وزارة التعليم العالي والبحث العلمي
جامعة عبد الحميد بن باديس - مستغانم -
كـليـــة العـــلوم الاجتـمـــــاعيـة
قســم عــلوم الاعــلام و الاتصـــال
صحافة واتصال

مذكرة تخرج لنيل شهادة الماستر الموسومة بـ :

التـفـاعلية فـــي الصحـــافة الالكتـــرونـــية

جريدة الشروق –نموذجا–

إعداد الطالبة :
بارودة نصيرة

تحت إشراف :
صالح فلاق شبرة

السنة الجامعية : 2012 – 2013

شكر و تقدير

بسم الله الرحمن الرحيم

" و قل اعملو فسيرى الله عملكم و رسوله و المؤمنون و سيردون إلى عالم الغيب و الشهادة فينبؤكم بما كنتم تعملون " .

صدق الله العظيم الآية 105 من سورة التوبة .

بحمد الله و توفيقه أتممت هذا العمل المتواضع و بهذا أتقدم بالشكر الجزيل إلى الأستاذ المؤطر صالح فلاق شبرة .

و أشكر جزيل الشكر طلبة العلوم الإنسانية الذين ساعدونا كثيرا في إنجاز البحث التطبيقي .

كما لا يفوتني أن أشكر الأسرة العلمية لقسم علوم الإعلام و الإتصال و ذلك بفائق التقدير و الاحترام .

مقدمة

يعرف العالم اليوم تطورات سريعة في ميدان الاتصال انعكس بصورة كبيرة على ميدان الاعلام و عالم الصحافة المكتوبة بصفة خاصةهذه الأخيرة التي يمتد تاريخها إلى قرون بعيدة و التي لعبت دورا فعالا في حياة الفرد و المجتمع من خلال وظائفها المتنوعة التي هي بدورها تغيرت بتغير تقنيات وسائل الصحافة المكتوبة .

فعالم الاعلام في هذا الزمن الذي يشهد تطورات في مختلف التقنيات الاتصالية أصبح يفرض علينا التكنولوجيات الحديثة و إدراجها ضمن دائرة الاستعمال اليومي في حياتنا ، فيبدو واضحا تأثر عالم الصحافة المكتوبة بهذا الاكتساح التكنولوجي الذي بدأ بتقديم خدمات لتسهيل مختلف العمليات الانتاجية و التحريرية داخل الجريدة من تم الانتقال إلى مفهوم ثاني سهلته مختلف الوسائط الاعلامية من الأقراص المضغوطة و تطور الانترنت و بذلك ميلاد النشر الالكتروني الذي قلب معه كل المعايير الاعلامية ، لذلك تعتبر بداية التسعينات الفترة الزمنية التي عرفت انفجار وسائل الاتصال و التي شكلت بداية جديدة في عالم الاعلام على أنواعه ، و في ظل هذا التطور التكنولوجي استفادت و تستفيد الصحافة المكتوبة من هذه التطورات بصفة واضحة انعكس على الوسيلة في حد ذاتها حيث جعلت كل ما كان مطبوع و مكتوب بالحبر على الورق الكترونيا .

فميلاد الصحافة المكتوبة كان نتاج سيرورة طبيعية لتطور تقني مشهود في عالم الاتصال خصوصا اللاسلكي و يمكن القول أنها فرضت نفسها و أصبحت تؤثر على الفرد في صورته الاستهلاكية كقارئ لصحيفته و على المؤسسات الاعلامية خصوصا المكتوبة منها لأنها تتميز بصفات مختلفة و من بين هذه الميزات التفاعلية .

و من هذا المنطلق تتناول دراستنا موضوع الصحافة الالكترونية و مدى تفاعل القارئ معها باستعمال العديد من الوسائل .

الفصل الأوّل: الصحافة الإلكترونية

* تمهيد
* مفهوم الصحافة الإلكترونية
* ظهور و تطوّر الصحافة الإلكترونية
* أنواع الصحف الإلكترونية
* سمات الصحف الإلكترونية
* خدمات الصحيفة الإلكترونية
* الصحافة المطبوعة و الإلكترونية
* الصحافة الإلكترونية العربية

الفصلالثانّي : التفاعلية في الصحافة الإلكترونية

* تمهيد
* مفهومالتفاعلية
* عنصر التفاعلية على الأنترنت ومواقع الصحف الإلكترونية
* الدراسات التي اهتمت بدراسة التفاعلية على مواقع الصحف الإلكترونية
* أشكال التفاعلية
* خدمات الصحيفة الإلكترونية
* جمهور الصحف الإلكترونية
* خلاصة الفصل

الفهرس

أولا: مقدمة

ثانيا : الإطار المنهجي.....

1- تحديد الموضوع.....
2- أهداف الدراسة.....
3- أسباب اختيار الموضوع.....
4- تحديد الإشكالية.....
5- تحديد المصطلحات.....
6- الدراسات السابقة.....
7- منهج البحث.....
8- أداة البحث.....
9- مجتمع البحث.....

ثالثا : الإطار النظري.

الفصل الأول : الصحافة الإلكترونية.....ص13.

1- مفهوم الصحافة الإلكترونية
2- ظهور وتطور الصحافة الإلكترونية.....ص16
3- أنواع الصحف الإلكترونية.....ص21
4- سمات الصحف الإلكترونية.....ص26
5- خدمات الصحيفة الإلكترونية.....ص29
6- الصحافة المطبوعة والإلكترونية.....ص36
7- الصحافة الإلكترونية العربية.....ص40

الفصل الثانّي : التفاعلية في الصحافة المكتوبة

1- مفهوم التفاعلية.....ص45
2- عنصر التفاعلية في مواقع الصحف الإلكترونية.....ص48
3- الدراسات التي اهتمت بدراسة التفاعلية.....ص51
4- أشكال التفاعلية.....ص56
5- جمهور الصحف الإلكترونية.....ص59

رابعا : الإطار التطبيقي.....ص63

خامسا : خاتمة

تمهيد :

أحدث ظهور شبكة المعلومات الدولية الأنترنت ثورة معرفية في مجال الإتصالات والإعلام عبر مفاهيم كثيرة تتصّل بالعمليات الإعلامية التي تحدث في المجتمع و صارت علامة بارزة للعصر الذي نعيشه ، حيث اقترنت به كأهم سمات التطور التكنولوجي في تاريخ الإنسان و صارت عبارة عنصر الأنترنت توصيفا دقيقا لأهم مميزات العصر الحديث، لقد غيّرت شبكة الأنترنت العالم إذ مثّل ظهورها في أواخر الستينيات من القرن20 ثورة أطاحت بالعديد من المفاهيم و النظريات التي ظلت قائمة لقرون عديدة وولدت مفاهيم و نظريات جديدة تشرح عملية الإتصال الجديدة ، و لم تكن وسائل الإعلام الجماهيرية التقليدية بمنأى عن هذه الثورة التي تكاد تعصف بوسائل الإعلام الراسخة ، لم يكن يتوقع أحد أن تتعرض للإندثار و تصبح في ظل الأنترنت شيء من الماضي ولا غرابة في آن تظهر بين الحين و الآخر توقعات تشير إلى قرب إنتهاء حضارة الورق لتحل محلها ما يمكن أن نسميه حضارة الوسائط المتعددة و الإتصال الجماهيري التفاعلي و بالتالي ظهور الصحافة الإلكترونية.

الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية

وزارة التعليم العالي والبحث العلمي

كلية الـــعلوم الاجتـــماعـية

قسم علوم الإعلام والاتصال

سنة ثانية ماستر

صحافة واتصال

إنّي الطالبة السنة الثانية ماستر صحافة واتصال بصدد إنجاز مذكرة تخرج لنيل شهادة الماستر حول التفاعلية في الصحافة الإلكترونية " موقع الشروق الإلكتروني نموذج " لذا نرجوا منكم ملئ هذه الإستمارة بكل صدق موضوعية ، وذلك بوضع علامة (χ) أمام الإجابة المناسبة ونعلمكم أن إجابتكم ستوظف توظيفا علميا وبكل ثقة وأمانة وشكرا .

من إعداد :

- بارودة نصيرة

تحت إشراف :

الأستاذ : صالح فلاق بشرة

السنة الجامعية

2013 - 2012

الاستمارة

السمات العامة :

1- الجنس : ذكر ☐ انثى ☐

2- السن : سنة

3- المستوى الجامعي : أولى جامعي ☐ ثانية جامعي ☐ ثالثة جامعي ☐ رابعة جامعي ☐

ماستر 1 ☐ ماستير 2 ☐ دكتورا ☐

4- التخصص :

المحور الأول :اقبال الطلبة الجامعيين على الصحف الإلكترونية .

5 – هل تطالع الصحف الإلكترونية ؟

يوميا ☐ مرة في الأسبوع ☐ مرة في الشهر ☐

6 – منذ متى وانت تتصفح الصحف الإلكترونية :

أقل من ستة أشهر ☐ سنة ☐ أكثر من سنة ☐

7 – إذا كنت تطالع الصحف الإلكترونية فهل تقرأ :

التي لها نظير مكتوب ☐ ليس لها نظير مكتوب ☐ تطالعها معا ☐

8 – إذا كنت تتصفح الصحف الإلكترونية فهل تطالع :

الصحف الأجنبية ☐ الصحف الإلكترونية ☐ الصحف الإلكترونية الوطنية

9 – عندما تتصفح الصحف الإلكترونية هل :

تطالع كل صحيفة ☐ تطالع المواضيع التي تهمك ☐ تقرأ العناوين فقط

10- هل ترى أن ظهور الصحافة قد أدخل تجديدا على آليات الحصول على الأخبار ؟

نعم ☐ لا ☐

في حالة الإجابة بنعم فلماذا ؟

.....

.....

11- ما هو تقييمك لأداء الصحيفة الإلكترونية ؟

.....

.....

المحور الثاني : إقبال الطلبة الجامعيين على صحيفة الشروق الإلكترونية

12– هل تتصفح جريدة الشروق الإلكترونية ؟

نعم ☐ **لا** ☐

13 –هل تتصفح جريدة الشروق الإلكترونية نظرا ل :

*** لأنها تمدك بالأخبار الجديدة يوميا** ☐

*** لأن المعلومات التي تتوفر عليها لا تتوفر في الصحيفة الورقية** ☐

***لإمكانية الرجوع إليها** ☐

*** لأنها تتميز بإخراج جيّد** ☐

*** لوضوح الصور والألوان والعناوين** ☐

14– ما الفائدة المحققة عند تصفحك لجريدة الشروق الإلكترونية ؟

الإعلام ☐ **الترفيه** ☐ **التثقيف** ☐

15– ما رأيك في المواضيع المعالجة في جريدة الشروق الإلكترونية ؟

جيّدة ☐ **متوسطة** ☐ **ضعيفة** ☐

16 –هل تريد لجريدة الشروق الاستمرارية بالشكل الذي هي عليه ؟

نعم ☐ **لا** ☐

إذا أجبت بنعم فلماذا ؟

.....

.....

المحور الثالث: تفاعل الطلبة الجامعيين مع صحيفة الشروق الإلكترونية :

17 – هل تبدي تفاعل مع صحيفة الشروق الإلكترونية ؟

نعم ☐ **لا** ☐

18 – إذا كنت تتفاعل مع صحيفة الشروق الإلكترونية هذا التفاعل يكون :

بينك وبين المحتوى ☐ **بين المحرر** ☐ **بينك وبستخدم الآخر** ☐

19 – هل ترى أن صحيفة الشروق الإلكترونية أكثر جاذبية من الورقية ؟

نعم ☐ **لا** ☐

20 – ماهي خدمات الاتصال التي تستخدمونها من أجل التفاعل مع صحيفة الشروق الإلكترونية ؟

خدمة البريد الإلكتروني خدمة التخاطب الفوري المنتديات

أخرى تذكر .....

21 – هل صحيفة الشروق الإلكترونية جعلتك تستغني عن الصحف الإلكترونية الأخرى ؟

نعم ☐ **لا** ☐

22 –هل تفاعلك مع جريدة الشروق الإلكترونية يلقى رجع صدى من قبل أحد أطراف الصحيفة ؟

نعم ☐ **لا** ☐

كيف ذلك ؟ .....

23 – ما هو تقييمك لجريدة الشروق الإلكترونية خاصة فيما يتعلق بالخدمات الاتصالية التي تقدمها للمشاركة بآرائك وأفكارك ؟

قائمة المراجع

1. حسني محمد نصر ، مكتبة الفلاح للنشر والتوزيع ، ط1 ، الإمارات الغربية المتحدة، 2003.
2. محمود خليل ، أسس بناء الأنظمة التطبيقية في التحرير الصحفي ، العربي للنشر والتوزيع ، ط1 ، القاهرة ، 1997.
3. شريف درويش ، الصحافة الإلكترونية ، دراسات في التفاعلية وتصميم المواقع ، الدار المصرية اللبنانية ، القاهرة 2005.
4. غدي عبد الرحمان ، عالم الاتصال ، ديوان المطبوعات الجامعية ، الجزائر 1990.
5. محمد علي الدين ، الصحافة في عصر المعلومات ، الأساسيات والمستحدثات ، العربي للنشروالتوزيع،القاهرة2000 .
6. فضيل دليو ، التكنولوجيا الجديدة للإعلام و الاتصال (NTIC) المفهوم والاستعمالات والأفاق ، دار الثقافة للنشر والتوزيع ، الجزائر 2010.
7. حسين شفيق ، الإعلام الإلكتروني بين التفاعلية والرقمية ، رحمة برس للطباعة والنشر ، ط1 ، 2007 .
8. عبد الأمير فيصل ، الصحافة الإلكترونية في الوطن العربي ، دار الشروق للنشر والتوزيع ، عمان ، 2005 .
9. رضا عبد الواجد أمين ، الصحافة الإلكترونية ، دار الفجر للنشر والتوزيع ، ط1 ، القاهرة 2007 .
10. زيد منير سليمان ، الصحافة الإلكترونية ، دار أسامة للنشر والتوزيع ،ط1 ، الأردن ، 2009 .
11. محمد منير حجاب ، وسائل الاتصال ، نشأتها وتطورها ، دار الفجر للنشر والتوزيع ، القاهرة ، 2008 .
12. لقاء مكي ، المسؤولية الاجتماعية لصحافة الأنترنت ، كلية الإعلام ، بغداد ، 2004 .
13. صادق عباس مصطفى ، صحافة الأنترنت وقواعد النشر الإلكتروني ، الظفرة للطباعة ، أبو ظبي ، 2003 .
14. كتان إبراهيم السلوم ، تصميم الصفحات العربية على الأنترنت ، دار عالم الكتب ، الرياض ، 2002 .

15. سامية محمد جابر ، البحث العلمي الاجتماعي ، لغة مداخله ، مناهجه ، طرائفه ، دار المعرفة الجامعية للنشر ، دون طبعة ، الإسكندرية ،2004 .
16. موريس أنجلز (ترجمة) بوزيد صحراوي وآخرون ،منهجية البحث العلمي في العلوم الإنسانية ، تدريبات علمية ،دار القصبة ، 2004 .
17. أحمد بن مرسلي ، مناهج البحث العلمي في علوم الإعلام والاتصال ،ديوان المطبوعات الجامعية ، 2005 .
18. ريحي مصطفى عليان ، النشر الإلكتروني ، دار صفاء للنشر والتوزيع ، ط1، 2010 .
19. محمد عبيد وآخرون ، منهجية البحث العلمي ، القواعد والمراحل والتطبيقات، دار وائل للطباعة والنشر ، عمان ، 1999 .
20. السيد بحيث ، الصحافة والأنترنت ، العربي للنشر والتوزيع ، ط1 ، 2006 .
21. حسنين شفيق ، الإعلام التفاعلي ، ثورة تكنولوجية جديدة في نظم الحاسبات والاتصالات ، 2008 .
22. ليلى عبد المجيد ومحمود علي بدين ،فن التحرير الصحفي للوسائل المطبوعة والإلكترونية ، دار السحاب للنشر والتوزيع ، ط1 ، القاهرة ، 2008 .
23. ماجد سالم تريان ، الأنترنت والصحافة الإلكترونية ، الدار المصرية اللبنانية ، القاهرة ، ط1 ، 2008 .
24. حقو علي ، الصحافة الإلكترونية العربية ، الواقع والآفاق ، دار الكتاب الجزائري ، 2005 .
25. حسن عمان مكاوي ، تكنولوجيا الاتصال الحديثة في عصر المعلومات ،الدار المصرية اللبنانية ، القاهرة 1993 .
26. عماد بشير ، تعزيز المحتوى الرقمي على الأنترنت ، مجلة معلوماتية ، 26،07،2005 .
27. فاروق أبو زيد ، مقدمة في عالم الصحافة ، مركز جامعة القاهرة للتعليم 1999 .
28. فضيل دليو ، مقدمة في وسائل الاتصال الجماهيرية ، ديوان المطبوعات الجامعية ، الجزائر 1998 .
29. محمود علي الدين ، محمد تيمور عبد الحسيب ، الحاسبات الإلكترونية وتكنولوجيا الاتصال، دار الشروق ، القاهرة 1997 .
30. محمد شويلي ، الإعلام الإلكتروني ، و مفهوم الصحافة ، مجلة النبأ ، العدد السادس ، ص 15 .

31. لقاء مكي العزاوي ، الصحافة الإلكترونية دراسة في الأمس ،وأفاق المستقبل http://WWW.aljaman.ws/VB/showhreadphp ? P=4775.90gmt
32. سعود السلطان ، من مميزات الصحافة الإلكترونية الحوار المتمدن http://www.rezgar.com/debat/shaw.art.asp?.aid=54769.
33. طلال أبو غزال ، الحكومة الإلكترونية . www.infosys-sy.com/internet1.html
34. تكنولوجيا الاتصالات الحديثة http://www.nura.com/surveys/analysis/graphs-chats/1995graphs

Haut du formulaire
Bas du formulaire

الشلف: أساتذة يقاطعون تصحيح أوراق البكالوريا لانعدام التكييف

2013/06/16قراءات (240) تعليقات (0)

أقدم، صباح السبت، الأساتذة المكلفون بتصحيح أوراق امتحان شهادة البكالوريا بمركز ثانوية حشماوي عبد القادر ببلدية أم الدروع بولاية الشلف، على الاحتجاج حيث امتنعوا عن دخول المركز لمباشرة عملهم واعتصموا في مدخل المركز المذكور، وذلك بسبب انعدام ما وصفوه بالظروف المناسبة لعملهم كالمكيفات الهوائية ... .

مقتل طفل بعد سقوطه في بئر بقصر الحيران بالأغواط

أخر تحديث : الإثنين 13 مايو 2013 - 10:10 صباح

هكذا تناول الإعلام الجزائري(الانسحاب): الشروق تعتبر أن حزب الاستقلال يبتز الملك لإشعال الحرب مع الجزائر، وقرار الانسحاب لم يكن مستغربا. .

أحدث أخبـار الموقع

- المعتكفون.. قصة «اعتقال» المكلفين بتهييء الامتحانات ل50 يوما: تفاصيل ...
- اعطيت 5 مليون رشوة باش ندخل للدرك الملكي وتشمت
- مثلجات بنكهات رئاسية
- هدفا المغرب ضد غامبيا
- مقام النبي موسى عليه السلام يطل على البحر الميت
- مخلوق غريب يخرج من تحت الارض

1,079قراءة بتاريخ 13 مايو, 2013

أكادير24
دخل الاعلام الجزائري على خط القرار الذي أعلنه المجلس الوطني لحزب الاستقلال بخصوص الانسحاب من الحكومة. في هذا الإطار، كتبت جريدة الشروق الجزائرية، وقالت : إن انسحاب حزب الاستقلال لم يكن مستغربا وذلك بعد "سلسلة من الخلافات التي طفت على السطح بين الأعضاء المشكلين للائتلاف الحكومي، وأبرزها محاولات حزب العدالة والتنمية، فتح تحقيق في قضايا الفساد المتورط فيها عدد من كبار المسؤولين السابقين المحسوبين على حزب الاستقلال والمقربين من الملك المغربي، وهو ما أيقظ شرارة الخلاف بين الحزبين إلى حد التراشق العلني بتهم سوء الإدارة والفساد."
و نقلت الجريدة الأكثر مبيعا في الجزائر قولها نقلا عن مصدر من داخل حزب العدالة أن موقف حزب الاستقلال كان "بإيعاز من الديوان الملكي، الذي يبدو أنه غير راض عن آداء الحكومة برئاسة الإسلاميين، وخاصة تعاطيهم مع ملف العلاقات مع الجزائر، حيث انتهجت حكومة الإصلاحات المغربية سياسة تقارب وتبادل الزيارات بين كبار المسؤولين في البلدين، كان من أبرزها مشاركة الوفد المغربي برئاسة بن كيران، في تأبين الرئيس الراحل أحمد بن بلة، وأيضا اللقاءات المتكررة لرئيس الدبلوماسية المغربية سعد الدين العثماني، مع المسؤولين الجزائريين، وهو المعروف باتزانه ووسطيته السياسية وتفضيله لغة الحوار الهادئ مع الجزائر."

تمهيد :

قدمت الأنترنت البيئة اللزمة لظهور الإعلام الرقمي بشكل لم يكن هاما بنفس القوة والفاعلية لا من خلال التلفزيون التفاعلي ولا من خلال شبكات التلفزيون الخاصة وإنما استطاع نموذج الإعلام الرقمي على شبكة الأنترنت ان يثبت نظام أكثر قدرة على تنمية مشاركة المستخدم وتحقيق درجة أعلى من التفاعلية و الحكم في الاتصال .

وتأتي التفاعلية كأهم وأقوى الملامح المميزة للنشر الفوري وهي طريقة أو أسلوب في الاستخدام أكثر من كونها منتج محدود وهي سمة خاصة بعملية أكثر منها كمنتج اتصالي ويمكن أن تأخذ مستويات مختلفة ، وتظل التفاعلية في المطلب الرئيسي الذي يبحث عنه الكثير من المستخدمين بينما لم يدرك مفهومهما إلا القليل جدا من منتجي الرسائل الإعلامية ، فنظام الفيديو وتكست فكرة دفع المواد الإخبارية إلكترونيا إلى المستخدمين في منازلهم وكذلك الحال بالنسبة للصحف الفورية فكلاهما قدم المواد الإعلامية بشكل أسرع وبشكل أكثر إقترابا من الإهتمامات الشخصية لكل مستخدم ، إلا أن معظم تطبيقاتهم تجاهلت بشكل واضح الملامح و الخصائص الأساسية التي تميز الإتصال عبر الوسيلة الجديدة .

المبحث الأول :*مفهوم الصحافة الإلكترونية*

لعّل من أبرز التطور الذي شهدته الصحافة المطبوعة مستفيدة في ذلك من تكنولوجيا الحاسب الآلي و تكنولوجيا الإتصال الشبكي ظهور ما يسمى بالصحافة الإلكترونية في إشارة إلى الصحافة اللاّورقية ثم نشرها على شبكة الأنترنت ، ويقوم القارئ بتصفحها و البحث داخلها بالإضافة إلى حفظ المادة التي يريدها منها و طبع ما يرغب في طباعته ، كما يعود الفضل لظهور الصحافة الإلكترونية إلى مجالات الباحثين و الصحفيين المتعددة لإتباع صحيفة لاورقية تستطيع أن تقوم بوظائف الصحيفة المطبوعة و نضيف إليها من خلال إستغلال الإمكانيات الإتصالية لشبكة الأنترنت و يتوقع الباحثون في هذا المجال أن تقوم المحاولات المستمرة لتطوير الصحيفة الإلكترونية إلى تقدمها على الصحيفة الورقية في الوقت القريب على إعتبار أن السبيل لبقاء الصحافة بصفة عامة كوسيلة إتصال جماهيرية يكمن في تطورها من حيث الشكل إلى وسيلة إلكترونية بمفهوم آخر و أشمل و أعّم هو مفهوم النشر الإلكتروني الذي يستخدم إلى الإشارة إلى استخدام الكمبيوتر في عمليات الإنشاء و تحرير و تصميم و طباعة وتوزيع المطبوعات و بالتالي فإنّ غالبية الصحف الورقية يمكن إعتبارها مطبوعات إلكترونية لأنّها تنشأ وتحرر وتنسق ، تُنقل إلى المطابع و توزع بإستخدام أجهزة الكمبيوتر كما يشير مفهوم النشر الإلكتروني على مستوى محدد إلى إستخدام أجهزة الكمبيوتر و شبكات الإتصال في توزيع المنتج النهائي للقراء(1) ، إنّ النشر الإلكتروني لا يعني فقط مجرد إستخدام أنظمة النشر المكتبي الإلكتروني و أدواته Desk Top publishing DTP بل يمتد حقل النشر الإلكتروني لأن يشمل أيضا النشر عبر الأنترنت on line publishing أو توزيع المعلومات و الأخبار من خلال وصلات إتصال عن بعد telecommunicationlink ، أو من خلال تقنية الوسائط المتعددة و غيرها من النظم الإتصالية التي تعتمدعلى شبكات الحاسبات .

(1) حسني محمد نصر الأنترنت و الإعلام ، الصحافة الإلكترونية ،مكتبة الفلاح للنشر و التوزيع .ط1 سنة 2003 ، الإمارات العربية المتحدة ص 90.

يشار إلى صحافة الانترنت في الدراسات و الكتابات العربية بمسميات عديدة أبرزها الصحافة الفورية ، الصحافة الرقمية ، النسخ الإلكترونية ، صحافة الأنترنت .(1)

و قد قدم أكثر من تعريف للصحافة الإلكترونية ، فمنهم من عرّفها على أنّها "الصحف التي تستخدم الأنترنت كقناة لإنتشارها بالكلمة و الصورة الحية والصوت أحياناً و بالخبر المتغير آنيًا " ، كما عرفت على أنّها "تلك الصحف التي يتم إصدارها عبر شبكة الانترنت و تكون كجريدة مطبوعة على شاشة الكمبيوتر و تشمل المتن و الصورة و الرسوم و الصوت

و قد تأخد شكلا أو أكثر من نفس الجريدة المطبوعة الورقية أو موجز بأهم محتويات الجريدة الورقية أو منابر ومساحات للرأي أو خدمات مرجعية وإتصالات مجتمعية".

فيما وضع الدكتور فايز عبد الله الشهري تعريف الصحافة الإلكترونية يؤكد بأنها عبارة عن تكامل تكنولوجي بين أجهزة الحاسبات الإلكترونية و ما تملكه من إمكانيات هائلة في تخزين و تنسيق و تبويب و تصنيف المعلومات و إسترجاعها في ثواني معدودات ، و بين التطور الهائل في وسائل الإتصالات الجماهيرية التي جعلت العالم قرية إلكترونية صغيرة .

و تعرّفها "مها صلاح " بأنّها الصحف التي يتم إصدارها و نشرها على شبكة الأنترنت وقواعد البيانات و تقدّم خدماتها نظير إشتراك أو مجانا ، حيث تكون على شكل صفحات يطالعها المستخدم عبر شاشة الحاسب الآلي .

و ترى "مها الطرابشي " أن الصحيفة الإلكترونية عبارة عن منشور إلكتروني يجمع بين مفهومي الصحافة التقليدية و نظام الملفات المتتابعة التي يتبعها النشر الإلكتروني ، وبهذه الطريقة فهي منشور إلكتروني يصدر بصفة دورية منتظمة ولها موقع محدد على شبكة الأنترنت .

(2) السيد بخيت ، الصحافة و الأنترنت ، العربي للنشر و التوزيع ، ط 1 سنة 2000 ، القاهرة ص 22

و الصحافة الإلكترونية هي تفاعل إمكانات الحاسبات الإلكترونية و ما تملكه من إمكانيات هائلة في تنسيق المعلومات و تنسيقها و تبويبها و تصنيفها و إسترجاعها في ثوان معدودة و بين التطور الهائل في وسائل الإتصال الجماهيرية.(1)

تتعدد تعريفات الباحثين و أساتذة الإعلام للصحافة الإلكترونية و يعود ذلك لاختلاف السمات و الوظائف الإعلامية بين أنماط الصحافة الإلكترونية و بحسب درجة الإستفادة من تكنولوجيا المعلومات و الإتصالات مثل الأقمار الصناعية، الإتصالات الرقمية ، الوسائط المتعددة ، و من التعريفات المطروحة .

الصحافة الإلكترونية هي نوع من وساءلالإتصال عبر الأنترنت و شبكات المعلومات و الإتصالات الأخرى ، تستخدم فيه آليات و مهارات العمل في الصحافة المطبوعة مضاف إليها مهارات و آليات تقنيات المعلومات التي تناسب إستخدام الفضاء الإلكتروني كوسيط أو وسيلة إتصال ، بما في ذلك إستخدام النص و الصوت و الصورة و المستويات المختلفة من التفاعل مع المتلقي لإستقصاء الأنباء الآنية و غير الآنية و معالجتها و تحليلها و نشرها على الجماهير عبر الفضاء الإلكتروني بسرعة .

(1) ماجد سالم تريان ، الأنترنت و الصحافة الالكترونية ، القاهرة ، الدار المصرية اللبنانية ، ط1 ، 2008 ،ص 93

كما ساهمت شبكة الانترنت في تعظيم الأثر الإتصالي للعملية الإعلامية من خلال توافرعناصر مسموعة و مقروءة و مرئية بالإضافة لتحول أغلب وسائل الإعلام التقليديةإلى مواقع الإلكترونية و من هذه المواقع CNN و New York Times ، و يتم تحديث صفحاتها بصورة مستمرة و خلال دقائق معدودة ، كما ظهرت مصطلحات جديدة و منها : صحافة الأنترنت التي لم يظهر لها تعريف شامل متكامل ، حيث يطلق عليها البعض صحيفة الويب ، بما أنّ الصحف التقليدية تطبع على ورق فإن صحافة الأنترنت تضع مادتها على الشبكة و المواقع الإلكترونية .(1)

و قد رصدت التعريفات السابقة مجموعة من المؤشرات التي تشير إلى الصحافة و منها :

1. أنّها منشور إلكتروني دوري يحتوي على الأحداث الجارية .
2. يتم قرائتها من خلال جهاز كمبيوتر ، وغالبا ما تكون متاحة عبر شبكة الأنترنت.
3. يتم إصدارها بطريقة الإلكترونية من حيث تحريرها تصحيحها و تصميم الرسوم و إعدادها و تركيب الصفحات ثُم بثّها إلى جهاز كمبيوتر متصّل بالشبكة .
4. تتيح للقارئ تصفحها و إستدعائها و البحث في محتوياتها و وحفظ المادة التي يريدها و طبع ما يرغب به .
5. النصوص فيها مرتبطة بصحف ورقية مطبوعة و أحيانا بدون نسخ مطبوعة.
6. تكون على شكل خدمات يطالعها المستخدم عبر شاشة الحاسب الآلي.
7. منشور إلكتروني يصدر بصفة دورية ، ولها موقع محدد على شبكة الأنترنت و تخزين المعلومات .(2)

---

(1) محمود علي الدين، الصحافة الإلكترونية،دار السحاب للنشر و التوزيع ،القاهرة ، ط1 2008 ص 09.

(2) ماجد سالم تريان، الأنترنت و الصحافة الإلكترونية ، مرجع سابق ، ص 97.

المبحث الثانيّ :تطور و نشوء الصحافة الإلكترونية

يرجع تطور الصحافة الإلكترونية إلى إستخدام الحاسوب في الصحافة إبّان الستينيات من القرن الماضي ، إذ تم إصدار أوّل صحيفة عولج محتواها كاملا بالحاسوب في جامعة كارولينا الشمالية بالولايات المتحدة الأمريكية .

تبع ذلك تقديم خدمات حاسوبية صحفية بالطلب الهاتفي عام 1980 لتنتقل الصحف في السنوات اللاحقة من تقديم خدمات قواعد البيانات و الخدمات الإخبارية إلى تقديم لوحة النشرات الإلكترونية عام 1985 .و يعتبر نظام النشرة الإلكترونية أوّل أداة تفاعلية عبر الحاسوب الشخصي ، و هي تسمح لجهازين بالإتصال مع بعضهما بالمودم عبر خطوط الهاتف .

و إذا كانت الصحيفة الإلكترونية هي نتاج للتطور الهائل الذي شهدته تكنولوجيا الحاسب الآلي ، فإنّ الفضل في ظهورها يعود إلى محاولات الباحثين و الصحفيين المتعددة لإنتاج صحيفة إلكترونية تستطيع أن تقوم بوظائف الصحيفة الورقية وتضيف إليها من خلال إستغلال الإمكانات الإتصالية لشبكة الأنترنت.

وعندما أصبح الأنترنت ظاهرة وخرج من إطار الإستخدامات الحكومية و الجامعية المحدودة ظهر إلى النور ما يسمى بالنشر الإلكتروني للصحف و مواقع المعلومات و الأخبار ، و بدأت الصحف في الخروج إلى الأنترنت بدوافع عديدة لعّل من أهمها محاولة الإستفادة من التكنولوجيا الجديدة لتعويض الإنخفاض المتزايد في عدد قرائها وفي عائدات الإعلان .

ثم بدأ ظهور الصحف المنشورة إلكترونيًا على الانترنت في ماي 1992 حيث صدرت " chicago online" وكأول صحيفة إلكترونية على شبكة " Amirica online" [1].

(1) ربحي مصطفى عليان و إيمان السامراني ، النشر الإلكتروني ، دار صفاء للنشر و التوزيع ، عمان ط1 2010

وفي عام 1994 أطلقت صحيفتا ديلي تلغراف Daily Telegraph و التايمز Times البريطانيتين نسختهما الإلكترونية على الأنترنت ، و تضمن موقع التايمز ندوة نقاش تفاعلية ، إلّا أنّها كانت خدمة نصّية متواضعة لم يتم تضمينها تكنولوجيا الواب الحديثة.

و خلال وقت قصير للغاية ، انتشرت الصحف المنشورة إلكترونيا على شبكة الأنترنت حتى أنّ عددها قد زاد من 154 صحيفة بداية عام 1996 إلى 1600 في أواخر العام نفسه ، وحول موضوع تزايد عدد الصحف الإلكترونية وانتشارها في العالم يقول الدكتور عبد الستار فيكي "لقد تزايد الإتجاه في الصحف على مستوى العالم إلى التحول إلى النشر الإلكتروني بسرعة كبيرة في عام 1991 لم يكن هناك سوى 10 صحف فقط على الأنترنت ثم تزايد هذا العدد حتى بلغ 1600 صحيفة عام 1996 و قد بلغ عدد الصحف عام 2000 على الأنترنت 4000 صحيفة على مستوى العالم كما أنّ حوالي 99‰ من الصحف الكبيرة و المتوسطة في الولايات المتحدة الأمريكية قد وضعت صفحاتها على الأنترنت"[1].

و كانت الصحف المنشورة إلكترونيا الأولى على الأنترنت عبارة عن نسخة مطابقة لتلك الورقية ، ثم تطورت بعد ذلك لتشغل لإمكانات التي تتيحها الشبكة العنكبوتية لتحديث مستمر للأخبار وقت وقوعها و استخدام الروابط التفاعلية و مساحات النقاش و إمكانية التعليق على الأخبار و التقارير إلى جانب العديد من المميزات .

يقول شيدان "إنّ عام 1981 يمثّل أوّل بداية حقيقية لظهور الصحافة الإلكترونية الشبكية عندما قدمت كومبيوسيرف خدماتها الهاتفية مع 11 صحيفة مشتركة في الأسوسيتبدبرس ، إلا أنّ هذه الخدمة توقفت عام 1982 بعد انقصاص الشراكة".[2]

(1)صادق عباس مصطفى،صحافة الأنترنت و قواعد النشر الإلكتروني ، الضفرة للطباعة أبو ظبي، ط1 ،2003،ص 110.

(2)زيد منير سليمان ، الصحافة الإلكترونية ، دار أسامة للنشر و التوزيع ، الأردن ، 2009، ص 07.

لقد كانت بداية الصحافة الإلكترونية كما يرجعها سيمون باينزS.Bains "كثمرة تعاون بين مؤسستي BBC الإخبارية وإندبندت برود كاستينغ أوثورونتي IBA عام 1976 ضمن خدمة تلتكست ، فالنظام الخاص بالمؤسسة الأولى ظهر تحت إسم سيفاكس CEEFAXبينما عرف نظام المؤسسة الثانية بإسم أوراكل ORACLE . وفي عام 1979 ظهرت في بريطانيا خدمة ثانية أكثر تفاعلية ، عرفت بإسم خدمة الفيديوتكست مع نظام بريتسل Prestel قدمتها مؤسسة تلفون أوثوريتي BTA".

وعلى الرغم من أن محاولات هذه المؤسسات لم تلق النجاح المطلوب إلّا أنّ الأمر تغير كليا مع بداية التسعينات الذي حمل معه تطورات هائلة على جميع المستويات ، و إذا كان نجاح خدمة teleText مرده الإعتماد على جهاز التلفزيون ، فإنّ نجاح الصحيفة الإلكترونية مرتبط مباشرة بتوافر أجهزة الكمبيوتر و تطور البرامج التي تسهّل الوصول إلى الأنترنت و التعامل معها ، وفي مرحلة التسعينات أصبح للأنترنت دورا بارزا في نشر المواد الإعلامية بمختلف صورها و أشكالها و بلغات عديدة، و استفاد من ذلك العديد من وسائل الإعلام و على رأسها الصحف التي تزايد أعداد مواقعها على الأنترنت بشكل كبير خلال عقد التسعينات.

وفي عام 1992 أنشأت شيكاغو أنلاين أوّل صحيفة إلكترونية على شبكة أمريكا أنلاين و بحساب كاواموتو فإنّ موقع الصحافة الإلكترونية الأوّل على الانترنت إنطلقت عام 1993 في كلية الصحافة و الإتصال الجماهيري في جامعة فلوريدا و هو موقع بالوألتو أونلاين PaloAlto و ألحق به موقع آخر في 19 جانفي 1994 هو ألتوبالو ويكلي لتصبح الصحيفة الأولى التي تنشر بانتظام على الشبكة .

وبدأت غالبية الصحف الأمريكية تتجه إلى النشر عبر الأنترنت خلال عامي 1994-1995 و زاد عدد الصحف اليومية الأمريكية التي أنشأت مواقع إلكترونية من 60 صحيفة نهاية عام 1994 إلى 115 صحيفة عام 1995 إلى 368 في منتصف عام 1996 .

وتعد صحيفة "الواشنطن بوست" أوّل صحيفة أمريكية تنفد مشروعا كلف تنفيذه عشرات الملايين من الدولارت يتضمن نشرة تعدها الصحيفة يعاد صياغتها في كل مرة تتغير فيها الأحداث مع مراجعة وثائقية و إعلانات مبوبة و أطلق هذا المشروع إسم"(الحبر الورقي) و الذي كان فاتحة لظهور جيل جديد من الصحف هي (الصحف الإلكترونية) التي تخلت للمرة الأولى في تاريخها عن الورق و الأحبار و النظام التقليدي للتحرير و القراءة لتستخدم جهاز الحاسوب و إمكانياته الواسعة في التوزيع عبر القارات و الدول بلا حواجز أو قيود .

ولم يكن هذا المشروع سوى إستجابة للتطورات المسارعة في ربط تقنية الحاسوب مع تقنيات المعلومات ، وظهور نظم وسائط الإعلام المتعدد (Multi media)و ما تحقق من تنام لشبكة الأنترنت عموديا و أفقيا واتّساع حجم المستخدمين و المشتركين فيها داخل الولايات المتحدة و دول أخرى عديدة خصوصا في الغرب ، و البدء قبل ذلك بتأسيس مواقع خاصّة للمعلومات و منها معلومات إخبارية متخصصة مثل الرياضة و العلوم وغير ذلك ".

أمّا بناء المحتوى الإخباري لصحافة الأنترنت فقد تطور حسب Pelvic عبر ثلاث مراحل، ففي المرحلة الأولى كانت صحيفة الأنترنت بعد نشر معظم أو كل أو جزء من محتوى الصحيفة الأم و هذا النوع من الصحافة مازال سائدا .

والمرحلة الثانية يقوم الصحافيون بإعادة إنتاج بعض النصوص للتوائم مع مميزات ما ينشر في الشبكة و ذلك بتغدية النص بالروابط و الإشارات المرجعية و ما إلى ذلك، وهذا ما يمثّل درجة متقدمة عن النوع الأوّل .

أمّا المرحلة الثالثة فيقوم الصحافيون بإنتاج محتوى خاص بصحافة الأنترنت يستوعبوا فيه تنظيمات النشر الشبكي ويطبقوا فيه الأشكال العديدة للتعبير عن الخبر" .1

(1) لقاء مكي ، المسؤولية الإجتماعية لصحافة الأنترنت ، كلية الإعلام بغداد ، 2004 ، ص54.

الصحافة الإلكترونية إذن هي نتاج لإمتزاج الإعلام والتقنية الرقمية وهي برغم عمرها القصير إلّا أنّها حققت في نحو عقد من الزمان ما حققته الصحافة المطبوعة في عشرات السنين ، و تمكنت صحافة الأنترنت من تقديم مكاسب عديدة للمهنية الإعلامية ولجمهور القراء وكذلك لمستويات أخرى من المستفيدين مثل المعلنين و الطبقة السياسية و مروجي الأفكار و الدعاة لكن هذه المكاسب إرتبطت ومازالت بتطور التقنية وانتشارها و في طبيعة الجمهور الذي يستخدمها ، و برغم أنّ المؤشرات حول ذلك لا تزال غير مشجعة إلّا انّ كثيرا من الباحثين جنحوا مبكرا إلى الحديث عن هزيمة الصحافة التقليدية و نهاية عصرها ، بل أن فيليب ميلر تنبأ بأنّ عام 2040 سيشهد هجرة أخر قراء الصحف الورقية المطبوعة إلى الصحافة الإلكترونية .

المبحث الثالث: *أنواع الصحافة الإلكترونية*

يلاحظ المتصفح لشبكة الأنترنت إهتماما متزايدا في بناء المواقع الإلكترونية والمتنوعة ويعود ذلك للطابع المفتوح لبيئة العمل الصحفي عبر الأنترنت التي أتاحت مجالا واسعا أمام العديد من الجهات الإعلامية و غبر الإعلامية لكي تمارس بنفسها النشاط الإعلامي بشكل أو بآخر ، ولذلك يمكن لمستخدم الشبكة أن يجد مئات المواقع الشهيرة التابعة لأحزاب سياسية و منظمات محلية و دولية وحركات سياسية ، وعسكرية ،بل و حكومات ودول ، إضافة إلى آلاف المواقع لمؤسسات إعلامية مختلفة الإهتمامات سواء كانت صحف أم إذاعات أم محطات تلفزيونية ، وجميعها يقدم خدمات صحفية متنوعة عبر هذه المواقع تشمل : الخبر الرأي و التقارير المكتوبة والمصورة تحليلات و لقطات الفيديو و التسجيلات الحية وساحات النقاش والحوار مما يجعلنا أمام مظهر متنقل قائم بذاته من مظاهر الصحافة الإلكترونية تمتزج فيه السياسة و العلوم و الإقتصاد بالصحافة ، وتتلاشى فيه الحدود بين مصدر المعلومة و الجهة القائمة على بثّها ونقلها .

و تنقسم الصحف على شبكة الأنترنت إلى نوعين رئيسيين هما :

1. الصحف الإلكترونية الكاملة :on-line Newspaper

وهي صحف قائمة بذاتها وإن كانت تحمل إسم الصحيفة الورقية ويتميز هذا النوع من الصحف الإلكترونية بما يلي :

* تقديم نفس الخدمات الإعلامية و الصحيفة نفسها التي تقدمها الصحيفة الورقية من أخبار و تقارير و أحداث و صور وغيرها .

* تقديم خدمات صحفية و إعلامية إضافية لا تستطيع الصحيفة الورقية تقديمها وتتيحها الطبيعة الخاصة بشبكة الأنترنت و تكنولوجيا النص الفائق Hyper text مثل خدمات البحث

داخل الصحيفة أو في شبكة الويب بالإضافة إلى خدمات الربط بالمواقع الأخرى و خدمات الربط الفوري و الأرشيف .

* تقديم خدمات الوسائط المتعددة MultiMedia التصّية و الصوتية و المصورة .

2. النسخ الإلكترونية من الصحف الورقية : ونعني بها مواقع الصحف الورقية مع بعض الخدمات المتصلة بالصحيفة الورقية مثل خدمة الإشتراك في الصحيفة الورقية وخدمة تقديم الإعلانات و الربط بالمواقع الأخرى[1] .

يقسّم الباحث صالح زيد العنزي الصحف الإلكترونية تبعا لمدى إستقلاليتها أو تبعيتها لمؤسسات إعلامية قائمة و التي 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 الصحافة المطبوعة بإنشاء المواد الإعلانية.
2) النشر الصحفي الجزئي : وفيه تقوم الصحف المطبوعة بنشر أجزاء من موادها الصحفية عبر الشبكة الإلكترونية ، و يتعمد إلى هذا النوع بعض الناشرين بهذف ترويج النسخ المطبوعة من إصداراتهم.
3) النشر الإلكتروني الخاص : وفي هذا النوع لا تكون المادة الصحفية المنشورة الإلكترونية أصل مطبوع ،حيث تظهر الصحيفة بشكل مباشر من خلال النشر عبر الأنترنت فقط ، وهو ما يصدق على الصحف الإلكترونية التي تصدر مستقلة على الشبكة في إدارتها و طرق تنفيذها.

(1) حسني محمد نصر الأنترنت و الإعلام ، الصحافة الإلكترونية ،مكتبة الفلاح للنشر و التوزيع .ط1 سنة 2003 ، الإمارات العربية المتحدة ص 101.

* وقد أشار عماد بشير إلى وجود ثلاث فئات أساسية للصحف الصادرة على شبكة الأنترنت و هي :

الفئة الأولى : تعتمد سياسة الحد الأدنى المتمثلة في إطلاق النسخ الإلكترونية كربونية صماء من الصحيفة المطبوعة بأقل التكاليف ،دون تدخل يذكر من خلال هذه النسخ الإلكترونية و الإكتفاء بالإشارة إلى أنّ للصحيفة موقعا على الأنترنت يقوم بدور التواصل ما بين الصحيفة و قرائها أينما كانوا.

الفئة الثانية : تعتمد بناء مواقع متميزة أقرب ما تكون إلى البوابات الإعلامية الشاملة وهي تطور في مواقعها الموجودة للوصول إلى البوابة الإعلامية .

الفئة الثالثة : تعتمد سياسة الإنطلاق من الصحيفة الإلكترونية دون وجود صحيفة مطبوعة أصلا ، وهي تصدر صحف مطبوعة إذا استدعى الأمر بعد الإنطلاقة الإلكترونية مثلما فعلت صحيفة إيلاف الإلكترونية التي إنطلقت في 21 ماي 2001م

*ويرى فهد العسكر وعبد الله الحمود أنّ الإصدارات الإلكترونية على شبكة الأنترنت تنقسم بحسب مدى إلتزامها بسمات الصحافة الإلكترونية إلى نوعين :

النوع الأوّل : الصحف الإلكترونية وهي تصدر عن مؤسسات صحفية لها إصدار مطبوع ومع ذلك لا يشترك الإصدار الإلكتروني مع الإصدار المطبوع إلا في الإسم والإنتماء للمؤسسة الصحفية فقط والصحف التي تصدر بشكل إلكتروني مستقل دون الإرتباط بإصدار مطبوع بحيث تؤسس الصحيفة على أنّها إلكترونية .

النوع الثانّي : النسخ الإلكترونية من الإصدارات المطبوعة ، وهي النسخ التي تصدر عن مؤسسات صحفية لها إصدار مطبوع ، و بالتالي فهي بمثابة إعادة نشر ما سبق نشره في الإصدارات المطبوعة ، حيث درجت بعض الصحف على الإكتفاء بتكييف نسخها المطبوعة مع متطلبات العرض على شاشات الحاسبات الالية ، و تنقسم هذه النسخ إلى :النسخ التي تعد بمثابة النقل الحرفي للإصدار المطبوع بعد تحويله إلى الشكل الإلكتروني ، و النسخ التي تهتم فقط بالنشر الإلكتروني لموضوعات مختارة من الإصدار المطبوع [1] .

(1) محمود خليل ، الصحافة الإلكترونية (أسس بناء الأنظمة في التحرير الصحفي) ، العربي للنشر و التوزيع ، 2000 ص 75-76 .

المبحث الرابع :*سمات الصحافة الإلكتروني*

عندما تظهر وسيلة إعلامية جديدة يقوم روادها عادة بتقليد النمط الشائع في وسائل الإعلام التي سبقتهم ، قبل أن يقوموا بتطوير أنماطهم الخاصة التي يستغلون فيها القدرات الجديدة التي تصنفها لهم الوسيلة الإعلامية الجديدة ، حدث هذا عندما ظهر التلفزيون ، فقد كانت أخباره في البداية تقليدا لأخبار الراديو أو التلفزيون سوى في أنّك ترى المذيع و هو يقرأ العمل ، وبعد فترة بدأ رواد العمل التلفزيوني تدريجيًا في الإلتفات إلى أهمية تفعيل و تطوير الإمكانات الفريدة والمميزة للتلفزيون كوسيلة إعلام، فبدأ إستخدام الصورة على نطاق واسع لتوصيل المعلومة و نقل المشاهد إلى جو الحدث، و ثم تطوير تحرير الخبر ليناسب الكتابة للصورة المتحركة .

نفس الأمر حدث مع الصحافة الإلكترونية و لا سيما في العالم العربي ، فقد كانت بواكيرها الأولى مجرد نسخ إلكترونية من الصحف الورقية ، فهي تنشر في نفس وقت نشر الصحيفة الورقية وتحرر بنفس صياغتها و تتحكم في السياسة التحريرية ، و تهذف في الأغلب إلى مخاطبة ذات الجمهور ،ومع مرور سنوات قليلة تطورت الصحافة الإلكترونية فأصبح :

* لها دورية صدور مختلفة في الأغلب عن الصحف الورقية .
* طورت جمهورها الخاص الذي يحمل بالضرورة أجندة مختلفة .
* طورت سياستها التحريرية تبعا لتغير الجمهور و طبيعته و عاداته .
* طورت تقنياتها الخاصّة مستفيدة من إمكانات الكمبيوتر و شبكة الأنترنت التي تجمع بين مميزات الصحيفة و الراديو و الكتاب و التلفزيون المحلي و الفضائيات "

وصارت الصحافة الإلكترونية بذلك تستخدم كل تقنيات وسائل الإعلام السابقة بشكل متكامل، و أضافت إلى ذلك كل من ميزة "التفاعلية" التي تجعل القارئ شريكا إيجابيا في العملية الإعلامية ، إذ يمكنه دائما أن يعلّق مباشرة على ما يقرأ

"ليتحول الإعلام بحق إلى إعلام ذو اتجاهين (فالصحفي يعلم القارئ بالمعلومة وهو يعلمه برأيه)" كما بدأت بعض الصحف الأجنبية الشهيرة تجربة جديدة تتيح للقارئ أن "يعيد تحرير الخبر على طريقته و ينشره عبر صفحات موقعها الإلكتروني ليقرأ الجمهور ذات الخبر بأكثر من صيغة "

و يمكن إيجاز سمات الصحافة الإلكترونية في :

1) انقل الفوري للأخبار و متابعة التطورات التي تطرأ عليها مع قابلية تعديل النصوص في أي وقت ، مما يجعلها تنافس الوسائل الإعلامية الأخرى كالإذاعة و التلفزيون، بل أنّ الصحف الإلكترونية باتت تنافس هاتين الوسيلتين في عنصر الفورية الذي احتكرته ، و بدأت تنسيق حتى القنوات الفضائية التي تبث الأخبار في مواعيد ثابتة ، فيما يجري نشر بعض الأخبار في الصحف الإلكترونية بعد أقل من 30 ثانية من وقوع الحدث .

2) قدرة الصحف الإلكترونية على إختراق الحدود و القارات و الدول دون رقابة أو موانع أو رسوم، و بشكل فوري ، و رخيص التكاليف ، و ذلك عبر الأنترنت ، و بذلك فإن صحف ورقية مغمورة بات بمقدورها أن تنافس من خلال نسختها الإلكترونية صحف دولية كبيرة إذا تمكنت من تقديم أشكال تقنية متقدمة و مهارات إرسال ، ونوعية جيّدة من المضامين وخدمات متميزة و" لأنّ الإرسال عبر الأنترنت سيعني بالضرورة منح الصحف الإلكترونية صيغة عالمية بغضّ النظر عن إمكانياتها و لأنّ المضامين هنا يجب أن تكون متوافقة مع هذه الصيغة العالمية فإنّ البعض بات يتساءل بجدية عما إذا كان يصّح إطلاق صفة (الصحيفة المحلية) على الصحف التقليدية التي تصدرها طبعات إلكترونية .

3) التكاليف المالية : البث الإلكتروني للصحف عبر شبكة الأنترنت أقّل بكثير مما هو مطلوب لإصدار صحيفة ورقية ، فهي لا تحتاج إلى توفير المباني و المطابع و الورق و مستلزمات الطباعة ، ناهيك عن متطلبات التوزيع و التسويق و العدد الكبير من الموظفين و المحررين و العمال .

4) توفير تقنية الصحافة الإلكترونية إمكانية الحصول على إحصائيات دقيقة عن زوار مواقع الصحيفة الإلكترونية ، و توفر للصحيفة مؤشرات عن أعداد قرائها و بعض المعلومات عنهم ، كما تمكنها من التواصل معهم بشكل مستمر.

5) منحت تقنيات الصحافة الإلكترونيةعملية رجع الصدى(Feed Back) إمكانيات حقيقية لم تكن متوفرة من قبل بوسائل الإعلام ، و خصوصا بالنسبة للصحافة و بات الحديث ممكنا عن تفاعل بين الصحف و القراء بعد أن ظلت العلاقة محدودة و هامشية طيلة عمر الصحافة الورقية ، و يمكن أن يجد متصفح مواقع الصحف الإلكترونية حقول خاصة في شتى الصفحات تتضمن الطلب من القارئ أن يبدي رأيا حول الموضوع المنشور أو يكتب تعليقا عليه وفي حالة قيام المستخدم بذلك سيظهر تعليقه فورا على موقع الصحيفة حيث يصبح بإمكان المستخدمين في أي مكان الاطلاع عليه ، و تشمل هذه الإمكانيات بطبيعة الحال رسائل القراء التي تنشر فوريا على صفحات الصحيفة الإلكترونية .

6) توفر الصحافة الإلكترونية فرصة حفظ أرشيف إلكتروني سهل الإسترجاع غزير المادة حيث يستطيع الزائر أو المستخدم أن ينقب عن تفاصيل حدث ما أو يعود إلى مقالات قديمة بسرعة قياسية بمجرد أن يذكر إسم الموضوع الذي يريده ليقوم باحث إلكتروني بتزويده خلال ثواني بقائمة تتضمن كل ما نشر حول هذا الموضوع في الموقع المعين ، في فترة معينة .

7) فرضت الصحافة الإلكترونية واقعا مهنيا جديدا فيما يتعلق بالصحفيين و إمكانياتهم و شروط عملهم ، فقد أصبح المطلوب من الصحفي المعاصر أن يكون ملما بالإمكانيات التقنية و بشروط الكتابة للأنترنت و للصحافة الإلكترونية كوسيلة تجمع بين نمط الصحافة و نمط التلفزيون و نمط الحاسوب ، و أن يضع في إعتباره أيضا عالمية هذه الوسيلة و سعة انتشارها و ما يرافق ذلك من اعتبارات تتجاوز المهني إلى الأخلاقي في تحديد المضامين و طريقة عرضها [1] .

(1) عثمان إبراهيم السلوم ، تصميم الصفحات العربية على الأنترنت ، دار عالم الكتب ، الرياض 2002 ص21

تعدد الوسائط إذ كان الراديو يقدم الصوت و التلفزيون يقدم الصوت و الصورة والصحافة المطبوعة تقدم النص فإنّ الصحافة الإلكترونية هي الوسيلة الوحيدة التي بإمكانها تقديم الثلاثة معا بشكل مترابط و في قمة الإنسجام و الإستفادة المتبادلة ، ويعود ذلك إلى ان أدوات ممارسة الصحافة الإلكترونية تعتمد بالأساس على المحتوى المخزن رقميا الذي يتم فيه جمع و تخزين و بث جميع أشكال المعلومات و يعتبرها ذات طبيعة واحدة بغض النظر إذا كانت صوتا أو صورة أو نص ، ومن تم يجعل من السهل أن تضع ملفا رقميا على حاسب أو موقعا بالأنترنت

و التحدي الأكبر أمام الصحفي هنا هو امتلاك مهارة التعامل مع الأجهزة السمعية البصرية و المكتوبة ، ثم القدرة على تكوين رؤية تستطيع صهر كل هذه المواد في بوثقة واحدة تخدم الجمهور .

(9) الحدود المفتوحة : في الصحافة المطبوعة يواجه المحررون عادة مشكلة محدودية المساحة المخصصة للنشر ، و هذه المشكلة ليست موجودة في الصحافة الإلكترونية بسبب هذه الخاصة ، فمساحات التخزين الهائلة الموجودة على الحاسبات الخادمة التي تدير المواقع لا تجعل هناك قيود تقريبا ، لا تتعلق بالمساحة أو بحجم المقال أو بعدد الأخبار.

10) الشخصية: لا تستطيع الصحيفة الورقية أن تقدم نسخة مفصلة أو معدة حسب احتياجات القارئ بيد أن عمل الصحافة الإلكترونية من مرونة و إعتماد كثيف على تكنولوجيا المعلومات بإمكانها أن تجعل كل زائر للموقع أن يحدد لنفسه و لشكل شخصي الشكل الذي يريد أن يرى به الموقع ، فيركز على أبواب و مواد بعينها و يحجب أخرى و ينتقي بعض الخدمات و يلغي أخرى و يقوم بذلك في وقت يرغبه و يريده و بإمكانه تعديله وقت ما يشاء

وفي كل الأحوال هو يتلقى ويستمتع ويشاهد ما يتوافق مع اختياراته الشخصية و ليس ما يقوم الموقع ببثه .

تنفرد الصحافة الإلكترونية عند عبد الرحمان الحبيب بالعديد من المميزات التي تجعلها مصدر جلب للقارئ الجديد وذلك للعوامل و الأسباب التالية :

ـ توفر كمّا ضخما من المعلومات .

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

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

ـ المعلومات المنشورة على الأنترنت قابلة بصورة مستمرة للمراجعة فالصحيفة الإلكترونية تشكل و سيلة إعلامية إنسانية.

ـ تكاليف المادة الإلكترونية و إعدادها أقل بكثير من المادة المطبوعة .

ـ السرعة و الفورية في نقل المعلومات و الأحداث في حين أن الجريدة المطبوعة مقيدة بصفحات قليلة و معينة قابلة للتحديث .

ـ توفر الصحيفة الإلكترونية إمكانية التفاعل المباشر بين القارئ و المسؤولين في الصحيفة.

ـ تقدم الصحيفة الإلكترونية خدمات الربط بمواقع الأخرى ذات العلاقة [1] .

---

(1) لقاء مكي العزاوي،الصحافةالإلكترونية،دراسة في الأسس و أفاق المستقبل..

http://www.aljaman.ws/Vb/sHowhread pHp.?P:477590gmt

و يرى سعود السلطان أن الصحافة الإلكترونية هي مستقبل الصحافة وأنّها ستحيل على الصحافة التقليدية إلى التقاعد قد يتساءل البعض، لأنّها تجمع أكثر من ميزة تجعلها تتفوق على الصحافة التقليدية [1] ،من بينها السرعة في نقل الخبر ،إعطاء الموضوع جانب من التفاصيل العميقة ، القدرة على الربط بين أكثر من موقع إلكتروني حتى تشمل الموضوع من جميع جوانبه ، تمتاز أيضا بنقل المعلومات مع القارئ أينما كان و في أي زمان ومكان.

(1) سعود السلطان ، من مميزات الصحافة الإلكترونية الحوار المتمدن

http//www.rezgar.com/debat/shaw.art.asp ?aid :57469

المبحث الخامس :*خدمات الصحيفة الإلكترونية*

يختلف تصميم الصفحة الأمامية و ما تضمه من روابط لمحتويات الصحيفة من صحيفة إلكترونية إلى أخرى ، و تضع غالبية الصحف الإلكترونية على صفحاتها الأمامية عددا من الخدمات و الروابط الأساسية وتتفاوت الخدمات الأساسية التي يقدمها الموقع من صحيفة لأخرى ، و نستعرض فيما يلي أهم خدمات و أقسام الصحيفة الإلكترونية :

1. خدمة البحث :

تتيح الصحف الإلكترونية لمستخدميها خدمة البحث داخلها أو داخل شبكة الويب حيث يحدد المستخدم مكان البحث داخل الموقع search the site ،أو داخل شبكة الويبsearch the Web ، وقد يتم البحث بكلمة مفتاحية key Word أو بتعبير معين ، و بمجرد طلب هذه الخدمة يقدم الموقع قائمة بالموضوعات التي نشرت بها خلال الأشهر الستة الأخيرة ، وتتفاوت هذه المدة من صحيفة إلى أخرى ، وتقدم بعض الصحف الموضوعات المنشورة بها في آخر أسبوع ثم تطالب بالحصول على رسوم مالية محددة إذا أراد المستخدم العودة إلى موضوعات أخرى خارج إطار هذا الأسبوع ، وعلى سبيل المثال فإنّ موقع صحيفة نيويورك تايمز يحدد أمام كل موضوع سعر الحصول على نسخة كاملة منه .

2. خدمة النسخة المطبوعة :

تتضمن هذه الخدمة عددا من الخدمات الفرعية التي تستهدف ربط القارئ بالصحيفة الأم (الورقية) وتقديم بعض الخدمات الترويجية لها كتسهيل عملية إشتراك القراء فيها و تقديم الإعلانات لها و تشمل هذه الخدمة :

*تصفح عدد اليوم Today Edition

و تقتصر هذه الخدمة على النوع الأوّل من الصحف الإلكترونية أي الكاملة ، إذ تقدم هذه الصحف للمتصفحين خدمة مطالعة النسخة الورقية و ما بها من موضوعات مختلفة إلى حد كبير عما تحتويه الصحف الإلكترونية ، وعلى سبيل المثال فإنّ صحيفة USA Today تقدم

هذه الخدمة تحت عنوان print edition ضمن ما تقدمه من خدمات مرتبطة بالصحيفة الورقية وتتيح فبها تصفح عدد اليوم وعدد الأمس بالإضافة إلى خدمة الإشتراك في الصحيفة الورقية و الدخول إلى الأرشيف الخاص بها ، كما تقدم صحيفة نيويورك تايمز هذه الخدمة تحت عنوان Text Version أي النسخة النصّية ، وتعرض فيها موضوعات الصحيفة الورقية وصور الصفحات والأخبار والمقالات والتقارير والصور التي نشرت بهده النسخة مصنفة حسب الأبواب الرئيسية للصحيفة.

* تصفح عدد الأمس Yesterday edition

وتتيح هده الخدمة للمتصفح مطالعة العدد السابق من الصحيفة بطريقة موجزة غالبا، ومن داخل هده الخدمة يمكن للمستخدم العودة إلى أكثر من عدد سابق من الصحيفة .

* الإشتراك في الصحيفة المطبوعة :

وهي خدمة تقدمها الصحيفة الإلكترونيةإلى نظيرتها الورقية ،تتيح من خلالها للمستخدم الإشتراك في الصحيفة الورقية من خلال تقديم المعلومات الخاصة للإشتراك بطريقة سهلة .

*تقديم الإعلانات :

وهذه الخدمة تسهل تقديم الإعلانات إلى الصحيفة المطبوعة من خلال نشر أسعار الإعلانات ، في الصحيفة الورقية وطبيعة الخدمات الإعلانية التي تقدمها بالإضافة إلى سبل الإتصال بقسم الإعلانات و نموذج طلب نشر إعلان بالصحيفة .

*البحث في الأرشيف:

و تنصب هذه الخدمة على أرشيف الصحيفة الورقية في المقام الأول وهي تختلف بذلك عن خدمة البحث التي سبق وأشرت إليها و التي تنصب على البحث داخل الصحيفة الإلكترونية وفي أرشيفها ، تتفاوت خدمات الأرشيف التي تقدمها الصحف الإلكترونية سواء من حيث المدة الزمنية التي يمكن البحث فيها أو من حيث التكلفة المادية للمادة التي يريد المتصفح الحصول عليها، ومن أفضل خدمات الأرشيف الصحف الورقية التي تقدمها الصحف الإلكترونية خدمة الأرشيف في صحيفة USA Today ، فحتى الآن لا زالت هذه الخدمة تقدم بالمجان وتتيح

الحصول على المقالات و الأخبار و التقارير التي نشرت من قبل ، وفي المقابل فإن بعض الصحف الإلكترونية الأخرى مثل واشنطن بوست تمزج بين البحث المجاني داخل الأرشيف وبين بحث مقابل أجر إذ تتيح الصحيفة العودة إلى أرشيف الصحيفة الورقية منذ عام 1977 [1]

(1) عباس مصطفى صادق،صحافة الأنترنت (قواعد النشر الصحفي الإلكتروني الشبكي) ، مرجع سبق ذكره ص 64 .

3. خدمات الإتصال:

* خدمة البريد الإلكتروني :E-mail

وتختلف هذه الخدمة من صحيفة لأخرى،إذ يقتصر الأمرفي الصحف الصغيرة علىإتاحة الفرصة أمام المستخدم لتوجيه رسائل إلكترونية إلى محرري الصحيفة ، أمّا الصحف الإلكترونية الكبيرة فإنّها توسع من نطاق هذه الخدمة لتقدم خدمة إنشاء بريد إلكتروني شخصي على الموقع يمكن للمستخدم من إرسال واستقبال الرسائل البريدية على اي جهاز كمبيوتر متصل بشبكة الويب في أي وقت ، كما تقدم نشرة إخبارية يتم إرسالها يوميا للمستخدم على عنوان بريده الإلكتروني تتضمن ملخصات الأخبار و خدمات ملخصة أخرى ، وتهذف الصحيفة الإلكترونية من وراء ذلك ربط المستخدم بالموقع أطول فترة ممكنة خلال الإستخدام حتى لا يغادره للقيام بأنشطة البريد الإلكتروني من مواقع أخرى .

* خدمة مجموعات الحوار :

وهي خدمة تقدمها الصحيفة للمتصفحين للتغبير عن آرائهم في القضايا و الموضوعات التي يهتمون بها والمستمدة مما تنشره الصحيفة من أخبار وتقارير ومقالات ، وتقدم الصحيفة الإلكترونية عددا كبيرا ومتغيرا وبشكل يومي من مجموعات الحوار والنقاش التي يمكن للمتصفح الدخول إليها وقراءة آراء الآخرين و الإدلاء برأيه في الموضوع المطروح ، وعلى سبيل المثال فإنّ خدمة مجموعات الحوار على صحيفة USA Todayتعطي للمتصفح خيارين أساسيين هما:

ـ الإشتراك في مجموعات الحوار حول أهم الموضوعات والأخبار والقضايا المنشورة في عدد اليوم من الصحيفة .

ـمجموعات الحوار حول موضوعات أخرى غير مرتبطة بعدد اليوم و موزعة وفقا للأقسام الرئيسية للصحيفة مثل : الأخبار و الإقتصاد و التكنولوجيا والرياضة .

*خدمة رجع الصدى Feed-back:

تتيح هذه الخدمة للمستخدم التعليق على ما نشر بالصحيفة وإرسال رسائل إلكترونية إلى المحرر يعلق فيها على ما نشر أو يقدم فيها إقتراحاأو تصحيحا لم نشر ، وتتباين مسميات هذه الخدمة في مواقع الصحف المختلفة مثل Feed-back و send us Feed-back، كما تتفرع منها خدمات أخرى في بعض المواقع مثل خدمة التصحيح corrections ، وبهذه الخدمة تتميز الصحف الإلكترونية عن الصحف الورقية التي لا تسمح طبيعة إنتاجها و التكنولوجيا المستخدمة فيها بتقديم خدمة رجع الصدى الفوري أو المباشر وهو ما تعاني منه وسائل الإعلام التقليدية خاصة الصحف حيث تميز رجع الصدى فيها بأنّه غير مباشر ومتأخر.

* خدمة الإرشاد إلى الموضوعات المهّمة :

وتختلف مسميات هذه الخدمة من صحيفة إلى أخرى ، إذ تطلق عليها صحيفة USA Today الأمريكية "الموضوعات الساخنة" what's Hot و تطلق عليها صحيفةواشنطن بوست "الأخبار المهمة " Top News بينما تطلق عليها صحيفة تايمز خدمة "آخر الأخبار " Breaking News ، وأيا كانت هذه التسمية فإنّ هذه الخدمة تقدم للمستخدم عناوين أهم الأخبار من وجهة نظر الصحيفة التي يمكن أن يطالعها على الفور دون الدخول في تفاصيل الموقع وهي خدمة إرشادية في المقام الأوّل .

* خدمة خريطة الموقع :Site map

وتعني هذه الخدمة تقديم محتويات الموقع بطريقة مبسطة و سهلة للمستخدم خاصة إذا كان الموقع مزدحما بالتفاصيل والخدمات مثل مواقع الصحف الإلكترونية الكبيرة .

*خدمة الإجابة عن الأسئلة الأكثر طرحا :

وتتضمن هذه الخدمة إجابات على الأسئلة التي يمكن أن يطرحها المستخدم حول طريقة الإستعراض أو المشكلات التي قد يواجههاأثناء إستعراض الموقع وتماثل هذه الخدمة خدمة المساعدة التي يتم تزويد برامج الكمبيوتر بها .

* خدمة جعل الموقع صفحة البداية : Home Page

وهي خدمة تستهدف ربط القارئ بالموقع ليكون صفحة البداية عندما يقوم بعملية الإتصال بالأنترنت .

*خدمة الإعلانات المبوبة:

تشمل هذه الخدمة تقديم إعلانات السيارات و المزادات وإعلانات الوظائف الخالية وإعلانات بيع وشراء المنازل والأشياء الأخرى و إعلانات تأجير الشقق وإعلانات المشاركة في أعمال خاصة وخدمات التسوق.

* خدمة المعلومات عند الصحيفة :

و تشمل معلومات عامة About us ، وشروط تقديم الخدمات و قواعد الخصوصية وسياسة النشر و كيفية الإعلان في الموقع ، بالإضافة إلى كيفية الإشتراك في الموقع How to subscribe وهي خدمة تختص بتوفير معلومات ديموغرافية عن مستخدمي موقع الصحيفة الإلكترونية ، يمكن استخدامها في دراسة جمهور الصحيفة من ناحية وزيادة دخلها الإعلاني من ناحية أخرى وذلك في حالة ما إذا كانت الصحيفة مجانية ، ويعني الإشتراك في هذه الحالة أن يقدّم المستخدم بياناته الشخصية مثل الإسم والوظيفة والسن و النوع والدولة و المدينة وعنوان بريده الإلكتروني في مقابل تقديم الصحيفة بعض الخدمات الخاصة للمستخدم مثل إرسال نشرة إخبارية يومية مختصرة على بريده الإلكتروني تتضمن الموضوعات التي تهمه [1]

(1) حسني محمد نصر الأنترنت و الإعلام ، الصحافة الإلكترونية ، مرجع سبق ذكره، ص 110 .

* خدمة الربط بالمواقع الأخرى Relation Site:

وفي هذه الخدمة تقترح الصحيفة على المستخدم عددا من المواقع التي تراها مهمة من وجهة نظرها وغالبا ما تكون هذه المواقع لها صلة بالصحيفة أو بينها و بين الصحيفة إتفاق و يتم بموجبه إقتراح المواقع على المستخدمين ، وعلى سبيل المثال فإن صحيفة USA Today تقترح على مستخدميها مواقع شركائها مثل موقع ميكروسوفت ،أن بي سي ، وموقع مجلة News wok والمواقع الأخرى المرتبطة بالصحيفة [2] .

(2) شريف درويش اللبان ، الصحافة الإلكترونية (دراسات في التفاعلية) ، الدار المصرية اللبنانية ن القاهرة ، 2005 ص 65 .

المبحث السادس :*الصحافة المطبوعة و الصحافة الإلكترونية (الفرق و العلاقة بينهما)*

هناك من يرى أن المقارنة بين الصحافة الورقية و الصحافة الإلكترونية مرفوضة من منطلق أن الصحافة الورقية صحافة بالمعنى العلمي و الواقعي للكلمة و أن الصحافة الإلكترونية مجرد وسيلة للنشر وجمع النصوص و المقالات و الأخبار و الصور و بشكل ألي مجرد من المشاعر و الإبداع و الفاعلية .

أمّا الطرف الآخر فيرى أن الصحافة الإلكترونية مكملة لدور الصحافة الورقية ، وليس هناك صراع بينهما إلّا أنّ التمويل أصبح الآن من آليات تجاح تلك الصحف في شكلها الحديث الذي ينعكس بالتالي على شكل و أداء الموقع من حيث تنوع أخباره و تحديثها بين الحين و الآخر إذ أن ثقافة الأنترنت أصبح لها جمهورها و شعبيتها و هي في ازدياد مطرد على العكس من قراء الصحف و الكتب.

و يكفي الصحافة الإلكترونية أنّها في الغالب تتيح الحرية الكاملة التي يتمتع بها القارئ و الكاتب على الأنترنت بخلاف الصحافة الورقية التي تكون بالعادة قد تم تعديل مقالاتها من قبل الناشر لأكثر من مرة حتى يكون وفق لسياسة الصحيفة .

1. <u>الفرق بين الصحيفة المطبوعة و الصحيفة الإلكترونية :</u>

يتم التركيز هنا على الفروق بين الصحيفة المطبوعة و الصحيفة الإلكترونية ضمن عناصر الإتصال الأساسية الخمسة و هي : القائم بالإتصال ، المصدر أو المرسل ، الرسالة و الوسيلة و المستقبل ، التغدية العكسية.

أ. القائم بالإتصال :

فتح الأنترنت بوابات الفيضان المعلوماتي على مصراعيها لتصبح مشكلة الإفراط المعلوماتي من أخطر المشاكل التي نواجهها حاليا ، و أصبح في حكم المؤكد إستحالة التعديل على الوسائل البشرية وحدها لمسح الشبكة دوريا بحثا عن المعلومات المطلوبة ، وكان لا بد من إتمام هذه العملية و ذلك باللجوء إلى ما يسمى بالروبوت المعرفي أو البرمجي بصفته وكيلا آليا يحال إليه القيام بهذه المهام الروتينية الشاقة ، والوكيل الآلي هذا الروبوت له نصيب من الذكاء الإصطناعي يمنحه القدرة على التحليل و الإستنتاج و التوقع .

و يستفاد في المستقبل القريب من هذا الوكيل الآلي ليقوم مقام المندوب الصحفي العالمي الذي يبحث عن المعلومات على شبكة الأنترنت ويضيفها إلى موقع الصحيفة الإلكترونية معتمدا على الذكاء الإصطناعي في حل هذه المسألة .

الجانب الآخر المتعلق بالمحرر الصحفي : فعن طريق تدشين الدراسات و البحوث التي تتجه إلى تحليل نظام النص الصحفي بأشكاله و مستوياته المختلفة ، سيتم الوقوف على مجموعة القوانين المختلفة التي تحكم إنتاج هذا النص و بلورة التطورات التي تتضمن أداء الوظائف التحريرية داخل النص على النحو الكامل ، مما يمكننا من الإستفادة من هذا النتاج العلمي في بناء نظام خبير يضمن القيان بوظائف المحرر من خلال برنامج يعمل على أنظمة الحاسب الآلي ، و في ظل هذه التطورات المتوقعة فلنا أن نتصور ما يمكن أن يطرأ على طبيعة عمل أي من المندوب أو المحرر الصحفي مستقبلا إلى الحد الأدنى يمكن أن تصبح معه هذه المهن بشكلها الحالي منها منقرضة.

ومن الممكن في ظل هذه التحولات أنّه يصبح لدينا داخل المؤسسات الصحفية نوعن من العمالة ، الأغلبية و هي العمالة التي ستتحول إلى مجموعة من المشغلين User و الأقلية التي تتمثل في الخبراء Experts الذين سيتولون عملية تحليل النظام و تطوير البرامج التي سيعتمد عليها العمل داخل المؤسسات الصحفية .

باختصار ، إنّ المحرر أو القائم بالإتصال في الصحيفة المطبوعة ليس بالضرورة أن يعرف كيف يستخدم الكمبيوتر و الأنترنت و الروابط الأخرى المتصلة بها من الكاميرات الرقمية لتزيل الصور الثابتة و mp3 لتنزيل الأصوات و mp4لتنزيل الصور المتحركة فضلا عن البرامج الأخرى لمعالجة الصور و الأصوات ، بينما في الصحيفة الإلكترونية لا بد أن يعرف على الأقل إستخدام الكمبيوتر و تصفح الأنترنت .

ب . الرسالة :

الرسالة الصحفية عبر الصحيفة الإلكترونية لا يختلف مضمونها مع مضمون الرسالة عبر الوسيلة التقليدية "المطبوعة" ولكن الإختلاف يأتي من سهولة التعامل مع هذه الرسالة سواء الوصول إليها أو حفظها و تخزينها ، فقد وفرت الصحافة الإلكترونية مميزات كثيرة :

أنّ الرسالة لم تعد تلك الجامدة التي لا حراك فيها بل أصبحت الرسالة مدعومة بالصور الثابتة و المتحركة و الصور ورسوم الخرائط التوضيحية .

و الرسالة في الصحافة الإلكترونية تقترب من الوسيلة الناقلة لها بحيث يصبحان وجهين لعملة واحدة ، فالوسيلة هي الرسالة كما يقول ماكلوهان ، ولكن يأتي الإختلاف المهم في كتابة الرسالة و استقبالها ، فإذا كنت عازما على إعداد موضوعك على الشبكة فإنّك تحتاج إلى التخطيط للوحدات الفوقية Hyper links وللشكل غير خطي nonliner من أخبار الشبكة ، إن الصفة غير الخطية تعني أن بإمكان القراء الدخول إلى الخبر و الصفحة عند أي نقطة و

للتحول من عنصر لآخر يضغط القراء على وحدات فائقة السرعة تنقلهم إلى موضوعات أخرى.

ج . الوسيلة :

يختلف شكل الصحيفة المطبوعة عن شكل الصحيفة الإلكترونية، وتتزايد أوجه الإختلاف فبه و خصوصا في ظل دخول أنظمة الوسائط المتعددة حيث يمكن إستقبال مادة الموضوع الصحفي على مستويات عديدة نصّية و صور ثابتة و متحركة ، و هناك إمكانية لإستقبال هذه العناصر الخاصة بالموضوع إمّا على شاشات عديدة أو شاشة واحدة منقسمة على أجزاء عديدة، زمن المؤكد أن دخول عنصر الصورة المتحركة في إطار الصحيفة الإلكترونية سيحدث تحولا جدريا في الشكل الإخراجي العام لها ، وإذا أضفنا العنصر السمعي فلنا أن نتصور حجم هذا التحول فضلا عن ذلك فإن المادة الصحفية الواحدة داخل الصحيفة الإلكترونية تعتمد على مجموعة من الملفات المعلوماتية المساندة التي يمكن فتحها بسهولة .

د . المستقبل : إن المعطيات التكنولوجية المتاحة في إطار الصحيفة الإلكترونية المعتمدة على تقنية الحاسبات ستسهم في تخطي مسألة القراءة ، فكثير من القراء يتكاسلون عن القراءة لسبب أو لآخر مما جعلهم يهربون عن الصحافة المطبوعة إلى الراديو و التلفزيون بصورة كبيرة حيث من الممكن أن يقوم جهاز الحاسوب في ذاته بقراءة مضمون المادة الصحفية داخل الصحيفة الإلكترونية بمجرد أن يقوم المستخدم بطلب ذلك عن طريق الإشارة إلى النص المطلوب قراءته باستخدام لوحة مفاتيح الحاسوب بل أنه من الممكن في حالة رغبة المتلقي الذي يجيد القراءة إذا أراد أن يوفر على نفسه عناء المتابعة البصرية في تصفح النص على شاشة الحاسوب أن يعطي إيجاز للبرنامج بقراءة المادة الصحفية المطلوبة .

هـ . التغذية العكسية :في الصحافة الإلكترونية تكون التغذية العكسية مرتبة منقولة بالصوت و الصورة و مباشرة بين المرسل و المستقبل [1] .

(1) سعيد عبد الجواد ، الفن الصحفي في نسخ الصحافة المطبوعة و الإلكترونية ، دراسة تحليلية على صحف الحياة اللندنية ونيويورك تايمز 2003 .

2 . الصحافة المطبوعة و الصحافة الإلكنرونية (الإيجابيات و السلبيات):

يتطلب الحديث عن الصحافة المطبوعة أو الورقية و الصحافة الإلكترونية تناول الجوانب الإيجابية و السلبية لكل منهما تم تناول طبيعة العلاقة بينهما ، وحتى لا يبدو الحديث مملا فإن في عصر يمل فيه الناس التطويل و يمكن وضع الجوانب الإيجابية و السلبية في نقاط محددة على النحو التالي :

أ . إيجابيات الصحافة المطبوعة :

ـ زيادة العلاقة بينها و بين القارئ التي تكونت عبر سنوات طويلة.

ـلا يحتاج تصفها غير الإلمام بالقراءة و الكتابة .

ـ ذات مصداقية أعلى لاعتمادها على مصادر موثوقة لإستقصاء الأخبار ، والتزامها بأساليب التحرير .

ـ تحفظ حقوق الملكية الفكرية ، لضيق فرص الإدعاء و الإنتحال .

ـ أقل تكلفة من الصحافة الإلكترونية .

ب . سلبيات الصحافة المطبوعة :

ـ غير قادرة على مجاراة الصحافة الإلكترونية في السرعة .

ـ التفاعل مع القراء أقل ، و المجال أمام أصحاب الرأي من كل المستويات أضيق .

ـ معرضة لتسلط الرقيب ، وما ينتج من ذلك عن تضييق على الرأي العام و مصادرة الصحيفة و ملاحقة الصحفيين .

ج . إيجابيات الصحافة الإلكترونية :

ـ قادرة على اختصار المسافات و تجاوز الحدود السياسية .

ـ قادرة على تجاوز مقص الرقيب.

ـسريعة التداول.

ـتحقق التفاعلية بين الكاتب و القراء و يجعل القراء إيجابيين في تعاملهم مع المادة المكتوبة.

ـ تتيح المجال لكل صاحب فكر أو رأي أن يطرح ما لديه .

ـأتاحت المجال للمرأة العربية لتجاوز السلطوية التي تمارس عليها وما ينتج من ذلك من تقييد حركتها و التضييق عليها .

ـ أتاحت المجال لتفتح زهور إبداعية في الصحافة والأدب .

د . سلبيات الصحافة الإلكترونية :

ـفقدان المصداقية بسبب الإعتماد على مصادر غير موثوق بها في نشر الأخبار و الخلط بين الخبر و الرأي.

ـ التأثيرسلبا على اللغة و الرأي بسبب الضعف اللغوي الواضح الذي يعانيه الكاتب.

ـعدم الإلتزام بأساليب التحرير الصحفي السليمة مما ينعكس سلبا على فن التحرير الصحفي الذي يمثل ركيزة أساسية للعمل الصحفي المنضبط.

ـ فتح المجال أمام المبدعين للولوج إلى عالم الصحافة من الأبواب الخلفية .

ـوجود مجال كبير للسطو على أفكار الأخرين و إبداعهم.

ـ تحتاج إلى مهارات كثيرة غبر القراءة و الكتابة و تعد أكثر تكلفة [1] .

هـ . العلاقة بين الصحافتين المطبوعة و الإلكترونية:

إنّ التنافس بين الصحافتين واقع لا يمكن أن ينكره أحد ، وخصوصا أولئك الذين يتشبتون بالماضي ، كأنه جنة كان فيها ما يسر الخاطر و يبهج النفس متناسين فيه ماكان فيه من آلام ، ومن تم فإن المنتمين إلى الصحافة المطبوعة الذين ينكرون ما تتمتع به الصحافة الإلكترونية من إيجابيات لا تتوافر للصحافة المطبوعة ، ومن هذا الواقع البين هناك رؤساء تحرير يقفون موقف عداء من الصحيفة الإلكترونية .

(1) علي عجوة ، الصحافة بين الطباعة و الأنترنت ، مجلة الرأي العام، العدد 4 ، القاهرة ، 2001 ، ص 24 .

وهناك صحف حاولت التكيف مع هذا الواقع بتأسيس نسخ إلكترونية من الصحافة المطبوعة، وهناك من حاول التمييز بين الصحيفتين بإيجاد مواد تخص كل منهما.

ومن الرؤى المتقدمة للعلاقة بين الصحيفتين ، أن الصحافة الإلكترونية قد تسهم في الترويج للصحافة المطبوعة من خلال تناول رؤوس الموضوعات وترك التفاصيل للصحافة المطبوعة ، ويتحقق هذا النجاح لهذه الرؤية إذا كانت الصحيفة المطبوعة مثيرة كأن تتضمن أخبار الحوادث المحلية أو إنفرادات صحفية مهمة .

و توظف الصحافة المطبوعة التقنيات الإلكترونية التي تسهم في تسريع إيقاع عملها وتقلل الفارق بينها و بين الصحافة الإلكترونية الصحافة الإلكترونية .

وإذا حاولنا قراءة الواقع العربي في هذا الإطار ، يمكن الإعتراف بأن الصحافة الإلكترونية في مرحلة التضييق الشديد على الحريات استطاعت أن تتجاوز الرقابة و أن تضع الحقائق أمام القراء ، كما ربطت بين أبناء الدول العربية في مختلف المهاجر وأتاحت المجال للجميع لتداول القضايا الوطنية و مناقشتها، بل و معايشة ما يحدث في أرض الموطن لحظة بلحظة.

كما أنها أمدت الصحافة المطبوعة بأقلام جيدة، لم تعرف إلا عبر الكتابة الإلكترونية وفي الوقت نفسه زحفت جحافل من الكتاب غير مؤهلين من الصحافة الإلكترونية لاقتحام الصحافة المطبوعة بل منهم من اكتسب الصفة الصحفية من غير أن يكون جديرا بها ، وهؤلاء يشوهون جمال اللغة العربية ويحرفون الفنون التحريرية ومنهم من يسيئ إلى الآخرين مستغلا المنابر المختلفة .

ما تعانيه صحافتنا الإلكترونية غياب الهيكلة الإدارية و الإعتماد على الجهود الفردية وغياب التمويل و الرؤية التسويقية وعدم وجود فريق عمل محدد ، وهذا يجعل العمل قابلا للتوقف في أي وقت .

وينعكس هذا الوضع سلبا على هذه الصحافة ، فهي تستقي الأخبار من مصادر غير موثوقة وتشارك في إعداد المواد أقلام غير مدربة ، بل إن الآنية التي تميز الصحافة الإلكترونية تبدو مفتقدة في ظل وجود مواد كثيرة فيها سبق نشرها في الصحافة المطبوعة .

إن قضية العلاقة بين الصحافة المطبوعة والإلكترونية تبدو معقدة وخصوصا أن المعلومات والإحصاءات الدقيقة غير متوافرة وهي تحتاج إلى دراسات معمقة تقضي إلى رؤية واقعية بعيدة عن التخمين و الإستنتاجاتالخاطئة مما يؤسس لواقع إعلامي يتكيف مع المستجدات ، بدلا من رفض الجديد من موقف عاطفي 1 .

(1) زيد منير سليمان، الصحافة الإلكترونية ،دار أسامة للنشر و التوزيع الأردن ، ط1 ،2009 ، ص63 .

المبحث السابع: *الصحافة الإلكترونية العربية*

تحتضن المنطقة العربية عدة مواقع إلكترونية مند ولادة مواقع على المستوى العالمي، بعضها يصنع الخبر، وتلك تكتفي بإعادة تصديره بعد التقاطه من الوكالات وشبكات التلفزيون والإذاعة،وأخرى تقوم بدور مكمل للدور الرئيسي للمحطات المتلفزة و الجرائد المطبوعة ، وتلك التي تستقل بذاتها كليا ،اي التي لا تصدر إلا على الأنترنت ولا يوجد لها امتداد ولا وصل في الصحافة التقليدية.

وفي السنوات الماضية تزايد التواجد الإعلامي على الشبكة المعلوماتية فالعديد من الصحف العربية ، سواء حكومية أو معارضة أصبح لها مواقع شبكية ،بل ظهرت صحف إلكترونية على الأنترنت ويتم تحديثها على مدار الساعة دون وجود نسخ مطبوعة منها ، وتسابقت العديد من المحطات الفضائية إلى ترسيخ تواجدها في الفضاء من خلال إنشاء مواقع وضوحات لها على الشبكة العالمية لتحتل مكانا في الفضاء التخيلي بعد أن احتلت فضاء في المكان السماوي من خلال بثّها التلفزيوني الفضائي .

وتتواجد الصحف على الأنترنت كنسخة إلكترونية للصحف المطبوعة اليومية أو الأسبوعية في أغلب الأحيان وتم تحديث معظمها يوميا أو دوريا بالنسبة للصحف الأسبوعية كما تتواجد صحف إلكترونية يعود الفضل في ظهورها إلى الأنترنت دون تواجد فعليا في صورة مطبوعة ومن هذه الصحف ،جريدة النهار اللبنانية ،جريدة الشرق الأوسط السعودية .

إن مستقبل الصحافة الإلكترونية العربية في تقدم مستمر و ستشهد طفرات مبهرة خلال الفترة المقبلة مما يساهم في التدفق العربي الإلكتروني في كسر الإحتكار الإعلام العربي للمعلومات ، وأن العاملين في هذا النوع من الصحافة في حاجة إلى وضع علاقة تنظيمية بالمؤسسة الصحفية لبيان موقفها القانوني والتحدي الأكبر أمام مهنة الصحافة الإلكترونية أنها غير معترف بها من قبل الدولة مما يجعلها في موقف لا محل له من الإعراب ،بالنسبة للقوانين

يفقد للهوية القانونية داخل المؤسسات التي تتعامل معها ، كما تفقد الصحيفة الإلكترونية هويتها أيضا بسبب عدم وجود قانون وتشريع لها مما يعرضها لغلق موقعها الصحفي .

و لكن يرى آخرون أن الصحافة الإلكترونية العربية تواجه جملة من التحديات حصرها بعدم وجود صحافيين مؤهلين لإدارة و تحرير الطبعات الإلكترونية و المعلوماتية ،ومع تزايد الإقبال العالمي على إستخدام الأنترنت للوصول إلى تحقيق الغايات المعرفية والإعلام ، أصبحت الأنترنت في العالم العربي عالما لا مجال للإلتفات عنه أو عدم الإهتمام له أو تجاهله

وإلا تجاوزنا الواقع كمهنة وأصبحنا أمام واقع متخلف عن الركب العالمي الذي قد لا يجد بديلا عن التعامل معه والإستفادة مما يمكن تطويعه لتلائم احتياجات الصحافة و الجمهور العربيين.

كما أن الصحافة العربية تشهد تحديا لمواكبة التطور العالمي بالشكل الذي يجعلها تفرض نفسها كواقع محسوس في حياة المواطن العربي بصفة عامة و الجزائري بصفة خاصة ، أي أن الصحف الإلكترونية الجزائرية أصبحت من بين الصحف الرائدة على المستوى العالمي ، وهذا ما تؤكده عملية تفاعل القنوات العالمية مع موقع الشروق الجزائري من أجل تغطية الأحداث ،وجعل هذا الأخير كمصدر من مصادر معلوماتها ، وهذا ما يدفع المواطن الجزائري للتفاعل مع المواقع الإلكترونية الإخبارية الموجودة على مستوى بلده .

ومع ذلك فإن جهات عربية عديدة تسعى من أجل تدارك هذا الموقع من خلال معالجة التحديات وتدارك الوضع ، فركزت دول عربية وخاصة دول الخليج العربي منها على توسيع قاعدة مقروئية الأنترنت من قبل أفراد المجتمع وتوسيع قاعدة مقروئية هذا النوع من الإعلام .

خلاصة :

إنّ الصحافة الإلكترونية ظاهرة إعلامية جديدة أفرزت التزاوج بين شبكة الأنترنت ووسائل الإعلام التقليدية فهي تتيح للقراء أنواع جديدة من الخدمات وهذا ما لا تتوفر عليه الصحافة الورقية إلا أنّها لم تستطع أن تلغي مكانتها ، وهذا ما يؤكد أن الصحافة الورقية ستبقى في سوق الإتصال ، فالصحافة الإلكترونية تعتبر مكملة للصحافة الورقية ، كما تعد دافع وعامل قوي لتطورها ، ورغم أن ظهور الصحافة الإلكترونية يعتبر حديث النشأة إلا أنّها استطاعت أن تحقق انتشارا واسعا وفتح آفاق عديدة ، وأصبحت أسهل وأقرب من المواطن ، وهذا ما سيجعلها تشهد مستقبلا واعدا لكن هذا يبقى مرهونا بما تقدمه من خدمات واسعة للجمهور وكذا تحقيق الأهداف الديمقراطية ن ومراعاة المعايير المهنية بالإضافة إلى المزاوجة بين ما تنتجه وسائل الإتصال بأنواعها التقليدية وغير التقليدية وذلك حتى تضمن استمرارها بالشكل المطلوب .

المبحث الأوّل : *مفهوم التفاعلية*

لقد تم تعريف مفهوم التفاعلية من قبل الباحثين على أنه أحد إمكانيات القوى الدافعة وانتشار استخدام وسائل الإعلام الجديدة ويذكر "نيوهاجن"Newhagen 1997 أن التفاعلية في أكثر الخواص التي يشار إليها غالبا و المستخدمة لتمييز الأنترنت عن وسائل الإعلام الأخرى لذا فإن التفاعلية تعتبر الخاصية الوحيدة ذات الأهمية البالغة بالنسبة للأنترنت والتفاعلية ليست مفهوما متناغما م بعبارة أخرى فقد تكون التفاعلية بين المرسلين والمستقبلين بين الإنسان و الآلة أو بين الرسالة وقرائها .

وعلى الرغم من اختلاف الباحثين في مجال الإتصال حول تحديد مفهوم التفاعلية إلا أنه على ضوء المفاهيم السابقة للتفاعلية يمكننا أن نستخلص مجموعة من النقاط الأساسية التي اتفق عليها كثير من الباحثين وردت في أغلب هذه التعاريف مايلي :

ـ أن التفاعلية سمة طبيعية في الإتصال الشخصي وسمة مفترضة لوسائل الإعلام الحديثة وفي مقدمتها الأنترنت ، فالجمهور على الشبكة ليس مجرد مستقبل للوسائل وإنّما مرسل لها في الوقت ذاته الأمر الذي يحقق مستوى مرتفع من التفاعل .

ـ يجب التمييز بين التفاعلية في الإتصال الشخصي والمتمثلة في رجع الصدى ،و التفاعلية بمفهوم حديث مرتبط بتكنولوجيا الإتصال الحديثة و المتمثلة بوضوح في الإتصال عبر الأنترنت .

ـ التفاعلية إتصال تبادلي ذو اتجاهين من المرسل إلى المستقبل و بين المستقبل إلى المرسل، فهو الاتصال يصعب فيه التمييز بين المرسل و المستقبل .

ـالتفاعلية قد تكون تزامنية أو غير تزامنية فمثلا أداة تفاعلية تزامنية يشترط فيها وجود طرفي الاتصال (المرسل والمستقبل) أما البريد الإلكتروني فهو أداة تفاعلية غير تزامنية لا يشترط وجود طرفي الاتصال في آن واحد.

ـالإستجابة هي جوهر الاتصال التفاعلي و بدونها لا يتم التفاعل ، سيطرة المستقبل على العملية الاتصالية شرط من شروط التفاعلية ، فالمستقبل يستطيع في ظل تكنولوجيا الاتصال التفاعلي بتعديل أو تغيير شكل أو مضمون الرسالة الاتصالية الموجهة إليه من المرسل كما أ، المستقبل يمكنه اختيار الموضوع المناسب له من بين البدائل المتعددة التي يتم عرضها عبر وسائل الاتصال التفاعلية علاوة على قدرته على تبادل الرسائل بين المرسل و التعرض للمحتوىالاتصالي في الوقت الذي يلائمه .

ـ ضرورة إدراك المشاركين للتفاعلية ، أي أن يدرك أن الهدف من الاتصال هو التفاعل وليس الاقناع .

ـ التفاعلية خاصية الوسيلة فالوسيلة التفاعلية هي التي تتيح للمستقبل فرض التفاعل مع المرسل ومع المضمون في آن واحد .

ـإنّ معظم ما كتب عن التفاعلية يعد مقصورا على اتجاه واحد فقط من الطريق السريع للمعلومات ،وهو الإتجاه الذي يحمل المعلومات و المواد الترفيهية ، من نقاط التوزيع عبر الأقمار الصناعية و موجات الميكروويف عن المرور في الإتجاه الآخر من المنزل إلى نقاط توزيع ثانية .

إن الكابل التفاعلي قدم رؤية جديدة للأفراد الذين يستطيعون أن يدلو بأصواتهم من منازلهم أو يشاركون في إجتماع المجلس لمدينة ما على نمط ما سيتم في المستقبل ، وقد تخيلت "ريتادوف" Rita Dove الشاعرة الأولى في الولايات المتحدة الأمريكية الظهر في أحد الفصول المدرسية لتتحدث عن الشعر في حين أن الأطفال الموجودين في فصول متناثرة وفي أماكن

متفرقة يشاهدونها ويسمعونها و يوجهون لها الأسئلة وإذا كان هذا الأمر تخيليا في العام 1993 إلا أنّه أصبح حقيقة ماثلة في أواخر العقد الماضي.

و اليوم وباستخدام برامج الإتصال التي تربط برامج الكمبيوتر بعضها ببعض يمكن أن تقضي يوما تتفاعل فيه مع "هنري كيسنجر"Henry Kissinger أو "بيل جراهام"Pilly Graham وقد تبيع الشهرة برامجها الخاصة أو قد يجعل الأشخاص المشهورين أنفسهن متاحين للإتصالالشخصي ذي الإتجاهين من خلال الفيديو ويمكن للفرد أن يحصل على دورة دراسية تفاعلية في الفيزياء أو علم الحاسبات مع أكثر من أساتذة شهرة في مجالاتهم[1] .

وقد استهدفت دراسة "ماكملان و دانز" رصد التعريفات المختلفة للتفاعلية و التعرف على أهمية التفاعلية في الإتصال و النماذج المختلفة للإتصال التفاعلي و التعريف على أداة ومقترحات الأساتذة و الدارسين المتخصصين في مجال تكنولوجيا الإتصال بالجامعات الأمريكية للوصول إلى نموذج عام للتفاعلية الإلكترونية وذلك من خلال إجراء مقابلات مع عينة من الأساتذة و الطلاب ، وانتهت الدراسة إلى أن الهدف من الإتصال هو التبادل والإعلام ضرورة تحقيق المرونة الزمنية في الإتصال والتي تتراوح بين التزامنية واللاتزامنية حتى يصبح الإتصال اتصالا تفاعليا وأن الإتصال التفاعلي هو الذي يسمح بتبادل الأدوار بينالمرسل والمستقبل وأن الرسائل في وسائل الإعلام التفاعلية قد تكون شخصية أو جماهيرية وأنّ الإتصال التفاعلي يجب أن يكون في اتجاهين كما ركزت الدراسة على أن النموذج المقترح للتفاعلية يجب أن يأخد في اعتباره الهدف من الإتصال واتجاهه، الرسالة والزمن والسيطرة و الجهد[2] .

---

(1)شريف درويش اللبان،الصحافة الإلكترونية ،دراسات في التفاعلية وتصميم المواقع،الدار المصرية اللبنانية ، 2005،ص 71-72 .

(2) حسين شفيق ، الإعلام الإلكتروني بين التفاعلية و الرقمية ،رحمة برس للطباعة و النشر، 2007 ص 30 .

و التفاعلية لا تعد سمة بقدر ما هي عملية ترتبط بالاتصال نفسه ، فالصحف الفورية بمثابة نقطة الإلتقاء بين الإتصال المباشر الشخصي والإتصالالوسيطيوالإتصال الجماهيري

ويتيح النشر الفوري عبر شبكة الأنترنت بيئة تفاعلية مرنة الإتصال الفوري لا مثيل لها في نظيرتها الورقية التي لا زالت تعتمد على باب بريد القراء لربطها بقرائها .

وتنطبق ملاحظة "مارشال ماكلوهان" و التي عبر عنها في جملته الشهيرة "الوسيلة هي الرسالة الإعلامية " على الوسائل الإعلامية التفاعلية الحديثة حيث أن التوظيف الجيد للتفاعلية نشأ عن العلاقة بين الوسيلة الإعلامية والمحتوى الذي تقدمه في الوقت نفسه "

وقد قسم Heeter التفاعلية من خلال إتاحتها في الصحف إلى :

1. التفاعلية المحتملة : و ترتبط بالوسائل التي تتيحها الصحيفة للمستخدمين حتى يراسلوا الصحفيين مثل تقديم وصلات البريد الإلكتروني للصحفيين .
2. التفاعلية الواقعة : وهي التي تتمثل في استجابة الصحفيين لهذه الوسائل .

المبحث الثانّي : *عنصر التفاعلية على الأنترنت ومواقع الصحف الإلكترونية*

تتسم الصحف الإلكترونية بقدرتها على توفير قدر كبير من التفاعل بينها و بين مستخدميها هو الأمر الأكثر صعوبة في حالة الصحف الورقية حيث تتيح الصحف الإلكترونية هذا التفعل سواء بالتعليق على الموضوعات أو التراسل مع مقدمي الخدمات الإخبارية بالموقع وهو الأمر الذي قد يصاحبه بعض الصعوبات و المخاوف بالنسبة للصحفيين ، حيث يقع على الصحفيين عبء الرد على كثير من الرسائل ، كما أنّه قد يرسل لهم بعض الرسائل المهنية أو التي بها تهديد أو بها معلومات خيالية تشغل الصحفيين دون فائدة .

وآليات التفاعلية المتاحة لمستخدمي الصحف الإلكترونية هي :

1. البريد الإلكتروني الخاص بالصحيفة .
2. جماعات النقاش .
3. الإستطلاعات الفورية للرأي العام .
4. تزويد المستخدم بالبريد الخاص لمحرري الموضوعات المختلفة .
5. النشرات الإلكترونية التي يبدي المستخدمين من خلالها على آرائهم .
6. تبادل الرسائل الإلكترونية مع الأشخاص الذين يرتبطون بموضع الحدث .
7. الإنتقال لمواقع أخرى تنشر معلومات تفصيلية عن الموضوع المنشور في الصحيفة.
8. مدى وجود إمكانية الإشتراك في النشرات الإلكترونية .
9. إمكانية وجود إشتراك في جماعات النقاش [1].

(1) ليلى عبد المجيد ومحمود علي الدين ، فن التحرير الصحفي للوسائل المطبوعة الإلكترونية ، السحاب للنشر و التوزيع ، ط1 القاهرة 2008 ص367 .

تخلف الجريدة التفاعلية صفحة تحريرية نابضة بالحياة توجد فيها صفحة الرأي في مواجهة الصفحات التي تحوي رسائل القراء هو ما لا يوجد في صحيفة اليوم و تشبه الجريدة الإلكترونية خط دردشة عبر الأنترنت حيث تنشر المناقشات الدائرة حول موضوع معين أو عديد من الموضوعات في الحال وتم ربط المناقشات المختلفة بالمحتوى الخبري أو محتوى الرأي .

على الرغم من أن الأنترنت بدأت منذ ما يزيد عن ثلاثين عاما مضت إلا أنها لم تجد إقبالا من ناشري الصحف كوسيلة للنشر ألإلكتروني حتى عام 1993 عندما بدأت شبكة الواب العالمية في الظهور وإذا كانت الأنترنت قد أتاحت للناشرين في مجال النشر الإلكتروني الظهور فإن شبكة الويب ساعدتهم على الإزدهار .

وكانت بعض الخطوات ذات الدلالة في تطوير الجرائد الإلكترونية نتاج مهما لأبحاث "مركز مركيوري" و أتاح المركز صحيفة سان جوزيه مركيوري نيوز "sanjosémercrury News" على الخط المباشر عام 1993 لتكون في مقدمة الجرائد الإلكترونية المنشورة على الويب وقد زادت هذه الصحيفة خدمات إضافية مثل أرشيف الأخبار الذي يعود إلى عام 1985، وتوسعت في نشر المعلومات المحلية و أتاحت لوحة النشرة الإلكترونية لكي يتصلوا بعضهم ببعض ويتصلوا بالمحررين ، كما قالت الصحيفة أيضا بتقديم خدمة إخبارية شخصية حيث يتلقى الفرد موضوعات تم نقلها إليه عبر البريد الإلكتروني ، فالصحافة الإلكترونية قدمت ثقافة مختلفة تقوم على أسس التفاعلية علاوة على التفاعلية التي يجب إتاحتها على جرائد الويب وخاصة في البريد الإلكتروني و المؤتمرات الإلكترونية وندوات النقاش .

فقدان وسائل الإعلام التقليدية للتفاعلية سبب في الإهتمام بدراسة دور التفاعلية في الإتصال الجماهيري مند بدايات القرن 20 حيث اهتم كل من "بريخنت "و"نيامين" بموضوع قصور الإتصال التقليدي ذي الإتجاه الواحد و الذي تتميز به وسائل الإعلام التقليدية و قام "بريخت" بتطوير نظرية الراديو وسيلة اتصال تتسم بالتبادلية و الديمقراطية وقد قوبل هاذا الإهتمام

باعتراض كبير من قبل الفاشية الأوروبية وقتئذ والتي اعتبرت هذا الإقتراح تهديدا لها لأنه يدعو إلى تحقيق الديمقراطية و الحرية الإعلامية .

وبدأ الاهتمام بدراسة التفاعلية في مجال الاتصال الجماهيري مند وينر عام 1948 أهمية رجع الصدى Feed Back كعنصر رئيسي من العملية الاتصالية وأعقب ذلك صدور كتاب "ولبار شرام" Wilbarshramm عام 1954 و عنوان عملية الاتصال الجماهيري و تأثيراتها ، و الذي جاءت فيه أول إشارة لمصطلح التفاعلية وأكد "ولبار شرام" ضرورة وجود مجال خبرة مشتركة بين المرسل و المستقبل وعن طريق هذا المجال يتم توصيل نوعين من رجع الصدى هما رسالة من مستقبل إلى المرسل ورسالة من المستقبل إلى ذاته .

ولقد أكدت نماذج الاتصال التقليدية المختلفة بداية من نموذج شانون وويفر Shannon et Weverمرورا بنظرية الطلقة السحرية ونموذج التدفق على مرحلتين وصولا إلى نماذج "ويستلي و ماكلين" ومفاهيمها عن حراس البوابة ورجع الصدى على أنه وسائل الإعلام التقليدية وسائل إتصالية ذات اتجاه واحد و تفتقر إلى رجع الصدى في حين أن التفاعل الحقيقي يتطلب نموذجا إتصالي ذا اتجاهين أو اتجاهات متعددة Multi directionel Model

وتوجد عوامل توضح عدم قدرة وسائل الإعلام التقليدية على لتفاعل مع جماهيرها ويمكن أن نحدد هذه العوامل فيما يأتي :

ـ إن وسائل الإعلام التقليدية للاتصال ليس لها القدرة التكنولوجية الكبيرة التي تتيح الفرصة لمشاركة الجمهور و تبادل الرسائل و المضامين الإعلامية .

ـ إن هذه الوسائل التقليدية للاتصال تقدم رسائلها بشكل يتجاهل فيه سيطرة الجمهور التي تم توجيه هذه الرسائل له.

ـإن هذه الوسائل التقليدية لا تستطيع أن تشبع الدوافع الاتصالية لكل الجماهير المختلفة نظرا لمحدودية إمكاناتها و مضامينها .

-إن الجمهور التقليدي لوسائل الإعلام التقليدية لا يمتلك فرصا كبيرة للمشاركة في إنتاج مضمون وسائل الإعلام التقليدية كما أن النقاش في في هذه الوسائل يكون مقصورا على الصفوة السياسية و الثقافية.

ومع ظهور وسائل الاتصال الحديثة وفي مقدمتها الأنترنت بما تمتلكه لهذه الوسائل من أدوات تفاعلية أصبح للمستقبل القدرة على المشاركة النشطة و الفعالة في العملية الاتصالية حيث أصبح الجمهور يسعى للحصول على المعلومات واختيار المناسب منها، وتبادل الرسائل مع المرسل بعدما كان دور المستقبل هو مجرد تلقي المعلومات فقط وأصبح التمييز بين المرسل و المستقبل في ظل استخدام وسائل الاتصال التفاعلية أمرا صعبا فالمرسل أصبح مستقبلا و المستقبل أصبح مرسلا [1] .

(1) مرجع سابق ، الصحافة الإلكترونية ،دراسات في التفاعلية و تصميم المواقع ، ص66 .

المبحث الثالث : *الدراسات التي اهتمت بدراسة التفاعلية على مواقع الصحف الإلكترونية*

يقدم الاتصال عبر الحاسبات أشكال عديدة من التفاعلية مثل البحث عن المضامين وإتاحة رد الفعل أو رجع الصدى و المواقع الإعلانية بالمقارنة بوسائل الإعلام المطبوعة و المذاعة، فإن مستخدمي الأنترنت يسهل عليهم الاتصال بالقائمين بالاتصال من خلال قوائم البريد الإلكتروني ذات الوصلات الفائقة للمحررين و المخرجين .

و اليوم و بالإضافة البريد الإلكتروني تقوم المواقع الإخبارية الإلكترونية بتجريب أساليب مختلفة لقنوات رد الفعل مثل الخطابات الإلكترونية على المحرر ، أوغرف الحوار الحي و اللوحات الإخبارية و ندوات النقاش .

ويسلط ميلسون الضوء على تفاعلية الصحافة الإلكترونية من خلال لتقديم بعض النماذج و طرق و أساليب التفاعل يستطيع القراء و المشاركون الإستجابة اللحظية للمادة المقدمة من الصحفي الإلكتروني و يمكن أن تأخد هذه الإستجابة اللحظية للمادة المقدمة من الصحفي الإلكتروني ويمكن أن تأخد هذه الإستجابة عدة أشكال مثل البريد الإلكتروني للمحرر وهو ما ما يشبه الخطاب التقليدي للمحرر في الإصدارت المطبوعة و يمكن للصحفيين العاملين في المواقع الإلكترونية أن يستفيدوا من المناقشات التي تتيح للقراء الاستجابة اللحظية لموضوع ما، و التعليقات من القراء الآخرين فما يشبه أسلوب النقاش على اللوحات الإخبارية ويمكن الوصول إليها في أي وقت ، كما يمكن للقراء أن يصبحوا مشاركين في خلق البيئة التحريرية حيث يساهمون في اقتراح ما يتم تغطيته أو الموضوعات التي يمكن أن يعالجها الكاتب في مقالاته .

و قد قام "تريمان" Tremayne 1997 بدراسة 15 موقعا إلكترونيا لعدد من الجرائد و محطات التلفزيون ووحداتها حققت رصيدا متوسط في مقياس التفاعلية يضم ست درجات ، وأوضحت نتائج بحتة أن الجرائد قد تميزت مواقعها بالتفاعلية أكثر من مواقع محطات التلفزيون

وهذا ما يتعلق بالمواقع المتعلقة بخمس جرائد إلكترونية مرتبطة بجرائد ذات توزيع ضخم ووجد أيضا أن المواقع الأحدث تميل إلى أن تقدم تفاعلية أكثر من المواقع الأقدم.

نطرح السؤال : كيف يمكن للجراد الإلكترونية أن تصبح أفضل في جذب القراء من الشباب؟

والذين نجحوا في أن يحققوا جاذبية كبيرة تتسم بالإنتماء لموقع الجريدة يجيبون على هذا السؤال ببساطة بأنه يجب تقديم المضمون الذي يرغب الشباب في قراءته كما يجب إتاحة المنتديات Forums التي يمكنهم أن يلتقوا فيها لمناقشة اهتماماتهم ، كما يجب السماح لهم بالمشاركة في التقارير التي يكتبها الصحفيون عن الأنشطة التي يمارسونها .

استهدفت دراسة "تانجيفشولتر" مناقشة التحدي الخاص بإتاحة الخيارات التفاعلية في الصحافة وترى الدراسة أن التفاعلية تعد متغيرا مهما في إحداث التجاوب في الإرسال الشخصي و الجمعي ، وأن الأنترنت من شأنها زيادة إمكانية المحاولات للتفاعلية في الصحافة و حاولت الدراسة دراسة التفاعلية في مواقع الصحف الإلكترونية من خلال تحليل 100 صحيفة أمريكية إلكترونية يومية تم اختيارها بأسلوب العينة الطبقية واستهدفت الدراسة التعرف على أدوات التفاعلية المتاحة على مواقع الصحف الإلكترونية التي يعمل على تحقيق اتصال تفاعلي وسبه تفاعلي وانتهت الدراسة على أن معظم الصحف الإلكترونية تتيح عناوين البريد الإلكتروني الإتصال بصالة التحرير وأن تلك الصحف الإلكترونية تعرض قائمة بعناوين البريد الخاص بالمحررين و الصحفيين وأن معظم الصحف لا تتيح دردشة مواقعها .

في حين أن حوالي ربع الصحف الإلكترونية تتيح المسوح الإلكترونية على مواقعها و ثلث منها توفر لقرائها ندوات النقاش .

واثبتت دراسة" كيني و جورلكوموانجي" أن ثلثي المحررين لا يردّون على استفسارات القراء.

حاولت دراسة نجوى عبد السلام فهمي 2001 من خلال استخدام مفهوم التفاعلية وضع توصيف للمواقع الإخبارية العربية و مدى استغلالها لإمكانات التفاعلية من عينة عشوائية من

المواقع الإخبارية العربية الصحف المطبوعة أو غيرها ، وأشارت النتائج التحليلية لهذه المواقع إلى ظاهرة لا زالت مسيطرة على الصحافة الإلكترونية العربية و هي عدم استغلال الكامل للإمكانات التي تنتجها الثورة الرقمية فغالبية الصحف لا تهتم بإقامة وسيلة اتصال ثنائية الإتجاه بينها و بين الملتقي بل تكتفي بنشر آراء ووجهات نظر محرريها دون الإهتمام لآراء الجمهور القراء في المادة الخبرية المنشورة في حين كانت المواقع الإخبارية التابعة لشركات تعمل في مجال أكثر اهتماما بآراء المترددين عليها .

كما أشارت نتائج الدراسة إلى أن مستوى التفاعلية بين القارئ و نص المادة الخبرية كان في أدنى مستوياته أو غالبا تماما في عديد من المواقع الإخبارية العربية بسبب لجوئها إلى

إعادة نشر النسخة المطبوعة نفسها من الجريدة الورقية كنسخة PDF، تظهر على الكمبيوتر، وأشارت الدراسة أيضا إلى عدم حرص الصحافة الإلكترونية العربية على إقامة صلة مباشرة بين محرريها و جمهور القراء لذا نجدها لا تحرص على إتاحة عناوين البريد الإلكتروني لمحرريها [1] .

(1) حسني شفيق ، الإعلام التفاعلي بين التفاعلية و الرقمية ، رحمة برس للطباعة و النشر ، ط1 2007 ص 99 .

المبحث الرابع :*أشكال التفاعلية وأبعادها*

تتميز الصحافة الإلكترونية بأشكال عديدة من التفاعلية مقارنة ذلك بما تقدمه الصحافة المطبوعة أو الورقية ومن أشكالها مثلا التفاعل مع المحتوى وحتى التفاعل مع المحررين الصحفيين .

وقد لخص Nicholas 1998 الملامح الأساسية للتفاعلية في الصحف الفورية كما تتيحها شبكة الأنترنت للنشر الفوري :

تعتبر عناصر وآليات الجوال داخل صفحات المواقع الفورية عموما أحد أهم ملامح تحقيق التفاعلية في استخدام الفرد للمحتوى المنشور في الصفحات الفورية

ويتعلقالملمح الثانيالذي أتاحت الأنترنت لصفحات المواقع الفورية و غيرها بإمكانية ان يرسل المستخدم بيانات عن اهتمامه و يتلقى وفقا لها رسائل و المواد الإعلامية التي تثير اهتمامه وتتفق وميوله بشكل أتوماتيكي .

أمّا الملمح الثالثفهو خاص بإمكانية الإتصال المباشر مع الأفراد و الجماعات في مختلف أنحاء العالم وشكلت جملة الملامح السابقة أهم معالم صفحات المواقع وانتقلت بها تدريجيا من الشكل البسيط إلى المزيد من التركيب و التعقيد لتطور تقنيات كل ملمح منهم فأصبحت الصفحات الفورية حية مرنة ديناميكية في مقابل الصفحات المطبوعة الثابتة .

و يؤكد Herbert على أن ما يميز الصحافة الفورية أنها صحافة تفاعلية تفتح مجالا للحوار و المناقشة في مختلف أنواع القضايا و الموضوعات ويدعم التقديم التكنولوجي الرقمي هذا الحوار ويثري قنواته .

فالصحافة الورقية تتيح فرص محدودة جدا للاتصال المباشر ومن أكثرها شيوعا رسائل القراء للمحررين وذلك كرد فعل من القراء للرسائل الإعلامية إلا أن التواصل يظل في المرحلة الأولى بين التفاعلية (رد فعل) إذا لم يقم المحررون بالإستمرار في التواصل وتبادل تبعا للاتصال الأول وإذا لم يشترك فيه أطراف أخرى .

ويؤكد الباحثون على أهمية أن يتوفر في المحتوى المعروض على شبكة الأنترنت اختيارات تكون ذات معنى أو بينها ارتباطات معينة تتيح للجمهور الاستفادة من امكانيات التفاعلية التي يتيحها النشر الفوري .

فالمستخدم مغرم بالاكتشاف أكثر من كونه مجرد متلقي سلبي يستقبل المعلومات وكلما تفاعل المستخدم مع المضمون كلما زاد اندماجه فيه وتأثر به ، بل أنه كلما زادت وتنوعت

أشكال المشاركة وتبادل الآراء بين مستخدمي أحد المواقع كلما خلق نوعا من الإنتماء والارتباط بينهما ، ومن ذلك المواقع التي يتيح لهم الممارسة دور إيجابي في الاتصال .

كما تؤثر التفاعلية في تقديم المادة الإعلامية واستخدام المادة الإعلامية التفاعلية حسب اهتمامات وخبرات المستخدمين المتنوعة معدلات أعلى في الفهم والإدراك والتذكر من استقبالها بشكل متتابع تقليدي يكون فيه المتلقي سلبيا .

وكلما كان المستخدم قادرا على طرح أسئلة واستفسارات وطلب معلومات ، فإن مستوى استقباله وادراكه لها سوف يكون أعلى ،وهذا هو المحور الأساسي التي تعتمد عليها المادة التفاعلية .

ففي كل مرة يلجأ فيها المستخدم إلى إحدى وسائل التعامل مع المادة و التحكم فيها ، يكون مدفوعا بسؤال ،ويريد الوصول لإجابة عليه ، ولأن المستخدم هو الذي موت السؤال فهو يريد الحصول على إجابة عنه على الأقل إلى مدى مناسب ، ولذا سوف يحقق مستوى مقبول في استقباله وادراكه وإمكانية استرجاعه .

وترتبط التفاعلية في استخدام الجمهور للصحافة الفورية يجعل المستخدم نفسه جزء من الحدث في خبرته بشكل فعلي ، ويتحقق هذا عن طريق عدة وسائل مثل تبادل الرسائل الإلكترونية مع المحررين النشرات التي تتيحها العديد من المواقع الإخبارية المواد المخصصة لتلقي رسائل القراء وتعليقاتهم وآرائهم حول أحد الموضوعات العامة أو حتى الإشتراك في مناقشات جماهيرية حول أحد الموضوعات الصحفية المنشورة بل وبإمكانية أن يصل القارئ إلى المصادر الأخرى المشتركة في الحدث و أيضا الوصول لمستويات مختلفة من المعلومات باستخدام آليات البحث المختلفة و الاتصال بقواعد البيانات الفورية [1]

ولمزيد من التحديد يمكن التمييز بين بعدين للتفاعلية يمكن توافرها في الصحف الفورية :

يرتبط العامل الأول بإمكانيات التفاعلية الخاصة بالمحتوى المعروض وهي الدرجة التي تتيح فيها الصحفيون المستخدمين للتحكم في الشكل ومستوى استخدامهم للمحتوى الإعلامي والسيطرة عليه .

وتعتمد شبكة الويب في تنظيم المعلومات على بنائها بشكل غير خطي لأنها شبكة وليست مسار مستقيم تتوالى فيه المعلومات بشكل متتابع كما في وسائل الإعلام التقليدية ،

وبالتالي فإن استخدام البناء الغير الخطي في بناء المادة الفورية يؤكد على قدرة المستخدم على التفاعل نع المحتوى نفسه ويشير إليه ضرورة إعادة النظر في قوالب التحرير و العرض المستخدمة ويؤكد Mike (2002) على أنه إذا استطاع الصحفي أن يقدم موضوعه في شكل عناصر أو محاور كل منها مستقل وواضح ومرتبطين ببعضهم البعض ليشكلوا في مجملهم الموضوع ككل وبالتالي يمكن للمستخدم التعامل مع كل محور على حدى وفق الترتيب الذي يختاره ،

(1)حسني شفيق ، الإعلام التفاعلي ثورة تكنولوجية جديدة في نظم الحاسبات والاتصالات، رحمة برس للطباعة و النشر2008 ص34 .

فإن الصحفي بذلك يكون قد حقق أهم الخطوات في جذب اهتمام الجمهور والحفاظ عليه ويتعين بذلك على الصحفي الفوري أن يتأكد من أن الموضوع الذي يعرضه على القارئ يوفر له إمكانية عالية للتفاعل معه .

أمّا العامل الثاني فيرتبط بالتفاعلية في الاتصالات الشخصية أو إلى أي مدى يستطيع مستخدمو المواد الفورية أن يتبادلواالمحادثات مع الأطراف الأخرى المشاركة في الاتصال المتعين بالحاسبات.

وفي إطار ما سبق يمكن التمييز بين أربع مستويات متنوعة يتيحها النشر الفوري للتفاعلية في استخدام الصحيفة الفورية :

1. التفاعل بين المستخدم و المحرر (وأبرز الأمثلة التطبيقية على المستوى السابق هو البريد الإلكتروني).
2. التفاعل بين المستخدم وغيره من المستخدمين (مثل استخدام جماعات المناقشة النشرات الإلكترونية).
3. أن يصبح المستخدم نفسه مصدرا وذلك حين تتاح له الإمكانية للتعليق على المادة ونشر رأيه وأيا كانت الإضافة التي يريد عرضها على الآخرين .
4. التفاعل بين المستخدم والمادة نفسها من خلال تحكمه في محاور وأشكال المعلومات التي يتعرض لها .

وفي ظل ما يمكن أن توفره الصحيفة الفورية لمستخدميها من إمكانيات التفاعلية و التحديث المستمر لمحتواها ، طرح Glover 1999 تصوره للخدمة الصحفية الفورية ثلاثية الأبعاد والذي يتفق فيه إلى مدى بعيد مع رؤية Mike و التي سبق ذكرها ، ويتلخص تصور Glover فيما يلي :

1. متابعة أحداث القصة وتطوراتها في اللحظة الحاضرة بشكل فوري وسريع .
2. الاطلاع على خلفيات الأحداث من خلال الخلفيات المدعمة المصاحبة لها ومن خلال خدمة البحث في الأرشيف بالتالي الرجوع لخلفيات الأحداث في الماضي و ملاحظة تطورات الأحداث عبر الزمن.
3. الدخول في مناقشات حول تطور الحدث في المستقبل من خلال اشكال المناقشات العامة و المستمرة بين المستخدمين وبعضهم البعض وبينهم وبين المحرر المسؤول وبينهم وبين المصادر المختلفة من جانب وهو ما يثري خبرتهم ويجعلهم أكثر انتماء للصحيفة

كما يطرح Thom 1997 بعدين آخرين لمفهوم التفاعلية يرتبط الأول منهم بفكرة التخصيص ويعني مرونة الموقع الفوري واستجابته للاهتمامات الفردية للمستخدم ، ويرى أن الإتجاه الثاني للتفاعلية يستحق مزيد من الإهتمام من جانب الصحف الفورية ويرتبط بفكرة بناء المجتمع عن طريق قنوات النقاش والحوار الجماعي وتبادل الاتصالات الاجتماعية بين المستخدمين و بعضهم البعض وبين المحررين حول الموضوعات و القضايا العامة ، خاصة وأن الصحف التقليدية قد اهتمت من قبل بهذا الدور من خلال نشر المناقشات و رأي القراء حول القضايا الهامة ،إلا أنها كانت مقيدة بمساحة الورقة المحددة ، بينما يمكن أن يستمر الحوار عبر الصحف الفورية المستفيدة من امكانيات النشر عبر شبكة الأنترنت باستمرارية وبلا قيود إلا أن الواقع الفعلي للاتصال عبر شبكة الأنترنت يقتضي التوقف قليلا .

فالقول بأن شبكة الأنترنت تتيح إمكانية التفاعل في المواد المنشورة عليها يعد وصف لإمكانيات الشبكة أكثر من كونه تقريرا للواقع الفعلي للمواقع الإعلامية عليها ، فليس بالضرورة كل ما هو منشور على الأنترنت يتيح بالفعل اتصالا تفاعليا للمستخدم ونقله من موقعه كمتلقي إلى عضو نشط ينتج الرسائل ، فالمواقع الفورية على الأنترنت يمكن أن تتحول إلى نموذج الاتصال التقليدي الأحادي إذا لم تتضمن أدوات تتيح التفاعلية مثل البريد الإلكتروني وجماعات المناقشة والنشرات الخارجية .

و يؤكد ذلك ما لاحظه Thom من غياب أهم وأبسط ملامح فكرة بناء المجتمع عبر الصحف الفورية من خلال قنوات الحوار بين المستخدمين و المحررين في العديد من الصحف الفورية التي قام بزيارة موقعها على شبكة الأنترنت بعكس الحال في المواقع الفورية ذات الطابع التجاري فهي تهتم بتزيد الموقع بعناوين البريد الإلكتروني للمسؤولين عنه مع وجود فريق خاص من العاملين مكلف بالرد علىرسائل المستخدمين و نشراتها يوميا .

و أشارت إحدى الدراسات السابقة التي تناولت إمكانية التفاعلية التي تتيحها الصحف الفورية لقرائها منها :

ـإمكانية تبادل الرسائل الإلكترونية مع الأشخاص الذين يرتبطون بموضوع الحدث المنشور.

ـ إمكانية الإنتقال لمواقف أخرى تنشر معلومات تفصيلية حول الموضوع الذي يتابعه المستخدم في الصحيفة وأيضا المواقع الفورية التي يمكن أن ترتبط بهذا الموضوع [1]

(1) مرجع سابق، الإعلام التفاعلي ثورة تكنولوجية جديدة في نظم الحاسبات والاتصالات، ص38-39.

المبحث الخامس: جمهور الصحف الإلكترونية

إن لوسائل الإعلام دور كبير في بناء و تشكيل وتوجيه الجمهور لكن يبقى ذلك نسبيا

كون أن هناك مجموعة من المصادر تساهم في تكوين هذا الأخير و بذلك يصبح هناك دليلا قويا لإقناع كل من ينظر إلى الجمهور بأنه مكون سلبي إزاء وسائل الإعلام [1] .

هذا يعني أن بناء وتشكيل قاعدة جماهيرية يتطلب الاعتماد على مختلف المصادر فالاعتماد على وسائل الإعلام وحدها ، يؤذي إلى مساندة رأي الذين يعتقدون بأن الجمهور سلبي ، اتجاه ما تقدمه وسائل الإعلام ، لكن أصبح اليوم ينظر إلى الجمهور على أنه رأي إيجابي ونشط ، وهذا باعتبار أن لديه ردة فعل تختلف عن السابق اتجاه ما تقدمه وسائل الإعلام وذلك من خلال تفاعله المتميز وتقديم مختلف الآراء والانتقادات .

فوسائل الإعلام لا تتعامل مع الجمهور من فراغ هذا يعني أن الوسيلة الإعلامية تتبع استراتيجية معينة لتحقيق أهدافها، فتعدد المصادر يساعد على نمو الوعي و النضج لدى الافراد، لذا على القائم بالاتصال أن يراعي طبيعة السياق الذي يتواجد فيه هذا الجمهور وذلك لضمان إحداث التأثير فدمج ثورة المعلومات مع ثورة تكنولوجيا الاتصالات أدى إلى إنتاج ما يعرف بتقنية الاتصال ، والذي يعتمد على الحاسبات الشخصية وعلى المعلومات ، الأمر الذي أدى خلق وسيلة اتصالية تعتمد على نموذج اتصالي مغاير للنموذج التقليدي وأجواء إعلامية تختلف عن الأجواء القائمة وكل ذلك أدى إلى خلق سيناريو بديل للحوار القائم بين المتلقي ووسائل الاتصال ما يبعث على الرغبة في إعادة النظر في المعطيات القائمة لشرح وتفسير العلاقة بين الجمهور والوسائل الاتصالية الذي تلعبه هذه الأخيرة في تشكيل وتوجيه اعتقاداته و اتجاهاته ،

(1) عبد الأمير فيصل ،الصحافة الإلكترونية في الوطن العربي ،دار الشروق للنشر و التوزيع ،ط1،الأردن،2006 ، ص166 .

فدخول الحاسب عالم الاتصال هو تحول العملية الاتصالية إلى حالة تبادلية بين المرسل و المستقبل ، أي أن مجيء الحاسب أحدث تحولا جذريا في العملية الاتصالية خاصة بين المرسل و المستقبل وهذا ما يزيد في درجة التفاعل بينهما ويساعد على فتح مجال تداول المعلومات وهذا يدل هنا على وجود حرية للمرسل في البث المعلوماتي وحرية المستقبل في التلقي و المعرفة .

هناك دراسة ل"مارك تارماين "محاولة منه استكشاف قيمة التفاعلية بالنسبة الصحافة واستهدفت الدراسة اختيار تأثيرات التفاعلية على التعلم واكتشاف دور الدافعية Motivation في التعلم من وسائل الإعلام التفاعلية .

فالتفاعلية تعد من أبرز العناصر التي ينبغي تحقيقها حتى تستطيع الصحافة الإلكترونية التميز عن الصحافة الورقية ، وبالتالي تحقيق رغبات الجمهور الذي يعد العنصر أساسي في نجاح الوسيلة أو فشلها .

لقد أسهمت القدرات التفاعلية في الصحافة الإلكترونية في جعل الجمهور مهما في بناء المحتوى وكتابته أو اختيار مضامينه على الأقل ، وحققت حرق غير مسبوق لاحتكار المرسل دور القائم بالاتصال ولم يعد الصحف يوحده من يتولى تقديم المعلومات والآراء للجمهور ، بل أصبح هذا الجمهور يشاركه في طرح الآراء وتبادلها مع أفراد آخرين الأمر الذي يحقق قدر كبير من المشاركة عبر الصحيفة الإلكترونية ومثل هذا الواقع يحقق حسب الناشر "روبرت مردوخ " ما يتناسب ومزاج القراء ، فهؤلاء حسب قوله ولا سيما فئة الشباب منهم باتت ترفض فكرة أن تملي عليهم الأخبار بالطريقة السائدة في الصحافة التقليدية ، إنهم يريدون أن يشاركوا في التحكم في الإعلام كي يكونوا أكثر استعدادا لاستخدام مضامينه[1] .

(1) ليلى عبد المجيد ،محمود علي الدين ، فن التحرير الصحفي للوسائل المطبوعة والإلكترونية ،دار السحاب للنشر و التوزيع ، ط1 ، القاهرة 2008 ، ص 354 .

خلاصة الفصل :

إن العنصر المهم و الأساسي الذي يميز الصحافة الإلكترونية عن الصحافة التقليدية

هو عنصر التفاعلية وظهر ذلك مع ظهور تكنولوجيا الاتصال حيث عملت التفاعلية على تحطيم الحاجز بين ما هو جمهوري أو لا جمهوري وتخليص الإعلام من التلقي السلبي حيث يعطي المشارك دورا مؤثرا في عملية الاتصال بحيث يتبادل المستقبل دوره مع المرسل بطريقة إيجابية ولحدوث عملية التفاعل بين المرسل و المستقبل يجب أن تتوفر أدوات تفاعلية تجعل التواصل مستمرا وإيجابيا ، الأمر الذي يحقق المشاركة بقدر مهم في الصحيفة الإلكترونية من قبل المستخدم لها .

نبذة عن موقع الشروق اليومي :

1. الشروق كجريدة ورقية تأسست في 1 نوفمبر 2000 وتدريجيا بدأت تتوسع بخلق مكاتب جهوية على مستوى الشرق والغرب والجنوب وفي ظل 5 سنوات استطاعت أن تجد لها مكانا وسط العناوين الصحفية الصادرة بالجزائر سواء الناطقة بالفرنسية أو العربية ، بحيث كانت مجموعة من الجرائد تحتل الريادة وفي ظل التنافسية ما بين هذه العناوين وتطور استخدامات الصحافة العالمية لتكنولوجيا الإعلام والإتصال ، فضلت الشروق أن تأسس موقعا إلكترونيا في سنة 2005 زكان مؤسسة الصحفي بالجريدة المطبوعة نسيم لكحل ومقره هو نفسه مقر الجريدة الورقية، دار الصحافة 2 شارع فريد زويش القبة . الجزائر العاصمة ، ووضع الموقع الإلكتروني تحت التجريب ليتحسن تدريجيا من حيث الخدمات التي يقدمها وفي ظل 4 سنوات تحول إلى أحسن موقع إلكتروني للصحف بالجزائر وهو الأول بقرابة 8 ملايين زائر خصوصا وأن خدماته متوفرة بالعربية والفرنسية والإنجليزية وقد صنفته صحيفة أو محلية فوريز الأمريكية الشهيرة في المركز الأول ، إذ أشارت دراسة "ألسيكس " المنشورة في سنة 2010 إلى أن الشروق تتصدر الصحف الجزائرية والعربية بالمقاييس العلمية والتقنية وفي المرتبة الثانية بعد موقع أسبوعية اليوم السابع المصرية من حيث التأثير في الشارع العربي .
2. أما فيما يخص الفرق بين النسخة الورقية والإلكترونية ، زيادة على الفروقات التقنية التي توفر تكاليف الإنتاج والتوزيع فإن النسخة الإلكترونية تتميز بكونها آنية حسب الأحداث التي تقع والتي تدرج مباشرة على الموقع حسب أهميتها وذلك ما يجعل فضائيات عربية وبوسائل إعلامية عالمية تأخذ من موقع الشروق كمصدر في معالجتها لمختلف القضايا في الجزائر كما يسمح الموقع الإلكتروني بتفاعلية أكبر من تلك التي توفرها النسخة المطبوعة ، إذ يمكن لقراء النسخة الورقية أن يعبروا أن آرائهم ويطلبوا نشر توضيحات أو

ردود لكن لن يكون ذلك إلا في اليوم الموالي في حين يتيح الموقع الإلكتروني إمكانية التفاعلية المباشرة مدة 24 ساعة لكن الجريدة المطبوعة ينتهي بها الدوام غالبا في حدود الساعة الخامسة بالنسبة للصحفيين وساعات قليلة بعد هذا الوقت بالنسبة للتقنيين كما أن النسخة الورقية يمكن الاطلاع عليها كاملة بنسخة PDF على الموقع ابتداء من منتصف الليل مع الإشارة إلى أن جميع الصفحات يمكن الاطلاع وقراءتها بعكس النسخة الأولى أحيانا من منطقة جغرافية إلى أخرى أي أن الصفحات الجهوية المعنونة ب " محليات " تختلف ما بين الوسط والشرق والغرب والجنوب .

3. النسخة الإلكترونية أكثر فاعلية في نشر الأخبار من حيث الآنية كما سبق الإشارة إليه زيادة على وضع الأرشيف في خدمة القراء وتزويد الموقع بخدمة الشروق TV ، أي وضع تسجيلات فيديو على الموقع فكلا النسختين تمتازان بالمصداقية والمهنية الاحترافية إلى حد ما لأنهما يمثلان مؤسسة إعلامية واحدة ويعتبر مدير النشر المالك العام علي فوضيل نفسه مدير النشر الإلكتروني من حيث المسؤولية القانونية كما أن طاقم الموقع الإلكتروني يتكون من 13 صحفيا فقط ويعتمد في إدراجه لمادته الإعلامية بنسبة كبيرة على طاقم الجريدة المطبوعة من شبكة صحفيين ومراسلين بكل ولايات الوطن ما معناه أنه لا يوجد اختلاف كبير في المضامين الإعلامية باستثناء بعض المواضيع ، كما أن هناك صحفيين كانوا يعملون بالجريدة الورقية وتم تحويلهم نحو الموقع .

4. هيئة تحرير موقع الشروق يقوم بمراقبة التعليقات على الأخبار ويستخدم مقص الرقابة أي أنها تقوم بحذف عبارات السب و الشتم إن وجدت وماعدا ذلك فحرية التعبير متوفرة بشكل أكبر ونشر الآراء المتناقضة مضمون.

5. إن الموقع الإلكتروني لا يحتجب ويستمرفي نشر الأخبار حتى في أيام العطل والمناسبات الدينية والوطنية .
6. يعد الموقع الإلكتروني للشروق من أكثر المواقع زيارة من قبل مستخدمي الأنترنت على المستوى الوطني والعالمي بتوفيره للنسخة الإنجليزية والفرنسية ، وبالتالي فإن مقروئيته جد عالية ويظهر ذلك جليا يوميا من خلال عدد قراءات المواضيع التي تسجل آليا وكذا الآراء والتعليقات في إطار التفاعلية لكن تفضيل الموقع على باقي الصحف المطبوعة يتوقف على مدى تطور استخدامات الأنترنت في الجزائر وإخفاء الصحافة الورقية .

تحليل بيانات الإستمارة :

السمات العامة :

جدول رقم 01 : توزيع عينة الأفراد بدلالة متغير الجنس .

الجنس	التكرار	النسبة المئوية
ذكور	48	%48
إناث	52	%52
المجموع	100	%100

جدول رقم 02 : توزيع عينة الأفراد بدلالة متغير السن .

السن	التكرار	النسبة المئوية
[22 – 20]	27	% 27
[25 – 23]	60	% 60
[28 – 26]	13	% 13
المجموع	100	% 100

جدول رقم 03 : توزيع عينة الأفراد بدلالة المستوى الجامعي .

المستوى الجامعي	التكرار	النسبة المئوية
1 جامعي	8	% 8
2 جامعي	8	% 8
3 جامعي	7	% 7
4 جامعي	9	% 9
سنة أولى ماستر	14	% 14
سنة ثانية ماستر	40	% 40
دكتورا	6	% 6
المجموع	100	% 100

جدول رقم 04 : توزيع عينة الأفراد بدلالة الحصص .

نوع الحصص	التكرار	النسبة المئوية
فلسفة	13	% 13
علوم الإعلام والإتصال	46	% 46
علم النفس	16	% 16
علم الإجتماع	15	% 15
علوم إنسانية	10	% 10
المجموع	100	% 100

المحور الأول :

جدول رقم 05 : بين عادات مطالعة الصحف الإلكترونية .

مطالعة الصحف الإلكترونية	التكرار	النسبة المئوية
يوميا	31	%31
مرة في الأسبوع	43	% 43
مرة في الشهر غلى الأقل	26	% 26
المجموع	100	% 100

من خلال هذا الجدول يتضح لنا أن أعلى نسبة تمثلت في الإجابة بمرة في الأسبوع والتي قدرت بنسبة 43 % في مقابل نسبة 31 % والتي تمثلت في الإجابة " يوميا " في حين تمثلت الإجابة مرة في الشهر على الأقل بنسبة 26 % ، نستنتج من خلال الجدول أن المبحوثين يتصفحون الصحف الإلكترونية بصفة قليلة مرة في الأسبوع ، ولا يكون ذلك يوميا وذلك لعدم توفر الأنترنت في المنزل والمكوث لأغلب المبحوثين في الإقامة الجامعية والتي لا تتوفر على أنترنت أو ضعف الشبكة وأيضا قراءة الصحف في مقاهي الأنترنت لا تشعر بالراحة ، كما أن البعض الآخر من المبحوثين يتوجهون إلى مقاهي الأنترنت ليس بغرض قراءة الصحف وإنما لأغراض أخرى كالدردشة

جدول رقم 06 : يبين بداية تصفح الصحف الإلكترونية .

بداية التصفح	التكرار	النسبة المئوية
أقل من 6 أشهر	31	% 31
سنة	27	% 27
أكثر من سنة	42	% 42
المجموع	100	% 100

من خلال الجدول يتضح لنا أن أغلب المبحوثين كانت بدايتهم لتصفح الصحف الإلكترونية منذ أكثر من سنة حي تمثلت في نسبة 42 % ، ومثلت نسبة 31 % ممن يتصفحون الجرائد الإلكترونية أقل من 6 أشهر وتليها نسبة 27 % ممن يتصفحون الصحف منذ سنة ، ونستنتج من خلال ذلك أن الوفد الإلكتروني الجديد تم اكتشافه منذ أكثر من سنة من قبل المبحوثين لما له من مميزات تجعله محل اهتمام الجمهور القراء به ، زمن جهة نرى أن نسبة معتبرة من المبحوثين لم يقبلوا على هذا النوع الجديد إلا في فترة قصيرة لأسباب عدم الإنتشار الواسع للأنترنت في الجزائر.

جدول رقم 07 : بين مطالعة الأنواع المختلفة للصحف الإلكترونية .

مطالعة الصحف الإلكترونية التي	التكرار	النسبة المئوية
لها نظير مكتوب	56	% 56
ليس لها نظير مكتوب	15	% 15
يطالعها معا	29	% 29
المجموع	100	% 100

يتضح لنا من خلال الجدول أن المبحوثين يفضلون الصحف الإلكترونية التي لها نسخة ورقية حيث قدرت نسبة 56 %، تليها من المبحوثين الذين يطالعون الصحف الإلكترونية التي لها نظير مكتوب وأخرى صحف مستقلة بنسبة 29 %أما نسبة المبحوثين الذين يطالعون الصحف التي ليس لها نسخة ورقية فتمثلت في 15 % .

نستنتج من خلال هذا الجدول أن المبحوثين يطلّعون على نفس النسخة الورقية من خلال الأنترنت أي الصحف الإلكترونية ، بحيث لا تختلف عليها كثيرا إلاّ في بعض المواضيع بهذا ترى أن النسخة الورقية مازال لها اعتبار كبير عند المبحوثين .

جدول رقم 08 : يبين نوع تصفح الصحف الإلكترونية .

نوع تصفح الصحف الإلكترونية	التكرار	النسبة المئوية
الصحف الأجنبية	10	% 10
الصحف العربية	19	% 19
الصحف الوطنية	71	% 71
المجموع	100	% 100

نلاحظ أن أغلب أفراد العيّنة يفضلون الصحف الإلكترونية الوطنية وذلك بنسبة 71 % وهذا راجع على أن المبحوثين يحاولون معرفة الأخبار المحلية وما يدور حول شأن البلاد والأوضاع الوطنية، في حين نجد نسبة 19 % ممن يطلّعون على الصحف العربية ونسبة 10% ممن يطالعون الصحف الأجنبية .

جدول رقم 09 : يبين كيفية مطالعة الصحف الإلكترونية .

كيفية مطالعة الصحف الإلكترونية	التكرار	النسبة المئوية
تطالع كل صحيفة	12	% 12
تطالع المواضيع التي تهمك	65	% 65
تقرأ العناوين فقط	23	% 23
المجموع	100	% 100

يتضح من خلال الجدول أن أغلب المبحوثين يطالعون المواضيع التي تهمهم بنسبة 65 % وذلك لإشباع رغباتهم واهتماماتهم ، بحيث يفضلون مواضيع عن مواضيع أخرى ، ونسبة 23% ممن يقرأون العناوين فقط ، ونسبة 12 % ممن يطالعون كل صحيفة ، ونستنتج من خلال كل هذا أن القارئ أصبح يفضّل الحصول على بعض الأخبار والمواضيع التي تهمه وسهولة الوصول إلى المخبر بأخذ العناوين فقط ، ولا يحاولن قراءة كل الصحيفة لأسباب إمّا ليس لديها وقت لذلك ، ومن جهة أخرى أصبحنا في عصر السرعة وعناوين فلاش أو المهم في العنوان دون قراءة كل الصحيفة .

جدول رقم 10 : يبين ظهور الصحافة الإلكترونية وإدخالها تجديد على آليات الحصول على الأخبار .

إدخال جديد في الحصول على الأخبار	التكرار	النسبة المئوية
نعم	72	% 72
لا	28	% 28
المجموع	100	% 100

نلاحظ من خلال الجدول أن أعلى نسبة مثلت الإجابة ب " نعم " وقدرت ب 72 % وهي أن المبحوثين يرون أن الصحافة الإلكترونية أدخلت تجديدا على آليات الحصول على الأخبار وذلك من خلال السرعة في نقل الأخبار وميزة الآنية والفورية في نقل الخبر إلى الجمهور القارئ ، وكذلك عملية التحديث في الأخبار وتصفح عدة صحف دولية بما فيها من أخبار في وقت قصير ، في حين قدرت نسبة 28 %مم كانت إجابتهم ب " لا " حيث يرون أن الصحافة الإلكترونية لم تدخل تجديدا في الحصول على الأخبار ، وهذا ما يؤكد تمسكهم بالصحافة الورقية .

جدول رقم 11 : يبين دافع تصفح جريدة الشروق الإلكترونية .

دافع تصفح جريدة الشروق الإلكترونية	التكرار	النسبة المئوية
لأنها تمدك بأخبار جديدة يوميا	35	% 35
لأن المعلومات التي عليها لا تتوفر في الصحيفة الورقية	15	% 15
لإمكانية الرجوع إليها	16	% 16
لأنها تتميز بإخراج جيد	10	% 10
لوضوح الصور والألوان والعناوين	24	% 24
المجموع	100	% 100

يتضح لنا من خلال الجدول أن نسبة 35 % من الذين يتصفحون الصحف الإلكترونية لأنها تمدهم بأخبار جديدة يوميا ، بمعنى عملية التحديث والتجديد في الأخبار ، هذا الدافع الذي يشدهم لقراءة الصحف الإلكترونية ، في حيين نسبة 24 % ممن يتصفحون الصحف الإلكترونية لوضوح الألوان والصور و العناوين ووجود الوسائط المتعددة وهذا ما لا نجده في الصحف الورقية ، ونليها بعد ذلك نسبة 16 % ممن يطلعون عليها لإمكانية الرجوع إليها في أي وقت ، و15 % يرون أن المعلومات الموجودة في الصحف الإلكترونية لا تتوفر في الصحف الورقية لذلك يلجؤون لمطالعتها ، وفي الأخير 10 % ممن يرون أنها تتميز بإخراج جيّد ، ونستنتج بذلك أن الصحف الإلكترونية تتميز بمميزات عديدة تجعلها تختلف عن الصحف الورقية .

جدول رقم 12 : يبين الفائدة المحققة عند تصفح جريدة الشروق الإلكترونية .

الفائدة من تصفح الجريدة	التكرار	النسبة المئوية
الإعلام	52	% 52
التثقيف	27	%27
الترفيه	21	%21
المجموع	100	% 100

نلاحظ من خلال الجدول أن الغرض من تصفح جريدة الشروق الإلكترونية الإعلام هو الذي كان بأعلى نسبة 52 % وذلك لأن الهدف الأول من الجريدة ومنها الشروق الإلكترونية هو الإعلام ، والحصول على أكبر قدر ممكن من الأخبار ، أما غرض التثقيف فكان بنسبة 27%، في حين كانت نسبة 21 % للترفيه .

جدول رقم 13 : يبين تفاعل الأفراد مع صحيفة الشروق الإلكترونية .

إبداء التفاعل مع صحيفة الشروق الإلكترونية	التكرار	النسبة المئوية
نعم	48	% 48
لا	52	% 52
المجموع	100	% 100

يتضح من خلال الجدول أن نسبة أفراد العينة الذين لا يبدون تفاعل مع صحيفة الشروق الإلكترونية كانت أعلى حيث قدرت بنسبة 52 % ،وممن يتفاعلون مع صحيفة الشروق الإلكترونية أي الإجابة " نعم " نسبة 48 % ، ونستنتج أن المبحوثين يقبلون على موقع الشروق الإلكتروني لمطالعة الأخبار ومختلف المواضيع لكن هذا الإقبال ينتهي بعدم التفاعل مع الصحيفة إلى مجرد المطالعة ، لكن نسبة ممن يقبلون على صحيفة الشروق الإلكترونية ويتفاعلون معها جيّدو ومعتبرة .

جدول رقم 14 : يبين مع من يكون هذا التفاعل (المحرر ، المحتوى ، المستخدم الآخر).

التغاعل يكون بين لأفراد العينة وبين :	التكرار	النسبة المئوية
بينك وبين المحتوى	55	% 55
بينك وبين المحرر	21	% 21
بينك وبين المستخدم الآخر	24	% 24
المجموع	100	% 100

نلاحظ من خلال الجدول أن أفراد العينة الذين يتفاعلون مع المحتوى كانت بنسبة أعلى قدرت ب 55 %، و24 % تفاعلهم يكون مع المستخدم الآخر والتواصل معه في مجمل الأخبار الصحفية أما التفاعل بين القارئ والمحرر بنسبة 21 % .

جدول رقم15 : يبين جاذبية صحيفة الشروق الإلكترونية بالنسبة للورقية .

صحيفة الشروق الإلكترونية أكثر جاذبية	التكرار	النسبة المئوية
نعم	64	% 64
لا	36	% 36
المجموع	100	% 100

نلاحظ من خلال هذا الجدول أن نسبة ممن قالوا أن صحيفة الشروق الإلكترونية أكثر جاذبية من الورقية كانت أعلى بنسبة 64 % في حين ممن رأوا أن موقع الشروق الإلكتروني هو أقل جاذبية من الورقية حيث قدرت بنسبة 36 % ، يرجع أسباب جاذبية صحيفة الشروق الإلكترونية عند المبحوثين بوجود الوسائط المتعددة من فيديوهات وصور وألوان وخاصة فيما

يتعلق بالقدرة على التعليق وإبداء الآراء ونقد المقالات ، أما فيما يخص المبحوثين الآخرين فهم متمسكين بالصحيفة الورقية وفي رأيهم هي الأكثر جاذبية رغم ما في الصحيفة الإلكترونية من ميزات .

جدول رقم16 : يبين خدمات الإتصال المستخدمة للتفاعل مع صحيفة الشروق الإلكترونية.

خدمات الاتصال	التكرار	النسبة المئوية
خدمة البريد الإلكتروني	50	% 50
خدمة الخاطب الفوري	20	% 20
المنتديات	23	% 23
أخرى	7	% 7
المجموع	100	% 100

نستطيع أن نلاحظ من خلال الجدول أن خدمات الاتصال لدى موقع الشروق الإلكتروني متوفرة من بريد إلكتروني ومنتديات وخدمة الأرشيف وغيرها من مواطن الاتصال التي يستطيع بها القارئ التواصل مع الصحيفة أو الموقع الإلكتروني زما يتضح في هذا الجدول أن نسبة التواصل بخدمة البريد الإلكتروني كانت أعلى نسبة 50 % في حين قدرت نسبة تواصل عن طريق المنتديات ب 23 % ، وخدمة الخاطب الفوري بنسبة 20 % ، اما فيما يخص الإجابة ب أخرى فقدرت ب 7 % ، ومن خدمات الاتصال الأخرى Facebookالفايسبوك.

جدول رقم17 : يبين التجاوب الذي تبديه الصحيفة للقراء.

التفاعل يلقى رجع الصدى من الصحيفة	التكرار	النسبة المئوية
نعم	20	% 20
لا	80	% 80
المجموع	100	% 100

يتضح من خلال الجدول الإجابة "لا " كانت نسبة كبيرة وقدرت ب 80 % ، حيث حسب المبحوثين أن تفاعلهم لا يلقى أي تجاوب أو رد فعل من قبل موقع الشروق الإلكتروني أو أي رجع صدى إلا بنسبة قليلة جدا التي كانت الإجابة " نعم" ب 20 % وهذا ما يفقد به القارئ الثقة في صحيفة الشروق الإلكتروني .

جدول رقم18 : يبين العلاقة بين متغير الجنس وعادات قراءة الصحف الإلكترونية .

عادات قراءة الصحف الإلكترونية / الجنس	يوميا		مرة في الأسبوع		مرة في الشهر على الأقل		المجموع	
	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة
ذكور	16	% 16	21	%21	11	%11	48	%48
إناث	15	%15	22	%22	15	%15	52	%52
المجموع	31	%31	43	%43	26	%26	100	%100

نلاحظ من خلال الجدول الذي يوضح علاقة متغير الجنس بعادات قراءة الصحف الإلكترونية أن نسبة الذكور الذين يطلعون على الصحف الإلكترونية " يوميا " 16% أكثر من الإناث التي قدرت بنسبة 15 % أما بالنسبة للإجابة " مرة في الأسبوع " فكانت بنسبة 21 % للذكور و22 % للإناث ، أما فيما يخص الإجابة " مرة في الشهر على الأقل " فكانت بنسبة 11 % للذكور و15% للإناث ومما يلاحظ أن الإناث يتصفحون بكثرة الصحف الإلكترونية مرة في الأسبوع أو على الأقل مرة في الشهر .

جدول رقم 19 : يبين العلاقة بين رأي الأفراد في المواضيع المعالجة في الشروق واستمرارهابالشكل التي هي عليه .

الرأي في المواضيع / استمرارية الشروق بالشكل التي هي عليه	جيّدة		متوسطة		ضعيفة		المجموع	
	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة
نعم	28	% 28	32	%32	/	/	60	%60
لا	5	%5	28	%28	7	%7	40	%40
المجموع	33	%33	60	%60	7	%7	100	%100

يمثل الجدول علاقة إبداء الرأي في المواضيع المعالجة في جريدة الشروق الإلكترونية بمدى استمرارية الجريدة بالشكل الذي هي عليه حيث يتضح أن نسبة 33 % رأوا أن صحيفة الشروق الإلكترونية جيدة من حيث المواضيع المطروحة والمعالجة ويرودون لها الإستمرار كما هي ، تليها نسبة 5 % الذين رأوا أنها جيدة ولا يريدن لها الاستمرار ، في حين نلاحظ أن نسبة 32 % من المبحوثين يلاحظون أن المواضيع المعالجة متوسطة ويريدون لها الاستمرار، كما أن البعض منهم وقدرت نسبتهم ب 28 % ولا يريدون لها الاستمرار ، أما فيما يخص الإجابة " ضعيفة " فكانت نسبة 7 % ممن رأوا أن المواضيع المتطرق إليها في صحيفة الشروق الإلكترونية ولا يرودون لها الاستمرار بالشكل التي هي عليه ، ونستنتج أن معظم المبحوثين راضين عن المواضيع المعالجة ويريدون لها الاستمرار ، إلا أن الشيء الوحيد هو تجديد المواضيع والتمييز عن الصحيفة الورقية بمواضيع أخرى .

جدول رقم 20 : يبين علاقة متغير الجنس بالتفاعل مع جريدة الشروق الإلكترونية .

ابداء تفاعل / الجنس	نعم		لا		المجموع	
	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة
ذكور	22	% 22	26	%26	48	%48
إناث	29	%29	23	%23	52	%52
المجموع	51	%51	49	%49	100	%100

نلاحظ من خلال الجدول الذي يبني علاقة متغير الجنس مع إبداء التفاعل مع جريدة الشروق الإلكترونية أن نسبة الإجابة ب " نعم " لدى الإناث كانت أعلى من الذكور حيث قدرت بنسبة 29 % للإناث و22 % للذكور في حين أنّ نسبة الإجابة ب " لا" أعلى عند الذكور حيث قدرت نسبة 26 % لذى الذكور و 23 % للإناث ، ونستنتج أن أفراد العينة من الإناث هم الأكثر تفاعلا مع صحيفة الشروق الإلكترونية .

التعليق على الأسئلة المفتوحة :

*هل ترى أن ظهور الصحافة الإلكترونية قد أدخل تجديدا عل آليات الحصول على الأخبار ؟ لماذا ؟.

جاءت أغلب إجابات المبحوثين على أن ظهور الصحافة الإلكترونية قد أتت بالجديد في عملية حصول القارئ على الأخبار وذلك من خلال الميزات التي تتمتع بها الصحافة الإلكترونية بحيث يمكن أن تتيح الصوت والصورة والصوت في آن واحد وهو ما يسمى بالوسائط المتعددة ، وكذلك الشيء الآخر والأساسي هو السرعة في نقل الخبر ووصوله بسرعة البرق إلى القارئ وعملية التحديث الفوري للمعلومة وتقديم آخر المستجدات والتطورات الوطنية والدولية بشكل متواصل ، هذا فيما يخص المبحوثين الذين رأوا أن الصحافة الإلكترونية قد أدخلت تجديدا ، لكن هناك من المبحوثين أنكر وجود هذا التجديد بحيث أن معظم الأخبار يمكن أن تكون طبق الأصل عن الأخرى الموجودة في الصحيفة الورقية .

* ما هو تقييمك لأداء الصحيفة الإلكترونية ؟.

هناك من المبحوثين من قال أن أداء الصحف الإلكترونية مقبول إلى حد ما باعتبارها في البداية وكمتطور جديد خاصة في الجزائر ما زال في البداية ، ولم تعد الصحف الإلكترونية مستقلة عن الأخرى الورقية ، كما أن البعض الأخر رأى أن أداء الصحف الإلكترونية جيد لاحتوائية مستقلة على آخر التطورات والتكنولوجيا الجديدة وخاصة من خلال احتوائها على التفاعل بين الصحيفة والقراء ، أما بقية المبحوثين فرأوا أنها بحاجة إلى المزيد من المهارات التكنولوجية الجديدة .

* هل ترى أن جريدة الشروق الإلكترونية أكثر جاذبية من الورقية ؟.

تعتبر جريدة الشروق الإلكترونية أكثر جاذبية من نظيرتها الورقية عند أغلب المبحوثين لاحتوائها على التفاعلية وإمكانية التواصل مع الصحيفة عن طريق الخدمات التي تقدمها ومن

خلال موقعها الإلكتروني كما أن الصحيفة الإلكترونية (الشروق) تحتوي على الفيديوهات والصور والألوان وإمكانية الرجوع إلى الأخبار ومعظم المعلومات في أي وقت ، وطرح بعض المواضيع والأخبار المختلفة عن الورقية ، لكن مازال بعض المبحوثين متمسكين بالنسخة الورقية ويعتبرونها أكثر جاذبية بالنسبة لهم عن الإلكترونية ومازالت تحتل موقعا جيدا عندهم .

* ما هو تقييمك لجريدة الشروق الإلكترونية فيما يتعلق بالخدمات الاتصالية التي تقدمها ؟.

جاءت إجابات أغلب المبحوثين تؤكد على وجود خدمات اتصالية جيدة تقدمها لقرائها وزوار موقعها الإلكتروني لتتيح بذلك التفاعل والتواصل مع الصحيفة بطرح الأفكار والتعليقات و مختلف الانتقادات وحتى المشاركة بالتحذير عن طريق المنتديات ، لكن البعض الأخر يرى أن الخدمات المقدمة مجرد ديكور بالنسبة لهم لأنها لا تلقى تعليقاتهم أو حتى أفكارهم أي ردود أفعال فأحيانا تحذف أو لا يوجد ردا من قبل الجريدة مما يجعل مصداقية الصحيفة يشكك فيها.

كما أن آراء بعض المبحوثين تقول أن جريدة الشروق الإلكترونية تهتم بكثرة بالقارئ وتجاول دائما تسخير الجديد من الخدمات ومشاركتها في أفكارها وأخبارها فالجمهور أمر مهم في استمرار الجريدة سواء كانت ورقية أو إلكترونية .

إستنتاج عام :

* نسبة 43 % يطالعون الصحف الإلكترونية مرة في الأسبوع ، ونسبة 31 % ممن يطالعون الصحف الإلكترونية يوميا وهذا يبين أن مطالعة الصحف الإلكترونية عبر الأنترنت قليلة جدا لأسباب عدم توفر الأنترنت أو الحواسب الآلية للطلبة الجامعيين بالإضافة أن أغلب الطلبة يستعملون الأنترنت بكثرة سواء للدردشة أو لأغراض الدراسة .

* نسبة 56 % تفضل الصحافة التي لها نظير مكتوب وتكون على المواقع الإلكترونية .

* نسبة 65 % من المبحوثين يطالعون الصحف الإلكترونية وذلك بقراءة المواضيع التي تهمهم ونلبي حاجياتهم من معلومات يحاولون الوصول إليها .

* 71 % من أفراد لعينة يتصفحون الصحف الوطنية وهذا ما يدل على تعلقهم الكبير بما هو محلي ووطني من أخبار جديدة .

* نسبة 72 % من أفراد العينة يرون أن الصحافة الإلكترونية قد أدخلت بظهورها تجديدا على آليات الأخبار من خلال سرعة الخبر وتجاوز الحود والصورة السريعة من مواقع الأحداث ، وأن العالم بحاجة إلى التقدم في ظل التكنولوجيا الحديثة .

* 35 % من المبحوثين يتصفحون جريدة الشروق الإلكترونية وذلك لأنها تمدهم بأخبار جديدة يوميا ، في حين 24 % يرون أنها جريدة إلكترونية مهمة لإمكانية الرجوع إلى الأخبار في أي وقت .

* 32 % من أفراد العينة يرون أن المواضيع المعالجة في جريدة الشروق الإلكترونية متوسطة ولا يريدون لها الإستمرار بهذا الشكل بنسبة 28 % .

* نسبة 64 % يرون أن صحيفة الشروق الإلكترونية أكثر جاذبية من نظيرتها الورقية لميزات عديدة وذلك من خلال الخدمات الاتصالية التي تقدمها من القدرة على التواصل والتفاعل مع

الصحيفة أي بإتاحة مساحة للجريدة في طرح مختلف التعليقات و الإنتقادات وردود الأفعال ، من خلال البريد الإلكتروني ومواقع التواصل الاجتماعي مثل Facebook وخدمة الأرشيف والمنتديات وغيرها من الخدمات ، أما فيما يخص الصحيفة الورقية لا تتيح فرصة التفاعل مع الصحيفة أو مع محرريها ، ولكن رغم ذلك مازالت هناك نسبة قليلة من المبحوثين نسبة 36 % يفضلون الصحيفة الورقية .

* نسبة 51 % من أفراد العينة يبدون يبدون تفاعل مع صحيفة الشروق الإلكترونية وتواصلون معها ، ويكون هذا التفاعل سواء على مستوى التفاعل مع النص أو مع المحررين وحتى التفاعل مع مستخدمي ومتصفحي هذه الصحيفة ، في حين أن نسبة 49 % لا يتفاعلون مع الصحيفة ويكتفون بالإقبال عليها وتصفحها .

* نسبة 56 % من المبحوثين يتفاعلون مع محتوى الصحيفة بالتفاعل مع الصور والفيديوهات ومختلف الأخبار والمعلومات ويصل هذا التفاعل إلى التواصل مع الآخر، في حين أن نسبة 21 % ممن يتفاعلون مع المحررين .

* نسبة 50 % يستخدمون خدمة البريد الإلكتروني للتواصل مع الموقع الإلكتروني للصحيفة الإلكترونية بالإضافة إلى المنتديات بنسبة 23 % ، وهناك من المبحوثين يستعملون خاصة Facebookلطرح تعليقاتهم وأفكارهم .

* نسبة 80 % يرون أن تفاعلهم مع صحيفة الشروق الإلكترونية لا يلقى أي تجاوب من أحد أطراف الصحيفة ، وذلك سوف بعود بالسلب على الصحيفة من خلال فقدها للمصداقية من قبل قرائها ومتصفحيها .

*نسبة تفاعل مع الصحيفة تختلف بين الذكور والإناث ، لكن نسبة التفاعل عند الإناث أعلى وذلك بنسبة 29% .

* يتبين من خلال هذه الدراسة أن تفاعل الجمهور أو القراء مع موقع الشروق الإلكتروني لم يكن بنسبة كبيرة حيث قدرت ب 51 % والملاحظ أن عند تقديم الإستمارةثم ملاحظتي أن الإقبال على صحيفة الشروق الإلكترونية قليل جدا وحتى التفاعل لم يكن بشكل كبير ، أما فيما يخص الخدمات التي تقدمها الشروق فهي كافية للتواصل عند المبحوثين وطرح انشغالاتهم وانتقاداتهم وتعليقاتهم لكن الشيء المهم في التفاعل هو مدى تجاوب الصحيفة وتواصلها مع قرائها في الاستجابة لطلبات الجمهور والرد على نختلف التعليقات ، وهكذا لن تنجح الجريدة في الحفاظ على قراءتها ، وبالتالي سوف نجيب عن الإشكالية إلى أي مدى يتفاعل الجمهور مع جريدة الشروق الإلكتروني ؟ وذلك ليس بشكل كبير ، بنسبة 51 % ، فهنا نرى أن التفاعل مهم جدا لتواصل القراء مع الصحيفة الإلكترونية .

إهداء

بسم الله الرحمن الرحيم

وصلى الله على سيدنا محمد و على آله و صحبه

الحمد لله الذي علم الانسان ما لم يعلم و هب من الكمال العقل و التفكير في آثار مصنوعاته و قص عليه من أخبار الأولين ما فيه عبرة للآخرين .

إذا كان هناك شكر فهو لله عز و جل الذي أعاننا و منحنا الصبر على إتمام هذا العمل و بكل اعتزاز و فخر أقدم الشكر إلى الأستاذ المشرف صالح شبرة و اللجنة المناقشة و كل من قدم لي يد المساعدة من كل الجهات .

و أهدي عملي إلى والديا الغاليان حفظهما الله ، و إلى من قاسموني حلو الحياة و مرها إخوتي ، كما لا أنسى صديقاتي صفية ، نجاة ، نورة و إلى كل من يحملهم قلبي و لم يذكرهم قلمي .

الجانب المنهجي

الجانب النظري

الجانب التطبيقي

الملاحق

01 – *تحديد الموضوع :*

شهدت الأعوام الأخيرة زيادة أعداد مستخدمي شبكة المعلومات الدولية الانترنت و ظهرت الصحف الالكترونية عليها ، سواء كانت صحف الكترونية عليها ، سواء كانت صحف الكترونية ظهرت على الشبكة كامتداد للنسخة الورقية أو صحف الكترونية ليس لها أصل مطبوع ، و تردد على هذه المواقع مستخدمون لهذا النوع من الصحف ، تميزت هذه الصحف الالكترونية بعنصر التفاعلية الذي يميزها عن الصحف الورقية و الاتصال التفاعلي الموجود بين الصحف الالكترونية و مستخدمي المواقع الالكترونية التي أتاحتها هذه الصحف الأمر الذي يقضي دراسة مدى تفاعل القراء مع الصحيفة سواء من حيث المحتوى الذي تقدمه أو الوسيلة بحد ذاتها من خلال الخدمات التي تقدمها مثل البريد الالكتروني ، فبذلك يستطيع الاتصال بالقائمين بالاتصال و التفاعل من قبل القارئ يجعله أكثر إيجابية و بالتالي زيادة اندماجه مع المحتوى هذا كله من جهة و من جهة أخرى نحاول معرفو مدى تجاوب و ردة فعل القائم بالاتصال اتجاه تفاعل الجمهور و أخذنا بذلك جريدة الشروق الالكترونية لتبين مدى وجود هذه العلاقة التفاعلية بين المرسل و المستقبل أي الوسيلة و القارئ .

02 – *أهداف الدراسة* :

نهدف من خلال هذه الدراسة إلى :

أ- التعرف على مدى استخدام الجمهور و قراءته للصحف الالكترونية على الانترنت .

ب- قياس مدى تفاعل القارئ مع الصحف الالكترونية .

ت- معرفة الوسائل المتاحة لحدوث عملية التفاعل .

ث- معرفة ردود فعل القارئ اتجاه الصحف الالكترونية.

ج- مدى تجاوب الوسيلة أو القائمون بالاتصال مع تفاعل الجمهور و أخذها بعين الاعتبار .

03 – *أسباب اختيار الموضوع :*

إن الصحافة الالكترونية هي التي يتم ممارستها مباشرة و التي تنفرد بالسمات و الخصائص و المزايا التي تكون مستهدفة للجمهور ، و بذلك وضعت حدا للفكرة التقليدية و تحديدا للوقت و المساحة و التفاعلية لأن صحافة الوب الجديدة تعمل على تجريب طرق و أساليب مختلفة لخلق و دعم وسيلة يشارك الجمهور في إنتاجها لذلك اخترت عنصر مميزو للصحافة الالكترونية و هو عنصر التفاعلية و أعمل على دراسة مدى وجوده بين الوسيلة و الجمهور المستهدف من خلال أخد الشروق كصحيفة الكترونية عينة لقياس هذا التفاعل .

04 – *تحديد الاشكالية :*

قبيل ظهور الانترنت ، كانت عادة قراءة الصحف و الجرائد اليومية تفرض على الراغبين التوجه إلى أقرب كشك لأخذ نسخة من الجريدة التي ترضي ميولهم و اليوم تكاد هذه العادة تختفي بفعل بروز عادات جديدة في سياق عولمة لا ترحم فالفضاء أصبح عاجا بآلاف المواقع لمختلف الجرائد و الصحف اليومية و الوطنية ، بالإضافة إلى ذلك أن الصحافة المطبوعة تكون التفاعل الوحيد بين القارئ و الجريدة هو النظر إلى المادة التي تستهويه ثم القراءة و تقليب الصفحات لأمام و الخلف لكن الصحافة الالكترونية تسمح بمستوى غير مسبوق من التفاعل يبدأ بمجرد البحث في مجموعة من النصوص لاختيار فيما بينها و ينتهي بإمكان توجيه الأسئلة المباشرة و الفورية للصحفي أو مصدر المعلومة نفسه أو التدخل للمشاركة في صناعة الخبر أو معلومة جديدة أتناء القراءة و تصفح الموقع من خلال إبداء الملاحظات أو المشاركة في استطلاعات الرأي و الحوادث الحية مع الآخرين حول ما يقرأ .

إذن إلى أي مدى يتفاعل القارئ مع الصحيفة الالكترونية ؟

و من خلال هذا التساؤل نطرح عدة تساؤلات :

- إلى أي مدى وصل تفاعل القارئ مع الصحيفة الالكترونية ؟
- ما هي الوسائل المسخرة لحدوث عملية التفاعل ؟
- هل هناك فعلا تجاوب من قبل المرسل في عملية تفاعل مع الصحيفة الالكترونية ؟

05- ***تحديد المصطلحات :***

يندرج ضمن أي بحث أو دراسة علمية مجموعة من المصطلحات و المفاهيم التي يجب على الباحث تبسيطها أو تحديدها تحديدا دقيقا حتى يسهل فهمها و استيعابها من طرف المتلقي أو القارئ بما أن البحث يدور حول خاصية التفاعلية في الصحافة الالكترونية قبل الخوض في معالجته يجب تحديد هذه المفاهيم التي تتعلق بالموضوع .

أ- الصحف الالكترونية : تشير الصحف الالكترونية من الناحية اللغوية إلى الصحافة التي تستعين بالحاسبات الالكترونية في كافة عمليات الانتاج و النشر ، أما من الناحية الاصطلاحية فقد عرفها مجموعة من الباحثين في العديد من دراساتهم الاعلامية و من هذه التعاريف نجد :

الصحف الالكترونية هي الصحف التي يتم إصدارها أو نشرها عبر شبكة الانترنت و تكون على شكل جرائد مطبوعة و تشمل صور و رسوم و صوت و صورة متحركة و بعض الميزات التفاعلية سواء كانت لها أصل مطبوع أو كانت صحيفة الكترونية خالصة[1].

(1) رضا عبد الواحد أمين الصحافة الالكترونية دار الفجر للنشر و التوزيع القاهرة 2007 ص 2007 .

و في نفس الصدد يشير فايز عبدالله الشهري " إلى أن الصحف الالكترونية هي عبارة عن تكامل تكنولوجي بين أجهزة الحاسبات الالكترونية و ما تملكه من إمكانيات هائلة في تخزين و تنسيق و تبويب و تضييق المعلومات و استرجاعها في ثوان معدودة و بين التطور الهائل في وسائط الاتصالات الجماهيرية التي جعلت العالم قرية الكترونية صغيرة [1].

أما التعريف الاجرائي : التعريف الإجرائي الذي نتبناه في هذه الدراسة بخصوص مصطلح الصحف الالكترونية هي الصحف التي يتم إصدارها و نشرها عبر شبكة الانترنت و لها شكل مطبوع و لها خصائص عديدة من الوسائط المتعددة و التفاعلية خاصة ، و هي صحيفة الشروق .

ب- التفاعل في الإعلام : إن التفاعل معروف في معجم المصطلح الاعلامي على أنه نظام يربط بين مصادر الأخبار و المعلومات و بين المستخدمين في المنازل و المؤسسات يمكن من خلال تبادل التأثير و التفاعل بين المصدر و المستقبل و تم هذا الربط بيع العرض المرئي و الكلمة المطبوعة[2].

(1) عبد الأمير فيصل الصحافة الالكترونية في الوطن العربي دار الشروق 2005 ص 77 – 78 .

(2) خضير شعبان معجم المصطلحات الاعلامية بدار اللسان العربي بيروت ص 17 .

أما من الناحية الاصطلاحية : فالتفاعل يعني الجهود المخططة في تصميم مواقع الوسائل الاعلامية الجديدة و برامجها و محتواها التي تسمح للمتلقي بأكبر قدر من المشاركة في عملية الاتصال و الاختيار الحر من المحتوى و الخدمات المتاحة على شبكة الانترنت بقدر حاجاته و تفضيله و اهتماماته[1].

و في سياق التعريف الاجرائي فيمكن القول أن التفاعل هو رجع الصدى أو رد الفعل الذي يبديه قراء الصحيفة على الانترنت أو عبر المواقع الالكترونية للصحف و عدم الاكتفاء بالدور السلبي بل يتفاعل مع هذه الوسيلة تفاعلا ايجابيا .

ت- التفاعلية : (كميزة في الصحيفة الالكترونية) :

تستخدم الصحف الالكترونية هذا الأسلوب التفاعلي من خلال تكنيك النص المترابط أو الفائق Hypertext الذي يتضمن وصلات Linksنقاط داخل الموضوع أو الخبر المنشور (تعريف – سيرة ذاتية – معلومات خلفية – آراء سابقة – موضوعات ذات صلة).

وتنقسم إلى نوعين :

اتصال تفاعلي مباشر : مثل المشاركة في غرف الحوار chatting ونشر بعض الصحف لمضمونها وخدمة المرسل Messenger التي ستسهم في تحقيق الاتصال المباشر بين مسؤولي الصحيفة ومحرريها ومراسليها .

اتصال تفاعلي غير مباشر : مثل البريد الإلكتروني – الإستفتاءات ، المنتديات الحوارية .

01-محمد عبد الحميد الاتصال و الاعلام على شبكة الانترنت (عالم الكتب) القاهرة 2007 ص 65 .

التعريف الإجرائي :

سمة من سمات الصحافة الإلكترونية التي تميزها عن الأخرى الورقية في دراستها هذه تحاول معرفة حواجز هذه الميزة في صحيفة الشروق واختلافها عن نظيرتها الورقية، وتظهر التفاعلية من خلال المواقع الإلكترونية وتقديم الأخبار والمعلومات لكل الفئات الإجتماعية مما يؤدي بها إلى تصفح ما تعرضه مواقع الصحف الإلكترونية هذا من جهة ومن جهة أخرى إمكانية التواصل و التفاعل مع طاقم التحرير والمشاركة في تصميم الجريدة الإلكترونية وتقديم آرائهم حول ما تقدم من مواضيع وتقديم طلباتهم ، كما تسمح لهم هذه الروابط كالبريد وغيرها من تقديم النقد والرد حول ما يقدم من مقالات علمية وأعمدة .

وإبراز التفاعلية يتم من خلال العناصر التالية :

1-التفاعل مع الوسيلة : يقدم الاتصال عبر الحاسبات أشكال عديدة من التفاعلية مثل البحث عن المضامين وإتاحة رد الفعل أو رجع الصدى والمواقع الإعلانية بالمقارنة مع الوسائل الإعلامية المطبوعة فنجد أن مستخدمي الأنترنت يسهل عليهم الاتصال بالقائمين بالاتصال من خلال قوائم البريد الإلكتروني وهذا ما لقي اهتماما بالنسبة للمحريين ومخرجين مثل ندوات النقاش و الخطابات الإلكترونية .

2-التفاعل مع المحتوى : يتوفر المحتوى المعروض على شبكة الأنترنت على اختيارات تكون ذات معنى ،وبينها ارتباطات معينة تتيح للجمهور الإستفادة من إمكانية التفاعلية التي تتيحها النشر الفوري لها ، المستخدم المغرم بالاكتشاف أكثر من كونه مجرد متلقي سلبي يستقبل معلومات وكلما تفاعل المستخدم مع المضمون كلما زاد اندماجه فيه...

د – النشر الإلكتروني : هو الاختزال الرقمي للمعلومات مع تطويرها وبثها وتقديمها ، وتنظيم هذه المعلومات في شكل وثيقة ذات بناء معين يمكن إنتاجها كنسخة ورقية كما يمكن عرضها إلكترونيا ، يتيح النشر الإلكتروني فرصة التفاعل بشكل آني بالمادة المنشورة

سواء من خلال إرسال التعليق إلى الكاتب أو الناشر عبر البريد الإلكتروني أو أي أسلوب آخر [1] .

أما التعريف الإجرائي فيعني أن الصحف المنشورة إلكترونيا هي نوع من وفيها آليات سائل الاتصال عبر الأنترنت وشبكة المعلومات والاتصالات الأخرى ، نستخدم فيها آليات ومهارات العمل في الصحافة المطبوعة مضاف إليها مهارات وآليات تقنيات المعلومات التي تناسب استخدام الفضاء الإلكتروني كوسيط أو وسيلة اتصال بما في ذلك استخدام النص والصورة والصوت والمستويات المختلفة من التفاعل مع المتلقي .

6 – ***الدراسات السابقة :***

بدأت خلال السنوات الأخيرة العديد من الدراسات التي عنيت بشكل عام بالصحافة الإلكترونية كما يمكن الإشارة إلى مجموعة من الدراسات التي يمكن إعتبارها كمقاربات بحتية لا تقترب من الدراسات الحالية إلّاّ من حيث الموضوعية العامة للتساؤل حول موضوع الدراسة بشكل عام .

- دراسة نجوى فهمي عبد السلام – التفاعلية في المواقع الإخبارية العربية على شبكة الأنترنت بحث منشور في مجلة بحوث الرأي ديسمبر 2001.

- دراسة أخرى لها تجربة الصحافة الإلكترونية المصرية والعربية الواقع وآفاق المستقبل 1998 ، تناولت الدراسة بشكل رئيسي مدى اختلاف الصحف الإلكترونية عن النسخ المطبوعة من الجرائد ومدى الإستفادة من تكنولوجيا الوسائط المتعددة في الصحافة الإلكترونية العربية مقارنة بالصحافة الإلكترونية العالمية .

(1) ربحي مصطفى عليان ، النشر الإلكتروني دار الفاء للنشر والتوزيع ، الطبعة 1 ، 2010 ، ص 52.

- دراسة فايز عبد الله الشهري ، الصحف العربية على شبكة الأنترنت للباحث، 27 إصدارا إلكترونيا عربيا انتقى منها الاصدارات الإلكترونية لجريدتي الرياض والجزيرة السعوديتين كنماذج ، وقد اتبعت الدراسة لتحقيق أهدافها مدخلين ، مسح أساليب الممارسة الإعلامية الإلكترونية إضافة إلى مسح طبيعة عرض الجمهور لهذه الصحف .

- دراسة تحليلية مقارنة للدكتورة أمال سعد المتولي ، المواقع الإلكترونية للفضائيات العربية والصحف الإلكترونية والمواقع الإخبارية هدفها تقديم نظري لظاهرة الاتصال الإلكتروني وطبيعة الرسالة من خلال هذا الوسيط .

- أنجزت هذه الدراسة بعنوان " الاتصال التفاعلي والشباب في تونس " وتم إعدادها في إطار المتلقي الدولي حول " الشباب والاتصال والميديا " الذي ينظمه معهد الصحافة وعلوم الأخبار بمشاركة مؤسسة كونرادأدناور ووحدة البحث تكنولوجيات الاتصال في أفريل 2010 وفيها ركزت الدكتورة ثريا السنوسي على ثنائية التفاعل والاتصال فقالت أن التفاعل شرط أساسي لإستكمال العملية الاتصالية ، كما أنّه الإنسانية ، وتحدثت الباحثة عن إشكالية " مدى انخراط الشباب التونسي في المنظومة الرقمية وانسجامه مع المفهوم الجديد للمستقبل الناشط والفاعل والمتفاعل بفضل تطور التكنولوجيات الحديثة والاتصال.

7 – ***منهج البحث*** :

كل دراسة تتطلب مناهج معينة من أجل الوصول إلى الأهداف المسطرة في بداية البحث، تتدرج دراستنا ضمن الأبحاث الوصفية التي تستهدف تحليل وتقويم خصائص مجموعة معينة أو موقف معين يغلب عليه صفة التجديد وذلك بهدف الحصول على على معلومات كافية ودقيقة ويمكن تعريف هذا النوع من البحوث والدراسات بأنّه أسلوب من أساليب التحليل المرتكز على معلومات كافية ودقيقة عن ظاهرة في فترة زمنية محددة والحصول على نتائج علمية وتفسيرها .[1]

وبما أن دراستنا تتمحور حول الصحافة الإلكترونية أو بالأحرى قياس درجة التفاعل بين المرسل والمستقبل أي أن الصحف الإلكترونية وجمهور هذه الصحف .

إن دراستنا لا تتوقف على وصف وجع المعلومات بل تتعدى إلى تفسير البيانات وتحليلها، وذلك من خلال وضعها في جداول بصفة رقمية واستخلاص النتائج ، استخدمنا المنهج الوصفي التحليلي للوصول إلى تفسيرات كيفية تضاف إلى النتائج الكمّية .

أداة البحث :

إن دقة أي بحث علمي تتوقف على اختيار الأدوات المناسبة التي تتماشى مع طبيعة الموضوع وإمكانيات الباحث للحصول على بيانات تخدم أهداف الدراسة ، ولهذا اعتمدنا على الأداة المنهجية الآتية : الاستمارة وهي تقنية مباشرة للتقصّي العلمي تستعمل إزاء الأفراد وتسمح باستجواب المبحوثين بطريقة موجهة للقيام بمعالجة كمية بهدف اكتشاف وإقامة مقارنات كمية [2].

(1) محمدعبيد وآخرون ، منهجية البحث العلمي ، القواعد المراحل والتطبيقات ، عمان ، دار وائل للطباعة والنشر ، 1999 ، ص 46 .

(2) أحمد بن مرسلي ، مناهج البحث العلمي في علوم الإعلام والاتصال ، ديوان المطبوعات الجامعي ، الجزائر ، 2005 ، صر214 .

8 – ***مجتمع البحث*** :

يعد تحديد مجتمع البحث باعتباره مجموعة منتهية أو غير منتهية من العناصر المحددة مسبقا التي ترتكز عليها الملاحظات ، خطوة أساسية من خطوات إعداد البحوث ، مجتمع البحث هو مجموعة من الأشخاص أو المؤسسات أو الأحداث التي نريد أن نصل إلى استنتاج بخصوصها ، ولضبط المجموعة المراد الوصول إليها والتي تشكل هذا المجتمع لا بد طرح سؤالين :

- ماهي خصائص مجتمع البحث المستهذف ؟ ما هي الفترة من حياة الأفراد المراد دراستها ؟[1]، كما أن أساس نجاح التعيين يتوقف على تحديد وحداته هل هي متجانسة أم متباينة ، هل هي موزعة في شكل فئات أو طبقات أو غير ذلك .

في دراستنا هذه فإنّ مجتمع البحث يتمثل في الطلبة الجامعيين في مختلف التخصصات والمستويات في مرحلة التدرج ، ووقع تحديدنا لهذه الفئة بالذات نظرا لما تؤكده الإحصائيات بخصوص إستعمال الأنترنت في الجزائر من قبل الطلبة بكثرة .

(1) موريس أنجلس (تر) بوزيد صحراوي وآخرون ، منهجية البحث العلمي في العلوم الانسانية ، تدريبات علمية – دار القصبة للنشر 2004 ، ص 99.

9 – يقصد بوحدة العينة الحلالات الجزئية أو المفردات التي يتوفر لكلّ منها الخصائص التي حددها الباحث أو هي مجموع الحالات المختارة للدراسة والبحث باعتبارها ممثلة للمجتمع الأصلي [1].

ومن أجل دراسة عينة مجتمع البحث الذي حددناها لهذه الدراسة وقع اختيارنا على العينة غير الإحتمالية قصدية التي تسمح بتدخل العامل الشخصي في الاختيار ، حيث يعرفها أحمد بن مرسلي " يقوم الباحث باختيار مفرداتها بطريقة تحكمية لا مجال فيها للصدفة بل يقوم هو شخصيا باقتنا المفردات الممثلة أكثر من غيرها لما يبحث عن من مفردات وبياناتوهذا لإدراكه المسبق ومعرفته الجيدة لمجتمع البحث وعناصره الهامة التي تمثله تمثيلا صحيحا وبالتالي لا يجد صعوبة في سحب مفرداتها بطريقة مباشرة.[2]

وتتكون العينة من 100 طالب مقسمة على الذكور والإناث سوف تجري دراستنا على طلبة العلوم الاجتماعية وبما أنّه يصعب علينا إجراء الدراسة على المجتمع ككل اخترنا العينة التي تعتبر مرحلة مهمّة من مراحل البحث العلمي .

---

(1) سامية محمد جابر ،البحث العلمي الاجتماعي ، لغاته مداخيله مناهجه طرائقه ، ب ط ، دار االمعرفة الجامعية ، مصر ، 2005 ، ص 82 .

(2) أحمد بن مرسلي ، مناهج البحث العلمي في علوم الإعلام والاتصال ، مرجع سبق ذكره صر 198 .

خـــاتـــمة

تزايد الحديث عن الجريدة الإلكترونية فاتجه العمل الصحفي بشكل سريع ومتزايد نحو الإعتماد على تكنولوجيا الإلكترونات ، ما جعل للمعلومات الدور الأكبر في بناء مضمون الرسالة داخل الوسيلة ، وتميزت بذلك الجريدة الإلكترونية بسمات عديدة ميزتها عن نظيرنها الورقية ونتحدث بذلك عن الميزة الأساسية وهي التفاعلية ونعتبرها كأهم وأقوى الملامح المميزة للنشر الفوري وتظهر هذه التفاعلية في استخدامها من قبل مستخدمي الصحيفة الإلكترونية البيئة التفاعلية ليس لها مثيل في نظيرتها الورقية التي مازالت تعتمد على بريد القراء لربطها بقرائها .

يكون التفاعل في الصحيفة الإلكترونية بتسخير مختلف الخدمات وأساليب التفاعل ليستطيع القراء المشاركة والإستجابة للمادة المقدمة من الصحفي الإلكتروني ويمكن أن تأخذ هذه الاستجابة عدة أشكال مثل البريد الإلكتروني للمحرر وللصحيفة نفسها وحتى التفاعل مع المادة الصحفية ، وبذلك يحقق التفاعل المشاركة والاتصال المستمر مع الصحيفة بطرح مجمل الإنتقادات والتعليقات من قبل مستخدم الموقع الإلكتروني للصحيفة ويكمل التفاعل بخدمة أخرى يجب أن تقدمها الصحيفة الإلكترونية لتكسب ثقة الجمهور ووفائهم وهي خدمة الإجابة على مختلف تساؤلات القراء والمتصفحين للموقع الإلكتروني .