جامعة الجزائر 3

كلية علوم الإعلام والاتصال

قسم علوم الإعلام

مطبوعة بيداغوجية للترشح لمصف أستاذ التعليم العالي حول:

الصحافة الإلكترونية

موجهة لطلبة السنة أولى ماستر

تخصص: صحافة مطبوعة وإلكترونية

السداسي: الأول

إعداد الدكتورة/ نصيرة سحنون

الموسم الجامعي: 2023/2022

بطاقة فنية لوحدة الصحافة الإلكترونية

الأولى ماستر (الصحافة المطبوعة والإلكترونية) canevas

الأهداف العامة: إن تدريس المادة يهدف إلى تحقيق ما يلي:

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

السداسي: الأول

الرصيد: 5

المعامل: 3

محتوى المادة:

1- تعريف الصحافة الإلكترونية.
2- نشأة شبكة الأنترنت وتطورها.
3- الوظائف الإعلامية لشبكة الأنترنت.
4- نشأة وتطور الصحافة الإلكترونية.
5- خصائص الصحافة الإلكترونية.
6- أنواع الصحف الإلكترونية.
7- الخدمات التي تقدمها مواقع الصحف الإلكترونية.
8- أوجه الاختلاف والتشابه بين الصحافة الإلكترونية والصحافة المطبوعة.
9- التفاعلية على الأنترنت ومواقع الصحافة الإلكترونية.
10- القائم بالاتصال في الصحافة الإلكترونية.
11- جمهور الصحافة الإلكترونية.
12- نماذج من الصحف الإلكترونية في الدول المتقدمة.
13- نماذج من الصحف الإلكترونية في الدول العربية.
14- مستقبل الصحافة المطبوعة والإلكترونية.

تمهيد:

تعتبر الثورة الحاصلة في مجال تكنولوجيا المعلومات والاتصال قيمة مضافة لمختلف العلوم بما في ذلك الإعلام والاتصال، فقد أحرزت قفزة نوعية لوسائلها الجماهيرية، ومنها تولدت مصطلحات جديدة أهمها الإعلام الجديد الذي فرض وتيرة جديدة تتمثل في تفاعل المستقبل مع المحتويات الإعلامية، مما ساعد في إنتاج أشكال جديدة من الجماهير، والتي أصبحت تتفاعل وتأخذ وظيفة المرسل في إنتاج المعاني.

من بين الوسائل الإعلامية التي واكبت التطورات التكنولوجية نجد الصحافة المكتوبة حيث أنها مع ظهور شبكة الأنترنت تغيّرت خريطة المنافسة في عالم الصحافة التي بدأت تتحول إلى متغيرين: الصحف الورقية والإلكترونية بعد أن كانت المنافسة تقتصر على الورقية ببعضها البعض، وأصبحت غالبة المؤسسات الصحفية تمتلك مواقع إلكترونية لمطبوعاتها الورقية، لكن الجديد هو ظهور نوع جديد من الصحف غير التقليدية وهو ما يعرف بالصحف الإلكترونية.

ونسعى من خلال هذا المقياس إلى التعريف بالصحافة الإلكترونية من حيث النشأة والتطور والخصائص وكذلك الأنواع، دون أن نهمل الخدمات التي تقدمها مواقع الصحف الإلكترونية، ثم نهدف إلى التعريف بالكيفية التي تؤثر بها الصحافة الإلكترونية على مقروئية الصحافة الورقية، من خلال معرفة ما إذا كانت الخدمات التي تقدمها الصحافة الإلكترونية قد تجعلها تتفوق على الصحافة الورقية.

1-أهمية الأنترنت كوسيلة إعلامية

الوظيفة الإعلامية للأنترنت:

أحدثت تكنولوجيا الأنترنت تغيرات جذرية في الأنظمة الإعلامية كغيرها من الاكتشافات السابقة في مجال الاتصالات والمعلومات، فعند ظهور وسيلة إعلامية جديدة تثير دائما جدلا حادا حول إمكانية أفول الوسيلة التقليدية غير أن التاريخ أثبت العكس، أي أن الوسيلة الجديدة لا تلغي تماما الوسيلة القديمة فمثلا نجد أن الخدمات الإعلامية المباشرة ترتبط حاليا ارتباطا وثيقا بالأنترنت ودورها كوسيلة إعلام متعددة مماثلة لوظائف التلفزيون إلا أنها تزيد عنه بخاصية التفاعلية ، حيث أن مستخدمها لم يعد ذلك المتلقي السلبي للمادة الإعلامية المعروضة عليه بل أصبح بإمكانه التحاور واختيار ما يرغب فيه، من معلومات وكذا طرح وجهات نظره أمام الآخرين.

1- مفهوم الأنترنت:

لغة: كلمة Internet إنجليزية الأصل وهي اختزال لعبارة Interconnections of net works وتعني "الربط العالمي بين شبكة الحاسوب، ويطلق عليها عدة تسميات منها الشبكة (the net) أو الشبكة العنكبوتية (the web) أو الطريق الإلكتروني السريع للمعلومات[1] ويتم فيها ربط مجموعة شبكات مع بعضها البعض في العديد من الدول عن طريق الهاتف، والاقمار الصناعية ...،[2]بينما يذهب باحثون آخرون مثل **علي محمد شمو** الى ان انترنت internet كلمة منحوتة من كلمتينInterconnection وهي بمعنى ربط شيئين اكثر من شيئين ببعضهما البعض، وكلمة Network وتعني شبكة ،فاستعير من الكلمة الأولى الجزء الأول منها وهو Inter ومن الثانية الجزء الأول منها وهو Net فصارت الكلمة الجديدة المنحوتة هي "Internet"[3] ولا شك أن الرأي الثاني هو الارجح حيث برهن "محمد شمو" على رأيه بالعديد من الأدلة من بينها أن الأنترنت هي شبكة دولية حقا بحكم أنها انتشرت وعمت أرجاء العالم لكن عندما أطلق عليها الاسم "Internet" لم تكن دولية بل كانت شبكة محلية أمريكية وحتى في أمريكا كانت بدايتها ممعنة في المحلية، إذا أنها كانت

---

[1] عبد المالك ردمان الدناني، الوظيفة الإعلامية لشبكة الأنترنت، ط 1، بيروت، دار الراتب الجامعية، 2001، ص 36.

[2] عمر موفق، بشير العباجي، الإدمان والأنترنيت، دار مجد مجدلاوي للنشر والتوزيع، عمان، 2007، ص 45.

[3] علي محمد شمو، الاتصال الدولي والتكنولوجيا الحديثة (الأنترنت، القمر الصوتي الرقمي الملتيميديا) مطبعة ومكتبة الإشعاع: الإسكندرية، 2008، ص 240.

تابعة لوزارة الدفاع الأمريكية ومحصورة في البنتاجون ولا تستطيع الدوائر الأخرى في الإدارة الأمريكية الدخول إليها إلا بإذن...كان ذلك في الأيام الأولى للأنترنت أي في نهاية الستينات وبداية السبعينيات[1]، كما أضاف أن الأنترنت قد تكون شبكة محلية Area Network وقد تكون قومية Wide area network وقد تكون داخل وزارة أو جامعة أو مؤسسة Internet فالأنترنت ليست بالضرورة أن تكون إقليمية أو دولية أو حتى على مستوى قطر بأكمله بل أن أي مجموعة من الحاسبات الآلية ترتبط ببعضها في شكل شبكات ويوضع لها بروتوكول للتخاطب مع بعضها البعض يمكن أن يطلق عليها إنترنت. [2]

ويطلق عليها مسميات عدة مثل الشبكة "the net" أو الشبكة العالمية World net أو شبكة العنكبوت the web، أو الطريق السريع للمعلومات super information way.

اصطلاحا:

تعرف الأنترنت على أنها مجموعة من آلاف الحواسيب تنتشر في جميع أنحاء العالم ويمكنها الاتصال فيما بينها عن طريق الألياف الضوئية، الأسلاك الهاتفية والأقمار الصناعية التي تسمح لها بالتحاور مع بعضها البعض وتبادل المعلومات والرسائل[3]. ويعرفها محمد عبد الحميد على أنها: "نظام للبنية الأساسية التي توفر الربط وتدعم الاتصال ونقل البيانات بين الشبكات، بينما الشبكات الأخرى أيا كان موقعها على شبكة الأنترنت فإنها تنظيم للمحتوى وإدارته، وتحكمه المعايير الخاصة بإدارة المحتوى ونشره على شبكة الأنترنت.[4]

بهذا فالأنترنت "ليست مجرد شبكة حاسوب دولية، بل مجموعة من شبكات الحواسيب الجزئية، وتصل إلى أكثر من (60.000) شبكة حاسوب، منتشرة في شتى بقاع الأرض، وتتركز حوالي 60% من مجموع هذه الشبكات في الولايات المتحدة، بينما تحظى أوروبا بحوالي 26% منها و14% لبقية الدول من ضمنها الوطن العربي. [5]

---

[1] المرجع نفسه، ص : 240.

[2] المرجع نفسه، ص: 240.

[3] ماجد سالم تربان، الأنترنت والصحافة الإلكترونية رؤية مستقبلية، الدار المصرية اللبنانية، القاهرة، 2008، ص 27.

[4] أحمد محمد المصري، العلاقات العامة، مؤسسات شباب مصر، مصر 2000، ص: 122

[5] محمد عبد الحميد، الاتصال والإعلام على شبكة الأنترنت، عالم الكتب، القاهرة، 2007، ص 14.

والأنترنت بصيغة أخرى تمثل عند "أتوستراد" ما يطلق عليه "بالطريق السريع للمعلومات" وهي عبارة مستعارة عن نائب الرئيس الأمريكي السابق "آل غور" أطلقها في حملة الانتخابات الرئاسية عام 1993. [1]

وقد انتقد بيل جيتس هذا المصطلح وذهب إلى أن مصطلح (الطريق السريع) ليس دقيقا تماما، فهذا التعبير يشير ضمنيا إلى وجود مشهد طبيعي جغرافي، ومساحة بين نقطتين، كما يعني ضمنيا أن عليك أن تسافر كي تنتقل من مكان لآخر، والواقع أن أحد أبرز أوجه تكنولوجيا الاتصالات الجديدة هذه إنما يتمثل في أنها ستلغي المسافة ، فلن يهم في شيء إذا كان الشخص الذي تتصل به موجودا في الغرفة المجاورة أو في قارة أخرى، لأن هذه الشبكة ذات الطابع الوسائطي عالي الكفاءة، لن تتقيد بالأميال أو بالكيلومترات، كذلك يوحي تعبير (الطريق السريع) بأن كل الأشخاص يسلكون ويتبعون المسار أو الطريق نفسه، في حين أن هذه الشبكة هي أشبه ما يكون بمجموعة من مجازات الريف ،حيث يمكن لكل فرد ان ينظر الى ما يتناسب مع اهتمامه الشخصي على أن المشكلة الفعلية هي أن هذا التعبير – الطريق السريع – يؤكد على البنية الأساسية للمحاولة لا على تطبيقاتها[2] بهذا فإن **بيل جيتس** يفضل استخدام تعبير (المعلومات في متناول يدك)، والذي يسلط الضوء على الفائدة وليس على الشبكة نفسها.[3]

عرفها "علاء عبد الرزاق السالمي على أنها: "شبكة الشبكات وهي أضخم تطبيق لتكنولوجيا المعلومات على مستوى العالم، وخلال فترة قصيرة فرضت نفسها كمصدر للمعلومات في جميع مجالات الحياة، وتعتبر إحدى أدوات العمل الضرورية وهي مجدية اقتصاديا في الكثير من الاستخدامات"[4].

ويمكن النظر إلى شبكة الأنترنت على أنها الأداة الأولى للتعبير الحر عن الرأي وكذلك التواصل مع الآخرين من خلال ما أتاحته من خدمات مختلفة فغالبا "ما يعتبر مستعملو الكمبيوتر جهاز الكمبيوتر بأنه امتداد لعقولهم وشخصيتهم وفي الفضاء الإلكتروني

---

[1] عبد المالك ردمان الدناني، مرجع سابق، ص ص: 29-30.

[2] بيل جيتس، المعلوماتية بعد الأنترنت، (ترجمة عبد السلام رضوان)، عالم المعرفة ، المجلس الوطني للثقافة والفنون والآداب، الكويت، 1998 ص ص : 16-17.

[3] المرجع نفسه، ص 17.

[4] ماجد سالم تربان، مرجع سابق، ص 28.

يعكسون ويعبرون عن أذواقهم واتجاهاتهم واهتماماتهم، وبمفردات التحليل النفسي نقول أن أجهزة الكمبيوتر والفضاء الإلكتروني الواسع أصبحت نمطا من الفضاء الانتقالي يمتد فيه عالم الفرد ونفسيته حيث تلتقي فيه نفس بأخرى منفصلة عنها". [1]

أدت التطورات التكنولوجية المتسارعة إلى تحويل الأنترنت إلى وسيلة اتصال جماهيرية ضخمة "وظاهرة واسعة الانتشار ووسيلة اتصال وإعلام تكنولوجية عالية الجودة جديدة ومؤثرة تتميز بالاستقلالية واللامركزية، تربط سكان العالم بعضهم البعض بسرعة فائقة وقدرة استيعابية واسعة حتى باتت جزء مهمًا من حياة الأفراد والمؤسسات"[2].

لهذا يعتبر الاتصال أهم مميزات شبكة الأنترنت، فبدونه لا يمكن لمستخدمين الاستفادة من خدمات الأنترنت بمختلف أبعادها.

من هنا يمكن الوصول إلى أن للإنترنت أهمية خاصة يمكن النظري إليها على أنها "عبارة عن دائرة معارف عملاقة، يمكن للمشتركين فيها الحصول على معلومات كثيرة.

نشأة الأنترنت وتطورها:

تعود بدايات شبكة الأنترنت إلى ستينيات القرن الماضي، لكنها كانت سرية ومقتصرة فقط على المؤسسة العسكرية الأمريكية عندما اشتعلت حماسة المشتغلين بالعلوم والتكنولوجيا في الشرق والغرب بسبب المنافسة الحادة التي بدأت تطفو على السطح عندما قام الاتحاد السوفياتي بإرسال أول قمر صناعي عام 1957 باسم سبوتنيك (Spotnik Satellite) مما دفع الولايات المتحدة لتأسيس شبكة أربانت (A.R.P.A.NET).

هي وكالة مشروعات الأبحاث المتطورة، وهي إحدى الوكالات التي تتبع لوزارة الدفاع الأمريكية بغرض إتاحة الفرص للعلماء والباحثين لتبادل المعلومات ونتائج التجارب العلمية، ولتيسير التعاون في الأوراق العلمية التي يقدمها زملاؤهم أو المتعاونون مع وزارة الدفاع الأمريكية في مراكز البحوث والجامعات لإجراء دراسات وبحوث متنوعة. [3]

---

[1] طريق اقبيق، الأنترنت المعلومات الشاملة للبشرية جمعاء، دار الإيمان، دمشق، 1996، ص ص ، 20-21.

[2] فيصل أبو عيشة، الإعلام الإلكتروني، دار أسامة، عمان، 2010، ص 41.

[3] علي محمد شمو، مرجع سابق، ص 229.

كان الهدف من مشروع "أربا" هو تطوير تقنية تشبيك كمبيوتر تصمد أمام أي هجوم عسكري، وصممت "أربا" عن طريق خاصية تدعى طريقة إعادة التوجيه الديناميكي، وتعتمد هذه الطريقة على تشغيل الشبكة بشكل مستمر حتى في حالة انقطاع إحدى الوصلات أو تعطلها عن العمل تقوم الشبكة بشكل مستمر بتحويل الحركة إلى وصلات أخرى. [1]

تطورت أربانت ARPANET مرات عديدة، ففي العام نفسه 1972 تم توصيل 72 جامعة ومركزا أبحاث بها، واستمر معدل نموها إلى أن وصلت الحاسبات المتصلة بها نحو 254 حاسبا..حيث كان الباحثون يستعملون ARPANET للتعاون على المشاريع ومبادلة الملاحظات على العمل، وكذلك الدردشة المفيدة "Chatting" ولم يكن استعمال أجهزة ARPANET مقتصرا على الاتصال الشخصي، فقد كانوا متحمسين جدا لهذه الخدمة...وتم بعد زمن قصير اختراع ما يعرف بالقائمة البريدية "MAILLIST" حيث تذاع رسالة واحدة آليا على أعداد كبيرة من مستخدمي الشبكة بشكل مثير للانتباه. [2]

استخدمت أربانت ARPANET من قبل الجامعات الأمريكية بكثافة كبيرة إلى حد أنها بدأت تعاني من ازدحام يفوق طاقتها، وأصبح من الضروري إنشاء شبكة جديدة ولهذا ظهرت شبكة أخرى عام 1983 تسمى "مل نت" Milnet لتخدم المواقع العسكرية فقط، وأصبحت شبكة "أربانت" تتولى أمر الاتصالات غير العسكرية مع بقائها موصولة مع "مل نت" من خلال برنامج اسمه بروتوكول إنترنت Internet Protocol (IP) الذي أصبح فيما بعد المعيار الأساسي في الشبكات.[3]

ورغم الانقسام الذي حصل للشبكة ظلت إمكانية تبادل المعلومات بين الشبكتين متاحة، وعرف هذا الاتصال باسم "الأنترنت" وفي الثمانينات ظهرت شبكات أخرى عديدة مثل " Bil net" التي تستخدم للاتصالات الأكاديمية وهي شبكة دولية ذات هدف تعليمي، ثم ربطت هذه الشبكات بشبكة الأنترنت وأصبحت جزء منها. [4]

---

[1] عمر موفق بشير العباجي، مرجع سابق، ص 45-46.

[2] ماجد سالم تربان، مرجع سابق، ص ص: 36-37.

[3] عمر موفق العباجي، مرجع سابق، ص 46.

[4] ماجد سالم تربان، مرجع سابق، ص 39.

قامت مؤسسة العلوم الوطنية عام 1986 بتشبيك الباحثين بعضهم ببعض في كافة أنحاء الولايات المتحدة الأمريكية من خلال خمسة حواسيب عملاقة وسميت الشبكة باسم "SFNET" تكونت هذه الشبكة من مراكز لخطوط الإرسال، وذلك كي تحمل المعلومات التي تتحرك سريعا جدا ولمسافات بعيدة.

كونت هذه الشبكة العمود الفقري للبنية التحتية وخاصة بعد أن رفعت الحكومة الأمريكية يدها عنها، بدأت تقديم خدمة الأنترنت للناس عمليا سنة 1985. [1]

في أواخر الثمانينيات ارتبطت بالأنترنت المتكونة شبكات أخرى من فرنسا واليابان والمملكة المتحدة، وغيرها من دول العالم الأخرى، وساهمت أوروبا بممرات للنقل السريع مثل (Net word) بغرض توفير إمكانيات ربط أكثر من 100 ألف حاسوب متفرقة عبر عدد كبير من الشبكات[2]، وهكذا عرف عدد المشتركين في الأنترنت تزايدا كبيرا ومن هنا ظهرت تطورات بمعالجة شبكة الأنترنت للمعلومات حيث بلغ عدد المعلومات التي مرت من خلال شبكة الأنترنت عام 1989 حوالي 12 مليون وحدة معلومات، وفي ديسمبر عام 1992 تمكنت حوالي 6 بليون وحدة معلومات من المرور عبر الشبكة.[3]

انتشرت الأنترنت في بداية التسعينيات لتغطي رقعة واسعة من العالم وانضمت إليها آلاف الشبكات، ويعود الفضل في ذلك لتطبيق نظام بروتوكول* (tcp-Ip) ووصلت حينه إلى حوالي 5000 شبكة في أكثر من 36 دولة وارتبط بها أكثر من 7000 حاسوب، وشهدت دخول شبكات أخرى إليها زودتها بالصوت والصورة، وأدوات الإعلام المتعددة مثل شبكة "WEB"[4] حيث ابتكر "تيم برنرزلي" Tim Berners-lee من مختبرات المركز الأوربي لبحوث الطاقة النووية CERN في جنيف لغة HTML التي تحقق ربطا حيا للنصوص الموزعة في مواقع مختلفة على الأنترنت وهكذا كان الأساس لنشوء الشبكة العنكبوتية العالمية التي فاق نموها في سنوات معدودة نمو شبكة أنترنت خلال عشرات

---

[1] عمر موفق العباجي، مرجع سابق، ص 47.

[2] عبد المالك ردمان الدناني، مرجع سابق، ص ص : 44-45.

[3] علي محمد شمو، مرجع سابق، ص 233.

* البرتوكول هو مجموعة من القواعد والنظم والإجراءات المشتركة التي تعمل من خلالها الأنترنت بحيث تجعل الحواسيب تتحادث وتتبادل المعلومات مع بعضها.

[4] عبد المالك ردمان الدناني، مرجع سابق، ص 45.

السنين لا سيما بعد نزول البرامج الخاصة بالتصفح مثل: موزاييك في نهاية عام 1993، ونتسكايب Netscape، ثم ظهور متصفح مايكروسف M.s internet explorer وذلك بعد إصدار نظام التشغيل العالمي المنتظر windows 95. [1]

ومنذ ذلك الوقت عرفت الأنترنت وشبكة الويب بالتحديد تطورات كبيرة، جذبت إليها الملايين من المستخدمين في مختلف أنحاء العالم وبذلك غدت مكانا يزدحم بالناس والأفكار، وهو ما يعرف بالواقع الافتراضي cyberspace وقدر عدد مستخدمي الانترنت عالميا عام 2004 840 مليون شخص أي ما تقدر نسبته بـ13% من إجمالي عدد سكان الأرض مع وجود أعلى معدل لذلك في أوروبا والأمريكيتين، كما زاد عدد الصفحات الإلكترونية المبثوتة على الأنترنت إلى بليون صفحة مع ارتفاع عدد الحاسبات الخادمة إلى خمسة ملايين حاسب[2] وهذا ما يؤكد أن شبكة الأنترنت تطورت وأصبحت شبكة مفتوحة يمكن من خلالها الوصول إلى آلاف الموارد والخدمات المختلفة في مجال المعلومات، وما يزال العدد الحقيقي لمستخدمي الأنترنت غير محدود بشكل دقيق لأنه في ازدياد مستمر.

الوظائف الإعلامية لشبكة الأنترنت:

تقوم الأنترنت بوظيفة إعلامية انطلاقا من الخصائص التالية:

1/ تعدد الوسائط أو الوسائط المتعددة (multimédia):

ويقصد بها تعدد عناصر المادة الإعلامية الموجودة على شبكة الأنترنت من نص وصوت وصورة ولقطات فيديو في منتج واحد إضافة إلى التفاعل التبادلي مع المستخدم، فالأنترنت هي وسيلة اتصال جماهيرية ذات صبغة منفردة ومتميزة، تمتلك خصائص الوسائط المتعددة.

فالجمهور يقرأ الصحف ويتصفح مواقع المعلومات ويشاهد البرامج التلفزيونية ويطالع الكتب والمقالات ويتحادث تلفزيونيا مع الآخرين كما أنه يتمكن من خلال الأنترنت التعامل مع المعلومات عن طريق الكمبيوتر رقميا وتخزينا وبثًا واستخدامها فورا من طرف آخر.

---

[1] ماجد سالم تريان، مرجع سابق، ص: 41.

[2] المرجع نفسه، ص 43.

إن جميع هذه الخصائص تجعل الأنترنت ذات جاذبية من نوع خاص لدى الجهاز الحسي فهي تفوق الجاذبية الموجودة لدى وسائل الاتصال الأخرى.[1]

2/ النص فائق السرعة: Hypertext transport protocol HTMC

وهي لغة برمجية تستخدم لإنشاء وثائق ونصوص مترابطة، يمكن استخدامها في أجهزة الكمبيوتر ولقد أصبحت هذه البرمجيات صورة قياسية لهيكلة المعلومات ووضعها في وثائق[2] ويعود الفضل للشبكة العنكبوتية الدولية التي مكنت المتصفح من الوصول إلى المواقع المتشابهة على الشبكة، وسهلت له إمكانية التنقل من موقع إلى آخر من خلال ما يعرف بروابط الويب web links، وهي الإرجاعات التي تظهر على موقع الويب وتقاس كفاءة المواقع بما تتضمنه من روابط بمواقع أخرى. [3]

3/ التدفق الشحني:

يقصد بالتدفق الشحني أن المعلومات على الشبكة تنقل في شحنات وليس في تدفق خطي وذلك عبر طرق الانترنت، فاذا كانت وسائل الاتصال التقليدية تتبع نمطا خطيا في تقديم مادتها (مساحيا في الوسائل المطبوعة، وزمانيا في الوسائل الإلكترونية) فإن التدفق في الأنترنت يسير عبر شحنات كاملة يمكن استقبالها واستعراضها والخروج منها إلى شحنات أخرى. [4]

4/ سهول الاستخدام: Accessiblity

تعد خاصية سهولة الاستخدام أهم عوامل تفضيل مستخدمي الأنترنت وزيادة إقبال الجماهير عليها، حيث لا تتطلب الإفادة من الشبكة بذل جهد جسدي وعقلي كبيرين لفهم أو استيعاب ما تتوافر من مواد خاصة ،فالمرء لا يحتاج لأن يكون خبيرا معلوماتيا أو مبرمجا

---

[1] حلمي خطر ساري، ثقافة الأنترنت (دراسة في التواصل الاجتماعي) دار مجدلاوي للنشر والتوزيع، ط 1، 2005، الأردن، ص 28.

[2] رضا عبد الواحد أمين، الصحافة الإلكترونية، ط 1، دار الفجر للنشر والتوزيع، القاهرة، 2007، ص 72.

[3] حسني محمد نصر: الأنترنت والإعلام الصحافة الإلكترونية، ط 1، مكتبة الفلاح للنشر والتوزيع، بيروت، 2003، ص 56.

[4] رضا عبد الواحد أمين، الصحافة الإلكترونية، مرجع سابق، ص : 119.

أو مهندسا حتى يتمكن من استخدام الأنترنت، فبإمكان أي كان استخدامها بكل سهولة ويسر.[1]

تشمل سهولة الاستخدام جوانب كثيرة من أهمها سهولة الحصول على المعلومات إلى جانب تفعيل الشبكة لعملية الاتصال الشخصي بين الجماهير الأمر الذي هيأ الاتصال بين عدد كبير من الأشخاص، وتبادل الرسائل بينهم في وقت كان من الصعب حدوث ذلك قبل ظهور هذه التقنية، لتدعيم هذه السمة فقد عملت بعض شركات البرمجيات على إنتاج برامج تمكن من استخدام شبكة الأنترنت بسهولة حتى لذوي الاحتياجات الخاصة بحيث بات من السهل أمام الفئات المختلفة الدخول على البريد الإلكتروني والمواقع المختلفة على الشبكة، والاستفادة من معطياتها الحديثة ومتابعة الأخبار والتطورات الأخيرة ومن سهولة الاستخدام للشبكة تعرض الصحفيين للمواقع المتاحة والحصول على أعداد كبيرة من مصادر المعلومات مع إمكانية ربط القصص الإخبارية بسياقاتها المختلفة وبالأرشيف الخاص بهذه المواقع وكذلك من خلال الاستفادة من تقنية النص التشعبي (Hypertext) الذي تيح الوصول إلى مواقع أخرى عبر الشبكة، ولا تقتصر تقنية النص التشعبي على النصوص والكلمات فقط بل على الصور والرسوم التوضيحية Hyper links [2] هذا بالإضافة إلى التفاعلية الميسرة بسهولة للمستخدمين والكم الجمعي الذي يتوافق مع سهولة الاستخدام حيث يمكن للمرسل إرسال رسالته إلى ملايين المستقبلين في وقت واحد دون عناء.

4/ سرعة الحصول على المعلومات:

توصف شبكة الأنترنت بالطريق الإلكتروني السريع للمعلومات نتيجة التقنيات المتوفرة فيها والتي مكنت العالم أجمع من الوصول إلى المعلومات المتاحة على الشبكة في الوقت نفسه، وفي كل يوم تظهر من البرامج والنظم الاتصالية ما يزيد من سرعة تناول المعلومات عبر الشبكة مثل تقنية حزمة الأنترنت فائقة السرعة Broadband Internet وفي المجال الإعلامي سعت الكثير من المواقع الإخبارية لتفعيل خاصية سهولة الحصول على المعلومات التي توفرها الأنترنت، حيث طورت العديد من الصحف الإلكترونية نظامها

---

[1] سالم محمد صلاح: العصر الرقمي وثورة المعلومات، دراسة في نظم المعلومات وتحديد المجتمع، دار الكتاب، مصر 2، ص : 82.

[2] أحمد حس، الكمبيوتر...ابتكارات مستمرة، مكتبة الأفق، لبنان، 2006، ص 6.

التحريري ليوافق السرعة المذهلة التي تتمتع بها الشبكة فاعتمدت بعض تلك الصحف والمواقع الإلكترونية على تقنيات عالية السرعة لمواكبة الأحداث وبما يمكنها من التحديث المستمر للمعلومات والأخبار كتقنية جافا المتطورة للنشر الإلكتروني Rapid publish التي تقوم بربط غرف التحرير الصحفية بالشبكة مما يسمح بعرض الأخبار فور حدوثها مع تحديث هذه الأخبار بشكل مستمر.[1]

5/ التفاعلية: Interactivity

وهي تعني رجع الصدى، وقد عرف دورلاك Durlak التفاعلية بأنها العملية التي يتوافر فيها التحكم في وسيلة الاتصال من خلال قدرة المتلقي على إدارة عملية الاتصال عن بعد، كما عرف رفائيلي Refaeli التفاعلية بأنها أحد القنوات التي يمكنها نقل رد فعل الجمهور إلى المرسل ووصفها بالاستجابة[2] ، ويطلق على ممارستهم الممارسة المتبادلة أو التفاعلية (Interctive communicatrion) وهي تفاعلية بمعنى أن هناك سلسلة من الأفعال الاتصالية التي يستطيع الشخص أ ان يأخذ فيها موقع الشخص **ب** و يقوم بأفعاله الاتصالية، أي المرسل يستقبل ويرسل في الوقت نفسه، وكذلك المستقبل، ويطلق على القائمين بالاتصال لفظ مشاركين بدلا من مصادر، وبذلك تدخل مصطلحات جديدة في عملية الاتصال مثل الممارسة الثنائية، التبادل، التحكم، ومثال على ذلك التفاعل في بعض مواقع الصحف. [3]

تعد هذه الخاصية من أهم الخصائص التي تميز شبكة الأنترنت ويتجلى ذلك في كثير من الأنماط الاتصالية عبر الأنترنت كالتخاطب الفوري (chatting) وخدمات البريد الإلكتروني، حيث يمكن لمتصفح موقع ما من التحاور مع كاتبه أو إرسال رسالة إليه، الأمر الذي يعطي عنصر رجع الصدى، كأحد أهم عناصر العملية الاتصالية، وتنقسم التفاعلية في الأنترنت إلى ثلاثة أشكال هي:

- التفاعلية الإرشادية Navigation a interactivity وهي التي ترشد المستخدم إلى الصفحة التالية أو العودة إلى أعلى...الخ.

---

[1] زكريا بن صغير، مهارات استخدام الأنترنت في العمل الصحفي، دار الخلدونية الجزائر، 2016، ص ص: 29-30.

[2] السيد بخيت، الصحافة والأنترنت، دار العربي للنشر والتوزيع، القاهرة، 2000، ص 147.

[3] زكرياء بن صغير، مرجع سابق، ص ص: 27-28.

- التفاعلية الوظيفية Function a linter activity وهي التي تتم عبر البريد المباشر والروابط liens ومجموعات الحوار.
- التفاعلية التكيفية adapted inter activity وهي التي تقدم عبر غرف المحادثة وتتيح لموقع الأنترنت أن يكيف نفسه لسلوك المتصفحين الزائرين. [1]

6/ التزامنية واللاتزامنية:

تجمع الأنترنت كوسيلة إعلامية بين صفتي التزامنية واللاتزامنية، طبقا لما يريده المستخدم وطريقة تعامله معها، التزامنية تعني الاتصال على الشبكة يتميز بالتحديد والحداثة والآنية بدرجة تفوق حداثة الوسائل الاتصالية الأخرى، وتكون اللاتزامنية في بعض الخدمات، ففي البريد الإلكتروني مثلا يمكن للمستخدم إرسال واستقبال رسائل فورية، كما يمكنه استقبال رسائل في غير وقت إرسالها، ويتم الاحتفاظ بها في صندوق البريد الخاص به (Inbox) لحين دخوله إليه في موعد محدد، هذا مايعني إمكانية إرسال الرسائل واستقبالها في وقت مناسب للفرد المستخدم ولا يتطلب من كل المشاركين أن يستخدموا النظام في الوقت نفسه. [2]

فشبكة الأنترنت تجعل المعلومات تصل إلى المستعملين وتنشر مباشرة بعد صدورها، هذا ما أدى إلى توافر العديد من المصادر والمواقع الإعلامية التي تبث الأخبار بشكل فوري، مما يتيح للصحفي الحصول على المعلومات في حينها، إضافة إلى توافر بعض مصادر خدمة "breaking news" التي توفر المعلومات عن الأخبار المفاجئة، بما يفتح أفاقا رحبة لأداء الصحفي بطرق أكثر سرعة وسهولة وتنظيم. [3]

فالأنترنت تقدم خدمات متيمزة لمستخدميها، حيث جعلت من الاتصال عبر البريد الإلكتروني ميزة ووسيلة اتصال بين مختلف مستخدمي الشبكة، لتشكل هذه الوظيفة استقطابا بنسبة كبيرة، عبر كل أنحاء العالم كما أتاحت الأنترنت للصحافة مجموعة من الخدمات

---

[1] المرجع نفسه، ص: 29.

[2] حسني محمد نصر، الأنترنت والإعلام الصحافة الإلكترونية، ط 1، مكتبة الفلاح للنشر والتوزيع، 2003، ص: 57.

[3] المرجع نفسه، ص 57.

الجديدة، أحدثت ثورة في مجال العمل الصحفي، وقد رأى بعضهم أن الصحافة تستطيع الاستفادة من الشبكة على أكثر من مستوى وهي كالآتي: [1]

المستوى الأول: شبكة الأنترنت كمصدر للمعلومات وهي كون الأنترنت أداة مساعدة للتغطية الإخبارية أو مصدر أساسي لتغطية الأحداث العاجلة وذلك من خلال المواقع الإخبارية للمجلات أو الجرائد أو غيرها من الوسائل الإعلامية التقليدية.

المستوى الثاني: شبكة الأنترنت كوسيلة اتصال من خلال تبادل الأخبار والرسائل بين المندوبين والمراسلين عن طريق البريد الإلكتروني، كما يمكن عقد اجتماعات وإجراء أحاديث صحفية وغيرها من الخدمات الاتصالية.

المستوى الثالث: شبكة الأنترنت كوسيلة للاتصال والتفاعل مع الجمهور من خلال قنوات الاتصال مع الجمهور عبر البريد الإلكتروني.

المستوى الرابع: شبكة الأنترنت كوسيط للنشر الصحفي من خلال إصدار نسخ للجريدة نفسها أو ملخصا لها.

المستوى الخامس: شبكة الأنترنت كوسيط إعلاني ودخل جديد للمؤسسة الإعلامية الإلكترونية.

المستوى السادس: شبكة الأنترنت كأداة لتسويق خدمات المؤسسة الإعلامية تقوم بإنشاء موقع أو أكثر على النت لتعرف بنفسها أو بالخدمات التي تقدمها.

المستوى السابع: الاستفادة من الأنترنت لتقديم خدمات معلوماتية من خلال تحول المؤسسة الصحفية إلى مزود بخدماتها إلى أي مشترك.

إن الأنترنت أضفت على العملية الإعلامية ميزات كثيرة، جعلت من الإعلام عالما جديدا أتاح للمستخدم فرصا جديدة للتواصل وسهل من عملية نقل المعلومات في الوسط الإعلامي بالنسبة للصحفيين، وتغيرت بذلك تفاصيل العملية الإعلامية تغييرا جذريا على جميع المستويات في كل مراحلها . فقد كان من الطبيعي أن تكون الأنترنت محط أنظار المؤسسات الإعلامية وكل الأطراف التي تطمح في توصيل رسائلها للجماهير مخترقة الحدود وبدون قيود، كما أن تفاعلية الأنترنت وتدفق المعلومات فيها باتجاهين، وكذا تعدد

---

[1] جمال عبد ناموس القيسي، الأخبار في الصحافة الإلكترونية موقع BBC العربية وإيلاف أنموذجا، دار الفجر ودار النفائس، ط 1، عمان 2013، ص 115.

الأشكال الإعلامية فيها أدت إلى جذب القائمين بالاتصال مما خلق نوعا جديدا من الإعلام يستند على الأنترنت.

خدمات الأنترنت:

تتميز الشبكة العنكبوتية بخدماتها الكثيرة التي انفردت بها عن باقي وسائل الاتصال الأخرى، مما جعل الإقبال عليها واسعا من مختلف شرائح المجتمع لغرض الإبحار والاستفادة من خدماتها الكثيرة والتي نذكر منها:

البريد الإلكتروني (E.mail):

تمكن خدمة البريد الإلكتروني المشتركين من تبادل المعلومات فيما بينهم وهو أكثر الخدمات انتشارا واستخداما حيث يتم إرسال الرسائل واستقبالها عبر الشبكة من مستخدم إلى آخر، وقد تكون الرسائل عبارة عن وثائق أو مستندات أو رسائل عادية وغيرها، وتتكون عناوين البريد الإلكتروني في الأنترنت من جزأين:

الجزء الأول: هو صندوق البريد الذي يسبق علامة (a).

الجزء الثاني: بعد العلامة يكون عادة اسم الحاسب الآلي الذي يستخدمه المشترك.[1]

فالصحفي يستفيد من هذه الخدمة في إرسال موضوعاته إلى مكان عمله، وكذا إجراء المقابلات والتحقيقات الصحفية على المستوى المحلي والعالمي، ومن أشهر الشركات التي تؤمن خدمة البريد الإلكتروني على مواقعها الخاصة، نجد ما يكروسوفت التي تؤمن خدمة بريد "Hotmail" وشركة "Yahoo" و"Gmail.com" التابع لشركة "Google"[2]، فالبريد الإلكتروني له مزايا عديدة منها انخفاض التكلفة المادية والسرعة في تبادل الرسائل، كما أنه بإمكان المستخدم استقبال الرسائل في الوقت الذي يناسبه كما يعمل على تسهيل عمل المؤسسات على اختلافها.

مجموعة الأخبار: Groups news

تعرف المجموعات الإخبارية "forums duscusion" بأنها مجموعة نقاش، تناقش من خلال الرسائل المتبادلة إلكترونيا عبر الأنترنت العديد من المواضيع المختلفة، ولا بد أن

[1] غالب عوض النوايسة، الأنترنت والنشر الإلكتروني، ط1، دار أسامة، عمان 2010، ص 40.

[2] فارس حسن خطاب، القضايا الرقمية وتطبيقاتها الإعلامية، دار أسامة، ط 1، عمان، 2012، ص 41.

يكون مستخدمو هذه المجموعات على وعي تام ببعض الأمور الاجتماعية المرتبطة بالمشاركة في نشاط هذه المجموعات.

- **محركات البحث:**

خدمة البحث عبارة عن محركات بحثية تستخدم في البحث المختلف وهي تسهل على الناس البحث ومعرفة معلومات عن أي شيء يريدون معرفته وذلك من خلال قدرتها على استخراج أفضل النتائج للرد على جميع الاستفسارات بمصادر متعددة من أبرزها محرك البحث جوجل ، ياهو، وبينج.

- **خدمة الشبكة العنكبوتية: WEB أو WWW**

ظهرت الشبكة العنكبوتية الدولية WEB سنة 1991 على يد **تيم بيرنرلي** والويب هو ملف أو مجموعة من الملفات يتم تخزينها في حاسوب "خادم server" يمكن الولوج إليها عبر شبكة الأنترنت، ولكل موقع صفحة رئيسية تصمم غالبا لكي تكون الملف الأول الذي يزوره المتصفح ليأخذ فكرة عامة عن مضامين الموقع، لتضمن الملفات الموجودة بالموقع وصلات نصية أو رسومية يتم النقر عليها باستخدام جهاز مدخلات. [1]

وقد أصبحت هناك مواقع بأعداد هائلة تقدم الخدمات في كافة قطاعات الحياة، مثل وجود مواقع طبية، اقتصادية، سياسية، تكنولوجية، تعليمية، ترفيهية أو حتى مواقع التجارة الإلكترونية مثل أمازون، جوميا، ومجالات أخرى.

بذلك تعد الشبكات المعلوماتية أحد أبدع التقنيات الحديثة التي عرفت حتى الآن في تاريخ الأنترنت، حيث يمكن من خلالها العثور على معلومات، سواء كانت سمعية، مرئية، نصية باستخدام هواتف أو حواسيب، ومن أشهر شبكات الويب العالمية هي world wide web الشهيرة برموز www

- **خدمة التخاطب والمحادثة "chats":**

يطلق على هذه الخدمة تسمية الاتصال السمعي البصري، حيث يتم من خلال شبكة الأنترنت، الاتصال صوت وصورة بين مختلف الفاعلين في العملية الاتصالية عبر الشبكة حيث تتوافر تلك الخواص في أغلب منصات التواصل الاجتماعي (أو ما يعرف بالسوشيال ميديا) مثل ماسنجر التابع لشركة فيسبوك أو ميتا، انستغرام وغيرها من المنصات المتعددة

[1] صلاح محمد عبد الحميد، الإعلام الجديد، مؤسسة طيبة للنشر والتوزيع، ط 1، القاهرة، 2011، ص 103.

التي توفر وتسهل عمليات الاتصال بين الأشخاص في أبعد البلدان حول العالم بالصوت والصورة.

- خدمة قوائم العناوين البريدية:

تشمل إنشاء وتحديث العناوين البريدية لمجموعات من الأشخاص لهم اهتمامات مشتركة[1] أي إنشاء قوائم بريدية قد تكون عبارة عن قوائم تضم أسماء الطلاب في الفصل الواحد أو في المجال الواحد، ويتم فيها إرسال المطلوب من المتعلمين واستقبال المطلوب منهم مثل الواجبات، كما تستخدم هذه القوائم البريدية أيضا في الكليات والجامعات في جميع أنحاء العالم.

- خدمة المؤتمرات على الأنترنت:

تستخدم الأنترنت في خدمة المؤتمرات أو ما يعرف بالمؤتمرات عن بعد وهي خدمة تتيح لعملائها إجراء الاجتماعات والمقابلات وجها لوجه افتراضيا، دون الحاجة للانتقال من دولة لأخرى، حيث يكون المؤتمر قائما على شاشات العرض مثل مؤتمر الفيديو أو المؤتمرات الصوتية.

- خدمة مواقع التواصل الاجتماعي:

وهي عبارة عن مواقع سهلت على الإنسان التواصل مع غيره في أي مكان وساعدت الكثيرين في التواصل مع أصدقائهم القدامى والتعرف على أصدقاء جدد.

- خدمة استرجاع المعلومات:

وهي الخدمات التي تخضع لأنظمة برمجية تتيح الوصول إلى موارد المعلومات المختلفة في قواعد البيانات لتعمل بذلك على تخزينها وإدارتها ومعالجتها للمعلومات حيث تكمن أهمية خدمات الاسترجاع في مساعدتها على التنمية الاجتماعية والاقتصادية نتيجة لتوفرها الكثير من الوقت والجهد، إلى جانب أنها تقلل أيضا من حمل المعلومات الزائدة على مواقع الويب المختلفة.

---

[1] محمد الفاتح حمدي، استخدامات النخبة الصحافة الإلكترونية وانعكاساتها على مقروئية الصحف الورقية، رسالة ماجستير، قسم علوم الإعلام والاتصال، كلية الحقوق، جامعة باتنة، 2010.

مزايا وعيوب الأنترنت:

ككل وسيلة إعلامية فإن للإنترنت مزايا وعيوب، فكما أنها ساهمت في تطوير المجتمعات والرقي بها وساعدت في تسهيل عملية الاتصال بين كل المؤسسات والأشخاص، بحيث أصبحت جزءا من حياة المواطن العادي، إلا أنها في الوقت نفسه وربما لسوء استخدامها سبب لها عيوبا.

أ-مزايا الأنترنت:

- خدمات الاتصال: فتحت الأنترنت اليوم مجالا واسعا للاتصال بين الأفراد وكذا المؤسسات على اختلافها.

- التكلفة (cost): الكثير من المؤسسات أو المنظمات كالجامعات ومعاهد البحوث والمصالح الحكومية توفر لمستخدميها الوصول إلى المعلومة ومصادرها دون مقابل سعيا منها في تحسين أداء الباحثين والطلبة.

- تقدم الأنترنت خدمات كثيرة للجمهور المتخصص وغير المتخصص كخدمات التسويق، الأخبار، الطقس وحجز تذاكر السفر وحجز أماكن بعض القاعات أو الفنادق وغيرها من الخدمات الأخرى.

- الحصول على المعلومات بطريقة آنية وفورية.

- الأنترنت بنوك ومجمعات للمعلومات موجودة تقريبا في جميع المجالات وتغطي غالبية المواضيع.

- مجموعات الحوار والمحادثة يمكن استغلالها لتبادل الأفكار وأيضا طرح الأسئلة على مجموعة من الخبراء، وكذا في مجال التعليم إن الأنترنت لما لها من مزايا في مختلف المجالات، فإن مجال الإعلام له نصيب من هذه المزايا أن الأنترنت رفعت سلطة الرقابة التي كانت تخضع لها وسائل الإعلام التقليدية، وسمحت بمرور المعلومات والأخبار مخترقة كل القيود والحدود.

- إمكانية توزيعها على مدى 24 ساعة بينما ينتظر القارئ يوما كاملا للحصول على العدد الجديد من الصحيفة الورقية.

– إمكانية متابعة الجديد من الأخبار في أي وقت ضمن خاصية تحديث لصحيفة إلكترونية.

– إمكانية إنتاجها بناء على طلب القارئ وهو ما بات يعرف بالأخبار تحت الطلب news on demand.

ب– عيوب الأنترنت:

بالرغم من المزايا العديدة التي تتمتع بها الأنترنت إلا أن لها الكثير من السلبيات، وعندما نقول السلبيات فإن هذا لا يعود إلى الوسيلة، وإنما المستخدم الذي يعتبر السبب الأول لأن سوء الاستخدام قد يعود عليه بالسلب في أغلب الأحيان، ومن سلبياتها نجد:

ضياع الوقت خاصة بالنسبة للأفراد غير المتخصصين، حيث توجد نسب كبيرة منهم لا يستخدمونها على الوجه الأكمل[1]، إنما يقضون معظم أوقاتهم في التجول عبر الأنترنت دون تحديد الهدف، وقد تؤدي بهم إلى الإدمان على بعض المواقع على الأنترنت وصعوبة التخلي عن هذه العادات السيئة، كالإدمان على مواقع التواصل الاجتماعي ولهذا تم إنشاء مصحات على مستوى الدول الأوروبية لمعالجة هذا النوع من الإدمان.

– الإفراط في تداول المعلومات مما يصعب اليوم التعرف على الأخبار الصادقة من الأخبار الكاذبة.[2]

– تأثير الأنترنت على النشاط العقلي للإنسان يعتقد البعض بأن الوصول إلى المعلومات والمعارف أصبح سهلا عن طريق الأنترنت دون جهد عقلي أو إبداع.

إن الأنترنت سلاح ذو حدين والاستخدام هو الشيء الذي يحدد الآثار المترتبة عنها:

العزلة: يؤدي جلوس المستخدم أمام الأنترنت وحيدا لساعات طويلة إلى عزله عن المجتمع، مما قد يؤدي في حالات كثيرة إلى مشاكل أخرى تتمثل في صعوبة الاتصال مع المحيطين به وأخرى نفسية مثل الإنطواء عن النفس.

---

[1] عبد الرزاق محمد الدليمي، الصحافة الإلكترونية والتكنولوجيا الرقمية، ط 1، دار الثقافة للنشر والتوزيع، لبنان 2005، ص 188.

[2] المرجع نفسه، ص 189.

2-الصحافة الإلكترونية:

مفهوم الصحافة الإلكترونية:

استوقفت ظاهرة الصحافة الإلكترونية الكثير من الباحثين فتحدوها بالدراسة والتحليل، وكان من نتيجة ذلك أن تعددت واختلفت تعريفاتهم لهذا الوسيط الصحفي الجديد، إلا أنهم يتفقون على أن مفهوم الصحافة الإلكترونية جزء من مفهوم أوسع هو النشر الإلكتروني الذي يعطي النشر عبر الأنترنت on ligne publishing بمعنى توزيع المعلومات والأخبار من خلال الوسائط المتعددة المعتمدة على التقنية الرقمية التي لها القدرة على نقل ومعالجة النصوص: الصوت، الصورة بمرونة وبسرعة فائقة وكفاءة عالية[1] هو نوع جديد من الإعلام ويعتمد بشكل رئيسي على الأنترنت، والتي تتيح للصحفيين إمكانية تقديم موادهم الإعلامية بطريقة إلكترونية، باستخدام فنون الصحافة المطبوعة، مضاف لها تقنيات تتناسب مع الفضاء الإلكتروني كوسيط بين القائم بالاتصال والمتلقي.

تعريف الصحافة الإلكترونية:

تجدر الإشارة في البداية إلى أن الصحافة الإلكترونية مصطلح يأتي ترجمة لأكثر من تعبير في اللغة الأجنبية Electronique news paper, électronique journalisme, édition on line, Electonique, presse éléctronique. وهي ألفاظ تقابلها في اللغة العربية تسميات عديدة منها:

الصحافة الإلكترونية، الصحافة الفورية، النسخ الإلكترونية، الصحف الرقمية، الصحف اللاورقية، الصحف التفاعلية...الخ.

وانطلاقا مما سبق ذكره نستعرض جملة التعريفات الواردة في مصطلح الصحافة الإلكترونية كمفهوم وممارسة وتقنية، إد نجد من بينها:

1- المفهوم الاتصالي:

هي نوع من الاتصال يتم بين البشر عبر الفضاء الإلكتروني الأنترنت وشبكات المعلومات والاتصالات الأخرى تستخدم فيه فنون وآليات ومهارات العمل في الصحافة المطبوعة، مضافا إليها مهارات وآليات وتقنيات المعلومات التي تناسب استخدام الفضاء

[1] ماجد سالم تربان، مرجع سابق، ص 19.

الإلكتروني كوسيط أو وسيلة اتصال بما في ذلك استخدام النص والصوت والصورة والمستويات المختلفة من التفاعل مع المتلقي لاستقصاء الأنباء الآنية وغير الآنية ومعالجتها وتحليلها ونشرها على الجماهير عبر الفضاء الإلكتروني بسرعة.[1]

كما تعرف بأنها: "نوع من الاتصال يتم عبر الفضاء الإلكتروني، تستخدم فيه الفنون وآليات ومهارات العمل في الصحيفة المطبوعة، وأن الصحافة الإلكترونية ظهرت في ثورة الاتصالات والمعلومات والأنترنت، التي فرضت بدورها تحديات كبرى في استخدام وسائل وأساليب جديدة للتواصل، وجاءت الصحافة الإلكترونية تعبيرا عن إحدى صور هذا التطور"[2].

يعرفها البعض بأنها الصحف التي يتم إصدارها ونشرها على شبكة الأنترنت سواء كانت هذه الصحف بمثابة نسخ أو إصدارات إلكترونية لصحف ورقية مطبوعة أو موجز لأهم محتويات النسخ الورقية أو كجرائد ومجلات إلكترونية ليست لها إصدارات عادية مطبوعة على الورق تتضمن مزيجا من الرسائل الإخبارية والقصص والمقالات والتعليقات والصور والخدمات المرجعية.[3]

الصحافة الالكترونية هي كيان اخباري رقمي مرتبط بتواتر الاحداث و يقوم بإنتاج ونشر الأخبار والمقالات والصور والتصاميم الفنية الرقمية والوثائق السمعية أو البصرية والنصية ذات العلاقة بالحدث (كليا أو جزئيا) معتمدا على التحديث الدائم للمعلومات المنشورة بما ينسجم مع تواتر الأحداث وينشر عبر الأنترنت ووسائله كافة.

– وتم تعريف الصحافة الإلكترونية أيضا على أنها "جزء من مفهوم واسع وأشمل وهو النشر الإلكتروني الذي لا يعني فقط مجرد استخدام أنظمة النشر المكتبي الإلكتروني وأنظمته Plate to–computer المتكاملة، إذ يمتد حقل النشر من خلال شبكة الأنترنت online Publishing او توزيع المعلومات والأخبار من خلال وصلات اتصال عن بعد، أو من خلال الوسائط المتعددة، وغيرها من النظم الاتصالية التي تعتمد على شبكة الحاسبات،

---

[1] سلمان المشهد، بني سعد، الصحافة العربية والدولية (المفهوم، الخصائص، المشاكل، النماذج، والاتجاهات)، ط 1، دار الكتاب الجامعي، الإمارات العربية المتحدة، 2017 ص 72.

[2] سعود جاهنة ناصر، الصحافة الإلكترونية – الاتجاهات الإعلامية الحديثة – ط1، عمان، 2012، ص ص 54–55.

[3] عبد الفتاح كنعان الصحافة الإلكترونية في ظل الثورة التكنولوجية، دار اليازوري عمان، 2014، ص 09.

وتعتمد نظم النشر الإلكتروني عموما التقنية الرقمية التي توفر القدرة على نقل ومعالجة النصوص والصوت والصورة معا، بمعدلات عالية من السرعة والمرونة والكفاءة. [1]

المفهوم التقني:

الصحافة الإلكترونية هي التي يتم إصدارها بطريقة إلكترونية متكاملة، بدء من تلقي الخبر من وكالات الأنباء، المراسلين والبحث عن المعلومات والصورة واستقراءها من بنوك المعلومات الدولية، مرورا بمعالجة الأخبار والتقارب وكتابة المقالات وتحريرها، وتصحيحها وتصميم الرسوم والصورة الفتوغرافية وإعدادها وتركيب الصفحات وبثها إلى أي جهاز كمبيوتر متصل بالشبكة.[2]

– الصحافة الإلكترونية هي الصحافة المنشورة عبر وسائل وقنوات النشر الإلكتروني بشكل دوري وتجمع بين مفهومي الصحافة ونظام الملفات المتتابعة، وتحتوي على الأحداث الجارية، ويتم الاطلاع عليها من خلال جهاز الكمبيوتر عبر شبكة الأنترنت.[3]

وجاء في تعريف آخر بأن الصحافة الإلكترونية بأنها: الصحف التي يتم إصدارها ونشرها على شبكة الأنترنت سواء كانت هذه الصحف بمثابة نسخ أو إصدارات إلكترونية لصحف ورقية مطبوعة، أو موجز لأهم محتويات النسخ الورقية، أو كجرائد ومجلات إلكترونية ليست لها إصدارات عادية مطبوعة على الورق، وتتضمن مزيجًا من الرسائل الإخبارية والقصص والمقالات والتعليقات والصور والخدمات المرجعية، حيث يشير تعبير الصحف الإلكترونية تحديدا في معظم الكتابات الأجنبية إلى تلك الصحف والمجلات المستقلة أي التي ليست لها علاقة بشكل أو بآخر بصحف ورقية مطبوعة. [4]

من خلال استعراض التعريفات السابقة نستخلص أنه رغم الاختلافات البسيطة بين الباحثين وأساتذة الإعلام في تحديد معالم الصحافة الإلكترونية إلا أنها تشترك في نقاط أهمها:

---

[1] الدرناني عبد الملك، مقروئية الصحف الورقية في ظل منافسة الصحافة الإلكترونية، دراسة ميدانية للصحف اليمنية، كلية الإعلام، مجلة الباحث الإعلامي، العدد 32، جامعة صنعاء، د س ن، ص ص 128–129.

[2] عبد الأمير الفيصل، الصحافة الإلكترونية في الوطن العربي، الشروق للنشر والتوزيع، ط 1، الأردن، 2006، ص 78.

[3] عماد بشير، الصحافة العربية اليومية في العصر الرقمي، في مستقبل الثورة الرقمية، العدد 15، الكويت، ط 1، 2020، ص 32.

[4] سعود رحامنة ناصر، مرجع سابق، ص 54.

– تندرج الصحافة الإلكترونية كنوع اتصالي يتم من خلال شبكات الفضاء الإلكتروني.

– الصحافة الإلكترونية هي رصد لأهم المعلومات والأخبار اليومية تنشر عبر شبكة الأنترنت.

– تعتمد في عملية إنتاجها وتحريرها على الوسائط الإلكترونية المتعددة، ويتم تخزين المعلومات وإدارتها واستدعائها بطريقة إلكترونية.

تصدر بصفة منتظمة من خلال موقع محدد على شبكة الأنترنت، قد تكون مرتبطة بصحيفة ورقية مطبوعة، وقد تكون إلكترونية محضة.

– تعتبر الصحافة الإلكترونية جزء من كيان أعم ألا وهو النشر الإلكتروني الذي يعتبر مفهوما أشمل وأوسع.

– وعلى هذا الأساس فإن:

الصحيفة الإلكترونية هي وسيلة إعلامية واتصالية جديدة دمجت بين مهارات وآليات العمل الصحفي التقليدي المطبوع وبين المهارات والآليات الرقمية الحديثة، فسخرت الشبكة العنكبوتية والفضاء الإلكتروني .

لتجعل منهما قناة للتفاعل مع المتلقي باستخدام الصوت والصورة في استقصاء الأخبار الآنية وغير الآنية ونشرها بطريقة إلكترونية تعتمد على التقنيات التالية:

– تقنية العرض كصورة أو نمط الجرافيك التبادلي change Gif form rophique inter وهي تقنية تتبع نقل صورة شكلية من بعض مواد الصحيفة الورقية إلى موقعها على الأنترنت. [1]

تقنية النص المجمول: portable dataprogramme format PDF يتيح هذا النمط نقل النصوص والأشكال والصور والرسوم من الصحيفة الورقية إلى موقعها على الشبكة بشكل مطابق تماما للنسخة الورقية.

– تقنية النص الفائق Hypertext: هذه التقنية تسمح بوضح النصوص الإلكترونية بشكل مستقل عن نصوص الصحيفة الورقية، وتستفيد من إمكانيات الأنترنت المتعددة.

[1] ماجد سالم تربان، الأنترنت والصحافة الإلكترونية، م، س، ذ، ص 110.

نشأة الصحافة الإلكترونية في العالم:

في بداية ثمانينيات القرن الماضي عرفت الصحافة محاولات لإرسال الصحف بطريقة الفيديو تكس vidéotex وذلك باستخدام خطوط التلفون ليتم استقبالها على شاشات التلفزيون أو شاشات الكمبيوتر، مقابل اشتراك شهري ولكن انخفاض وضوح الصورة وبطء الاستعراض جعل عملية القراءة صعبة، حيث كان استقبال الصحيفة الورقية أرخص من استقبالها بهذه الطريقة.

بدأت بعض الشركات خلال ثمانينات القرن الماضي مثل كمبيوسرف compuserve في تقديم طبعات إلكترونية من الصحف في الولايات المتحدة الأمريكية في إطار تجريبي، لكن هذه المحاولات باءت بالفشل نظرا لتكلفتها المرتفعة[1]، حيث يعود تاريخ بداية الصحافة الإلكترونية إلى عام 1976.

إذا جاءت نتيجة تعاون بين مؤسستي bbc الإخبارية واند بندنت برود كاستنغ أوتوريتي iba ضمن خدمة تلتكس

ظهرت في بريطانيا خدمة ثانية أكثر تفاعلية وهذا عام 1979 عرفت مؤسسة بريتش تلفون أوتوريتي[2] ومع اتاحة هذه الخدمة للجمهور عام 1979 م فقد قدمت مايلي: نشرات إخبارية، إجراء المعاملات المصرفية من المنزل، حجز تذاكر الطيران، ومعلومات أخرى بواسطة خاصية تشبه شاشات التلفزيون، وقد اقتصرت هذه الخدمة على 65 ألف فرد أغلبهم يعلمون وكلاء لشركات السياحة بسبب الكلفة المرتفعة وغيرها من العوامل الأخرى وبسبب ذلك فقد انخفض معدل استخدام الخدمة ليصل عدد المشتركين إلى 30 ألف مشترك فقط مما أدى إلى إيقاف المشروع سنة 1993.

أما سيفاكس ceefax فقج ظهرت خلال السبعينات وعلى النقيض من "بريستل" فقد استمرت الخدمة وحافظت على بقائها وازدهارها حيث قامت هيئة الإذاعة البريطانية bbc بتطوير هذه الخدمة بعد جهد بحثي لكي تتبع برامجها للصم، مع العلم أن من أهم أسباب

[1] رضا عبد الواحد أمين، مرجع سابق، ص 113.

[2] عبد الفتاح كنعان، مرجع سابق، ص 12.

استمرار هذه الخدمة هو انخفاض أسعار اجهزة الكمبيوتر والتطور في تكنولوجيا الذاكرة الأساسية الحاسبات وغيرها من أوجه التقدم الأخرى في نقل البيانات

أما التلكس فقد كان تبنيه بطيئا في البداية حيث لم تصل هذه الخدمة إلى مانسبته 30 % من المنازل البريطانية بحلول ديسمبر 1981م وفي الثمانينات زادت نسبة نموه وانتشاره والتي بلغت 17 % سنة 1987م لتزداد نشرات التلكست وأصبحت تصل إلى الجمهور العريض فحوالي 60" من المنازل البيرطانية تمتلك على الأقل تلفزيون يستقبل هذه الخدمة التي تستخدم يوميا من قبل 9.4 مليون فرد وأسبوعيا من قبل 19.2 مليون فرد في بريطانيا.

وفي الوقت ذاته بدأت شركة "نايت رايدر" الأمريكية في تجريب نظام إلكتروني آخر باسم "فيوترون" وتم اختباره في ميامي عام 1981 غير أنه لم يكتب لهذه المبادرة بالنجاح، فالتلفزيون الكابلي الرخيص[1] والذي أصبح متاحا بشكل كبير في ذلك الوقت عمل على الحد من مبيعات شاشات "فيتورن" وبالرغم من استمرار الشركة في تقديم هذه الخدمة سنوات عديدة إلا أنه قد تم إيقافها بشكل نهائي سنة 1986 بعد تعرضه لخسائر كبيرة.

استطاع الفرنسيون أن يحققوا نجاحًا ملحوظا من خلال نظام "منيتيل" للمعلومات الإلكترونية ودليل التلفون عام 1981 ويرجع سبب ذلك النجاح إلى سببين رئيسيين هما:

أ-توزيع الشاشات مجانا من قبل الحكومة الاشتراكية التي كانت موجودة آنذاك.

ب-استطاعت الخدمة أن تقدم للناس ما يريدونه ويحتاجونه، وهو نظام الاستعلام التلفوني، والذي صمم ليحلّ محلّ النظام غير الفعال المستخدم في ذلك الوقت، مما دفع بالملايين للاشتراك في هذه الخدمة عبر البلاد وتمكن نظام "منيتيل" النموذج الأول للجريدة الورقية التي يمكن الوصول إليها بشكل إلكتروني عندما استخدمت صحيفة "لبيراسيون" هذه الوسيلة لنشر نتائج منافسات دورة لوس أنجلس للألعاب الأولمبية الصيفية عام 1984م، وذلك قبل أن تظهر الطبعة الأولى من الصحيفة في شوارع باريس.

تم التركيز بعد ذلك على إمكانية الوصول إلى الأخبار على الخط المباشر من قبل صناعة المعلومات من خلال شركة "world reporter" والتي يطلق عليها الآن FT profile عام 1985 من خلال صحيفة "الجارديان" البريطانية حملة تستهدف رؤية النص

[1] درويش اللبان شريف، الصحافة الإلكترونية – دراسات في التفاعلية وتصميم المواقع، ط 1، الدار اللبنانية المصرية، القاهرة، 2005، ص 220.

الكامل على شاشة الكمبيوتر لكل صفحات الجريدة، حيث شاركت معظم الصحف النصفية البريطانية وعدد من الصحف الإقليمية في الخدمة بحلول عام 1997 لتظهر كذلك صحيفة "فايننشال تايمز" على الخط المباشر على هذه الخدمة قبل طرحها في منافذ التوزيع. [1]

مع بداية التسعينيات تطورت تقنيات النشر الإلكتروني، إضافة إلى حاجة المستفيدين إلى الخدمات الإلكترونية، وقد ارتبط نجاح التلتكست باعتمادها على جهاز التلفزيون، أما نجاح الصحيفة الإلكترونية في انطلاقتها الثانية فارتبط بتوفر جهاز الحاسب الآلي وتطوره.

نشير أيضا أن البدايات الأولى للصحافة الإلكترونية كانت مجرد مواقع تحتوي على مقالات وموضوعات وأفكار وأطروحات ورؤى بسيطة وبالتحديد فقد انطلقت من منتديات الحوار التي تميزت بسهولة تحميل برامجها وبساطة تركيبها، حيث يمكن للفرد أن يقوم بتحميل هذه البرامج المجانية ورفعها لموقعك في أقل من ساعة ليبدأ بعده الموقع بأثره في العمل المحدد له في جذب عدد كبير من الزوار، حيث نجحت هذه المنتديات في جذب واستقطاب المتصفحين الذين يضعون فيها آراء وأفكار حرة غير خاضعة للرقابة مثلما يحدث في المواقع الكبرى.

برغم عدم القدرة على التحديد الدقيق لتاريخ ظهور أول صحيفة إلكترونية ولكن يمكن القول إن صحيفة (هيلز نبورج داجبلاد) السويدية وهي أول صحيفة إلكترونية في العالم تنشر إلكترونيا بالكامل على شبكة الأنترنت عام 1990.[2]

في عام 1992 أنشأت شيكاغو أونلاين أول صحيفة إلكترونية بالكامل على شبكة أمريكا أونلاين وبحسب كاواموتوفان موقع الصحافة الإلكترونية الأول على الأنترنت انطلق عام 1993 في كلية الصحافة والاتصال الجماهيري في جامعة فلوريدا وهو موقع Palo Alto وألحق به موقع آخر في 19 يناير 1994 هو ألتو بالو ويكلي لتصبح الصحيفة الأولى التي تنشر بانتظام على الشبكة[3]، وتعد هذه الصحيفة أول النماذج التي دخلت صناعة الصحافة الإلكترونية بطريقة كبيرة بخاصة مع توفير خدمة الأنترنت مجانا في الولايات المتحدة وبلاد العالم المتقدم.

---

[1] المرجع نفسه، ص ص: 23-25.

[2] نجاح العلي، الصحافة الإلكترونية النشأة والمفهوم، الرابط بتاريخ الاطلاع : 2023/01/11 على سا 21.15.

[3] نجاح العلي، الصحافة الإلكترونية النشأة والمفهوم، الرابط بتاريخ الاطلاع : 2023/01/11 على سا 21.15.

وخلال السنوات ما بين 1994-1995-1996 ارتفع عدد الصحف الأمريكية التي أنشأت مواقع إلكترونية من 60 صحيفة نهاية عام 1994 إلى 368 في منتصف عام 1996.[1]

يمكن القول أن نتشار الصحف على الأنترنيت بدأ في الولايات المتحدة الأمريكية والمملكة المتحدة سنة 1994 م[2]، فالأنترنت في هذين البلدين ساهمت في فسح المجال واسعا لبروز المواقع الإلكترونية للصحف.

تعتبر "الواشنطن بوست" أول صحيفة أمريكية مضامينها عبارة عن نشرة تعدها الصحيفة يعاد صياغتها في كل مرة تتغير فيها الأحداث مع مراجع وثائقية وإعلانات مبوبة، وقد أطلق على هذا المشروع "الحبر الورقي" وكان فاتحة لظهور جيل جديد من الصحف الإلكترونية التي تخلت للمرة الأولى عن الورق والحبر والنظام التقليدي للتحرير والقراءة لتستخدم جهاز الحاسوب وإمكانياته الواسعة في التوزيع عبر القارات والدول بلا حواجز أو قيود.[3]

في عام 1997 تمكنت صحيفتا "لوموند" و"لبيراسيون" من الصدور بدون أن تتم عملية الطباعة الورقية بسبب إضراب عمال مطابع الصحف الباريسية، الصحيفتان صدرتا على مواقعهما على الأنترنت لأول مرة وتصرفت إدارة التحرير بشكل طبيعي، كما أشارت المحطات الإذاعية لما نشرته الصحيفتان كما تفعل يوميا حتى أن الصحفيين أحسوا بشيء جديد وهو اختلاف العلاقة مع القارئ لأول مرة.[4]

كان لمركز أبحاث (ماري كوري) أثر بالغ في تطوير بعض الجرائد الإلكترونية مع البدايات الأولى لهذا النوع، حيث أتاح المركز صحيفة "سان جوزيه ماري كوري نيوز": san josé mercury news على الخط المباشر عام 1993[5] لتكون في مقدمة الجرائد الإلكترونية المنشورة على الواب، والتي أتاحت خدمات إضافية مثل أرشيف الأخبار ولوحة النشرة الإلكترونية للقراء للاتصال بالمحررين وخدمات أخرى لم تكن معروفة من قبل.

---

[1] عباس ناجي حسن، الصحفي الإلكتروني، دار صفاء للنشر والتوزيع، ط 1، 2012، عمان، ص 53.

[2] رضا عبد الواحد أمين، مرجع سابق، ص 113.

[3] عبد الأمير الفيصل، الصحافة الإلكترونية في الوطن العربي، دار الشروق، ط 1، عمان، 2006، ص 94.

[4] عبد الفتاح كنعان، مرجع سابق، ص 14.

[5] شريف درويش اللبان، مرجع سابق، ص 27.

كما أن صحيفة "إلكترونيك تلجراف" التي هي بمثابة نسخة إلكترونية من صحيفة "ديلي تلجراف" كانت من الصحف الإلكترونية الأولى في بريطانيا والتي ظهرت سنة 1994[1]، وتلتها صحيفة "التايمز" في سبتمبر من نفس العام، حيث تضمنت أول ندوة نقاش تفاعلي.

في السياق ذاته كانت الصحف الإلكترونية سباقة إلى مرحلة "الكل الرقمي" حيث سارعت العديد من الصحف والمجالات إلى حجز مكان لها على شبكة الأنترنت وهذا بالتعاون مع الشبكات التجارية مثل أمريكا أون لاين، وبروديجي. [2]

عام 1995 في شهر أفريل أسس الممثلون الثمانية الرئيسيون للصحف الأمريكية جمعية الصحف الإلكترونية تسمى news centry network وتهدف إلى مساعدة الصحف الصغرى على إنشاء طبعة على الخط، ويتعلق الأمر بالمجموعات الصحفية التالية Ridde , timme mirror, tribune, Advance publications, washington post, knight.

أما في فرنسا فمنذ عام 1994 بدأت تظهر أول صحيفة إلكترونية مئة بالمئة والتي لا تملك أصلات طبعة ورقية وهي جريدة la vague interactive التي كانت توزع على الأقراص المضغوطة وتصدر أربع مرات في السنة، ثم تنشر على الأنترنت.

في جوان 1995 ظهرت أول جريدة فرنسية على الخط وهي "cyber sphere" لتسارع أغلبية الصحف الكبرى المعروفة بفرنسا لإنشاء مواقع لها على شبكة الأنترنت مكملة للطبعة الورقية منها "لوموند، لوفيغارو، لاكروا، لبيراسيون، ليز إيكو، figaro, la croix libération les echos, le monde.[3]

وهكذا فقد ازداد عدد الصحف المنشورة على الأنترنت منذ عام 1996 إلى يومنا هذا بشكل متسارع ومذهل.

تجدر الإشارة هنا إلى أن الصحافة الإلكترونية بشكلها الحالي مرت خلال مراحل تطورها بثلاث موجات:[4]

---

[1] المرجع نفسه.

[2] محمد لعقاب، وسائل الإعلام والاتصال الرقمية، ط 1، دار هومة، الجزائر، 2007، ص 102.

[3] Yannik Estienne, le journaliste après internet, l'Har Mattan, Paris 2007, p 60.

[4] محمد سلامة، الصحافة الإلكترونية، السلطة الخامسة، مجلة الفن الإذاعي، اتحاد الإذاعة والتلفزيون، العدد: 197، جانفي 2010، ص 82-83.

أ- **الموجة الأولى:** كانت كبريات الصحف التي تنشر على شبكة الأنترنت تملك مواقع مطابقة للنسخة الورقية، حيث تم الاستعانة بملفات pdf لنشر محتوى الصحيفة الورقية وهي نوعية الملفات نفسها المستخدمة في عمل التجهيزات الفنية في الطباعة يتم تحميلها من قبل المتلقي لقراءتها، وتميزت الصحف الإلكترونية في هذه المرحلة بكون فريق العمل في هذه الأخيرة مكون من مجموعة من الفنيين المختصين برفع المحتوى على الموقع، بينما تقوم غرفة أخبار الصحيفة الورقية الأم بكل مراحل العمل الصحفي، وتتسم أيضا بكون زمن تحديث النسخة الإلكترونية مرتبط بدورية صدور النسخة الورقية.

ب- **الموجة الثانية:** تم تطوير الصحف الإلكترونية بإضافة خدمات أخرى، حيث يتم إعادة إنتاج المحتوى الإلكتروني وفقا للغة الأنترنت المعروفة بـHTml والتي تسهل عملية البحث في النصوص وسهولة التصفح دون التحميل واستخدام خصائص النص الفائق Hpertext في ربط الموضوعات والأخبار ذات الصلة.

ج- **الموجة الثالثة:** تميزت هذه الموجة بالاستخدام المكثف لتقنيات الأنترنت حيث ظهرت العديد من المواقع الإلكترونية الإخبارية البحثة، وكذا حدوث شراكة بين الصحيفة الإلكترونية والمتلقي من خلال إمكانية التعليق على الأخبار والتقارير المنشورة والمشاركة في منتديات الحوار والنقاش.

وبفضل الأنترنت أصبحت الصحف تنافس محطات التلفزيون أو محطات الراديو لأنها تستطيع استثمار وسائل اتصال جديدة: نص، صورة، فيديو، ولو لم يكن هناك مردودية مالية واضحة.[1]

ومن بين العوامل التي ساهمت في انتشار الأنترنت خلال تسعينيات القرن الماضي نجد:

- أن الصحف المطبوعة كانت تعاني من الانخفاض المستمر في معدلات القراءة.
- زيادة تكلفة الإنتاج والتوزيع.
- انخفاض عائدات الإعلان بعد تحول المعلنين إلى وسائل إعلان أخرى أما الدوافع التي جعلت الصحف المطبوعة تدخل عالم النشر الإلكتروني وإصدار طبعات إلكترونية هي:

[1] فرنسوا لسلي، نقولا ماركيز (ترجمة فؤاد شاهين)، وسائل الاتصال المتعددة "ملتيميديا"، دار عويدات للنشر والطباعة، ط 1، لبنان، 2001، ص 34.

– الصحف المطبوعة أرادت أن تحجز لها مكان على الطريق السريع للمعلومات Information Super Highway.

– أن بعض الصحف دخلت إلى هذا المجال تخوفا من أن تسبقها الصحف المنافسة[1]، لذلك فإن أغلب الصحف الورقية أوجدت لها مكانا في الأنترنت من خلال النشر الإلكتروني الذي ساهم في انتشارها والتوسع في مجالات التوزيع.

مواكبة للتطور والنقلة النوعية التي عرفتها الصحافة الإلكترونية على المستوى العالمي، كان لزاما على الصحافة في الوطن العربي أن تشهد وتساير هذا التطور، ويعتبر البعض أن الأنترنت أسرع وسيلة اتصال تبناها العرب بعد أن نشأت في الغرب بسنوات قليلة، بالقياس إلى انتشار الراديو والتلفزيون في العالم العربي.

فمثلما حدث على المستوى العالمي من ولادة مواقع إخبارية إلكترونية فقد نشأت بالمنطقة العربية عدة مواقع إلكترونية بعضها تصنع الخبر، حيث تكتفي بإعادة نشره بعد استقائه من وكالات الأنباء، وأخرى تقوم بدور مكمل للدور الرئيسي للمحطات التلفزيونية والجرائد المطبوعة وهذا النوع الذي يستقل بذاته كليا، أي لا يوجد له مقابل في الصحافة التقليدية[2].

عندما دخلت الأنترنت إلى العالم العربي توسع الوجود العربي في الشبكة من جانب الأفراد والمؤسسات، فأنشأت الشركات والمؤسسات المالية والإعلامية مواقع لها تعبر عن اهتماماتها.

تتواجد الصحف العربية على الأنترنت كنسخة إلكترونية للصحف المطبوعة اليومية أو الأسبوعية في أغلب الأحيان ويتم تحديث معظمها يوميا أو دوريا بالنسبة للصحف الأسبوعية، كما تتواجد صحف إلكترونية يعود الفضل في ظهورها إلى الأنترنت دون تواجد نسخ ورقية لها.[3]

---

[1] رضا عبد الواحد أمين، مرجع سابق، ص 113.

[2] حسنين شفيق، الإعلام الإلكتروني بين التفاعلية والرقمية، ط 1، رحمة براسم للطباعة والنشر، 2007، ص 78.

[3] المرجع نفسه، ص 88.

كان أول ظهور للصحافة العربية على شبكة الأنترنت في سبتمبر 1995 حيث صدرت أول نسخة إلكترونية لصحيفة "الشرق الأوسط وكانت على شكل صور"[1] لتحذو حذوها جريدة "النهار" اللبنانية في جوان 1996، والثالثة هي "الحياة" التي صدرت في الفاتح من جوان في العام نفسه، والرابعة هي "السفير اللبنانية وجريدة "الأيام" البحرينية في أواخر عام 1996.[2]

في فبراير من عام 1997 ظهرت "الجمهورية" كأول صحيفة مصرية على الأنترنت ثم تلتها "الأهرام" في أوت 1998 وتلتها بعد ذلك الأخبار عام 2000.[3]

حسب موقع دليل "نسناس" الشامل للإعلام والصحافة العربية والعالمية على شبكة الأنترنت، فإن عدد مواقع الصحف العربية اليومية والأسبوعية على الشبكة العنكبوتية بلغ 240 موقعًا منتصف العام 2010 [4] وكانت الصحافة العربية حتى عام 2000 مقتصرة على استخدام النشر الإلكتروني وأن أغلبية الصحف لا يتم تحديثها على مدار الساعة بل هي نسخة كربونية للصحيفة الورقية، وتفتقر معظم الصحف العربية إلى خدمة البحث عن المعلومات ولا يوجد في الكثير منها أرشيف:

وتعد جريدة "إيلاف" التي انطلقت في 21 ماي 2001 أول جريدة إلكترونية ليس لها نسخة ورقية حيث أنه بالرغم من تنامي أعداد الصحف العربية على شبكة الأنترنت إلا أن بعض الدراسات تشير إلى عدم تماثل المطبوعات الإلكترونية العربية – رغم حضورها الواضح – مع النمو الهائل للمطبوعات الإلكترونية عالميا خاصة فيما يتعلق بتناسب هذه الأرقام مع أعداد الصحف العربية وعدد الدول والسكان في الوطن العربي فقد واجهت الصحافة الإلكترونية في الوطن العربي عدة تحديات أعاقت تميزها، تتمثل أهمها في: ضعف عائد السوق، عدم وجود صحفيين مؤهلين حيث أن الصحافة الإلكترونية تحتاج إلى صحفيين يتقنون التعامل مع التكنولوجيا، وكذلك وجود منافسة قوية من مصادر الأفكار

---

[1] المرجع نفسه، ص 88.

[2] عبد الأمير فيصل، مرجع سابق ص 206.

[3] منار فتحي محمد، تصميم مواقع الصحف الإلكترونية، ط 1، دار العالم العربي، القاهرة، 2011، ص 53.

[4] جمال عبد ناموس القيسي، الأخبار في الصحافة الإلكترونية موقعا BBC العربية النفائس، ط 1، 2013، ص 140.

والمعلومات العربية والدولية والأجنبية التي أصدرت لها طبعات إلكترونية منافسة باللغة العربية، عدم وجود قاعدة مستخدمين واسعة في الوطن العربي.

يوجد أيضا تدني مستوى التعاون العربي في ميدان التبادل الإعلامي وهو ما يفسح الفرصة لاستمرار التبعية الإعلامية العربية، وغياب التخطيط وعدم وضوح الرؤية المتعلقة بمستقبل هذا النوع من الإعلام.[1]

ورغم كل هذه الصعوبات يمكن القول أن المتصفح العربي يمكنه العثور يوميا على مزيد من الصحف الإلكترونية العربية التي لم يتجاوز إصدارها الأيام أو الأشهر، وبالرغم من انخفاض نسبة قراءة الصحف بشكل عام وفقا للدراسات في هذا السياق إلا أن مقروئية الصحف الإلكترونية في تزايد مستمر من 9% عام 2006 إلى 14% عام 2008. وما يؤكد ذلك هو زيارة ما يقارب 41% من مجمل مستخدمي الأنترنت للمواقع الإلكترونية في الربع الأخير من سنة 2008، ليشكل بذلك قراء الصحف الإلكترونية أكثر من ثلث قراء الصحف بعد أن كانوا أقل من الربع سنة 2006.[2]

3-خصائص الصحافة الإلكترونية:

حدد الباحثون والمختصون في مجال الصحافة الإلكترونية عددا من الخصائص التي يتميز بها هذا النوع من الصحافة عن الوسائل التقليدية مثل الترابطية النصية "Hypertextuailty" التفاعلية "Interactivity" والوسائط المتعددة "Multimedia" وتعتبر هذه الخصائص القاسم المشترك الذي يتفق عليه أغلب الباحثين، وتتمثل أهم الخصائص التي تميز الصحافة الإلكترونية فيما يلي:

- الترابطية النصية (الوصلات التشعبية):

يعتبر النص الفائق "Hypertext" من أهم الخصائص المميزة التي أضافتها الشبكة العنكبوتية العالمية للأنترنت، وتقوم فكرة النص الفائق على ربط نصوص مختلفة من

[1] ياسر خطير البياتي، الإعلام الجديد الدولة الافتراضية الجديدة، ط 1، دار صفا للنشر والتوزيع، عمان 2014، ص 204.

[2] عبد الفتاح كنعان، مرجع سابق، ص ص 12-16.

مصادر ومواقع متعددة في مساحة مكانية واحدة، وهذا الربط يتم من خلال برامج خاصة بالكمبيوتر.

ويعتبر « VanevarBush » أول من وصف هذه الخاصية وأول من أطلق عليه "Hypertext" هو "ted nelson".[1]

فالوصلات التشعبية توفر نصوص متصلة بالموضوع في الموقع نفسه ويوفر نظام النشر الإلكتروني القدرة على فسح المجال للقارئ للاطلاع أكثر على خلفيات المواضيع التي يطلع عليها أو أخرى ذات صلة ويتم هذا بواسطة "الهيبرتكست" Hypertext" والهيبرميديا Hyper Media اللذين يتيحان قدرات عالية من المرونة والتنوع.

يوضح الباحث "PAUL" في هذا الإطار أن هذه الخاصية لم تستثمر بكامل قدراتها من قبل الصحف الإلكترونية لأسباب عديدة، من بينها خشية أصحاب وناشري الصحف الإلكترونية من خسارة القارئ في حالة انتقاله من خلال النص الترابطي إلى موقع خارجي آخر، وقد لا يعود إلى الموقع الأصلي، والسبب الثاني هو أن عملية الربط تحتاج إلى زمن وجهد للولوج إلى المواقع الأخرى المتواجدة على الأنترنت ما يعتبر استهلاكا للزمن. [2]

التفاعلية Interactivity:

تعد التفاعلية الميزة الأساسية للصحفية الإلكترونية عن الصحافة الورقية، والإعلام الجديد عن الإعلام التقليدي، فالصحافة الإلكترونية تعد من أهم وسائل الاتصال الجماهيري التفاعلية لأنها تفتح المجال للحوار والنقاشات وتبادل الأفكار والآراء حول مختلف الموضوعات والقضايا وذلك من خلال الاتصال بالمحررين والمكاتب ومع مصممي الموقع: طريقة الاتصال المباشر أو غير المباشر.

أ-الاتصال التفاعلي المباشر:

كمشاركة القراء في غرف الحوار "cHating" ونشر بعض الصحف لمضمونها وخدمة المرسل "Messenger" التي تحقق الاتصال بين مسؤولي الصحيفة ومحرريها ومراسليها.

---

[1] جاسم محمد الشيخ جابر: "الصحافة الإلكترونية العربية المعايير الفنية والمهنية " دراسة تحليلية لعينة من الصحف الإلكترونية العربية – كلية العلوم التطبيقية سلطنة عمان، ص 396.

[2] المرجع نفسه، ص: 397.

ب-**الاتصال التفاعلي غير المباشر:** مثل البريد الإلكتروني والاستفتاءات والمنتديات الحوارية والقوائم البريدية[1]، حيث يسمح للقارئ بإرسال الرسائل الإلكترونية عن طريق البريد الإلكتروني والتي تتضمن تعليقاته وملاحظاته.

التمكين والقدرة على التحكم في ظروف التعرض:

في الصحافة الورقية ليس للجمهور خيار سوى قراءة ما هو مكتوب بالصحيفة لكن الصحافة الإلكترونية تمكن الجمهور من التحكم في العملية الاتصالية أي تمكنهم من بسط نفوذهم على المادة المقدمة، من خلال الاختيار بين الصوت والصورة والنص المكتوب والمحتوى الصحفي المقدم، فالقارئ بين يديه كافة القصص التي نشرت عن الموضوع نفسه، وروابط توصله إلى معلومات إضافية وبين يديه خدمات متعددة يمكنه الانتقاء منها.

- **السرعة والفورية والتحديث المستمر:**

ما يميز الصحافة الإلكترونية هو سرعة انتشار المعلومات عبرها، للوصول إلى أكبر قدر ممكن من الجمهور بأقل التكاليف وأسرع وقت ممكن، إضافة إلى إمكانية التحديث المستمر والآنية الفورية للمعلومات والأخبار

فور وقوعها من أي مكان في العالم[2]، فبدون الفورية أو التحديث المستمر لمحتوى الصحيفة الإلكترونية تفقد الصحيفة أهم ميزة، فتعجز عن تلبية حاجة المستخدم في توفير المستجدات التي يرغب في معرفتها حين لجوءه إلى هذا النوع من الصحف، كما بمقدور الصحفي الرقمي التحقيق من الوقائع بشكل فوري عبر تعدد المصادر والإحالات الموجودة على الموقع الإلكتروني.

تعدد الوسائط:

الصحافة الإلكترونية هي الوسيلة الوحيدة التي بإمكانها تقديم الصوت والصورة والنص المكتوب في آن واحد، وبشكل منسجم حتى تحقق أكبر إفادة للمتلقي ويعود ذلك إلى أدوات ممارسة الصحافة الإلكترونية التي تعتمد بالأساس على التعامل مع المحتوى المخزن رقميا،

---

[1] جمال عبد الناموس القيسي، مرجع سابق، ص : 91.

[2] صابعي فاطمة، تأثير تقنيات النشر الإلكتروني على أداء القائم بالاتصال في الصحافة الإلكترونية، مجلة العلوم الاجتماعية والإنسانية، المجلد 10، عدد 01، سنة 2020، ص 152.

غير أن التحدي الأصعب يكمن في امتلاك الصحفي مهارات التعامل مع الأدوات السمعية البصرية والمكتوبة ، وقدرته على تكوين مادة إعلامية تخدم الجمهور.

الشخصنة:

تمنح هذه الخاصية لكل زائر للموقع القدرة على أن يحدد لنفسه الشكل الشخصي الذي يريد أن يكون عليه الموقع، مما يمنحه القدرة على التركيز على أبواب ومواد بعينها وحجب أخرى، ويقوم بذلك في أي وقت يريده وفي أي مكان وفي كل الأحوال أين يتلقى ويستمع ويشاهد ما يتوافق مع اختياراته الشخصية ورغباته وميولاته، وليس تبعًا لما يقوم الموقع بنشره وما يمليه، بالإضافة إلى العديد من الخصائص والخدمات التي تقدمها لكل من القائم بالاتصال والمتلقي في الوقت نفسه كالاتصال التفاعلي المباشر بينهما، وتعدد خيارات التصفح وخدمات الأرشيف والبحث وغيرها. [1]

الحدود المفتوحة:

أكثر الجوانب التي تميز الصحافة الإلكترونية والتي ترتبط بالوسيلة نفسها هي إمكانية النشر على نطاق واسع إذ يمكن للموقع الإعلامي الوصول (عن طريق الأنترنت) إلى مختلف أنحاء العالم وفي وقت قصير وبدون تكلفة كبير على عكس عدد كبير من وسائل الإعلام والاتصال التقليدية، التي تكون في العادة مقيدة بحدود جغرافية معينة لهذا تسعى العديد من المؤسسات الإعلامية إلى نشر رسائل إعلامية بطريقة ورقية لكن لها نسختها الإلكترونية على الأنترنت، وهو ما يسمح ينشر الرسالة الإعلامية على نحو عالمي بمعنى تجاوز كل من القيود التقليدية التي من شأنها أن تعيق التلفزيون والصحافة المطبوعة. [2]

إن مساحات التخزين الهائلة الموجودة على الخادمات التي تدير المواقع لا تجعل هناك قيودا تتعلق بالمساحة أو حجم المقال أو عدد الأخبار، يضاف إلى ذلك خصائص تكنولوجيا الأنترنت التي توفر النص الفائق والروابط النشطة، والتي تكون نسيج متنوع وتفريعات لا نهاية لها.=[3]

---

[1] يريطي مراد فوزي، التدوين الإلكتروني والإعلام الجديد، ط 1، دار أسامة للنشر عمان، 2015، ص 116.

[2] ناجي حسن عباس، الوسائط المتعددة في الإعلام الإلكتروني، ط 1، دار صفاء للنشر والتوزيع، عمان، 2016، ص 184.

[3] يسرى خالد إبراهيم، وسائل الإعلام الإلكترونية ودورها في الإنماء المعرفي، ط 1، دار الفجر العراق، دار النفائس الأردن، 2014، ص 134.

العمق المعرفي:

يقصد به القدر المعرفي الذي يتواجد في المواد الصحفية المنشورة بالصحف الإلكترونية ويكون عادة قدرا معرفيا إضافيا للمواد المنشورة فيها، وتستهدف هذه الخدمات تقديم خلفيات الأحداث وربطها بالقضايا أو الموضوعات المتعلقة بها، ويتم ذلك من خلال ضغط القارئ على أيقونة خاصة يوفرها النمط الإلكتروني وانتقاله كذلك إلى خدمات معرفية أخرى تقدمها الصحيفة نفسها وتسمح بالعودة الى ارشيف الصحيفة[1]

الفورية والآنية: Immédiacy

يطلق على الصحافة الإلكترونية بالصحافة الفورية لكونها تقدم خدمات إخبارية آنية، فهي تحرص على إحاطة مستخدميها بتغطية الأخبار فور وقوعها وهو مالا يمكن للصحيفة التقليدية أن توفره نظرا للوقت المستغرق في الأعداد والطبع والتوزيع، فلا تستطيع تحديث المحتوى ككل في أكثر من اتجاه، لأنها لا تستطيع أن تقدم للمتلقي سوى عنصر واحد في اللحظة ذاتها[2]، بينما توفر شبكة الأنترنت للصحافة الإلكترونية إمكانية تحديث الموضوعات المعروضة ككل مع إضافة العناصر الجديدة الطارئة، كما أن الموقع الإلكتروني الواحد بإمكانه أن يعرض الكثير من المواد المحدثة في دقائق معدودة وهو ما يسمى بالفورية، التي يمكن أن يستفيد منها الإصدار الفوري لأنها تستم بالمرونة كذلك، وهو ما يظهر على وجه الخصوص عند التعامل مع الأخبار الطارئة.

الأرشيف الإلكتروني:

إن قاعدة البيانات في المواقع الإلكترونية كبيرة جدا، وهو ما يوفر مخزونا كبيرا من المعلومات، حيث يستطيع الزائر أو المستخدم أن ينقب عن تفاصيل حدث ما أو يعود إلى مقالات قديمة بسرعة قياسية بمجرد ذكر اسم الموضوع والنقر خلال ثواني يتحصل على كل ما يريده من معلومات[3] بالإضافة إلى العديد من الخصائص التي تميزها عن الأرشيف التقليدي، يمكن القول عنها في مجملها أنها تقدم للمستخدم حافظة في جيبه لمعلومة ترد

---

[1] خالد منصر، دور الصحافة الإلكترونية في تكوين الرأي العام – مقاربة نظرية – مجلة تاريخ العلوم، العدد 11، جامعة خنشلة الجزائر، 2018، ص 58.

[2] بيرق حسين موسى، فن الإخراج الصحفي لمواقع الجرائد الإلكترونية، ط 1، دار غيداء للنشر والتوزيع، عمان، 2015، ص 152.

[3] ياسر خضير البياتي، مرجع سابق، ص 116.

على خاطره، وعليه فإن الرجوع للوراء هو أسرع طريقة للسير إلى الأمام في التعامل مع الخبر أو المادة موضوع التعامل والتفاعل، لكن هذه النقطة لا تخلو من بعض الملاحظات نذكر منها:

– يعتبر الأرشيف الإلكتروني أرشيفا عملاق الإمكانيات، بما يحتويه من مواد صوتية، لقطات فيديو حية، صور ونصوص سابقة، كل ما هو سهل الاستخدام وفي يد المستخدم على ما فيه من تنوع وثراء.

– يوفر الأرشيف الإلكتروني خاصية جديدة ألا وهي الطبقات المتراصة للخبر الواحد تحت يد القارئ أو المستخدم، فهو يوفر مساحات لا متناهية لنشر المعلومات والأخبار، وبناء عليه فإنها تتغلب على مشكلة المساحة المحدودة والضيقة التي تعاني منها الصحف الورقية، وفي خضم الثورة الصحفية أطلق الباحثون الأجانب مصطلح الصحافة التفسيرية التي تعني توفير أكبر قدر ممكن من مصادر والمعلومات ومستوياتها لمن يريد.

العالمية:

تمكنت الصحافة الإلكترونية من اختراق حاجزين مهمين جدا كانا يحدان من انتشار الصحافة الورقية[1] ألا وهما حاجزي الزمان والمكان فاخترقت بذلك الحدود، الدول والقارات دون الخضوع لحواجز رقابية أو رسوم، بل على العكس فقد انتشرت بشكل بسيط وسهل ودون تكلفة تذكر من خلال ما وفرته الأنترنت من تقنيات سهلت عملية انتشارها وعالميتها، وبناء عليه فقد استطاعت صحف ورقية مغمورة أن تنافس من خلال نسختها الإلكترونية صحفا دولية كبيرة ذات صيت وشهرة واسعين، من خلال ما توفره من أشكال

تقنية متقدمة ومهارات إرسال ونوعية جيدة من المضامين وخدمات متميزة وانطلاقا من الصفة التي بدأت تتخذها الصحف الإلكترونية من عالمية وسرعة انتشار بغض النظر عن إمكانياتها بات من الضروري أن تكون المضامين والمواد الصحفية التي تنشرها هذه الصحف متوافقة مع هذه الصيغة العالمية فقد بدأ الكثير من الباحثين في التساؤل عما إذا كان من الممكن إطلاق صفة أو تسمية (الصحيفة المحلية) على الصحف التقليدية التي تصدر لها طبعات إلكترونية.

[1] محمود الخالدي محمد، التكنولوجيا الإلكترونية، ط 1، دار كنوز المعرفة، عمان 2007، ص 101.

إن العالمية في الصحافة الإلكترونية جعلتها صحافة حية تتفاعل مع الأحداث بشكل آني كما ساهم البريد الإلكتروني في تقصير المسافات الزمنية في معرفة رد الفعل السريع والمباشر بين الكلمة ومعناها وتأثيرها.[1]

استخدام الإحصائيات كتغذية راجعة:

مكنت الصحف الإلكترونية القائمين بالاتصال من التعرف على أعداد الزائرين لموقع الصحيفة، وذلك من خلال التسجيل التلقائي لأعدادهم في كل مرة، حتى ما يتعلق ببعض البيانات الخاصة بهم مثل اسم وعنوان أي زائر، حيث تشكل هذه المعلومات وغيرها من البيانات إحصائيات دقيقة للمؤسسة الإعلامية عن زوار مواقع الصحف الإلكترونية مما يضمن القائمين بالاتصال ومؤسساتهم الإعلامية مؤشرات دقيقة عن قرائها.

عامل الكلفة:

يظهر هذا العامل بشكل كبير على مستوى الصحافة المكتوبة خاصة عندما يتم تأسيس موقع إعلامي إلكتروني، حيث أنه يوفر على صاحب الجريدة جزءا من تكاليف طبع وتوزيع النسخة الورقية للجريدة، ويضمن له في الوقت ذاته عددا أكبر من القراء، ونشير هنا إلى أن الصحيفة الناجحة تحاول أن توفق بين إصدار نسخة أو صحيفة ورقية وفي ذات الوقت بمجرد ذكر اسم الموضوع والنقر، خلال ثواني يتحصل على كل ما يريده من معلومات[2]

محاولة إنشاء موقع لها على الشبكة الحاسوبية". [3]

وتعد الصحافة الإلكترونية من أكثر وسائل الإعلام قدرة على قياس رجع الصدى والتعرف على ردود الفعل لدى القراء والزوار حول المادة المنشورة مما يدل على أن العملية الاتصالية تبادلية بين المرسل والمستقبل والأكثر من ذلك توفر هذه الوسيلة إمكانية تسجيل تلقائي لكل زائر يوميا.

اللاجماهيرية واللاتزامنية:

يقصد باللاجماهيرية أن الرسالة الأصلية من الممكن أن تتوجه إلى فرد واحد وإلى مجموعة معينة وليس إلى جماهير واسعة كما كان الأمر في الماضي.

---

[1] المرجع نفسه، ص 102.

[2] ياسر خضير البياتي، مرجع سابق، ص 116.

[3] عبد الأمير الفيصل، الصحافة الإلكترونية في الوطن العربي، مرجع سابق ص ص 116-117.

أما اللاتزامنية فهي إمكانية إرسال الرسائل واستقبالها في وقت مناسب للفرد والمستخدم ولا يتطلب من كل القراء استخداما النظام في الوقت ذاته.

4-أنواع الصحافة الإلكترونية:

قسم الباحثون والمختصون الصحافة الإلكترونية إلى عدة أنواع وتصنيفات، انطلاقا من معايير متباينة نعرضها كما يلي:

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

المواقع التابعة لمؤسسات صحفية تقليدية:

يطلق العديد من الباحثين مصطلح الصحافة على الخط، أو الصحف الإلكترونية المكملة ويعود سبب تسميتها على النحو الآتي بسبب ارتباط الصحيفة الورقية بالأنترنت في نشاطها في نشر الصحيفة الورقية إلكترونيا، أي وضع صحيفة ما لمضمونها على شبكة الويب بإصدار منتظم وتكون على شكلين:

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

ب- صحف إلكترونية تقدم بعضًا من المضمون الورقي فقط. [1]

ولا يعمل في هذه المواقع صحفيون إنما مبرمجون ينقلون ما في الصحف المطبوعة إلى

الموقع الإلكتروني وهناك مواقع تفاعلية لفضائيات مثل: قناة الجزيرة، و"بي بي سي".

2-أنواع الصحاف الإلكترونية باعتبار التقنية المستخدمة في الموقع أو أنماط نقل النص على شبكة الأنترنت:

أ- الصحف الإلكترونية التي تستخدم تقنية الجرافيك التبادلي Grafic Inter » « change format والذي يتيح نقل صورة شكلية من بعض مواد الصحيفة الورقية إلى

[1] صبطي عبيدة، الإعلام الجديد والمجتمع، دار الكتب المصرية، مصر 2018، ص ص 68-69.

موقعها على الأنترنت وهي تقنية غير جيدة قد لا تمكن القارئ من الميزات التفاعلية لمواقع الويب.[1]

ب- الصحف الإلكترونية التي تستخدم تقنية النص المحمول "PDF" أو « portable Datorgram format » ، بواسطته يتم نقل النصوص والصور، ومختلف المواد الإعلامية من الصحيفة الورقية إلى موقعها على الشبكة كما هي موجودة على النسخة الورقية.

وتعتبر كل من صحيفة السفير اللبنانية والشروق المصرية وغيرها من الصحف الأخرى أهم الصحف التي تستخدم هذه التقنية.

ت – الصحف الإلكترونية التي تستخدم تقنية النص الفائق " HTML" " Hypertext markup format" وهو استفادة الصحيفة الورقية من إمكانيات الأنترنت المتعددة والمتمثلة في تقنية "multimédia"، وإمكانية توفر خدمات البحث والأرشيف ونسخ النصوص.

ث- صحف إلكترونية تجمع بين نمط النص الفائق والنمط المحمول للاستفادة من مزايا النظامين حيث النص الفائق يوفر الميزات التفاعلية وعرض الموضوع من خلال الوسائط المتعددة، والنص المجموع الذي ينقل صور حرفية من صفحة الجريدة، تماشيا مع رغبة البعض الذي يرغب في رؤية صحيفته كما اعتاد عليها مثل صحيفتا المستقبل والنهار اللبنانيتين.[2]

3- أنواع الصحف الإلكترونية تبعا للاستقلاليتها أو تبعيتها:

قسم صالح زيد العنزي الصحف الإلكترونية تبعا لمدى استقلاليتها أو تبعيتها لمؤسسات إعلامية حيث أطلق عليها "المواقع الإعلامية التكميلية" إلى:

أ- النشر الصحفي الموازي: يكون فيه النشر الإلكتروني موازي للنشر المطبوع، أي أن الصحيفة الإلكترونية هي نسخة عن الصحيفة المطبوعة باستثناء المواد الإعلامية.

ب- النشر الصحفي الجزئي: حيث تنشر الصحيفة المطبوعة أجزاء من موادها إلكترونيا ونجد بعض الناشرين يقومون بهذا العمل للترويج لأعمالهم الصحفية.

---

[1] أشرف فهمي خوجة، الإخراج الصحفي والصحافة الإلكترونية، دار المعرفة الجامعية، د ط، 2011 مصر، ص 139.

[2] رضا عبد الواحد أمين، الصحافة الإلكترونية، دار الفجر للنشر والتوزيع، ط 1، القاهرة، 2007، ص 100.

ت- النشر الإلكتروني الخالص: هذا النوع تكون المادة المنشورة الإلكترونية ليس لها أصل مطبوع[1]، مثل قيام المكتبات بنشر البحوث والدراسات إلكترونيا عن طريق النهايات الظرفية باستخدام الخط المباشر وأجهزة حاسوبية تستخدم على الشبكة العالمية للمعلومات ويطلع عليها القراء إلكترونيا أي أن الحصول على المعلومات لا يتم إلا بالطريقة الإلكترونية المحضة. [2]

4- تقسيمات أخرى:

في حين يقسم بعض الباحثين الصحافة الإلكترونية على النحو الآتي:

4-1- **النوع الأول:** وهي الصحف التي تكون معروفة من خلال أسمائها وتاريخها في الشبكة على شكل خدمة مفصلة على طبعتها الورقية أو شبيهة بالورقية.

4-2- **النوع الثاني:** وهو النوع الذي يكون عادة مولودا من رحم الأنترنت وهو عبارة عن مجموعة من الخدمات الإخبارية التي تجمع خصائص مختلفة للوسائط الإعلامية بالإضافة إلى خصائص شبكة الأنترنت، والتي تقدم تغطية كاملة لأحداث اليوم والأخبار العاجلة والتقارير المعمقة للموضوعات المختلفة بالوسائط المتعددة.

4-3- **النوع الثالث:** وهو الذي تمثله مجلات الأنترنت، خاصة المعروفة منها بإصدار طبعات إلكترونية تحمل عادة مادة المجلة الأسبوعية مضافا إليها تجديدات يومية واستطلاعات رأي تفاعلية متجددة بصفة مستمرة ولا تتقيد وتتبع دورية الصدور الأسبوعية.

4-4- **النوع الرابع:** والتي يمكن إجمالها في بعض الإذاعات الخاصة المعروفة منها التي تقدم خدمات إخبارية نصية، بالإضافة إلى صور وأشكال إيضاحية، وخدمات صوتية، هذا فضلا عن تقديم تقارير مكتوبة ومواد صوتية وساحة حوار تفاعلية.

4-5- **النوع الخامس:** وهو النموذج الذي تمثله وكالات الأنباء في الشبكة ولها نماذج وطرق مختلفة في تقديم خدماتها وبلغات وطرق مختلفة.[3]

---

[1] فارس حسن خطاب، القضايا الرقمية وتطبيقاتها الإعلامية، مرجع سابق، ص 79.

[2] غالب عوض النوايسة، الأنترنت والنشر الإلكتروني، دار أسامة للنشر والتوزيع، ط 1، عمان، 2012، ص 196.

[3] علي الفلاحي حسين، الإعلام التقليدي والإعلام الجديدة، غيداء للنشر والتوزيع، عمان، 2013، ص 236.

خدمات الصحافة الإلكترونية:

خدمة البحث: تقوم الصحف الإلكترونية بتوفير خدمة البحث وذلك للحصول على المحتويات سواء كان ذلك داخل الصحيفة أو داخل شبكة الويب، وبناء على ذلك فإن بعض الصحف توفرها لفترات زمنية محددة، مثل ثلاث أشهر أو أكثر أو أقل، بحيث توفر عناوين وجزء بسيط من الموضوعات، كما توفر التفاصيل بكافة أجزائها وذلك من خلال الحصول على مبالغ مالية مقابل الحصول عليها.

خدمة البحث في الأرشيف: بحيث تختلف هذه الخدمة عما هو موجود في الصحافة الورقية.

خدمة قراءة عدد اليوم أو الأمس: ويكون ذلك من الصحف الورقية وعليه توفر الصحافة الإلكترونية إمكانية مطالعة نسخ ورقية.[1]

خدمة الاشتراك: أي الاشتراك بالصحيفة بحيث يحصل على المعلومات منها، بالإضافة إلى تقديمها بحيث يكون من السهل الحصول عليها وبالتالي يكون الدفع لكافة الرسوم من خلال بطاقات الائتمان.

خدمات البريد الإلكتروني: وبالتالي تكون هذه الخدمة مختلفة من صحيفة إلى أخرى، وبالتالي تقوم الصحف الصغيرة بفتح الأبواب أمام الجمهور بأن يقوموا بإرسال الرسائل الاتصالية إلى المحررين.

خدمة مجموعات الحوار: يتم تقسيم المجموعات إلى حوارات تكون متعلقة في الموضوعات المنشورة في العدد الأخير، وأخرى تكون متعلقة بالأعداد السابقة والتي لم تنشر اليوم وبالتالي تكون موزعة حسب أقسام الصحيفة.

خدمة خريطة الموقع: بحيث يتم تقديم الموضوعات والمحتويات الإعلامية بالطرق السهلة والمبسطة، وبالتالي تكون سهلة الاستخدام والوصول إليها، خاصة تلك الصحف التي تحتوي مضامين ضخمة وكبيرة.

خدمة الإرساء على الأخبار الحديثة: تتمثل الخدمة بتوفير أهم العناوين لأهم الأخبار ولكن شرط عدم الخضوع والتعمق في تفاصيل الموقع.

[1] أنظر الرابط: http :lle3arabi.com بتاريخ 2023. 03 . 24 على سا / 45: 22

خدمة الإجابة عن الأسئلة الأكثر طرحا: ويقصد بها فتح المجال أمام المتلقي بطرح الأسئلة والتي تكون ذات اهتمام من قبل الجمهور بحيث يتم استعراض طرق تقديم المحتويات، بالإضافة إلى المشكلات التي تواجه الجمهور أثناء التعرض للمحتويات.

خدمة الإعلانات المبوبة: ويقصد بها الخدمة التي تحتوي على إعلانات مثل إعلانات السيارات، إعلان الوظائف الشاغرة، وخدمات التسوق وغيرها.[1]

خدمة الرابط مع المواقع الأخرى: يقصد بها الخدمة التي تقوم بتوفير تعرض الجمهور المتلقي لمجموعة من المواقع التي تكون مهمة بالنسبة لهم بالإضافة إلى أن مثل هذه الروابط تكون ذات صلة مع موقع الصحيفة، أو وجود اتفاق ما بين الصحيفة وهذه المواقع، بحيث يكون هناك تبادل لاقتراح المواقع على المستخدمين.[2]

5-عناصر الصحافة الإلكترونية:

إن التحول من الصحافة المطبوعة المقروءة إلى الصحافة الإلكترونية لا يعني استبدال المادة المطبوعة على النسخ الورقية بمادة إلكترونية رقمية يتم التعامل معها من خلال شاشة الحاسوب، بل الأمر يتجاوز ذلك لأن هذا التحول سيمس أيضا عناصر الرسالة الاتصالية الصحفية سواء تعلق الأمر بالوسيلة الرسالة، القائم بالاتصال، المستقبل ورجع الرضا.

القائم بالاتصال:

في ظل التحول إلى الإصدار الإلكتروني اختلفت طبيعة الرسالة الاتصالية للصحافة، واختلفت معها طبيعة الوظائف التي تؤديها الصحيفة، فمست بذلك هذه التحولات القائم بالاتصال في جانبين أساسيين:

الجانب الأول: هو الجانب المتعلق بعمل المندوب الصحفي إذ أنه من المتصور في ظل التطور التكنولوجي أن يتم إنتاج برنامج يعمل على الحاسبات الشخصية داخل الصحف ويقوم بعملية جمع المعلومات الصحفية من مصادرها المختلفة، وهذا البرنامج في حالة ما تم

---

[1] المرجع نفسه.

[2] فيصل علي فرحان، المؤسسات الإعلامية في عصر تكنولوجيا المعلومات، المكتب الجامعي الحديث، د م ، 2005، ص 124.

استنتاجه فإنه يقوم بكافة الوظائف التي يقوم بها المندوب الصحفي بداية بفرز المعلومات واختيار ما يصلح بالنشر الإلكتروني.

الجانب الثاني: متعلق بعمل المحرر الصحفي، وذلك من خلال التحكم بإنتاج النص الصحفي بأشكاله ومستوياته المختلفة، وبناء نظام خبير يتضمن القيام بوظائف المحرر من خلال برنامج يعمل على أنظمة الحاسب الآلي.

وعلى هذا الأساس يمكن أن يتوقع في ظل هذه التحولات أن يتمكن قليل من الخبراء تولي عملية النظام وتطوير البرامج التي سيعتمد عليها العمل داخل المؤسسة الصحفية.

الرسالة:

الرسالة عبر الصحيفة الإلكترونية لا يختلف مضمونها تماما مع مضمون الرسالة عبر الوسيلة التقليدية المطبوعة لكن الاختلاف يكمن في سهولة التعامل مع هذه الرسالة سواء الوصول إليها أو حفظها أو تخزينها، فقد وفرت الصحافة الإلكترونية مميزات كثيرة أهمها كون الرسالة الإلكترونية لم تعد جامدة بل أصبحت مدعومة بالصور الثابتة والمتحركة والصوت والخرائط التوضيحية. [1]

الوسيلة:

يختلف شكل الصحيفة المطبوعة التقليدية على شكل الصحيفة الإلكترونية وتزايدت أوجه الاختلاف مع دخول أنظمة الوسائط المتعددة، إذ سمحت هذه الوسائط بالحصول على المادة الصحفية عبر مستويات عديدة: نصية، صورة ثابتة ومتحركة، إدماج النص والصور في شاشة واحدة أو تقسيمها إلى أجزاء عديدة.

وقد أحدث دخول عنصر الصورة المتحركة في إطار الصحيفة الإلكترونية تحولا جذريا في الشكل الإخراجي العام لها، وسيزداد حجم هذا التحول إذا أضفنا العنصر السمعي في المادة الصحفية.

إضافة إلى ما سبق فإن المادة الصحفية الواحدة في الصحيفة الإلكترونية تعتمد على مجموعة من الملفات المعلوماتية[2] التي يمكن فتحها بسهولة من طرف المتلقي إذا كانت ملمة بمعلومات أكثر تفصيلا عن الموضوع.

---

[1] المرجع نفسه، ص 136

[2] المرجع نفسه، ص 85.

المتلقي:

إن ضعف مهارة القراءة أو الأمية وصعوبة الصياغة اللغوية للنص مثل إحدى العوائق الرئيسية أمام تعامل فئات عديدة من الجماهير مع الوسيلة المطبوعة، مما دفع هذه الفئات إلى التعامل مع الصحافة الإلكترونية لكون أن المعطيات التكنولوجية المتاحة في إطار الصحيفة الإلكترونية ساهمت في تخطي مسألة القراءة وذلك من خلال إمكانية سماع قراءة للمادة الصحفية، إلا أنه في مقابل حل مشكلة الأمية فإن الصحيفة الإلكترونية يمكن أن تواجه نوع جديد من الأمية وهي أمية التعامل مع الحاسبات. [1]

التغذية الرجعية (رجع الصدى):

في الصحافة الإلكترونية تكون التغذية العكسية تغذية مرئية منقولة بالصوت والصورة ومباشرة بين المرسل والمستقبل، فهي تغذية تفاعلية تتم بصورة ثنائية ومباشرة.

6-نماذج الصحافة الإلكترونية:

تعتبر الصحافة الإلكترونية ظاهرة جديدة لا زالت لم تتضح معالمها بشكل واضح ذات طبيعة غير مستقرة نسبيا ومقومات لا زالت في طور النمو، لكونها تتغير باستمرار لأن الشبكة فضاء رحب للابتكار المستمر، وبناء عليه يمكننا تحديد مجموعة من الاتجاهات العامة للصحافة الإلكترونية انطلاقا من التجربة العالمية، وعليه تبنى الصحافة الإلكترونية من على هذا الأساس على ثلاثة نماذج أشار إليها الصادق الحمامي وتتمثل في الآتي:

1- **الأنموذج التقني:** تقوم الصحافة الإلكترونية على الاستثمار في الإمكانيات التكنولوجية للأنترنت، حيث تقوم هذه الأخيرة بتحديد طبيعة المضمون، فالمواقع ذات الطبيعة الثابتة لا تسمح بإرساء علاقة تفاعلية مع القارئ، على عكس المواقع الديناميكية التي تمكن من إتاحة العديد من الاستخدامات كالبحث في المواقع وسهولة الحصول على المعلومات المطلوبة بشكل آني وخلق فضاءات شخصية للقارئ تمكنه من اختيار المضمون الذي يتوافق مع احتياجاته واختياراته، وإمكانية تشخيص الصحيفة لكل قارئ على حدة، ونشير هنا إلى أنه قد أصبح بإمكان القارئ تصميم صحيفته الإلكترونية الخاصة ثم اختيار

[1] المرجع نفسه، ص 85.

كافة المعلومات التي يريد معرفتها دون أن يكلفه ذلك جهدا، تكلفة أو وقتا كبير في البحث عنها.

2- **الأنموذج التحريري:** من أكثر ما تتميز به الصحافة الإلكترونية هو قيامها على زمنية جديدة، حيث أن إصدار الموقع لا يخضع لمفهوم الدورية، كما تسمح الصحيفة الإلكترونية للمستخدم بأن يتفاعل مع المضمون الإلكتروني بحرية أكبر (البحث في الموقع والتعليق على المقالات) وهو ما يمكن أن نطلق عليه بالبعد التفاعلي المركزي، وتتميز مواقع الصحافة الإلكترونية باستخدامها فضاءات النقاش الجماعي المختلف من خلال الشأن العام بأبعاده المختلفة عن طريق فضاءات الدردشة والحوار وحتى المدونات.

هذا فضلا عن تميزها بتنوع المضامين ووسائطه المتعددة سواء أكانت نصا، صورة، صوتا...الخ، أما التفاعلية فتأخذ أشكالا متنوعة منها: التعليق على المقالات، الاستفتاءات، التصويت، والدرشة...الخ أما أهم استخدام لها فيمكن إجماله في إتاحة الفرصة لمستخدمي الموقع لنشر مضامينهم الشخصية في شكل مدونات أو أفلام فيديو.[1]

3- **الأنموذج الاقتصادي:** يوجد أنموذجين يحكمان اقتصاد الصحافة الإلكترونية هما:

3-1- أنموذج مجانية المحتوى والاعتماد على الإعلان:

شرعت الصحف الإلكترونية في استخدام استراتيجيات عمل تعتمد التركيز على المعلنين كمصدر للتمويل بدل من المستخدمين، حيث وجد ناشروا الصحف الإلكترونية أنه من الأفضل ابتاع طرق جديدة للحصول على عائدات من المعلنين بدلا من زوار الموقع، وأكدت إحدى الدراسات طغيان الطابع التجاري على هذه المواقع، غير أنه كلما زاد عدد المرات التي يدخل فيها الزائر للموقع كلما زاد عدد الإعلانات التي تظهر له طرديا، وعليه تزيد احتمالات أن تؤثر فيه وتجذبه إحدى هذه الإعلانات مما يدفعه للضغط على هذه الإعلانات والذهاب إلى موقع الشركة المعلنة، لذلك خصصت الصحف الإلكترونية اهتماما بالغا بوضع المعلومات التي تؤخذ بالاعتبار عند تصميم الإعلانات بالإضافة إلى ضرورة الاهتمام بتأثير الأدوات وطرق وضع المعلومات وحجم المادة والمساحات الفارغة والإضاءة

[1] عبد الله خلف جليلة، الوظيفة الإخبارية للبوابات الإلكترونية، ط 1، دار الكتاب الجامعي، EAU، 2014، ص ص 156-159.

والبناين وحجم الصور بهدف تحقيق وضوح الرؤية والسرعة في الاستعراض وسهولة اللغة لأكبر عدد من المستخدمين.

3-2- أنموذج المضمون أو الاشتراك بمقابل: تسمح الصحف الإلكترونية للقراء بالاشتراك في مواقعها على الأنترنت مقابل ثمن بواسطة بطاقات الدفع المسبق وهو ما يعرف بالاشتراك وبناء عليه يتمتع القارئ في هذه الحالة بعدد من المميزات منها:

- إمكانية إرسال الأخبار الموجهة بطريقة مباشرة إلى البريد الإلكتروني الخاص به، ويمكنها كذلك أن تقدم خدمات جديدة كالبحث عن طريق محركات بحث الأنترنت search engine مثل: جوجل google، وذلك للبحث عن أهم الأخبار العالمية في كل الميادين، ثم وضعها في قاعدة بيانات خاصة بكل قارئ حسب رغباته السالفة التحديد، وبناء عليه يمكن لمثل هذا النوع من القراء من إرسال المحتوى الذي تسلمه إلى عدد قراء آخرين حول العالم، طباعة المحتوى الصحفي الموجود فيها، تصفح الأخبار المصورة بالفيديو védeonews...الخ، وفي هذه الحالة يصبح البريد الإلكتروني الذي ترسله المؤسسة الصحفية للقارئ أو المتصفح عبارة عن وكالات أنباء عالمية، وانطلاقا مما توفره خاصية التفاعلية بين الجمهور والمؤسسة الإعلامية فإن المؤسسة الصحفية تقسم اهتماما القراء إلى السياسية، الرياضية...الخ، ومن بين دور النشر الإعلامية التي قدمت هذه الخدمات للقراء المشتركين مؤخرا مؤسسته spc news.com سعت الكثير من الصحف الإلكترونية إلى البحث عن نوع من التوازن بين ما توفره من خدمات مجانية وغير مجانية، وأكبر مثال على ذلك موقع the finaneraletimes الفاينانشل تايمز الشهيرة، التي قسمت خدمات الموقع إلى ثلاثة مستويات يتم عن طريقها تقديم خدمات مجانية Free access على أهم وآخر الأخبار والمعلومات المستمدة من النسخة المطبوعة وبعض التحليلات الاقتصادية، المالية...الخ، والمعلومات الأساسية لبعض الشركات، هذا بالإضافة إلى متابعة الاستثمارات الشخصية عن طريق أدوات الموقع واستقبال البريد الإلكتروني والذي يتضمن عادة ملخصات بالمحتويات الإخبارية وموضوعات الصحفية الأخرى، بالإضافة إلى تخزين الملفات على المواقع والبحث الموسع والمتابعة اليومية على نحو يقدر بحوالي 500 مصدر إعلامي وصحفي.[1]

[1] ناجي حسن عباس، الص

بناء على ما سبق ذكره، فإنه لا يمكننا اعتبار الصحافة الإلكترونية مجرد صورة طبق الأصل لما يتم تحريره في الصحيفة الورقية بل هي كيان رقمي متكامل له خصائصه ومميزاته التي تفرده عن غيره من الوسائل الإعلامية والاتصالية الأخرى، والتي تحتاج بالضرورة لأن تكون متعددة الوسائط وتفاعلية في أصلها، مما يجعلها تتميز بأسلوب منفرد في طرح المواضيع والقضايا وهذا بسبب ما توفره الوصلات التقنية والرقمية، الإضافة إلى استخدام موارد صحفية تساهم بشكل فعال في تدعيم الرسالة الإعلامية مما يجعلها أكثر دقة وثراء وإشباعا لمتطلبات القارئ.

7-العلاقة بين الصحافة الورقية والصحافة الإلكترونية:

هناك عدة اتجاهات تفسر العلاقة القائمة بين الصحافة الورقية والصحافة الإلكترونية نوردها كالآتي:

الاتجاه الأول: الذي يدعمه أنصار الصحافة الورقية، والذي يقوم بأن ما يظهر على الأنترنت هو ليس بصحافة ولا يمت بصلة، لجملة من الأسباب:

- العاملون في الصحافة الإلكترونية ليس لديهم الخبرة والتدريب الكافي، وهذا ينسحب على المستوى الخبري، مجتوى غير احترافي وغير محرر، وعلى الأغلب ذي رأي وتعتريه الكثير من جوانب القصور والخلل وكمثال على ذلك نجد مؤسسة "prize puliter" الأمريكية ما زالت ترفض أن تنظر في الأعمال التي تقدمها الصحافة الإلكترونية ولا ترشحها للحصول على الجزائر المرموقة في مجال الصحافة.

- انعدام المصداقية وهذا ناجم عن غياب التدقيق وتحري المصادر الموثوقة، بالإضافة إلى أن سرعة النشر تفرضها خصائص الأنترنت تدفع بالصحف الإلكترونية إلى السبق الزمني على حساب التدقيق، وهذا ما جعل البعض يطلق عليها صحافة الإشاعات.

- غياب العمل المؤسسي الذي يقوم على أساس المعايير الخاصة بالمؤسسة، والابتعاد عن المعايير المهنية والفنية والأخلاقية في استطلاع أجرته جمعية صحافة الأنترنت "association line" وجدت بأن 60% من الصحفيين الذين يعمولن في الصحافة التقليدية

حفي الإلكتروني، ط 1، دار صفاء للنشر والتوزيع، عمان 2012، ص ص 85-86.

يعتقدون بأن الصحف والمواقع الإخبارية في الأنترنت لا تتقيد بالمعايير المطبقة في الصحافة التقليدية وأنها أقل مصداقية. [1]

ويرى أصحاب هذا الاتجاه أنه إذا كانت شبكة الأنترنت قد أضافت الكثير الحقل النشر عموما إلا أنها لا تزال مجرد أداة مساعدة للصحافة المطبوعة في سبيل توسيع قرائها على المستوى الدولي، وتطوير الأداء الصحفي وغيرها من الخدمات المتعددة التي تقدمها الأنترنت للصحف الورقية وأنه من المستبعد أن تنقرض الصحف الورقية أو تتراجع مكانتها أمام الصحف الإلكترونية، ويعود ذلك للميزات التي تتميز بها الصحف الورقية عن تلك الإلكترونية، وأوضح المؤتمر العالمي للصحافة عام 2001 أن سرعة وضع مواد الصحيفة على الأنترنت يؤدي إلى تزايد الأخطاء الموجودة في الصحف الإلكترونية والمواقع الإخبارية.[2]

الاتجاه الثاني: يقوم على أساس أن الصحف الإلكترونية تمثل بديلا مهما عن الصحف الورقية وسوف تجل محلها وتقوم مبررات هذا الاتجاه على فرضيات منها:

– تشهد الصحافة الإلكترونية ميلاد مواقع كثيرة تواكبها زيادة في عدد زوارها وتستفيد من الأزمات التي تمر بها الصحافة التقليدية ومن بينها الرقابة عليها ومنع المواد الصحفية من النشر. [3]

– تتمكن الصحف الإلكترونية من تقديم نطاق واسع من الخدمات لا تستطيع الصحف المطبوعة أن تقدمها، مثل مناقشة أي قضية مع القراء، والتعليق على أي مقال، بل أصبحت تمثل مصدرا مهما للمعلومات وربما تفوق المصادر التقليدية.

– تتميز الصحف الإلكترونية بنقلها للصورة والنص معا لتوصيل رسالة متعددة الأشكال كما تحتفظ بالزائر أكبر قدر ممكن.[4]

---

[1] جاسم محمد الشيخ جابر، الصحافة الإلكترونية العربية المعايير الفنية والمهنية، أبحاث المؤتمر الدولي: الإعلام الجديد تكنولوجيا جديدة لعالم جديد (جامعة البحرين، 7–9 أفريل، 2009).

[2] عبد الأمير الفيصل، مرجع سابق، ص ص 141–142.

[3] ماجد سالم تربان، الأنترنت والصحافة الإلكترونية، مرجع سابق، ص 280.

[4] المرجع نفسه، ص 281.

– انتقد تيد تيرنر رجل الأعمال الأمريكي، ومالك شبكة CNN الصحافة الورقية واتهمها بإفساد البيئة من خلال قطع الأشجار المستمر، جراء صناعة الورق وإصدار الصحف وأشار إلى أن أيام الصحافة كحبر ورق باتت معدودة[1].

– إن السمات الأساسية للصحف الإلكترونية تفوق السمات الأساسية للمطبوعة وتتمثل السمات فيما يلي: الاستفادة من ثورة المعلومات، تقنية النص الفائق، تقنية الوسائط الفائقة، الانتقائية، ادخار الوقت والجهد، الحالية والآنية، تلبية احتياجات غير متجانسة للقراء، الاستفادة من خدمات الإعلام الجديد. [2]

الاتجاه الثالث: ويتوقع أن تسير فيه الصحافة الورقية مع الصحافة الإلكترونية بشكل متوازي مع تزايد في الاتجاه لاستفادة الصحافة الورقية من شبكة الأنترنت سواء في عمليات التحرير أو الاتصالات أو في النشر لأعداد من الصحف الورقية في شكل ملخصات أو نسخ كاملة وهذا السيناريو متوقع انتشاره في الدول الأخذة في النمو والتي يتزايد فيها استخدام الحاسبات الإلكترونية وسط قطاعات الصفوة، وفي مجالات متخصصة. [3]

يرى أصحاب هذا الاتجاه أن هذا الأمر لن يطول حتى يتقلص الفارق إلى أدنى مستوى لأن لاندماج والترابط بين الصحيفة المطبوعة على الورق، ونسختها الإلكترونية أمر لا يمكن تجنبه في المستقبل وقد ينسحب الأمر لصالح النسخة الإلكترونية على الشبكة الدولية فقط. ولإلقاء الضوء على ما يمكن أن يحمله المستقبل لصناعة النشر الإلكتروني والعلاقة المقبلة مع النشر التقليدي في العالم العربي نشير إلى الحقائق الآتية:

– أن معظم شركات دور النشر الصحيفة العالمية تتجه إلى التنويع في تقديم إنتاجها، وذلك بدخول مجالات الراديو والتلفاز والأقراص المدمجة ، من خلال شركات تعنى بتوفير المعلومات الإلكترونية ومن خلال المطبوعات والملاحق المتخصصة وإعداد المؤتمرات، ومن خلال الأنترنت، كما أن هذه الظاهرة بدأت تتبلور في الغرب وهي جزء راسخ من واقع

---

[1] http://www.kan.edu.sa/hashi.accessed: 20/02/2020.

[2] رضا عبدالواحد أمين، مرجع سابق، ص 132.

[3] رضا عبد الواحد أمين، مرجع سابق، ص 132.

صناعة الاتصال والمعلومات في مجتمعات المعلومات التي اعتمدت مبادئ اقتصاد السوق وإتاحة المعلومات.

– إن العامل المشترك بين صناعتي النشر التقليدي والإلكتروني هو المحتوى المتميز فمن غيره لا تنجح مطبوعة ولا ينتشر تلفاز ولا يستمر موقع على الأنترنت ولهذا فإن شركات الاتصال الكبرى في الغرب تزاوج بين ما تنتجه وسائل اتصالها بأنواعها التقليدية وغير التقليدية بأمثل استخدام لذلك المحتوى.[1]

يمكن أن نشير في الأخير أن ازدهار الصحف الإلكترونية يتطلب ما يلي:

- تبني استراتيجيات واضحة للتواجد على الشبكة وتحديد أهداف هذا التواجد وإذا ما كانت هذه الأهداف دعائية أم تسويقية أم ربحية.
- تنويع مصادر التمويل وعدم الاعتماد الكلي على الدعم الحكومي أو دعم المؤسسة الصحفية الأم، وفي هذا السياق يجب أن تبدأ الصحف الإلكترونية العربية ببيع موادها الصحفية والمعلوماتية والأرشيفية والصور وإدخال خدمات النشرات اليومية والتسويق والتجارة الإلكترونية على مواقعها.
- التأهيل الجيد للصحفيين خاصة من يعملون لحساب الصحفية الإلكترونية في مجالات النشر الإلكتروني وتكنولوجيا المعلومات والوسائط المتعددة.
- إجراء البحوث والدراسات الخاصة بجمهور الصحيفة الإلكترونية للتعرف على احتياجاتهم ومحاولة تلبيتها.[2]

[1] ماجد سالم تريان، مرجع سابق، ص ص 284–285.

[2] حسني محمد نصر، الإعلام والأنترنت والصحافة الإلكترونية (العين، مكتبة الفلاح، 2003، ص 13).

8-القائم بالاتصال في الصحافة الإلكترونية.

إن للقائم بالاتصال الذي يقدم الإنتاج الإعلامي أهمية كبيرة ودورا فعالا ومباشرا في إنتاج الرسالة الإعلامية، لا تقل بأي حال من الأحوال عن الرسالة أو الوسيلة في فهم التنبؤ بتأثير الاتصال أو الوسيلة في تصور المتلقي للقائم بالاتصال، أو المصدر يلعب دورا أساسيا في تحديد عملية الإقناع[1] ويُعرف القائمون بالاتصال في الصحافة الإلكترونية " هؤلاء الذين يمارسون صفة منتظمة العمل الصحفي داخل الصحف الإلكترونية سواء تقاضوا عن هذا العمل أجرا ثابتا أم لا، وسواء كانوا متفرّغين للعمل الصحفي أم يباشرونه إلى جانب عملهم الأساسي. [2]

- المتطلبات التي تواجه عمل القائم بالاتصال في المواقع الإلكترونية:

- المتطلبات التكنولوجية، حيثما تزال هناك عديد من المؤسسات الإعلامية التي تعاني نقص تكنولوجي لازم لتطوير صناعة النشر الإلكتروني.

- متطلبات تتعلق بهيكل العمل وقواعده التنظيمية، حيث تتطلب للاستفادة من إمكانيات النشر الإلكتروني الكثير من التدريب وتستهلك وقتا حتى يصبح الصحفيون على مهارة عالية في استخدام مصادر المعلومات الإلكترونية، واستيعاب متطلبات تتعلق بالمفاهيم التقليدية السائدة في العمل الصحفي culture barries فعلى سبيل المثال، لم يعرف الصحفي التقليدي أشكالا أخرى للمعلومات غير النصوص الجرافيكية الثابتة، ولم تتضمن مفردات المادة الصحفية المواد الصوتية ولا لقطات الفيديو، وغير ذلك من أشكال المعلومات غير المألوفة والتي يتيحها النشر الإلكتروني على الأنترنت أصبحت من العناصر المطلوبة

[1] جيهان أحمد رشتي، الأسس العلمية لنظريات الإعلام، دار الفكر العربي، القاهرة، 1985، ص 193.

[2] أميمة محمد عمران، الأداء المهني للقائم بالاتصال في الصحافة الإلكترونية المصرية، بحث قدم في مؤتمر الإعلام وقضايا الإصلاح في المجتمعات العربية، جامعة القاهرة، 7، 9 جويلية 2009 .

في الموضوعات الصحفية، مما يعني أن يعتاد الصحفيون في المواقع الإعلامية التفكير في بناء موضوعاتهم على نحو مختلف من دي قبل. [1]

طبيعة عمل القائم بالاتصال بين البيئة الإلكترونية والبيئة التقليدية:

اهتمت العديد من الدراسات الإعلامية بإعادة النظر في مفهوم "حارس البوابة الإعلامية" وفي هذا الإطار طرحت عدة أفكار يمكن تفصيلها على النحو التالي:

الاتجاه الأول: يرى أصحابه أن ثورة الإعلام والاتصال والمعلومات قلصت إلى حد ما من احتكار حراس البوابات لوظيفة التحكم في التدفق الاتصالي والإعلامي، نتيجة انتشار شبكة الأنترنت، حيث أصبح بمقدور كل فرد أن يطلع على ما يريده من أخبار ومعلومات وآراء بدون رقيب أو حارس يقوم بالنيابة عنه بالمهام التقليدية لحراس البوابة من تصفية ومنع وتقييد للمعلومات والأخبار، كما أصبح بمقدور كل فرد القيام بوظيفة حارس البوابة بنفسه سواء أكان يقوم بعمل إعلامي أو كجمهور متلقي للمعلومات وأن يقوم باختيار نوعية المصادر التي يتعرض لها والموضوعات التي يتابعها، ومن ثم لا يحتاج الشخص إلى حارس بوابة يقرر أو يختار أو يفسر له المعلومات أو يسترجعها بالنيابة عنه، فالتغيرات في وسائل الإعلام والاتصال خصوصا طغيان الرقمنة أتاح لفئات اجتماعية من توظيف تكنولوجيات جديدة لتقويض فعالية سلاسل حراس البوابات التقليدية وأنشأوا بدورهم سلاسل جديدة توازي الوظيفة التي يقوم بها حراس البوابات التقليديون.

الاتجاه الثاني: في مقابل الاتجاه الأول، يرى البعض الآخر أنه على الرغم مما يبدو من أن مفهوم حراسة البوابة لا يرتبط بالصحافة الإلكترونية والأنترنت باعتبار أن المستخدمين يمكن أن يحددوا بأنفسهم المعلومات المهمة ولا يحتاجون إلى مفسر لهذه المعلومات وأنهم أحرار في الرقابة على المعلومات، إلا أن حراس البوابة ما زالو يتواجدون في الساحة الإعلامية ولا يزالون يمارسون ذات المهام التي كانوا يقومون بها في وسائل

[1] صابي فاطمة، تأثير تقنيات النشر الإلكتروني على أداء القائم بالاتصال في الصحافة الإلكترونية، مجلة العلوم الاجتماعية والإنسانية، المجلد 10، العدد 01، 2020، ص 157.

الإعلام التقليدية، ويقرون بأنه على الرغم من وجود أنواع جديدة من حراس البوابة إلا أن هناك حراس بوابة آخرين لا يزالون يقومون بذات المهام التي يقوم بها حراس البوابة التقليديون، ويؤكدون أن مهمة "الغربلة" لم تختف تماما فبعضها يقوم بها حراس أفراد والبعض الآخر تقوم بها وسائل وبرامج متخصصة.

حيث ينفي أنصار هذا الفريق تراجع مكانة حراس البوابة في البيئة الإلكترونية ويرون أن دورهم أصبح أكثر أهمية وإن كان هذا الدور يجب أن يتغير ليتلاءم مع طبيعة البيئة الجديدة التي يتبادل فيها الجمهور وحراس البوابات المعلومات بغزارة عبر أجهزة الكمبيوتر في وقت يواجه فيه الجمهور صعوبات في تقييم جوه ومصداقية هذه المعلومات، وهو ما يؤكد الحاجة إلى حراس بوابة محايدين يساعدون في عملية الاختيار والتقييم لهذا الكم الهائل من المعلومات المتوافرة على الوسائل الإلكترونية ومساعدة الجمهور للوصول إلى المعلومات الموثوق فيها وتوجيههم إلى المصادر المحايدة. [1]

واستنادا إلى ما سبق يمكن القول أيضا أن التطورات الهائلة في تكنولوجيات الإعلام والاتصال والثورة المعلوماتية قد قوّضت – إلى حد ما – من فعالية عمل سلاسل حراس البوابات التقليديين لكنها لم تلغها تماما حتى الآن لأنها ترتبط بقوى سياسية واقتصادية واجتماعية تحاول الحفاظ على أدواتها الإعلامية في السيطرة والضبط والحفاظ على ستار المعلومات التي يختفي وراءها الكثير مما لا يجب نشره، حيث نشأت سلاسل وربما شبكات من "نظراء حراس البوابات" تتركز مهامهم الرئيسية في فتح البوابات التي أغلقت على تدفق نوع معين من الرسائل ثم إتاحة التدفق لسيل من الرسائل التي يعتقد بعض القائمين بالاتصال أنها تساهم في إعادة بناء الرموز والمعاني، أو بهدف تحقيق أهداف ربحية من خلال المتاجرة بالمعلومات والأخبار واكتساب الجمهور لأهداف إعلانية، وهذه السلاسل تقوم

[1] عبد الغني أمين سعيد، وسائل الإعلام الجديدة والموجة الرقمية الثانية، دار إيتارك للنشر والتوزيع، ط 2، القاهرة، 2008، ص 149.

أيضا بقدر من عمليات الحجب والتعديل مثلما تقوم به السلاسل القديمة لحراس البوابات الإعلامية.

خصائص عمل القائم بالاتصال في كل من الصحافة الإلكترونية والصحافة التقليدية:

1-عدد الحراس والبوابات الإعلامية:

لم يصبح من الضروري تواجد عدد كبير من الإعلاميين كحراس بوابة يسهمون في إنتاج عمل إعلامي معين أو أن تمر المادة الإعلامية على عدة بوابات قبل أن تصل إلى الجمهور، وليس بالضرورة كذلك أن تتم مراحل عملية حراسة البوابة في شكل خطي أو أن يبتدئ فتح البوابات من قبل الإعلامي، [1] إذ أصبح من الممكن تبادل المواقع بين أطراف عملية حراسة البوابة (مرسل – مستقبل) وأصبح بمقدور كل طرف فيها القيام بالدور الأول في العملية أو أن يمتلك مفتاح البوابة.[2]

ففي ظل البيئة الإلكترونية قد تقلص عدد حراس البوابة الإعلامية حيث أصبح بإمكان فرد واحد أن يقوم بجميع المهام من جمع للمادة الإعلامية، تحريرها ونشرها في الوقت نفسه، وهو ما أدى إلى زيادة المهام الملقاة على عاتق حارس البوابة في بعض المراحل عن غيرها، إذ بينما قل الجهد الذي يبذله في الحصول على المادة الإعلامية فقد زادت مهامه في مجال معالجة المعلومات والأخبار وصياغتها وتحريرها عن ذي قبل.

كما تراجع دور جامعي الأخبار في البيئة الإعلامية الإلكترونية في مقابل تصاعد دور معالجي الأخبار والبيانات والمعلومات حيث لم يصبح من الضروري نزول الإعلامي إلى الميدان وجمع المادة الصحفية إذ أصبح بمقدوره تجميع هذه المادة والاتصال بأطرافها

---

[1] السيد بخيت، الأنترنت كوسيلة اتصال جديدة: الجوانب الإعلامية والصحفية والتعليمية والأخلاقية، دار الكتاب الجامعي، ط 1، الإمارات، 2012، ص ص 151-152.

[2] المرجع نفسه، ص 147.

ومصادرها عبر وسائل إلكترونية مثل البريد الإلكتروني والقوائم البريدية والجماعات الإخبارية والمؤتمرات عبر الفيديو وغيرها.

2- طبيعة عمل حراس البوابة:

بالرغم من السمات الخاصة والمتميزة للبيئة الإعلامية الإلكترونية فإن حراس البوابة في هذه البيئة لا يزالون يقومون بالمهام نفسها التي يقوم بها حراس البوابة في البيئة التقليدية سواء في جمع المادة الإعلامية أو تقييمها أو تحريرها أو تصميمها أو إخراجها، وإن حدث تغيير في أولويات بعض المراحل عن غيرها وزادت أهمية بعضها عن غيرها، كما أضيف إليها مراحل أخرى باعتبار أن للبيئة الإعلامية الإلكترونية سماتها الخاصة والتي تفرض مهام جديدة على حراس البوابة العاملين بها، إذ أصبح عليهم اتخاذ عدة قرارات أخرى تتعلق بطبيعة النصوص المصاحبة للمادة والروابط المتضمنة فيها، والصور الرقمية الخاصة بها، ونوعية الأصوات المصاحبة لها، والرسوم التوضيحية والغرافيكية والخرائط وقواعد المعلومات المناسبة لها، ورابط البريد الإلكتروني وخلفية الكاتب.

وقد خلصت الدراسات الإعلامية الحديثة التي أجريت في هذا المجال إلى أن حراس البوابة في البيئة الإعلامية الإلكترونية يستثمرون جلّ وقتهم في تحديد ومعالجة الحزمة المعلوماتية والإخبارية التي يقدمونها للجمهور أكثر من التركيز على عملية جمع المادة الإعلامية الميدانية، وهو ما يوفر أمامهم فرصا أكبر لممارسة قدر كبير من اختيار المادة الإعلامية وتنويع طرق عرضها وتفسير حقائقها وبياناتها، كما خلصت هذه الدراسات الإعلامية إلى أن حراس البوابة في البيئة الإعلامية الإلكترونية أصبحوا أكثر ميلا لإعادة تغليف وتفسير المعلومات التي يلتقطونها من المصادر الأخرى التي يقومون بتطويرها بذواتهم.[1]

[1] المرجع نفسه، ص: 142.

3- الأشكال والصيغ الإعلامية:

أثرت البيئة الإعلامية الجديدة على طبيعة العمل الإعلامي وعلى الأساليب الإعلامية والتحريرية المستخدمة في العمل الإعلامي، حيث أصبح أقل رسمية وروتينية مع تراجع في تأثير بعض العوامل التنظيمية والمؤسسية والروتينية على منتجاتها الإعلامية، في مقابل تزايد الاعتبارات الشخصية والذاتية التي توفر العديد من الخيارات أمام حارس البوابة أثناء اتخاذه قرارا بتمرير مادة إعلامية ما سواء فيما يتعلق بطريقة نشرها أو توقيتها والاحتفاظ بها، أو توزيعها، أو بثها أو إبرازها في عدة أشكال، وهو ما يجعله يعمل في بيئة تطلق ملكاته وقدراته الإعلامية ولا تقيده بقيود مثل المساحة أو التوقيت أو أمر طبع أو موعد توزيع...الخ، فضلا عن كونها تسمح له بخلط الأشكال الإعلامية التي كانت منفصلة سواء في الخبر أو الحوار أو التعليق أو الدردشة أو المنتديات وغيرها، مع إمكانية تقديم الأشكال الإعلامية التقليدي بصورة جديدة، فالخبر يتم بثه بمجرد حدوثه وبشكل فوري ومن موقع الحدث وبوسائط إعلامية متعددة مع الكثير من التحليل والعمق.

4- علاقة حراس البوابة بالأطراف التقليدية في مجال العمل الإعلامي:

غيرت البيئة الإعلامية الإلكترونية من الصورة القديمة للعلاقة بين حراس البوابة وغيرهم من الأطراف المنخرطة في حراسة البوابة، ففيما يتعلق بالمصادر تغيرت نوعيتها بحيث أصبح معظمها من النوع الإلكتروني أي يتم التعامل مع أجهزة ووسائل إلكترونية أكثر من التعامل مع المصادر الحية، وبمقتضى ذلك يقوم حراس البوابة برصد وجمع وتصنيف وتحليل وتبويب المواد الإعلامية التي يتم استقبالها من الوسائل الإلكترونية الأخرى كوكالات الأنباء والشبكات الإخبارية وقواعد المعلومات وغيرها، وإن كانوا لا يزالون يتمتعون بالقدرة على الاتصال بالمصادر الحية سواء لجمع المادة أو لرصد آرائهم أو مواقفهم أو غيرها.

9-جمهور الصحافة الإلكترونية:

تنوعت التعريفات التي تناولت مفهوم الجمهور، واختلفت باختلاف السياق الذي نشأ فيه هذا الأخير، الذي ارتبط تارة بالحدث الثقافي من خلال العروض المسرحية، وتارة أخرى بالسوق، ولعل أهم سياق نشأ فيه الجمهور هو ذلك المتعلق بنشأة وسائل الإعلام والاتصال على اختلاف مراحلها، من صحافة مكتوبة وراديو وتلفزيون إلى الأنترنت بكل ما حملته من مستجدات على وسائل الإعلام.

مفهوم الجمهور:

هو مصطلح مستمد من الكلمة الإغريقية Maza وتعني وجبة الشعير، وقد استخدمت للتعبير عن الكمية الكبيرة غير القابلة للعد، وكذلك العدد الكبير من الأفراد حشدا كان أو جمهرة.[1]

أن الحشد ليس له تنظيم اجتماعي أو عادات وطقوس، فهو تجمع لأفراد منفصلين ومتباعدين ومجهولي الهوية لكنهم متألفين من ناحية سلوكهم الجماهيري.

فمفهوم جمهور وسائل الإعلام بصفة عامة، الذي نقصده لا يزال يستمد مفهومه من الأصل التاريخي لمصطلح Audience، حيث كانت فكرة الجمهور تعني مجموعة من المتفرجين على عرض درامي أو لعبة أو أي استعراض عام يستقطب عددا من الناس.[2]

ويمكن أن يعرف جمهور وسائل الإعلام على أنه هو في الأصل جماعة تنشأ استجابة لنشاط إعلامي محدد تقوم به وسائل الإعلام.[3]

---

[1] سعاد جبر سعيد، سيكولوجية الاتصال الجماهيري، ط 1، عالم الكتب الحديث، عمان 2008، ص 21.

[2] الطاهر بن خرف الله وآخرون، الوسيط في الدراسات الجامعية ، ج 1، دار هومة، الجزائر، 2002، ص ص 49-51.

[3] سامي الشريف، الإذاعات والقنوات المتخصصة، ط 1، دون دار نشر، القاهرة، 2009، ص 6.

فالجمهور تجمع يتم تشكيله إما من خلال الاستجابة لوسائل الإعلام بما تحمله من مضامين وما توظفه من أدوات أو من خلال القوى الاجتماعية الأخرى التي تعمل بمعزل عن وسائل الإعلام، وذلك من خلال أدواتها الاتصالية الخاصة.

خصائص جمهور الصحافة الإلكترونية:

لدراسة جمهور الصحافة الإلكترونية لا بد من التعرف على خصائص هذا الجمهور، وسماته قصد التوصل لنتائج تخصه وميولاته، ومن أهم الخصائص التي تميزه يوجد:

- **السمات الأولية أو العامة:** وهي التي تتوافر في كل أفراد الجمهور بمستويات مختلفة، التي لا دخل للفرد في اكتسابها وغير قابلة للتغيير مثل: السن، الجنس، السلالة، مكان الإقامة.

- **السمات المكتسبة أو القابلة للتغيير مثل:** اللغة، الدين، مكان الإقامة، الوظيفة، التعليم، الدخل، الحالة العائلية ...الخ.

حيث شهدت المرحلة الأولى في بحوث الإعلام اهتماما بهذه السمات العامة وفئاتها وهذا من خلال علاقتها بأنماط سلوك الجمهور مع وسائل الإعلام ومفرداتها ومحتواها، [1] حيث أن عناصر بعض الفئات مثل: السن، النوع، التعليم والدخل يمكن أن تتماثل في سلوكياتها اتجاه الرسائل الإعلامية، ومما لا شك فيه أن بظهور أية وسيلة إعلامية جديدة، فذلك سيغير حتما في علاقة الجمهور بالوسيلة وحتى في خصائصه ، فجمهور الصحف المطبوعة مختلف عن جمهور الإذاعة وحتى التلفزيون، كما أن جمهور الأنترنت له ما يميزه من عادات وخصائص ومن هنا فحتى جمهور الصحافة الإلكترونية مختلف عن جماهير وسائل أخرى ومن أهم خصائصه:

[1] محمد عبد الحميد، دراسات الجمهور في بحوث الإعلام، ط 1، القاهرة، عالم الكتب، 1993، ص 6.

المجهولية: عناصر جمهور الصحافة الإلكترونية غير معروفين بذواتهم لدى القائم بالاتصال، حيث أن التعبير الذي أحدثته الأنترنت على وسائل الاتصال الرقمية، جعل الجمهور غير معروف ويمتاز بخاصية التشتت، حيث بإمكان أي فرد في أي مكان من العالم، الاطلاع على أي موقع خاص بدولة أخرى، وبهيئة أخرى، فمثلما ألغت الأنترنت الحدود الجغرافية والمكانية في عملية الاتصال، فالجمهور لم يعد محدودا بالمكان، وبالرغم من توفر تقنيات لقياس الجمهور إلا أنه يبقى مجهولا في خصائصه وتركيبته، معروفا بعدده.

اختفاء الحدود بينه وبين المرسل:

لقد ألغى الإعلام الإلكتروني كل الحواجز بينه وبين القائم بالاتصال ومستقبل الرسالة، لدرجة أصبح حتى الجمهور صانعا للرسالة الإعلامية، وأبرز مثال على ذلك ظاهرة المواطن الصحفي، لوصف تحول الجمهور من فعل التلقي إلى فعل التأليف، عبر إنتاج خطابات ذات أشكال ومضامين متنوعة في الفضاء الإلكتروني الجديد، منها المواطن الصحفي، إعلام النحن، إعلام الجماهير، الإعلام الاجتماعي وإعلام المواطن، وتعبر هذه المصطلحات على اختلافها عن الظاهرة نفسها، التي مثلت تغيرا هاما في الإعلام الإلكتروني الغربي، من خلال تولي الجمهور مهمة القائم بالاتصال بعدما كان هو المتلقي لدرجة صار الخوف من تهديد ذلك لمهنة الصحفي.

إمكانية اتصال الجمهور مع بعضه البعض:

بحيث تتيح الخدمات التفاعلية المقدمة بمواقع الصحف الإلكترونية لأفراد الجمهور، الاتصال فيما بينهم والتفاعل، وهذه الخاصية تقدم للجمهور عبر حلقات ومنتديات النقاش والقوائم البريدية، بحيث أصبح بإمكان الفرد التعبير عن رأيه ومناقشته مع عدة أشخاص في ذات الوقت، بفضل التقنيات المتاحة في الإعلام الإلكتروني

من الخصائص التي تميز جمهور الصحف الإلكترونية هو أنه جمهور شبابي، حيث تشير أغلب الدراسات المنجزة إلى أن أفراد الصحف الإلكترونية في العالم هم من فئة الشباب، حيث يشكل الطلبة والمهاجرون العرب حول العالم نسبة كبيرة منهم، وأن قراءة

نصفهم للصحف الإلكترونية يشكل ركيزة يومية من حياتهم، وكل هذا لأنها متوفرة طوال اليوم، ولا تحتاج إلى دفع رسوم، كما أنها تمكنهم من متابعة الأخبار من أي مكان وعن أي بلد كان، مهما تباعدت مواقعهم، لاحتواء الشبكة العنكبوتية على الآلاف من الصحف الإلكترونية لمختلف بلدان العالم.

التفاعلية والجمهور في الصحافة الإلكترونية:

أحدث الأنترنت تغيرات هامة على وسائل الإعلام التقليدية، حيث أصبح بالإمكان الاطلاع على المعلومات في أي مكان وأي وقت، ولعلى أبرز التغيرات تلك التي أحدثتها الأنترنت في الصحافة المكتوبة، التي استعانت بتقنيات النشر الإلكتروني لتنتج صحافة إلكترونية، استطاعت الاستفادة من خصائص الشبكة العنكبوتية من خلال المحتوى الرقمي، والوسائط المتعددة "صوت وصورة ونص" ما انعكس إيجابا على جمهور هذه الوسيلة الذي استفاد من عدة مزايا، لم يكن ليجدها في وسائل الإعلام التقليدية، خاصة عنصر التفاعلية الذي أتاح لمتصفحي المواقع الإلكترونية الفرصة للتعبير عن آرائهم واختيار ما بدى لهم من خدمات.

وتشمل التفاعلية على ستة أبعاد تتناسب والوضع في الصحف على الأنترنت وإمكاناتها التفاعلية هي:

تعدد الاختيارات المتاحة أمام المستخدمين:

يدرك مُصممو الصحف على الأنترنت بأن كلما زادت الوصلات الفائقة على الموقع كلما زادت اختيارات المستخدمين للإبحار خلال موقع الصحيفة، ولذا فإن هذه الاختيارات المتعددة مهمة لإحداث التفاعلية، كما أن مُصمموا المواقع الإلكترونية يدركون جيدا بأن المستخدمين يفضلون الاختيار ما بين تصفح النصوص والصور الثابتة والمتحركة، أو

استقبال المعلومات باللغة التي يريدونها، هذا بالإضافة إلى الخيارات التي تتعلق بقنوات الاتصال مثل النص الفائق والفيديو والحركة وغيرها.

إمكانية الاتصال بين المستخدمين ومسؤولي الصحيفة ومحرريها:

يساعد ذلك على توافر عناوين البريد الإلكتروني التي يمكن أن تُسهل عملية الاتصال بين المستخدمين من جهة، والمسؤولين في الصحف على الأنترنت من جهة أخرى، وكذلك إمكانية اتصال المستخدمين بمحرري القصص الإخبارية على موقع الصحيفة على الأنترنت.

إمكانية الاتصال الشخصي:

يقصد به إمكانية الاتصال بين المستخدمين للوسيلة الاتصالية الواحدة بعضها ببعض، ويساعد على ذلك توافر منتديات أو غرف الدردشة ومجموعات النقاش التي تساعد على جذب القراء إلى موقع الصحيفة لفترة أطول، إضافة إلى وجود استطلاعات رأي القراء اتجاه أهم القضايا والأحداث الجارية. [1]

المراقبة المستمرة للمواقع:

وتعني توفر أداة أو أكثر لمراقبة موقع الصحيفة بحيث يمكن للموقع أن يسجل كل من زار الموقع وأي جزء من الموقع قام بزيارته، وأكثر الموضوعات قراءة وتحميل وتعليق من قبل المستخدمين، وتعد إتاحة المراقبة المستمرة للموقع من الوسائل التي تجعل الموقع أكثر قدرة على تلبية احتياجات المستخدمين كما أنها تعد وسيلة فعالة لتقييم الموقع.

إمكانية البحث عن المعلومات:

يساعد ذلك توفر وسائل أو محركات البحث أمام المستخدمين، سواء البحث عبر مواقع الصحيفة أو البحث عبر الأنترنت، إضافة إلى وجود أرشيف للصحيفة بما يسمح بالاطلاع والبحث في الأعداد السابقة من الصحيفة على الأنترنت.

---

[1] سعيد محمد الغريب النجار، التفاعلية في الصحف العربية على الأنترنت، أبحاث المؤتمر الدولي: الإعلام الجديد تكنولوجيا جديدة لعالم جديد، جامعة البحرين، 7، 9 أفريل 2009، ص 367.

إمكانية إضافة المعلومات:

يصبح المستخدم بمثابة مراسل لمحرر الموقع إذ يجب على مواقع الصحف على الأنترنت تسهيل عملية إضافة المعلومات على الموقع من قبل المستخدمين وبعض الصحف على الأنترنت تسمح للمستخدمين بإضافة المعلومات.[1]

يتضح من الأبعاد الستة السابقة أن هذا التعريف للتفاعلية ينظر إليها من خلال تدفق المعلومات من كلال الجانبين أو أكثر من اتجاه، إذ أن أربعة من الأبعاد الستة تؤكد على دور المستخدم بشكل واضح وتعظم من دوره في العملية الاتصالية.

مراحل تكوين جمهور الصحافة الإلكترونية:

يمكن التعرض باختصار إلى مراحل تكوين جمهور الصحافة الإلكترونية حسب التصنيف الذي يتعلق بعنصر التفاعلية.

مرحلة التفاعلية: بدأت التفاعلية في الصحافة الإلكترونية بصورة مبسطة، حيث كانت المنتديات والاستفتاءات والمجموعات البريدية وسجلات الزائرين، أكثر حرية في يد الجمهور الراغب في النقاش، ثم تطور الجمهور إلى الاشتراك في القوائم البريدية، حيث تتيح لكل مستخدم القدرة على تبادل المحتوى مع غيره.

مرحلة ما بعد التفاعلية: تعتبر المرحلة السابقة انطلاقا لمرحلة ما بعد التفاعلية التي بدأت تاريخيا عام 1995 مع ظهور المدونات وانتشرت عام 2003 موازاة مع الحرب على العراق، وما أحدثته من صدى إعلامي، حيث بدأت صحف إلكترونية كثيرة حول العالم في إدخال خدمات ما بعد التفاعلية في مواقعها وفق ما يعرف بتقنية 0.2 عليه اسم صحافة المواطن، وهذا ما فعله موقع قناة BBC الذي خصص برامج بالتعاون مع اليوتيوب وتعتمد

[1] المرجع نفسه، ص 369/368.

على مراسلات جمهور الموقع بهدف زيادة اشتراك جمهورها في صنع محتواها، وهناك العديد من الدراسات التي اهتمت بالصحافة الإلكترونية وبجمهورها نستعرض منها ما يلي:

دراسة David color وآخرون سنة 1994 التي قامت بالتعرف على أهم الصعوبات التي تواجه الصحافة الإلكترونية في بداية ظهورها عند ابتكار شبكة الأنترنت، في مقابل الصحافة المطبوعة، حيث أن الدراسة استخدمت مدخل تحليل المستخدم لرصد وتحليل اتجاهات الجمهور نحو الصحافة الإلكترونية والورقية، وذلك بغية التعرف على ما يريده الجمهور من هاتين الوسيلتين، وقد أثبتت الدراسة الميدانية أن الصحف الورقية تتميز عن الصحف الإلكترونية بواجهة استخدام تتيح للقارئ استعراض مختلف الصور والعناوين والمواضيع في دقائق معدودة بعكس الصحف الإلكترونية التي يضطر فيها المستخدم إلى استخدام النص الفائق لتصفح الموضوعات. [1]

دراسة Djefry yong سنة 2000 والتي استهدفت التعرف على رجع الصدى الناتج عن إتاحة موقع صحيفة **واشنطن بوست** من خلال أسلوب جماعات النقاش المركزة مع عينة من رواد غرف الدردشة المتاحة على موقع الصحيفة وإجراء دراسة ميدانية واستمارة استبيان تم إعدادها في إطار التصميم المنهجي للدراسة الذي اعتمد على توظيف المنهج التجريبي، لقياس الآثار التفاعلية المباشرة بين العينة من رواد غرف الدردشة ومحرري الصحيفة حيث خلصت الدراسة إلى أن الاتصال التفاعلي المباشر بين المحررين والقراءة قد أدى إلى التفاعل مع مختلف المواضيع المطروحة بالموقع بالطريقة التي يتوقعها محرروا الموقع، وأدت هذه الخاصية التفاعلية إلى تغيير الأدوار بين محرري الموقع ومستخدميه.[2]

---

[1] شريف درويش اللبان، الصحافة الإلكترونية دراسات في التفاعلية وتصميم المواقع ،المكتبة الإعلامية، الدار المصرية اللبنانية، ط 1، 2005، ص 110.

[2] Seferry R, young, an analys of washig post, com's live online jounal of electronic publishing vol 5, n°1, 2000,p p 1-8.

دراسة مها الطرابيشي:

سنة 2001 التي استهدفت التعرف على انعكاسات التعرض للصحف الإلكترونية والورقية على الثقافة الصحية للشباب الجامعي، من خلال الاستعانة بالمنهج التجريبي، بالاعتماد على عينة من الطلاب من خلال الاستعانة بأداتي استمارة الاستبيان والملاحظة، وقد توصلت الدراسة إلى أن إدراك المعلومات الصحية يزيد لدى الذين يتعرضون للصحف الإلكترونية والورقية معا مقابل الذين يتعرضون للصحف الإلكترونية فقط أو الصحف الورقية فقط.[1]

عيوب الصحافة الإلكترونية:

إن تعدد مزايا الصحافة الإلكترونية لا يعني أنها خالية من العيوب والمساوئ إنما تحيط الصحافة الرقمية سلبيات لعلى أهمها ما يلي:

– إن التقنيات المستعملة في الصحافة الإلكترونية وبرمجيات معالجة النصوص في تطور مستمر، مما يحتم على القارئ تجديد الوسائل المستعملة في هذا الغرض قصد مواكبة تلك التطورات، فهذه الوسائل معرضة للتلف لذا يستوجب تجديد المعدات وهذا ليس في متناول جميع المستعملين نظرا لغلاء الأجهزة.

– إهمال البعد الاجتماعي والاقتصادي للتكنولوجيا الحديثة في مجال الصحافة، إذ ترتب على إدخال التكنولوجيا الصحفية الجديدة التي تتسم بكثافة رأسمال وقلة الأيدي العاملة الاستغناء عن دور كبير من العمال والمحررين نتيجة لإلغاء العديد من الوظائف ودمج البعض منها.

[1] درويش اللبان، الصحافة الإلكترونية، مرجع سابق، ص 112.

– أدت التكلفة العالية للتجهيزات التكنولوجية الحديثة في مجال الصحافة إلى عجز كبير لدى الصحف الصغيرة عن تطوير نفسها بل حتى عن الاستمرار مما أدى إلى إغلاقها وتوقف العديد منها.

– اضطرار الصحف إلى الاندماج مع مجموعات (تكتلات) إعلامية ضخمة مما أدى إلى حصر الملكية في مجموعات إعلامية قليلة وظهور ما يسمى باحتكار الصناعة الإعلامية أي القلة من الممولين الذين يقومون بتوجيه الرأي العام حسب مصالحهم.

– الأضرار الصحية الناجمة عن التكنولوجية الحديثة حيث انتشرت بعض الأمراض بين عدد من المحررين الذين يقومون بتنفيذ معظم مراحل الإنتاج في الجريدة باستعمال الحاسبات الإلكترونية مثل مرض: RSI الذي يصيب مفاصل وأطراف مستخدمي الحاسبات الآلية.

– صعوبة التسويق وجلب الإعلانات، وهي سلبية ما زالت موجودة في العالم العربي وتؤثر بشكل قوي على عدم وجود تمويل لهذه الصحف.

– عدم تصميم بعض الصحف الإلكترونية وخاصة التي تعتمد على الصحفيين المتطوعين على صياغة جيدة للأخبار والموضوعات فهي تنشر ما يأتيها، دون وجود دليل على مصداقيتها.

على هذا الأساس وبعد معرفة ميزات ومساوئ الصحافة الإلكترونية يمكن أن نستنتج أن الإعلام الإلكتروني يشكّل نعمة ونقمة على الإعلام التقليدي المطبوع إذ يربط النوعين الإعلاميين علاقتين مختلفتين ومتناقضتين هما.

– علاقة تكاملية: تعتبر الصحافة الفورية من هذا الجانب دعامة إلكترونية للصحافة المطبوعة، تعتمد عليها هذه الأخيرة لتتم عملية توزيعها من خلال النشر الإلكتروني ربحًا للوقت والجهد والوصول إلى القارئ.

– علاقة إلغاء: نظرا للميزات التي تتسم بها الصحافة الإلكترونية فإن الإعلام الإلكتروني متفوق على الصحافة الورقية ويشكل رهانا وتحديا وتهديدا لمستقبل الصحافة المطبوعة بالزوال.[1]

10-الصحافة الإلكترونية في الوطن العربي:

إن ظهور الصحافة الإلكترونية العربية جاء مع دخول الأنترنت إلى العالم العربي، حيث توسع الوجود العربي في الشبكة من جانب الأفراد والمؤسسات، فأنشئت الشركات والمؤسسات المالية والإعلامية موقع لها تعبر عن اهتماماتها إذ تتواجد الصحف العربية على الأنترنت كنسخة إلكترونية للصحف المطبوعة اليومية أو الأسبوعية في أغلب الأحيان ويتم تحديث معظمها يوميا أو بشكل دوري، أما بالنسبة للصحف الأسبوعية يعود الفضل في ظهورها إلى الأنترنت دون نسخ ورقية لها.[2]

كان أول ظهور للصحافة العربية على شبكة الأنترنت في سبتمبر عام 1995، حيث صدرت أول نسخة إلكترونية لصحيفة "الشرق الأوسط" وكانت على شكل صور، ثم ظهرت "النهار" اللبنانية في جوان 1996، والثالثة هي "الحياة" التي صدرت في 1 جوان من العام نفسه، والرابعة هي السفير اللبنانية "وجريدة "الأيام" البحرينية في أواخر عام 1996. [3]

ظهرت "الجمهورية" في فبراير 1997، كأول صحيفة مصرية على الأنترنت ثم تلتها الأهرام عام 1998، فصحيفة الأخبار عام 2000.

ازداد هكذا عدد الصحف العربية على الشبكة، حيث تم رصد أكثر من 350 صحيفة ومجلة دورية عربية مع حلول عام 2000 وهو عدد تضاعف بعدها.

---

[1] فيصل أبو عيشة، الإعلام الإلكتروني، ط 1، دار أسامة، الأردن: 2010، ص 67.

[2] حسنين شفيق، الإعلام الإلكتروني بين التفاعلية والرقمية، ط 1، رحمة برس للطباعة والنشر، 2007، ص 88.

[3] المرجع نفسه، ص 78.

تجدر الإشارة أن ظهور الصحافة العربية الخالصة على الأنترنت والتي لا تملك مقابلا ورقيا كان متأخرا نوعا ما، حيث تعتبر صحيفة "الجريدة" أول صحيفة إلكترونية عربية خالصة صدرت في جانفي 2000، تلتها جريدة "إيلاف" اللبنانية التي انطلقت في ماي 2001 من لندن.

وأوضحت الدراسات التي رصدت تطور الصحافة على الأنترنت بأن ذهنية النشر الورقي هي السائدة في الصحافة الإلكترونية العربية، وأن أغلبية هذه الصحف لا يتم تحدثيها على مدار الساعة بل هي نسخ إلكترونية كربونية للصحف التي صدرت بالصباح.[1]

مراحل تطور الصحافة الإلكترونية العربية:

مرت الصحافة الإلكترونية العربية بمراحل تطورت من خلالها إلى الشكل الفني والمهني التي هي عليه الآن، وهذه المراحل هي:

مرحلة النشر من خلال الأقراص المدمجة: وكانت أولى التجارب في إنتاج نصوص عربية كاملة وقد بدأته الصحف التالية:

- صحيفة الحياة في 17 أكتوبر 1995 كان تاريخ الإصدار الأول للصحيفة على قرص مدمج للأشهر الستة الأولى من نفس العام أطلق عليها اسم أرشيف الحياة الإلكترونية. [2]
- صحيفتي السفير والنهار اللبنانيتين في يوليو عام 1997.
- صحيفة الأهرام المصرية فبراير عام 1998.
- صحيفة الشرق الأوسط في 14 مايو 1998.

[1] محمد مليك: النشر الإلكتروني ومستقبل الصحافة المطبوعة، دراسة نظرية وصحفية جامعة الجزائر، 2005، 2006، ص 8.

[2] أحمد عبد الهادي، الصحافة الإلكترونية والورقية، ندوة نقابة الصحفيين المصريين، 2004.

مرحلة إصدار النسخة الإلكترونية: تأخر ظهور الخدمات الصحفية العربية على شبكة الأنترنت إلى نهاية التسعينات رغم إدراك الصحف العربية لأهمية الأنترنت وضرورة تواجدها على الشبكة منذ انطلاق خدمات هذه الشبكة على المستوى العالمي عام 1990.

يقول عبد الأمير الفيصل "أن الصحافة المكتوبة هي الأكثر استفادة من بين وسائل الإعلام العربية من خدمات الأنترنت فقد مكنتها هذه الشبكة بصورة أو بأخرى من تخطي الموانع السياسية وأيضا الالتفاف على قوانين الإعلام التي أقل ما يقال بشأنها أنها زجرية ومقيدة للحريات في أكثر الأحيان وفي غالبية الأقطار العربية". [1]

مرحلة إصدار الصحيفة الإلكترونية: يمكن الإشارة إلى محاولتين عربيتين لإنتاج صحيفة إلكترونية على الأنترنت بشكل مباشر، وهاتين المحاولتين كما ذكر عماد بشير في يناير 2000 حيث انطلقت من أبو ظبي صحيفة Eljareeda.com ثم في عام 2001 صحيفة ايلاف elaph.com وأن هاتين الصحيفتين كانتا إلكترونيتين بالكامل دون نسخة ورقية وإن كانت هناك نشرات إخبارية news letters تحمل أخبارا عن لبنان من وكالات الأنباء ظلت موجودة طوال سنوات الحرب اللبنانية كما أنشأت على مستوى الصحف الورقية صحيفة "الشرق الأوسط" لنفسها موقعا في 9 ديسمبر 1995، ثم تلتها صحيفة "الحياة" في 1 يونيو عام 1996 ثم "السفير" في نهاية العام نفسه.[2]

[1] عبد الأمير الفيصل، مرجع سابق، ص 12.

[2] الصحافة العربية اليومية في العصر الرقمي (ندوة مجلة العربي، الثقافة العربية وأفاق النشر الإلكتروني، الكويت، 21 أفريل 2001)

مشاكل الصحافة الإلكترونية في الوطن العربي:

يشير الباحثون في هذا المجال إلى جملة من الصعوبات التي تواجه الصحافة الإلكترونية العربية ومنها:

- عدم وجود عائد مادي من الإشهار أو التسويق مثل الذي توفره الصحافة الورقية.
- ندرة وجود الصحفي الإلكتروني المدرب وإلمامه بالتقنيات الرقمية المتعددة التي تحتاج إلى مهارة ودراسة وتدريب.
- تأخر دخول الصحافة الإلكترونية إلى الكثير من الدول العربية.
- عدم وجود قاعدة جماهيرية وغياب الأنظمة والقوانين العربية التي تنظم الصحافة الإلكترونية.

الاتجاهات المستقبلية للصحافة العربية الإلكترونية:

تتضارب الأرقام بخصوص تراجع أو تزايد مبيعات الصحافة المكتوبة في الوطن العربي بشكل خاص والعالم ككل ولكن ما يمكن جزمه هو أننا أصبحنا أمام واقع يفرض نفسه "الواقع الإلكتروني" أو "الصحافة الإلكترونية" وفي هذا السياق يمكن الإشارة إلى مجموعة من الاعتبارات الإلكترونية، وفي هذا تطوير الصحافة الإلكترونية مستقبلا وهي:

- يجب الاهتمام بتكوين فريق عمل متكامل من المحررين، والمخرجين الصحفيين والمندوبين والمراسلين، فضلا عن إنشاء أقسام خاصة بالصحافة الإلكترونية في كل الصحف والمجلات.
- إتاحة خدمة البريد الإلكتروني على المواقع حتى يسهل على المستخدمين الاتصال بهذه الوسيلة.

– الاهتمام برفع مستوى اللغة الإنجليزية واستخدامها لدى المحررين الصحفيين حتى تتاح الخدمة الصحفية للقراء الأجانب خارج حدود المنطقة العربية، وحتى يتعرّفوا على الصحف والمجلات العربية.

– وضع استراتيجية محددة للصحافة الإلكترونية العربية، بما يوفر لها تمويلا يساعدها على البقاء والتطور، والتنافس مع الصحافة العربية، وجذب أكبر عدد ممكن من المتعاملين على الشبكة ونشر الإشهار والإعلانات والحملات الترويجية.[1]

– يجب الاهتمام بتطوير البنية التحتية لشبكات الاتصال حتى تتاح هذه الخدمة بشكل أكبر لمختلف الفئات وزيادة عدد مستخدمي الأنترنت.

11-الصحافة الإلكترونية في الجزائر:

عرفت الجزائر ظاهرة الأنترنت كغيرها من البلدان النامية في التسعينات، ولم تنتشر إلا في أواخر التسعينات وأصبحت ملفتة مع بداية الألفية الثالثة، وبفضل هذه التكنولوجيا أصبح بإمكاننا التحدث عن صحافة تشكل امتدادا للصحافة المكتوبة ولا ننسى أن الدافع لظهور هذه الصحافة هو التحرر من الرقابة والضغوط السياسية التي تفرض على الصحف المكتوبة.

دخول الأنترنت إلى الجزائر:

كان لدستور عام 1989 الفضل الكبير في التاريخ لعهدة التعدية الحزبية والإعلامية في الجزائر، حيث استفادت الصحافة من هذا الأخير ليكون بذلك ميلاد عهد جديد للصحف الخاصة منذ بداية 1990. والتي دعمها صدور قانون الإعلام في نفس السنة، وهكذا تنوعت الخارطة الإعلامية في الجزائر ما بين صحف خاصة وأخرى حزبية وحتى عمومية باللغتين العربية والفرنسية.

[1] ماجد سالم تربان، مرجع سابق، ص 286.

هذه الأخيرة التي تربعت على عرش الإعلام في الجزائر في ظل غياب المنافسة مع التلفزيون والإذاعة بسبب بقائها حكرا على الدولة.[1]

عرفت الجزائر في هذا السياق ظاهرة الأنترنت عام 1993 عن طريق مركز البحث في الإعلام العلمي والتقني بواسطة خط هاتفي متخصص، وتمّ هذا الارتباط في إطار اتفاقية التعاون مع اليونيسكو حيث أقامت الجزائر الربط الكامل مباشرة من إيطاليا عبر البحر[2] وهذا في إطار مشروع إفريقي يعرف بشبكة الإعلام الإفريقي والتي كانت النقطة المحورية في الشبكة.

في ديسمبر 1997 وبالتعاون مع مصالح البريد والمواصلات تم تدعيم هذا الكابل بخط متخصص آخر بعدها لم يعد الدخول إلى الشبكة محصورا فقط على المؤسسات الحكومية بل أصبح للخواص أن يدخلوا للشبكة. [3]

ومع تزايد الإقبال على الأنترنت بالشبكة بدأ الخواص يتوجهون نحو هذه السوق الواعدة فتحصلت العديد من الشركات على اعتماد تقديم خدمات الأنترنت، وظهرت 18 شركة مقدمة لهذه الخدمات وفي مقدمتها شركة الأنظمة المعلوماتية العامة GECOS، وبموجب اتفاقية أبرمت بينها وبين هيئة أوربا نات Europnet تحقق الربط عن طريق الأقمار الصناعية لتبلغ طاقة تدفق الربط 2 ميغا بايت/ثا. وفي نهاية أكتوبر 1998 وبموجب اتفاقية أبرمها مركز البحث في الإعلام العلمي CERIST وهيئة NET SAT الأمريكية تم ربط هذا المركز عن طريق واشنطن بواسطة القمر الصناعية MAA بقدرة 1 هيغابايت / ثا إلى

---

[1] محمد شطاح، الأنترنت ومستقبل الصحافة الرقمية في الجزائر، ورقة بحث مقدمة لمؤتمر صحافة الأنترنت في العالم العربي، الواقع والتحديات، الشارقة، 2005 ص 3.

[2] محمد الفاتح حمدي وآخرون، تكنولوجيا الاتصال والإعلام الحديثة الاستخدام والتأثيث ط 1، الجزائر، 2011، كنوز الحكمة للنشر والتوزيع، ص 61.

[3] محمد الفاتح حمدي، واقع الصحافة الإلكترونية وأثرها على مستقبل الصحافة الورقية، مجلة التراث، جامعة زيان عاشور، الجلفة، العدد 17، 2015، ص 9.

2 ميغا بايت/ثا مع برمجة مشروع يرمي إلى إقامة ربط للاتصال عبر الألياف البصرية وخط آخر للربط عبر الأقمار الصناعية لتفادي أي موقف اضطراري مستقبلا للشبكة. [1]

تعد صحيفة ALGERIA INTERFACE هي الجريدة الإلكترونية الأولى عبر شبكة الأنترنت أسسها أحد الإعلاميين هو نور الدين خلاصي صحفي سابق بجريدة la Nation وهي في الأصل كانت عبارة عن خطة لإصدار جريدة مستقلة سنة 1996،[2] تقدم التقارير وأخبار حول المسائل السياسية والاقتصادية والاجتماعية بمشاركة وكالة التنمية السويدية sida لكن تم التخلي لاحقا عن الفكرة وتحول المشروع إلى التفكير في إنشاء جريدة على شبكة الأنترنت، اختارت الجريدة اللغتين الفرنسية والإنجليزية في مجال النشر الإلكتروني.

أما استخدام شبكة الأنترنت للصحافة المكتوبة الجزائرية فقد كان متأخرا بعض الشيء مقارنة بالدول العربية الأخرى، وكانت أول الصحف التي ظهرت على الخط هي جريدة "الوطن" الصادرة باللغة الفرنسية التي لجأت إلى إصدار نسخة إلكترونية لطبعتها الورقية في نوفمبر 1997 [3] وهي أول صحيفة جزائرية دخلت عالم الأنترنت، موقعها الإلكتروني يحمل نفس مضمون النسخة الورقية وكانت مؤسسة GEWS من وضعت تصور لهذا الموقع واستعملت يومية الوطن في تقديم الأخبار تقنية HTML و PDF.

بعدها ظهرت يومية LIBERTE في جانفي 1998 لتليها جريدة اليوم في نفس السنة وبعدها مباشرة جريدة الخبر التي أنشأت موقعا لها على الأنترنت في أفريل 1998.

---

[1] عمار رابح الأشكال التفاعلية في مواقع الصحافة الإلكترونية، جامعة أحمد بن بلة، وهران، ص 305.

[2] رمزي جاب الله، الصحافة الإلكترونية وأثرها على مقروئية الصحافة الورقية، مجلة الآداب والعلوم الإنسانية، جامعة باتنة، العدد 09، 2012، ص 18.

[3] محمد شطاح، قضايا الإعلام في زمن العولمة بين التكنولوجيا والإيديولوجيا، دار الهدى للنشر، 2006، الجزائر، ص 125.

عوامل ظهور الصحافة الإلكترونية في الجزائر:

يمكن تلخيص أهم العوامل التي ساهمت في ظهور الصحافة الإلكترونية في الجزائر فيما يلي:

- **عوامل تكنولوجية:** تتمثل في التطور المتنامي الذي يشهده العالم الراهن من خلال ظهور تقنيات متطورة في النشر كالتلتكست الذي ظهر عام 1970 والفيديوتكست الذي جاء بعده وكذلك الإسهامات المعتبرة التي يقدمها الحاسب الآلي في العمل الصحفي سواء من حيث الإخراج، التحرير، العرض إلى جانب تقديم خدمات صحفية بالهاتف.

- **عوامل سياسية:** إن اعتماد السلطات السياسية على وسائل لتوجيه الرأي العام وإحكام قبضتها على سير الأمور أدى إلى البحث عن وسائل حديثة لتحقيق الغرض متبنية في ذلك الأساليب المتبعة في الدول الأخرى، واعتمد على هذا النوع الإعلامي الجديد، فظهر ما يسمى بالنشر الإلكتروني والصحافة الإلكترونية، ولو أن درجة التنظيم والتأطير للصحافة الإلكترونية في الجزائر لا تقارن مع مثيلاتها في الدول الأخرى.

- **عوامل اقتصادية:** وهو ظهور ما يسمى بالعولمة الاقتصادية وما تطلبه من سرعة في رؤوس الأموال والسلع، وفي نفس الوقت الإسراع في تدفق المعلومات حيث انتشرت هذه الفكرة وأصبحت الجزائر مضطرة لمواكبة التطورات التكنولوجية ومحاولة السير بنفس وتيرة الاقتصاد العالمي.

- **عوامل إعلامية:** سعي الصحف المطبوعة إلى القضاء على انخفاض عدد القراء فأنشأت مواقع إلكترونية لها تمكن مستخدم الأنترنت من الاطلاع عليها وتصفحها وتعميق نسبة القراءة أو التصفح لهذه الجريدة، كما أشار نصر الدين لعياضي إلى أن صعوبة الحصول على الترخيص القانوني للنشر في ذلك الوقت من قبل الوزارة الوصية كان أهم الأسباب إضافة إلى ارتفاع كلفة إنتاج الصحف التي لم تكن في متناول الشباب الطامح

للممارسة الصحفية، كما شكلت الممارسة الصحفية عبر الأنترنت نوعا من الانفلات من الرقابة التي مورست على الصحف في بعض الفترات. [1]

يمثل تراجع المداخيل الإشهارية للصحف المكتوبة على حساب مداخيل الإعلان الإلكتروني، أحد الأسباب التي ساهمت في تحول الكثير من الصحف الورقية إلى الوعاء الإلكتروني، حيث تشكل المداخيل الإشهارية مصدر التمويل الأول، لكنها تراجعت نظرا لانخفاض مقروئية الصحف الورقية، وهو ما جعل المعلنين يتجهون إلى الوسيلة الإعلامية الأنسب لتسويق منتجاتهم إلى الجمهور الذي أصبح بالملايين في فضاء سبراني لا ينتهي. [2]

مراحل تطور الصحافة الإلكترونية في الجزائر:

من الصحافة المكتوبة التقليدية إلى الصحافة الإلكترونية:

من أجل فهم تطور الصحافة والمهنة في الجزائر، من الضروري تقديم التغيرات المختلفة المتعلقة بالبيئة السياسية والمؤسسية والاقتصادية والثقافية للبلاد، وذلك خلال خمس فترات رئيسية منذ استقلال الجزائر حتى اليوم.

الصحافة الجزائرية بعد الاستقلال:

عرفت الصحافة الجزائرية بعد الاستقلال نقلة نوعية لا يمكن وصفها بالجذرية والشاملة، نظرا لما خلفه الاستعمار الثقافي (أكثر من 80% من الأميين يضاف له انعدام الخبرة في مجال الإعلام اليومي، وبروز بعض المثقفين الاندماجيين آنذاك في بعض مراكز القرار بمعظم وسائل الاتصال المكتوبة والمسموعة والمرئية، حيث تركوا بصماتهم واضحة في توجهها الإديولوجي شكلا ومضمونا، على غرار تهميش الإعلام العربي، تأجيل وتعطيل القرارات المرتبطة بالتعريب، هذه المشاكل وأخرى وبالإضافة طبعا إلى ارتباط الصحافة

[1] نصر الدين لعياضي، الصحافة الجزائرية في بيئة الواب إرهاصات التغيير، كلية علوم الإعلام والاتصال، جامعة الجزائر 3، ص 177.

[2] المرجع نفسه.

بطبيعة النظام السياسي السائد آنذاك، أثرت كلها كما ونوعا على تطور الصحافة المكتوبة في بلادنا. [1]

ويمكن عرض تطور الصحافة في الجزائر بعد الاستقلال كما يلي:

المرحلة الأولى (1962-1965): تميزت هذه الفترة بغياب نصوص قانونية تنظم هذا القطاع، وبإنشاء يومية le peuple و"الشعب" عام 1962 ومجلة الجيش وجريدة "révolution africaine" وذلك بالموازاة مع تأميم اليوميات الفرنسية الصادرة بأهم المدن الجزائرية، لتعوض بيوميات جزائرية بلغة فرنسية Alger le soir, El djoumhouria, El nasre, Oran republicain.[2]

كان الهدف من هذا التأميم حماية الصحافة الوطنية من المنافسة الكبيرة لهذه الصحف ذات الإمكانات البشرية والمالية والتقنية والمهنية العالية وأيضا لرغبة النظام آنذاك إحكام قبضته على الصحافة المكتوبة ووسائل الإعلام الأخرى بشكل عام.

أما الهدف فهو سياسي بحت يمكن اعتباره هدفا أساسيا يرمي إلى السيطرة الكلية على الصحافة المكتوبة والإعلام بصفة عامة.[3]

سمح من جهة أخرى ليومية Alger republicain باستئناف نشاطها في اليوم الأول من الاستقلال وذلك على عكس بعض الصحف كصحف جمعية العلماء المسلمين الجزائريين التي كانت رائدة الإعلام الجزائري إبان الاحتلال، وكانت مضامين هذه اليوميات متشابهة ومتواضعة مما جعل سحبها ضئيلا مقارنة بالصحف الفرنسية ذات الخبرة والإمكانات.

المرحلة الثانية (1965-1978): تميزت هذه الفترة بتطور الصحافة وتوسعها من خلال ظهور أول لائحة خاصة بالإعلام بصفة عامة، أوكلت للصحافة دور الخدمة

---

[1] فضيل دليو، الاتصال مفاهيمه نظرياته ووسائله، دار الفكر للنشر والتوزيع، القاهرة، 2003، ص 105/104.

[2] المرجع نفسه، ص 106.

[3] محمد حمدان، الموسوعة الصحفية العربية، المنظمة العربية للثقافة والتربية والعلوم، تونس، 2005، جزء 4، ص 91/90.

العمومية وقننت تبعيتها للحكومة، كما عرفت هذه الفترة توقف العديد من اليوميات كيومية "Alger le soir" وتحول يومية "le peuple" الشعب إلى "El moudjahid" التي سيطرت على الساحة الإعلامية المكتوبة في الجزائر إلى غاية 1978.

وكان من مميزات هذه المرحلة:

- إدارة السلطة وإقامة نظام اشتراكي للإعلام.
- تعريب الصحافة اليومية.
- وضع قانون للصحافة.
- تركيز الاهتمام على الوسائل السمعية البصرية على حساب الإعلام المكتوب.

المرحلة الثالثة (1979-1989): تميزت هذه المرحلة بتوضيح الوضع القانوني للإعلام من خلال قانون رقم 82 الصادر في 06 فبراير 1982 والذي تتضمن مواده الأولى: "الإعلام قطاع من قطاعات السيادة الوطنية" يخضع لازدواجية الإشراف ويعبر عن قيادة حزب جبهة التحرير الوطني، وفي إطار الاختيارات الاشتراكية المحددة في الميثاق الوطني، وحق الإعلام حق أساسي لجميع المواطنين، كما تعمل الدولة على توفير إعلام كامل وموضوعي[1] جاء هذا القانون ليقنن الممارسة الإعلامية الموجودة منذ 1965، فهو يلغي إطلاقا حرية الصحافة والملكية الخاصة ويثبت هيمنة الحزب والدولة على الصحافة المكتوبة، وظهرت بهذه الفترة بعض المجلات الدينية والأسبوعيات المتنوعة، مثلت كلها بعض الانفتاح الإعلامي والتحول المحتشم في المسار السياسي للبلاد، الذي أراد إعطاء الصبغة الثقافية للمؤسسات الإعلامية بدلا من الطابع السياسي ودعم هذه القطاعات بتجهيزات عصرية وإمكانيات مادية.

[1] محمد حمدان، مرجع سابق، ص 93.

شهدت الجزائر في أكتوبر 1988 حركة اجتماعية قوية، حيث انفجر الشعب الجزائري ضد السلطة، هذا الحدث التاريخي كان له الأثر على المجال الإعلامي في الجزائر من خلال ما ترتب عنه في دستور فبراير 1989 ثم قانون الإعلام 1990.

المرحلة الرابعة: (1989-1991): ظهرت هذه المرحلة كتتويج للمرحلة الماضية وكنتيجة لأحداث أكتوبر 1988 التي تعتبر منعرجا حاسما في التاريخ السياسي للجزائر عامة والإعلام المكتوب خاصة، هذا الحدث الهام فتح باب المسيرة الديمقراطية وأعطى دفعا قويا للإصلاحات السياسية والاقتصادية، ومن هذه الإصلاحات التصويت الشعبي على دستور جديد تمت المصادقة علي في 23 فيفري 1989 من خصائصه أن يحقق في مادته الأربعين التعددية الحزبية.

فيما يتعلق بالإعلام فالدستور يخصص في مادته "35" حرية الصحفي وحمايته من التعسف الإداري، حيث لا يمكن إلحاق التهمة بصحفي أو بصحيفة والحكم عليها إلا من طرف أجهزة القضاء مع حق الدفاع للمتهم وإدخال هذه المادة في الدستور يعتبر ضمانا قويا لحرية الإعلام والممارسة الإعلامية.[1]

عرف الإعلام إصدارات جديدة نشأت على أثرها الصحف الخاصة والحزبية، كما تميزت هذه الفترة باستفادة اليسار الشيوعي من يومية "Alger républicain" مما أدى بمطالبة الأحزاب المعارضة بدون جدوى باقتسام الأجهزة الصحفية الموروثة عن الحزب الواحد بين الحركات السياسية بالتساوي، فأنشئت على إثرها صحف حزبية خاصة بها.

هذا الانفجار الإعلامي الحر(حوالي 140 عنوانا بين عمومي، حزبي، خاص لم يسبق له مثيل في الوطن العربي، لكنه لم يعمّر طويلا من خلال ظهور عدة مشاكل في بداياتها الأولى، كارتفاع تكاليف السحب، الطبع، النشر، الإشهار والتوزيع، نقص تدعيم الدولة للحق في الإعلام فيما يخص التوزيع خاصة بالجنوب الجزائري.

[1] محمد حمدان، مرجع سابق، ص 101.

أدى ذلك إلى غياب بعض العناوين عن الساحة الإعلامية، فيما حافظت بعض الصحف على مكانتها، ونالت مساعدات مالية من طرف الدولة، خاصة تلك الصادرة بالفرنسية على رأسها "Alger republicain"، "El watan" وكذا صحيفة الخبر، والجدير بالملاحظة هنا، أنه لا بد من تدعيم حرية الصحافة الناشئة التي سمحت لأول مرة بتغيير إعلامي يعكس إلى حد كبير اهتمامات أغلبية الشعب الجزائري وتطلعاته (لغة وفكرا وتوجيها) فتحول ذلك إلى شبه انسداد إعلامي مع بوادر الأزمة السياسية الخطيرة.

التي برزت صيف 1991، مما أدى لمرحلة جديدة في تاريخ الصحافة الجزائرية، ميزها الحجز، التعليق، التهديد والاغتيال في وسط هيمنة إعلامية فرانكوفيلية ومشاكل مهنية كبيرة.

المرحلة الخامسة: (1992- في ظل التعددية) عرفت هذه المرحلة إرساء حالة الطوارئ في فبراير 1992 والتحكم في المعلومة الأمنية انطلاقا من جوان 1994 لم تتأثر الصحافة بشكل كبير فقط بقتل الصحفيين خلال العقد الأسود أي في التسعينيات، ولكن أيضا بسبب لاعتقالات والمضايقات القضائية والضغوط الاقتصادية: التوزيع غير المتوازن للإعلان بين الصحف، زيادة تكاليف الطباعة وأحيانا منع طباعة الصحف التي تنشر معلومات المساومة في سياق الرقابة المفروضة بأشكالها المختلفة، أصبحت الأنترنت وسيلة للهروب منها وأصبح اعتماد تقنية جديدة في نشر المعلومات هو إجراء للتعامل مع مختلف القيود (المادية والمالية ...الخ التي يواجهها موظفوا التحرير في الصحف المطبوعة.

- مرحلة تطور الشركات الخاصة pure players من سنة 2000 إلى اليوم:

شهدت الجزائر خلال عشرية الـ 2000 انتشارا واسعا للأنترنت، تحت تأثير الانفتاح على المنافسة لقطاع البريد والمواصلات، وارتفاع في عدد مزودي خدمة الأنترنت FAI (fournisseur d'accés à internet) وانتشار مقاهي الأنترنت، [1] تنتمي الجزائر إلى

[1] Taibi Fatima Zohra, la publicité virtuelle en Algérie : enjeux, usages et effets, thèse de doctorat, université de Paris VIII, 2011, p 95.

البلدان ذات المعدل المتوسط في الولوج وبمعدل استهلاك 17% حسب الاتحاد العالمي للاتصالات.

مرحلة تطور شركات pure players من سنة 2000 إلى اليوم:

شهدت عشرية الـ 2000 انتشارا واسعا للأنترنت، تحت تأثير الانفتاح على المنافسة لقطاع البريد والاتصالات، وارتفاع في عدد مزودي الأنترنت fournisseurd accés à FAI Internet. وانتشار مقاهي الأنترنت. [1]

تنتمي الجزائر إلى البلدان ذات المعدل المتوسط في الولوج وبمعدل استهلاك 17% حسب الاتحاد العالمي للاتصالات، وانتشار شبكة الجيل الثالث 3G في أواخر سنة 2013 كونه عاملا آخر يساهم في زيادة عدد مستخدمي الأنترنت.

وصل عدد مستخدمي الأنترنت عام 2016 إلى أكثر من 11 مليون مستخدم، وفق إحصائيات سلطة الضبط الجزائرية للبريد والاتصالات، في مقابل 6,8 مليون مبحر عام 2011. إن تعميم الأنترنت وخدمات الجيل الثالث عزز من تطوير أماكن جديدة للاتصالات والمعلومات والصحافة، كما أن إدخال تكنولوجية الإعلام والاتصال (TIC) شجع على تطوير الفردانية للممارسات الإعلامية والاتصالية عن طريق الوسائط الجديدة. [2]

أصبحت الصحافة عبر الأنترنت وسيلة مرغوبة للمهنيين في مجال الطباعة في الجزائر، ذلك أن إنشاء موقع للمعلومات يبقى أسهل ويتفادى سلسلة من العراقيل البيروقراطية التي يخضع لها مثلا طلب الموافقة على إنشاء جريدة ورقية والذي يعد شرطا أساسيا، بالإضافة إلى العقبات الاقتصادية المتعلقة بطباعة وتوزيع الجريدة، بينما تتمتع الصحف الإلكترونية بمزيد من الحرية في معالجة المعلومات ونشرها على الفور.

قانون الصحافة الإلكترونية في الجزائر

القانون العضوي للإعلام 05/12.

---

[1] Taiebi.

[2] Ibid.

بقيت الصحافة الإلكترونية في الجزائر لفترة طويلة دون تنظيم قانوني، فمنذ ظهور أول صحيفة إلكترونية منتصف التسعينيات وإلى غاية عام 2012، لم يصدر أي نص قانوني ينظم ممارسة هذا النشاط الإعلامي، وبصدور القانون العضوي للإعلام 05/12 في 12 جانفي 2012 تمت الإشارة لأول مرة للصحافة الإلكترونية، بعد دعوات مستمرة من الأسرة الإعلامية على ضرورة وضع إطار قانوني ينظم الصحافة الإلكترونية في كل من المواد (67-68-71-73-115) كما أن التطور التكنولوجي واجتياحه لكل ما هو إعلامي فرض هذه الضرورة التشريعية.[1]

يقصد بالصحافة الإلكترونية في مفهوم القانون العضوي، كل خدمة اتصال مكتوب عبر الأنترنت موجهة للجمهور أو فئة منه، وينشر بصفة مهنية من قبل شخص طبيعي أو معنوي، يخضع للقانون الجزائري ويتحكم في محتواه الافتتاحي، [2] وكما هو موضح اشترط هذا النص القانوني الاحترافية لإصدار الصحف الإلكترونية في الجزائر، فالصحف التي يصدرها هواة على الأنترنت لا تدخل ضمن تنظيم هذا القانون.

بينت المادة 68 أن نشاط الصحافة المكتوبة على الأنترنت يتمثل في إنتاج مضمون أصلي موجه للصالح العام بصفة منتظمة، ويتكون من أخبار ذات قوالب صحفية، [3] كما نصت المادة 71 على المجالات التي يجب على الصحافة الإلكترونية احترامها والتي سبق ذكرها في المادة الثانية وعددها 11، نذكر منها احترام الدستور وقوانين الجمهورية، الدين الإسلامي وباقي الأديان، مهام والتزامات الخدمة العمومية.

الانتقاد الذي وجه إلى هذه المادة من قبل المراقبين أنها غير واضحة وفضفاضة، الأمر الذي تستغله السلطة في محاكمة الصحفيين وتقييد حريتهم في النشر.

---

[1] خيرة خديم، التنظيم القانوني للصحافة الإلكترونية في الجزائر، قراءة في القانون العضوي للإعلام 05/12، جامعة أحمد بن بلة، وهران 1، مجلة الندوة للدراسات القانونية العدد 18، 2018، ص 85.

[2] القانون العضوي للإعلام رقم 05/12، المادة 67.

[3] مزغيش وليد، ناتوري كريم، الإعلام الإلكتروني كأسلوب مستحدث للممارسة الإعلامية في الجزائر، مجلة الدراسات القانونية المقارنة، المجلد 7 العدد 01، 2021، ص 516.

فيما يخص أداب وأخلاقيات المهنة أكدت المادة 73 على أن الصحفي المحترف هو الذي يتتبع الأخبار ويجمعها وينتقي منها ما يصلح ويعيد نشرها عبر الأنترنت، وهذا مثل محاولة لإعطاء أهمية أكبر للمصداقية على السبق الصحفي أكدت في الأخير المادة 115 في باب المسؤولية أن مدير المؤسسة الإعلامية يتحمل مسؤولية ما ينشر إلى جانب كاتب النص نفسه.[1]

قانون الصحافة الإلكترونية 2020:

تم تحديد كيفية ممارسة نشاط الإعلام عبر الأنترنت من خلال المرسوم رقم 20-332 غير أنه لم يقدم أي ضمانات للصحافيين بتحسين أوضاعهم أو هامش الحرية لديهم، وجاءت هذه الخطوة كمحاولة لتنظيم القطاع بعد سنوات من النقاشات المستمرة حول واقع الممارسة الإعلامية عبر الأنترنت، ومحاولة لتطوير المشهد الإعلامي في الجزائر خاصة في ظل التحول الرقمي للصحف.

يأتي إصدار المرسوم الجديد بينما تشهد الساحة الإعلامية الجزائرية جدلا كبيرا حول خطر المواقع الإلكترونية الذي ازداد في السنوات الأخيرة بذرائع مختلفة، فيما تصر الحكومة على أنها تهدف إلى ضبط القطاع فقط ولا تريد المساس بالحريات وضمان حق الإعلام الإلكتروني.[2]

إن إنشاء موقع إخباري إلكتروني إخباري، وفق هذا المرسوم، سواء كان مكتوبا أو للإعلام السمعي البصري، يكون من قبل ممارسي المهنة الذين تقل خبرتهم عن 3 سنوات، ولديهم جنسية جزائرية، ولم يسبق الحكم عليهم في قضايا قذف.[3]

---

[1] خيرة خديم.

[2] بهاء الدين آيت صديق، الصحافة الإلكترونية الجزائرية، عين على الاحترافية وأخرى على محاربة الإشاعات يوم: 2023/04/12، سا/10:55.

Ttps://www. Aps.dz/ar/sante-science-technologie/114230-2021-10-18.

[3] يوسفي فائزة، حماية حق الإعلام الإلكتروني في التشريع الجزائري، مجلة الندوة للدراسات القانونية، العدد 2، 2014، ص 102.

يحرم هذا الشرط الكثير من الصحفيين الذين حوكموا بتهمة القذف من إنشاء مواقع إخبارية، إذ أن هذه التهمة كثيرا ما توجه لمن ينتقد السلطات أو يتحدث عن الفساد كما تم منع الوصول إلى العديد من المواقع الإخبارية على الأنترنت في الجزائر، حيث أقرت السلطات بأنها حجبت اثنين منها على الأقل ودون إخطار مسبق، وهما "مغرب إيمرجنت" "وراديو أم بوست" بانتظار اتخاذ إجراءات المتابعة القضائية ضدهم.

صعوبات الصحافة الإلكترونية في الجزائر:

مرت أكثر من عشر سنوات على أول محاولة للصحافة الإلكترونية الجزائرية إلا أنها ما زالت في مرحلة ابتدائية غير متطورة ولو أن اتجاه الصحف الورقية في النشر الإلكتروني تزايد أكثر ولعل السبب في ذلك هو ظهور مجموعة من الصعوبات والمشاكل شكلت حاجزا أمام تطور هذا النوع الإعلامي الجديد ومن أهم هذه العوائق ما يلي:

– عدم تبلور إدراك كامل لطبيعة الصحافة الإلكترونية وعدم انتشار التقنيات التي تسمح بجذب الزوار للاطلاع على الصحف، فالصحافة الإلكترونية الجزائرية لم تصل بعد إلى مرحلة النص التفاعلي[1]، إذ أن أغلبية الصحف لا يتم تحديثها على مدار الساعة بل هي صحيفة ثابتة خلال 24 ساعة تقريبا ولا يوجد فيها أي تحديد.

– عدم انتشار الوسائل الحديثة بشكل متوفر في الجزائر نظرا للتكلفة الغالية التي تتميز بها هذه الأدوات كالحواسيب الضرورية للاستفادة من خدمات الأنترنت من جهة، ومن جهة أخرى غلاء الساعة الواحدة من الإبحار والبحث في الأنترنت في ظل الانتشار القليل وغير الكافي لمقاهي الأنترنت في الجزائر التي تعاني هي الأخرى من مشاكل وصعوبات خاصة بها.

[1] محمد شطاح، صحافة الأنترنت ومستقبل الصحافة الورقية في الجزائر، جامعة ورقلة الجزائر، 2005، ص 21.

– تعرض المواقع الإلكترونية الجزائرية وبصورة غير آمنة إلى عامل القرصنة خاصة في ظل غياب التأطير القانوني، إذ بلغت نسبة القرصنة على المواقع الجزائرية 85% عام 2005، وهو ما يجعل الجزائر تحتل المرتبة العاشرة عالميا في هذا المجال، وهو ما يتطلب الإسراع في إدخال الخبرة الدولية والاستفادة منها ونقل المعارف والتكنولوجيا المتجددة لضمان تحسين المردودية والاستجابة في ميدان استخدام الأنترنت.

– ما زالت الصحافة الإلكترونية فنية، ونسبة مقروئية الصحف فيها ليس بالرقم الكبير، يعود ذلك إلى طبيعة القارئ في حد ذاته والخصائص التي يتميز بها كإتقان اللغة، أو الاعتياد على مطالعة الصحف الورقية وتفضيلها على الصحف الإلكترونية من حيث المتعة التقليدية وسهولة النقل ومطالعتها في أي مكان دون الالتزام بالبقاء أمام جهاز الكمبيوتر لمعرفة آخر الأخبار والقضايا.

– إلى جانب كون مقروئية الصحف في الجزائر بصفة عامة ضئيلة فما بالك بالصحافة الإلكترونية الحديثة.

– عدم وجود تأطير قانوني خاص بالصحافة الإلكترونية مما يجعل الكثير يستغل هذه الثغرة للهروب من الرقابة والاستفادة من حرية مطلقة في انتقاء واختيار المحتوى والتقنيات التي تخدم مصالحهم، فالمشرع الجزائري تناول هذا الموضوع بالحديث فقط عن الجوانب التقنية المتعلقة بالأنترنت وحدد قواعد لفتح موزعين خواص من خلال مراسيم صادقت عليها الحكومة.

– ضعف رأسمال الصحيفة الإلكترونية التي من الضروري أن تتوفر على أموال ومصادر تمويل متعددة لبقائها، باعتبار أن هذه الوسيلة تعاني من ظروف محيطة بها تجعل من العامل الاقتصادي السبيل الوحيد لحل هذه الشكلة إلا أن مردودية الصحف من خلال الزيارات ضعيفة وغير قادرة على أن تفي بالغرض، في حين يعاني الإشهار الإلكتروني من احتكار المؤسسات الصحيفة الكبيرة فقط.

– ضعف الإرادة لدى المسؤولين بمختلف الصحف الوطنية في جعل الموقع الإلكتروني مهم بنفس اهمية الطبعة الورقية، ذلك أن هؤلاء أنفسهم يعتقدون أن الصحافة الإلكترونية الجزائرية لا تعتبر بديل للصحافة الورقية، واعتبارها النشر الإلكتروني ما هو إلا غزو تكنولوجي فرض على الإعلام الجزائري التطور وتبني هذا النوع الجديد من الإعلام.

– غياب الثقة لدى القارئ الجزائري بالصحافة الإلكترونية الجزائرية بسبب ضعف مصداقيتها نظرا لمشاكل متعلقة بالحماية والملكية الفكرية، وغياب الأمن في المواقع.

– عدم وجود صحفيين مؤهلين لإدارة وتحرير الصحف الإلكترونية الجزائرية.

– الصعوبات التي تعاني منها الأنترنت في حد ذاتها في الجزائر لكون الأنترنت هي الأساس في العمل الصحفي الإلكتروني، ولعلى أهم هذه المشاكل هيمنة شركة اتصالات الجزائر "على الخدمة" إذ أن كل مزودي الأنترنت يعملون تحت الإشراف المباشر للشركة، إلى جانب غلاء أسعار الهاتف الثابت والتي أثرت سلبا على انتشار الأنترنت في الجزائر.

قائمة المراجع:

الكتب باللغة العربية:

1– أبو عيشة فيصل، **الإعلام الإلكتروني**، دار أسامة، عمان، 2010.

2- الخوري هاني شحادة، **تكنولوجيا المعلومات على أعتاب القرن الحادي والعشرين**، مركز الرضا للكمبيوتر، دمشق، 1998.
3- أمين رضا عبد الواحد، **الصحافة الإلكترونية**، ط 1، دار الفجر للنشر والتوزيع، القاهرة، 2007.
4- العباجي عمر موفق بشير، **الإدمان والأنترنت**، دار مجدلاوي للنشر والتوزيع، عمان، 2007.
5- الدنداني عبد المالك ردمان، **الوظيفة الإعلامية لشبكة الأنترنت**، ط1، دار راتب الجامعية، بيروت، 2001.
6- المصري أحمد محمد، **العلاقات العامة ومؤسسات شباب مصر**، مصر، 2000.
7- أقبيق طريف، **الأنترنت المعلومات الشاملة للبشرية جمعاء**، دار الإيمان، دمشق، 1996.
8- المشهداني سعد سلمان، **الصحافة العربية والدولية (المفهوم، الخصائص، المشاكل والاتجاهات)** ط1، دار الكتاب الجامعي، الإمارات العربية المتحدة، 2017.
9- القيسي جمال عبد ناموس، **الأخبار في الصحافة الإلكترونية**، ط 1، دار الفجر ودار النفائس، عمان 2013.
10- النوايسة غالب عوض، **الأنترنت والنشر الإلكتروني**، ط 1، دار أسامة، عمان، 2010.
11- الدليمي عبد الرزاق محمد، **الصحافة الإلكترونية والتكنولوجيا الرقمية**، ط 1، دار الثقافة للنشر والتوزيع، لبنان، 2005.
12- الفيصل عبد الأمير، **الصحافة الإلكترونية في الوطن العربي**، الشروق للنشر والتوزيع، ط1، الأردن، 2006.
13- اللبان شريف درويش، **الصحافة الإلكترونية، دراسات في التفاعلية وتصميم**، ط 1، الدار اللبنانية المصرية، القاهرة، 2005.
14- البياتي ياسر خضير، **الإعلام الجديد الدولة الافتراضية الجديدة**، ط 1، دار صفاء للنشر والتوزيع، عمان، 2014.
15- إبراهيم يسر خالد، **وسائل الإعلام الإلكترونية ودورها في الإنماء المعرفي**، ط 1، دار الفجر العراق، دار النفائس، الأردن، 2014.
16- ساري حلمي خضر، **ثقافة الأنترنت دراسة في مواقع التواصل الاجتماعي**، ط 1، دار مجدلاوي للنشر والتوزيع، الأردن، 2005.
17- سعيد سعاد جبر: **سيكولوجية الاتصال الجماهيري**، ط 1، عالم الكتب الحديث، عمان، 2008،
18- شمو علي محمد، **الاتصال الدولي والتكنولوجيا الحديثة**، مطبعة ومكتبة الإشعاع، الإسكندرية، 2008.
19- شطاح محمد، **قضايا الإعلام في زمن العولمة بين التكنولوجيا والإيديولوجية**، دار الهدى للطباعة والنشر والتوزيع، الجزائر، 2006.

20-شريطي مراد فوزي، **التدوين الإلكتروني والإعلام الجديد**، ط 1، دار أسامة للنشر، عمان، 2015.
21-سعيد عبد الغني أمين، **وسائل الإعلام الجديدة والموجة الرقمية الثانية**، ط 2، دار إيتارك للنشر والتوزيع، القاهرة، 2008.
22-شطاح محمد، **صحافة الأنترنت ومستقبل الصحافة الورقية في الجزائر**، جامعة ورقلة، الجزائر، 2005.
23-صلاح سالم محمد، **العصر الرقمي وثورة المعلومات: دراسة في نظم المعلومات وتجديد المجتمع**، دار الكتاب، مصر، 2008.
24-صلاح محمد عبد الحميد، **الإعلام الجديد**، ط 1، مؤسسة طيبة للنشر والتوزيع، القاهرة، 2011.
25-شفيق حسنين، **الإعلام الإلكتروني بين التفاعلية والرقمية**، ط 1، رحمة براس للطباعة والنشر، 2007.
26-صبطي عبيدة، **الإعلام الجديد والمجتمع**، دار الكتب المصرية، مصر، 2018.
27-عبد الحميد محمد، **الاتصال والإعلام على *شبكة* الأنترنت**، عالم الكتب، القاهرة، 2007.
28-عباس ناجي حسن، **الوسائط المتعددة في الإعلام الإلكتروني**، ط 1، دار صفاء للنشر والتوزيع، عمان، 2016.
29-عباس ناجي حسن، **الصحفي الإلكتروني**، ط 1، دار صفاء للنشر والتوزيع، عمان، 2012.
30-لعقاب محمد، **وسائل الإعلام والاتصال الرقمية**، ط 1، دار هومة، الجزائر، 2007.
31-فرحان فيصل علي، **المؤسسات الإعلامية في عصر تكنولوجيا** المعلومات، المكتب الجامعي الحديث، د م ن، 2005.
32-عبد الحميد محمد، **دراسات الجمهور في بحوث الإعلام**، ط 1، عالم الكتب، القاهرة، 1993.
33-لعياضي نصر الدين، **الصحافة الجزائرية في بيئة الواب**، ارهاصات التغيير، كلية علوم الإعلام والاتصال، جامعة الجزائر 3.
34-الخالدي محمد محمود، **التكنولوجيا الإلكترونية**، ط 1، دار كنوز المعرفة، عمان، 2007.
35-الشريف سامي، **الإذاعات والقنوات المتخصصة**، ط 1، د.م.ن، القاهرة، 2009.
36-بخيت السيّد، **الصحافة والأنترنت**، دار العربي للنشر والتوزيع، القاهرة، 2000.
37-بن صغير زكريا، **مهارات استخدام الأنترنت في العمل الصحفي**، دار الخلدونية، الجزائر، 2016.
38-بخيت السيد، **الأنترنت كوسيلة اتصال جديدة، الجوانب الإعلامية والصحفية والتعليمية والأخلاقية**، ط 1، دار الكتاب الجامعي، الإمارات العربية، 2012.

39-بن خرف الله الطاهر وآخرون، **الوسيط في الدراسات الجامعية**، ج 1، دار هومة الجزائر، 2002.
40-تربان ماجد سالم، **الأنترنت والصحافة الإلكترونية رؤية مستقبلية**، ط 1، الدار المصرية اللبنانية، القاهرة، 2008.
41-بيل جيتس، **المعلوماتية بعد الأنترنت**، ترجمة عبد السلام رضوان، عالم المعرفة، المجلس الوطني للثقافة والفنون والآداب، الكويت، 1998.
42-حسني محمد نصر، **الأنترنت والإعلام والصحافة الإلكترونية**، ط 1، مكتبة الفلاح للنشر والتوزيع، بيروت، 2003.
43-حسن أحمد، **الكمبيوتر ابتكارات مستمرة**، مكتبة الأفق، لبنان، 2006.
44-حسن عباس ناجي، الصحفي الإلكتروني، دار صفاء للنشر والتوزيع، ط 1، عمان، 2012.
45-حسين علي الفلاحي، **الإعلام التقليدي والإعلام الجديد**، غيداء للنشر والتوزيع، عمان، 2013.
46-حمدي محمد الفاتح وآخرون، **تكنولوجيا الاتصال والإعلام الحديثة الاستخدام والتأثير**، ط 1، كنوز الحكمة للنشر والتوزيع، الجزائر، 2011.
47-خطاب فارس حسن، **القضايا الرقمية وتطبيقاتها الإعلامية**، ط 1، دار أسامة للنشر والتوزيع، عمان، 2012.
48-خوجة أشرف فهمي، **الإخراج الصحفي والصحافة الإلكترونية**، دار المعرفة الجامعية، مصر، 2011.
49-خلف عبد الله جليلة، **الوظيفة الإخبارية للبوابات الإلكترونية**، ط 1، دار الكتاب الجامعي، EAU، 2014.
50-دليو فضيل، **الاتصال مفاهيمه نظرياته ووسائله**، دار الفكر للنشر والتوزيع، القاهرة، 2003.
51-رشتي جيهان أحمد، **الأسس العلمية لنظريات الإعلام**، دار الفكر العربي، القاهرة، 1985.
52-نصر حسني محمد، **الأنترنت والإعلام والصحافة الإلكترونية**، ط 1، مكتبة الفلاح للنشر والتوزيع، 2003.
53-ناصر سعود رحامنة، **الصحافة الإلكترونية**، الاتجاهات الإعلامية الحديثة، ط 1، عمان، 2015.
54-محمد منار فتحي، **تصميم مواقع الصحف الإلكترونية**، ط 1، دار العالم العربي القاهرة، 2011.
55-موسى بيرق حسين، **فن الإخراج الصحفي لمواقع الجرائد الإلكترونية**، ط 1، دار غيداء للنشر والتوزيع، عمان، 2015.

56-كنعان عبد الفتاح، **الصحافة الإلكترونية في ظل الثورة التكنولوجية**، دار اليازوري، عمان، 2014.

57-فرنسوا لسلي، نقولا ماركيز، ترجمة فؤاد شاهين، **وسائل الاتصال المتعددة "ملتيميديا**، دار عويدات للنشر والطباعة، ط 1، لبنان، 2001.

المجالات باللغة العربية:

- محمد سلامة، الصحافة الإلكترونية، السلطة الخامسة، **مجلة الفن الإذاعي**، اتحاد الإذاعة والتلفزيون، العدد 197، جانفي 2010.
- صابي فاطمة، تأثير تقنيات النشر الإلكتروني على أداء القائم بالاتصال في الصحافة الإلكترونية، **مجلة العلوم الاجتماعية والإنسانية**، المجلد 10، عدد 01، سنة 2020.
- خالد منصر، دور الصحافة الإلكترونية في تكوين الرأي العام – مقاربة نظرية – **مجلة تاريخ العلوم**، العدد 11، جامعة خنشلة، الجزائر، 2018.
- محمد الفاتح حمدي، واقع الصحافة الإلكترونية وأثرها على مستقبل الصحافة الورقية، **مجلة التراث**، جامعة زيان عاشور، الجلفة، العدد 7، 2015.
- رمزي جاب الله، الصحافة الإلكترونية وأثرها على مقروئية الصحافة الورقية، **مجلة الآداب والعلوم الإنسانية**، جامعة باتنة، العدد 09، 2012.
- محمد حمدان، الموسوعة الصحفية العربية، المنظمة العربية للثقافة والتربية والعلوم، تونس، 2005.
- خيرة خديم، التنظيم القانوني للصحافة الإلكترونية في الجزائر، جامعة أحمد بن بلة، وهران 1، **مجلة الندوة للدراسات القانونية**، العدد 18، 2018.
- مزغيش وليد، ناتوري كريم، الإعلام الإلكتروني كأسلوب مستحدث للممارسة الإعلامية في الجزائر، **مجلة الدراسات القانونية المقارنة**، المجلد 7، العدد 01، 2021.
- يوسفي فائزة، حماية حق الإعلام الإلكتروني في التشريع الجزائري، **مجلة الندوة للدراسات القانونية**، العدد 02، 2014.

الملتقيات والندوات العلمية:

- جاسم محمد الشبح جابر: الصحافة الإلكترونية العربية المعايير الفنية والمهنية، أبحاث المؤتمر الدولي، الإعلام الجديد تكنولوجيا جديدة لعالم جديد، جامعة البحرين 7-9 أفريل 2009.
- أميمة محمد عمران، الأداء المهني للقائم بالاتصال في الصحافة الإلكترونية المصرية، مؤتمر الإعلام وقضايا الإصلاح في المجتمعات العربية، جامعة القاهرة، 7-9 جويلية 2009.
- سعيد محمد الغريب النجار، التفاعلية في الصحف العربية على الأنترنت، المؤتمر الدولي: الإعلام الجديد تكنولوجيا جديدة لعالم جديد، جامعة البحرين 7-9 أفريل، 2009.
- أحمد عبد الهادي، الصحافة الإلكترونية والورقية، ندوة نقابة الصحفيين المصريين، 2004.

- الصحافة العربية اليومية في العصر الرقمي: ندوة مجلة العربي، الثقافة العربية وآفاق النشر الإلكتروني، الكويت، 21 أفريل، 2001.
- محمد شطاح، الأنترنت ومستقبل الصحافة الورقية في الجزائر، ورقة بحث مقدمة لمؤتمر صحافة الأنترنت في العالم العربي، الواقع وتحديات الشارقة، 2005.

الرسائل الجامعية:

- محمد الفاتح حمدي، استخدامات النخبة للصحافة الإلكترونية وانعكاساتها على مقروئية الصحف الورقية، رسالة ماجستير، قسم علوم الإعلام والاتصال، كلية الحقوق، جامعة باتنة، 2010.
- الدرداني عبد الملك، مقروئية الصحف الورقية في ظل منافسة الصحافة الإلكترونية، دراسة ميدانية للصحف اليمنية، كلية الإعلام، مجلة الباحث الإعلام، العدد 32، جامعة صنعاء، د.س.ن.
- جاسم محمد الشيخ جابر، الصحافة الإلكترونية العربية المعايير الفنية والمهنية – دراسة تحليلية لعينة من الصحف الإلكترونية العربية، كلية العلوم التطبيقية، سلطة عمان.
- محمد مليك، النشر الإلكتروني ومستقبل الصحافة المطبوعة، دراسة نظرية وصحفية، جامعة الجزائر، 2005-2006.
- عمار رابح، الأشكال التفاعلية في مواقع الصحافة الإلكترونية، جامعة أحمد بن بلة 1، وهران.

الكتب باللغة الأجنبية:

Yannik estienne, le journaliste après internet, L'Harmattan, Paris 2000.

المجلات باللغة الأجنبية:

Seferry,R.young, an analys of washing post, com's live on line journal of electronic publishing, vol 5, n°1, 2000.

الرسائل الجامعية باللغة الأجنبية:

Taibi Fatima Zohra, la publicité virtuelle en Algérie, enjeux, usages et effets, thèse de doctorat, université de Paris VIII, 2001.

المواثيق والمراسيم:

- القانون العضوي للإعلام رقم 05/12

الويبوغرافيا:

1- بهاء الدين آيت صديق، الصحافة الإلكترونية الجزائرية، عين على الاحترافية وأخرى على محاربة الإشاعات: الرابط

https://www.aps.dz.sante-science-technologie114230-2021-10-18-14

2- نجاح العلي – الصحافة الإلكترونية – النشأة والمفهوم، الرابط:

https://www.ahewar.org/debat/show.art.asp?aid=166990

فهرس المحتويات

تمهيد 01
1- أهمية الأنترنت كوسيلة إعلامية 02
- مفهوم الأنترنت 02
- نشأة الأنترنت وتطورها 05
- الوظائف الإعلامية لشبكة الأنترنت 08
- خدمات الأنترنت 14
- مزايا وعيوب الأنترنت 17
2- الصحافة الإلكترونية 19
- مفهوم الصحافة الإلكترونية 19
- نشأة الصحافة الإلكترونية في العالم 23
3- خصائص الصحافة الإلكترونية 31
4- أنواع الصحافة الإلكترونية 38
5- عناصر الصحافة الإلكترونية 42
6- نماذج الصحافة الإلكترونية 44
7- العلاقة بين الصحافة الورقية والصحافة الإلكترونية 47
8- القائم بالاتصال في الصحافة الإلكترونية 51
- خصائص عمل القائم بالاتصال في كل من الصحافة الإلكترونية والصحافة التقليدية 52
9- جمهور الصحافة الإلكترونية 57
- مفهوم الجمهور 57
- خصائص جمهور الصحافة الإلكترونية 58
- التفاعلية والجمهور في الصحافة الإلكترونية 60
- مراحل تكوين جمهور الصحافة الإلكترونية 62
- عيوب الصحافة الإلكترونية 64
10- الصحافة الإلكترونية في الوطن العربي 66
- مراحل تطور الصحافة الإلكترونية العربية 67
- مشاكل الصحافة الإلكترونية في الوطن العربي 69
- الاتجاهات المستقبلية للصحافة الإلكترونية العربية 69
11- الصحافة الإلكترونية في الجزائر 70
- عوامل ظهور الصحافة الإلكترونية في الجزائر 72

- مراحل تطور الصحافة الإلكترونية في الجزائر 74
- صعوبات الصحافة الإلكترونية في الجزائر..... 82