفح الدخول إليها و قراءة آراء الآخرين و الإدلاء برأيه في الموضوع المطروح ، وتنقسم مجموعات الحوار إلى:

- حوار حول أهم الموضوعات المنشورة في العدد الأخير

- حوار حول موضوعات أخرى غير مرتبطة بعدد اليوم ، وموزعة وفقا للأقسام الرئيسية للصحيفة مثل الأخبار والاقتصاد والرياضة والتكنولوجيا وغيرها¹.

❖ **خدمة الإجابة على الأسئلة :** وتتضمن هذه الخدمة الإجابات عن الأسئلة التي يمكن أن يطرحها المستخدم حول طريقة الاستعراض، أو المشكلات التي قد يواجهها أثناء استعراض الموقع، وتمثل هذه الخدمة خدمة مساعدة التي يتم تزويد برامج الكمبيوتر بها.

❖ **خدمة الإرشاد إلى الموضوعات المهمة:** وتختلف مسميات هذه الخدمة من صحيفة إلى أخرى، إذ تطلق عليها صحيفة " يواس أي توداي " الأمريكية الموضوعات الساخنة و تطلق عليها صحيفة واشنطن بوست الأخبار المهمة ، بينما تطلق عليها صحيفة واشنطن تايمز أخر الأخبار، و أيا كانت التسمية فان هذه الخدمة تقدم للمستخدم عناوين أهم الأخبار من وجهة نظر الصحيفة التي يمكن أن يطالعها على الفور دون الدخول في تفاصيل الموقع وهي إرشادية في المقام الأول ترشد القارئ إلى احدث و أهم الأخبار².

❖ **خدمة الاشتراك في الصحيفة الورقية :** وهي خدمة تقدمها الصحيفة الإلكترونية للصحيفة الورقية تتيح من خلالها للمستخدم الاشتراك في الصحيفة الورقية، من خلال تقديم المعلومات الخاصة بالاشتراك بطريقة سهلة، وتسديد الرسوم باستخدام بطاقات الائتمان.

❖ **خدمة البريد الإلكتروني:** وتختلف هذه الخدمة من صحيفة إلى أخرى، إذ يقتصر الأمر في الصحف الصغيرة على إتاحة الفرصة أمام المستخدم لتوجيه رسائل إلكترونية إلى محرري الصحيفة، إما الصحف الإلكترونية الكبيرة، فإنها توسع من نطاق هذه الخدمة ، لتقدم خدمة إنشاء بريد إلكتروني شخصي على الموقع يمكن المستخدم من إرسال واستقبال الرسائل البريدية على أي جهاز كمبيوتر متصل بشبكة الإنترنت في أي وقت،

¹ حسني محمد نصر ،مرجع سبق ذكره ،ص.104

² حسني محمد نصر ،مرجع سبق ذكره ،ص.121.

كما تقدم نشرة إخبارية يتم إرسالها يوميا للمستخدم بالموقع أطول فترة ممكنة خلال الاستخدام ، حتى لا يغادره للقيام بأنشطة البريد الإلكتروني من مواقع أخرى¹.

❖ **خدمة الوظائف المتاحة في الصحيفة:** وفيها تقدم الصحيفة الشواغل المتاحة فيها، سواء للصحفيين أو المراسلين أو الفنيين، وكيفية التقدم لها، وشروط شغلها.

❖ **خدمة الربط بالمواقع الأخرى:** وفي هذه الخدمة تقترح الصحيفة على المستخدم عددا من المواقع التي تراها مهمة له، وغالبا ما تكون هذه المواقع ذات صلة بالصحيفة، أو بينها وبين الصحيفة اتفاق على تبادل اقتراح المواقع على المستخدمين².

❖ **خدمة الاشتراك في الصحيفة الورقية:** وهي خدمة تقدمها الصحيفة الإلكترونية للصحيفة الورقية، وتتيح من خلالها للمستخدم الاشتراك في الصحيفة الورقية، من خلال تقديم المعلومات الخاصة بالاشتراك بطريقة سهلة، وتسديد الرسوم باستخدام بطاقات الائتمان.

❖ **خدمة تقديم الإعلانات للصحيفة المطبوعة:** من خلال نشر أسعار الإعلانات الصحفية الورقية وطبيعة الخدمات الإعلانية التي تقدمها، بالإضافة إلى سبيل الاتصال بقسم الإعلانات و طلب نموذج نشر إعلان بالصحيفة³.

❖ **خدمة خريطة الموقع:** وتعني هذه الخدمة تقديم محتويات الموقع بطريقة مبسطة وسهلة للمستخدم، خاصة إذا كان الموقع مزدوجا بالتفاصيل والخدمات مثل مواقع الصحف الإلكترونية الكبيرة⁴.

❖ **القوائم البريدية:**

وهي مجموعة من الأخبار والموضوعات المحلية والإقليمية والدولية والسياسية والاقتصادية والثقافية والعلمية المختارة مما ينشر يوميا في الأقسام المختلفة للصحيفة، يتم إرسالها للأعضاء المسجلين في الصحيفة في نشرة خاصة عبر البريد الإلكتروني، لتمكنهم في زمة الأعمال والواجبات من متابعة ما يستجد من أعمال وتطورات، وتيسر لهم الحصول على ما قد يحتاجونه من معلومات⁵.

❖ **خدمة التعمق المعرفي:** تتميز الخدمات الصحفية المقدمة في الصحف الإلكترونية بالعمق المعرفي والشمول، حيث لا ترتبط الصحف الإلكترونية شأنها في ذلك شأن كل المواقع الإلكترونية بقيود المساحة كما في

¹ حسني محمد، المرجع السابق ذكره، ص118.

² المرجع نفسه، ص 122.

³ رضا عبد الواحد ، المرجع السابق ذكره، ص 103.

⁴ المرجع نفسه، ص 104.

⁵ عبد الرزاق الدليمي، الإعلام الجديد والصحافة الإلكترونية ، دار وائل للنشر والتوزيع، عمان، ط1، 2011، ص 224.

الصحف المطبوعة، وإلى جانب ذلك يتوفر في المواد الصحفية المنشورة بالصحف الإلكترونية قدر معرفي مناسب، حيث تعمل هذه الصحف على تقديم عمق معرفي إضافي للمواد المنشورة فيها، وتستهدف هذه الخدمات تقديم خلفيات للأحداث، وربطها بالقضايا والموضوعات المتعلقة بها، ويتم ذلك من خلال سماح النمط الإلكتروني المستخدم في تصميم الصحف الإلكترونية بانتقال القراء - بمجرد الضغط على أيقونة خاصة بذلك - إلى خدمات معرفية أخرى تقدمها الصحيفة نفسها ومن هذه الخدمات¹.

أ - تصفح موضوعات صحيفة أخرى ذات علاقة بالموضوع المستهدف.

ب - العودة لأرشيف الصحيفة، حيث تتيح بعض الصحف إمكانية استعادة أعدادها الماضية لمدة تصل إلى خمس سنوات.

ج - النفاذ لمركز معلومات الصحيفة للاستزادة حول بعض المواد المنشورة في العدد نفسه.

د - الاطلاع على عدد من الطبقات التي تصدرها الصحيفة حتى يتسنى لقرائها في كل مكان الاطلاع على طبقاتها المختلفة.

إضافة إلى هذه الخدمات تتيح الصحف الإلكترونية عدة روابط تتناسب مع اهتمامات هذه الصحف و تلبي حاجات القراء.

❖ **خدمة البحث:** حيث تتيح الصحيفة الإلكترونية لمستخدميها خدمة البحث داخلها، أو داخل شبكة الويب، وبعض الصحف تتيح البحث لفترة زمنية محددة (سنة أشهر مثلا) أو أقل أو أكثر، وتقدم بعض الصحف رؤوس الموضوعات ثم تطالب بالحصول على رسوم مالية محددة إلى تفاصيل الموضوع، وبعض الصحف (كصحيفة الأهرام) تشترط الدخول إلى مزود الخدمة الخاص بالمؤسسة لإتاحة خدمة البحث، وتتفاوت قوة وكفاءة خدمة البحث من صحيفة إلكترونية إلى أخرى².

❖ **المجموعات الإخبارية أو مجموعات الحوار:**

هي خدمة تقدمها الصحيفة للمتصفح للتعبير عن آرائهم في القضايا والموضوعات التي يهتمون بها و المستمدة مما تنشره الصحيفة من أخبار و تقارير و مقالات ، و تقدم الصحيفة الإلكترونية عددا كبيرا و متغيرا و بشكل

¹ ماجد سالم تريان، الانترنت و الصحافة الإلكترونية : رؤية مستقبلية .الدار المصرية اللبنانية ، ط11، 2008، ص 131.

² رضا عبد الواحد أمين، المرجع السابق، ص101 .

يومي من مجموعات الحوار أو النقاش التي يمكن للمتصفح الدخول إليها و قراءة آراء الآخرين و الإدلاء برأيه في الموضوع المطروح¹ ، وتنقسم مجموعات الحوار إلى:

- حوار حول أهم الموضوعات المنشورة في العدد الأخير.
- حوار حول موضوعات أخرى غير مرتبطة بعدد اليوم، وموزعة وفقاً للأقسام الرئيسية للصحيفة، مثل الأخبار والاقتصاد والرياضة والتكنولوجيا، وغيرها².

❖ المشاركة في التصويت أو استطلاعات الرأي:

يعد التصويت أو الاستطلاع من الأدوات المهمة للموقع ولزائره على السواء، فللزائر من حيث إتاحة المجال أمامه للتعبير عن الرأي، وللموقع من حيث يمكنه قياس رأي زائريه في الأحداث والقضايا المختلفة ومعرفة مدى تفاعلهم معها وموافقهم منها، ونتيجة التصويت دائماً تظهر في مكان التصويت نفسه، وذلك بعد لحظة من المشاركة، دونما الحاجة إلى إعادة تحميل الصفحة³.

❖ التعليق على الأخبار:

تتيح هذه الخدمة للمستخدم التعليق على ما نشر بالصحيفة وإرسال رسائل إلكترونية إلى المحرر يعلق فيها على ما نشر بالصحيفة أو يقدم فيها اقتراحاً أو تصحيحاً لما نشر. وتباين مسميات هذه الخدمة في مواقع الصحف المختلفة مثل: feedback، و Send us feedback، كما تتوفر منها خدمات أخرى في بعض المواقع مثل خدمة التصحيح Corrections. وبهذه الخدمة تتميز الصحف الإلكترونية عن الصحف الورقية التي لا تسمح طبيعة إنتاجها والتكنولوجيا المستخدمة فيها بتقديم خدمة التعليق الفوري أو المباشر وهو ما تعاني منه وسائل الإعلام التقليدية خاصة الصحف حيث يتميز رجع الصدى فيها بأنه غير مباشر ومتأخر.

❖ الحوار مع الشخصيات المختلفة: ويمكن أن يكون الحوار مرئياً أو مكتوباً، عبر موقع الصحيفة الإلكترونية،

يتفاعل فيه الزوار مع الشخصية بتوجيه الأسئلة ومناقشة الموضوعات المختلفة.

❖ البث التلفزيوني: وتلجأ بعض المواقع الإخبارية لهذه الخدمة لإتاحة الفرصة أمام الجمهور بمتابعة البث الحي

على شبكة الانترنت دون الحاجة للتلفزيون.

¹ صونية قوراري، اتجاهات جمهور الطلبة نحو الصحافة الإلكترونية ، دراسة ميدانية على عينة من الطلبة الجامعيين المستخدمين للإنترنت في جامعة بسكرة، ماجستير في علوم الإعلام والاتصال، تخصص وسائل الإعلام والمجتمع، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، جامعة محمد خيضر، بسكرة، 2010-2011، ص 248.

² (أمين، 2011، 104)

³ عبدالرزاق الدليمي، المرجع السابق، ص 225.

- ❖ **راديو الانترنت:** وهو مصطلح يشير إلى استخدام الانترنت لتقديم الخدمات الإذاعية، ومن مميزات مذياع الشبكة (الانترنت) انخفاض تكلفة إدارة الخدمة الإذاعية وتشغيلها، وإمكانية وصولها إلى أي مستمع يستخدم الشبكة في أي مكان في العالم، وأيضاً فإن العديد من محطات الإذاعة في الشبكة (الانترنت) هي محطات خاصة بمستخدمين أو شركات لا تملك محطات إذاعية تقليدية.
- ❖ **إعادة نشر الصحيفة كملف PDF أو فلاش:** وتسعى معظم المواقع الإلكترونية التابعة لصحف ورقية لتوفير نسخة مطابقة من الصحيفة الورقية على صفحتها الرئيسية عبارة عن ملف PDF يمكن تحميله وتصفحها على الانترنت أو جهاز الكمبيوتر، ومنها أيضاً من توفر فلاش لعرض الصحيفة وتصفحها على الموقع نفسه.
- ❖ **خدمة الاشتراك في الصحيفة الورقية:** وهي خدمة تقدمها الصحيفة الإلكترونية للصحيفة الورقية تتيح من خلالها للمستخدم الاشتراك في الصحيفة الورقية، من خلال تقديم المعلومات الخاصة بالاشتراك بطريقة سهلة، وتسديد الرسوم باستخدام بطاقات الائتمان¹.
- ❖ **خدمة الإعلانات الإلكترونية:** إن عائدات الإعلان على الموقع تعد أحد أهم الأسباب لخروج الصحف على شبكة الإنترنت، وبأخذ الإعلان على الموقع إشارة أو حجماً صغيراً، لأنه لا يمكن لأن يوضع الإعلان بحجمه الطبيعي على الموقع إلا إذا ضغطت عليه، فإنك تحصل على النسخة الكاملة، حيث يرى بعض خبراء التسويق أن الإنترنت قد غيرت طرق الإعلان، بينما يرى البعض الآخر أنها مجرد إضافة نوعية غير تقليدية للإعلان².
- ❖ **خدمة الإعلانات المبوبة:** تشمل هذه الخدمة إعلانات السيارات، والمزادات، وإعلانات الوظائف، وإعلانات العقارات، وإعلانات التسوق³.
- ❖ **خدمة البودكاست (الجزيرة نت):** خدمة البودكاست هي سلسلة من ملفات الوسائط المتعددة (صوت / فيديو) يمكنك من خلالها الحصول تلقائياً على أحدث حلقة من البرامج الذي اخترته، حيث يمكنك تحميل الملفات (فيديو\صوت) على جهازك المحمول أو على الحاسب الشخصي ثم مشاهدتها أو سماعها على الأجهزة المحمولة أو على الحاسب الشخصي.

¹ رضا عبد الواحد أمين، الصحافة الإلكترونية، ص 103.

² على منعم القضاة، المرجع السابق، ص ص 51، 52.

³ على منعم القضاة، المرجع نفسه، ص 52.

- ❖ **النسخة الخفيفة:** وهي وسيلة لتسهيل الوصول للموقع الإخباري والمعلومة الصحفية في حال كان الإنترنت بطيئاً أو ضعيفاً، ويوجد في النسخ الخفيفة كافة المعلومات الإخبارية والصحفية مع قلة في الصور والفيديوهات التي تزيد من حجم الصفحة.
- ❖ **مشاركة الآخرين الخبر:** ويمكن من خلال برمجة الصفحات أن ترسل الخبر أو الموضوع الصحفي لمن تريد على بريده الإلكتروني، أو المراسلة المباشر وذلك من خلال الضغط على زر أرسل الخبر أو شارك الآخرين.
- ❖ **المساعدة help:** وهذه الخدمة تحمل أسماء متعددة منها: المساعدة أو help أو مركز المساعدة. وتحاول من خلالها المواقع الإلكترونية توجيه المستخدم ومساعدته في حل بعض المشكلات التي يمكن أن تواجهه خلال التصفح، ويمكن أن تكون عبارة عن أسئلة شائعة يطرحها المستخدمون ويوفر لها الموقع الإجابات النموذجية.
- ❖ **معلومات عن الصحيفة والموقع الإخباري "من نحن":** وتكون فيها معلومات مشابهة لتلك التي في بداية الصحيفة، وهي معلومات عن المؤسسة نفسها من تكون وما أهدافها وما هي سياستها في نقل الأخبار، ومعلومات أخرى.
- ❖ **الإرشاد إلى الأخبار الحديثة والموضوعات الهامة:** وتقدم للمستخدم عناوين أهم الأخبار من وجهة نظر الصحيفة التي يمكن أن يطالعها على الفور، ودون الدخول في تفاصيل الموقع.
- ❖ **خدمة تقديم الإعلانات للصحيفة المطبوعة:** من خلال نشر أسعار الإعلانات الصحفية الورقية و طبيعة الخدمات الإعلانية التي تقدمها ، بالإضافة إلى سبيل الاتصال بقسم الإعلانات و طلب نموذج نشر إعلان بالصحيفة¹.
- ❖ **التسوق:** وتوفر أسواق مركزية للتسوق المباشر والدخول في مزادات حية عبر الإنترنت، ويمكن توفير أسعار العملات وخدمات الأسهم أيضاً².
- ❖ **توفير تقارير أصلية:** وهذه التقارير تكون من إعداد فرق خاصة بالمؤسسة، ولا يمكن الحصول عليها من أماكن أخرى، وتوفرها المؤسسة على صفحتها الرئيسية.

¹ قوراري صونية، اتجاهات جمهور الطلبة نحو الصحافة الإلكترونية، ص 248.

² محمد علم الدين، مقدمة في الصحافة الإلكترونية، دار العربية للنشر والتوزيع، القاهرة، ط2، 2012، ص 113

❖ خدمة الإجابة على الأسئلة الأكثر طرحا : وتتضمن هذه الخدمة الإجابات عن الأسئلة التي يمكن أن يطرحها المستخدم حول طريقة الاستعراض أو المشكلات التي قد يواجهها أثناء استعراض الموقع، أي هي خدمة المساعدة التي قد تتوافر على بعض برامج الكمبيوتر¹.

¹ د. علي منعم القضاة، المرجع السابق، ص. 53.

المحاضرة السابعة: أوجه الاختلاف والتشابه بين الصحافة الورقية والإلكترونية:

تمهيد:

يرفض البعض المقارنة بين الصحافة الورقية والإلكترونية من منطلق أن الصحافة الورقية صحافة بالمعنى العلمي والواقعي للكلمة، وأن الصحافة الإلكترونية مجرد وسيلة للنشر وجمع النصوص والمقالات والأخبار والصور وبشكل آلي مجرد من المشاعر والإبداع والفاعلية، أما الطرف الآخر فيرى أن الصحافة الإلكترونية مكملة لدور الصحافة الورقية والمطبوعة وليس هناك صراع بينهما، إلا أن التمويل أصبح الآن من آليات نجاح تلك الصحف في شكلها الحديث، وثقافة الإنترنت أصبح لها جماهيرها وشعبيتها وهي في ازدياد مطرد على العكس من قراء الصحف والكتب¹.

1- أوجه التشابه: يمكن أن نسجل أوجه التشابه الآتية:

- كلاهما لديه طاقم صحفي متكامل.
- كلاهما يهدف لتقديم خدمة إخبارية.
- كلاتهما تسعى لتحقيق السبق الصحفي.

2- أوجه المقارنة :

يذهب محمد صاحب سلطان²، إلى ذكر جملة من أوجه الاختلاف كالاتي:

• **التكلفة المادية:** في الصحافة الورقية أنت مجبر على دفع مقابل مالي للاطلاع على الصحيفة، بينما في الإنترنت أنت تطالع الصحف مجاناً.

• **سرعة الوصول للخبر :** في كثير من الأحيان تجد أن الأخبار التي تصلك عبر الصحافة الورقية هي أخبار محروقة قد انتشرت في المواقع الإلكترونية ، أما في الشبكة فالأخبار في المواقع الإخبارية تحدّث على فترات متقاربة ، وأحياناً حسب ما يستجد من أحداث وفي نفس وقت الحدث.

² مقارنة بين الصحافة الإلكترونية والورقية، مدونة طالبات قسم الصحافة بجامعة أم القرى للعام الدر اسي 1431-1432هـ

<https://e1journalism.wordpress.com/2011/01/10/>

² محمد صاحب سلطان، وسائل الإعلام والاتصال دراسة في النشأة والتطور، عمان، دار المسيرة للنشر والتوزيع، عمان، ط1، 2012، ص 65-69.

- **مشكلة الأخبار المؤجلة:** كثير من الصحف لا تقدم الخبر للقارئ كما هو، بل تعتمد إلى توظيفه بما يخدم توجهها وإيديولوجيتها، أما في الصحافة الإلكترونية يمكنك الحصول على الخبر من مصادر عديدة مختلفة الاتجاهات ، وهذا يزودك بمناعة كافية ضد ما يسمى بأدلجة الأخبار.
- **زوال الحدود الجغرافية وتقلص المسافات :** في الصحافة الورقية لا تطلع إلا على صحيفة واحدة من الصحف التي تصل إلى مراكز التوزيع في بلدك ، بينما في الصحافة الإلكترونية تستطيع حينما كنت أن تطالع الصحافة الإلكترونية التي تصدر من أي مكان في العالم بسهولة تامة.
- **التخزين وإعادة الاستفادة :** بإمكانك إعادة الاستفادة من المادة الصحفية الإلكترونية بسهولة ، بينما يصعب ذلك جداً في الصحافة الورقية.
- **سهولة التفاعل والتواصل :** إمكانية التعليق على الخبر أو المقال والتواصل مع المحرر أو الكاتب بسرعة في الصحيفة الإلكترونية ، والتفاعل بين الزائر والناشر، حيث تتحرك المعلومة بطريق واحد من الجريدة إلى القارئ، أما إلكترونيا فالمعلومة تتحرك بعدة اتجاهات .
- **مشكلة التوزيع :** مشاكل التوزيع لا وجود لها في الصحافة الإلكترونية، عكس الورقية.
- **البحث عن عدد قديم:** في الصحيفة الإلكترونية الأمر لا يحتاج لأكثر من ضغط زر للحصول على العدد الذي تريد، عكس الصحافة الورقية.
- **طريقة نقل المعلومة:** الجريدة تعطيك الخبر مطبوع و معه صور أحيانا لنقل تفصيلي أكثر، الكترونيا، القارئ يحصل على الخبر + الصور + الصوت + الفيديو. المعلومة أوضح بكثير، بالذات في منطقتنا حيث الصحافة "تحت السيطرة" وتنقلك نصف الصورة إذا اقتضت الحاجة ... أفضل مثال المؤتمر الصحفي لبنك الخليج - الجرائد (جميعها بلا استثناء) أعطت صورة معينة و مختارة للمؤتمر، و عند رؤية الفيديو ترى أن الجرائد كانت في عالم ثاني و لا توجد مصداقية بالرغم من أنها لم تكذب بالخبر بل لم تنقل الأحداث بواقعية.
- **حرية الاختيار:** تنطبق على التلفزيون حيث يستطيع المشاهد رؤية صورة أوضح للحدث، و يأتي الاختلاف الكترونيا بإعطاء حرية الزائر باختيار ماذا يريد متى ما يريد و لا ينحصر بتوقيت مثل نشرة الأخبار التلفزيونية.
- **حرية التنقل:** تستطيع من خلال هاتفك النقال الحصول على آخر الأخبار و المعلومات كاملة عن طريق الانترنت¹.

وقد ذهب بعض الباحثين إلى تحديد الفروق بين الصحافة الإلكترونية والورقية في الجوانب التالية¹:

¹ غسان عبد الله، مقارنه بين الصحافة الإلكترونية والورقية، متاح على الرابط:

<https://www.albylad.com/article.php?id=423027>

❖ من حيث الشكل والتصميم:

أ- الصحف الإلكترونية يتم قراءتها بشكل عمودي أو أفقي، نظراً لعرضها من خلال شاشة الكمبيوتر صغيرة الحجم في حين يتم قراءة الصحف الورقية رأسياً على صفحات كبيرة وهو ما يسهل الاطلاع الفوري على المحتوى الأمر الذي يصبح أكثر صعوبة من خلال الشاشة الأمر الذي تفادته الصحف الإلكترونية من خلال القائمة الجانبية الموجودة بالصحف الرئيسية وهي الأشبه بفهرس للأبواب ومختصرات للأخبار في الصفحة الرئيسية .

ب- قدرة الصحف الإلكترونية على تفعيل عناصر الملميميديا وتدعيم القصص الخبرية لملفات متعددة الوسائط وهذا الأمر غير متوافر في الصحف الورقية إلا أن فهم طرق توظيف عناصر الملميميديا ما زال محدوداً في الصحف الإلكترونية، كما أن استخدام عناصر الملميميديا يجعل المواد الإعلامية أشبه بالمواد المذاعة أو التي يتم بثها عبر الراديو أو التلفزيون، وهو ما يفقد الجريدة خصوصيتها، كما أن ذلك سيخلق تنافساً بين المؤسسات الصحفية ومقدمي الخدمات الصوتية والفيديوية عبر الإنترنت مثل محطات الراديو. وتنقسم الرسوم المتحركة من حيث استخدامها في الصحافة على الإنترنت إلى نوعين هما:

أ- الرسوم المتحركة الديناميكية:

وتتغير من عدد لآخر وفقاً لنوعية الموضوعات المنشورة في موقع الصحيفة وبصفة عامة تستخدمها الصحافة الإلكترونية لتحقيق ما يلي:

- 1- عرض عناوين الأخبار والموضوعات في الصفحات الداخلية.
- 2- عرض مجموعة من الصور المتتابعة حول حدث معين مثل استخدامها في عرض صور المرشحين للرئاسة، أو عرض صور لاعبي كرة القدم الذين أحرزوا أهداف المباراة.
- 3- عرض مجموعة من العناوين المهمة في صفحة البدء غير المرئية والتي يصل إليها القارئ عن طريق تحريك الصفحة إلى أسفل.
- 4- جذب الانتباه عن طريق استغلال حركة الصور والعناوين.

ب- الرسوم المتحركة الثابتة: وهي ثابتة في كل عدد من أعداد الصحيفة على الإنترنت والتي تتميز شخصية الجريدة، وتستخدم الصحف هذا النوع في تحقيق بعض الأدوار التالية:

- 1- تثبيت شخصية الصحيفة على الشبكة عن طريق تميز موقعها برسم معين يميزها عن غيرها من باقي الصحف والمواقع الموجودة على الشبكة.
- 2- جذب انتباه القارئ للصحيفة.
- ت- المساعدة على التذكر.
- ث- خلق انطباع معين لدى القراء.

❖ من حيث كم المحتوى المقدم Content :

للصحف الإلكترونية قدرة هائلة على نشر كميات كبيرة من المحتوى غير محددة بقيود المساحة أو وقت النشر، كما أن الخدمة الأرشفية التي تتيحها من الخدمات المضاعفة لها من حيث كم المحتوى عن الصحف الورقية.

❖ من حيث سرعة الوصول Accessibility

تمتاز الصحف الإلكترونية عن الورقية في إمكانية الوصول السهل لها في أي مكان وفي أي وقت، أما الصحف الورقية فلها أماكن بيع محددة وأوقات محددة لشرائها فهي قابلة للنفاد إلا أن الصحف الإلكترونية كي يتم قراءتها لا بد من توافر جهاز كمبيوتر متصل بالإنترنت وهذا ما يجعل في أمر الوصول لهذه الصحف بعض الصعوبات في حالة انقطاع الشبكة أو بطء تحميلها أو إصابة جهاز الكمبيوتر بفيروس يستلزم إعادة تثبيت برامج التشغيل.

❖ الفورية على شبكة الانترنت Immediacy:

يمكن للصحف الإلكترونية أن تقدم تغطية مباشرة وشاملة للأحداث بشكل آني على مدار الساعة، الأمر الذي يتعذر بالنسبة للصحف الورقية، حيث يتطلب الأمر استصدار طبعة جديدة من الصحف أو الانتظار لليوم التالي، وهنا يبرز إشكال الدقة، حيث أن السعي المستمر لتحديث الموقع وفقاً لآخر التطورات قد يجعل هناك حرصاً أقل على تقصى الحقائق والتحليل العميق لها، وهو ما يتفق مع الفكرة النظرية التي تنص على السرعة مقابل الجودة، وأن المنافسة الشديدة بين الصحف الإلكترونية لتقديم المعلومات لحظة بلحظة لم تجعل هناك وقت للتأكد من دقة المعلومات.

❖ الوصلات الافتراضية Hyper linking :

تتيح الوصلات الافتراضية للمستخدم الانتقال بين محتوى متنوع ومختلف، والانتقال من قراءة مختصرات الأخبار إلى قراءة تفاصيلها، بل تمكن هذه الوصلات المستخدم من التعرف على الخلفيات التاريخية للأحداث، إلا أن هذه الوصلات ترتبط بما بعض السلبيات وهي قد تتيح للقارئ قدراً لا متناهي من المعلومات، وقد تجعله ينتقل من القراءة في موضوع إلى موضوع آخر تماماً، وهو ما قد يقلل قدرته على تركيز المعلومات واستيعابها بشكل جيد، كما أن انغماس القارئ في كم غير متناهي من المعلومات قد يصيبه بالملل مما يدفعه إلى التوقف عن قراءة الصحيفة تماماً.

❖ التفاعلية Interactivity

تتسم الصحف الإلكترونية بقدرتها على توفير قدر كبير من التفاعل بينها وبين مستخدميها وهو الأمر الأكثر صعوبة في حالة الصحف الورقية.

❖ من حيث الكلفة وإمكانية تعديل المحتوى:

هناك اختلافات في كلفة التجهيزات اللازمة لصدور كل منهما، حيث نجد أن الصحف الورقية تحتاج إلى تجهيزات أكثر وغالية الثمن، يحمل عبء تكاليفها المنتج ولا تحتاج إلى تجهيزات من المستهلك، أما الصحف الإلكترونية تحتاج إلى كلفة أقل في التجهيزات من جانب المنتج، وبعض التجهيزات الاختيارية من جانب المستهلك، كما أن المنتج في الأولى لا يتحمل تكلفة طبع في حين أن المستهلك قد يتحملها في حالة احتياجه لقراءة المادة الإعلامية على ورق.

وتنفرد الصحيفة الإلكترونية -عند عبد الرحمن الحبيب- بالعديد من المميزات التي تجعلها مصدر جذب للقارئ الجديد وذلك للعوامل والأسباب التالية:

* توفر كما ضخما من المعلومات

* توفر فرصا للوصول إلى مجالات شديدة التخصص تخدم مجموعات محددة من القراء.

* المساحة لا تشكل مشكلة بالنسبة للصحيفة الإلكترونية فهي أشبه بالفضاء اللامحدود بعكس الصحيفة المطبوعة المحدودة بعدد معين من الصفحات.

* المعلومات المنشورة على الإنترنت قابلة بصورة مستمرة للمراجعة فالصحيفة الإلكترونية تشكل وسيلة إعلامية انسيابية متحركة دائمة التبدل والتجدد.

* تكاليف المادة الإلكترونية وإعدادها ونشرها أقل بكثير من المادة المطبوعة.

* السرعة أو الاليكترونية على شبكة الانترنت في نقل المعلومات والأحداث في حين أن الجريدة المطبوعة مقيدة بطبعات قليلة ومعينة قابلة للتحديث.

* توفر الصحيفة الإلكترونية إمكانية التفاعل المباشر بين القارئ والمسؤولين في الصحيفة أو الكتاب.

* توفر الصحيفة الإلكترونية خدمات الأرشفة أو الرجوع إلى مركز معلومات الصحيفة بكل سهولة ويسر.

* تقدم الصحيفة الإلكترونية خدمات الربط لمواقع أخرى ذات العلاقة.

* الحضور العالمي حيث لا توجد عقبات جغرافية تعترض الصحيفة الإلكترونية فهي متاحة في كل مكان تتوفر فيه متطلبات الانترنت في حين أن الصحيفة مرتبطة بعمليات توزيع ونقل وشحن معقدة ومكلفة.

* توفر الصحيفة الإلكترونية على مدار الساعة حيث يتمكن المتصفح من زيارة موقع الصحيفة في أي وقت يشاء دون الرضوخ لعامل الزمن أو التوقيت في حين الصحيفة المطبوعة موجودة في مواعيد محددة وتطبع نسخا محددة وتوزع في مساحة محددة.

وقد حاول العديد من الباحثين في دراستهم للظاهرة الاتصالية الجديدة "الصحافة الإلكترونية" التفرقة بينها وبين الصحافة المكتوبة، ونذكر هنا الباحث زيد منير سليمان الذي بين تلك الفروقات بناء على عناصر الاتصال الخمسة وهي: القائم بالاتصال أي المصدر والرسالة والوسيلة والمستقبل والتغذية العكسية أي رجع الصدى¹.
أ- بالنسبة للقائم بالاتصال: في الصحافة الإلكترونية يجب أن يلم هذا الأخير بكيفيات استخدام الكمبيوتر وجميع البرامج المتطورة المتعلقة باستخدام شبكة الانترنت كجهاز السكانير والكاميرات الرقمية لتنزيل الصور وغيرها من تقنيات النشر الإلكتروني.

أما المحرر أو القائم بالاتصال في الصحيفة المطبوعة فيكفي أن يستعمل قلما وورقة لكتابة المعلومة وليس بالضرورة أن يعرف كيف يستخدم الكمبيوتر والانترنت والروابط الأخرى².

ب- فيما يخص الرسالة: مضمون الرسالة الإعلامية عبر الصحافة الإلكترونية لا يختلف كثيرا مع مضمون الرسالة عبر الصحيفة المطبوعة، لكن وجه الاختلاف يكمن في سهولة التعامل مع هذه الرسالة سواء في الوصول إليها أو حفظها، أو تخزينها³، حيث تتسم هذه الأخيرة في الصحيفة الإلكترونية بكونها غير جامدة ومدعومة بصور ثابتة ومتحركة وحتى الصوت والرسوم المتحركة، فيما تبقى الرسالة نصية جامدة في الجريدة المطبوعة، فيما تقترب الرسالة في الصحافة الإلكترونية من الوسيلة الناقلة لها بحيث يصبحان وجهان لعملة واحدة، "الوسيلة هي الرسالة كما يقول ماكلوهان"⁴.

ج- بالنسبة للوسيلة: يختلف شكل الصحيفة المطبوعة عن نظيرتها الإلكترونية، حيث تعتمد هذه الأخيرة على تقنية إخراج متطورة ومختلفة عن النسخة الورقية باعتمادها على مستويات عديدة نصية وصور ثابتة وأخرى متحركة مع تقنيات الفيديو والصوت، أما الصحيفة المطبوعة فتعتمد على النص والصور الثابتة فقط.

د- بالنسبة للمستقبل: المعطيات المتاحة في الصحيفة الإلكترونية بشكلها المتطور المعتمد على تقنية الحاسبات ستمكن من تحطيم مشكلة القراءة خاصة أنه يوجد العديد من القراء الذين يتكاسلون عن القراءة لسبب أو لآخر مما يجعلهم يهربون عن الصحافة المطبوعة إلى الراديو والتلفزيون، فيإمكان المتلقي الاستعانة بتقنيات جهاز الحاسوب لقراءة مضمون المادة الصحفية داخل النسخة الإلكترونية بمجرد استخدام لوحة المفاتيح أو الماوس⁵.

¹ زيد منير سليمان، الصحافة الإلكترونية، المرجع السابق، ص55.

² منتديات ستار تايمز، الفرق بين الصحيفة المطبوعة والصحيفة الإلكترونية، متاح على الرابط:

<https://www.startimes.com/?t=15184640>

³ منتديات ستار تايمز، الفرق بين الصحيفة المطبوعة والصحيفة الإلكترونية، الرابط نفسه.

⁴ زيد منير سليمان، الصحافة الإلكترونية، المرجع السابق، ص55.

⁵ المرجع نفسه، ص57.

هـ- بالنسبة للتغذية العكسية: في الصحيفة الإلكترونية تكون هذه الأخيرة مرئية منقولة بالصوت والصورة ومباشرة بين المرسل والمستقبل، فيما يمكن القول أن الصحافة المطبوعة تتبع منهجا في العمل يقوم على المسار الخطي الذي ينقل القارئ من نقطة إلى نقطة في مسار مستقيم حتى ينقل المعلومة من المصدر إلى الجمهور. فيما ميز باحثون آخرون بين الصحيفة الإلكترونية والمطبوعة بناء على عدة عوامل وهي المساحة الجغرافية وعامل التكلفة والتفاعلية.

❖ فمن حيث المساحة الجغرافية يمكن للصحيفة الإلكترونية - عن طريق الانترنت - الوصول إلى مختلف أنحاء العالم على عكس الصحيفة الورقية التي تكون مقيدة جغرافيا بأماكن التوزيع، وحتى وإن استطاعت بعض وسائل الإعلام التقليدية من تجاوز محليتها فإنها لا تضمن نشر رسائلها الإعلامية إلا على عدد محدود من المتلقين في العالم، لذلك تسعى غالبية الوسائل الإعلامية إلى شق طريقها واستحداث نسخة إلكترونية لها على شبكة الانترنت¹.

❖ عامل التكلفة، فالموقع الإلكتروني يوفر على صاحب الجريدة جزء من تكاليف طبع وتوزيع النسخة الورقية، ويضمن له عدد أكبر من القراء.

❖ عنصر التفاعلية، إن أهم الفروق التي تميز الصحيفة الإلكترونية عن الصحيفة الورقية هي ميزة التفاعل، والذي يكون في بعض الأحيان مباشرا من خلال الموقع.

وعليه نخلص إلى أن التنافس بين الصحف الورقية والإلكترونية لا يشير إلى الحرب، ولكن يشير إلى التكامل بينهما، كون القائمين على الصحافة الإلكترونية والورقية هم متخصصون في المجال الإعلامي والصحفي.

كما نستطيع أن القول إن الصحافة الورقية لها جاذبيتها الشديدة التي لا يمكن أن تفقدها كونها ترمز إلى المصداقية والموضوعية في الطرح والرؤية مع التزام كتابها وصحافييها بقواعد العمل المهني، كما أنها تحمل الشيء الكثير من العلم والمعرفة والمعلومات، التي تغني القارئ، وتوسع مجال تفكيره، وتنمي حب المطالعة والكتابة لدى الإنسان، وأما الصحف الإلكترونية فهي تواكب للتطور الحاصل على مستوى تكنولوجيا المعلومات الذي يصلنا إلى حيث تريد بكبسة زر، حيث أصبح العالم قرية صغيرة بإمكانك أن تتجول بها بكل سهولة وحرية مع عرض وافي بالصورة والصوت، ولهذا فإن الصحافة عالم جميل بشقيه الورقي والإلكتروني ويكمل كل منهما الآخر مع الاحتفاظ بمكانتهما في قلوب الجماهير.

¹ عبد الأمير فيصل، الصحافة الإلكترونية في الوطن العربي، المرجع السابق، ص 117.

المحاضرة الثامنة : التفاعلية في صحف الإلكترونية و آلياتها:

1 – مفهوم التفاعلية Interactivity:

لا نبالغ إذا قلنا إن أهم ما يميز الوسائل الإعلامية الجديدة new media هو التفاعلية والارتقاء بدور المتلقي إلى المستوى المشاركة بنسبة كبيرة في العملية الإعلامية وإن محصلة الجهود المبذولة في تطوير تكنولوجيا الاتصال المستحدثة تمثلت بالدرجة الأولى في تحقيق أكبر قدر من تفاعلية المتلقي مع عناصر العملية الإعلامية وتأثيره فيها.

وبالنظر لأهمية القصوى الخاصة التفاعلية التي تفردت بها الصحافة الإلكترونية في تحقيق الاتصال في اتجاهين بين (المرسل والمستقبل) والعكس .. فقد اهتم كثيراً من القائمين على علوم الاتصال بالدراسات الإعلامية التي غطت حقائقها، ونشأتها , وعلاقتها بالوسيلة وبالمتلقي وبالقائم بالاتصال¹.

وقد تعددت تعريفات الخبراء والباحثون لمفهوم التفاعلية بدءاً بالاستجابة إلى المثيرات المرئية والمسموعة في الرسالة الإعلامية ، إلى سيطرة المتلقي على عملية الاتصال ، فالتفاعلية عملية process تدعم العمليات المعرفية للمتلقي في علاقته بوسائل الإعلام و محتواها وليست منتجا يرتبط بمهارات التصميم و الإنتاج ، و ليست مهارات التصميم او الإنتاج سوى أداة للارتفاع بمستوى هذه العملية و نشاطها لتحقيق أكبر قدر من المشاركة و التفاعل أثناء التعرض والعمليات الإدراكية يرى " رايس " rise إن التفاعلية تكون بين مكونات النظام بالإضافة إلى السيطرة الإنسانية عبر الفضاء على بناء محتوى الاتصال و تركيبه وأنها المدى الذي يسمح فيه للمتلقي بتعديل شكل و محتوى البيئة الوسيطة في نفس الوقت².

تعرفها مروى عصام صلاح بالقول : " إن كلمة التفاعلية Interactivity مركبة من كلمتين في أصل اللاتيني، أي من الكلمة السابقة Inter وتعني بين أو فيما بين، ومن الكلمة actives وتفيد الممارسة في المقابل النظرية، وعليه يترجم مصطلح التفاعلية من اللاتينية ومعناه ممارسة بين اثنين، أو تبادل وتفاعل بين شخصين³."

¹ توفيق السعد، التفاعلية على الانترنت ومواقع الصحف الإلكترونية، متاح على الرابط:

<https://www.ahewar.org/debat/show.art.asp?aid=254688>

² محمد عبد الحميد، الاتصال والإعلام على شبكة الانترنت، القاهرة، عالم الكتب للطباعة والنشر والتوزيع، القاهرة، ط1، 2007، ص64.

³ مروى عصام صلاح، الإعلام الإلكتروني الأسس وآفاق المستقبل، دار الإعصار العلمي للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، ط1، 2015، ص 133.

ويعرفها محمد عبد الحميد على أنها : "الجهود المخططة في تصميم مواقع الوسائل الإعلامية الجديدة و برامجها و محتواها ، التي تسمح للمتلقي بأكبر قدر من المشاركة في عمليات الاتصال ، و الاختيار الحر من المحتوى والخدمات المتاحة على شبكة الانترنت بقدر حاجاته و تفضيله و اهتمامه¹ ."

بدأ الاهتمام بدراسة التفاعلية من أكد **Winer** عام 1948 أهمية رجع الصدى، كعنصر أساسي من العملية الاتصالية، وأعقب ذلك صدور كتاب **Wilbur Shram** عام 1954، وعنوانه عملية الاتصال الجماهيري وتأثيراتها، حيث جاء فيه أول إشارة لمصطلح التفاعلية، وأكد شرام على ضرورة وجود خبرة بين المرسل والمستقبل، والذي بفضلها يتم توصيل نوعين من رجع الصدى، هما رسالة من المستقبل إلى المرسل، ورسالة من المستقبل إلى ذاته، حيث كانت دراسات الاتصال التقليدية المختلفة بداية بنظرية الطلقة السحرية، ونموذج تدفق المعلومات على مرحلتين وحارس البوابة الإعلامية والتي أكدت في معظمها على أهمية رجع الصدى في وسائل الإعلام التقليدية، والتي كانت في اتجاه واحد، وتفتقر لرجع الصدى، وأصبح مفهوم التفاعلية مرتبطاً أكثر بالوسائط المتعددة، ويعتمد شكل التفاعل على نوع الوسيط (الوسيلة)، وشكل الواجهة، وطريقة تصميم البرنامج، فالتفاعلية إذا تختلف باختلاف الوسيلة، فالتفاعلية في الإذاعة مثلاً ليست نفسها في ألعاب الفيديو².

أصبح مفهوم التفاعلية متداولاً وشائعاً في الأوساط الأكاديمية والصناعة والصحافة مع بداية التسعينات من القرن الماضي، جراء نقطة الالتقاء التي جمعت بين المعلوماتية والاتصالات والرقمية، حيث صار ينظر للمتلقي كمنشط وفاعل مثله مثل المرسل، بمعنى أن تكنولوجيات الاتصال الجديدة أكسبت المتلقي خاصية الارتكاسية أي بإمكانه إرسال رسالة مركبة إلى المرسل.

وق عرف **رافاييلي Rafaeli** التفاعلية في وسائل الإعلام الجديد بأنها: التعبير الذي يظهره المستخدم عقب استقباله للرسالة الاتصالية، على أن يكون هذا التعبير مرتبطاً بالرسالة، ويصل إلى المرسل عبر وسيلة الاتصال ذاتها.

وعرفها جنسن **Jensen** بأنها بمثابة المقياس لمدى ما تتيحه الوسيلة الاتصالية للمستخدم من إمكانية ممارسة التأثير في الرسالة الإعلامية، سواء من حيث الشكل أو المضمون³، ويذكر نيو هاجين أن التفاعلية هي أكثر الخواص التي يشار إليها غالباً والمستخدم لتمييز الانترنت على وسائل الإعلام الأخرى، لذا فإن التفاعلية تعتبر

¹ المرجع السابق نفسه ، ص 65 .

² مروى عصام صلاح، المرجع السابق، ص ص 133-134.

³ سعد محمد الغريب النجار، التفاعلية في الصحف العربية على الإنترنت، أبحاث المؤتمر الدولي، تكنولوجيا جديدة لعالم جديد، جامعة البحرين، 7-9 أبريل 2009، منشورات جامعة البحرين 7-9 أبريل 2009

الخاصية الوحيدة ذات الأهمية البالغة بالنسبة للإنترنت، والتفاعلية ليست مفهوماً متناغماً وبعبارة أخرى فقد تكون التفاعلية بين المرسلين والمستقبلين، بين الإنسان والآلة، أو بين الرسالة وقراءتها.

ورغم اختلاف الباحثين في مجال الاتصال حول تحديد مفهوم التفاعلية إلا أنه يمكن استخلاص مجموعة النقاط الأساسية المتفق عليها، من خلال التعريفات، وهي:

- أن التفاعلية سمة طبيعية في الاتصال الشخصي، وسمة مفترضة في وسائل الإعلام الجديدة، وعلى راسها الإنترنت، حيث أن الجمهور على الشبكة ليس مجرد مستقبل، وإنما مرسل في نفس الوقت، مما يحقق مستوى مرتفع من التفاعل.

- ضرورة التمييز بين التفاعلية في الاتصال الشخصي، والتي تعني رجوع الصدى، وبين التفاعلية كمفهوم مستحدث مرتبط بتكنولوجيا الاتصال الحديثة، والمتمثلة في وضوح الاتصال عبر الإنترنت.

- التفاعلية اتصال تبادلي ذو اتجاهين من المرسل إلى المستقبل، ومن المستقبل إلى المرسل، فهو اتصال يصعب فيه التمييز بين المرسل والمستقبل.

- الاستجابة هي جوهر الاتصال التفاعلي، ومن دونها لا يتم التفاعل.

- ضرورة إدراك المشاركين في الفاعلية أن الهدف من الاتصال هو التفاعل وليس الإقناع.

- أن التفاعلية هي خاصية الوسيلة، فالوسيلة التفاعلية هي التي تتيح للمستقبل فرص التفاعل مع المرسل، ومع المضمون في آن واحد.

- التفاعلية قد تكون تزامنية أو غير تزامنية، فالدرشة على سبيل المثال أداة تفاعلية تزامنية، تكون بتواجد طرفي العملية الاتصالية (المرسل والمستقبل) في آن واحد، في حين أن البريد الإلكتروني أداة تفاعلية غير تزامنية، ولا يشترط فيها وجود طرفي الاتصال في آن واحد¹.

2- محددات التفاعلية:

محددات التفاعلية يمكن أن تكون مؤشراً عن وجود تفاعلية أو غيابها، ومقياساً لمستوى التفاعلية المتاحة في البرنامج أو الموقع أو تلك التي تتيحها الوسيلة بصفة عامة لمستخدميها، وهم المتلقون في عمليات الاتصال والإعلام أو المستقبلون لكافة الخدمات التفاعلية المتاحة²:

¹ رضا عبد الواحد أمين، النظريات العلمية في مجال الإعلام الإلكتروني، منتدى سور الأزبكية، القاهرة، د ط، 2007، ص 25.

² محمد عبد الحميد، الاتصال و الإعلام على شبكة الإنترنت. مرجع سبق ذكره، ص 67.

- تحقيق التفاعل بين المتلقي وعناصر عملية الاتصال والإعلام الأخرى، وهو هدف عام للجهود البشرية والتكنولوجية يسهم فيها القوائم بالاتصال مع مصممي البرامج و المواقع على شبكة الانترنت ، وتقوم على الاستغلال الأمثل لخصائص الشبكات بصفة عامة وشبكة الويب بصفة خاصة وأدواتها.

- لعل هذا ما دعا الكثير من الخبراء إلى إطلاق مسمى منتج المحتوى content Provider على القوائم بالتحريير أو الكتابة أو الإعداد ، لان تحقيق التفاعل مع المحتوى يعتبر اضافة إلى عملية التحريير والكتابة والإعداد ومطلبا هاما لتوظيف أدوات التفاعل المتاحة على الشبكات.

- تتراوح أهداف الوسائل الجديدة - مثل صحافة الشبكات و التلفزيون التفاعلي- من تحقيق التفاعل بين مستوى تحقيق الاستجابة السريعة نحو الأشخاص أو الموضوعات.

- بجانب الاهتمام بتصميم مثيرات التفاعل - الأدوات و الموجهات- و التركيز عليها ، يكون الاهتمام بتوفير أدوات الاختيار الحر للبرامج و المحتوى والخدمات.

- يقوم الاختيار الحر بداية تحقيق سهولة و سرعة التحول navigation - الإبحار - بين البرامج و الخدمات ووصلات المحتوى المتعددة و المتشعبة و أشكال العرض و التقديم.

- بجانب أدوات التحول والاختيار الحر، فان مشاركة المتلقي في تحقيق أهداف الاتصال والإعلام بدءا من تطوير وتغيير المحتوى إلى تقويم العمليات الاتصالية وأهدافها ، وتفرض مشاركة المتلقي الاهتمام بأدوات الاتصال والتفاعل مع المحتوى والقوائم بالاتصال في قنوات راجعة return Channel سواء بالكتابة او بالصوت أو بالصورة أو كلاهما معا.

- إذا كان التحول او الإبحار يحتاج إلى خرائط خاصة بذلك في الممارسة الحياتية ، فان واجهات التفاعل بالنسبة للمتلقي وتسمى واجهة تفاعل المستخدم هي دليل المتلقي إلى الدخول و الاستخدام و التحول في عمق الموقع او البرامج.

وبصفة عامة نجد أن التفاعلية تعكس تفاعل المتلقي مع عناصر عملية الاتصال و الإعلام و هي: البرنامج او القناة، ثم القوائم بالاتصال بالإضافة إلى والمحتوى المتلقين الآخرين لنفس البرنامج او مستخدم نفس القناة.

3 - الخدمات التفاعلية للصحف الإلكترونية:

إن أهم ما يميز الصحيفة الإلكترونية كوسيلة إعلامية هو إتاحة الأدوات التفاعلية التي تمكن التفاعل بين أفراد الجمهور او مع القوائم بالاتصال ، وذلك بفضل الإمكانيات التقنية الكثيرة التي تمنحها الانترنت للصحافة الإلكترونية.

يمكن للمستخدم أن يتفاعل مع محتوى الصحف فيتجول ويتصرف في النص الإلكتروني كما يشاء (النسخ، الإرسال، الطبع) كما يمكنه أن يتفاعل مع القراء الآخرين ومع الصحفيين فيتواصل و يبني شبكة من العلاقات الاجتماعية، يتم هذا عبر العديد من الآليات التي تقدمها الصحف الإلكترونية منها الروابط، المدونات، التعليق، المنتديات، استقبال الصور والفيديو، رسائل البريد الإلكتروني، الدردشة، الأسئلة الموجهة إلى الخبراء، تحميل الموسيقى والصور، التصوير، النشرات الإخبارية عبر البريد الإلكتروني أو عبر الهاتف النقال، وغيرها من الوسائل التي لا يمكن حصرها.

ويرى الدكتور "الصادق الحمامي" إن إدماج آليات التفاعلية في الصحيفة الإلكترونية يحيل إلى خطاب صحفي يبجل قيم الحوار الاختلاف و التعدد، أما استبعادها فيعني المحافظة على النموذج النخبوي والأحادي للإعلام¹.

وقبل عرض الأشكال التفاعلية التي تتيحها الصحف الإلكترونية، تقسم التفاعلية التي تتم في الصحافة الإلكترونية إلى قسمين مثلما ذهب الدكتور "ماجد سالم تريان" كما يلي²:

- الاتصال التفاعلي المباشر:

ويتم عبر مشاركة القراء في غرف الحوار (chat room) التي تنشئها الصحف لتبادل الحوار بين المحررين والقراء حول القضايا المختلفة، ويتحقق هذا النمط من التفاعلية أيضا من خلال خدمة الرسائل Messenger التي تسهم في تحقيق الاتصال المباشر بين إدارة الصحيفة ومحرريها ومراسليها³. و يتحقق الاتصال التفاعلي المباشر أيضا من خلال الهاتف كوسيلة قديمة حديثة، إذ نجد بعض الصحف الإلكترونية تعرض أرقام هواتف محرريها، وحتى إدارتها لمن يرغب في الاتصال.

- الاتصال التفاعلي غير المباشر:

وتتمثل أهم خدمات الاتصال غير المباشر التي تتيحها الصحف الإلكترونية في البريد الإلكتروني e-mail⁴ الذي يسمح بإرسال رسائل القراء الإلكترونية، والتي تتضمن تعليقاتهم على الصحف التي يتعرضون لها، ثم تعمل الصحف على الرد على ما ورد في هذه الرسائل بشكل آلي⁵.

¹ الصادق الحمامي، الميديا الجديدة، الأستمولوجيا والإشكاليات والسياقات، سلسلة المنشورات الجامعية بمنوبة، ط1، 2012، ص46.

² ماجد سالم تريان، المرجع السابق، ص.129 - 130.

³ بهاء شاهين، شبكة الانترنت. كمبيوساينس لعلوم الحاسب، ط1، القاهرة، 1999، ص.43 - 44.

⁴ الأيهم صالح، استخدام البريد الإلكتروني للوصول إلى موارد الانترنت، شعاع للنشر والتوزيع، سوريا، 2000، ص.12.

⁵ أبو السعود إبراهيم ومحمد عبد الهادي، النشر الإلكتروني ومصادر المعلومات الإلكترونية، دار الثقافة العلمية، القاهرة 2001، ص.66.

و إلى جانب هذه الخدمة يمكن لقراء الصحف الإلكترونية التواصل غير المباشر مع صحفيهم من خلال المشاركة في المنتديات الحوارية، التي تطرحها الصحف حول بعض المجالات ذات العلاقة باهتمامات قرائها ، و تعمل هذه المنتديات وفق تقنية (bulletin board system) التي تتيح للصحف التحكم في المشاركات الواردة إليها بالتعديل ، أو الحذف إذا لزم الأمر.

كما تعمل الصحف الإلكترونية على تحقيق التفاعل غير المباشر مع قرائها ومحريها ومصادرهما عبر القوائم البريدية mailing liste مثلما يحصل في صحيفة new York Times وصحيفة الحياة الصادرة في لندن، والتي تعمل على تزويد المشتركين فيها عبر البريد الإلكتروني بالعناوين التي تطرحها، وتتلقى منهم بالطريقة نفسها ملحوظاتهم و تساؤلاتهم و مشاركتهم و طلباتهم حول هذه الموضوعات¹.

ما يمكن ملاحظته أن التقسيم السابق للتفاعلية في الصحف الإلكترونية على أساس مباشرة وغير مباشرة ، يمكن تسميته بالتفاعلية التزامنية وغير التزامنية، إذ أن التفاعلية المباشرة تتحقق في الزمن الحقيقي الذي يتواجد فيه طرفا أو أطرافا للعملية الاتصالية، بينما لا يشترط توفر الأطراف في نفس الوقت بالنسبة للاتصال غير المباشر وستتوقف في هذا المجال على ذكر الخدمات التفاعلية الأكثر توظيفا في الصحف الإلكترونية كالآتي:

أ - خدمة التعليق على محتوى الصحف:

تتيح الصحافة الإلكترونية إمكانية مشاركة القارئ في عملية التحرير من خلال التعليقات، بحيث يمكن للمشاركة أن يكتب تعليقه على أي مقال أو موضوع، ويقوم بالنشر لنفسه في نفس اللحظة، التعليق هو منتدى يمكن ردود الفعل للتقرير والخبر الصحفي، الموجود على الأغلب في نهاية التقرير أو الخبر بصحيفة الانترنت ، ينتج عنه التقاء بين النصوص الصحفية ;بين المتصفحين، وتؤدي هذه المحادثة أحيانا إلى تصحيح بعض الأخبار ، وإلى خلق تقارير وأخبار في أعقاب ردود الفعل التي تتلقاها الصحيفة

و تتيح بعض الصحف الإلكترونية عناوين البريد الإلكتروني الخاصة بالصحفيين والإدارة أمام القراء لتسهيل الاتصال بهم عبر روابط مثل: (من نحن ، للاتصال بنا ، لمراسلتنا) .

ب - سير الآراء- صناديق الاقتراع - الاستفتاء Poll Box:

تسمى هذه الخدمة أيضا بالاستفتاء، الاستطلاع، التصويت الإلكتروني حول مواضيع مختلفة تهم القارئ والصحيفة وتكون عادة أسبوعية أو شهرية حول قضية أو حدث ميز فترة زمنية معينة، مع تقديم مسح يومي لهذه الآراء ونشرها على الموقع حتى يتسنى للمشارك معرفة النتيجة الحاصلة قبل قيامه بعملية التصويت.

¹ ماجد سالم تريان ، المرجع السابق، ص 130 .

وهي من أكثر الأدوات انتشارا في الصحف الإلكترونية، حيث تطرح الصحف الأفكار أو الأحداث أو الشخصيات ويطلب من القارئ المشاركة بالتصويت أو الاقتراح على الفكرة أو الرأي أو السؤال المطروح للإجابة. وتتميز هذه الأداة بالسهولة في التفاعل مع ما هو مطروح في صندوق الاقتراح أو التصويت من خلال قيام القارئ بتسجيل علامة الموافقة أو الاعتراض، أو التأمين أو المعارضة أو الحياد في المكان المخصص للتسجيل في الصندوق الذي عادة ما يكون في الصفحة الرئيسية أو واجهة التفاعل، أو في نهاية الموضوعات أو الأفكار المطروحة¹، وتكون المؤسسة الصحفية بذلك قد أزلت أحد العوائق المهمة التي تواجهها، وهي الوصول إلى رأي الجمهور إزاء قضية معينة، وتوفر هذه العملية الوقت والجهد المبذول لمعرفة آراء الجمهور في بعض القضايا بشكل عام، و فيما تقدمه المؤسسة الصحفية بشكل خاص و الذي يؤثر بشكل فعال على درجة توزيع صحف هذه المؤسسة الصحفية²، إذ يمكن عن طريق آلية التصويت التعرف على رد فعل القراء إزاء حدث أو خبر معين، من خلال الإجابة على الأسئلة التي تطرحها المؤسسات الصحفية في الموقع، وكذلك يمكن توصيل رأي الجمهور إلى المؤسسات الصحفية حول الخدمات الأخرى الإضافية التي يريدها، بالإضافة إلى رأيه في الإعلانات المقدمة في الصفحة الإلكترونية، وغيرها من المواضيع التي يصوت فيها القراء مهما اختلفت مستوياتهم التعليمية والثقافية و في الجزائر نجد معظم الصحف الإلكترونية تطرح استفتاءات رأي على قرائها بشكل مستمر.

ج- البريد الإلكتروني: E.Mail يتصدر البريد الإلكتروني أدوات الاتصال والتفاعل في الوسائل الجديدة، نظرا لما يتمتع به من مزايا تتمثل في سهولة استخدامه، وتوفير إمكانية تبادل المعلومات والآراء، وطلب المساعدات وتقديم النصح والإرشاد إلى المتلقي بالإضافة إلى تبادل الرسائل مع المحرر والمجموعات، سواء كانت هذه الرسائل في رموز نصية أو مصورة، ومع أن هذه الأداة لا توفر التفاعل المتزامن نظرا لوجود فروق زمنية بين إرسال الرسالة واستقبالها والرد عليها، إلا إنها تتمتع بعدد من المزايا التي تزيد دافعية استخدامها، وأهمها سرعة تبادل الرسائل مع الأفراد مهما تباعدت المسافات، وانخفاض التكلفة، وإمكانية إرسال رسالة واحدة إلى العديد من الأفراد في أماكن متفرقة في العالم في نفس الوقت، وإمكانية ربط ملفات إضافية بالبريد الإلكتروني، بجانب تهيئة المتلقي نفسه لقراءة

¹ محمد عبد الحميد، الاتصال والإعلام على شبكة الإنترنت، عالم الكتب للطباعة والنشر والتوزيع، القاهرة، 2007، ص 89.

² كمال الدين محمد وآخرون، مستقبل طباعة الصحف العربية رقميا، الدار المصرية اللبنانية، المكتبة الإعلامية، القاهرة، 2007، ص ص 210 – 209.

الرسالة والرد عليها في الوقت الذي يناسبه¹، ويتم هذا التبادل والإرسال بسرعة وكفاءة وفعالية كبيرة عن طريق استغلال إمكانيات الشبكات المختلفة².

د- منتديات الحوار forums : ظهرت سنة 1996، حيث تتيح شبكة الإنترنت الفرص لمستخدميها لتبادل الآراء والأفكار حول المواضيع المختلفة، مستخدمة بذلك البريد الإلكتروني لإنشاء مجموعات النقاش، التي تتسم بالعالمية³، وهي نوادي تجمع مجموعة من الأعضاء لهم اهتمامات مشتركة، وكل فرع من فروع هذه الاهتمامات له قسم خاص به، لتبادل الأفكار، وتختص المنتديات الإلكترونية بمواضيع معينة، مثل: الأخبار، الفنون، السياحة، التعليم .. ويستطيع المستخدم المنظم إلى هذه المنتديات أن يعثر على مناطق اهتمام دقيقة جدا، فيقرأ مثلا عن أبطال مسلسل تلفزيوني وأخبارهم ونشاطاتهم الشخصية⁴، بدورها تنقسم إلى قسمين:

- القوائم البريدية: هي مجموعة من الأخبار والموضوعات المحلية والإقليمية والدولية والسياسية والاقتصادية والثقافية والعلمية المختارة، مما ينشر يوميا في الأقسام المختلفة للصحيفة، يتم إرسالها للأعضاء المسجلين في الصحيفة في نشرة خاصة عبر البريد الإلكتروني، لتمكنهم في زحمة الاعمال والواجبات من متابعة ما يستنجد من أعمال وتطورات وتيسر لهم الحصول على ما قد يحتاجونه من معلومات.

- المجموعات الإخبارية أو مجموعات الحوار: هي خدمة تقدمها الصحيفة للقراء للتعبير عن آرائهم في القضايا والموضوعات التي يهتمون بها، وتنقسم مجموعات الحوار إلى:

- حوار حول أهم الموضوعات المنشورة في العدد الأخير.
- حوار موضوعات أخرى غير مرتبطة بعدد اليوم، وموزعة وفقا للأقسام الرئيسية للصحيفة، مثل: الأخبار، الاقتصاد، الرياضة، التكنولوجيا، وغيرها⁵.

- شبكات التواصل الاجتماعي:

تستخدم شبكات التواصل الاجتماعي "فيسبوك، تويتر، يوتوب" في التفاعل والتواصل الإعلامي من خلال نشر وطرح الأخبار والتقارير والصور والفيديوهات على تلك الشبكات، وإحداث التفاعل الجماهيري حولها، وربما

¹ محمد عبد الحميد، المرجع السابق، ص 87.

² مي عبد الله سنو، الاتصال في عصر العولمة الدور والتحديات الجديدة، الدار الجامعية للطباعة والنشر، بيروت، ط1، 1999، ص 244.

³ محمد محمد الهادي، تكنولوجيا الاتصال وشبكات المعلومات، المكتبة الأكاديمية، القاهرة. ط1، 2001، ص 208.

⁴ محمد عبد الحميد، المرجع السابق، ص 87.

⁵ - ماهر عودة الشمالية وآخرون، الصحافة الإلكترونية الرقمية، دار الاعصار العلمي للنشر والتوزيع، عمان، الاردن، ط1، 2015، ص116.

قبل أن تصبح مادة إعلامية على صفحات وشاشات وسائل الإعلام التقليدية، ولقد استغلت المواقع الإلكترونية هذه الخدمات رغبة منها في صناعة المحتوى، وكذلك خلق مستخدم متفاعل ومتجاوب مع المادة الإعلامية المنشورة¹، حيث ارتبط استخدام الصحافة الإلكترونية بأجهزة الحاسب أكثر من ارتباطه باستخدام الهواتف النقالة، ولذلك فعلى الرغم من اشتراكهما في العمل داخل المحيط الرقمي مع شبكات التواصل الاجتماعي إلا أن الأولى لا تتداخل مع شبكات العلاقات الاجتماعية والاتصالات الشخصية التي يستخدم الهاتف النقال في الأساس لتفعيلها، ومن ثم تصبح شبكات التواصل الاجتماعي هي الأقرب لالتماس الحاجات الإخبارية نظراً لتقاطعها الطبيعي مع هذه الدوائر، وبمرور الوقت ومع الاعتياد على استخدام هذه الشبكات في إشباع الاحتياجات اليومية والحياتية تصبح متابعة التغريدات الخاصة بأحد المصادر ذات المصدقية أو مشاهدة مقاطع الفيديو التي تصف الأحداث أو تعلق عليها جزءاً من الممارسات اليومية المتبعة للجمهور ودونما حاجة ملحة إلى الاطلاع على نوافذ إخبارية مليئة بالعديد من الأخبار التي قد يخرج معظمها عن دائرة اهتمامات الجمهور أو تفضيلاته.

ويؤكد باري جونتر Gunter Barrie Gunter وروجر ديكينسون Roger Dickinson في كتابهما عن وسائل الإعلام في العالم العربي أن ما تحظى به وسائط التواصل الاجتماعي في العالم العربي أن ما تحظى به وسائط التواصل الاجتماعي من أهمية في هذه المنطقة يعود بالأساس لدورها المركزي في مساندة ثورات الربيع العربي وتمكين فاعليته، وهو ما أحاط استخدامها بحالة حميمية لا يمكن أن تتوافر لغيرها من وسائل الإعلام الأخرى. فبعد أن كان التفعيل السياسي والاجتماعي لهذه الشبكات هو الغالب على استخدامها، انسحبت هذه الفاعلية لتشمل جوانب التماس المعلومات ومعرفة الأخبار خاصة مع سهولة الوصول التي وفرتها تطبيقات الهواتف المحمولة بأنماطها المختلفة².

- استخدام الفيديو التشاركي: الذي لعب دوراً ملموساً خلال الثورات العربية في نقل ما يحدث في تلك البلدان باستخدام الهواتف المحمولة في التصوير والتسجيل ونقله إلى مواقع الفيديو³، حيث إن الهواتف النقالة قد خلقت نوعاً جديداً من الثقافة المجتمعية المرتكزة على تفضيلات شديدة الخصوصية لتعريف الذات وتعريف الآخر، وارتبط بهذه الثقافة نزوع واضح من الأفراد إلى تفضيل التماس المعلومات من شخص لشخص أو من شخص

¹ محمد عبد الحميد، المرجع السابق، ص 89.

² باري ونتر، وروجر ديكينسون، وسائل الإعلام في العالم العربي، ماذا يحمل المستقبل؟، ط1، تر: داود سليمان القرنة، مكتبة العبيكان، ط1، 2118، ص 117.

³ حسام عبد الحميد حمدان، المواقع الإخبارية العربية، دراسة وصفية لموقع الجزيرة نت على الشبكة العنكبوتية، رسالة ماجستير في الإعلام والاتصال، كلية الآداب والتربية، الأكاديمية العربية المفتوحة في الدامر، 2114، ص 109.

لمجموعة أو من مجموعة لمجموعة، مقابل عزوف واضح عن التماس المعلومات من المؤسسات أو الهيئات أو المنظمات المتخصصة في نشر المحتوى الإخباري ومن ضمنها مواقع الصحف الإلكترونية¹.

- استخدام مواقع الصور التشاركية : كموقع flicker من خلال تحميل الصور وكتابة التعليق عليها، وتبادلها بين آلاف الأشخاص، حيث استعملت المواقع الإلكترونية هذه الخدمات بكثافة رغبة منها في منح الفرصة للمشاركين في صناعة المحتوى، وكذلك خلق المستخدم المتفاعل والمتجاوب مع الأخبار المنشورة، وعلى سبيل المثال يستعمل أحد أكبر المواقع العربية إسلام أون لاين خدمة المنتديات ويوظفها في صناعة الخبر².

4- مستوى قياس التفاعلية:

من الضروري أن تكون هناك مقاييس لمعرفة مدى نجاح العملية التفاعلية، وذلك من خلال مكونات ومعالم خاصة بها، تشير في بنائها إلى إمكانية تحديد مستوى وقياس التفاعلية مثل³:

- عدد العمليات المتاحة (تجول، اختيار، ضبط، مشاركة).
- عدد الخيارات المتاحة (وصلات النص، وصلات الوسائل).
- تعدد الأدوات المتاحة (أدوات تزامنية، أدوات غي تزامنية).
- السهولة في الاتصال والتفاعل وسرعته (جهد المستفيدين).
- سهولة استخدام واجهات التفاعل للبرامج والصفحات والمحتوى.
- سهولة الاستجابة لمشاركات المتلقي.
- نظام الضبط والمراقبة (تقدير الزوار والمشاركين والمشاركات وأنواعها).

¹ Glotz, Peter; Bertschi, Stefan & ;Locke, Chris, "Introduction: Mobile Phones and Mass Communications", Knowledge, Technology & Policy, Vol. 19, Issue. 2, 2006, p3-6

² سام عبد الحميد حمدان، المرجع السابق، ص 109.

³ رضوان بلخيري، مدخل إلى الإعلام الجديد المفاهيم والوسائل والتطبيقات، جسر للنشر والتوزيع، الجزائر، ط1، 2014، ص ص 210-211.

المحاضرة التاسعة: القائم بالاتصال في الصحافة الإلكترونية:

تمهيد :

لقد شكلت انطلاقة الصحافة الإلكترونية ظاهرة اعلامية جديدة مرتبطة بشورة تكنولوجيا المعلومات والاتصالات ، فاصبح المشهد الاعلامي اقرب الى ان يكون ملكا للجميع ، وأكثر انتشارا وسرعة في الوصول الى أكبر عدد من القراء، بذلك تكون الصحافة الإلكترونية قد فتحت آفاقا عديدة، وأصبحت أسهل و اقرب لمتناول المواطن، ومن هنا انطلقت عملية ضخمة لبث مصادر اخبارية الكترونية تتناول شتى المواضيع و تغوص في عدد من الموضوعات المتعددة، وأثر ذلك واقتناعا بأهميتها ، التحقت غالبية الصحف والهيئات الإذاعية والتلفزيونية المرموقة بهذه الموجة، ليصبح الإعلام الإلكتروني في ظرف وجيز شديد الخطورة، وعميق التأثير سواء على صناع القرار ، أو من ناحية تشكيل الرأي العام، فلم يعد الرقيب حكوميا كما كان بالأمس، بل الرقيب هو اخلاقيات العمل الصحفي والرسالة الاعلامية الموضوعية.

وفي ظل هذا التحول أفرزت الإنترنت ضغطا من نوع آخر على الصحفيين الذين أصبح يتحتم عليهم معرفة كيفية البحث عن المعلومات، والتعامل مع برامج الكمبيوتر، وكيفية تحرير المواد النصية ضمن محتويات الموضوع الصحفي الذي يقوم به، وستتطرق في هذه المحاضرة لمعرفة وفهم توجيهات القائمين بالاتصال في هذه الوسيلة الإعلامية الجديدة، ومعرفة العوامل المؤثرة عليهم، والمهارات التي يجب أن تتوفر لديهم، والالتزامات المهنية لقائمين بالاتصال، ومسؤوليات المشروطة عليهم .

لا بُدَّ من التأكيد على أنَّ القائم بالاتصال أيضا عنصر من أهم العناصر في الصحف الإلكترونية، والتي لا تعتمد على دراسة المعايير الطباعية المستقبلية أو التقليدية، بل تسعى إلى دراسة المعايير الأخلاقية والتي تتمسك بها العديد من الإصدارات الإلكترونية، وذلك من خلال استقطاب العديد من المحررين الذين استجابوا لعملية المسح الشامل للأخلاقيات الإلكترونية الإعلامية، بالإضافة إلى إيجاد مجموعة من الدراسات التي تهتم بالمعايير والأسس الضرورية، والتي تساهم في تحديد الوقائع المرتبطة في القصص الإخبارية، ومن ثم العمل على وضعها وتقديمها أمام الجماهير الإعلامية الإلكترونية.

1- مفهوم القائم بالاتصال في الصحافة الإلكترونية:

القائم بالاتصال حسب الدكتورة جيهان أحمد رشتي: هو أحد عناصر العملية الاتصالية، سواء كان صحفيا، أو مديعا، أو أي شخص مماثل يسعى لتوجيه الرسالة¹، له دور فعال وكبير في إنتاج الرسالة الإعلامية، لا تقل بأي

¹ جيهان رشتي، الأسس العلمية لنظريات الإعلام، (ط1)، القاهرة، دار الفكر العربي، القاهرة، ط1، 1978، ص293.

حال من الأحوال عن تأثير الاتصال أو الوسيلة في فهم التنبؤ بتأثير الاتصال، أو الوسيلة في تصور المتلقي للقائم بالاتصال، أو المصدر، كما يلعب دورا أساسيا في تحديد عملية الإقناع.

ويعرف أحمد موسى القائم بالاتصال بأنه: " المرسل الذي لديه رسالة تتضمن بيانات أو مبادئ اتجاهات، يقوم بإبلاغها إلى من هم في حاجة إليها، حيث أن هذه البيانات تساهم في تحديد موقف معين، والقائم بالاتصال قد يكون فردا أو مجموعة أفراد، أو هيئة، أو مؤسسة¹.

ويعرفه محمد عبد الحميد بأنه: الشخص الذي يبدأ عملية الاتصال بإرسال الفكرة أو الرأي أو المعلومات من خلال الرسالة التي يقوم بإعدادها، وقد يكون هذا الشخص هو مصدر الفكرة أو الرأي أو المعلومات وقد لا يكون مصدرها، وقد يكون مصدرها فرد آخر، كما يظهر واضحا في عملية الاتصال من خلال المؤسسات الإعلامية التي يقوم أفرادها بالاتصال بالمصدر للحصول على المعلومات أو الأخبار حتى يقوم بصياغتها أو إعدادها للنشر أو الإذاعة وإرسالها مرة أخرى للجمهور، وهو يرى أن هذا المفهوم ممتد كثيرا إلى كل يعمل في بناء أو تشكيل من الرسالة الإعلامية مهما اختلفت المواقع².

وفي الصحافة الإلكترونية هو الصحفي الذي يشرف على نشر الأخبار والمواد الصحفية، ويشمل المحرر الصحفي والمراسل الصحفي ومتابع وسائل الإعلام للموقع، والمصور الصحفي والمخرج الفني للموقع³.

هو أي فرد داخل فريق عمل ينتمي إلى أحد المؤسسات، ويخضع بمسؤوليات بما فيها صنع وإنتاج الرسالة الاتصالية، ويكون دوره في هذا مباشرة من خلال الحلقات المختلفة لعمليات صنع الرسالة الاتصالية، بدء من وضع الفكرة أو السياسية العامة، ومراحل الصياغة المختلفة لها، والانهاء بإخراجها وتقديمها للجمهور المتلقي بهدف التأثير عليه.

كما يعرف القائم بالاتصال بأنه هو أي شخص أو فريق منظم يرتبط مباشرة بنقل المعلومات من فرد لآخر عبر الوسيلة الإعلامية، أو له علاقة تسيير مراقبة نشر الرسائل إلى الجمهور عبر الوسائل الإعلامية⁴.

وللقائم بالاتصال مسميات بحسب وظائفه الاتصالية، ومن بينها: القائم بالاتصال في شبكة الإنترنت The Web Communicator ، والصحفي الإلكتروني Online Journalist ، المحرر المتكامل Integrated Reporter ، وحارس البوابة الإلكترونية ، Online Gatekeeper ، ومحرر الإنترنت Internet Journalist ، وصحفي الويب Web Journalist ، ومحرر النسخة الإلكترونية، والصحفي

¹ أحمد موسى، المدخل إلى الاتصال الجماهيري، مكتبة زهراء الشرق، المنصورة، مصر ط1، 1993، ص31

² محمد عبد الحميد، نظريات الإعلام واتجاهات التأثير، عالم الكتب، القاهرة، ط1، 1997، ص 25.

³ نجوى الفوال، قراءة في دراسات القائم بالاتصال، القاهرة، المجلة الاجتماعية القومية، المجلد الثاني والثلاثون، ع3، سبتمبر 1995م.

⁴ أشرف خوخة، الرقابة في المؤسسات الصحفية، دار المعارف الجامعية، الاسكندرية، 2010 ص27.

المباشر، Online Journalist، كما يمكن أن نطلق عليه "منتجا Producer بسب طبيعة الويب متعددة الوسائط¹.

إن القائم بالاتصال - الصحفي الإلكتروني- هو من يقوم بتحرير او مساعدة في التحرير الصحيفة الإلكترونية مهما كان شكلها ومضمونها، ومثلما احدثت الصحافة الإلكترونية انقلابا في الصحافة وتحرير الاخبار، قام بنفس الشيء مع صانعي الاخبار وتحريرها فقد اصبح هناك الصحفي الإلكتروني، وهو الصحافي الذي يستطيع التعامل والكتابة في الصحيفة الإلكترونية، وأصبح هذا الصحافي له ايضا مواصفات وخصائص تميزه بدونها لا يمكنه التعامل مع مثل هذه النوعية من الصحف الإلكترونية

2- القائم بالاتصال والتحول من البيئة التقليدية إلى البيئة الإلكترونية:

تتطلب الصحافة التقليدية مهارات أساسية، يفترض وجودها لدى القائم بالعمل الصحفي، مثل مهارات الصياغة الخبرية والتحليل وفق القوالب الصحفية وطرق تدقيق الأخبار وتوثيق مصادرها وأسلوب عرضها، أما اليوم فإن هذه المهارات لم تعد كافية لمن يعمل في الصحافة، فالتغيير التكنولوجي الذي عرفته وسائل الإعلام بصورة عامة والصحافة على وجه التحديد، فقد زاد من الضغوط على الصحفيين للبحث عن أدوات جديدة ومهارات متعددة لإنتاج أكثر في زمن أقل، مثل مهارات التعامل مع برامج الكمبيوتر وتطبيقاته وطرق البحث واستخدام محركات البحث وقواعد البيانات والمعلومات والنصوص الفائقة².

فقد فرضت الصحافة الإلكترونية تغييرا كبيرا على القائم بالاتصال في بيئتها، وأصبح له شروط ومواصفات ليس بالضرورة أن يلتزم بها محرر الصحافة المطبوعة، لأن طبيعة المهنة الصحافية الإلكترونية تختلف عن طبيعة المهنة الصحافية المطبوعة، من حيث الشكل والمضمون، وكذا من خلال الأدوات المستخدمة في المهنة الصحافية، فالتمكن الكبير والتحكم الجيد للقائم بالاتصال في البيئة الإلكترونية من الأدوات الحديثة، ومعرفة استخدامه للكمبيوتر، وبرامج الجرافيك والرسم الإلكتروني، وبريد إلكتروني وعملية نقد الصورة والصوت والفيديو واستخدام الإنترنت والكمبيوتر بصورة أكبر وأعمق، جعل من واقع ممارسته تختلف بشك ملمو عن واقع الممارسة الصحافية في البيئة التقليدية.

¹ شريف درويش اللبان: الضوابط المهنية والأخلاقية والقانونية للإعلام الجديد، مجلة رى استراتيجية، يوليو، 2014، القاهرة، ص - ص 101-98.

² جاسم محمد الشيخ جابر، الصحافة الإلكترونية العربية - المعايير الفنية والمهنية، دراسة تحليلية لعينة من الصحف الإلكترونية العربية، مؤتمر الإعلام الجديد تكنولوجيا جديدة لعالم جديد، جامعة البحرين 7-9 أبريل 2009، منشورات جامعة البحرين، ط 2009، مطبعة جامعة البحرين، 2009، ص 393.

وهذا التطور الذي طرأ على المخر الصحفي الإلكتروني أدى بالصحافيين الذين يعملون في الصحف المطبوعة على مواكبة هذا التطور، خاصة أن معظم الصحف المطبوعة أصبح لها نسخ إلكترونية عبر الإنترنت ، إلا أن التطور السريع الذي تشهده الصحافة الإلكترونية من حيث الشكل والمضمون وكذا من حيث الأدوات المستخدمة في العمل الصحفي تجعل من واقع الممارسة المهنية كذلك يشهد تحولا وتغيرا يواكب تلك التطورات، ويزيد من الهوة والاختلاف بين القائم بالاتصال في البيئة الإلكترونية والبيئة التقليدية في الصحافة المطبوعة، وذلك في ظل . انكماش وتراجع بعض الشيء للصحافة المطبوعة، سواء في الانتشار أو التلقي من قبل الجماهير، وكذا عدم مواهمة تلك التطورات التكنولوجية للعمل الصحفي في الصحافة المطبوعة.

وعليه يتميز القائم بالاتصال في الصحافة الإلكترونية بميزات كثيرة عن نظيره في الصحافة المطبوعة، من حيث سرعة الأخبار ونقلها والتفاعلية والآنية والسبق الصحفي، ومسألة الوقت والمتابعة المستمرة لتطورات الأحداث لتعديلها في أي وقت ، إضافة على أن الصحفي الإلكتروني يستطيع القيام بجملة صحفية بشكل سريع ومؤثر جدا قد تنطلق من موقع واحد أو مواقع إلكترونية أخرى.

إلا أن القائم بالاتصال في مواقع الصحف الإلكترونية يعاني من عدم التركيز، الذي ينتج عنه الأخطاء الإملائية واللغوية، نتيجة السرعة في نقل الأخبار، ومسألة السبق الصحفي، وقد يكون على درجة كبيرة من المهنية والخبرة إلا أنه غير معترف به كصحفي يمثل السلطة الرابعة، وينتمي إلى نقابة الصحفيين والاتحادات، لأنه لا يحمل معايير الصحفي الذي يعمل بصحيفة مطبوعة، ولا يلتزم بأخلاقيات المهنة الصحفية، وموثيق الشرف الإعلامي.

إن الصحفي الإلكتروني أو الورقي بإمكانه نقل الخبر والمعلومات من مواقع الأحداث والصراعات وتصوير الأحداث من خلال الهواتف المحمولة والكاميرات، التي أصبحت على درجة عالية من حيث وضوح الصوت والصورة، ونقل الأخبار بالصوت والصورة والنصوص عبر الأقمار الصناعية إلى مواقع الصحيفة لنشرها وهذا ما يسمى الآن بالإعلام الرقمي¹.

ومن بين أهم المهارات الفنية والتقنية التي تزامنت مع التطور التكنولوجي نوجزها فيما يلي: -

- التمكن من استخدام الحاسب الآلي وبرامجه خاصة برنامج الكتابة وبرنامج الصور لنزوم إدخال الصور على الكمبيوتر، وإرسالها إلكترونيا للصحيفة، ويكون لديه بريد إلكتروني يرسل منه للصحيفة ويستقبل من خلاله الرسائل من المصادر المختلفة وكما يحتاج الصحفي إلى التعرف على شبكة الانترنت وشبكة الواب وتطبيقاتها.
- القدرة على التعامل مع التكنولوجيا الجديدة وخاصة الإنترنت واستخدامها في العمل الصحفي وتقنيات البحث عن المعلومات وذلك للوصول إلى المعلومة السليمة بشكل سريع فمن المهم بالنسبة للصحفيين أن يقوم بتطوير قدراته

¹ عبير الرحباني، الاعلام الرقمي الإلكتروني، دار اسامة للنشر والتوزيع، الأردن، ط1، 2012، ص 181.

ومهاراته البحثية واستخدام الإنترنت كوسيلة للبحث¹، فقد وفرت الإنترنت فرصا عديدة لتعليم المهارات الصحفية الأساسية لدارسي الصحافة، مثل كيفية الحصول على فيض من الأخبار الصحفية من مصادر متعددة وفي مجالات متنوعة، وكذلك الحصول على كم كبير من المعلومات والبيانات والأرقام والإحصائيات، واستكمالها ومتابعتها واستطلاع وجهات نظر مصادرها الصحفية، والاتصال بقواعد المعلومات ومحركات البحث، وأرشيف العديد من المنظمات والشركات، ووسائل الإعلام والمكتبات والاستفادة من أدواتها المتعددة للقيام بتغطية صحفية فورية وسريعة لأحداث أو مهارات إجراء الحوارات فردية وجماعية مكتوبة ومرئية ومسموعة².

3- علاقة القائم بالاتصال في الصحافة الإلكترونية بالجمهور:

من الملامح الأساسية في البيئة الإعلامية الإلكترونية تراجع التوجه الأحادي القديم، الذي يتخذ طابع تدفق الآراء والمعلومات بشكل رأسي من حراس البوابة إلى الجمهور، حيث أصبح يتخذ شكلا تفاعليا وتبادليا للمواقع كمصدر وكمتلقي، لتصبح الصحف الإلكترونية تعمل على الاستفادة منهم - الجمهور أو ما يصطلح عليه المستخدمين أو المتلقين - بمن في ذلك الذين يعيشون على هامش المجتمع، وهو ما أعلن عن انتقال جمهور وسائل الإعلام من التبعية إلى المشاركة³، كما لم يعد الجمهور متلقيا سلبيا في هذه العلاقة، بحيث أصبح بمقدوره تقرير ما يتعرض له، ويتوافق مع اهتماماته من خلال ما تتيحه له الصحافة الإلكترونية من مميزات لا يجدها في نظيرتها المطبوعة، كما تغيرت طبيعة علاقة حراس البوابة بقرائهم، حيث أصبحوا يبذلون جهدا كبيرا في تطوير هذه العلاقة وقراءة رسائل القراء الإلكترونية، والرد عيها، والمشاركة في الحوارات والمنتديات، والإجابة على الأسئلة وغيرها في وقت يتمتعون فيه بميزة مهمة، وهي قدرتهم على التعرف على أعداد جمهورهم، وتوقيت تعرضهم لما يقدمونه، وكم الوقت الذي يقضونه في القراءة، المشاهدة أو الاستماع، وطبيعة المضامين التي يفضلونها، وهو ما يساعدهم في اتخاذ قرارات تتلاءم مع طبيعة جمهورهم، ويزيد من درجة التفاعلية بينهم⁴.

¹ فريدة بوعكاز، القائم بالاتصال في ظل بيئة الإعلام الجديد: التحديات، المصادر والأدوار، المجلة الجزائرية لبحوث الإعلام والرأي العام، مج 3، ع 1، جوان 2020، ص 42.

² السيد بحيث، الصحافة والإنترنت، العربي للنشر والتوزيع، القاهرة، مصر، 2000، ص 136.

³ عباس مصطفى صادق، مصادر التنظير وبناء المفاهيم حول الإعلام الجديد، من فانفر بوش إلى نيكولاس- نيغروبونتي، أبحاث المؤتمر الدولي للإعلام الجديد تكنولوجيا جديدة لعالم جديد، جامعة البحرين 7-9 أبريل 2009، منشورات جامعة البحرين، ط 2009، مطبعة جامعة البحرين، 2009، ص 34.

⁴ ندوم منصور، سوسيولوجيا الإنترنت، منتدى المعارف، سلسلة اجتماعيات عربية، بيروت، ط 1، 2014، ص 60.

4- أخلاقيات القائم بالاتصال بين الصحافة الإلكترونية والتقليدية:

إن أخلاقيات العمل الإعلامي جد متباينة في البيئة الإعلامية الإلكترونية عنها في البيئة الإعلامية التقليدية، فهي بيئة خاصة لها متطلباتها التي قد تتفق أو لا تتفق مع الضوابط الأخلاقية التقليدية، مما يحتم ضرورة التفكير في طبيعة الظواهر الأخلاقية الجديدة التي تفرزها هذه البيئة، وكيفية التعامل معها، وكيفية التوفيق بين مقتضيات العمل .

فالمؤسسات الإعلامية في البيئة التقليدية تطبق ضوابطها الأخلاقية على العاملين، بعد إعدادهم وتهيئتهم لمناخ العمل فيها، كما يشكل المناخ المؤسسي، عامل توجيه وإرشاد وضبط لمعايير الالتزام المهني لديهم، وهو أمر ييسر إمكانية المساءلة الأخلاقية للإعلاميين ، وقد أثبتت الصحافة المطبوعة أنها حريصة على مكانتها الاجتماعية من خلال محاكمة نجومها عند وقوعهم في الخطأ، ومن خلال وضعها قيود على تعاملهم مع الإعلام الجديد.

إن مطالبة الإعلاميين جميعهم في البيئة الإعلامية الإلكترونية بالالتزام بالضوابط الأخلاقية صعب، خاصة في ظل غياب أو عدم وضوح طبيعة الجهات التي يجب أن يلتزمون أمامهم، ومن ناحية أخرى فإن طبيعة البيئة الإعلامية الجديدة، وما توفره من إمكانية تزويد المادة الإعلامية بوصلات وروابط من مواقع أخرى، تجعل من الصعوبة مساءلة الإعلاميين في البيئة الجديدة عن أعمال الآخرين، فالإعلامي مطالب بمراقبة ومراجعة عمله، وما يقع في دائرة اختصاصه فقط ، لكن لا يمكن مساءلته أخلاقياً عن أعمال وإنتاج الآخرين، وتنتج هذه الحيرة من كون الإعلامي يريد أن يثري مادته الإعلامية الإلكترونية من خلال ربط جمهوره بمواقع الآخرين، وهو أمر يُحمد عليه، لكن من ناحية أخرى، فإنه قد لا يضمن دقة وسلامة وصحة ما ينشره الآخرون على مواقعهم، وحتى في حال تحريره للمواقع التي يقوم بوصول جمهوره بها، فإنه لا يضمن ماذا سيحدث بها بعد فترة قصيرة، وهل لا تزال تتحرى هذه المواقع الدقة والسلامة والأمانة والصحة الإعلامية أم لا، ومن ثم فإن مساءلة الإعلامي في هذا الصدد، قد يدخل في باب المغالاة، وتحميله فوق طاقته¹.

¹ محمد مليك، تأثير الصحافة الإلكترونية على الصحافة المطبوعة رؤية تحليلية لواقع القائم بالاتصال بين البيئتين، مجلة الإعلام والمجتمع، مج 2، ع2، جوان 2018، ص16.

تمهيد:

لقد أحدثت شبكة الانترنت تغييرات هامة على وسائل الإعلام التقليدية، حيث أصبح بالإمكان الاطلاع على المعلومات في أي مكان وأي وقت، ولعل أبرز التغييرات تلك التي أحدثتها الانترنت في الصحافة المكتوبة التي استعانت بتقنيات النشر الإلكتروني لتنتج صحافة إلكترونية استطاعت الاستفادة من خصائص الشبكة العنكبوتية من خلال المحتوى الرقمي والوسائط المتعددة (صوت، صورة، نص)، ما انعكس إيجاباً على جمهور هذه الوسيلة الذي استفاد من عدة مزايا لم يكن ليحدها في وسائل الإعلام التقليدية، خاصة عنصر التفاعلية الذي أتاح لمتصفح المواقع الإلكترونية الفرصة للتعبير عن آرائهم واختيار ما بدا لهم من خدمات، مما يطرح إشكالية قياس جمهور وسائل الإعلام في ظل الوسائل التكنولوجية الرقمية.

حيث ترى الباحثة " Jacqueline AGLIETTA " أن سلوكيات جمهور وسائل الإعلام تغيرت نتيجة لتطور العرض المقدم على مستوى وسائل الإعلام، ومع أن ذلك تم بشكل بطيء إلا أن الحقيقة تكشف بأنه تم خلق نوع آخر من الجمهور، ألقت انتباه الباحثين في مجال الإعلام والاتصال فكان من الضروري دراسته والبحث عن خصائصه ومميزاته وسلوكياته الجديدة، وكيفية تفاعله مع الرسائل الإعلامية خاصة وأن دراسات الجمهور لاتزال تحتل مكانة هامة في اقتصاديات وسائل الإعلام (الإشهار) ، فمع نهاية 1997 في فرنسا سارعت المؤسسات التي تعنى بقياس جمهور وسائل الإعلام ومن بينها مركز البحوث Médiamétrie إلى إنشاء أول خدمة قياس جمهور مواقع الويب، هذه الأخيرة بإمكانها رصد عدد زوار أي موقع مدروس، وعدد الصفحات الأكثر زيارة بالنسبة لأي موقع ، وعدد الصفحات التي تحمل الإشهار، وهذه الخدمة توسعت في سنة 1999، وحملت تسمية Cybermétrie.

ومع التطور الذي تشهده مواقع الصحف، أصبح من اللازم البحث عن خصائص الجمهور الإلكتروني من قبل العاملين في قطاع الإعلام (الصحفيين)، حيث لم يعد بمقدور برامج قياس عدد الزائرين لمواقع الانترنت، أن تلم بكل خصائص هذا الجمهور من الناحية العددية والتقنية، حيث أن الصحفي في الصحافة الإلكترونية أصبح مطالباً بمعرفة خصائص القراء الذي يكتب لهم بغض النظر عن عددهم، وهذا هو التحدي الذي تفرضه دراسات جمهور الصحافة الإلكترونية حالياً¹، بل لقد أصبح فحص السلوك الاتصالي لأفراد الجمهور هما أساساً لدى

¹ إلهام بوتلجي، الصحافة الإلكترونية في الجزائر واتجاهات القراء، دراسة مسحية لجمهور جريدة الشروق أون لاين، مذكرة ماجستير في علوم الإعلام والاتصال، كلية العلوم السياسية والإعلام، جامعة الجزائر3، 2010 - 2011، ص ص 85-86.

علماء الاجتماع والباحثين في مجال التسويق بمفهومه العام (سياسي، اجتماعي، سلمي الجمهور الحالي) كونه هدفا رئيسا للعديد من الشركات والمؤسسات البحثية لدراسة الجمهور الحالي، والممكن والمتوقع لوسائل الإعلام¹. ويذهب الدكتور علي قسايسية أن جمهور الواب للشبكة العنكبوتية الكونية لا يمكن أن يستهان به، وهو جزء مهم في مجتمعنا، الذي سيمهد لأرضية المجتمع الإلكتروني " e-society " والذي سيعطي لمفهوم الجمهور صفة التواجد الكلي في كل مكان وفي نفس الزمان².

1- تعريف الجمهور:

كلمة mass الإنجليزية يقابلها بالعربية كلمة "جمهرة و حشد" مستمدة من الكلمة الإغريقية maza، وتعني (وجبة الشعير)، وهي بالتأكيد غير معناها المتداول الآن فكلمة maza القديمة كانت كيلة وزنية، مكيال للشعير ولا زالت تستخدم أحيانا للتعبير عن الكمية الكبيرة غير القابلة للعد، واستعملت في النظم الاجتماعية للتعبير عن عدد كبير من الأفراد، حشد أو جمهرة كما في اللغة العربية، وتعبير معاصر "جماهير أو جمهور³"، أما المستوى الأوروبي فإن مصطلح الجماهير، ارتبط تاريخه باللغة الفرنسية، وهو تعبير يوحي بالخوف والاحتقار، بمعنى الغوغاء أو الرعاع في لغتنا العربية⁴.

عرفه توماس جون كلايتون "الجمهور كالتقطيع تجمعه مساحة واحدة أو نزعة واحدة، ليس له رأي واحد، وهو يتحرك طبقا لما يوجهه له الموجهون بحيث يصبح مسلوب الإرادة يخاف من يرهبه و يستسلم لمن يسيطر عليه"⁵. عرفه أحمد زكي بدوي بأنه: "عدد كبير من الأفراد يشتركون في وحدة المصالح، ولذلك يتولد لديهم شعور بالوحدة و تحقيق الذات، ويختلف مقدار هذا الشعور من جمهور إلى آخر، ورغم أن معظم أعضاء الجماهير لا يتصلون غالبا اتصالا مباشرا ببعضهم البعض إلا أنهم يشتركون فيما يقرؤون، وفيما يحصلون عليه من معلومات وفي نواحي النشاط المشتركة"⁶.

¹ عبدالأمير الفيصل، مدخل في صحافة الإنترنت، المرجع السابق، ص 171.

² علي قسايسية، مدخل لإشكالية جمهور الواب، المجلة الجزائرية للاتصال، ع 18، جوان 2004، جامعة الجزائر، ص 159.

³ خضرة واضح، اتجاهات جمهور مستخدمي الإنترنت في الجزائر نحو الإعلانات الإلكترونية - دراسة ميدانية بنوادي الإنترنت في ولاية قسنطينة، ماجستير في علوم الإعلام والاتصال، كلية العلوم الاجتماعية والعلوم الإنسانية، 2009-2010، ص 7.

⁴ المرجع نفسه، ص 75.

⁵ وماس جون كلايتون، مشاركة الجمهور في اتخاذ القرارات العامة، الدار الدولية للاستثمارات الثقافية، مصر، ط1، 2006، ص 192.

⁶ أحمد زكي بدوي، معجم مصطلحات الإعلام - انجليزي، فرنسي، عربي، دار الكتاب المصري واللبناني، القاهرة، ط1، 1994، ص131.

جاء في المعجم الإعلامي: "الجمهور مفهوم اجتماعي يختلف بين مجتمع وآخر حسب طبيعة وظروف كل مجتمع، وهم مجموعة من الناس يجمعهم موطن معين و مصالح واحدة، وظروف بيئية واحدة، يمكن توجيههم والسيطرة عليهم و إسقاط المعلومات إليهم بهدف أن يكون سلوكهم بالاتجاه المرغوب فيه"¹.

وتعرفه سعاد جبر سعيد: "الجمهور هو المجموعة الكبيرة من الناس في كافة مجالات الحياة ومختلف الطبقات الاجتماعية، حيث تتضمن أفراداً يختلفون في مراكزهم ومهنتهم وثقافتهم و ثروتهم، والحشد ليس له تنظيم اجتماعي أو عادات وتقاليد وطقوس فهو تجمع لأفراد منفصلين ومتباعدين ومجهولي الهوية، لكنهم متآلفين من ناحية سلوكهم الجماهيري"².

والملاحظ على هذه التعاريف أنها اعتبرت الجمهور منقاداً وتسهل السيطرة عليه، وتوجيه سلوكه بالاتجاه الذي يرغب فيه الموجهون له، وهي نظرة سلبية جردت الجمهور من صفة الإرادة و المقدرة على الاختيار والانتقاء أثناء تعرضه للمعلومات³.

قد يتفاوت النظر إلى مفهوم الجمهور من قبل الباحثين في علوم الاتصال لأسباب عديدة، يأتي على رأسها السياق أو جملة المتغيرات التي يرتبط بها في أذهان الدارسين عند مناقشته، وعلى سبيل المثال قد ينظر لمفهوم الجمهور في سياق التعرض كمجموعات أو وحدات لرسائل الإعلامية، أي أن الجمهور هنا مجرد أرقام من المشاهدين لبرنامج أو المتابعين لتغطية صحفية أو تلفزيونية، حيث يورد دينز ماكوين D.Macquial عدة تصورات لمفهوم الجمهور: "الجمهور بوصفه عامة mass، والجمهور بوصفه جماعة اجتماعية عامة Social group، والجمهور بوصفه مقاربا لمفهوم السوق Market، وفي كل هذه الصور يأخذ الجمهور معنى خاصا يقتصر على السياق والمتغيرات، والمتغيرات التي يرتبط بها"⁴.

ونخلص إلى أن الجمهور جماعة تتميز عن غيرها بصفات خاصة، ويرتبط أفرادها بروابط معينة، وهذه الجماعة تقع في محيط المنشأة أو التنظيم أو المؤسسة الإعلامية، أو قد يكون هذا المحيط مدينة أو إقليماً أو العالم بأسره، تؤثر فيه وتتأثر به، أي أن هناك تفاعلاً متبادلاً بين الطرفين ومصصلحة مشتركة بين هؤلاء الناس.

ومصطلح (الجمهور) في المجال الاتصالي عنصر اساسي في عملية الاتصال، وهو يشير إلى المستقبلين أو المتلقين للنصوص الإعلامية وفق شروط ملائمة، كما يستعمل للدلالة على الجمهور كظاهرة سوسيلوجية ارتبط ظهورها

¹ محمد جمال الفار، المعجم الإعلامي، دار أسامة للنشر والتوزيع ودار المشرق الثقافي، عمان، الأردن، ط1، 2006، ص130.

² سعاد جبر سعيد، سيكولوجية الاتصال الجماهيري، عالم الكتب الحديث، عمان، ط1، 2008، ص21.

³ صونية قوراري، المرجع السابق، ص112.

⁴ عبد الله الطويرقي، صحافة المجتمع الجماهيري. مكتبة العبيكان، السعودية، ط1، 1997، ص95.

وتطورها بانتشار وسائل الإعلام في المجتمعات الحديثة، وما بعد الحديثة¹، أي أنه عدد من الأشخاص عادة ما يتعرضون لوسيلة إعلامية ما: سينما، جريدة، محطة إذاعية، قناة تلفزيونية، أو برنامج معين²، أي أنه استقر للدلالة على أعداد بمعنى: الناس الذين يستقبلون وسيلة أو رسالة اتصالية جماهيرية أم أعداد كبيرة ومتنوعة من الناس موزعة في أماكن متفرقة، ولا يمكن الاتصال بهم إلا عن طريق أنظمة الإنتاج والتوزيع الجماعية، التي تلقي بالرسائل الاتصالية المتماثلة في وقت واحد أو في أوقات زمنية متقاربة³.

ويمكن تقسيم جمهور الصحافة الإلكترونية حسب درجة كثافة القراءة إلى أربعة أقسام، ولكل نوع منهم تفضيل معين، وهم:

أ- كثيفو القراءة: وهؤلاء غالبا من الذكور، ويفضلون الأخبار الخفيفة والحادة على السواء، ويحرصون على قراءة صفحة الاستقبال، وأعمدة الكتاب، وبعض الموضوعات الداخلية.

ب- يقرؤون الصحف بشكل غير منتظم: وهؤلاء يفضلون قراءة الأخبار الخفيفة، والإعلانات، ولا يقرؤون الأعمدة الصحفية، ويفضلون الأخبار الفنية والرياضية، والأخبار الحية المصورة.

ج- يتصفحون موقع الصحيفة بشكل سريع: وهؤلاء يفضلون صفحات الهزليات والفضائح، إلى جانب الأخبار الخفيفة، والموضوعات المصورة، والموسيقى والرسوم المتحركة والأفلام.

د- متبلدون في علاقاتهم بالصحف، وغير متابعين لها: وهؤلاء لا يقرؤون سوى الهزليات ومواقع التسلية.

2- مراحل تكوين جمهور الصحافة الإلكترونية:

ومما سبق ذكره يمكننا التطرق باختصار إلى مراحل تكوين جمهور الصحافة الإلكترونية، وهذا حسب تصنيفين:

التصنيف الأول: يتعلق بمدى توفر الصحيفة الإلكترونية لأفراد المجتمع ويضم مرحلتين:

حيث يرى العديد من الدارسين للإعلام والباحثين فيه أن التطور الذي شهده العالم والذي أدى إلى تطور وسائل الإعلام الجماهيري أو الصحافة الجديدة، قد رافقه تطوراً ونمواً من حيث الجمهور المتلقي للرسالة الإلكترونية، حيث أن جمهور الصحافة الإلكترونية يمكن أن يُصنّف إلى صنفين أساسيين⁴، وهما كالآتي:

¹ علي قسايسية، المنطلقات النظرية والمنهجية لدراسات التلقي، دراسة نقدية تحليلية لأبحاث الجمهور في الجزائر 1995-2006، أطروحة دكتوراه دولة في علوم الإعلام والاتصال، كلية العلوم السياسية والإعلام، جامعة الجزائر، 2007، ص 48.

² Francis Balle, Dictionnaire des médias, la rousse, Bardas, Paris, 1998, p15.

³ جمال درير، الجمهور الرياضي والصحافة الإلكترونية، دراسة ميدانية حول استخدامات الطلبة الجامعيين للصحافة الرياضية الإلكترونية والإشباع المحققة من ذلك، طلبة جامعة الجزائر 3 نموذجاً، مجلة الحوار الثقافي، المجلد الثالث، العدد الثاني، 2014، ص 259.

⁴ كيف يتم تكوين جمهور الصحافة الإلكترونية؟ متاح على الرابط: <https://e3arabi.com/?p=641212>

1 - مرحلة الصفوة: Elite : ويشمل جمهور الصحافة الإلكترونية القطاعات الأكثر تعليماً وثراءً وهو صغير العدد نسبياً، حيث أن البدايات الأولى لهذه الوسيلة كان ينظر إليها على أنها وسيلة إعلام نخوية¹، ووسيلة لا يرتادها إلا أصحاب الثقافات المتعددة على حد سواء، كما وأنها لا تمثلها الطبقة المتوسطة من البيئة المجتمعية على حد سواء².

2- مرحلة الحشد : Mass : وفيها يتكون جمهور الصحافة الإلكترونية الفعلي من قطاعات المجتمع عامة بحيث أتاحت شبكة الانترنت إمكانات هائلة للحوار والمعرفة والتثقيف والتأطير لكل فئات المجتمع³. ومرحلة الحشد هذه هي المرحلة الأساس في تجميع جمهور لوسيلة أو صحيفة بشكل إلكتروني كبير وبحت، ويتكون فيها جمهور إلكتروني بشكل تام وفعلي على حد سواء، هذا ويتم حشده من القطاعات المختلفة في المجتمع كما ويبدو أن هذه المرحلة على عكس مرحلة الصفوة فإن الطبقة المتوسطة من المجتمع من المؤكد أن تمثلها، وهذا بشرط إذا رُبط المجتمع والأفراد فيه بالصحيفة الإلكترونية بشكل دوري ويومي⁴.

التصنيف الثاني: ويتعلق بعنصر التفاعلية :

1- مرحلة التفاعلية: Interactivity: بدأت مرحلة التفاعلية في الصحافة الإلكترونية بصورة مبسطة حيث كانت المنتديات والاستفتاءات والمجموعات البريدية وسجلات الزائرين، أكثر حرية في يد الجمهور الراغب في النقاش، ثم تطور الجمهور إلى الاشتراك في صنع محتوى الصحف عبر آلية الإشراف على المنتديات والاشتراك في القوائم البريدية، حيث تتيح لكل مستخدم القدرة على تبادل المحتوى مع غيره.

2- مرحلة ما بعد التفاعلية : Post interactivity: تعتبر المرحلة السابقة انطلاقة لمرحلة ما بعد التفاعلية التي بدأت تاريخياً عام 1995 مع ظهور المدونات، وانتشرت عام 2003، موازاة مع الحرب على العراق وما أحدثته من صدى إعلامي، حيث بدأت صحف الكترونية كثيرة في العالم في إدخال خدمات ما بعد التفاعلية في مواقعها وفق ما يعرف بتقنية 2,0 بهدف زيادة إشراك جمهورها في صنع محتواها، أو ما يطلق عليه اسم صحافة المواطن وهذا ما فعله موقع قناة الـ BBC الذي خصص برامج بالتعاون مع اليوتوب You tube تعتمد على مراسلات جمهور الموقع⁵، حيث تعتمد على تحاور جمهور الموقع مع الخبراء، لذلك ففي هذه المرحلة يمكن لكل

¹ كريمة بوفلاحة، الجمهور المتفاعل في الصحافة الإلكترونية، دراسة استكشافية لعينة من القراء المتفاعلين في الصحافة الإلكترونية الجزائرية، مذكرة ماجستير في علوم الإعلام والاتصال، كلية العلوم السياسية والإعلام، جامعة الجزائر، 2009، ص ص 78-79.

² كيف يتم تكوين جمهور الصحافة الإلكترونية؟ متاح على الرابط: <https://e3arabi.com/?p=641212>

³ كريمة بوفلاحة، المرجع السابق، ص 79.

⁴ كيف يتم تكوين جمهور الصحافة الإلكترونية؟ متاح على الرابط: <https://e3arabi.com/?p=641212>

⁵ كريمة بوفلاحة، المرجع السابق، ص ص 80 - 81.

فرد من أفراد الجمهور مرسلًا للمعلومات، في الوقت الذي يقوم فيه بتبادل وجهات النظر، وإقامة حوارات تفاعلية مع القراء والصحفيين والسياسيين والمثقفين ونخب المجتمع المختلفة كمرحلة تفاعلية، ويطلق عليه هنا اسم " المواطن الصحفي "، فنجد أنه ينشط أكثر فيما يسمى المدونات أو البلوغرز و الموسوعات المفتوحة مثل موسوعة الوكيبيديا و المواقع والمساحات الخاصة MY SPACE. الخ والتي تشكل نوعًا خاصًا من الصحف الإلكترونية، حسب تصنيف بعض الباحثين، وهذا ما يسميه البعض الابتكار الأفقي أو الصاعد Innovations Axendants أي ابتكارات المستخدمين الذين لا يكتفون باستهلاك المضامين واستخدام التطبيقات المتوفرة، ويسمونها أيضًا "أريك فون هيبيل" بـ "دمقراطية الابتكار".

هذه الأدوات الجديدة المسماة بخدمات ما بعد التفاعلية، تتمحور فيها المواقع إلى قواعد بيانات مستندة لخوادم ضخمة، مصحوبة بأدلة لتسيير استخدامها، وعبر هذه المساحة الحرة أصبح الجمهور يتحكم في العملية الإعلامية بما فيها تحديد الرسالة وصياغة محتواها، وتحديد المجتمع الذي يتم تداول الرسالة خلاله¹.

3- خصائص جمهور الصحف الإلكترونية:

بعد التطرق إلى مراحل تكوين جمهور الصحف الإلكترونية، سنحاول باختصار التكلم عن أهم خصائص جمهور صحافة الانترنت في ظل التطورات التكنولوجية الحديثة.

مما لا شك فيه أنه بظهور أي وسيلة إعلامية جديدة فذلك سيغير حتماً في علاقة الجمهور بالوسيلة وحتى في خصائصه، فجمهور الصحف المطبوعة مختلف عن جمهور الإذاعة وحتى التلفزيون، كما أن جمهور الانترنت له ما يميزه من عادات وخصائص، ومن هنا فحتى جمهور الصحف الإلكترونية مختلف عن جماهير وسائل أخرى²، ومن أهم خصائصه نذكر:

- **المجهولية:** فعناصر جمهور الصحف الإلكترونية غير معروفين بذواتهم لدى القائم بالاتصال، حيث أن التغيير الذي أحدثته الانترنت على وسائل الاتصال الرقمية، جعل من الجمهور غير معروف ويمتاز بخاصية التشتت، حيث بإمكان أي فرد في أي مكان من العالم الاطلاع على أي موقع خاص بدولة أخرى وبهيئة أخرى، فمثلما ألغت الانترنت الحدود الجغرافية والمكانية في عملية الاتصال، فالجمهور لم يعد محدوداً بالمكان، وبالرغم من توفر تقنيات لقياس هذا الجمهور إلا أنه يبقى مجهولاً في خصائصه وتركيبته، معروفاً بعدده³.

¹ صونية قرزاري، اتجاهات جمهور الطلبة نحو الصحافة الإلكترونية، المرجع السابق، ص 128.

² إلهام بوثلجي، الصحافة الإلكترونية في الجزائر واتجاهات القراء، المرجع السابق، ص 85-86.

³ كريمة بوفلاقة، المرجع السابق، ص 120-121.

- اختفاء الحدود بينه وبين المرسل: فقد ألغى الإعلام الإلكتروني كل الحواجز بين القائم بالاتصال ومستقبل الرسالة، لدرجة أصبح حتى الجمهور صانعا للرسالة الإعلامية، وأبرز مثال على ذلك "ظاهرة المواطن الصحفي"¹. حيث تعددت المصطلحات لوصف عملية تحول الجمهور من فعل التلقي إلى فعل التأليف عبر إنتاج خطابات ذات أشكال ومضامين متنوعة في الفضاء الإلكتروني الجديد، منها "المواطن الصحفي" و "إعلام النحن" و "إعلام الجماهير" و "الإعلام الاجتماعي"، و "إعلام المواطن"، لدرجة ساد الخوف من تهديد ذلك لمهنة الصحفي².

- الحرية الكاملة: يتمتع قارئ الصحافة الإلكترونية بالحرية المطلقة، مع تخطي الحدود الإقليمية والدولية، وحدود القانون والرقابة، على خلاف الصحافة الورقية التي تخضع لرقابة الناشر وفقا لسياسة وتوجهات الجريدة³. حيث عملت الانترنت على إضعاف بيروقراطية الدولة لصالح رجال السياسة وهيئات المجتمع المدني، من خلال القضاء على احتكار المعلومات، فظهور الإعلام الإلكتروني كان بداية عهد جديد لتحرر الإنسان من أجهزة التوجيه الإعلامي التي تسيطر على عقله، من خلال احتكار المعلومات، أو صبغها بصبغة خاصة تخدم الجهة المالكة، وهذا التحرر مزدوج، يشمل حرية الإرسال من خلال تحكم المرسل في رسالته الإعلامية، أين أصبح بإمكانه تقديمها دون وسيط أو تدخل الهيئات الإعلامية، كما يشمل هذا التحرر حرية الاستقبال. بحيث أن الجمهور أصبح بإمكانه قراءة ما يريد والحصول على المعلومات التي يريد وانتقائها بكيفية توافق ميولاته واهتماماته. حيث أنه ومع تكسير القيود والحواجز بظهور وسائل إعلام جديدة من ميزتها عدم الخضوع لاحتكار الدولة أو الممولين، تغيرت معادلة النظر للجمهور من منطلق سلمي، حيث خلقت الانترنت نموذجا جديدا للاتصال ذي اتجاهات متعددة، كرسته الصحافة الإلكترونية كواحدة من الأنواع الإعلامية الجديدة.

- إمكانية اتصال الجمهور مع بعضه: بحيث تتيح الخدمات التفاعلية المقدمة بمواقع الصحف الإلكترونية لأفراد الجمهور الاتصال فيما بينهم والتفاعل، وهذه الخاصية تقدم للجمهور عبر حلقات ومنتديات النقاش والقوائم البريدية، بحث أصبح بإمكان الفرد التعبير عن رأيه ومناقشته مع عدة أشخاص في نفس الوقت بفضل التقنيات المتاحة في الإعلام الإلكتروني⁴.

- واسع الحجم large size: وما يجعله كذلك هو استفادته من شبكة الانترنت كوسيلة عالمية تصل إلى كل الأماكن حول العالم، مما يزيد من شعبية الصحيفة حول العالم.

¹ المرجع نفسه، ص 127.

² إلهام بوثلجي، المرجع نفسه، ص ص 86.

³ كريمة بوفلاحة، المرجع السابق، ص 86.

⁴ كريمة بوفلاحة، المرجع السابق، ص 128.

- **التشتت:** تتواجد عناصر جمهور الصحافة في أوضاع وأماكن متباعدة، ومع الاستعمال المكثف لتكنولوجيات الاتصال الحديثة، وخاصة الانترنت، اكتسب جمهور الصحافة بعدا كونيا global ، جعله غير محدد في المكان، وأضفى عليه صفة التواجد الكلي في كل مكان و في نفس الزمن wbipuitons ، مع التشارك في التعرض لرسائل إعلامية عبر وسائط تكنولوجية حديثة.

- **عدم التجانس:** أفراد جمهور الصحافة الإلكترونية غير متجانسين و متميزين في احتياجاتهم واهتماماتهم ومصالحهم و إدراكهم، الأمر الذي يجعلهم يختلفون في سلوكهم الاتصالي و تفاعلهم مع المحتويات الإعلامية.

- **غياب التنظيم الاجتماعي:** نظرا لتباعد عناصر الجمهور، وعدم معرفة بعضهم البعض، فهم يفتقدون للقدرة على التوحد والتضامن، أو الدخول في تنظيمات اجتماعية بصفتهم كأفراد الجمهور.

- **جمهور شبابي:** إن جمهور الصحافة الإلكترونية كنوع من جمهور الانترنت هو في الغالب من فئة الشباب.

- **جمهور نخبوي:** إذ يتمتع بقدر من الوعي في مجال المعلوماتية، ومعرفة بأبجديات اللغة الإنجليزية (لغة النت)¹.

- **الشخصنة:** بإمكان القارئ في الصحافة الإلكترونية إيجاد نسخة مفضلة حسب احتياجاته على حدة، لأن بيئة عمل الصحافة الإلكترونية بما تحمله من مرونة واعتماد كثيف على التكنولوجيا المعلومات بإمكانها أن تجعل كل زائر للموقع الصحفي قادرا على أن يحدد لنفسه وبشكل شخصي الشكل الذي يريد أن يرى به الموقع، فيركز على أبواب ومواد بعينها، ويحجب أخرى ، ويتلقى بعض الخدمات التفاعلية، ويلغي أخرى، ويقوم بكل ذلك في أي وقت يرغب فيه، وبإمكانه أيضا تعديله وقت ما يشاء، و في كل الأحوال هو يتلقى ويستمتع ويشاهد ما يتوافق مع اختياراته الشخصية و ليس ما يقوم الموقع ببثه.

- **جمهور ذي سلطة:** يتمتع جمهور الصحافة الإلكترونية بحرية واسعة تمكنه من تصفح أكثر من موقع ، وبالتالي فهو قارئ في موضع القوة، حيث لم يعد ذلك القارئ الذي تفرض عليه الصحيفة الورقية انتظارها كل صباح ، أو يفرض عليه التلفزيون أو الإذاعة الاستماع إلى كل فقرات البث قبل أن يحين موعد برنامجه أو وصلته الإذاعية المفضلة، كما له القدرة على إعادة تبويب المواد الإعلامية، وإدراجها في فئات من ابتكاره².

وعليه نخلص إلى أن الصحافة الإلكترونية تقدم شكلا جديدا من الإعلام يقوم على إشراك الجمهور، وعدم التعامل مع المستخدم على أنه متلقي، فقد انتهى عهد التلقي السلبي بالنسبة لشبكة الانترنت، إلى حد أن هناك من يتحدث عن نهاية الجمهور، أي نهاية العلاقة العمودية التي يكون فيها الجمهور مجرد متلق سلبي، وفي هذا

¹ صونية قوراري، اتجاهات جمهور الطلبة نحو الصحافة الإلكترونية، المرجع السابق، ص ص 140-141.

² صونية قوراري، المرجع نفسه، ص 142.

السياق نذكر ما ذهب إليه الباحث الأمريكي: دان جيلمور عند الحديث عن إعلام النحن، وهو إعلام تساهم في إنتاجه المؤسسات الإعلامية الكلاسيكية، فضلا عن مستخدمي الشبكة، من خلال ظاهرة التدوين، وهناك من يتحدث عن إعلام الجماهير كمقابل وكبديل للإعلام الجماهيري.

ولقد أجريت العديد من الدراسات والبحوث العلمية التي سعت للتعرف على ما يمكن تسميته ثقافة قراءة مواقع الإنترنت، بما في ذلك بالطبع عادات الزبائن أثناء تصفحهم لمواقع الصحافة الإلكترونية، وقد خلصت هذه الدراسة المعروفة باسم: Usability Studies إلى نتائج هامة تقدم للمعنيين في المجال معلومات مهمة تساعد في التخطيط للكيفية المثلى التي يجب أن يقدم بها المحتوى للزبائن، ومن بين ذلك بالطبع طريقة واساليب الكتابة. ومن أشهر الدراسات التي أجريت بهدف التعرف على جمهور وقراء الإنترنت John Morkes and Jakob Nielsen، والتي بدأت في الولايات المتحدة الأمريكية منذ عام 1994، وتجري سنويا بشكل منتظم، وقد خلصت إلى مجموعة من النتائج، أبرزها:

- زوار مواقع الإنترنت نادرا ما يقرؤون الموضوعات المنشودة كلمة كلمة، وبدلا من ذلك يقرؤون عن طريق ما يعرف بالمسح، والتي يختارون عبرها جملا وكلمات معينة من القصة المنشورة (94 بالمائة يقرؤون بطريقة المسح، و16 بالمائة فقط يقرؤون كلمة بكلمة).
- الزائرون لا يجذبون الصفحات الطويلة، بل يفضلون أن يكون النص قصيرا ومباشرا.
- يكرهون الكتابة بلغة إنشائية، ويجذبون النفاذ إلى الحقائق مباشرة.
- يرغبون دائما في أن تكون آلية البحث في الموقع جيدة، حتى يتمكنوا من الوصول إلى مواد محددة بهدف الاستزادة.
- يملون الانتظار لحين ظهور نتائج البحث، ويعتبرون ذلك مضيعة للوقت.

المحاضرة الحادية عشر: نماذج من الصحافة الإلكترونية في البلدان العربية:

1- نشأة الصحافة الإلكترونية في البلدان العربية:

دخل العالم العربي مجال الإنترنت دون تأخر كثيرا عن العالم، وربما تكون الإنترنت أسرع وسيلة تنبأها العرب بعد تبني الغرب لها بفترة قصيرة، قياسا بانتشار وسائل الاتصال الأخرى من طباعة وإذاعة وتلفزيون¹، وبمجرد دخول الإنترنت إلى العالم العربي توسع الوجود العربي في الشبكة من جانب الأفراد والمؤسسات، فأنشأت الشركات والمؤسسات المالية والإعلامية مواقع لها تعبر عن اهتماماتها²، حيث أخذت المواقع العربية في الشبكة تنمو باستمرار في تقديم الثقافة العربية والإسلامية ابتداء بالقرآن الكريم بالمكتوب و المسموع والتفاسير المختلفة، والحديث النبوي الشريف، وتعليم اللغة العربية وآدابها، التي تقدمها جهات عربية وغير عربية، فضلا عن الوجود الاقتصادي من خلال مواقع المؤسسات المالية والشركات ومواقع البيع على الشبكة والتجارة الإلكترونية³.

ومواكبة للتطور والنقلة النوعية التي عرفتها الصحافة الإلكترونية على المستوى العالمي كان لزاما على الصحافة في الوطن العربي أن تشهد أو تسير هذا التطور، حيث تعتبر صحيفة الشرق الأوسط أول صحيفة عربية تنشر إلكترونيا عبر الأنترنت، وذلك بتاريخ 09 سبتمبر 1995 م، عن طريق نشر مجموعة من الصور المختلفة في ميادين متنوعة، ثم صحيفة "النهار" اللبنانية التي أصدرت طبعة إلكترونية يومية خاصة بالشبكة ابتداء من الفاتح جانفي 1996 م، ثم تلتها "الحياة" في الأول من شهر جوان 1996، و"السفير" في نهاية العام نفسه⁴، ثم وجريدة "الأيام" البحرينية في أواخر عام 1996 أيضا⁵، ومن الصحف العربية التي حرصت على إنشاء مواقع لها على الإنترنت جريدة الوطن الكويتية، والأيام البحرينية، والدستور والبيان والرأي الأردنية، وجريدة الحياة وأيضا جريدة الجزيرة في أبريل عام 1997، والقبس السعودية التي بدأت في وضع نسختها الإلكترونية في يوليو 1997، أما جريدة الشرق الأوسط فإنها في بدايتها لم تكن تتيح الاطلاع على نسختها الإلكترونية إلا باشتراك وهو الأمر الذي تغير الآن⁶.

¹ رضا عبد الواحد أمين، الإلكترونية، المرجع السابق، ص 116.

² - عباس مصطفى صادق، التطبيقات التقليدية والمستحدثة للصحافة العربية في الانترنت، مؤتمر صحافة الإنترنت في العالم العربي، الواقع والتحديات، جامعة الشارقة 22-32 نوفمبر 2005، كلية الاتصال، جامعة الشارقة، ص 8، متاح على الرابط:

http://site.iugaza.edu.ps/jdalou/files/2012/03/للصحافة-العربية-في-الانترنت.pdf لتطبيقات-التقليدية-والمستحدثة-للصحافة-العربية-في-الانترنت

³ صونية قوراري، المرجع السابق، ص 228.

⁴ السيد بخيت، الصحافة الإلكترونية العربية إلى أين؟. العربي للنشر و التوزيع، القاهرة، ط1، 2000، ص 121.

⁵ عبد الأمير الفيصل، الصحافة الإلكترونية في الوطن العربي، دار الشروق، عمان، ط، 2006، ص 206

⁶ طلال ناصر أحمد العزاوي، اتجاهات الشباب العربي نحو الصحافة الإلكترونية، طلبة الجامعات في بغداد- عمان - دمشق نموذجاً، رسالة ماجستير في الإعلام والاتصال الأكاديمية العربية المفتوحة في الدنمارك، 2011، ص 72.

وفي شهر فيفري سنة 1997 ظهرت الجمهورية كأول صحيفة مصرية على الإنترنت ثم تلتها الأهرام في أوت 1998م، وتلتها بعد ذلك صحيفة الأخبار في سنة 2000¹.

وتوالى ازدياد عدد الصحف العربية على شبكة الانترنت، حيث تم رصد أكثر من 350 صحيفة ومجلة ودورية عربية مع حلول سنة 2000، ثم تضاعف بعدها، حيث لم يعد بالإمكان إحصاء الصحف العربية المتواجدة على الانترنت حالياً لعدم توفر قاعدة بيانات دقيقة²، وهناك قليل من الصحف العربية التي وثقت مادتها على الأقراص الصلبة CD، ومنها جريدة الحياة التي تقدم محتوياتها على شكل نصوص قابلة للتعديل والتخزين من جديد بعد الاسترجاع، من دون أي تغيير للنصوص الأصلية المحفوظة على القرص المدمج، وقد بدأت عملية التوثيق منذ عام 1995 باسم أرشيف الحياة الإلكتروني، أما صحيفتا "السفير والنهار" اللبنايتين فهما توفران محتوياتهما على شكل صورة للحقبة السابقة، ونصوص قابلة للتعديل والتخزين للحقبة الحديثة، ولقد أعلنت الصحيفتان مبادرة توثيق محتوياتهما إلكترونياً خلال ندوة حول وسائل الإعلام متعددة الوسائط عقدت في بيروت 11 جويلية 1997³.

2- مراحل تطور الصحافة الإلكترونية في ابلدان العربية:

ويمكن تقسيم مراحل نشأة الصحافة الإلكترونية في العالم العربي إلى ثلاثة مراحل أساسية:

أولاً- مرحلة النشأة المبكرة (1995-1999):

شهدت الصحف الإلكترونية العالم العربي نمواً تدريجياً، فحتى نهاية التسعينات كان هناك نحو 60 صحيفة إلكترونية عربية تصدر بالعربية والإنجليزية والفرنسية، وبقيت الصحافة الإلكترونية العربية خلال هذه المرحلة مشابهة تماماً للنسخ الورقية، نتيجة ضعف رؤية القائمين عليها لهذا النمط من الصحافة، وطبيعة التحول التاريخي الذي يشهده العالم؛ حيث لم يتغير المضمون الذي يُنشر في النسخة الإلكترونية عن الأصل في الصحف الورقية، ولا طريقة التحرير أو سرعة نشر الأخبار والمواد الصحفية، حيث كانت المواقع الصحفية تحتاج إلى 24 ساعة ليتم تحديثها من جديد، كما هي الحال في طريقة الإخراج وعرض المحتوى فيما ذهبت بعض الصحف إلى عرض المحتوى على صيغة (PDF) أي صورة عن النسخة الأصلية⁴.

¹ منار فتحي محمد، تصميم مواقع الصحف الإلكترونية، دار عالم العربي، القاهرة، ط1، 2011، ص.53

² آمنة نبیح، المدونات العربية الإلكترونية المكتوبة بين التعبير الحر والصحافة البديلة، مذكرة ماجستير في علوم الإعلام والاتصال، كلية العلوم السياسية والإعلام، جامعة الجزائر، 2010 - 2011، 2007 - 2008، ص.96.

³ عبد الأمير الفيصل، المرجع السابق، ص 207.

⁴ باسم الطويسي، الصحافة الإلكترونية ففي العالم العربي سياقات النشأة وتحديات التطور، مركز الجزيرة للدراسات، متاح على الرابط:

ثانيًا - مرحلة الانتشار (2000-2010):

وتتميز هذه المرحلة في المجمل بثلاثة ظواهر بارزة شهدتها:

- بدايات ظهور مواقع إخبارية إلكترونية مستقلة عن الصحافة الورقية ولا علاقة مؤسسية تربط بينهما.
- ظهور البوابات الإلكترونية العامة التي قدمت خدمات إخبارية وتوثيقية عكست شكلاً من أشكال الصحافة الإلكترونية:

- ازدهار التدوين الصحفي الذي مارسه بالدرجة الأولى صحفيون محترفون بشكل مستقل¹.

في بدايات هذه المرحلة بقيت الصحافة الإلكترونية العربية تعتمد في بثها للمادة الصحفية على ثلاث تقنيات، هي: تقنية العرض كصورة (Image)، وتقنية النص (Text)، وتقنية (PDF).

هذه التقنيات وإن اختلفت فيما بينها على مستوى عرض المادة وتخزينها ودرجات توفير المرونة في استرجاع المعلومات، فهي تلتقي في كونها تكتفي بتوفر النشر الإلكتروني على الإنترنت².

تم رصد أكثر من 350 صحيفة ومجلة ودورية عربية سنة 2000 وتضاعف هذا العدد في السنين القليلة التالية، وقد بدأ تأثير المدونات العربية منذ العام 2005، وازداد مع بدء الحراك السياسي في المنطقة.

ولعب المدونون دورًا بارزًا وشاركوا بقوة في الدفع نحو التغيير وزيادة الوعي السياسي والاجتماعي، خاصة بين الشباب. حيث شكّل التدوين نوعاً من الصحافة البديلة التي أسست أطلقت مجال عام عربي جديد تدور فيه نقاشات جديدة، كانت مقدمات لتحويلات جوهرية في العقد التالي.

شكّل النصف الثاني من هذا العقد بعد (2010) بداية انتشار الصحافة والمواقع الإخبارية الإلكترونية، حيث أخذت الصحف الإلكترونية تبلور سياساتها التحريرية بوضوح أكثر، مع استمرار أنماط الكتابة التقليدية وتواضع في مهارات الكتابة للإنترنت أي الإرهاصات الأولى للمهنية والاحتراف، ولكنها لم تنضج بشكل واضح، وبقي العدد الأكبر من الصحف الإلكترونية مجرد مبادرات فردية.

لقد تزامنت هذه المرحلة مع ظهور الجيل الثاني من شبكة الإنترنت، الذي وفر المزيد من الأدوات للتفاعلية من خلال الصحافة الإلكترونية، إلى جانب ظهور مواقع التواصل الاجتماعي التي سوف تغير من سلوك المستخدمين وطرق التعامل والتفاعل مع المصادر الإخبارية؛ الأمر الذي زاد من جاذبية الصحافة الإلكترونية أحياناً، ودخولها

¹ باسم الطويسي، المرجع نفسه، الرابط نفسه.

² سعد ولد جاب الله، الهوية الثقافية العربية من خلال الصحف الإلكترونية، دراسة وصفية لعينة من الصحف الإلكترونية، رسالة ماجستير في علوم الإعلام والاتصال، كلية العلوم السياسية والإعلام، جامعة الجزائر، 2005-2006، ص 89.

في تحديات جديدة في أحيانٍ أخرى، وعلى كل الأحوال شهدت هذه المرحلة المزيد من حضور الصحافة الإلكترونية في العالم العربي واشتباكها مع قضايا الرأي العام.

ثالثاً- مرحلة التأثير والتنافس (2011- الوقت الحاضر) :

شهدت السنوات الأخيرة، عشية ثورات الربيع العربي، زرع بذور مرحلة جديدة في تطور الصحافة الإلكترونية العربية جاءت نتائجها في انبثاق دور أكبر وحضور أوسع للصحافة الإلكترونية في الحياة العامة ومساهمة كبيرة في بداية تشكُّل مجال عام جديد في العالم العربي مع الثورات والتحويلات العربية في عام 2011، وتُرصد أبرز مظاهر التحويلات التي شهدتها هذه المرحلة بما يلي:

أ. التوسع الكمي الكبير في الصحف الإلكترونية: فقد اكتمل وجود نسخة إلكترونية لمعظم الصحف اليومية والأسبوعية وبات يندر وجود وسيلة إعلامية بدون وجود موقع إلكتروني يقدم خدمات إخبارية أو خدمات رقمية توفر المحتوى الذي تقدمه الوسيلة الإعلامية.

ب. التطور المهني : شهدت الصحافة الإلكترونية العربية ظهور صحف جديدة أكثر مهنية وأكثر قرباً للمعايير الجديدة للاحتراف الصحفي الرقمي، ولديه قدرة على الاستفادة من الأدوات الرقمية الجديدة في عرض المحتوى وفي الوصول إلى الجمهور، وفي التعامل المهني مع المحتوى الذي ينتجه الجمهور، مع استمرار الضعف المهني طابعاً عاماً.

ج. ازدياد حصة الصحافة الإلكترونية من السوق الإعلانية: قبل عام 2010، لم تكن السوق الإعلانية تهتم للصحافة الإلكترونية، مع استمرار تدني هذه الحصة بالمقارنة مع وسائل الإعلام التقليدية من جهة، ومع منصات الإعلام الرقمي الأخرى من جهة ثانية، وتحديداً في ضوء ما باتت تستقطبه شبكات التواصل الاجتماعي من حصة الإعلان.

د. على الرغم من المكتسبات التي حققها التنظيم الرسمي للإعلام في العالم العربي: فقد قادت التحويلات العربية التي شهدت سنوات هذه المرحلة السابقة إلى زيادة حضور الصحافة الإلكترونية في المشهد الإعلامي العربي وزاد الاعتماد عليها كمصدر رئيس للأخبار، وقد بدا ذلك واضحاً في الأحداث، هذه البيئة وفرت لأول مرة فرصاً لتشكُّل الأنوية الأولى لظهور صحف إلكترونية منافسة على المستوى الوطني لوسائل الإعلام التقليدية، ما يعني أن الصحافة الإلكترونية باتت معروفة لجمهور القراء وفئة الشباب خاصة ومصدراً رئيساً للأخبار، ولديها القدرة على استقطاب هذه الشريحة من الجمهور¹.

¹ باسم الطويسي، المرجع نفسه، الرابط نفسه.

لقد عرفت الصحافة الإلكترونية العربية تطوراً مذهلاً من عناصر التفاعلية والروابط الموجودة عبر مواقعها، كما أنها تطورت من حيث الإخراج و التصميم الفني، وبالرغم من تنامي أعداد الصحف العربية على شبكة الإنترنت ورغم الحضور الواضح لهذه المطبوعات الإلكترونية إلا أنه حضور لا يتماثل مع النمو الهائل للمطبوعات الإلكترونية عالمياً، خاصة فيما يتعلق بتناسب هذه الأرقام مع أعداد الصحف العربية وعدد الدول والسكان في الوطن العربي، حيث تواضع نسبة مستخدمي الإنترنت العرب قياساً إلى العدد الإجمالي للسكان في الوطن العربي، ويضاف إلى محدودية الصحف الإلكترونية العربية محدودية الاستخدام الأمثل لإمكانيات النشر الإلكتروني الذي توفره شبكة الإنترنت¹، فيذكر الأكاديمي نصر الدين ليعاضي أن تصفح مواقع الصحف الإلكترونية العربية يكشف عن اختلافها وتفاوت تطورها، ويعود السبب في ذلك إلى جملة من العوامل، منها: تباين الإمكانيات المادية، ودرجة مقاومة أو تبني قاعات تحرير هذه الصحف للمبتكرات التكنولوجية، وهامش الحرية المتوفر في المجتمع، والتقاليد الثقافية والاتصالية والصحفية في المجتمع، حيث نلاحظ أن بعض الصحف لا تعمل على تحسين محتوياتها، بل تكتفي بإعادة نشر نسختها الورقية في شبكة الإنترنت، بينما استطاع بعضها أن يخطو خطواته الأولى في طريق التحرر من مرجعية الصحافة المكتوبة من خلال استخدام شرائط الفيديو، والملفات الصوتية، وفتح المجال لتفاعل جمهوره/مستخدميه ضمن أفق إشراكهم في إنتاج المادة الصحفية وتوزيعها².

وتواجه الصحافة الإلكترونية العربية عدة تحديات تعوق تميزها و منافستها لمثيلاتها الأجنبية و أهم هذه التحديات³:

- ضعف عائدات السوق " القراء و المعلنين "
- عدم وجود صحفيين و تقنيين مؤهلين لإدارة و تحرير الطباعات الإلكترونية.
- المنافسة الشرسة من مصادر الأخبار و المعلومات العربية و الدولية و الأجنبية التي أصدرت طباعات إلكترونية منافسة باللغة العربية
- عدم وضوح مستقبل النشر عبر الإنترنت في ظل عدم وجود قاعدة جماهيرية واسعة.

¹ رضا عبد الواحد أمين ، المرجع السابق، 116-117.

² نصر الدين ليعاضي، الصحافة الإلكترونية العربية و المجال العام: فضاءات مشتركة للاستقطاب و المشهديات، مركز الجزيرة للدراسات، 7 فيفري 2018، ص12، متاح على الرابط:

https://studies.aljazeera.net/sites/default/files/articles/mediastudies/documents/e78fb845bec24485976f92a6bb74f5fa_100.pdf

³ زيد منير سلمان، الصحافة الإلكترونية، دار أسامة للنشر والتوزيع، ط1، عمان، 2009، ص27.

إلا أن أهمية الصحف الإلكترونية العربية عبر الإنترنت تبقى أساسية رغم المعوقات لاكتساب الخبرة وتحجيم المنافسة الخارجية وتفعيل خاصية التفاعل مع القراء التي تعتبر أهم مميزات خدمات شبكة الانترنت.

المحاضرة الثانية عشر: نماذج من الصحافة الإلكترونية في الجزائر:

1- ظهور الصحافة الإلكترونية في الجزائر:

عرفت الجزائر الانترنت سنة 1993م عن طريق مركز البحث في الإعلام العلمي والتقني CERIST ، وذلك في إطار التعاون مع اليونسكو، بهدف إقامة الشبكة الإفريقية "RINAF" للمعلومات، إلا أن طاقة الخط التي تم بها ربط الجزائر عبر إيطاليا كانت بطيئة (96 كيلوبايت /ثانية)¹ ، بعد ذلك بسنة تم السماح للباحثين العلميين بالاستعمال المجاني للشبكة، ليتم فتح أول مصلحة للاشتراك يستفيد منها المستعملون سنة 1995م، وهذا في حدود الطاقة المخولة لهذا الارتباط المتخصص، مما جعل الاشتراك مفتوحا فقط أمام الأشخاص الذين يمتلكون سجلا تجاريا².

ورغم أن الجزائر كانت متأخرة نوعا ما في مجال الصحافة الإلكترونية مقارنة بالدول العربية والأوروبية، إلا أن تجربة الصحافة المكتوبة مع الانترنت لأول مرة كانت مع نهاية سنة 1997 ، حيث كانت جريدة الوطن باللغة الفرنسية السبابة إلى اعتناق النشر الإلكتروني، وإنشاء أول موقع لها على الواب، وهذا بعد إلغاء الاحتكار على مركز البحث العلمي والتقني أمام المزودين الخواص للانترنت، حيث يتطلب الحصول على موقع بشبكة الانترنت من مسؤول أي جريدة سجلا تجاريا لكل هيئة ذات طابع تجاري ووجود مقر مركزي أو مكتب تنسيق بالجزائر مع دفع اشتراك مالي كل سنة³ ، وكان استغلالها مقتصر على عمليات البحث والاطلاع على العالم الخارجي، كما أن وعي الجريدة بأهمية ودور الإنترنت كحلقة وصل بين عالم الصحافة و باقي العوالم جعل إدارة الجريدة تتصل مباشرة بمركز البحث التقني و العلمي لتواكب من خلاله باقي التطورات في مجال

¹ باديس لونيس، جمهور الطلبة الجزائريين والانترنت، مذكرة ماجستير، قسم علوم الإعلام والاتصال، كلية العلوم الانسانية، جامعة قسنطينة، 2008، ص 6.

² فاطمة تيميزار، إسهامات الانترنت في تطوير الصحافة المكتوبة في الجزائر، دراسة وصفية استطلاعية على عينة من الصحفيين، مذكرة الماجستير في علوم الإعلام والاتصال كلية العلوم السياسية والغلام، جامعة الجزائر، 2007 - 2008، ص 57.

³ يمينة بلعالي، الصحافة الإلكترونية في الجزائر بين تحدي الواقع والتطلع نحو المستقبل، رسالة الماجستير في علوم الإعلام والاتصال كلية العلوم السياسية والغلام، جامعة الجزائر، 2006، ص 148..

الميجابايت، و أنشأت بعد ذلك موقعا خاصا بها على الإنترنت ، لتصبح أول جريدة جزائرية يومية تقدم طبعة إلكترونية أمام الطبعة الورقية، بالمضمون نفسه والأفكار نفسها، ماعدا أخبار وكالات الأنباء.

لقد كان منذ البداية سعي إدارة الجريدة لمواكبة التطور التكنولوجي الهائل وذلك حرصا منهم على:

- مواكبة ومحكاة التجربة الفرنسية التي كانت تبحث لنفسها عن مواقع لها عبر شبكة الانترنت لتحقيق مكانة أكبر، ورواج أحسن لجريدتها المطبوعة، و الوصول إلى أكبر فئة ممكنة لجمهور القراء بتحقيق أحسن توزيع، التوزيع الذي يتخطى الحدود والزمن ويتميز بالآنية و التجديد المستمر.

- النظرة التكنولوجية الحديثة و الرغبة في أحداث التزاوج بين الوسائل العلام وبينها، جعل منها مطمح وطلب لكل بل ولجميع الوسائل الإعلامية، إلا انه لم تكن في البداية الخدمة المتوفرة سواء كخدمة نصية، ويشترط مركز البحث أن يتولى هو بنفسه عملية الأعداد بصفة يومية وعلى احد المكلفين من جريدة الذهاب بالمحتوى المرجو عرضه بصفة يومية ، لذلك خلق هذا الأمر صعوبة الالتزام بالمواعيد نظرا لتأخر عملية انهاء العمل المكتوب، بالإضافة إلى أن نظام الغرافيك لم تعرفه الجزائر حتى سنة 1995 .

قامت جريدة الوطن منذ 30 نوفمبر 1997 بإنشاء موقع على الانترنت لتصبح بذلك أول جريدة جزائرية يومية تقدم طبعة إلكترونية أمام الطبعة الورقية بالمضمون نفسه والأفكار نفسها ما عاد أخبار وكالات الأنباء. وبعد مرور ثلاثة سنوات من إنحاز الموقع، استطاعت الجريدة أن تنجح في تقديم الأخبار بطريقة يومية، بالتركيبتين *PDF & HTML* ومصلحة الأرشيف، وبذلك تقدم الوطن خدمة للقارئ لتحصيل المعلومة ، والبحث عن كل الأخبار والقضايا من خلال استرجاعها في الحين¹، كما تم تحديث الموقع معتمدين على تحويله وتعديله من موقع ساكن كخدمة نصية إلى موقع متحرك ، في سنة 2004 ما يعني تقنيا أصبح يقع نقل ليس فقط الجداول بل الصور المتحركة ، الألوان التي تتغير ، مما يعني أن الموقع شاشة يتلف زيونيه ، أما إعلاميا فأصبحت الجريدة تتمتع بخاصية التفاعلية والتواصل عبر للبريد الإلكتروني ، عبر الإبحار في الأرشيف لتوفر أيقونة " البحث " ².

بعد تجربة الوطن الناجحة تلتها جريدة ليبارتي "liberté" باللغة الفرنسية أيضا، فجريدة اليوم باللغة العربية في فيفري 1998، وتلتها جريدة " الخبر " باللغة العربية، وهي أكبر جريدة من حيث التوزيع في الجزائر في ذلك الوقت ².

¹ محمد شطاح، قضايا الإعلام في زمن العولمة بين التكنولوجيا و الايدلوجيا. دار الهدى، الجزائر ، 2006، ص ص 125 - 127.

² يمينة بلعالي، المرجع السابق، ص 154.

وابتداء من عام 2000 إلى غاية 2010 تعددت الجرائد الإلكترونية الجزائرية على شبكة الانترنت وفي مختلف التخصصات والميادين وتطورت مواقعها وأصبحت في متناول العديد من الفئات في المجتمع وأصبحت أغلبية الصحف الصادرة بالجزائر سواء باللغة العربية أو باللغة الفرنسية تمتلك موقع إلكتروني عبر النت ، بالإضافة إلى الروابط التفاعلية الموجودة من اجل التعليق و المشاركة في المنتديات ومن بين الصحف الموجودة حاليا عبر شبكة الانترنت نجد الخبر، الخبر الأسبوعي، آخر ساعة، الشروق اليومي، النهار الجديد، جزائر نيوز، الشعب، البلاد، الفجر، النصر، حوادث الأخبار، صوت الأحرار، اليوم، الأصيل، المساء، الهدف، الشباك..... وغيرها من الجرائد الناطقة باللغة العربية.

ومن الجرائد الإلكترونية الناطقة باللغة الفرنسية في الجزائر :

El moudjahid - elwatan - horizon - infosoir - l'authentique - lèchad oran -
- l'expression - la dépêche de Kabylie - la vonnelle république - la
Tribune - - le jeune indépendant - le quotidien d'oran - Le soir d'algerien .

أما فيما يخص الصحف الإلكترونية التي لا تملك نظيرا لها في النسخة المطبوعة، فكانت أول تجربة في الجزائر لجريدة INTERFACE ALGERIA ، والتي أسسها أحد الإعلاميين الجزائريين " نور الدين خلاصي " صحفي سابق في جريدة la nation وهي في الأصل كانت عبارة عن خطة اصدار جريدة مستقلة في عام ، 1996م ، وكانت انطلاقة المشروع جريدة عامة ، تتناول كل القضايا السياسية منها والاقتصادية، وحتى الاجتماعية، وتحت إشراف ودعم من دبلوماسي سويدي يدعى جوفان GUUFEN الذي دعم المشروع على أساس أنه اشتغل كصحفي وزار الجزائر، ويعرف أجواء العمل بها، وهذا بعد أن تم إيداع ملف الطلب إلى الوكالة السويدية للمساعدة والنمو¹ sida ، تخلي لاحقا عن الفكرة بسبب ظروف مالية تنجم عن عملي الطبع والتوزيع، وتحول المشروع إلى التفكير في إنشاء جريدة على شبكة الإنترنت، اختارت الجريدة اللغتين الفرنسية والانجليزية في مجال النشر الإلكتروني ، ويرى " جوفان " و هو سويدي أنه " لولا الانترنت لما تمكنا من الصدور أبدا² ، ولأن الجريدة تتطلب الوصول إلى جماهير القراء، فقد كان الأمر صعبا في الوصول إليهم، خاصة وأن استعمال الإنترنت في ذلك الوقت لم يكن بالشيء الهين ولا السهل، قامت الوكالة بمنح المال لإدارة الجريدة بدعم من المركز الدولي للتعاون، وبدأ فريق العمل انطلاقا من باريس³ ، وانطلق جريدة " الجيري انترفاس " في العمل في نوفمبر ، 1999 ، وكان شعارها نقل الأخبار بشكل موضوعي والمحافظة على المبادئ الأساسية لحرية

¹ يمينة بلعالي، المرجع السابق، ص 154.

² محمد شطاح، المرجع لسابق، ص 127.

³ يمينة بلعالي، المرجع السابق، ص 154.

التعبير وحرية الصحافة والدفاع عن حقوق الإنسان وتعزيز القيم الديمقراطية ، وتحولت الجريدة من الصدور من أسبوعين إلى مرة واحدة كل أسبوع.

وبعدها جريدة Le Souk وهي جريدة خاصة بطلبة الطب، متخصصة في موااساة الأطفال المصابين، ثم جريدة watch.com-Algeria سنة 1998، بالإضافة إلى جريدة nouvelle du bled وجريدة La nation. ، وغيرها من الجرائد¹.

و الجدول الآتي يوضح تتابع إنشاء المواقع الالكترونية لأهم الصحف في الجزائر²:

الترتيب الدولي 2016/06/15	الترتيب الوطني 2016/06/15	الترتيب الوطني 2016/01/08	تاريخ الإنشاء	الموقع	الصحيفة
31647	222	75	نوفمبر 1997	www. Elwatan.com	El watan
44837	310	116	جانفي 1998	www. Liberté alger.com	liberté
6898	28	25	أفريل 1998	www.elkhabar.com	الخبر
458647	3221	2527	جوان 1998	www.el.chaab.com	الشعب
173662	1247	286	جويلية 1998	www.Elmoudjahid.com	.Elmoudjahid
6081	25	16	جويلية 2016	www.le.matindz.com	الشروق اليومي
44837	364	120	نوفمبر 1998	www.le soir.com	Le soir d"algerie
127925	838	826	جانفي 2009	www.annasronline.com	النصر
59804	378	252	أكتوبر 2000	www.al-fadjr.com	الفجر
131792	837	879	جوان 2000	www.el-massa.com	المساء
330159	2710	2391		www.eldjournhouria.dz	الجمهورية
162291	1466	902		www.akhbareyoum.dz	أخبار اليوم
2507681	12246	3411	جانفي 2014	www. Elyoum-dz..com	اليوم
2267887	42	19	أكتوبر 2007	www.nnaharonline.com	النهار

الشكل رقم 2: يوضح تتابع إنشاء المواقع الالكترونية لأهم الصحف في الجزائر

إنه ومنذ منتصف التسعينات خاضت الصحافة الالكترونية في الجزائر تجربة حررتها و لو جزئيا من الضغوط السياسية بالنسبة لحرية التعبير من جهة، ومن الضغوط الاقتصادية بالنسبة لمجالي الطباعة و التوزيع من جهة ، ومن جهة أخرى، وباستخدام تقنية النص المحمول "PDF" وتقنية النص الفائق "HTML" فقد تطورت تدريجيا

¹ رابع عمار، الصحافة الإلكترونية وتحديات الفضاء الإلكتروني، المرجع السابق، ص ص 317-318.

² محمد شطاح ، المرجع السابق، ص 128.

الصحف الورقية في طبعها الإلكترونية. في المقابل فإن تجربة الصحافة الإلكترونية في الجزائر تبقى محتشمة نظرا لغياب الأطر القانونية الفعالة التي تؤطر لصحافة الكترونية بأتم معنى الكلمة، باستثناء قانون الإعلام الجديد المنشور في الجريدة الرسمية بتاريخ 15 جانفي 2012 ، والذي خصص الباب الخامس منه لوسائل الإعلام الإلكترونية ليحدد في مواده الست مفهوما وبعض حيثيات نشاطها فقط¹.

2- أنواع و نماذج الصحافة الإلكترونية في الجزائر:

ظهر نوعان من الصحافة الإلكترونية في الجزائر تتمثل في :

1- الصحافة الإلكترونية المكتملة للنسخة الورقية: أول الصحف الجزائرية التي دخلت تجربة النشر الإلكتروني هي جريدة "الوطن" الناطقة بالفرنسية ابتداء من نوفمبر 1997، إلا أن عملية النشر الإلكتروني للصحف الورقية لم يدفع القائمين عليها إلى التغيير أو مجازاة التكنولوجيا، وتفعيل خصائص الإنترنت لتطوير الصحيفة فقد كانت بدايتها عبارة عن نسخ كربونية، وبعد فترة تطورت لتصبح ديناميكية لتستفيد فيما بعد من تقنية "Multimedia".

نماذج من الصحف الإلكترونية الجزائرية المكتملة للورقية :

أ- تجربة الوطن El Watan : نجحت "الوطن" في تقديم الأخبار بطريقة يومية بالتركيبتين HTML و PDF للأرشيف، تم تحديث موقع جريدة الوطن حيث تم سنة 2004 تحويله وتعديله من موقع ساكن Statique كخدمة نصية الى موقع متحرك Dynamique ما يعني تقنيا نقل المواد بالصور المتحركة والألوان التي تتغير، وكأن الموقع شاشة تلفزيون².

ب- تجربة الشروق أون لاين : تم إنشاء الموقع مع البدايات الأولى لصدور النسخة الورقية سنة 2000م ، حيث كان مجرد موقع بسيط يكتفي بنشر بعض المقالات المنشورة بالطبعة الورقية، وتم تغيير شكله في 2005م ، مستفيدا من تقنيات البرمجة الجديدة، كما تم اعتماد خدمة التعاليق لأول مرة ، أما الانطلاقة الحقيقية لموقع "الشروق أون لاين" كانت سنة 2007م معتمدا على المواضيع التي تبثها النسخة الورقية مع فرق في التصميم الذي أصبح أكثر فاعلية بعد مرور عام على نشأته، قامت المؤسسة بتحويله إلى صحيفة إلكترونية مستقلة نوعا

¹ يمينة بلعالي، المرجع السابق، ص ص 144-150

² -المرجع نفسه، ص150.

ما مستعينة بأحدث التقنيات وطاقم تحرير خاص بها منذ جانفي 2008 حتى إنه أصبح يحتل المراتب الأولى في الجزائر¹.

يعد موقع صحيفة الشروق في شبكة الإنترنت -الشروق أون لاين- أكثر تطورا من بقية مواقع الصحف الأخرى، إذ احتل المرتبة 13 في قائمة المواقع الإلكترونية الجزائرية، كما نال المرتبة 2216 في الترتيب العالمي لمواقع الصحف على شبكة الإنترنت في شهر أكتوبر 2014، وباتت تقترب من المواقع الإخبارية الكبرى، وذات شعبية واسعة في المنطقة العربية، مثل موقع الجزيرة التي احتلت المرتبة 1967 عالميا².

ج- موقع جريدة الخبر: www.elkhabar.com تعتبر جريدة الخبر من أوائل الصحف التي حجرت لنفسها موقعا في المشهد الإعلامي الإلكتروني، وكان تواجدها ابتداء من 13 أبريل 1998، بتعاون مه مؤسسة جيكوس لتطوير وإبواء المواقع، احتلت المرتبة 25 في قائمة ترتيب المواقع الإلكترونية الجزائرية في جانفي 2016، واحتلت المرتبة 6898 دوليا في قائمة المواقع الإلكترونية، محافظة بذلك على رتبتها الثانية في ترتيب مواقع الصحف الجزائرية بعد الموقع الإلكتروني لصحيفة الشروق³، إلا أنها لازالت متأخرة بالنظر لمكانتها وسط قرائها لأنها أكبر جريدة تسحب ورقيا، فتطورها بطيء⁴.

2- الصحافة الإلكترونية الخالصة في الجزائر: أي تصدر ابتداء على الشبكة، وليس لها مقابل ورقي، لم تتمكن من الانتشار الجماهيري لحد الآن في الجزائر، ويرجع ذلك إلى غياب الإطار القانوني المنظم لها حتى مطلع 2012 تاريخ صدور قانون الإعلام الجديد، الذي خصص الباب الخامس منه لوسائل الإعلام الإلكترونية ليحدد في مواده الست مفهومها وبعض حيثيات نشاطها⁵.

من بين الصحف الإلكترونية المحضة في الجزائر نجد التي صدرت interface-algeria / watch-algeria 1999/1998 صدرت نماذج من الصحف الإلكترونية الجزائرية الخالصة⁶:

نماذج من الصحف الإلكترونية الخالصة في الجزائر:

أ- INTERFACE ALGERIA وتمت الإشارة إليها سابقا.

¹ رابح عمار، الصحافة الإلكترونية وتحديات الفضاء الإلكتروني دراسة ميدانية للصحافة الإلكترونية الجزائرية، أطروحة دكتوراه علوم في علوم الإعلام والاتصال، قسم علوم الإعلام والاتصال، جامعة أحمد بن بلة، وهران، 2016 - 2017، ص ص 314-316.

² نصر الدين لعياضي، الصحافة الجزائرية في بيئة الواب وإرهاصات التغيير، متاح على الرابط: <https://www.asjp.cerist.dz/en/downArticle/259/3/6/71635>

³ رابح عمار، الصحافة الإلكترونية وتحديات الفضاء الإلكتروني المرجع السابق، ص 316.

⁴ منال قندواح، مذكرة ماجستير في علوم الإعلام والاتصال، كلية العلوم الإنسانية والعلوم الاجتماعية، جامعة منتوري، قسنطينة، 2007-2008، ص 155.

⁵ -الهام بوتلجي، المرجع السابق، ص ص 56.

⁶ -فضيل دليو، المرجع السابق، ص 205.

ب- صحيفة **Alegria Watch** : تديره جمعية للدفاع عن حقوق الانسان في الجزائر أنشأت في ألمانيا عام 1997م ثم أصبح له فرع في فرنسا منذ يناير 2002 من أهم إنجازاته:

- تنشيط الموقع بالفرنسية والالمانية منذ 1998 و بالإنجليزية منذ افريل 2006 .
- يعتبر أحسن المواقع توثيقا حول العالم في الجزائر، وخاصة المتعلق منه بحقوق الإنسان .

أما في الوقت الراهن فإن جل الصحف الوطنية الناطقة بالعربية منها أو الفرنسية نكلك موقعا على شبكة الإنترنت تحاطب من خلاله قراءها، غير أن المواقع لم تبلغ بعد مستوى متقدما من التطور، وأن جل الطبقات الإلكترونية للصحف الجزائرية لم تستثمر في الإمكانيات الهائلة المتاحة عبر الواب، ولم تتجاوز سياسة الحد الأدنى، وبقيت رهينة التواجد على الإنترنت بعيدة كل البعد عن مستوى الصحف الغربية، أو حتى بعض التجارب الرائدة في الجزائر، كتجربتي الشروق والخبر، وفي هذا الصدد يقول الأكاديمي نصرالدين لعياضي: " لكن جل الطبقات الإلكترونية للصحف الجزائرية لم تبلغ هذا المستوى (في إشارة لمستوى جريدة الشروق أون لاين) رغم المحاولة التي قامت بها صحيفة **Liberté** الصادرة باللغة الفرنسية، والتي أنشأت هيئة تحرير خاصة بموقعها، والتي تسهر على تحديثه حسب ما تمليه طبيعة الأحداث، وإدخال الصورة المتحركة والفيديو في نقل الأخبار والأحداث، وما يلاحظ أن صحافة القطاع العام أو الحكومية لم تجار إيقاع التحول الرقمي، الذي اختارته مواقع الصحف الخاصة¹ ."

3- الصعوبات التي تواجه الصحافة الإلكترونية الجزائرية:

الصحافة الإلكترونية الجزائرية لم ترق بعد الى مواكبة الصحف الإلكترونية العالمية و حتى العربية و ذلك لأنها تقبع في مكانها نظرا لمحاصرتها من عدة جهات تحاول ان تخنق حرية التعبير سواء قانونيا او اجتماعيا او اقتصاديا وغيرها من العوامل التي اثرت عصرنتها و تقدمها .

فمن بين الصعوبات نجد:

- غياب الاطار القانوني الواضح لأن قانون الإعلام لسنة 2012 لم يعطها حقها من الاهتمام والوضوح ومن مشكلتي التمويل، والاعتراف المهني خاصة.
- تعرض المواقع الإلكترونية الموجودة على الساحة الاعلامية الجزائرية سواء كانت رسمية أو عادية للقرصنة في ظل
- غياب تأطير قانوني يحمي الناشر على الإنترنت كما حدث لموقع [algerie'toutsurl.Com](http://algerie.toutsurl.com) الذي تعرض للقرصنة سنة 2008.

¹ نصر الدين لعياضي، الصحافة الجزائرية في بيئة الواب وإرهاصات التغيير، متاح على الرابط: <https://www.asjp.cerist.dz/en/downArticle/259/3/6/71635>

- قلة المضامين الإلكترونية في ظل ضعف التكوين المعلوماتي.
- غياب الثقافة الإعلامية لدى الفرد الجزائري بسبب حداثة التجربة الإعلامية ككل في الجزائر.
- عدم توافر دخل من وراء موقع الصحافة الإلكترونية و عدم اقتناع عدد كبير من الشركات بالإعلان في المواقع الإلكترونية فهناك حالة عدم الثقة بين المعلن و الانترنت مما يشكل تحديا كبيرا و مشكلة امام تمويل الصحف الإلكترونية .
- غياب التخطيط وعدم وضوح الرؤية المتعلقة بالمستقبل هذا النوع من الاعلام حيث ان القائمين على الصحافة الإلكترونية يهتمون هذا الجانب مقارنة بالصحافة الورقية الذي يعتمد بدرجة كبيرة على التخطيط الاعلامي لنجاح اي مؤسسة اعلامية فالجزائر لم ترق بعد الى مستوى الاهتمام بهذا النوع من الاعلام الذي له تأثير على الراي العام لذلك فغياب الوعي لدى المسؤولين لأهمية الصحافة الإلكترونية ادى الى عدم التخطيط لإنجاز صحافة الكترونية على اكمل وجه.
- قلة المضامين الإلكترونية في ظل غياب ضعف التكوين المعلوماتي، فالصحافة الإلكترونية توجب على من يعمل فيها لن يكون ملما بتقنيات الحاسوب من جهة و يجيد الابحار في الانترنت للبحث عن المعلومة هذه التي تعتبر العمود الفقري للجريدة لذلك فالمضامين الإلكترونية تبقى ناقصة و غير مجدية اذا كان من يمررها يجهل فنيات الاعلام و قواعد هو يستخدم فقط التقنية هذا من جهة ومن جهة اخرى فالمضمون الاعلامي يعتبر رسالة تحمل الكثير من القيم للمجتمع لذلك لا بد من مراعات البيئة التي تنتج فيها و القيام على تكوين اطارات اعلامية تجيد استعمال التكنولوجيا .
- حرمان الصحافة الإلكترونية في الجزائر من الأشهار خاصة الأشهار العمومي على خلاف باقي وسائل الاعلامية (صحافة ورقية اذاعة تلفزيون) فحسب "باية سعدوني" مسؤولة القسم الجاري في موقع Maghreb émergent ان المعلنين يفضلون التعريف بمنتجاتهم على مواقع الصحافة التقليدية التي تتميز حسبهم مقروئية أكبر مما يضطر الصحف الإلكترونية المحضة لكسر الاسعار لكسب الزبائن.

المحاضرة الثالثة عشر: مستقبل الصحافة المطبوعة والإلكترونية:

1- العلاقة بين الصحافة المطبوعة والصحافة الإلكترونية:

إن ظهور أية وسيلة اتصال جماهيري جديدة يؤثر أول ما يؤثر على الصحافة الورقية، كونها أم وسائل الاتصال الجماهيري، التي تربعت على عرش وسائل الاتصال الجماهيري منذ اختراع الطباعة منتصف القرن الخامس عشر، لكنها لم تتعرض لتحديات حقيقية حتى بدايات القرن العشرين عند اكتشاف الراديو وبعد ذلك التلفزيون، وقد بدأ تأثير الثورة المعلوماتية التكنولوجية يظهر على صناعة الطباعة والنشر، وعلى عادة القراءة ذاتها، وتشهد بداية القرن الحالي اتساعاً متزايداً للصحافة الإلكترونية مقابل الصحيفة التقليدية التي سادت لخمسة قرون مضت.

تحمل الصحيفة الإلكترونية قدرة جذب وإيثار جديدة تُساعد على انتشارها على حساب تلك التقليدية الحالية، لأنها تستخدم الوسائل الإعلامية المتعددة MULTIMEDIA، فهي تتيح لمستخدمي الشاشة، التفاعل بأكثر من حاسة خصوصاً البصر والسمع، بل اللمس أيضاً، فالقارئ يستطيع أن يختار ما يريد أن يقرأ، ويرى الصور بألوانها الجذابة، ويستمتع في الوقت ذاته إلى الأصوات التسجيلية، ويشاهد الأفلام المنقولة عبر الفيديو، كل ذلك في عملية سريعة واحدة لم تستطع أن توفرها له الصحافة المكتوبة.

إننا نلاحظ المبرر في الاعتماد على الصحافة الإلكترونية، واتساع قاعدتها الجماهيرية، أدى بدوره إلى تنوع أشكالها ووسائلها، وظهور الكثير من المؤشرات الإيجابية الدالة على تنامي قوتها وتأثيرها مستقبلاً، حتى باتت الصحافة الإلكترونية إحدى القنوات الفعالة في حياتنا اليومية، التي لا يمكن الاستغناء عنها لدى البعض؛ مما دفع الكثير من المعنيين والمتخصصين والقراء على حدٍ سواء إلى القول بزوال الصحافة الورقية التقليدية إلى غير رجعة¹.

ولقد بدأت الصحافة الإلكترونية عبر الإنترنت في منافسة الصحافة المطبوعة منذ أن قامت مجلة نيوزويك الأمريكية واسعة الانتشار بمتابعة فضيحة الرئيس "الأمريكي كلنتون" مع متدربة البيت الأبيض "مونیکا لويسكي" عبر موقعها على الإنترنت وقبل الموعد الأسبوعي لصدور المجلة².

¹ محمد سيد محمد سيد، تأثير الصحافة الإلكترونية على مستقبل الصحف الورقية، متاح على الرابط:

<http://www.alukah.net/culture/0/50101/>

² - عبد الأمير الفيصل، الصحافة الإلكترونية في الوطن العربي، دار الشروق للنشر والتوزيع، الأردن، ط1، 2006، ص ص 137-

لقد عقدت العديد من المؤتمرات الندوات حول موضوع مستقبل الصحافة المطبوعة، فكان المؤتمر العالمي للصحف في دورته الـ 58 الذي انعقد بمدينة سيول، حريصا على طرح الكثير من التساؤلات حول مستقبل الصحافة الورقية والتحديات التي تواجهها، وضرورة تطوير تقنيات وأساليب جديدة في ظل استمرار الانخفاض على طلبها في السنوات الأخيرة، خاصة مع رواج الصحف الإلكترونية، وقد سجل هذا المؤتمر حضور أكثر من ألف مشارك من حوالي 80 دولة، ما بين محررين ناشرين منتجين¹ قد اختلفت آراء الباحثين حول مستقبل الصحافة المطبوعة في ظل الصحافة الإلكترونية.

يمكن تقسيم هذه الرؤى في ثلاث اتجاهات رئيسية تبين طبيعة هذه العلاقة، وهي:

الاتجاه الأول: الصحافة الإلكترونية مكاملة للصحافة المكتوبة:

يعكس هذا الاتجاه جهة نظر مؤيدي الرأي القائل بأن الصحافة الإلكترونية ما هي إلا دعامة إلكترونية تعتمد عليها الصحافة المطبوعة لتنمية عملية توزيعها من خلال النشر الإلكتروني، ربحا للوقت والجهد، والوصول إلى القارئ أينما كان، بمعنى أن أن الصحافة الإلكترونية تعتبر بمثابة فرصة كبيرة للصحافة المكتوبة حتى تحقق شعبية أكبر بالوصول إلى أكبر جمهور ممكن في أقصر مدة، و في كل مكان وحيثما كان²، وأنها لن تكون بديلا، ولا يمكن لها تقضي عليها في أي حال من الأحوال للصحافة الورقية، انطلاقا من أن تاريخ وسائل الإعلام التقليدية لم يشهد اختفاء وسيلة بظهور وسيلة أخرى، أو تكنولوجيا أخرى جديدة... فكما أن الراديو لم يقض على الصحافة الورقية، فكذا ظهور التلفزيون لم يقضي على الراديو، بل تعايشا وتكاملا بين الوسائل الإعلامية المختلفة، لذا فمن المتوقع أن تحتل الصحافة الإلكترونية التي تعتمد على النص والوسائط الفائقة مكانها جنبا إلى جنب مع الصحافة الورقية المطبوعة³.

فدخول الوسائل التكنولوجية الحديثة عالمها، يسهل عليها عمليات إعداد وإنتاج الطبعة الإلكترونية كنسخ للطبعة الورقية، تلك العمليات الفنية والتقنية بأقل تكلفة وأقل جهد، لأن الصحيفة الورقية هي الأصل، ولها قراء دائمون مخلصين لها، فتسعى إدارة الجريدة للمحافظة وتعزيز مكانتها لديهم من خلال توفرها على الإنترنت، لاغية بذلك عوائق التوزيع، ومحاولا إيجاد قراء جدد، ونظرا لحجم ثقة الهيئات الرسمية بها لوجود طبيعة مادية كمؤسسة صحفية، وتلزمها القوانين الإعلامية بتحديد وذكر مصادر معلوماتها، وإلا تتعرض للمساءلة القانونية، فهي تمارس وظيفة إعلامية لدى الهيئات الرسمية خصوصا الدبلوماسية منها، وأنها تتمتع

¹ محمد محمود الخالدي، التكنولوجيا الإلكترونية، دار كنوز المعرفة للنشر والتوزيع، عمان، ط1، 2007، ص 104.

² يمينة بلعالي، الصحافة الإلكترونية في الجزائر، المرجع السابق، ص 92.

³ عبد الأمير الفيصل، مدخل إلى صحافة الإنترنت، المرجع السابق، ص 142.

بالتابع الملموس الذي له أثر ساحر على نفسية القراء، لذلك فهي مازالت تمارس نشاطها بنفس الوتيرة، ولا تخشى من منافسة الوسيلة الإعلامية الإلكترونية لأنها نجحت في كسب الرهان أمام السينما، الإذاعة والتلفزيون ولم ينحسروا في تغييرها¹، فقد أثبت الواقع صمود وسائل الإعلام التقليدية أمام ظهور ما يسمى بالصحافة الإلكترونية، فالصحافة المكتوبة، الراديو، التلفزيون، وكل وسائل الإعلام التقليدية ما زالت تمارس نشاطاتها بكل قوة، متخذة من تكنولوجيات الإعلام والاتصال وكل ما تحمله من مميزات دفعا قويا لتطويرها، وكذلك استثمرت الصحافة المطبوعة هذه التكنولوجيات في الإعلان عنها بغرض الانتشار على المستوى العالمي، ولتقليص اتساع الفجوة بين المؤسسات الصحفية الكبيرة والصغيرة، وكذا التخفيف من الأعباء المالية والإدارية وحتى المكانية².

كما يؤكد رواد هذا الاتجاه أيضا أن الصحافة المطبوعة الورقية تسير مع الصحافة الإلكترونية بشكل متوازي، مع تزايد في الاتجاه لاستفادة الصحافة المطبوعة الورقية من شبكة الإنترنت، سواء في عمليات التحرير أو الاتصالات، أو في النشر لأعداد من الصحف الورقية في شكل ملخصات، أو نسخ كاملة، وهذا السيناريو متوقع انتشاره في الدول الآخذة في النمو، والتي يتزايد فيها استخدام الحاسبات الإلكترونية وسط قطاعات الصناعات، وفي مجالات متخصصة³.

هناك عدة مؤشرات إيجابية تدل على أن الصحيفة الورقية غير مهددة بالزوال، منها:

- أن ورق طباعة الصحف لم يقل الطلب، وأن سعره يرتفع لزيادة الطلب عليه، بالرغم من زيادة الطاقات الإنتاجية للمصانع المنتجة له.

- من ناحية أخرى لو اطلعنا على ما يجري بالمصانع المنتجة لآلات طباعة الصحف لوجدنا استثمارات كبيرة في الأبحاث للوصول لمعدات متطورة ترتفع فيها الإمكانيات والسرعة وجودة الطباعة الملونة، مع سهولة التشغيل.

- بعض الدول العالم سجلت ازديادا في عدد المبيعات بسبب ازدياد الإقبال على قراءة الصحف⁴.

جاء في دراسة قامت الجمعية العالمية للصحف: أن الصحافة الإلكترونية حتى الآن هي مجرد امتدادات أشارت لصناعة الصحافة المطبوعة، وأن معظم الصحف تقدم أكثر من نصف المضمون الذي تقدمه على مواقعها في الإنترنت من خلال طبعاتها الورقية، وتكتفي بإضافة بعض المعلومات العاجلة إلى هذا المضمون

¹ يمينة بلعالي، الصحافة الإلكترونية في الجزائر، المرجع السابق، ص 92 - 93.

² عبد الرزاق الدليمي، الإعلام الجديد والصحافة الإلكترونية، دار وائل للنشر والتوزيع، عمان، ط1، 2011، ص 212.

³ رضا عبد الواحد أمين، المرجع السابق، ص 132.

⁴ يمينة بلعالي، الصحافة الإلكترونية في الجزائر، المرجع السابق، ص 92.

حتى تعطي للقارئ انطبعا بأنها توفر له النقل السريع للأخبار¹، فلا أحد يستطيع أن ينكر مدى ارتباط القارئ بالصحافة المطبوعة إذ أنه لا يستغني بسهولة عن عاداته، فضلا عن كون الصحافة المطبوعة ما تزال مستمرة، بل تطورت أكثر مع توافر خدمات الانترنت²، ورغم ما يقال عن تراجع العوائد وصعوبات التمويل وتراجع التوزيع... إلا أن المؤسسات الإعلامية مازالت تؤسس صحفا تبعث مجالات في كل أرجاء الأرض.

يقول الدكتور إبراهيم الشامي أستاذ الصحافة بجامعة الإمارات في هذا السياق: "إن الصحافة المطبوعة تتمتع بعدة مميزات عن باقي الوسائل الإعلامية الأخرى تعطىها القدرة على الاستمرار في ظل مجابهة الوسائل الحديثة فيستطيع الإنسان أن يقرأ الصحيفة مرات بيسر سهولة³".

ويقول الدكتور أحمد فرحات: "أن الكلمة المكتوبة أقوى في تأثيرها من الكلمة المقروءة أو المسموعة، فالعلاقة بين الإنسان والقراءة عبر الورق علاقة تاريخية على مر الزمن، لا يمكن أن تلغى أو تزال بمجرد ظهور وسيلة أخرى أو وسيلة منافسة⁴".

الاتجاه الثاني: الصحافة الإلكترونية بديل للصحافة المكتوبة:

وهو على عكس سابقه، حيث يرى أصحاب هذا الاتجاه الصحافة الإلكترونية بديل للصحافة المكتوبة، نظرا للتطورات الهائلة التي يعرفها عالم الإنترنت وسرعة الصحافة الإلكترونية في نقل المعلومة، وكذا المميزات التي تميزها، فيعتقد البعض أن الصحافة الإلكترونية قد تقضي على الصحافة الورقية.

و أنصار هذا الاتجاه وهم من مؤيدي رؤية مارشال ماكلوهان حول السرعة الإلكترونية، وأن الاعتماد على النقل السريع والآني للأحداث شكل ميزة للصحافة الإلكترونية، من خلال نقل القصة الخبرية مع الصور الفوتوغرافية والصوت، والصورة التلفزيونية.

يضاف إلى ذلك أن الصحيفة الإلكترونية تتمكن من تقديم نطاق واسع من الخدمات لا تستطيع الصحف المطبوعة أن تقدمها، من مناقشة قضية ما مع القراء الآخرين، والتعبيق على المقالات، وتوفير الفرصة لمتابعة الأخبار أثناء حدوثها وتطورها، وكذلك فإن الصحافة الإلكترونية يمكن أن تحمل الكثير من الأخبار التي كان يتم استبعادها في الصحف المطبوعة، بسبب نقص المساحة حيث توفر الإنترنت إمكانية لتوسيع الصحيفة

¹ عبد الأمير الفيصل، مدخل في صحافة الإنترنت، المرجع السابق، ص. 128.

² الشفيق عمر حسنين، الصحافة الإلكترونية المفهوم والخصائص والانعكاسات، مركز الإمارات للدراسات والبحوث، ط1، 2011، أبو ظبي، ص51.

³ عبد الأمير الفيصل، مدخل في صحافة الإنترنت، المرجع السابق، ص 132.

⁴ المرجع نفسه، ص133.

لتحمل الكثير من المضمون¹، يُضاف إلى ذلك العيوب الأصلية للصحيفة الورقية، إذ أنّ ورق الصحف يترك الحبر على أيدي قراء الصحف المطبوعة فضلاً عن ما تحتاجه الصحف الورقية من وقت طويل، وجهد ضخم، وأسطول توزيع، ومن ثم فإنها وسيلة متقدمة من حيث الوقت كي تصل نسخ الصحيفة المطبوعة إلى القراء . كما يرى أصحاب هذا الاتجاه أنّ الصحافة الورقية تلفظ أنفاسها الأخيرة مستشهدين بذلك بمجموعة من المؤشرات ونتائج بعض الأبحاث العلمية، حيث يعتقدون أن الصحافة الورقية ينتظرها "مستقبل أسود حسب الدراسات الإعلامية الحديثة، وأن الصحف سوف تختفي، وأن آخر صحيفة ورقية في أمريكا ستكون عام 2043 كما يذكر فيليب ميير Meyer² .

وهناك عامل آخر يشجع إصدار النسخ الإلكترونية يتمثل في الارتفاع المستمر في تكاليف الطباعة، كالورق والحبر، التي تؤثر بالضرورة على أسعار الصحيفة وأسعار الاشتراك فيها، كذا انخفاض جودة الورق المستعمل، وقد أشار تيد تيرنر رجل الأعمال الأمريكي مالك شبكة CNN إلى أن أيام الصحافة الورقية باتت معدودة، واتهامها بإفساد البيئة من خلال قطع الأشجار من أجل صناعة الورق³، فقد أكدت الإحصائيات أن مائة مليون طن من الورق تستهلك سنويا في طباعة الكتب والدوريات، وهذا ما يؤثر تأثيرا مباشرا على أشجار الغابات، ويوسع من رقعة التصحر في العالم، لذا من الضروري البحث عن بديل غير ورقي⁴ .

يرى الخبير الإعلامي عبد الرحمان الشمير: أن الإعلام الإلكتروني أصبح في الواقع منافسا قويا وشرسا وعنيدا جدا بالنسبة للصحافة الورقية، وفي اعتقاده أن جيل الصحافة الورقية مهدد بالانقراض، إذ لم تتجه هذه الصحافة إلى التعامل مع التكنولوجيا ووسائل الاتصالات الحديثة والمتطورة، فلم يعد الجيل الجديد يتعامل مع صحافة الورق، ولذلك عليها أن تتجه إلى العالم الجديد عبر تحديث المحتوى، واستخدام الوسائل التكنولوجية الحديثة، والدليل على ذلك أن هناك الكثير من الصحف العالمية أغلقت، وفيها من خفض أعداد موظفيه، وتوجه نحو الصحفي الشامل، فهناك جيل جديد مقبل يتعامل مع الكمبيوتر المحمول، ولا يذهب إلى المكتبة أو يسعى للحصول على الصحيفة المطبوعة، ويمكنه في المقابل الحصول على الخبر من هاتفه المحمول، ومن أي

¹ عبد الأمير الفصل، مدخل في صحافة الإنترنت، المرجع السابق، ص 141.

² محمود عزت اللحام، مروى عصام صلاح، الاتجاهات الحديثة في دراسات الحديثة في الصحافة الدولية، دار الإعصار العلمي للنشر والتوزيع، عمان، ط1، 2015، ص 128.

³ علي خليل شقرة، الإعلام الجديد، شبكات التواصل الاجتماعي، نبلاء ناشرون وموزعون، دار أسامة للنشر والتوزيع، ط1، عمان، 2014، ص192.

⁴ ياس خضير البياتي، الاتصال الرقمي أمم صاعدة وأمم مندهشة، دار البداية ناشرون وموزعون، ط 1، عمان، ص 164-165.

مكان في العالم، لذلك يعتبر أن الصحافة المطبوعة مهددة أمام الإعلام الإلكتروني، إذا لم تتمكن هذه الصحف من مواكبة هذا التطور عبر إنشاء المواقع، وتطوير الصحافة الإلكترونية، وتطوير البث والمحتوى، ومتابعة الخبر في نفس اللحظة¹.

الاتجاه الثالث : لا يمكن الحكم على مستقبل الصحيفة الورقية أو الإلكترونية الآن:

وهو يقف موقفاً مختلفاً عن الاتجاهين السابقين، إذ يرى أصحابه أنه لا يمكن الحكم على مستقبل الصحيفة الورقية، أو حتى الإلكترونية الآن، والواقع الحالي يقول إنَّ منحنى تطور الصحافة المطبوعة في تقدم متزايد كي تحافظ على موقعها في الاهتمام، فالاندماج العالمي للصحافة المطبوعة التقليدية والصحافة الإلكترونية سيزداد لأسباب اقتصادية، وأن دور النشر الصحفي في العالم بأسره تتجه نحو تنويع نشاطاتها الإعلامية، وذلك بدخول مجالات الراديو والتلفاز والمطبوعات المتخصصة واعداد المؤتمرات واستغلال الإنترنت. لذا بات من الصعب الحكم في الوقت الحالي على احتمالية اختفاء الصحافة المطبوعة كلية، نتيجة التطورات التكنولوجية الراهنة، في عصر تصنف فيه وسائل الإعلام إلى مطبوعة مرئية، مسموعة وإلكترونية².

فدور النشر الصحفي في العالم بأسره تتجه إلى تنويع نشاطاتها الإعلامية وذلك بدخول مجالات الراديو والتلفاز والمطبوعات المتخصصة واعداد المؤتمرات واستغلال الانترنت، ومثال على ذلك شركة (تريبون) التي تصدر صحيفة (شيكاغو تريبيون) وتملك أيضاً محطات تلفزيونية وإذاعات ومجلات مواقع إلكترونية وحصصاً في شركات ترفيه واتصال بالشبكة الإلكترونية وهي جزء راسخ من واقع صناعة الاتصال وثورة المعلومات في المجتمعات الليبرالية التي اعتمدت مبادئ اقتصاد السوق والديمقراطية الغربية.

إن العامل المشترك بين صناعتي النشر التقليدي والإلكتروني هو المحتوى المتميز، فمن غيره لا تنجح مطبوعة ولا قناة ولا يستمر موقع إلكتروني، فالكثير من الصحف الورقية المطبوعة لا تستطيع الاتجاه إلى العالمية من خلال النشر الإلكتروني عبر الانترنت، وبخاصة مع ضعف الاتجاه إلى العالمية من خلال النشر الإلكتروني عبر الانترنت وبخاصة مع ضعف عائدات الإعلان الإلكتروني لذا فإن هذه الصحف عليها العمل على التركيز على كسب المكانة المرموقة محلياً.

¹ رمزي بن جابا لله، الصحافة الإلكترونية وأثرها مقروئية الصحافة الورقية، مجلة الآداب والعلوم الإنسانية، العدد 9، ديسمبر 2012، جامعة الحاج لخضر، باتنة، ص ص 26 - 27.

² يمينة بلعالي، الصحافة الإلكترونية في الجزائر، المرجع السابق، ص 93.

أي أن كل من الصحافة الإلكترونية والصحافة الورقية يكملان بعضهما البعض، وأن تسير الصحافة المطبوعة الورقية مع الصحافة الإلكترونية بشكل متوازي مع تزايد في الاتجاه لاستفادة الصحافة المطبوعة الورقية من شبكة الانترنت سواء في عمليات التحرير، أو الاتصالات، أو في النشر لأعداد من الصحف الورقية في شكل ملخصات أو نسخ كاملة، هذا السيناريو متوقع انتشاره في الدول الآخذة في النمو التي يتزايد فيها استخدام الحاسبات الإلكترونية وسط قطاعات الصفوة، في مجالات متخصصة¹، بمعنى أن الصحافة الإلكترونية مكملة لدور الصحافة الورقية، ولا يوجد أي صراع بينهما، وأن الحديث عن موت الصحافة الورقية سابق لأوانه.

2- حلول مُقدّمة للصحافة الورقية للحفاظ على مكانتها في مواجهة الإلكترونية:

يقدم محمد سيد محمد مجموعة من الحلول من شأنها أن تجعل الصحافة الإلكترونية تحافظ على مكانتها في مواجهة الصحافة الإلكترونية، وهي²:

- لا بد وأن تتجه الصحافة الورقية إلى التعامل مع التكنولوجيا ووسائل الاتصالات الحديثة بتطور وواقعية، فلم يعد الجيل الجديد يتعامل مع الصحافة الورقية؛ ولذلك عليها أن تتجه إلى العالم الجديد عبر تحديث المحتوى واستخدام الوسائل التكنولوجية الحديثة.
- بعض الصحف الورقية تطبع نُسختها، ويتم نشر المحتوى في موقعها الإلكتروني، وهذا لا يقدم جديدًا حينما نقل الجريدة من ورقية إلى إلكترونية، ولكن لا بد من تحديث وتطوير الأخبار على مواقع الصحف الورقية.
- البعد عن عملية النقل النصي من الصحف الإلكترونية والتميز بمادة خبرية حصريّة عليها.
- إتاحة مساحة كبيرة للكُتاب والآراء المختلفة.
- التوسع في الصحافة الاستقصائية والتحقيقات التي تكشف ما وراء الكواليس.
- الحفاظ على مصداقيتها التي لا تزال القارئ يثق فيها أكثر من الإلكترونية.
- تأخير عملية الطبع لتغطية آخر الأحداث التي تقع يوميًا، والتي أصبحت تتميز في تغطيتها الصحف الإلكترونية.
- التزام الحيادية قدر الإمكان، والابتعاد عن التوجُّه والتحيز لملاكها؛ حتى تستطيع أن تتميز عن نظيرتها الإلكترونية.

¹ رضا عبد الواحد أمين، الصحافة الإلكترونية، المرجع السابق، ص 132.

² محمد سيد محمد سيد، تأثير الصحافة الإلكترونية على مستقبل الصحف الورقية، متاح على الرابط:

قائمة المصادر والمراجع:

- 1- أبو السعود إبراهيم ومحمد عبد الهادي، النشر الإلكتروني ومصادر المعلومات الإلكترونية، دار الثقافة العلمية، القاهرة 2001 .
- 2- أحمد بدر: الإعلام الدولي ، دراسات في الاتصال والدعاية الدولية، دار قباء للطباعة والنشر والتوزيع، القاهرة، ط4، د ت .
- 3- أحمد ريان، خدمات الإنترنت، منشورات المجمع الثقافي، أبو ظبي، ط4، 2001.
- 4- أحمد زكي بدوي، معجم مصطلحات الإعلام - إنجليزي، فرنسي، عربي، دار الكتاب المصري واللبناني، القاهرة، ط1، 1994.
- 5- أحمد موسى، المدخل إلى الاتصال الجماهيري، مكتبة زهراء الشرق، المنصورة، مصر ط1، 1993.
- 6- أشرف خوخة، الرقابة في المؤسسات الصحفية، دار المعارف الجامعية، الاسكندرية، 2010.
- 7- إندرداهل ، برايان إندرداهل ، الإنترنت ، ترجمة قسم الترجمة بدار الفاروق ، دار الفاروق للنشر والتوزيع ، القاهرة ، 2001 .
- 8- الايهم صالح، استخدام البريد الإلكتروني للوصول إلى موارد الانترنت ، شعاع للنشر والتوزيع، سوريا، 2000.
- 9- باري ونتر، وروجر دينكسون، وسائل الإعلام في العالم العربي، ماذا يحمل المستقبل؟، ط1، تر: داود سليمان القرنة، مكتبة العبيكان، ط1، 2118 .
- 10- بسنت عبد المحسن عبداللطيف العقباوي، الصحافة الإلكترونية وبنيتها على شبكة الإنترنت، حوارزم العلمية للنشر والتوزيع، جدة، ط1، 2010.
- 11- بسنت عبدالمحسن عبداللطيف العقباوي، الصحافة الإلكترونية وبنيتها على شبكة الإنترنت، حوارزم العلمية للنشر والتوزيع، جدة، ط1، 2010.
- 12- بنست عبد المحسن عبد اللطيف العقباوي، الصحافة الإلكترونية وبنيتها على شبكة الإنترنت ، حوارزم العلمية للنشر والتوزيع، جدة، ط1، 2010.
- 13- بهاء شاهين ،شبكة الانترنت. كمبيوساينس لعلوم الحاسب ، ط 1 ، القاهرة ، 1999 .
- 14- بيل غيتس، المعلوماتية بعد الإنترنت، ترجمة عبدالسلام رضوان، سلسلة عالم المعرفة، 231، المجلس الوطني للثقافة والفنون والآداب، الكويت، مارس 1998.
- 15- جمال عبد ناموس القيسي:الأخبار في الصحافة الإلكترونية موقعاً BBC العربية وإيلاف أنموذجاً، دار الفجر ودار النفائس، عمان ط 1، 2013.
- 16- حسن عماد مكاوي، تكنولوجيا الاتصال الحديثة في عصر المعلومات، الدار المصرية اللبنانية، القاهرة، 1993.
- 17- حسني محمد نصر، الإنترنت والإعلام - الصحافة الإلكترونية، مكتبة الفلاح للنشر والتوزيع، العين، ط1، 2003.

- 18- حسنين شفيق، الوسائط المتعددة وتطبيقاتها في الإعلام، ط2؛ القاهرة: رحمة برس للطباعة والنشر، 2002.
- 19- خليل صابات، جمال عبد العظيم، وسائل الاتصال نشأتها وتطورها، مكتبة الأنجلو المصرية، القاهرة، ط9، 2001.
- 20- رحاب الداخلي، إنترنت الاتصال، في كتاب وسائل الإعلام من المنادي إلى الإنترنت، مجموعة مؤلفين، إشراف محمد سيد محمد، دار الفكر العربي، القاهرة، ط1، 2009.
- 21- رضا عبد الواحد أمين، الصحافة الإلكترونية، دار الفجر للنشر والتوزيع، القاهرة، مصر، ط1، 2007.
- 22- رضا عبد الواحد أمين، النظريات العلمية في مجال الإعلام الإلكتروني، منتدى سور الأزبكية، القاهرة، ط1، 2007.
- 23- رضوان بلخييري، مدخل إلى الإعلام الجديد المفاهيم والوسائل والتطبيقات، جسور للنشر والتوزيع، الجزائر، ط1، 2014.
- 24- زيد منير سليمان، الصحافة الإلكترونية، دار أسامة للنشر والتوزيع، ط1، عمان، 2009، ص27.
- 25- سالم محمد صلاح، العصر الرقمي وثورة المعلومات دراسة في نظم المعلومات وتحديث المجتمع، عين للدراسات والبحوث الإنسانية والاجتماعية، ط1، مصر، 2002.
- 26- سعاد جبر سعيد، سيكولوجية الاتصال الجماهيري، عالم الكتب الحديث، عمان، ط1، 2008، ص21.
- 27- السيد بخيت، الصحافة والإنترنت، العربي للنشر والتوزيع، القاهرة، ط1، 2000.
- 28- السيد بخيت، الصحافة الإلكترونية العربية إلى أين؟. العربي للنشر والتوزيع، القاهرة، ط1، 2000.
- 29- شريف درويش اللبان، الصحافة الإلكترونية دراسة تفاعلية وتصميم المواقع، الدار المصرية اللبنانية، القاهرة، ط1، 2005.
- 30- الشفيق عمر حسنين، الصحافة الإلكترونية المفهوم والخصائص والانعكاسات، مركز الإمارات للدراسات والبحوث، أبو ظبي، ط1، 2011.
- 31- صابر فلحوط ومحمد البخاري، العولمة والتبادل الإعلامي الدولي، دار علاء الدين للنشر والتوزيع والترجمة، دمشق، ط1، 1999.
- 32- الصادق الحمامي، الميديا الجديدة، الأبستمولوجيا والإشكاليات والسياقات، سلسلة المنشورات الجامعية بمنوبة، ط1، 2012.
- 33- صالح العنزي، إخراج الصحف الإلكترونية في ضوء السمات الاتصالية لشبكة الإنترنت، جامعة الإمام محمد بن سعود، المملكة العربية السعودية، 2007.

- 34- عباس مصطفى صادق، الإعلام الجديد المفاهيم والوسائل التطبيقية، دار الشروق للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، ط1، 2008.
- 35- عباس مصطفى صادق، صحافة الإنترنت قواعد النشر الإلكتروني، الظفرة للطباعة-أبوظبي، ط1، 2003.
- 36- عباس ناجي حسن، الصحفي الإلكتروني، دار صفاء للنشر والتوزيع، الأردن، ط1، 2012.
- 37- عبد الله الطويرقي، صحافة المجتمع الجماهيري. مكتبة العبيكان، السعودية، ط1، 1997.
- 38- عبد الأمير الفيصل، مدخل في صحافة الإنترنت، دار الكتاب الجامعي، الإمارات العربية المتحدة، ط1، 2014.
- 39- عبد الأمير الفيصل، الصحافة الإلكترونية في الوطن العربي، دار الشروق، عمان، ط1، 2006.
- 40- عبد الرحيم الصابوني، تنمية المهارات المهنية الهندسية عبر الشبكة الحاسوبية (الإنترنت)، دمشق، 1996.
- 41- عبد الرزاق الدليمي، الإعلام الجديد والصحافة الإلكترونية، دار وائل للنشر والتوزيع، عمان، ط1، 2011.
- 42- عبد الرزاق محمد الدليمي، الصحافة الإلكترونية والتكنولوجيا الرقمية، دار الثقافة، عمان، 2011.
- 43- عبد الستار فيكي، الألفية الثالثة، عصر المنجزات من ثورة غوتنبرغ إلى غزو الإنترنت، دار الصياد أنترنشيونال، بيروت، ط1، 2000 .
- 44- عبد الفتاح بيومي حجازي، الأحداث و الإنترنت: دراسة متعمقة عن أثر الإنترنت في انحراف الأحداث، دار الفكر الجامعي، الإسكندرية، ط1، 2002.
- 45- عبد المالك ردمان الدناني، الوظيفة الإعلامية لشبكة الإنترنت، دار الفجر للنشر و التوزيع، ط1، القاهرة، 2003 .
- 46- عبيدة سبطي، فؤاد شعبان: تاريخ وسائل الاتصال وتكنولوجياته الحديثة، دار الخلدونية للنشر والتوزيع، 2012.
- 47- عبير الرحباني، الاعلام الرقمي الإلكتروني، دار اسامة للنشر والتوزيع، الأردن، ط1، 2012، ص 181.
- 48- عثمان محمد العربي، الإنترنت الانتشار والاستخدام، دار المجد، تونس، ط1، 2002 .
- 49- عصام موسى، المدخل في الاتصال الجماهيري، المكتبة الحديثة، بيروت، ط1، 2004 .
- 50- علي أجقو، الصحافة الإلكترونية العربية، الواقع والآفاق، دار الكتاب الجزائري، الجزائر، 2005.
- 51- علي خليل شقرة، الإعلام الجديد، شبكات التواصل الاجتماعي، نبلاء ناشر ن موزعون، دار أسامة للنشر والتوزيع، عمان، ط1، 2014.
- 52- علي عبدالفتاح كنعان، الصحافة الإلكترونية في ظل الثورة التكنولوجية، دار اليازوري للنشر والتوزيع، عمان، ط1، 2014.

- 53- علي محمد شمو، التكنولوجيا الحديثة والاتصال الدولي والإنترنت، الشبكة السعودية للأبحاث، جدة، ط1، 1991.
- 54- علي منعم القضاة، مساق الصحافة الإلكترونية، جامعة الدراسات العليا، كلية العلوم الإنسانية، قسم الإعلام، .
- 55- فارس الخطاب، الفضائيات الرقمية وتطبيقاتها الإعلامية ، دار أسامة للنشر والتوزيع، الأردن، ط1، 2012.
- 56- فايز عبد الله الشهري ، التحديات الأمنية المصاحبة لوسائل الاتصال الجديدة، دار الحكمة، دبي، ط1، 2003.
- 57- فضيل دليو، تاريخ وسائل الاتصال، دار الخلدونية للنشر والتوزيع القبة، الجزائر، ط4، 2013.
- 58- فيصل أبو عيشة، الإعلام الإلكتروني، دار أسامة للنشر والتوزيع، الأردن، ط1، 2010.
- 59- كمال الدين محمد وآخرون، مستقبل طباعة الصحف العربية رقميا، الدار المصرية اللبنانية، المكتبة الإعلامية، القاهرة، 2007.
- 60- ماجد سالم ترابان، الإنترنت والصحافة الإلكترونية رؤية مستقبلية ، الدار المصرية اللبنانية، القاهرة، ط1، 2008.
- 61- ماهر عودة الشمالية وآخرون، الصحافة الإلكترونية الرقمية، دار الاعصار العلمي للنشر والتوزيع، عمان، الاردن، ط1، 2015.
- 62- ماهر عودة، محمود عزت اللحام، مصطفى يوسف كافي، الإعلام الرقمي الجديد، دار الإعصار للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، ط1، 2015.
- 63- محمد السيد محمد، وسائل الإعلام من المنادي إلى الإنترنت، دار الفكر العربي، القاهرة، ط1، 2009.
- 64- محمد جمال الفار، المعجم الإعلامي، دار أسامة للنشر والتوزيع ودار المشرق الثقافي، عمان، الأردن، ط1، 2006.
- 65- محمد شطاح، قضايا الإعلام في زمن العولمة بين التكنولوجيا و الايدلوجيا. دار الهدى ،الجزائر ، 2006.
- 66- محمد صاحب سلطان، وسائل الإعلام والاتصال دراسة في النشأة والتطور، عمان: دار المسيرة للنشر والتوزيع، عمان، ط1، 2012 .
- 67- محمد طلبة، الإنترنت، مطابع المكتب المصري الحديث، القاهرة، ط1، 1997.
- 68- محمد عبد الحميد، الاتصال والإعلام على شبكة الانترنت، القاهرة، عالم الكتب للطباعة والنشر والتوزيع، القاهرة، ط1، 2007..
- 69- محمد عبد الحميد، نظريات الإعلام واتجاهات التأثير، عالم الكتب، القاهرة، ط1، 1997.
- 70- محمد علم الدين، مقدمة في الصحافة الإلكترونية، دار العربية للنشر والتوزيع، القاهرة، ط2، 2012 .

- 71- محمد عمر الحاجي، الإنترنت إيجابياته وسلبياته، دار المكتبي لطباعة والنشر والتوزيع، دمشق، ط1، 2002.
- 72- محمد الهادي، تكنولوجيا الاتصال وشبكات المعلومات، المكتبة الأكاديمية، القاهرة، ط1، 2001.
- 73- محمد محمود الخالدي، التكنولوجيا الإلكترونية، دار كنوز المعرفة للنشر والتوزيع، عمان، ط1، 2007.
- 74- محمد منير حجاب، وسائل الاتصال، نشأتها وتطورها، دار الفجر للنشر والتوزيع، مصر، ط1، 2008.
- 75- محمود عزت اللحام، مروى عصام صلاح، الاتجاهات الحديثة في دراسات الحديثة في الصحافة الدولية، دار الإحصاء العلمي للنشر والتوزيع، عمان، ط1، 2015.
- 76- محمود علم الدين، الحاسبات الإلكترونية وتكنولوجيا الاتصال، دار الشروق للنشر والتوزيع، القاهرة، ط1، 1997.
- 77- محمود علم الدين، الصحافة الإلكترونية، دار السحاب للنشر والتوزيع، ط1، 2008.
- 78- مروى عصام صلاح، الإعلام الإلكتروني الأسس وآفاق المستقبل، دار الإحصاء العلمي للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، ط1، 2015.
- 79- منار فتحي محمد، تصميم مواقع الصحف الإلكترونية، دار عالم العربي، القاهرة، ط1، 2011.
- 80- مي عبد الله سنو، الاتصال في عصر العولمة الدور والتحديات الجديدة، الدار الجامعية للطباعة والنشر، بيروت، ط1، 1999.
- 81- نجوى الفوال، قراءة في دراسات القائم بالاتصال 'القاهرة' المجلة الاجتماعية القومية، المجلد الثاني والثلاثون، العدد الثالث، سبتمبر 1995م.
- 82- نديم منصور، سوسيولوجيا الانترنت، منتدى المعارف، سلسلة اجتماعيات عربية، بيروت، ط1، 2014.
- 83- وماس جون كلايتون، مشاركة الجمهور في اتخاذ القرارات العامة، الدار الدولية للاستثمارات الثقافية، مصر، ط1، 2006.
- 84- ياس خضير البياتي، الاتصال الرقمي أمم صاعدة وأمم مندهشة، دار البداية ناشرون وموزعون، ط1، عمان.
- 85- ياسر خضير البياتي: الإعلام الجديد الدولة الافتراضية الجديدة، دار صفاء للنشر والتوزيع، ط1، عمان، 2001.
- 86- يحيى بن صالح محيا الحربي: الإذاعة التربوية: أهميتها، أهدافها، نماذج تطبيقية، مكتبة الرشد، الرياض، المملكة العربية السعودية، ط1، 2005.
- الرسائل الجامعية :**
- 87- إلهام بوثلجي، الصحافة الإلكترونية في الجزائر واتجاهات القراء، دراسة مسحية لجمهور جريدة الشروق أون لاين، مذكرة ماجستير في علوم الإعلام والاتصال، كلية العلوم السياسية والإعلام، جامعة الجزائر3، 2010 - 2011.

- 88- آمنة نبیح، المدونات العربية الإلكترونية المكتوبة بين التعبير الحر والصحافة البديلة، مذكرة ماجستير في علوم الإعلام والاتصال، كلية العلوم السياسية والإعلام، جامعة الجزائر، 2010 - 2011.
- 89- باديس لونيس، جمهور الطلبة الجزائريين والانترنت، مذكرة ماجستير، قسم علوم الإعلام والاتصال، كلية العلوم الانسانية، جامعة قسنطينة، 2008.
- 90- برنيس نعیمة، الوظيفة الإعلامية لشبكة الإنترنت في عصر ثورة المعلومات - دراسة نظرية ميدانية في قسم الأبحاث بالفنأة الأرضية للتلفزيون الجزائري، مذكرة ماجستير غب علوم الإعلام والاتصال، فرع صحافة مكتوبة، وسمعية بصرية، قسم علوم الإعلام والاتصال، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، جامعة منتوري، قسنطينة، 2009 - 2010.
- 91- بيزان مزيان، استغلال الأساتذة الجامعيين لشبكة الإنترنت دراسة ميدانية بجامعة منتوري، قسنطينة، مذكرة ماجستير في علم المكتبات والمعلومات، جامعة منتوري، قسنطينة، 2006.
- 92- حسام عبد الحمید حمدان، المواقع الإخبارية العربية، دراسة وصفية لموقع الجزيرة نت على الشبكة العنكبوتية، رسالة ماجستير في الإعلام والاتصال، كلية الآداب والتربية، الأكاديمية العربية المفتوحة في الدانرك، 2114.
- 93- حورية بلوعويدات، الإنترنت وإشكالية الهوية الثقافية في الجزائر دراسة ميدانية، أطروحة دكتوراه، قسم الاتصال والعلاقات العامة، جامعة قسنطينة، 2016 - 2017 .
- 94- خضرة واضح، اتجاهات جمهور مستخدمي الإنترنت في الجزائر نحو الإعلانات الإلكترونية - دراسة ميدانية بنوادي الإنترنت في ولاية قسنطينة، ماجستير في علوم الإعلام والاتصال، كلية العلوم الاجتماعية والعلوم الإنسانية، 2009-2010.
- 95- رابح عمار، الصحافة الإلكترونية وتحديات الفضاء الإلكتروني دراسة ميدانية للصحافة الإلكترونية الجزائرية، أطروحة دكتوراه علوم في علوم الإعلام والاتصال، قسم علوم الإعلام والاتصال، جامعة أحمد بن بلة، وهران، 2016 - 2017.
- 96- زهير مصطفى دولة، عماد محمد اشتبي، القائم بالاتصال في المواقع الإلكترونية الإخبارية الفلسطينية دراسة ميدانية، رسالة ماجستير، قسم الصحافة والإعلام، كلية الآداب، الجامعة الإسلامية بغزة، 2006.
- 97- سعد ولد جاب الله، الهوية الثقافية العربية من خلال الصحف الإلكترونية، دراسة وصفية لعينة من الصحف الإلكترونية، رسالة ماجستير في علوم الإعلام والاتصال، كلية العلوم السياسية والإعلام، جامعة الجزائر، 2005-2006.
- 98- صونية قوراري، اتجاهات جمهور الطلبة نحو الصحافة الإلكترونية، دراسة ميدانية على عينة من الطلبة الجامعيين المستخدمين للإنترنت في جامعة بسكرة، ماجستير في علوم الإعلام والاتصال، تخصص وسائل الإعلام والمجتمع، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، جامعة محمد خيضر، بسكرة، 2010-2011.

- 99- علي قسايسية، المنطلقات النظرية والمنهجية لدراسات التلقي، دراسة نقدية تحليلية لأبحاث الجمهور في الجزائر 1995-2006، أطروحة دكتوراه دولة في علوم الإعلام والاتصال، كلية العلوم السياسية والإعلام، جامعة الجزائر، 2007.
- 100- فاطمة تيميزار، إسهامات الانترنت في تطوير الصحافة المكتوبة في الجزائر، دراسة وصفية استطلاعية على عينة من الصحفيين، مذكرة الماجستير في علوم الإعلام والاتصال، كلية العلوم السياسية والإعلام، جامعة الجزائر، 2007-2008.
- 101- كريمة بوفلاقة، الجمهور المتفاعل في الصحافة الإلكترونية، دراسة استكشافية لعينة من القراء المتفاعلين في الصحافة الإلكترونية الجزائرية، مذكرة ماجستير في علوم الإعلام والاتصال، كلية العلوم السياسية والإعلام، جامعة الجزائر، 2009.
- 102- طلال ناصر أحمد العزاوي، اتجاهات الشباب العربي نحو الصحافة الإلكترونية، طلبة الجامعات في بغداد- عمان - دمشق نموذجاً، رسالة ماجستير في الإعلام والاتصال الأكاديمية العربية المفتوحة في الدنمارك، 2011.
- 103- محمد لعقاب، مجتمع الإعلام والمعلومات، دراسة استكشافية للإنترنتيين الجزائريين، أطروحة دكتوراه دولة في علوم الإعلام والاتصال، كلية العلوم السياسية وعلوم الإعلام، جامعة الجزائر، 2000-2001.
- 104- منال قدواح، اتجاهات الصحفيين الجزائريين نحو استخدام الصحافة الإلكترونية دراسة ميدانية، مذكرة ماجستير في علوم الإعلام والاتصال، تخصص اتصال وعلاقات عامة، قسم علوم الإعلام والاتصال، كلية العلوم الإنسانية والعلوم الاجتماعية، جامعة منتوري، قسنطينة، 2007-2008.
- 105- يمينة بلعاليا، الصحافة الإلكترونية في الجزائر بين تحدي الواقع والتطلع نحو المستقبل، رسالة ماجستير في علوم الإعلام والاتصال، قسم علوم الإعلام والاتصال، كلية العلوم السياسية والإعلام، جامعة الجزائر، 2006.

المؤتمرات:

- 106- جاسم محمد الشيخ جابر، الصحافة الإلكترونية العربية -المعايير الفنية والمهنية، دراسة تحليلية لعينة من الصحف الإلكترونية العربية، مؤتمر الإعلام الجديد تكنولوجيا جديدة لعالم جديد، جامعة البحرين 7-9 أبريل 2009، منشورات جامعة البحرين، ط 2009، مطبعة جامعة البحرين، 2009.
- 107- عباس مصطفى صادق، مصادر التنظير وبناء المفاهيم حول الإعلام الجديد، من فانفر بوش إلى نيكولاس- نيغروبونتي، أبحاث المؤتمر الدولي للإعلام الجديد تكنولوجيا جديدة لعالم جديد، جامعة البحرين 7-9 أبريل 2009، منشورات جامعة البحرين، ط 2009، مطبعة جامعة البحرين، 2009.
- 108- عباس مصطفى صادق، التطبيقات التقليدية والمستحدثة للصحافة العربية في الانترنت، مؤتمر صحافة الانترنت في العالم العربي، الواقع والتحديات، جامعة الشارقة 22-24 نوفمبر 2005، كلية الاتصال، جامعة الشارقة، متاح على الرابط:

http://site.iugaza.edu.ps/jdalou/files/2012/03/الصحافة-العربية-في-الانترنت.pdf لتطبيقات-التقليدية-والمستحدثة-للصحافة-العربية-في-الانترنت

109- علي عبد الرحمن عواض، وقائع مؤتمر صحافة الإنترنت في الوطن العربي : الواقع والتحديات ، في الفترة 22 إلى 23 نوفمبر 2005، تنظيم كلية الاتصال، جامعة الشارقة.

المقالات:

- 110- بشار عباس . دليل الأنترنت .- مجلة المعلوماتي.- ع 46 لبنان ، 1996.
- 111- جمال الراشد، دور الخدمات الإلكترونية في تطور الإعلام، المجلة المصرية لبحوث الإعلام، جامعة القاهرة، كلية الإعلام، العدد 9، سبتمبر، 2003.
- 112- جمال درير، الجمهور الرياضي والصحافة الإلكترونية، دراسة ميدانية حول استخدامات الطلبة الجامعيين للصحافة الرياضية الإلكترونية والإشباع المحققة من ذلك، طلبة جامعة الجزائر 3 نموذجاً، مجلة الحوار الثقافي، المجلد الثالث، العدد الثاني، 2014.
- 113- رمزي بن جابا لله، الصحافة الإلكترونية وأثرها مقروئية الصحافة الورقية، مجلة الآداب والعلوم الإنسانية، العدد 9، ديسمبر 2012، جامعة الحاج لخضر ، باتنة.
- 114- سعد محمد الغريب النجار، التفاعلية في الصحف العربية على الإنترنت، أبحاث المؤتمر الدولي، تكنولوجيا جديدة لعالم جديد، جامعة البحرين، 7-9 أبريل 2009، منشورات جامعة البحرين 7-9 أبريل. 2009
- 108- علي قسايسية، مدخل لإشكالية جمهور الواب، المجلة الجزائرية للاتصال، ع 18، جوان 2004، جامعة الجزائر.
- 115- فريدة بوعكاز، القائم بالاتصال في ظل بيئة الإعلام الجديد: التحديات، المصادر والأدوار، المجلة الجزائرية لبحوث الإعلام والرأي العام، مج 3، ع 1، جوان 2020.
- 116- محمد فتحي عبد الهادين، الإنترنت وخدمات المعلومات، المجلة العربية للمعلومات، المجلد 22، ع 2، تونس، المنظمة العربية للتربية والثقافة والفنون، 2001.
- 117 محمد مليك، تأثير الصحافة الإلكترونية على الصحافة المطبوعة رؤية تحليلية لواقع القائم بالاتصال بين البيئتين، مجلة الإعلام والمجتمع، مج 2، ع 2، جوان 2018.
- 118- نجوى عبد السلام فهمي ، التفاعلية في المواقع الإخبارية العربية على شبكة الإنترنت، المجلة المصرية لبحوث الرأي العام ، المجلد الثاني ، العدد الرابع ، أكتوبر -ديسمبر 2001 .
- 119- نصر الدين ليعاضي، الصحافة الإلكترونية العربية والمجال العام :فضاءات مشتركة للاستقطاب والمشهدية، مركز الجزيرة للدراسات، 7 فيفري 2018، ص12، متاح على الرابط:

https://studies.aljazeera.net/sites/default/files/articles/mediastudies/documents/e78fb845bec24485976f92a6bb74f5fa_100.pdf

120- نصر الدين ليعاضي، الصحافة الجزائرية في بيئة الواب وإرهاصات التغيير، متاح على الرابط:
<https://www.asjp.cerist.dz/en/downArticle/259/3/6/71635>

المواقع الإلكترونية:

121- الاتحاد الدولي للاتصالات: 2.9 مليار شخص ما زالوا بدون إنترنت، 96% منهم يعيشون في البلدان النامية، متاح على الرابط:

<https://news.un.org/ar/story/2021/11/1088642>

122- باسم الطويسي، الصحافة الإلكترونية في العالم العربي، سياقات النشأة وتحديات التطور، مركز الجزيرة

للدراستات، فيفري 2019، متاح على الرابط:

<https://studies.aljazeera.net/ar/mediastudies/2019/02/190211075743953.html>

123- توفيق السعد، التفاعلية على الانترنت ومواقع الصحف الإلكترونية، متاح على الرابط:

<https://www.ahewar.org/debat/show.art.asp?aid=254688>

124- خليل جابر، تاريخ شبكة المعلومات العالمية إنترنت، متاح على الرابط:

https://www.angelfire.com/biz/kha98/maqlat_mhadrat/internethistory.htm

125- غسان عبد الله، مقارنه بين الصحافة الإلكترونية والورقية، متاح على الرابط:

<https://www.albylad.com/article.php?id=423027>

126- الفروق بين الصحافة الورقية والإلكترونية:

<https://palestinemedia.wordpress.com/2011/09/12/178/>

127- كيف يتم تكوين جمهور الصحافة الإلكترونية؟ متاح على الرابط:

<https://e3arabi.com/?p=641212>

128- محمد جمعة جبالي، الإنترنت.. تاريخ من التطور المذهل، متاح على الرابط:

<https://www.skynewsarabia.com/technology/584373-الإنترنت-تاريخ-التطور-المذهل>

129- محمد سيد محمد سيد، تأثير الصحافة الإلكترونية على مستقبل الصحف الورقية، متاح على الرابط:

<http://www.alukah.net/culture/0/50101/>

130- مراحل تطور الإنترنت، متاح على الرابط:

<https://baytdz.com/?print=pdf>

131- مقارنة بين الصحافة الإلكترونية والورقية، مدونة طالبات قسم الصحافة بجامعة أم القرى للعام الدراسي

1431، متاح على الرابط:

<https://e1journalism.wordpress.com/2011/01/10/>

132- منتديات ستار تايمز، الفرق بين الصحيفة المطبوعة والصحيفة الإلكترونية، متاح على الرابط:

<https://www.startimes.com/?t=15184640>

133- المنهاج الدراسي المعتمد للترخيص الدولية لقيادة الحاسوب. الإصدار 3.0، ص 43، متاح على الرابط:

موقع البورصة، تاريخ نشأة الإنترنت، متاح على الرابط:

<https://alborsaanews.com/2014/11/29/625151>

134- ياسمين صالح، مراحل تطور الإنترنت، متاح على الرابط: <https://www.almsal.com/post/926398>
المراجع باللغة الأجنبية:

135- Arnond Dufour, Internet, Paris : puff,coll que sais- je ? 1996.

136- Francis Balle, Dictionnaire des médias, la rousse, Bardas, Paris, 1998.

137- Glotz, Peter; Bertschi, Stefan & ;Locke, Chris, “Introduction: Mobile Phones and Mass Communications”, Knowledge, Technology & Policy, Vol. 19, Issue. 2, 2006.

138- Khaled Zouari, La presse en ligne : vers un nouveau media ?, Les enjeux de l’information et de la communication, Grenoble, volume1, 2007.

139- *Sharing Resources*, A Brief History of the Internet, on line, https://www.usg.edu/galileo/skills/unit07/internet07_02.phtml