



الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية

وزارة التعليم العالي والبحث العلمي

جامعة صالح بونيدر - قسنطينة 3-

كلية علوم الإعلام والاتصال والسمعي البصري.

قسم الصحافة المكتوبة

رقم التسجيل/.....

الرقم التسلسلي/.....

استخدامات الوسائط المتعددة في الصحافة الإلكترونية الجزائرية

-دراسة تحليلية وميدانية-

مذكرة لنيل شهادة دكتوراه علوم في علوم الإعلام والاتصال.

تخصص: صحافة مكتوبة.

إشراف:

أ.د: فضيل دليو

إعداد:

نعيمة برنيس

تاريخ المناقشة:

رئيسا	جامعة أم بواقي
مشرفا ومقررا	جامعة قسنطينة 3
عضوا	جامعة سوق أهراس
عضوا	جامعة قسنطينة 3
عضوا	جامعة سطيف 2
عضوا	جامعة سطيف 2

لجنة المناقشة:

أستاذ التعليم العالي	-أ.د/ صالح بن نوار
أستاذ التعليم العالي	-أ.د/ فضيل دليو
أستاذ التعليم العالي	-أ.د/ طيب صيد
أستاذ محاضر « أ »	-د/ وداد سميثي
أستاذ محاضر « أ »	-د/وليدة حدادي
أستاذ محاضر « أ »	-د/اليامين بودهان

السنة الجامعية: 2018/2017



# دعاء

اللهم لا تجعلنا نصاب بالغرور إذا نجعنا، ولا باليأس إذا فشلنا

وذكرنا دائما أن الفشل هو التجربة التي تسبق النجاح

اللهم إذا أعطيتنا نجاحا، فلا تأخذ تواضعنا

وإذا أعطيتنا تواضعا، فلا تأخذ اعتزازنا بكرامتنا.

يا رب إذا أسأنا للناس فامنحنا شجاعة الاعتذار

وإذا أساء الناس إلينا فامنحنا شجاعة العفو

أمين يا رب العالمين

# شكر وعرفان

الحمد لله رب العالمين، والصلاة والسلام على سيد المرسلين محمد بن عبد الله وعلى

آله وصحبه أجمعين .. أما بعد

قال رسول الله صلى الله عليه وسلم: "من اصطنع إليكم معروفًا فجازوه، فإن عجزتم عن مجازاته فادعوا له، حتى تعلموا أنكم قد شكرتم، فإن الشاكر يجب الشاكرين". رواه

الطبراني .

لا يسعني في هذا المقام إلا أن أتقدم بالشكر الجزيل والعرفان الجميل للأستاذ الدكتور الفاضل "فضيل دليو"، على توجيهاته الدقيقة وإرشاداته القيمة، وعلى أخلاقه النبيلة وتعامله الراقى، فجزاه الله خير الجزاء وجعله ذخرا للبلاد والعباد. كما أتوجه بشكري الجزيل إلى كل من قدم لي يد المساعدة لإتمام هذا العمل المتواضع من قريب أو من بعيد، وأسأل الله أن يكون هذا الجهد لبنة في صرح النهضة العلمية في مجال علوم الاتصال وأن ينفع به، والشكر من بعد ومن قبل لله رب العالمين.

ن، م، ب

## فهرس المحتويات

الصفحة	الموضوع
أ.....	مقدمة.....
	<b>الفصل الأول: تحديد موضوع الدراسة</b>
17.....	1- تحديد مشكلة الدراسة.....
29.....	2- أسباب اختيار موضوع الدراسة.....
32.....	3- أهمية الدراسة.....
34.....	4- تحديد المفاهيم.....
53.....	5- الدراسات السابقة.....
73.....	6- الإطار النظري لموضوع الدراسة.....
	<b>الفصل الثاني: توظيف الوسائط المتعددة في الصحافة الإلكترونية.</b>
	<b>المبحث الأول: الإعلام الإلكتروني ...مدخل عام</b>
103.....	1- نشأة وتطور الإعلام الإلكتروني.....
107.....	2- خصائص الإعلام الإلكتروني.....
109.....	3- أهمية الإعلام الإلكتروني.....
110.....	4- بيئة الإعلام الإلكتروني.....
112.....	5- أشكال الإعلام الإلكتروني.....
118.....	6- مزايا وعيوب الإعلام الإلكتروني.....
	<b>المبحث الثاني: الوسائط المتعددة، نشأتها، عناصرها، تطبيقاتها.</b>
122.....	1- التطور التاريخي للوسائط المتعددة.....
124.....	2- خصائص الوسائط المتعددة.....
127.....	3- عناصر الوسائط المتعددة.....
132.....	4- إنتاج برامج الوسائط المتعددة.....
141.....	5- تطبيقات الوسائط المتعددة.....
144.....	6- مستقبل الإعلام في ظل الوسائط المتعددة.....
151.....	7- الوسائط المتعددة وتصميم مواقع الويب.....

المبحث الثالث: مدخل عام الى الصحافة الإلكترونية

- 1- تاريخ الصحافة الإلكترونية.....163
- 2- خصائص الصحافة الإلكترونية.....174
- 3- أنواع الصحافة الإلكترونية.....177
- 4- خدمات مواقع الصحف الإلكترونية.....181
- 5- تحرير واخراج الصحف الإلكترونية.....186
- 6- التأثيرات الايجابية والسلبية للصحافة الإلكترونية.....196

المبحث الرابع: واقع الصحافة الإلكترونية في الجزائر

- 1- دخول الانترنت إلى الجزائر.....199
- 2- نشأة الصحافة الإلكترونية في الجزائر.....211
- 3- خصائص الصحافة الإلكترونية في الجزائر.....216
- 4- أنواع الصحافة الإلكترونية في الجزائر.....216
- 5- قوانين الصحافة الإلكترونية في الجزائر.....218
- 6- الصعوبات التي تواجه الصحافة الإلكترونية في الجزائر.....220

الفصل الرابع: الدراسة التحليلية والميدانية للدراسة

- 1- الإجراءات المنهجية للدراستين التحليلية والميدانية.....224
- 2- عرض تحليل بيانات الدراسة التحليلية.....233
- 3- عرض تحليل بيانات الدراسة الميدانية.....380
- 4- النتائج العامة للدراستين التحليلية والميدانية.....446
- خاتمة.....463
- التوصيات والمقترحات.....465
- قائمة المراجع.....469

الملاحق.

ملخص باللغة العربية.

ملخص باللغة الفرنسية.

ملخص باللغة الانجليزية.



### فهرس الجداول والأشكال

الصفحة	عنوان الجدول أو الشكل	الرقم
78	عملية تدفق المعلومات حسب نموذج بيرلو .	01
82	فئات الأفراد المتبنين للمستحدثات التكنولوجية ودرجة الميل إلى التجديد.	02
87	نموذج روجر وشوميكر في عملية اتخاذ القرارات التجديدية.	03



112	استخدام مصطلح الوسائط المتعددة.	04
115	مكونات الوسائط المتعددة.	05
130	القواعد الأساسية لتخطيط الصفحة الالكترونية.	06
149	آراء الباحثين حول معايير تقييم جودة المواقع الالكترونية.	07
179	تنظيم عناصر المادة الاعلامية.	08
207	يبين عناوين الصحف الحزبية الجزائرية بعد صدور قانون الإعلام لعام 1999.	09
230	مفردات عينة الدراسة التحليلية للصحف الالكترونية الجزائرية حسب عينة الاسبوع الصناعي.	10
232	استخدام عنصر النص في مواقع الصحف الالكترونية مجال الدراسة.	11
234	استخدام عنصر الصورة في مواقع الصحف الالكترونية مجال الدراسة.	12
235	استخدام عنصر الفيديو في مواقع الصحف الالكترونية مجال الدراسة.	13
237	استخدام عنصر الصوت في مواقع الصحف الالكترونية مجال الدراسة.	14
239	استخدام عنصر الرسوم في مواقع الصحف الالكترونية مجال الدراسة.	15
240	استخدام إجمالي عناصر الوسائط المتعددة في مواقع الصحف الالكترونية.	16
242	مكان تموقع عناصر الوسائط المتعددة في مواقع الصحف الالكترونية مجال	17
243	الفنون الصحفية التي تبرز من خلالها عناصر الوسائط المتعددة في الالكترونية مجال الدراسة.	18
248	نوعية المضامين الإعلامية التي تبرز من خلالها عناصر الوسائط المتعددة في مواقع الصحف الالكترونية مجال الدراسة.	19
251	التزام مواقع الصحف الالكترونية بتحقيق معيار الموضوعية.	20
253	التزام مواقع الصحف الالكترونية بتحقيق بمعيار التغطية.	21
255	التزام مواقع الصحف الالكترونية بمعيار الدقة.	22
257	التزام مواقع الصحف الالكترونية بمعيار السلطة الفكرية.	23
259	التزام مواقع الصحف الالكترونية بمعيار الفهرس.	24
260	التزام مواقع الصحف الالكترونية بتحقيق معيار الاتساق.	25
262	التزام مواقع الصحف الالكترونية بتحقيق معيار الروابط والوصلات.	26
265	عناصر الإبراز المستخدمة في مواقع الصحف الالكترونية مجال الدراسة.	27
268	نوعية النص المستخدم في مواقع الصحف الالكترونية.	28
274	نوعية الصورة المستخدمة في مواقع الصحف الالكترونية.	29



278	نوعية الفيديو المستخدم في مواقع الصحف الالكترونية.	30
280	نوعية الصوت المستخدم في مواقع الصحف الالكترونية.	31
283	نوعية الرسوم المستخدمة في مواقع الصحف الالكترونية.	32
285	المقارنة بين أكثر الوسائط المتعددة استخداما في مواقع الصحف الالكترونية.	33
289	خطوات إعداد النص المكتوب للوسائط المتعددة في مواقع الصحف الالكترونية.	34
293	نوع النص المعتمد من طرف مواقع الصحف الالكترونية مجال الدراسة.	35
295	عيوب اختيار الخط في الوسائط المتعددة في مواقع الصحف الالكترونية.	36
299	معايير تصميم النص الفائق في مواقع الصحف الالكترونية مجال الدراسة.	37
302	معايير اعتماد الألوان في برامج الوسائط المتعددة في مواقع الصحف الالكترونية.	38
304	هدف مواقع الصحف الالكترونية من توظيف الألوان على الصفحات.	39
307	نوع الألوان المستخدمة في مواقع الصحف الالكترونية مجال الدراسة.	40
308	ايجابيات الفواصل والجداول في مواقع الصحف الالكترونية مجال الدراسة.	41
310	عيوب الفواصل والجداول في مواقع الصحف الالكترونية مجال الدراسة.	42
311	نوعية الصور في مواقع الصحف الالكترونية مجال الدراسة.	43
313	معايير استخدام صور الوسائط المتعددة في مواقع الصحف الالكترونية.	44
316	وظيفة صور الوسائط المتعددة في مواقع الصحف الالكترونية مجال الدراسة.	45
318	عيوب صور الوسائط المتعددة في مواقع الصحف الالكترونية مجال الدراسة.	46
321	نوع الصوت المستخدم في مواقع الصحف الالكترونية محل الدراسة.	47
322	مجال استعمال الصوت في مواقع الصحف الالكترونية مجال الدراسة.	48
324	احترام معايير عنصر الصوت في مواقع الصحف الالكترونية مجال الدراسة.	49
325	وظائف الفيديو في مواقع الصحف الالكترونية مجال الدراسة.	50
327	معايير فيديو الوسائط المتعددة في مواقع الصحف الالكترونية مجال الدراسة.	51
329	الهدف من استخدام الرسوم في مواقع الصحف الالكترونية مجال الدراسة.	52
332	معايير وضع الرسوم المتحركة في مواقع الصحف الالكترونية مجال الدراسة.	53
334	وظائف عناصر الوسائط المتعددة في مواقع الصحف الالكترونية مجال الدراسة.	54
338	ثبات مساحة الهوية في مواقع الصحف الالكترونية مجال الدراسة.	55
342	ثبات مساحة الإبحار في مواقع الصحف الالكترونية مجال الدراسة.	56
345	ثبات مساحة العرض الخاص في مواقع الصحف الالكترونية مجال الدراسة.	57
347	زمن التحديث في مواقع الصحف الالكترونية مجال الدراسة.	58



350	طبيعة الأرشيف في مواقع الصحف الالكترونية مجال الدراسة.	59
352	سرعة تحميل الصفحة الرئيسية في مواقع الصحف الالكترونية مجال الدراسة.	60
356	البناء العام للمواقع الالكترونية مجال الدراسة.	61
359	أساليب والمستويات وأنماط التفاعلية في برامج الوسائط المتعددة.	62
362	تعدد الخيارات المتاحة أمام المستخدم.	63
366	الجهد المبذول قبل المستخدم في الصحف الالكترونية مجال الدراسة.	64
367	أدوات بعد استجابة المواقع الالكترونية مجال الدراسة للمستخدم.	65
369	استخدام مواقع الدراسة لأدوات بعد امكانية الاتصال من قبل المستخدمين.	66
372	استخدام مواقع الدراسة لأدوات تسهيل الاتصال مع المستخدمين.	67
373	استخدام مواقع الدراسة لبعد سهولة إضافة معلومات من قبل المستخدم.	68
378	الخدمات الالكترونية التي تقدمها مواقع الصحف مجال الدراسة باستخدام الوسائط المتعددة.	69
381	عدد الصحفيين العاملين في الصحف الالكترونية الجزائر حسب متغير الجنس.	70
382	عدد الصحفيين العاملين في الصحف الالكترونية الجزائرية حسب متغير السن.	71
384	عدد العاملين في الصحف الالكترونية الجزائرية حسب متغير الخبرة في العمل.	72
385	عدد العاملين في الصحف الالكترونية الجزائرية وفق متغير اللغة المتقنة.	73
386	رأي الصحفيين العاملين في الصحف الالكترونية الجزائرية في التحول من الإعلام التقليدي إلى الالكتروني.	74
388	ايجابيات وسلبيات الإعلام الالكتروني من وجهة نظر صحفي الصحف الالكترونية	75
393	السمات الشكلية المميزة للصحف الالكترونية الجزائرية من وجهة نظر الصحفيين.	76
396	مقارنة إخراج الصحف الالكترونية الجزائرية بالعالمية.	77
399	أسباب احترافية الإخراج الصحفي الالكتروني في الصحف الالكترونية الجزائرية وعدمه.	78
403	معايير اختيار المصممين المتميزين في الصحف الالكترونية الجزائرية.	79
404	معايير اختيار برامج التصميم في الصحف الالكترونية الجزائرية.	80
407	هدف الصحف الالكترونية الجزائرية من الاعتماد على الوسائط المتعددة.	81
410	تعامل الصحفيين مع الوسائط المتعددة.	82
412	اعتماد الصحفيين على الوسائط المتعددة في انجاز العمل الإعلامي.	83
414	الصحفيين وإستراتيجية التعامل مع الوسائط المتعددة في العمل الصحفي.	84



416	الاعتماد على الوسائط المتعددة ضروري لإنجاح مواقع الصحف الالكترونية الجزائرية.	85
419	إيجابيات وسلبيات الوسائط المتعددة بالنسبة للصحفيين من وجهة نظر الصحفيين.	86
423	تفاعل الصحفيين مع المستخدمين في الصحف الالكترونية الجزائرية.	87
425	طرق التفاعل بين الصحفيين والمستخدمين في الصحف الالكترونية الجزائرية.	88
429	مستويات التفاعل على مواقع الصحف الالكترونية الجزائرية.	89
430	تأييد الصحفيين العمل بالوسائط المتعددة كضرورة حتمية.	90
431	طرق استغلال الوسائط المتعددة لتحقيق النجاح للموقع الالكتروني.	91
435	البيئة التكنولوجية المعتمدة في الصحف الالكترونية الجزائرية.	92
435	أبعاد توظيف الوسائط المتعددة في العمل الصحفي.	93
437	عوائق الاستفادة من عناصر الوسائط المتعددة في العمل الصحفي.	94
440	تلقي الدورات التكوينية من طرف الصحفيين في ميدان الوسائط المتعددة.	95
441	أسباب عدم تلقي الدورات التكوينية للصحفيين في مجال الوسائط المتعددة.	96
442	مستقبل الصحف الالكترونية في ظل الوسائط المتعددة.	97
443	التقييم الايجابي لمستقبل الصحف الالكترونية في ظل الوسائط المتعددة.	98
444	أسباب تدني مستقبل الصحف الالكترونية الجزائرية في ظل الوسائط المتعددة.	99



# مقدمة

## مقدمة

شهد النصف الثاني من القرن العشرين من أشكال التكنولوجيا ما يتضاءل أمامه كل ما تحقق في عدة قرون سابقة، ولعل أبرز مظاهر التكنولوجيا ذلك الاندماج الذي حدث بين ظاهرتي تفجر المعلومات وثورة الاتصال، ويتمثل المظهر البارز لتفجر المعلومات في استخدام الحاسب الالكتروني



في تخزين واسترجاع خلاصة ما أنتجه الفكر البشري في أقل حيز متاح وبأسرع وقت ممكن. وقد كانت أجهزة الكمبيوتر العامل الأساسي للتغيير خلال السنوات الثلاثين الماضية، نظرا لأهميتها ووضعها شديد التأثير في المجتمع، لما لها دور بارز في تطوير وتقديم مجالات عديدة.

أما ثورة الاتصال فقد تجسدت في استخدام الأقمار الصناعية، ونقل الأنباء والبيانات والصور عبر الدول والقارات بطريقة فورية، مركبة البعد الاتصالي للانترنت، حيث تتوافر على خصائص متقدمة واستثنائية تختلف وتتميز عن خصائص وسائل الاتصال التقليدية المعروفة، وفتح الباب للمعلوماتي والاتصالي أمام المطلب الإنساني بشكل رحب ولا نهائي، وتنمية الإمكانيات المادية والفعالية والتصورية للإنسان المعاصر من خلال التنوع في الأشكال الاتصالية التي تتم عبر الانترنت، وقد صار انتشار الانترنت عالميا على نحو شامل لكل جوانب حياة الإنسان المعاصر بدءا من أعلى الهرم السياسي للدول ومؤسساتها المختلفة مروراً بالجامعات ومراكز البحث العلمي حتى الجانب العائلي والشخصي الخاص لهذا الإنسان الذي أصبح من الصعب عليه الانفكاك عن مجتمع الانترنت أو العيش خارجه تماما، لما للانترنت من عمق التأثير وفعاليتها وقد كان ميدان الإعلام والاتصال من أول الميادين التي استفادت من الانترنت وظفت إمكانياته الواسعة ودخلت عالمه الافتراضي، إذ حرصت وسائل الإعلام والاتصال التقليدية كافة على إيجاد مواقع لها ضمن عالم الشبكة الواسعة المنتشرة. فضلا عن ظهور تطبيقات ومنافذ ومواقع إعلامية واتصالية خاصة بالانترنت، وولدت من رحمه إنه الإعلام الإلكتروني.

والإعلام الإلكتروني يمكن توصيفه بأنه الممارسة الإعلامية والاتصالية التي تتم عبر شبكة الانترنت والتي تشمل أنواع التطبيقات الإعلامية والاتصالية للانترنت، منها صحف الانترنت الاحترافية بشكلها وأنماطها المختلفة وصحافة الانترنت التي يحررها الجمهور، ومواقع البث الإذاعي والتلفزيوني، ومواقع وكالات الأنباء الخيرية وخدمات الويب ومواقع المدونات الإلكترونية والمواقع الإخبارية المختلفة وغيرها من الأوجه والمنافذ الإعلامية والاتصالية التي تتيحها شبكة الانترنت، حيث تحولت معها إلى مجال اتصال له مبادئه ونظرياته ومفاهيمه الخاصة كالتفاعلية (interactivity) والاندماج (convergence) والتبادلية (interchangeability) والوسائط المتعددة (Multimedia)، وغيرها من المفاهيم والصفات التي عظمت من الأثر الاتصالي للعملية الإعلامية، وجسدت بشكل واضح الاتصال الحقيقي ليتحول اتجاه التدفق من الرأسي أو العمودي - كما هو سائد في وسائل الإعلام والاتصال الجماهيرية التقليدية - إلى الأفقي أو الدائري، بمعنى تحول اتجاه التدفق



من اتجاه في طريق واحد إلى اتصال متعدد الاتجاهات. وقد أتاح هذا للجمهور التحول من مجرد التحول من مجرد متلقي سلبي إلى مشارك بصورة فاعلية في عملية الاتصال عبر الانترنت من خلال التحول من استهلاك المحتوى إلى العمل على إنتاجه وإرساله في الوقت عينه إلى جمهور متعدد ينشر في انحاء العالم المختلفة.

وفي ظل هذه الثورة حرصت غالبية المؤسسات الصحفية الجزائرية على إنشاء مواقع لصفحتها على الشبكة، وفي هذا الإطار ظهرت الصحف الإلكترونية التي تقوم على تعدد الوسائط. والتي تتيح لمستخدميها إمكانية البحث داخلها وطباعة صفحاتها، وتتيح للصحفيين فرصة كبيرة لتقديم موادهم بطريقة إلكترونية بحتة دون اللجوء إلى الوسائل التقليدية كمحطات البث، والمطابع وغيرها بطرق تجمع بين النص والصورة والصوت، والتي ترفع الحاجز بين المرسل والمستقبل. ويمكن أن يناقش المضامين الإعلامية التي يستقبلها إما مع إدارة المواقع الإلكترونية أو مع مستقبليين آخرين.

فالصحف الإلكترونية اليوم أصبحت تبني تصميماتها بناء على أذواق واهتمامات المستخدم الذي يسعى في المقام الأول للحصول على المعلومات منها، وعلى هذا فإن استخدام الوصلات والموسيقى وطرق الإبحار المختلفة داخل الموقع وأماكن تغير المعلومات تعتبر من العوامل التي يجب أخذها في الاعتبار عند تصميم الموقع، ومن الاعتبارات المهمة أيضا ضرورة الاهتمام بتأثير استخدام الألوان وطرق عرض البيانات، وحجم المادة والمساحات الفارغة والإضاءة والتباين وحجم الصور، إذ تؤثر كل تلك العوامل في هدف تحقيق وضوح الرؤية، وسرعة الاستعراض وسهولة اللغة لأكثر عدد من المستخدمين المتباينين في خلفياتهم وبيئاتهم وقدراتهم على استخدام الكمبيوتر ويرتبط ذلك التقليل بأقصى قدر ممكن من مشكلات بطء الاستعراض وطول الوقت اللازم للانتقال من صفحة لأخرى داخل موقع الصحيفة.

فالصحف الإلكترونية حققت قفزة وثورة كبيرة في عالم الإعلام، حيث مزجت بين خصائص الوسائط الإعلامية الأخرى وخصائصها، واندمجت في مشهد حضاري جديد مبني على أطر تكنولوجيا الوسائط المتعددة، هذه التكنولوجيا التي تجاوزت حدود النص إلى استخدام النص والصورة والفيديو والصوت والرسوم بنوعياتها الثابتة والمتحركة. إذ لا تخلو اليوم مواقع الصحف الإلكترونية من استخدامات الوسائط المتعددة، فيها يكون الموقع أكثر جاذبية وتفاعلية عن غيره الذي يستخدم بعضها فقط أولا يستعملها، مما يجعلها صحيفة ورقية، وهذا يرجع إما جهلا بتقنياتها وتطبيقاتها أو عجزا عن دفع كلفتها المادية المترتبة عن التصميم والتحديث وأجور التقنيين.



وعلى هذا الأساس جاءت دراستنا هذه للبحث في استخدامات الصحافة الالكترونية الجزائرية للوسائط المتعددة، وتحديد رأي الصحفيين فيها من خلال تحديد درجة تبنيها لهذا المستحدث واستفادتهم منها في تقديم أفضل خدمة للجمهور .

ولإحاطة بهذا الموضوع قمنا بتقسيم الدراسة إلى ثلاث فصول توزعت على النحو التالي:

**الفصل الأول:** وتناول تعريف بموضوع الدراسة، من حيث تحديد مشكلة موضوع الدراسة، وطرح تساؤلاتها وفرضياتها وأهدافها، وأهمية اختيار الموضوع، وتحديد المفاهيم وعرض الدراسات السابقة وتقييمها، بالإضافة إلى تحديد النموذج الإرشادي أو البراديجم البنائي الوظيفي للدراسة ونظريتي الاستخدامات الاشباعات وانتشار المبتكرات.

**الفصل الثاني:** وهو البناء النظري الفكري للدراسة وضع بعنوان الاعلام الالكتروني والوسائط المتعددة وضم أربعة مباحث تناول المبحث الأول: الإعلام الالكتروني وتسمياته المتعددة وتاريخه بالإضافة إلى خصائصه وأهميته وبيئته الرقمية وأشكاله، لنخلص إلى مزايا عيوب الإعلام الالكتروني. بينما تناول المبحث الثاني: الوسائط المتعددة عن طريق عرض تطورها التاريخي وخصائصها وأهميتها بالإضافة إلى تحديد العناصر المكونة لها من نص وصورة وصوت وفيديو ورسوم مرورا بمراحل إنتاجها، وتحديد مستقبل الإعلام في ظل الوسائط المتعددة بتحديد انعكاساتها على مختلف الوسائط وعلاقتها الوظيفية في العمل الإعلامي.

في حين تناول المبحث الثالث: الصحافة الالكترونية عن طريق عرض تاريخها، وتحديد خصائصها وأنواعها وخدماتها، إضافة إلى التطرق إلى تحرير وإخراج الصحف الالكترونية وتحديد علاقتها مع الصحافة المطبوعة. أما المبحث الرابع والأخير فقد خصص للصحافة الالكترونية في الجزائر بداية من دخول الانترنت إلى الجزائر ودخول الصحف عالم النشر الالكتروني مرورا بتحديد خصائص هذا النوع في الجزائر وقوانينها وصولا إلى تحديد واقعها وآفاقها في ظل الوضع القائم.

**الفصل الثالث:** وقمنا فيه بضبط المنهجية المتبعة في الدراسة وكافة التدابير الامبريقية للحصول على نتائج علمية من حيث المنهج المتبع وأدواته وتحديد العينة والمجالات، وتحليل استمارات الدراسة من حيث اتباع مؤشراتنا المختلفة، وتحديد مختلف التكرارات والنسب المئوية، لنحصل أخيرا على النتائج النهائية للدراسة.

وفي الأخير نحمد الله تعالى ونسأله التوفيق لإنجاز هذا العمل.

ن.م.ب



# الفصل الأول

## تحديد موضوع الدراسة

- 1- تحديد مشكلة موضوع الدراسة
- 2- أسباب اختيار موضوع الدراسة.
- 3- أهمية الدراسة.
- 4- تحديد المفاهيم.
- 5- الدراسات السابقة.
- 6- الإطار النظري لموضوع الدراسة.

### 1-تحديد مشكلة موضوع الدراسة:

إن جدلية الوجود بين أساليب وتقنيات الاتصال والقنوات التي تمارس منها العملية التواصلية عبر الأزمان، هي التي قادتنا من التواصل الشخصي المباشر إلى استخدام الدخان والنار ونقل المعلومة عبر الحيوانات، وتدوينها وتداولها بواسطة ورق البردي والنقش على الحجر والطين والجدران، مروراً بوسائل الإعلام المطبوع التي اتخذت شكل الكتاب والجريدة والمجلة، وكذا السمعي البصري المتمثل في السينما الإذاعة والتلفاز، إلى أن وصلنا إلى أكبر قفزة تكنولوجية في مجال وسائل الاتصال



والمعلومات، وهي "شبكة المعلومات الدولية" الانترنت، وما صاحبها من قفزات في النشر الإلكتروني، واستخدام هذه الشبكة في البحث العلمي ونقل المعلومات، بحيث أصبحت المعلومات متاحة لاستخدام الناس في أي رقعة من الأرض.

والانترنت هي شبكة اتصال جماهيرية ضخمة جدا وغير مركزية، تربط مجموعة كبيرة من شبكات الحاسب الآلي المنتشرة في أنحاء العالم، حيث تتبع كل شبكة جهة مستقلة مثل الجامعات، ومراكز البحوث والشركات، وتتميز الشبكة بعدم وجود جهة مركزية تديرها أو تحكمها بشكل مباشر، كما تتميز بسرعتها الفائقة وإتاحتها لقدر كبير من الحرية والتفاعلية، فهي وسيلة اتصال جماهيري حديثة لنقل الأخبار والمعلومات الكترونيا عن طريق شبكة الحاسب الآلي المتصلة بالهاتف أو الألياف الضوئية، ويمكن من خلالها نشر واستقبال الأخبار والمعلومات والصور بأسلوب سهل وسريع ومختصر متجاوزا مفهوم حارس البوابة.

فقد أسهمت في تطوير الأداء الصحفي وإيجاد ممارسات صحفية جديدة، ومفاهيم ووسائل إعلامية تكاد تكون بديل حتمي عن وسائل الإعلام التقليدية، حيث أصبحت البيئة التي يفضلها الناشرون ويحبذها الجمهور ويستغلها الصحفيون، ذلك لأنها تتميز بخواص تتفرد بها دون الوسائل الاتصالية الأخرى، منها حرية المشاهدة وإمكانية الحصول على المعلومات وتوزيعها بسهولة ويسر، والتحكم في مساراتها وتوجهاتها ودمج كل الوسائل الإعلامية في مشهد حضاري واحد.

وهذا ما جعل تقارب المعلومات والوسائط الإعلامية بالحدث الذي سيقع في المستقبل القريب واقع بالفعل، فكمبيوترات اليوم يمكنها تداول الصور والفيديو والصوت - كوسائط إعلامية - بالسهولة نفسها التي تتداول فيها الأرقام والحروف، وقد حدث هذا التقارب نتيجة للتزاوج بين الكمبيوترات ووسائل الإعلام، ونتج عنه ما يعرف "بالوسائط أو الوسائل المتعددة"، مما حقق توقعات العالم "نيكولاس نيغروبونتي" حول تقارب تكنولوجيا الإعلام "الصحافة، الإذاعة، التلفزيون "the convergence" عام 1978م في معامل الوسائط بجامعة MIT بالولايات المتحدة الأمريكية، وقال أن "هذا هو مستقبل تكنولوجيا الاتصال"(حسنين شفيق: 2006، 05)، والتي ولدت بالفعل الإعلام المستند للانترنت "Internet based media" أو الإعلام الإلكتروني.

واليوم أصبح من خلال جهاز واحد على المكتب الاتصال بالعالم اتصالا باتجاهين نأخذ ونعطي نرسل ونستقبل، وكل ذلك بالصوت والصورة الثابتة والمتحركة والموسيقى والمؤثرات الصوتية فيرى العلماء أنه يمكن للوسائط المتعددة، ويفضل ما تتوفر عليه من سمات كتحسين الاتصال وإثراء المادة



المقدمة عبرها، عن طريق توفير بيئة متميزة تساعد مستخدمي الانترنت على اكتساب المهارات والخبرات والمعرفة، كما ساعدت الجمهور على التفاعل، والذي يعتبر الهدف الأساسي من بناء المواقع على الشبكة حيث يوفر للمتلقي حرية الاختيار، حرية التجول والمشاركة في تخطيط العرض والتقديم، بما يلبي حاجاتهم المعرفية والوجدانية، وتقدير الاهتمام والتفضيل للمواقع.

مما يؤكد لنا أن قوة تكنولوجيا الكمبيوتر تكمن في كونها تمكنها من إعادة اختراع الأشياء، كما تتيح لنا إمكانية تغيير الطريقة التي تصنع بها الأشياء وتعمل، فوسائل الإعلام لا تملك ذكاء متأسلا، وتطبيق تكنولوجيا الوسائط المتعددة عليها سيجعلها - هي نفسها- تحسن من أدائها لتعيش وتستمر، لأننا في عالم جديد "عالم تكنولوجيا الوسائط المتعددة".

هذا العالم الذي أكد أهميته تحول معظم وسائل الإعلام التقليدية من صحف ومجلات وإذاعات ومحطات تلفاز إلى صحافة وإذاعة وفضائيات تلفزيونية ومواقع الكترونية، وعلى سبيل المثال ما ذكرته الإحصائيات الحديثة في هذا المجال أن 77% من الشعب الأمريكي استخدموا الصحف والمواقع الإلكترونية على الانترنت للتعرف على المستجدات حول الحرب الأمريكية على العراق، خاصة وأن هذه المواقع مثل NEW YORK TIME و CNN تحدث صفحاتها خلال فترات قصيرة جدا تتراوح بين 05 و 10 دقائق ([www.regagar.com/12.05.2014](http://www.regagar.com/12.05.2014)). يمكن الاطلاع عليها وقراءتها أو الاستماع إليها أو مشاهدتها من خلال هذه الوسيلة، فصارت من بين أهم الوسائل الاتصالية الحديثة، وظهرت نتيجة تطور تقنيات الاتصال وكذلك برامج الانترنت مواقع الكترونية ترتبط بشكل أو بآخر بفضائيات وإذاعات إخبارية كموقع CNN وموقع العربية نت، والجزيرة نت وغيرها.

فما يمكننا القول إذن أن ظهور الانترنت قد دفع بالوسائل الإعلامية إلى تطوير قدراتها وأساليب عملها لتبقى في الميدان الإعلامي بكفاءة عالية، حيث ينذر أن تجد وسيلة إعلامية ليس لها وجود الكتروني على الشبكة، مستفيدة من الكم الهائل من المعلومات المتجددة والمتنوعة في جميع الحقول والميادين، وكذلك من سمات الشبكة كالتجول الحر في فضائها، والإبحار غير المنتهي في عالمها، ووجود الروابط ذات الصلة بموضوع البحث أي النص الفائق، واستخدام التقنيات الحديثة في إخراج الصحف الإلكترونية، والاستفادة من تكنولوجيا الوسائط المتعددة، ومن خدماتها الإخبارية بالنص والصورة.

فالاهتمام بالإنترنت بشكل عام وبالإعلام الإلكتروني بشكل خاص قد أخذ بالتنامي -خصوصا في السنوات 10 الأخيرة -، فلقد أتاحت التقنية المتعددة الوسائط أن يكون التلفزيون أداة أكثر شيوعا



تستخدم في المؤتمرات المتلفزة للأعمال والمؤسسات الثقافية والعلمية، وفي الأفلام العائلية المرسلة عبر الانترنت للأقرباء والأصدقاء، والتقارير التلفزيونية للشركات والمؤسسات المنتشرة عبر الشبكة إلى الجمهور مباشرة، هذا بالإضافة للتزاوج الذي حصل بين الحاسب الشخصي والتلفزيوني، والذي نتج عنه ما يسمى بتلفزيون الحاسب الشخصي أو التلفزيون الرقمي أو التفاعلي.

وتحول الجمهور معهما من الاستهلاك السلبي للراديو والتلفزيون إلى استخدام قوة التسجيلات الصوتية والمرئية وجودتها، والمعلومات المعروضة في شبكة الانترنت. كما تتيح الشبكات الرقمية لكل فرد أن يبث برامج إذاعية أو تلفزيونية من دون الحاجة إلى شغل قناة محددة في أوقات محددة.

ولا ننسى الصحافة التي لم تكن هي الأخرى بمنأى عن هذا التطور، وكان لها نصيب من التطور التقني شأنها شأن باقي وسائل الإعلام، فامتزجت مع التكنولوجيا في إطار ما يعرف بال ( . com .com ). وظهر شكل جديد لها وهو الصحافة الالكترونية، التي غزت العالم منذ التسعينيات وأثبتت وجودها وفعالية مواقعها بجدارة، وهذا ما أكدته دراسة أعدتها مجموعة رستون "Reston"، والتي تقول "أن مواقع الصحف العالمية ومواقع المعلومات هي الأكثر نمواً وحركة بين مواقع الانترنت، وهي نتيجة لم تكن متوقعة، والصدارة لـ 10 صحف أمريكية استأثرت بالنصيب الأكبر من الزوار" (رضا عبد الواحد أمين: 2007، 101).

ويعود ذلك لكون أن الراديو لا يقدم سوى الصوت، والتلفزيون منحصر على الصورة والصوت فقط والصحافة المطبوعة مقتصرة على النص، أما الصحافة الالكترونية فهي الوسيلة الوحيدة التي بإمكانها تقديم الثلاثة معاً، بشكل مترابط وفي قمة الانسجام والإفادة المتبادلة، فهي تعتمد بالأساس على التعامل مع المحتوى المخزن رقمياً، والذي يتم فيه جمع وتخزين وبث جميع أشكال المعلومات (النص، الصوت، الصورة) ومن ثم يجعل من السهل أن تضع ملفاً رقمياً على حاسب أو موقع الكتروني بداخله نص أو صوت أو صورة، والتحدي الأكبر أمام الصحفي هنا هو امتلاك مهارات التعامل مع الأدوات والأجهزة السمعية البصرية والمكتوبة، ثم القدرة على تكوين رؤية تستطيع صهر كل هذه المواد في بوتقة واحدة تخدم الجمهور، وتمكنه من بسط نفوذه على المادة المقدمة وعلى عملية الاتصال ككل، وتميز إنتاجه عن إنتاج الشكل المطبوع، فقد بات الخطر المهدد للصحافة الالكترونية هو عدم الاتفاق على مفهومها وطبيعتها، مما يجعل الصحيفة المطبوعة وفنونها هي المسيطر على فكر فريق العمل المسؤول عن الموقع، بشكل يختزل مفهوم الصحيفة الالكترونية إلى مجرد وسيط لنشر ذات الموضوعات التحريرية المطبوعة، كما تختلف تلك المواقع الصحفية فيما بينها في الوعي بأهمية



دورها، فمنها من يرى أن دورها مجرد نشر المادة المطبوعة على الانترنت ليستطيع القارئ في مختلف أنحاء العالم متابعة الصحيفة، ويرى البعض الآخر أن دورها يتعدى هذا المنظور الضيق ليقدّم منظورا تكامليا مع النسخة الورقية، فيقدم الموقع موضوعات متجددة مختلفة عن تلك المطبوعة مما يقدم وظيفة جديدة لموقع الصحيفة، ويشجعها على إدراج ملامح وخصائص جديدة تزيد من تفاعل القارئ مع الموقع لتزيد من ولائه للصحيفة.

وقد كان الاعتماد على الوسائط المتعددة، هو الحل الأمثل لتسهيل التعرض وسرعة نقل الأخبار عن طريق الصورة الثابتة والمتحركة، بالألوان ورسومات الجرافيكس والصوت والمؤثرات السمعية والنصوص الفائقة.... الخ. أي توحيد ذهن المستقبل في وسيلة واحدة فقط، والتي أصبحت سمة غالية المواقع الإعلامية على الشبكة، مستفيدة من مزايا النقل بالصوت والصورة والنص في آن واحد في تحسين المنتج الإعلامي وزيادة فعاليته، فسر جاذبية النشر الإلكتروني إذن يعود إلى هذه التقنية التي تخاطب جميع حواس الإنسان ومداركه العقلية.

وعلى اعتبار أن وسائل الإعلام الإلكترونية بوسائطها المتعددة هي اليوم المتحكم الحقيقي في عملية سير المعلومات، فقد اندفعت المؤسسات الإعلامية الجزائرية والأفراد والفئات المختلفة لاستثمار هذا المورد الاتصالي الهام كأحد أبرز مظاهر الثورة الرقمية في نشر وتبادل المعلومات بأشكالها المتعددة، محاولة تجاوز مشكلة عدم الاكتفاء بإنتاج الوسائل التي قامت عليها أثناء تأسيسها مثل الصحف المطبوعة أو الراديو أو التلفزيون، والتوسع في استخدام الوسائل المتعددة في تقديم المواد الإعلامية من خلال الشبكات باستخدام اثنين أو أكثر من أشكال الوسائل، كل بدافع مواكبة التطور الحاصل في الإعلام العالمي، ومستفيدة من مزايا تكنولوجيا العصر الراهن في تقديم رسائل إعلامية فعالة.

وعلى الرغم من أن المشهد الإعلامي الجزائري لا يعكس نضوجا ملموسا لهذا القطاع، إلا أن هناك علامات واعدة ومبشرة على مستقبل مشرف لإعلام إلكتروني مزدهر، وذلك بناء على ما تم إطلاقه من بوابات إعلامية كصحف الكترونية ومواقع إذاعية وتلفزيونية رقمية ومدونات إعلامية جزائرية، باتت تشكل نواة حقيقية لإعلام إلكتروني صار ينافس الإعلام التقليدي، ويجذب أعدادا كبيرة من المستخدمين ممن لهم القدرة على النفاذ للشبكة العنكبوتية.

والسؤال الرئيسي الذي تطرحه هذه الرسالة يتمثل في محاولة معرفة موقع الصحافة الإلكترونية الجزائرية وتوظيفها للوسائط المتعددة من كل هذه التحولات التي تشهدها ساحة الإعلام الإلكترونية



العالمية، وخصوصا أن الإعلام الالكتروني بخاصية الوسائط المتعددة يمثل فضاءا رحبا أمام الإعلام الجزائري لممارسة العمل الإعلامي في سياقه التفاعلي الحديث، حيث يتيح له فرصة ثمينة للتعبير والتواصل المستمر مستندا إلى الصحافة الالكترونية كمجال للدراسة بسبب انتشار مواقعها، فتكاد تملك كل صحيفة -تقريبيا - موقعا على شبكة الانترنت ولكن هذه المواقع بحاجة إلى تطوير، فحاول هذا البحث تقديم رؤية متكاملة جديدة لتقويم مواقع الصحف الالكترونية الجزائرية من منظور توظيف الوسائط المتعددة داخل مواقعها، محاولة الإجابة على الأسئلة الملحة التي يفرضها هذا العصر الالكتروني، والذي يرد في مقدمتها:

ما هي استخدامات الصحف الالكترونية الجزائرية للوسائط المتعددة؟ وما هو رأي الصحفيين في ذلك؟.

وانطلاقا من الإجابة عنه نطرح أسئلة الدراسة التحليلية التالية:

- ما مدى توظيف الصحف الالكترونية الجزائرية لتطبيقات الوسائط المتعددة؟.
- ما هي أكثر عناصر الوسائط المتعددة اعتمادا من طرف الصحف الالكترونية الجزائرية؟.
- كيف تدعم الوسائط المتعددة محتوى مواقع الصحف الالكترونية الجزائرية؟.
- هل تستخدم الصحف الالكترونية الجزائرية أساليب تتيح التفاعل عبر الوسائط المتعددة مع الموضوعات المطروحة من خلالها؟.
- أما عن أسئلة الدراسة الميدانية فهي تتمثل في:
- هل هناك وعي لدى صحفيي الصحف الالكترونية الجزائرية بالمفهوم الشمولي والحديث للوسائط المتعددة، وبالتالي معرفة أهميتها لإحداث التواصل الفعال؟.
- ما هي السبل الكفيلة التي يجب إتباعها لكي تواكب الصحف الالكترونية الجزائرية التطور الهائل في توظيف الوسائط المتعددة في إعداد الرسائل التواصلية الفعالة؟.
- وفيما يخص الفرضيات، فإن الباحثة تسعى إلى اختبار الفرضيات الأربعة التالية، والتي بموجبها سيتم التعامل مع الدراسة التحليلية وجمع المادة ذات الصلة.

الفرضية الأولى: تفتقر الصحف الالكترونية الجزائرية إلى استخدام الوسائط المتعددة بكيفية فعالة.

• الأبعاد:

1- درجات استخدام عناصر الوسائط المتعددة:

المؤشرات:

- استخدام النص.
- استخدام الصورة.
- استخدام الصوت.
- استخدام الفيديو.
- استخدام الرسوم.

2- مكان تواجد عناصر الوسائط المتعددة:

المؤشرات:

- الصفحة الرئيسية: أعلى الصفحة، وسط الصفحة، أسفل الصفحة.
- الصفحة الداخلية: أعلى الصفحة، وسط الصفحة، أسفل الصفحة.

3- الفنون التحريرية التي تبرز من خلالها عناصر الوسائط المتعددة:

المؤشرات:

- الخبر الصحفي.
- المقال الصحفي.
- التحقيق الصحفي.
- الحديث الصحفي.
- التقرير الصحفي.
- العمود الصحفي.
- الكاريكاتير.
- الإعلان.

4- نوعية المضامين الإعلامية المتضمنة داخلها عناصر الوسائط المتعددة:

- مضامين سياسية.
- مضامين اجتماعية.
- مضامين اقتصادية.
- مضامين ثقافية.
- مضامين رياضية.

5- تقييم فعالية وجودة المحتوى المقدم:

المؤشرات:

- الموضوعية.
- التغطية.
- الدقة.
- السلطة الفكرية.

6- جودة التنظيم المقدم على الموقع:

المؤشرات:

- الفهرس.
- الاتساق.
- الروابط والوصلات.

7- عناصر الإبراز:

المؤشرات:

- عناصر الفصل: الخطوط، الجداول والإطارات.
- عناصر توظيف الألوان: الخلفيات والأرضيات، بند العنوان.

الفرضية الثانية: يعد النص العنصر الأكثر استخداما بين بقية عناصر الوسائط المتعددة الأخرى من طرف الصحف الإلكترونية الجزائرية.

الأبعاد:

1- أنواع عناصر الوسائط المتعددة:

المؤشرات:

- النص: نص لعنوان ثابت، نص لعنوان متغير، نص لشريط متحرك، نص مع صورة ثابتة نص مع صورة متغيرة، نص مع فيديو، نص بتقنية الاختفاء والظهور، نص مع الصوت.
- الصورة: صورة ثابتة، صورة متغيرة، شريط صوري متحرك، شريط صوري متحرك مع فيديو صورة كاريكاتير، صورة إعلان، صورة بيانية.



- الصوت: الصوت لوحده، صوت مع صورة، صوت مع رسوم، صوت مع نص وصورة.

- الفيديو: فيديو فقط، فيديو مع نص، فيديو مع صوت، فيديو مع إعلان، فيديو برابط داخلي فيديو برابط خارجي، فيديو البث الحي المباشر.

- الرسوم: شكل بسيط، شكل معقد.

## 2- معايير تقييم إخراج عناصر الوسائط المتعددة:

المؤشرات:

- النص: نوع النص، معايير كتابة النص (مقروئية النص، نمط الكتابة، الخطوط العناوين) شروط بناء النص المكتوب، شروط بناء النص المتشعب، وظيفة النص المستخدم، عيوب الخطوط المستخدمة.

- الفواصل والجداول: معايير الالتزام بالروابط، إيجابيات الفواصل والجداول عيوب الفواصل والجداول.

- الصورة: نوع الصورة، الوظيفة التي تؤديها الصور، معايير استخدام الصور عيوب الصور المستخدمة.

- الصوت: نوع الصوت، معايير استخدام الصوت، الوظيفة التي يؤديها الصوت.

- الفيديو: طريقة تقديم الفيديو، معايير استخدام الفيديو، الوظيفة التي يؤديها الفيديو.

- الرسوم: معايير استخدام الرسوم، الهدف من استخدام الرسوم.

## 3- المقارنة بين درجة استخدام عناصر الوسائط المتعددة:

الفرضية الثالثة: تستخدم الصحف الإلكترونية الجزائرية الوسائط المتعددة بهدف رفع درجة المشاركة والتفاعل مع موضوعاتها وبرامجها.

### 1- تقييم جودة التصميم:

المؤشرات:

- وظائف عناصر الوسائط المتعددة.

### 2- سهولة الاستخدام:

المؤشرات:

- ثبات مساحة الهوية: ضعف المساحة، ملائمة المساحة، تشتت المساحة.

- ثبات مساحة الإيجار: ضعف المساحة، ملائمة المساحة، تشتت المساحة.
- ثبات مساحة العرض الخاص: ضعف المساحة، ملائمة المساحة، تشتت المساحة.

### 3- التحديث:

المؤشرات: تحديث فوري، من ساعة إلى ساعتين، مرة في اليوم، بعد عدة أيام.

### 4- الأرشفة:

المؤشرات: أرشفة الكتروني، أرشفة المادة من خلال ملفات خاصة، أرشفة

الأبواب والصفحات حسب تخصصات مختلفة، أرشفة للنسخة الورقية.

### 5- سرعة التحميل:

المؤشرات: بطيء، عادي، سريع.

### 6- البناء العام للموقع:

المؤشرات: الشعار، عرض الموقع، خارطة الموقع، الثقة في الموقع.

الفرضية الرابعة: تستخدم مواقع الصحف الالكترونية الجزائرية أساليب التفاعلية عبر الوسائط المتعددة مع الموضوعات المطروحة بدرجة كبيرة.

### الأبعاد:

#### 1- أساليب ومستويات وأنماط التفاعلية في عناصر الوسائط المتعددة:

المؤشرات:

- أساليب التفاعلية في عروض الوسائط المتعددة:
- متابعة العرض بأكمله من البداية إلى النهاية.
- الاختيار لمشاهدة أجزاء محددة من العرض.
- اختيار جزئية فرعية من أحد البدائل في قائمة الخيارات ومشاهدتها.
- الإبحار العشوائي داخل العرض بأكمله.
- مستويات التفاعلية في عروض الوسائط المتعددة:
- مستوى المشاهدة والتلقي مع إمكانية التحكم في تتابع العرض.
- مستوى العرض والمشاهدة والتلقي للمعلومات فقط.
- مستوى المشاهدة والتفاعل من خلال لوحة المفاتيح.
- أنماط التفاعلية في عروض الوسائط المتعددة:

- الانتقال من مشهد لآخر من خلال الأزرار على الشاشة.
- التفاعل باستخدام القوائم المسدلة.
- الانتقال من مشهد لآخر بالضغط على أحد الأيقونات.
- التفاعل باستخدام الهيبر تكست.

## 2- تعدد الخيارات المتاحة أمام المستخدمين :

### المؤشرات:

- تعدد اللغة المستخدمة.
- استخدام محركات البحث.
- توفر الخدمات المساعدة.
- تخصيص الموقع.

## 3- الجهد المبذول من قبل المستخدم:

### المؤشرات:

- دليل الفهرس.
- خدمة الاخبار العاجلة.
- خدمة الرسائل القصيرة.
- خدمة RSS.

## 4- أدوات بعد استجابة الموقع الالكتروني للمستخدم:

### المؤشرات:

- عرض المواد بناء على تقييم المستخدمين.
- ظرف الإجابة على تساؤلات المستخدمين.

## 5- امكانية الاتصال من قبل المستخدمين:

### المؤشرات:

- البريد الالكتروني: إدارة الموقع، أقسام الموقع، محرر المادة.
- المنتديات: منتديات عامة، منتديات متخصصة، منتديات مقترحة.
- عرض بيانات المعلقين.

## 6- أدوات تسهيل الاتصال مع المستخدمين:

**المؤشرات:**

- أدوات الاتصال المتزامن: المؤتمرات السمعية البصرية بالصور والرسوم جماعات النقاش مؤتمرات بالفيديو.
- أدوات الاتصال غير المتزامن: خدمة نقل الملفات، المكتبة التفاعلية، المدونات لوحة النشر، مكان مخصص لأعمال الجمهور.

**7- إمكانية إضافة معلومات من قبل المستخدم:**

**المؤشرات:**

- الاستفتاءات، التعليق، التعليق على التعليق، مواقع التواصل الاجتماعي، تقسيم (أعجبنى لم يعجبني)، المشاركة في المادة المنشورة.

**8- الخدمات الالكترونية المقدمة بناء على عناصر الوسائط المتعددة:**

**المؤشرات:**

- خدمة البحث، خدمات التواصل، خدمات البث والنشر، خدمات البحث والتحميل، خدمات المساعدة والتوجيه، خدمات أخرى.
- وفيما يخص الدراسة الميدانية، فهي تنطلق من فرضيتين بموجبهما سوف أتوجه الى الميدان لجمع المعلومات اللازمة.

**الفرضية الأولى:** ليس هناك وعي كافي لدى الصحفيين بالمفهوم الشمولي والحديث للوسائط المتعددة وبالتالي معرفة أهميتها في احداث الرسائل الاتصالية الفعالة.

**الأبعاد:**

**1- استفادة الصحف الالكترونية الجزائرية من موقعها على شبكة الانترنت:**

**المؤشرات:**

- أسباب التحول الى الاعلام الالكتروني.
- السمات الشكلية للصحف الالكترونية الجزائرية.
- شروط اختيار المصممين في الصحف الالكترونية الجزائرية.
- برامج التصميم في الصحف الالكترونية الجزائرية.

**2- استخدامات الوسائط المتعددة في الصحف الالكترونية الجزائرية من وجهة نظر الصحفيين:**

### المؤشرات:

- تبني الصحفيين لتكنولوجيا الوسائط المتعددة في الصحف الالكترونية الجزائرية.
  - أسباب استخدام الوسائط المتعددة في الصحف الالكترونية الجزائرية.
  - وظائف الوسائط المتعددة في الصحف الالكترونية الجزائرية.
  - تقييم عناصر الوسائط المتعددة في الصحف الالكترونية الجزائرية من وجهة نظر الصحفيين (ايجابيات وسلبيات الاستخدام).
  - مستويات التفاعل بين الصحفيين والمستخدمين.
- الفرضية الثانية:** لا تقوم الصحف الالكترونية الجزائرية بتأطير كادرها البشري بشكل يسمح لهم بتوظيف أمثل للوسائط المتعددة في إعداد الرسائل الاتصالية الفعالة.

### المؤشرات:

- طرق الاستفادة من الوسائط المتعددة في الصحف الالكترونية الجزائرية.
  - تقييم البيئة التكنولوجية للعمل الصحفي في الصحف الالكترونية الجزائرية.
  - أبعاد توظيف الوسائط المتعددة في الصحف الالكترونية الجزائرية.
  - مشاكل توظيف الوسائط المتعددة في الصحف الالكترونية الجزائرية.
  - مستقبل الصحف الالكترونية الجزائرية في ظل الوسائط المتعددة.
- ولكل دراسة علمية أهداف يسعى الباحث من خلالها إلى تحقيقها، فالأهداف ترسم للباحث طريق التحرك في مجال بحثه، وذلك انطلاقا من التأكيد على الفرضيات المحددة في البحث.

## 2- أسباب اختيار موضوع الدراسة:

تعد مرحلة اختيار موضوع قابل للدراسة العلمية ذات أهمية بالغة، فهي مرحلة حاسمة تحدد مسار البحث بكامله، وأسباب الدراسة تتعدد وتختلف، فمنها ما هو وليد ظروف ذاتية للباحث تفرضها عليه طبيعة تخصصه، وقدراته واهتماماته التي تدفعه لأن يخوض التجربة البحثية، ويجيب على تساؤلات علمية مبهمة لديه، ومنها ما هو موضوعي فرضه الواقع الاجتماعي المحيط بالباحث، والضرورة الملحة لمواضيع نشر قضايا وظواهر معينة.

ومن أسباب اختيار موضوع استخدامات الصحف الإلكترونية الجزائرية للوسائط المتعددة

نذكر:

1- حدثت موضوع الإعلام الإلكتروني عامة والوسائط المتعددة خاصة، وحدثت تطبيقها في الميدان الصحفي الجزائري، شكلها جسدياً لتقييم مكانة الصحافة في ظل عالم عولمي مترابط بتكنولوجيا جديدة، لها تأثيرات عميقة على عملية إنتاج المعلومات واستهلاكها، في وقت تنافس فيه الكثير من التساؤلات حول هوية الصحافة ومكانتها ومستقبلها.

2- ظهور اتجاهات حديثة في مجال الإعلام سواء على الممارسة الإعلامية أو البحث العلمي الإعلامي، ومن بين أبرز هذه التطورات: ظهور عدة دوريات جديدة تعنى بالدراسات الصحفية في بداية هذا القرن من بينها دورية: *journalism studies* في فيفري 2000، ودورية *journalism theory, practice, criticism* في أبريل 2000، ومجلة *journalism and mass communication* الإفريقية *African journalism studies*، ومجلة الدراسات الصحفية الإفريقية *African journalism studies*، كما تم تأسيس عدة أقسام خاصة للدراسات الصحفية في الجمعية الدولية للاتصال ICA، وكذلك تم إنشاء العديد من المواقع الإلكترونية المتخصصة في البحوث الصحفية وفي تعليم الصحافة مثل: *global network for professional education in journalism and media*، كما تشكلت مؤخراً عدة جماعات بحثية معنية بالدراسات الصحفية من بينها الممارسات الصحفية في الصحافة وكيفية تطويرها، كما صدرت العديد من الكتب في نفس المجالات مثل كتاب: *key concept in journalism studies* للكاتب *Franklin M. J. Deuze* عام 2005، وكتاب *M. J. Deuze: the web and its journalism* عام 2003، جميعها ساهمت في توجيه العمل الصحفي، وتصحيح مساراته واستكشاف أبعاده ومتغيراته، ورصد التطورات المتعلقة بالممارسات الصحفية، ومساعدة الصحفيين على التعرف بشكل متعمق على طبيعة مهنتهم. (السيد بخيت: 2011، 11). كل هذه التطورات تطلبت أن يلحق البحث الإعلامي بهذه الممارسات والظواهر، ويحاول إخضاعها للدراسة من قبل الباحثين الجادين، وذلك لمحاولة اقتفاء أثر هذه الظواهر على إعلامنا الجزائري وأحد أمثلتها الوسائط المتعددة واختلاف تطبيقاتها.

3- في السنوات القليلة الماضية، شهدت الدراسات الصحفية عدة تطورات بفعل عدة عوامل منها ثورة المعلومات، التي يشهدها العالم منذ بداية التسعينات، حيث بدأت بعض البحوث في تناول تأثير تكنولوجيا الاتصال على الصحافة، وكذلك التقنيات الحديثة المستخدمة في العمل الصحفي، كما أدى ظهور وسائل إعلامية جديدة إلى بدء الحديث عن أنواع جديدة من



الصحافة، مثل صحافة الملتيميديا multimedia journalism والإعلام الشبكي network journalism، والصحافة الالكترونية، وكذلك أدى انتشار استخدام الانترنت إلى كثرة المواقع الإعلامية. وإن تباينت في مستوى كفاءتها وتمكنها من مصادر المعلومات المتنوعة، والتزامها بقواعد وآداب المهنة، فقد تطورت أساليب التحرير الصحفي، وتغيرت مهارات ومؤهلات الصحفيين الالكترونيين، وبالتالي تغيرت تقنيات بناء وتصميم المواقع، لتكون أكثر بساطة وسهولة في الاستخدام. فأين وصلت الصحف الالكترونية الجزائرية من هذا التطور في البناء والأداء والاستخدام.

4- إن التطور الذي بلغته تكنولوجيا الاتصال الحديثة خصوصا الانترنت، وتسارع وسائل الصحافة إلى الاستفادة من خدماتها ومميزاتها، وخلق مواقع لها على هذه الوسيلة والانتقال من الوسائل الإعلامية التقليدية إلى البيئة الالكترونية، والجدل الذي حدث بعد ظهور مصطلحات جديدة منها الوسائط المتعددة بين الدارسين والباحثين، أين أصبحت حديث المنابر العلمية الأكاديمية المتخصصة، حيث انقسمت بينها الآراء بين مؤيد تام لها، يرى أن هذه الوسائط زادت من جمالية الصفحة الالكترونية وزادت من نسبة التعرض للوسيلة الإعلامية، ومعارض بشدة ينوه على خطورتها في كونها سببا لفقدان الوسيلة الإعلامية قيمتها باعتبارها عنصرا للمتعة والتسلية لا غير. فما هو تقييم الصحف الجزائرية الالكترونية لهذا الوسيط التكنولوجي الجديد، وهل ساهمت في تحقيق أهداف الموقع.

5- انتشار مواقع الصحف الالكترونية الجزائرية تماشيا مع قاعدة البيئة التكنولوجية الرقمية وعالم التغيير والسرعة، وتحول أنظار الإعلام الدولي إلى الانترنت وأنظار الجمهور إلى الصحافة الالكترونية، فقد جاء هذا البحث لتقديم رؤية متكاملة جديدة لتقييم مواقع الصحف الالكترونية، لكنه خصص منظور استخدام الوسائط المتعددة كعنصر أساسي للدراسة والبحث والتحليل استنادا إلى البنائية الوظيفية كمدخل للدراسة.

6- الرغبة الشخصية في التدقيق والتخصص في دراسة مكون وميزة من ميزات شبكة الانترنت، وبذلك تكون تكملة لدراسة الليسانس حول تكنولوجيا الاتصال والمعلومات في الإعلام المرئي الجزائري والماجستير التي ركزت في البحث في الوظيفة الإعلامية لشبكة الانترنت لتنتهي رسالة الدكتوراه في دراسة مكون للانترنت وهو الوسائط المتعددة، أي تحقيق مبدأ الاتصال بين

البحوث والنتائج وأسلوب التراكم العلمي، وقاعدة المنهجية في البحث العلمي في الانتقال من العام إلى الخاص.

7- نقص الدراسات الجزائرية في هذا المجال، فبالرغم من البحث المطول الا ان الباحثة لم تجد اية دراسة اكااديمية جزائرية تخص مجال الوسائط المتعددة، وفي المقابل عدد كبير من الدراسات تناولت الصحافة الالكترونية من زوايا مختلفة، وهذا ما يجعله حديث الدراسة في الجزائر ومتأخرا بالنظر للدراسات العربية والاجنبية، التي تشهد انتقالا في بحوث الوسائط المتعددة من التركيز على تقديم هذه الوسائط والتمييز بين انواعها المختلفة، وتحديد السمات والادوار التي تقوم بها في الاعلام الجديد، الى قضايا هامة تتعلق بتأثير هذه الخاصية على توليد وتبادل المعلومات، ونتيجة لذلك ظهرت مصطلحات وتوجهات بحثية نظرية جديدة تنظر الى هذه الوسائط باعتبارها ذات تأثير قوي لتشغيل محرك المعلومات، والتي تستطيع أن تقدم منتجات اعلامية متعددة لا تستطيع كل وسيلة تقديمها على حدى، وقد انعكس ذلك في ظهور مبادئ جديدة في الاعلام الجديد مثل مفهوم تكامل القوى الاعلامية ومبدأ الانتاج مرة واحدة والنشر المتعدد.

8- من خلال مسار الباحثة في التدريس والمناقشة مع الطلبة، لاحظت الباحثة اهتمامهم بالشكل قبل المضمون، ودور الألوان والعرض بالصور الثابتة ولقطات الفيديو والمؤثرات الصوتية في استقطابهم لمتابعة الجديد في الوسائل الإعلامية، ومبدأ لتفضيلاتهم وترتيباتهم للصحف الالكترونية، فجاءت هذه الدراسة لمحاولة تفكيك هذه الظاهرة وإعطاءها الطابع الأكاديمي، وبالتالي تكوين دراسة قائمة على أسس علمية تزيد من رصيد الإنتاج الفكري، وتشكل مرجعا للطلبة في المكتبة.

### 3- أهمية الدراسة:

تتبع أهمية الدراسة النظرية من أهمية الوسائط المتعددة، إذ أن موضوع الانترنت والوسائط المتعددة واستخداماتها يحتل مكانة بارزة في مجال المعلومات، حيث كان لدخول الانترنت على الوسائل الإعلامية أن وجدت نفسها أمام بديل جديد، يمكن أن يكون له دور فعال في تحسين وتطوير المؤسسات الصحفية.



يضاف إلى ما سبق أن وسائل الإعلام أضحت أكثر تفاعلية، وأكثر تناغما في إطار ما يسمى بظاهرة التزاوج التكنولوجي "convergence" الذي اندمجت من خلاله ثلاث صناعات عملاقة، هي صناعة الاتصالات والحاسبات والإعلام، ومن رحم هذا التزاوج التكنولوجي ولدت شبكة الانترنت، التي تستند في عملها إلى تشابك منظومة من أجهزة حاسوبية تعمل وفق بروتوكولات محددة، وتتبادل معلوماتها بشكل تفاعلي متعدد الوسائط، تتضمن الصور والنصوص والصوت والفيديو والرسومات المتحركة، التي تتصهر جميعها في بوتقة واحدة عمادها النظام الرقمي، ولعل تفاعلية الوسائط وتعددتها هما من أبرز السمات، التي تجعل شبكة الانترنت منصة مثالية للاتصال، رغم التحديات التي تجلبها فيما يتعلق بفيضان المعلومات وقدرة المستخدمين على إدارة المدخلات في إطار زمني محدد، في عصر بات فيه الزمن يشكل سلعة حقيقية لمعالجة المعلومات، ووضعها حيز التطبيق، وقد أضفت تفاعلية وتعدد وسائطية الانترنت لمسات مثيرة على الممارسات الإعلامية الإلكترونية، بحيث أصبحت تعمل عبر منصات متعددة، وصارت تتعدى الحدود التقليدية.

كما أنه لم يقتصر استعمال الوسائط المتعددة على الإعلام فقط، بل تتسارع بعض القطاعات مثل التعليم والأعمال والترفيه لجعل الوسائط المتعددة هي الواجهة الرئيسية لتقديم المضامين والتواصل مع المتلقين، فهي حديث الجميع بالأمس القريب أو في الغد، أين يعدونها المستقبل المبني حوله الأمل في تطوير قطاعات مختلفة، بهدف الوصول إلى كوادر على مستوى أعلى من العطاء، بهدف رفع كفاءة عجلة الإنتاج، والارتقاء بأساليب البحث والتطوير خفضا للوقت والنفقات.

وما زاد من أهميتها في الوسط الإعلامي هو استعمالها في كافة المجالات فالصحف الإلكترونية أصبح بإمكانها إتمام التحديث كل بضعة دقائق، مما يجعلها سبّاقة في نشر الأخبار والمعلومات لحظة وقوعها، أما بالنسبة لراديو الانترنت فتحسنت وضعيته، فلم يعد يتأثر بالأحوال الجوية، كما تحسنت نوعية الصوت وأصبحت ممتازة. أما التلفزيون أصبح يستقبل معلومات جرى تكويدها وترقيمها في محطات الإرسال ويعيد بثها، مما حقق التفاعلية للمشاهد فهو يستقبل ويرسل المعلومات متى وأين يريد. فالوسائط المتعددة لها فوائد عظيمة، اختصرت الكثير من الوقت، ووفرت كثير من المال على جميع من أراد استخدامها.

كما أن انفجار المعلومات صاحبه انفجار في الوسائل الإعلامية الإلكترونية أبرزها الصحف الإلكترونية فوجد المتلقي نفسه حائرا أمام بدائل كثيرة. لهذا فقد بات ضروريا وضع منهجية وآلية لتميز المواقع الجيدة عن تلك التي تعاني مشاكل تؤثر سلبا على رضا المستخدم عنها، فالمستخدم



اليوم أصبح واعيا إلى أن هناك ملامح تجعل الموقع سهل الاستخدام مما يشجعه على تكرار زيارته له، وأخرى تجعله صعب الاستخدام فيقرر الانصراف عن الموقع، وعدم استخدامه مرة أخرى، وهنا يأتي دور الوسائط المتعددة كأحد الحلول التي تستخدمها الصحف الإلكترونية لإخراج نفسها من مأزق النسخ الكربونية الصماء للمطبوع. بتحديث الموضوعات الصحفية المنشورة ومواكبة الحدث أينما ومتى حدث بالنص والصوت والصورة، حيث يقرأ النص ويستمتع للصوت أو الموسيقى ويشاهد الصور والفيديو التي تعبر عن الموضوع نفسه، مما يزيد من تفاعله مع الموقع، وبالتالي زيادة ولاءه للصحيفة وإخراجه من دائرة التصنيف السلبي.

وهكذا أصبحت الصحيفة الإلكترونية تكتسب كل ميزات أنواع الاتصال، فهي اتصال طباعي من خلال النص المقدم. وإذاعي من خلال تقنية المؤثرات الصوتية، وتلفزي من خلال الصورة بأنواعها والألوان... الخ فإيا له إذن من وسيط معجزة بإمكانه تغيير الترتيب العالمي لوسائل الإعلام من حيث المصادقية، السرعة النشر، ولكن ذلك لا يتم إلا إذا أحسن استغلاله بنجاعة وكفاءة تامة، فهل تستطيع الصحافة الإلكترونية الجزائرية تغيير موازين القوى الإعلامية العالمية واللاحق بركبها باستعمال هذا الوسيط، هذا ما سأحاول الإجابة عليه من خلال هذا البحث.

كما تكتسي الدراسة وجوبها البحثي من خلال طرح موضوعات جديدة في ميدان الصحافة الإلكترونية تتناول مصطلحات التحول المعرفي الجديدة كمصطلحات بديلة للمفاهيم التقليدية "من بينها مصطلح المستخدم "users" كبديل عن الجمهور "audience"، وتطوير مفاهيم التفاعلية، واشتقاق مصطلحات جديدة مثل التناص "textuality"، وأقسام الأخبار المندمجة أو ذات الوسائط المتعددة "integrated and cross media news room"، وعناصر المضامين الإعلامية الجديدة "multimedia" (السيد بخيت: 2011 11).

والاندماج الإعلامي وانحصاره في ظاهرة فريدة. فحاول هذا البحث معالجة الصحف الإلكترونية الجزائرية من جهة جديدة وعنصر جديد يتمثل في الوسائط المتعددة، خصوصا مع الانتشار الواسع والتطورات المستمرة لها في الدول العربية والعالمية، لمعرفة احتياجاتها التكنولوجية من جهة، ومدى مهنية واحترافية هذه الصحف في ضل عصر المعلومات، كأسلوب جديد له كامل الصلاحيات في إنعاش الصحافة الجزائرية وتحسين إنتاجها، وجعلها تواكب تطورات النشر الإلكتروني من جهة أخرى.

وتظهر أهمية الدراسة كذلك في تناولها لموضوع جديد، يتعلق بالتطبيقات الحديثة في مجال صناعة وإنتاج المضامين الإعلامية، وحرصها على تتبع أبرز تطبيقاتها وأنواعها في المواقع الإعلامية



الإلكترونية وإبراز مدى اهتمام كل منهم بتبني طرق جديدة في توصيل المحتوى الإعلامي، كما تبرز أهميتها في الحرص على ربط التطبيقات الحديثة وعلى رأسها الوسائط المتعددة في مجال صناعة المضامين الإعلامية من قبل الصحفيين بإطاراتها النظرية، ومن جهة أخرى تبرز أهميتها في تحليلها لتطورات القائمين على إدارة المحتوى في استفادتهم من الوسائط المتعددة.

#### 4- تحديد المفاهيم:

#### 4-1- الإعلام الإلكتروني:

4-1-1- اصطلاحاً: تعددت المداخل والمفاهيم الخاصة بالإعلام الإلكتروني، حيث يعرفه رضا عبد الواحد أمين بأنه: تعبير عن مرحلة من مراحل التطور التكنولوجي في وسائل الاتصال التي تعتمد على الوسائط الإلكترونية في تزويد الجماهير بالأخبار والمعلومات، ويعبر عن المجتمع الذي يصدر منه ويرجع إليه (رضا عبد الواحد أمين: 2007، 101).

أي أنه إعلام يعتمد على وسائل تكنولوجية جديدة، هدفه الوحيد هو تقصي الحقائق ونقلها إلى الجمهور بكل حيادية وموضوعية، فهو يمثل آخر مرحلة من مراحل تطور وسائل الاتصال، بداية من الاتصال الشفوي أو مرحلة ما قبل التعلم، التي كانت وسيلة الاتصال الرئيسية فيها هي الكلمة المنطوقة والحاسة الأساسية هي حاسة السمع، إلى ثاني مرحلة وهي مرحلة الاتصال الكتابي باختراع الكتابة، وتحول الأساس إلى حاسة البصر، كوسيلة للتواصل انطلاقاً من الكتابة السومرية وصولاً إلى الأبجدية، والتي تطور فيها أيضاً وسائل الاتصال فمن النقش على الحجر والجلود والطين إلى ورق البردي، وصولاً إلى اختراع الورق وتعميمه، وثالث مرحلة هي مرحلة الطباعة، وفيها توصل العالم يوحنا جوتنبرغ إلى اختراع الطباعة، وما حققته من انتشار للمعرفة وبدايات المطبوع من كتب وصحف ومجلات، ليأتي عصر الوسائل السمعية البصرية، أو كما تدعى مجرة ماركوني أين ظهرت السينما، الإذاعة والتلفزيون، لتتوج بالمرحلة الخامسة بظهور أكبر اختراع بشري مع تيم بيرنرزلي وهو الانترنت، ممثلة عصر المعلومات وقوة الترسانة المعلوماتية، لتتغير بذلك موازين القوة الدولية، فأصبحت السيادة فيها للتكنولوجيا الرقمية أو التفاعلية أو تكنولوجية الوسائط المتعددة.

وهناك تعريف آخر لبعض الدارسين كمدعم للتعريف الأول، إذ يرون أن الإعلام الإلكتروني "عبارة عن نوع جديد من الإعلام، يشترك مع الإعلام التقليدي في المفهوم والمبادئ العامة والأهداف، وما يميزه عن الإعلام التقليدي أنه يعتمد على وسيلة جديدة من وسائل الإعلام الحديثة، وهي الدمج بين

كل وسائل الاتصال التقليدي، بهدف إيصال المضامين المطلوبة بأشكال متميزة ومؤثرة بطريقة إلكترونية، تجمع بين النص والصورة والصوت، مما يمكن للمرسل والمتلقي مناقشة المضامين الإعلامية التي يستقبلها سواء مع إدارة الموقع أو مع ملتقين آخرين، وهو يعتمد بشكل رئيسي على الانترنت التي تتيح للإعلاميين فرص كبيرة لتقديم موادهم الإعلامية المختلفة بطريقة إلكترونية بحتة" (جواد الدلو: 2011، 45).

هذا التعريف أكد على مصطلح الاندماج لوسائل الاتصال التقليدي في شكل واحد عن طريق خاصية الوسائط المتعددة، كما يشير إلى تحول وسائل الإعلام التقليدي من صحافة مطبوعة إلى صحافة إلكترونية مستفيدة من خصائص بقية الوسائل السمعية والمرئية وإيجازها في أسلوب واحد لخص مميزاتها كلها.

ومن ناحية أخرى، وفي نفس السياق-الاندماج- ظهر اتجاه آخر في صناعة المضامين الإعلامية داخل المؤسسات الإعلامية ذاتها، في إطار ما يعرف بمفهوم أقسام الأخبار المندمجة أو ذات الوسائط المتعددة. *Integrated and cross media newsroom convergence* وهو مفهوم جديد ظهر مع توجه بعض المؤسسات الإعلامية التي تضم عدة وسائل مطبوعة، إذاعية وتلفزيونية ومواقع على الانترنت نحو تكوين أقسام إخبارية، تخدم على هذه الوسائل بمجملها، وهو مفهوم تطبقه بعض المؤسسات الإعلامية بالفعل في الولايات المتحدة الأمريكية وأوروبا، فمفهوم *cross media* يشير إلى العملية التي يتشارك من خلالها عدة وسائل إعلامية في إنتاج ذات المضمون في نفس الوقت، وهذا ما يتطلب تغييرا في ثقافة العمل الصحفي وإدارته، وقد تطور هذا المفهوم في ضوء توجه بعض المؤسسات الإعلامية إلى رقمنة "digitization" الإنتاج الإعلامي (السيد بخيت: 2011، 11).

فالتطور الأكثر موضوعية للإعلام الإلكتروني إذن ليس فقط كما ورد في التعريفين السابقين مجرد النظر إلى التحول في الوسيلة الناقلة للمادة الاتصالية أي التكنولوجيا، بل هو طريقة تفكير جديدة، وهيكلية مؤسساتية جديدة، ومجموعة مهارات لا بد من التمكن منها، وطريقة جديدة في صياغة الخبر أو المحتوى الإعلامي لكي يحاكي طبيعة الانترنت التفاعلية، وهذا ما اتفق مع رؤى بعض الباحثين، حيث يرون أن "الإعلام الإلكتروني لا يعني مجرد استبدال الوسائل القديمة (الصحيفة المطبوعة مثلا) بوسائل حديثة (الحاسب الآلي)، فالمسألة تتجاوز ذلك بكثير، حيث تمس التحولات كافة أطراف العملية الاتصالية، لتشمل الوسيلة والرسالة والمرسل والمستقبل والتغذية المرتدة، بل ونمط التسويق أيضا" (معن النقري: 2001، 15).



فمن المفروض، وحسب قول ماكلوهان أن الوسيلة هي الرسالة، أي أن الانتقال من التقليدي والغوص في العالم الإلكتروني سيؤثر في كافة أطراف العملية الاتصالية، فمثلا نشهد تحولا في الأدوار التي يقوم بها الصحفيون في البيئة الإلكترونية، فهم لا يمارسون الدور التقليدي لحارس البوابة بقدر ما يقومون بتسهيل تدفق المعلومات بين الأطراف المشاركة في إنتاجها، ونتج عنه كذلك تغير في المصطلح من حارس البوابة "gate keepings" إلى مراقب "faciliator gatewatching" "disseminator"، كما أصبحت علاقاتهم بهذه الأطراف أكثر تفاعلية ومشاركة وديمقراطية في إنتاج المضمون، أكثر من كونها علاقة ذات اتجاه رأسي، يكتفي بها الجمهور بتلقي ما يملى عليه، تساعد هذه المضامين في تنشيط الحياة الديمقراطية، كما تغيرت طرق النشر، بحيث تنشر كوسائل إعلامية متبوعة بالوسائط المتعددة، يتم توزيعها عبر شبكة واسعة النطاق من الاتصالات، بما يزيد من قدرتها على تشكيل رأي عام إزاءها، كما تم استحداث فنون صحفية جديدة، وتوسعت دائرة تغطية الأحداث، وأدرجت مصادر جديدة (السيد بخيت: 2011، 254). خلقت العديد من الممارسات الصحفية، مشكلة مناخا اتصاليا يختلف في جوانبه الاجتماعية والاقتصادية عن المناخ الذي خلقته ثقافة الإعلام التقليدي.

أما الدكتور فيصل أبو عشة فيعرفه على أنه: "الخدمات والنماذج الإعلامية الجديدة التي تتيح نشأة وتطوير محتوى وسائل الاتصال الإعلامي، آليا أو شبه آلي في العملية الإعلامية باستخدام التقنيات الإلكترونية الحديثة، الناتجة عن اندماج تكنولوجيا الاتصالات والمعلومات كقنوات إعلامية غنية بإمكاناتها في الشكل والمضمون، فالإعلام الإلكتروني هو الإشارات والمعلومات والصور والأصوات المكونة لمواد إعلامية بأشكالها المختلفة، التي ترسل وتستقبل عبر المجال الكهرومغناطيسي(فيصل أبو عشة: 2014، 276).

فمن وجهة الرقمنة والآلية، يعتبر الإعلام الإلكتروني أداة من الأدوات الإلكترونية الجديدة التي تعتمد على عالم الأرقام، وذلك بترجمة المعلومات المختلفة وتخزينها ونقلها في هيئة سلاسل أو تشكيلات رمزية تبدأ من الصفر والواحد، بحيث تشمل عناصر جرافيكية كالصوت والنصوص والصور الفوتوغرافية وغيرها من العناصر الأخرى، ومن أبرز أشكاله الانترنت التي تعد أدواته الرئيسية(عبير الرحباني: 2012، 40). فهو إذن خلاصة الثورات التي مر بها العالم: وهي ثورة المعلومات، وثورة الاتصال وثورة الحاسبات الإلكترونية حيث وضعت كافة الوسائل الاتصالية في



إطار تكنولوجي واحد، وبذلك فهو يمثل النقطة الفاصلة بين وسائل الاتصال الحديثة والوسائل التكنولوجية.

والملاحظ من خلال التعريفات السابقة أن هناك استحالة لوضع تعريف شامل للإعلام الإلكتروني، ولكن يمكننا الاتفاق بأن فكرة الجدة يمكن استقراؤها من أن الإعلام الإلكتروني يشير إلى حالة من التنوع في الأشكال والتكنولوجيا والخصائص التي حملتها الوسائل المستحدثة عن التقليدية، خاصة فيما يتعلق بإعلاء حالات الفردية والتخصيص، وهما تأتیان لميزة رئيسية هي التفاعلية، وبالتالي هناك مجموعة من الخصائص والمميزات التي يتمتع بها الإعلام الإلكتروني عن سابقه، وهي تتمثل في دمج للوسائل المختلفة القديمة والحديثة في مكان واحد على شاشة الكمبيوتر وشبكاته، وما ينتج عن ذلك من تبني هذا الإعلام للتكنولوجيا الرقمية وحالات التفاعلية، وتطبيقات الواقع الافتراضي وتعددية الوسائط. وتحقيقه لميزات الفردية والتخصيص وتجاوزه لمفهوم الحدود الدولية" (عباس مصطفى صادق: 2008، 35).

**4-2-2-4- التعريف الإجرائي للإعلام الإلكتروني:** هو الإعلام الحر المفتوح في الفضاء الافتراضي ذو اتجاهين، والذي يعتمد على الوسائط الإلكترونية في تزويد الجماهير بالأخبار والمعلومات متخطيا حدود دول العالم، ويعمل على إنتاج المحتوى الرقمي من معلومة، صوت وصورة بأشكال متميزة، مؤثرة ومقنعة، تمتاز بالتفاعلية والتنوع وشمول المحتوى، مما يؤدي إلى توسيع دائرة التنافس الإعلامي من خلال ما يتمتع به من حرية وسهولة النفاذ إلى المعلومة باستخدام الانترنت تحديدا.

#### 4-2- الانترنت :

**4-2-1- لغة:** كلمة "Internet" هي كلمة انجليزية الأصل تتألف من جزئين، الجزء الأول "inter" ويعني بين، والجزء الثاني "Net" ويعني الشبكة، والترجمة الحرفية لها هي "الشبكة البينية" وفي مدلولها اللغوي العام تعني الترابط بين الشبكات، لكونها تضم عددا كبيرا من الشبكات المترابطة في جميع أنحاء العالم، ومن ثم يمكن أن يطلق عليها شبكة الشبكات المعلوماتية (سالم محمد صالح: 2002، 78).

وتشتق كذلك من كلمة "interconnection" بمعنى الترابط وكلمة "network" بمعنى الشبكة، ومن هنا فالكلمة التي اتخذت هذين المصطلحين تعني ترابط مئات الآلاف من أجهزة الكمبيوتر معا (محمد فليحي: 2000، 120).

وقد ضمت كلمة انترنت إلى لغة الاسبيرانتو (esperanto)، ويطلق عليها عدة تسميات منها الشبكة "the net"، الشبكة العالمية "world net" أو الشبكة العنكبوتية "the web" الطريق الالكتروني السريع للمعلومات "electronic super light way"، شبكة المعلومات العالمية "network international" (قنديلجي عامر ابراهيم وآخرون: 2002، 325).

4-2-2- اصطلاحا: هناك عدة تعريفات متداولة للإنترنت، تنوعت واختلقت للسببين التاليين:

-تنوع الخدمات والوظائف التي تقدم من خلال الانترنت.

-اختلاف نوعيات المستفيدين من الانترنت.

فتشعب ميدان الانترنت واتساع دائرة استخدامها أسهم في تعدد تعريفها، حيث يرى ريتشارد سميث ومارك جيتس أن تعريف الانترنت "يعتمد على عمل وحاجة الشخص الذي يريد تعريفها، فالمستخدم العادي له رؤية للإنترنت، تختلف عن رؤية المهني أو المهندس، ويقول تيم بيرنرزلي في مقال نشره عام 1993 م "إن وضع تعريف للإنترنت يعد عملية تشبه الفرق بين الدماغ والعقل، فباكتشاف الانترنت تجد أسلاكاً وكومبيوترات أما باستعراض الشبكة نفسها فستجد شتى المعلومات، وهذا يمثل الشق المادي للإنترنت، البرمجيات والأنظمة ومزودو خدمة الانترنت" (سعود صالح كاتب: 2003، 53).

وتعرف بأنها "الشبكة التي تصل بين الآلاف من شبكات الكومبيوتر المنتشرة في جميع أنحاء العالم يمتلكها أفراد ومؤسسات ومدارس ووكالات حكومية ومعاهد بحثية، وقد نشأت شبكة الانترنت نتيجة حاجة مستخدمي أجهزة الكومبيوتر للمشاركة في المعلومات التي تخزنها أجهزة الكومبيوتر" (عبد الهادي محمد فتحي: 1998، 11).

فهذا التعريف ركز كثيرا على مفهوم الشبكة، والذي يعد تعريفا ملازما للإنترنت عند البعض، هذا المصطلح الذي ظهر أول مرة مرتبطا بمفهوم الشبكة الخاصة بالسكك الحديدية، حيث كان دخوله للغة الانجليزية حوالي سنة 1527 م، أين دخلت عبارة "شبكة" كمصطلح للكشف (عبد الهادي محمد فتحي 1998، 1).

فكلمة شبكة (Resau-network) تعبر عن مجموعة من العناصر المرتبطة فيما بينها بعلاقات وقنوات اتصال، تشكل بناء منظما لنظام عمل يتعامل مع أحد هذه العناصر أو كلها (طه عبد الحق: 2000 166).



فهي عبارة عن تركيب مجموعة من الحواسيب وقواعد بيانات وطرفيات، بغرض استخدامها من قبل المستفيدين، والتي تسمح بعملية تبادل وتقاوم الموارد بين عدة حواسيب، وذلك بغية تحسين عملية الاتصال والاستغلال المتبادل لمحتواها، كما توفر أيضا إمكانية طبع الملفات حتى في الحواسيب الأخرى الموجودة ضمنها (Eberhardt Christine : 1995, p 15).

فهي إذن "نظام توزيع مكون من قنوات ونظم فرعية متصلة فيما بينها، تنتشر في رقعة جغرافية معينة فهي تقتضي وجود مؤسستين أو أكثر، تشترك في نموذج موحد لتبادل المعلومات عن طريق روابط الاتصالات عن بعد، من أجل تحقيق مبدأ المشاركة والتعاون والمشاطرة في الموارد والخدمات والتجهيزات والبرمجيات".

ومن بين التعريفات المتداولة للإنترنت كذلك نجد التعريف الذي أورده المجلس الفيدرالي (federal Networking Council) بالتنسيق مع خبراء مختصين في شبكة الإنترنت، وكذا جمعيات حقوق الملكية الفكرية (intellectual property right)، حيث عرفت شبكة الإنترنت بأنها "نظام شامل للمعلومات ترتبط عناصرها ارتباطا منطقيا بواسطة العنوان الموحد الموجود في مراسيم IP (Internet protocol)، أو عن طريق الإمدادات الموجودة فيها، ويسمح بإجراء الاتصالات بين هذه العناصر عن طريق مراسيم TCP/IP (Transsion control protocol)، أو عن طريق المراسيم الأخرى القابلة للتطبيق في IP وهو بذلك يتيح ويقدم مستوى عالي للخدمات سواء بطريقة فردية أو جماعية عن طريق وسائل الاتصال المتوفرة لدى الشبكة (رحيمة عيساني: 2007، 170).

فهي إذن "مجموعة ضخمة من شبكات الاتصال المرتبطة ببعضها البعض، وهذه المجموعة تنمو ذاتيا بقدر ما يضاف إليها من شبكات وحاسبات. وقد أدى تغلغلها واتساع مداها إلى وصفها بشبكة الشبكات أضخم تطبيق لتكنولوجيا المعلومات على مستوى العالم (جودت أحمد سعادة وعادل فايز السرطاوي: 2007 67). حيث تضم عددا كبيرا من شبكات المعلومات المحوسبة المحلية (LAN) (Local area Networks) أو الشبكات الواسعة (WAN) (Wide area Networks)، موزعة على مستويات محلية وإقليمية وعالمية (عامر ابراهيم قنديلجي: 2013، 295)، توزع وفق ثلاث مستويات، في القمة تتربع شبكات الأساس أو العمود الفقري المتمركزة في الولايات المتحدة الأمريكية، تليها الشبكات المتوسطة بالجامعات والمؤسسات الكبرى، ثم الشبكات الصغرى كالشبكات المحلية والحاسبات بالشركات وحتى الأفراد، وتمثل مصدرا هائلا للمعلومات المختلفة لملايين البشر في شتى



أنحاء العالم، وفرصة للتواصل من خلال تزاوج وتكامل تكنولوجيا الاتصالات والحاسبات (مؤيد عبد الجبار الحديثي: 2002، 85).

ونجد الدكتور أحمد الكسيبي يعرف الانترنت على أنها: "مجموعة من الشبكات المعلوماتية التي تعتبر من أهم وأكبر شبكات المعلومات في العالم، فهي مجموعة شبكات متصلة ببعضها البعض، وتسمح بتبادل المعلومات بكل حرية بين شبكات المؤسسات الكبرى وحتى أصغر الشبكات الخاصة والشخصية، توفر هذه الشبكة خدمات متعددة تضم أصنافا عديدة من المستخدمين والأغراض المتنوعة في مجال الأبحاث، وأحداث الساعة، والاقتصاد، التربية والتعليم والصحة، والنقل وغيرها، وهذه الخدمات مفتوحة للجميع، ويكفي أن يكون هناك جهاز حاسوب صغير ومحول (مودم) وهاتف واشتراك عند المزود (provider) حتى يصبح الارتباط بشبكة الانترنت ممكن (جودت أحمد سعادة وعادل فايز السرطاوي: 2007، 67).

ويتضح من خلال هذا التعريف أن الانترنت هي الشبكة الأم التي طورت في جوفها مئات الآلاف من شبكات تبادل المعلومات، التي بزغت حديثا وانتشر استخدامها بصورة مذهلة في السنوات الأخيرة، بسبب طبيعتها التفاعلية والديناميكية، وتقدم هذه الشبكة بجانب الاتصالات المباشرة الأخرى التي تجعل مضمون الاتصالات متاحا، أساليب متقدمة يمكن بواسطتها للأفراد والمؤسسات الاتصال ببعضهم البعض، لتبادل المعلومات والوصول إليها في كل أو معظم الأنشطة التعليمية والعلمية والتجارية والترويجية وكافة مجالات الحياة، عن طريق حاسوب مزود بمودم وهاتف واشتراك الارتباط بها، غير أنه أغفل مخاطر استعمال الانترنت بسبب حرية تبادل المعلومات، وغياب الرقابة عليها، وهذا ما أثار عدة مشاكل أخلاقية وقانونية فهي سلاح ذو حدين: ايجابي وسلبي.

وقد أوجز الباحث عبد المالك ردمان الدناني مفهومه في هذا الإطار للإنترنت معتبرا إياها (عبد الملك ردمان الدناني: 2001، 38):

- شبكة الشبكات: أي أنها شبكة معلوماتية أو مجموعة من الشبكات المعلوماتية.
- مكتبة بلا جدران: يمكن لمستخدميها الاطلاع على كافة أوعية المعلومات المتوفرة في مكتبات الانترنت.
- منتدى عالمي: يتم من خلاله تبادل الأفكار والمعلومات وتطويرها خدمة للبشرية على مستوى العالم.



- وسيلة اتصال حديثة: من أكبر فوائدها اختصار المسافات والزمن في نقل المعلومات بأوعيتها المختلفة حيث تستخدم في إرسال واستقبال البريد الإلكتروني، وعقد لقاءات الكترونية عن بعد.

- وسيلة إعلامية فعالة: مؤخرا تم ربط بعض محطات الإذاعة والتلفزيون فيها، وأصبحت تبث برامجها الإذاعية والتلفزيونية من خلالها، بالإضافة إلى عملية النشر الإلكتروني للصحف والمجلات والدوريات، كذلك تبادل الأخبار والتقارير والصور وإجراء المقابلات الصحفية.

وكنتيجة منطقية لهذا التحول أصبحت الانترنت تقف على قمة الهرم بالنسبة لوسائل الاتصال الأخرى، إذ أن البعد الاتصالي للإنترنت يتوفر على خصائص متقدمة واستثنائية في اختلافها، وتميزها عن بقية وسائل الاتصال، لعل من أبرزها: بنيتها الاستقلالية واللامركزية، حيث يقف المستثمرون العاديون على قدم المساواة مع أكبر الشركات العالمية، إذ يحصل الجميع على حق نشر ما يريدونه على الشبكة وبكافة الموضوعات والمجالات، كما أن عنصر التفاعلية عن طريق البريد الإلكتروني، ومواقع التواصل الاجتماعي ساهم في تبادل الخبرات المهنية والتقنية، باتت فيه الانترنت بنكا حقيقيا للأفكار والمعلومات، وأصبح الجمهور شريك أساسي في صنع المحتوى الإعلامي، وزاد من دور القطاع الخاص في مجال العمل الإعلامي (خالد وليد محمود: 2011، 67-69). كما أن تحليها بميزة تخطي الحواجز الزمنية والمكانية وفتح الباب للمعلوماتي والاتصالي أمام الجميع، ساهم في ترسيخ مقولة "مارشال ماكلوهان" العالم تحول إلى قرية كونية الكترونية صغيرة.

إذن فالإنترنت قلبت كافة المفاهيم والتطبيقات في جميع الميادين، ومهدت السبل لأعداد كبيرة من الناس ليتحولوا إلى البيئة الرقمية الإلكترونية، وأصبحت محط تنافس وسائل الإعلام التقليدية باعتبارها وسيطا إعلاميا تفاعليا جديدا، أحدثت ثورة في الوسط الإعلامي، محولة إياه إلى صناعة رقمية، كونها قادرة على الجمع بين إمكانات التلفزيون والراديو والصحيفة والهاتف في وقت واحد.

ويمكن من خلال ما سبق استنتاج الآتي:

- الانترنت نظام اتصالي قائم بذاته، يتمثل أساسا بمجموعة من الحواسيب.
- توفر الانترنت الربط وتدعم الاتصال ونقل المعلومات والبيانات بين مختلف الشبكات.
- عملية الاتصال بين الشبكات يحكمها مرسوم معين هو البروتوكول.
- ليس هناك هيئة مركزية تتحكم بمحتويات الانترنت.
- الانترنت وسيلة اتصالية إعلامية.

- تقدم خدمات متعددة ومتنوعة.

**4-2-3- التعريف الإجرائي:** الانترنت وسيلة اتصال جماهيري حديثة واسعة الانتشار، تتميز بسرعتها الفائقة، واتاحتها لقدر كبير من الحرية والتفاعلية، اندمجت فيها جميع وسائل الإعلام (صحافة الكترونية مواقع إخبارية متنوعة، تلفزيون تفاعلي، راديو الانترنت...)، مكنت الصحفي من سرعة الحصول على المعلومات بكافة أشكالها (نص، صوت، صور)، وبثها في ملف واحد بأقل جهد وتكلفة، وجعلت الجمهور شريكا رئيسيا في صنع الحدث وإبداء رأيه بكل حرية.

#### 4-3- الوسائط المتعددة:

**4-3-1- لغة:** إن كلمة ملتي ميديا (**multimedia**) كلمة إنجليزية تتألف من شقين: الشق الأول: "**Multi**" أي متعددة، أما الشق الثاني فهو الوسائط "**Media**" وهو اصطلاح يقصد به في الغرب الإعلام والصحافة وبشكل عام يطلق على كل ما ينطوي على معلومة تداخ أو تنشر على الناس كمرحلة أولى، فتتناقلها الأفراد وتتبادلها الألسنة فتنتشر بصورة أكبر (حسنين شفيق: 2006، 13)، وعلى هذا شاع استخدامها في الأدبيات المختلفة بأنها تقديم رسائل موحدة الهدف في أشكال مختلفة لمتلقين مختلفين (محمد عبد الحميد: 2006، 98)

وهناك عدة تسميات تطلق عليها، فنجد مصطلح ملتي ميديا أو الوسائط المتعدد "**Multimedia**"، هابير ميديا "**Hypermedia**" أو الوسائط التشعبية، أو يونيميديا "**unimedia**"، الوسائط الواحدة أو الموحدة أو الوسائط المندمجة "**Mixmedia**" أو الوسائط النهائية "**Ultimedia**"، حيث تم اقتراح هذا المصطلح الأخير من طرف شركة أي بي أم "IBM" في تقديمها لبرمجياتها التطبيقية (ميشال أنغولا: 2010، 19).

#### 4-3-2- اصطلاحا: هناك عدة تعريفات للوسائط المتعددة:

فمن الناحية التقنية يرى الباحثان في ميدان الوسائط المتعددة شابمان، شابمان and Chapman في كتابهما الوسائط المتعددة الرقمية أن الوسائط المتعددة "هي جمع اثنين أو أكثر من الوسائط المقدمة في شكل رقمي، بحيث يتم دمجها بما يكفي لعرضها عبر واجهة واحدة، أو يتم معالجتها بواسطة برمجية حاسوبية واحدة" ([www.ao-academy.org/11/05/2015](http://www.ao-academy.org/11/05/2015))، فهذا التعريف يعزز البعد التقني للوسائط المتعددة، بمعنى التوافق أو التزامن في استعمال أكثر من وسيط إلكتروني في الحاسوب فالوسائط المتعددة لا يمكن لها أن تعمل إلا مع جهاز الحاسوب الذي تتوفر



فيه تقنية "DVD.CDI.CD-RAM. CD-ROM" وغيرها، وقد اتسع انتشار الوسائط المتعددة في التسعينات مع تطوير أجهزة الحاسب الآلي القوية الذاكرة والقليلة التكلفة، والتي تتمتع بمواصفات عالية كبرمجيات الصوت والصورة، مما شجع العديد من المؤسسات التعليمية والأفراد في المضي قدما لإنتاج برامج متنوعة وثرية للوسائط المتعددة، مما يلبي حاجة المستهلك أيا كان نوعه، مثل شركة أدوبي (macromedia adobe) وأبرز منتجاتها (adobe Photoshop)، إضافة إلى برامجها في تطوير شبكات الانترنت، فهذا التنوع والإثراء ساعد على استقطاب المجال التعليمي للوسائط المتعددة في أنظمة التعليم وطرقه (عباس ناجي حسن: 2016، 131).

وهناك تعريف آخر يدعم دور الكمبيوتر، ويرى أنه عنصر أساسي من أجل تعريف الوسائط المتعددة وتكوينها، ويعرفها بأنها "استعمال الحاسب الشخصي في تقديم ودمج النص والرسوم والصوت ولقطات الفيديو، بوصلات وأدوات تجعل المستخدم يبحر ويتفاعل، يبدع ويتواصل (حسنين شفيق: 2006، 15).

وهذا التعريف يحتوي على أربع مكونات أساسية للوسائط المتعددة، وهي (حسني شفيق: 2006، 16):

-المكون الأول: يتمثل في ضرورة وجود حاسب شخصي، لكي يعمل على توحيد ما نراه ونسمعه ونتفاعل معه.

-المكون الثاني: لا بد من وجود وصلات أو روابط "Link" التي توصل المعلومات، وتتمثل في النصوص الرسوم، الصور، الصوت، ولقطات الفيديو.

-المكون الثالث: يتمثل في أدوات الإبحار، التي تجعل المستخدم يبحر على الشبكة ليصل للمعلومات التي يريدها.

-المكون الرابع: يتمثل في ضرورة توافر طرق تمكن المستخدم من جمع ومعالجة وتوصيل معلوماته وأفكاره.

وكخلاصة لدراسة مفهوم الوسائط المتعددة من الجانب التقني، فقد توصل الدكتور محمد الأمين موسى بعد دراسة أجراها بعنوان "توظيف الوسائط المتعددة في الإعلام الإلكتروني العربي"، من خلال جولة البحث عن تعريف لمصطلح الوسائط المتعددة في شبكة الانترنت باستخدام محرك البحث Google، أن هناك 34 تعريف يتفق معظمها على "استخدام أكثر من وسيط تواصلي واحد في



صياغة الرسالة، كما تتفق على استخدام الحاسوب وبرمجياته في القيام بعملية مزج الوسائط  
(www.arabicmediastudies.net/06.07.2015)

أما عن استخدام مفهوم الوسائط المتعددة في مجال الإعلام والاتصال، فقد اقترن بتطور استخدام الشبكات في الاتصالات والإعلام منذ منتصف التسعينات تقريبا، أين أصبحت المعلومات معيار تقدم الدول وأصبحت قوتها تقاس بمدى امتلاكها وتحكمها بتكنولوجيا الاتصالات والمعلومات، ففي عام 1962 م حدد فريترز ماكلوب " fritz maclup " خمس صناعات رئيسية للمعلومات هي: التعليم، البحث، التطوير، وسائل الاتصال وتجهيزات المعلومات وخدماتها، واليوم فإن هذه الصناعات تأخذ في التقارب والاندماج من خلال الوسائط المتعددة(www.ao-academy.org/11.05.2015)، التي تمكنت من أن تدخل مجالات كثيرة منها(www.wikipedia.org/26.03.2014):

- 1- المواقع الإلكترونية الاخبارية (News websites) .
- 2- الاختبارات (Tests).
- 3- البرامج الترفيهية التعليمية(Educational entertainment programs) .
- 4- الموسوعات والمعاجم (encyclopedias and dictionaries)
- 5- نظم التعليم العالمي (global education systems) .
- 6- نظم التعليم المتخصصة (specialized education systems) .
- 7- جامعات وكليات الانترنت (universities and colleges internet).

ويشار إلى منتجات الوسائط المتعددة باسم الوثائق المركبة (compound documents) كما تعد مصطلحات التصميم "Design" والتفاعل "interactivity" من الكلمات المفتاحية عند تناول الوسائط المتعددة، ويصبح عرض المعلومات أكثر جاذبية وتفاعلا مع الحواس الإنسانية(محمد جاسم فلحي: 2003 87).

فهي إذن خليط من الوسائل السمعية البصرية، لتقديم بيانات معينة في شكلين أو أكثر، تشمل المفردات اللفظية(النصوص)، الصورة بأنواعها (الثابتة والمتحركة) والصوت والمؤثرات الصوتية والموسيقى والرسوم بأنواعها.(Steve Heath 1996, 50)

ويضيف علي عبد الفتاح كنعان إلى هذه العناصر "النص الفائق" كأحد مكونات الوسائط المتعددة المستخدم كبرنامج لبناء قواعد البيانات التي تربط أجزاء النصوص، نتيجة أن النص هو الشكل



الرئيسي للاتصالات، فقد ظهر العديد من البرمجيات أي برمجيات الوسائط المتعددة المعتمدة على برامج النصوص الفائقة (عبد الفتاح كنعان: 2014، 161). فالنصوص الفائقة والوسائط المتعددة التي تزخر بها (المواقع الإلكترونية)، والتي يفضلها القارئ بمقدار 75%، هي التي تؤكد مفهوم ثراء الوسيلة الإعلامية (media richness) على شبكة الانترنت (www.asbar.com/ar/centent/17.06.2014).

فالوسائط المتعددة على هذا النحو تجمع بين الصوتيات والمرئيات في منظومة واحدة، تتفق مع أهداف الإنتاج والعرض والتقديم وحاجات المتلقين، من خلال التفاعلية والإتاحة والتوصيل، حيث أن الهدف من التعدد والتنوع في توظيف الوسائط المتعددة هو نقل الأفكار في أكثر من وسيلة تدعم الفكرة والمعنى في مزيج واحد، تعمل على استثارة الحواس وتنشيط العمليات المعرفية الإدراكية، التي تهدف في النهاية إلى الكسب المعرفي.

ومن جهة أخرى يعرف محمد عبد الحميد الوسائط المتعددة في مجال الاتصال والإعلام على شبكة الانترنت أنها: "حزمة الوسائل الإعلامية الرقمية التي تشمل النص والصورة بأنواعها والصوت والرسوم، ويتم إنتاجها وعرضها وتقديمها في موقع واحد أو مواقع متعددة، وتتفاعل مع بعضها وظيفيا في إطار نظام مؤسسي، يتيح للمتلقي الوصول والتجول والاختيار الحر، بجانب المشاركة في بناء المعنى" (محمد عبد الحميد: 2006، 100).

وقد أضاف في تعريف آخر عناصر أخرى يرى بأنها تدخل كعناصر ومكونات فعالة ضمن الوسائط المتعددة على مواقع وسائل الإعلام، وهي الموقع على الويب، البريد الإلكتروني، جماعات الأخبار والرسائل القصيرة، ومساحات التعليق والحوار، مادامت كلها تشترك في تقديم الأخبار وتحقيق أهداف الإعلام والاتصال، ويعد تطبيقاتها في الاستخدام الحي كاللقاءات الصوتية أو المقابلات أو صور الفيديو في مواقع الأحداث هو الأساس في توظيفها، كعنصر فعال ضمن بقية العناصر من طرف وسائل الإعلام الإلكترونية (محمد عبد الحميد: 2006، 101).

وهذا ما أوجزه الدكتور عباس ناجي حسن في إعطائه أمثلة عن التطبيقات الحية للوسائط المتعددة في (عباس ناجي حسن: 2016، 132):

أ- البريد الإلكتروني (E-mail)

ب- عقد المؤتمرات بواسطة الكمبيوتر (computer conferencing)

ت- المؤتمرات الصوتية (Audio conferencing)

ث- المؤتمرات عبر الفيديو (Video conferencing)

لذا تعد الوسائط المتعددة من التقنيات الأساسية عند التعامل مع بيانات ومعلومات الانترنت، وذلك لما تتيحه الوسائط المتعددة من سهولة في الوصول إلى المعلومات من خلال تقنية الصوت والصورة والنص والرسوم، لذا صنف من برمجيات الحاسوب الذي يوفر معلومات بأشكال فيزيائية مختلفة مثل النص والصورة والفيديو والحركة.

فالوسائط المتعددة قد أوجدت تغييرات كبيرة في طرائقنا في العمل، التواصل والاستهلاك، وقد عبر المنظر أدمون كوشوت (Edmond couchot) عن هذه التحولات بمصطلح "الهجين"، فالوسائط المتعددة أحدثت تحولات جذرية في بيئتنا، حيث أصبحت إحدى أقوى الأشكال في نقل الأفكار والبحث عن المعلومات وتجربة الأفكار الجديدة لأي وسيط اتصال تم تطويره، وقد هجنت فضاءات كثيرة بين التكنولوجيا الجديدة والقديمة، وبنيت عهدا جديدا أسقطت فيه الحواجز التقليدية بين الوسائط الإعلامية المختلفة (النشر الصحفي البث السمعي البصري...)، فرهانات هذه التكنولوجيا الجديدة يبدو أنها تتمركز حول نوعية وتجديدات البرامج والخدمات المعروضة، التي ستؤطر بدورها تطور سوق حقيقي للوسائط المتعددة، فاندماج كل المعارف العلمية هو شيء محوري بهدف تطوير الأشكال الجديدة والجدابة لمنتجات الوسائط المتعددة التفاعلية، ودفع المستخدم لاقتنائها (ميشال أنغولا: 2010، 14).

أما الدكتور محمد الأمين موسى فيعرفها بأنها: "توظيف النصوص والجداول والرسوم البيانية والصور الثابتة واللون والحركة والرسوم المتحركة والصوت والفيديو، بكيفية مندمجة ومتكاملة من أجل تقديم رسالة تواصلية فعالة قادرة على تلبية حاجات المتلقي، ومنكيفة مع قدراته الإدراكية، ويمكن الحديث عن تعدد الوسائط ابتداء من توظيف وسيطين كحد أدنى، والوسائط المتعددة ليست مجرد عملية تجميع لهذه الوسائط بل هي عملية إبداعية تخضع للشروط الفنية والنفسية (الإدراكية والمزاجية) المواكبة لعملية المتلقي" (www.ao-academy.org/11/05/2015)

فهذا التعريف أضاف عناصر ومكونات جديدة على غرار باقي التعريفات مثل: الجداول، الحركة اللون...، ووافق باقي التعريفات في شروط فعالية الوسائط المتعددة على مواقع وسائل الإعلام الإلكترونية حتى تقدم رسائل فعالة ومؤثرة وهادفة، والمتمثلة في التفاعلية، الإبداع، التكامل، الاندماج التوازن بين كافة هذه العناصر.

وكخلاصة لكل ما سبق من تعريفات وتحاليل وشروحات، أن مفهوم الوسائط المتعددة على الانترنت ترتبط بداية بوجودها على موقع واحد باستخدام وسيلتين أو أكثر من الوسائل، مثل النص المكتوب بجانب الصور بأنواعها والرسوم المختلفة.. وغيرها، لإحداث التفاعل عند تقديم الأخبار فالمواقع على شبكة الانترنت وسيلة من وسائل الاتصال الجماهيري، فالوسائط المتعددة حسب محمد عبد الحميد وآخرون تعني أنها(محمد عبد الحميد: 2006، 99):

- تعدد الوسائل، حيث أن المفهوم يرتبط بتوظيف وسيلتين أو أكثر.
- التنوع في توظيف الوسائل، فلا يكفي استخدام وسيلة أو وسيلتين لمرات عديدة حتى يقال أنها وسائل متعددة.
- التكامل في التوظيف والأهداف والدلالة.
- يشير تعدد الوسائل إلى تعدد الحواس الخاصة باستقبال المعلومات في أشكال التقديم المختلفة.
- يشير التعدد إلى تباين خصائص المتلقين وحاجاتهم، بحيث يلبي هذا التعدد مختلف الخصائص والحاجات والأهداف.
- قاعدة بيانات تضم ملفات هذه الوسائل سواء كانت في برنامج واحد أو برامج متعددة مع إمكانية الربط بينها في التوظيف والاستخدام.
- أهمية التفاعلية في العرض والتقديم والتوصيل والإتاحة.
- التكامل في التصميم والإنتاج والعرض والتقديم.
- إضفاء المزيد من الجمالية والخدمات والتفاعلية على المواقع الإعلامية.
- إمكانية تحديث المعلومات بسهولة.
- إمكانية اللجوء السريع للأرشيف الإلكتروني.
- إن استخدام الوسائط المتعددة يمثل واجهة تكنولوجية للمؤسسات الإعلامية.
- يلاحظ أن غالبية التعريفات السابقة لم تنظر إلى الوسائط المتعددة كمتغير له أبعاده، وإنما اكتفت فقط بالتركيز على بعد واحد أو اثنين بشكل متباعد، يوجه النظر إلى زاوية واحدة من زوايا تكوين الوسائط المتعددة، وبشكل يفضي إلى توصيف بسيط وسطحي، كما أن معظمها لا تنظر ولا تبحث في التطورات الحادثة في مجال الوسائط المتعددة، لاسيما: الوسائط المتعددة التفاعلية والوسائط المتعددة الفائقة.

ومن أبعاد الوسائط المتعددة نذكر (الصادق رابح: 2010، 70):

- 1- عناصر الوسائط المتعددة: النص، الصورة، الصورة الرقمية، الرسوم، الرسوم المتحركة الفيديو.
- 2- عملية صناعة الوسائط المتعددة: (تأليف لعديد من الصناعات السابقة: صناعة الكتب المطبعية صناعة الصوت والصورة، راديو، تلفزة، موسيقى، فوتوغرافيا ومعلوماتية.
- 3- مميزات الوسائط المتعددة، والتي حددت بما يأتي: التفاعلية، الفردية، التنوع، التكامل، الكونية المرنة، التزامن.
- 4- إمكانيات تكنولوجيا الوسائط المتعددة، والتي حددت بما يأتي: التحوير، المحاكاة، الواقع الوهمي النمذجة، التحول.
- 5- برامج الوسائط المتعددة: برامج التشغيل، برامج التأليف، برامج العروض.
- 6- مستويات الوسائط المتعددة: الوسائط المتعددة غير التفاعلية، الوسائط المتعددة التفاعلية الوسائط التفاعلية الفائقة.

**4-3-3- التعريف الإجرائي:** يقصد بالوسائط المتعددة "الاندماج والتكامل والتوازن في توظيف النصوص والجداول والرسوم البيانية والمتحركة والصور الثابتة والفيديو واللون والحركة والصوت ووسائل التجول والبريد الإلكتروني بمواقع الصحف الإلكترونية، من أجل تقديم رسائل اتصالية هادفة للمتلقي، وفتح المجال أمامه بالتفاعل وإبداء رأيه وجعله شريك رئيسي في العملية الإعلامية بجانب بقية العناصر.

فهي إذن دمج أنظمة مختلفة: الحاسوب، ونصوص ومرئيات ساكنة ومتحركة وصوتيات واتصال.

#### 4-4- الصحافة الإلكترونية:

**4-4-1- اصطلاحا:** تعددت تعريفات الباحثين لمفهوم الصحافة الإلكترونية، نظرا لاختلاف مداخلهم التي يعتمدون عليها في التعريف، فمنهم من يقتصر تعريفه على الفنون الصحفية المستخدمة، ومنهم من يتعرض للنواحي التقنية لتصميم الصحيفة، وآخرون يتناولون أنماط الصحيفة الإلكترونية.

والصحافة الإلكترونية تعبير أو مصطلح يأتي ترجمة لأكثر تعبير في الكتابات الأجنبية مثل:

"computer "electronic newspaper" "electronic edition" "online journalism"

"virtual Newspapers" "electronic journalism" assisted journalism" ولذا يشار



إليها في الدراسات العربية بمسميات أبرزها: الصحافة الفورية، النسخ الالكترونية، الصحافة الرقمية الصحافة المستعينة بالحاسبات الالكترونية (فيصل أبو عشة: 2014، 276).

ومن التعريفات البسيطة للصحيفة الالكترونية تعريف ديانا بيتش (diana petch) "هي تلك الصحافة التي تمارس على الخط المباشر practiced online journalism" (منار فتحي محمد: 2010، 23). ولكن يعيب على هذا التعريف عموميته، فيمكن وفقا له إدراج كافة أنواع المواقع تحت مفهوم الصحيفة الالكترونية، ونقع في خطأ المزج بين مفهومين هما: المواقع الإعلامية على شبكة الانترنت والصحافة الالكترونية، لأنها مجرد إعلام الجمهور بأخبار المؤسسة الصادر عنها، كما يدخل في إطاره مفهوم استمرار الجريدة على الخط، والصحيفة الالكترونية غالبا ما تكون -وخصوصا- في بدايتها مرتبطة بصحيفة مطبوعة.

فصحافة الانترنت ظهرت وتطورت كنتاج لشبكة الانترنت العالمية، وتماشيا مع البيئة الالكترونية الرقمية التي جاءت أيضا كنتيجة المزج بين ثورة تكنولوجيا الاتصالات وثورة تكنولوجيا المعلومات وثورة تكنولوجيا الحاسبات، بما يعرف بالتقنية الرقمية، فصحافة الانترنت إذن هي نتاج لامتزاج الإعلام بالتقنية الرقمية الأمر الذي فرض على الصحافة ضرورة تغيير محتواها وشكلها وأساليبها. ويعرفها عبد الواحد أمين بأنها "وسيلة من الوسائل متعددة الوسائط تنشر فيها الأخبار والمقالات وكافة الفنون الصحفية عبر شبكة المعلومات الدولية الانترنت، بشكل دوري ويرقم متسلسل، باستخدام تقنيات عرض النصوص والرسوم والصور المتحركة، وبعض الميزات التفاعلية، وتصل إلى القارئ من خلال شاشة الحاسب الآلي، سواء كان لها أصل مطبوع أو كانت صحيفة الكترونية خالصة" (رضا عبد الواحد أمين: 2007، 10)

فحسب هذا التعريف، يتضح أنها منشور الكتروني تجمع بين مفهومين "الصحافة ونظام الملفات المتتابعة أو المتسلسلة، ينشر على شبكة الانترنت، لها عدة خصائص يمكن تلخيصها فيما يلي:

1- الوسائط المتعددة: أين يمكن دمج أشكال متعددة لعرض القصص الصحفية، فنحصل على نموذج واحد متكامل لكنه متعدد العناصر والأبعاد فمثلا: الجمع بين تقنيات الرسوم المتحركة والعناصر الجرافيكية النشطة، المواد السمعية، الصور ولقطات الفيديو حتى نحصل على نموذج شامل ومبتكر.

2- استخدام الفنون الصحفية بشكل مركز: إن أهم ما يميز موقع الصحيفة الإلكترونية عن غيره هو اعتماده على محترفين في المجال الصحفي، واستخدامه لعدد من الفنون الصحفية، فلا يركز على الخبر فقط، كما تفعل المواقع الإخبارية معتبرة إياه المادة الرئيسية للموقع، كما أن التركيز على استخدام مختلف الفنون الصحفية يكسب الموقع سمة تميزه عن سائر المواقع التي قد تكون خدمية أو تجارية أو حكومية أو ما شبه ذلك (منار فتحي محمد: 2010، 86).

3- الاعتماد في النشر على شبكة الانترنت والقراءة على الكمبيوتر: والاستفادة من ميزات الانترنت من لا محدودية المساحة، فمساحات التخزين هائلة، كما أن تكنولوجيا النص الفائق والروابط النشطة تسمح بتكوين نسيج متنوع ذو أطراف وتفرعات لا متناهية، تسمح باستيعاب جميع المعلومات وكذا الاستفادة من خاصية التحديث الفوري للمعلومات تبعاً لتطور الأحداث، وما ينتج من سرعة وتجديد الخبر الإلكتروني ومواكبة عنصر الجودة وتحقيق الأنية في النشر، وسرعة انتشار المعلومة ووصولها إلى أكبر شريحة، وفي أوسع مجتمع وبأقل تكلفة.

4- التفاعل والمشاركة: هذه الميزة التي أصبح ينظر من خلالها إلى المستقبل، باعتباره مشاركاً فعالاً في العملية الاتصالية، وأصبح الفرد يبحث عن المعلومات التي يريدها ويختارها، كما يمكنه إضافة معلومات، وبالتالي فإن الفروق بين المصدر والمستقبل تكاد تتلاشى، وتحولت الانترنت بذلك إلى وسيلة "اقرأ وأكتب"، "شاهد وتفاعل"، "استمع وعبر" كما تصورها منشؤها تيم بيرنارزلي (منار فتحي محمد: 2010، 26).

5- تنوع أشكالها وتعددتها: حيث حددها الباحثون في 03 أشكال:

- 1- نسخة طبق الأصل عن النسخة المطبوعة في شكل الكتروني.
- 2- نسخة الكترونية تقوم على إعادة إنتاج بعض النصوص المتواجدة في النسخة المطبوعة للتلاؤم مع مميزات الشبكة، وذلك بتغذية النص بالروابط والإشارات المرجعية.
- 3- نسخة الكترونية كلياً: فيقوم الصحفيون بإنتاج محتوى خاص بصحيفة الانترنت يستوعبون فيها تنظيمات النشر الإلكتروني، ويطبّقون فيها أشكال جديدة للتعبير عن الخبر.

وعلى إثر هذا الأخير "النشر الإلكتروني"، فهناك من يعتبر الصحافة الإلكترونية جزءاً من النشر الإلكتروني، والذي لا يعني فقط مجرد استخدام أنظمة النشر المكتبي وأدواته وأنظمتها المتكاملة، إذ



يمتد حقل النشر عبر الانترنت أو توزيع المعلومات والأخبار من خلال وصلات اتصال عن بعد، أو من خلال تقنية الوسائط المتعددة وغيرها من النظم الاتصالية التي تعتمد على شبكة الحاسبات وتعتمد نظم النشر الإلكتروني عموما التقنية الرقمية التي توفر القدرة على نقل ومعالجة النصوص والصوت والصورة، معا بمعدلات عالية من السرعة والمرونة والكفاءة (عبد الأمير فيصل: 2006: 79).

ويعرفها زيد منير سليمان بأنها: "نوع من الاتصال يتم عبر الفضاء الإلكتروني - الانترنت وشبكات المعلومات والاتصالات الأخرى-، تستخدم فيه فنون وآليات ومهارات العمل في الصحافة المطبوعة، مضافا إليه مهارات وتقنيات المعلومات التي تناسب استخدام الفضاء الإلكتروني كوسيلة أو وسيط اتصالي، بما في ذلك استخدام النص والصوت والصورة والمستويات المختلفة من التفاعل مع الملئقى، لاستقاء الأخبار ومعالجتها وتحليلها ونشرها عبر الفضاء الإلكتروني بسرعة.(www.geocites.com/ar/kress 2009).

فهي إذن إعلام على الطريقة التكنولوجية، تمثل وجه آخر لتحدي الصحافة للتطورات التكنولوجية، حيث استغلت الواقع الافتراضي كبيئة للنشر، دون التخلي عن أصول الصحافة التقليدية ومهارات وآليات العمل بها، حيث تجمع بين تكنولوجيا النشر التقليدية وتكنولوجيا الانترنت الحديثة في النص الفائق وتطبيقات الوسائط المتعددة.

أما عبد الرزاق محمد الديلمي فيرى أن الصحافة الإلكترونية هي: "جمع وتحرير الأخبار وفق كتابة مصممة للإنترنت وبثها عبر الأقمار الصناعية وكابلات الاتصال، فهي الصحافة الممارسة على شبكة الانترنت، حيث تقوم ببث رسائل الكترونية إلى جمهور غير محدد جغرافيا لتقدم لهم الأخبار والتقارير والتحليلات والحقائق والأحداث الجارية، بآنية وبسرعة نقل وتفاعلية وسرعة استرجاع وأرشفة الكترونية، يمكن القارئ من البحث في مئات الصفحات المنشورة سابقا، وتخطت الحدود لتحظى بصفة الكونية، ومساحات لامحدودة من الصفحات، ناهيك على أنها وسيلة متعددة الوسائط، بحيث استطاعت تقديم خدمات إذاعية وتلفزيونية وصولا للبث الفضائي الحي(عبد الرزاق محمد الديلمي: 2011، 218).

وبالنظر والتمحيص لهذا التعريف نجد أنه أشمل وأعم وأدق من حيث إمامه بجميع عناصر الصحيفة الإلكترونية، المذكورة في باقي التعريفات كل على حدى في تعريف واحد أوجز فيه: أدوات ومستلزمات النشر من أقمار صناعية، كابلات الاتصال، انترنت، الفنون الصحفية الإلكترونية(من



مقالات، أخبار...) خصائص الصحافة الالكترونية(السرعة، التفاعلية، تخطي الحدود، الأرشفة الالكترونية)، وأهم ما يلفت الانتباه في هذا التعريف هو اعتباره الصحافة الالكترونية محور التقاء كافة الوسائل الإعلامية الباقية، فهي تعبير عن الصحافة المطبوعة(النص)، والإذاعية(الصوت) والتلفزيونية(الصورة بأنواعها، والمؤثرات الصوتية)، وكل ذلك من خلال التقنية المعجزة "الوسائط المتعددة" .

ومن خلال استعراض الباحثة للتعريفات السابقة، يتضح اختلاف توصيفات الباحثين لظاهرة الصحافة الالكترونية، حيث أطلقوا عليها مسميات مختلفة، فمنهم من يرى أنها وسيلة اتصال عبر الشبكة أو منشور دوري الكتروني أو نسخة كومبيوترية للصحيفة، ومنهم من يرى أنها صحافة صادرة الكترونيا أو نصوص منشورة على الانترنت أو صحيفة لا ورقية على الانترنت، وفريق آخر يرى أنها صحف يتم إصدارها ونشرها على شبكة الانترنت أو هي منشور الكتروني يجمع بين مفهومين الصحافة التقليدية ونظام الملفات المتتابعة التي تتيحها شبكة الانترنت فهي نتاج حديث أو مرحلة متطورة من مراحل التطور المستمر للصحافة بشكل عام.

فقد أصبحنا نعيش اليوم عصر الصحافة الالكترونية، هذه الصحافة التي فرضت وجودها في الواقع الافتراضي بدورها في رصد الأحداث وصناعة الاخبار جنبا إلى جنب مع الصحافة التقليدية متجاوزة القيود الجغرافية والسياسية التي تعاني منها نظيرتها الورقية، التي ربما بدأ العد العكسي لأفول نجمها مع تقدم عجلة الزمن، ففيليب ميلر تنبأ أن عام 2040م سيشهد هجرة آخر قراء الصحف الورقية المطبوعة إلى الصحافة الالكترونية(www.arabicmediastudies.net/06/07/2015). فالصحافة الالكترونية تحرز يوما بعد يوم تطورا مذهلا في مواقعها وخدماتها. وهذا بفضل استخدامها للوسائط المتعددة التي جعلت منها صحافة فورية تفاعلية.

- ومن التعريفات السابقة نرصد مجموعة من المؤشرات التي تشير إلى الصحافة الالكترونية منها:
- أنها منشور الكتروني دوري يحتوي على الأحداث الجارية، لها موقع محدد على شبكة الانترنت وتخزين المعلومات وإدارتها واستدعاؤها يكون بطريقة الكترونية.
  - يتم قراءتها من خلال جهاز كومبيوتر، وتنتشر عبر الانترنت.
  - يتم إصدارها الكترونيا من حيث تحريرها وتصحيحها، وتصميم الرسوم وإعداد الصور، وتركيب الصفحات، وبنائها على جهاز الكومبيوتر المتصل بالانترنت.

- مشاركة المتلقي عن طريق تصفحها وحفظ مادتها وإضافة معلومات وإبداء رأيه.
- تستخدم الوسائط المتعددة والنصوص الفائقة مما يسمح بالتفاعلية.
- تحديث محتوياتها تماشياً مع مجريات الأحداث.
- تتميز اخبارها بالسرعة، الآنية، الجدة، الحالية والنشر اللامحدود
- تتضمن مزيجاً من الأخبار، المقالات، التعليقات، وكافة الفنون الصحفية.

**4-4-2- التعريف الإجرائي:** الصحافة الالكترونية هي منشور الكتروني دوري، لها موقع محدد على شبكة الانترنت، يحتوي على الأحداث الجارية، تعتمد على الحاسب الآلي في التحرير والصيغة والتصميم والإعداد والمونتاج والميكساج، وعلى الانترنت في عملية النشر، وعلى الوسائط المتعددة كعامل رئيسي لإحداث التفاعل الايجابي مع الجمهور، ليحصل على احتياجاته المعرفية بكل سهولة ويسر، ويتمكن من حفظ المعلومات والأخبار والرجوع إليها في أقصى وقت وأقل جهد وتكلفة.

**5-الدراسات السابقة:** إن التراكم هو الطابع والمبدأ الذي يتميز به العلم، فهو يسمح باتساع دائرة المعارف ونقل النتائج العلمية من زمن إلى آخر.

ومن خلال متابعة الباحثة لبعض الدراسات، وجدت العديد من الدراسات التي تناولت الإعلام الالكتروني والانترنت والصحافة الالكترونية، ولكن الباحثة حاولت حصر دراساتها السابقة حول استخدام الوسائط المتعددة في وسائل الإعلام الالكترونية، باعتبارها المصطلح المفتاحي في الدراسة.

ومن الدراسات السابقة التي نشير لها هنا، والتي نرى أنها قريبة من موضوع أطروحتنا نذكر:

#### **5-1-الدراسات العربية:**

الدراسة الأولى: للباحث محمد الأمين موسى أحمد، بعنوان "توظيف الوسائط المتعددة في الإعلام الالكتروني العربي"، بحث مقدم في مؤتمر "صحافة الانترنت الواقع والتحديات"، جامعة الشارقة

22-23 نوفمبر 2005 (www.arabicmediastudies.net/06/07/2015)



تسعى الدراسة إلى محاولة التعريف بشبكة الانترنت، وخدماتها الفعلية التي قدمتها في مجال الإعلام، من خلال توضيح الواقع الذي تعيشه وسائل الاتصال الجماهيري في فهم واستيعاب هذه الوسيلة الحديثة، التي تعد أهم انجاز تكنولوجي تحقق، حيث استطاع الإنسان أن يلغي المسافات ويختصر الزمن، ويجعل من العالم قرية صغيرة، كما أسهمت هذه الوسيلة في تعظيم الأثر الاتصالي للعملية الإعلامية، من خلال ما تتوفر عليه من عناصر مقروءة ومسموعة ومرئية، الأمر الذي جعل لها بروزا ودورا حضاريا في المجتمع حيث ينذر أن تجد وسيلة إعلامية متميزة ليس لها وجود الكتروني على شبكة الانترنت، بالإضافة كون التواصل عبر شبكة الويب يتم عبر وسيلة جماهيرية جديدة وهي "الموقع site"، فجذبت هذه الشبكة العديد من وسائل الإعلام التقليدية، وقلصت الفروق بين أشكالها المختلفة (كتاب، صحيفة مجلة، وكالة أنباء إذاعة، تلفزة).

فهذه الدراسة تسعى إلى استكشاف مدى توظيف الوسائل المتعددة في تقديم الرسائل الالكترونية ضمن مواقع الإعلام الالكتروني العربي، ذلك أن جل وسائل الإعلام العربية التقليدية اتخذت لها موقع على الشبكة كما أن الشبكة شهدت ميلاد العديد من وسائل الإعلام العربية الالكترونية البحتة. وتتلخص مشكلة الدراسة في التساؤلات الرئيسية التالية:

- ما مدى استخدام وسائل الإعلام الالكتروني العربي للوسائط المتعددة؟.
- أهنالك وعي داخل وسائل الإعلام الالكتروني العربي بالمفهوم الشمولي والحديث للوسائط المتعددة ومن ثم إدراك لأهميتها في التواصل الفعال؟.
- ما هي السبل الكفيلة التي يجب إتباعها لكي تواكب وسائل الإعلام التطور الهائل في توظيف الوسائط المتعددة في إعداد الرسائل التواصلية الفعالة؟.

واعتمدت الدراسة على عينة قصدية مكونة من وسائل الإعلام العربي الالكتروني المشهورة اشتملت على عشر وسائل، تسعة منها وسائل تقليدية في الأصل، أوجدت لها مواقع تعزيزية على الويب، والعاشرة نشأت أصلا وترعرعت في الويب كأفضل صحيفة الكترونية عربية وهي صحيفة إيلاف elaph.com، أما الوسائل التسع الأخرى فهي صحيفة الشرق الأوسط السعودية اللندنية asharqalawsat.com، قناة الجزيرة الفضائية aljazeera.net، صحيفة الأهرام المصرية ahram.org.eg، الفضائية السودانية sudantv.tv صحيفة الخليج الإماراتية alkhleej.ae، راديو



ليالي بيروت [beirutnights.com](http://beirutnights.com)، صحيفة التجديد المغربية [attajdid.ma](http://attajdid.ma)، راديو سوا الأمريكي [radiosawa.com](http://radiosawa.com)، صحيفة الرأي العام السودانية [rayaam.net](http://rayaam.net).

بحكم كون هذه الدراسة دراسة استكشافية تهدف إلى التعرف على واقع الوسائط المتعددة في الإعلام العربي الإلكتروني، فقد لجأ الباحث إلى رصد أبرز مكونات مواقع الويب التي لها علاقة بالوسائط المتعددة مع التركيز على الصفحة الرئيسية دون إغفال الصفحات الأخرى المكونة للموقع وقد تم حصر هذه المكونات فيما يلي: التصميم (من حيث الإطارات)، امتداد الصفحة (رأسيا)، الصور الحركة، الألوان، الخطوط المستخدمة، الأزرار، الرسوم الفنية، الرسوم المتحركة، الفيديو والصوت. أما النتائج التي توصلت إليها هذه الدراسة فهي:

- 1- معظم وسائل الإعلام العربي تفتقر إلى استخدام الوسائط المتعددة بمفهومها الحديث، ويرجع ذلك إلى عدم اقتناع الإعلاميون العرب بأهميتها وجدواها، لكونهم غير مدربين كفاية لاستعمالها.
- 2- إن الوسائط المتعددة تتيح لوسائل الإعلام العربي فرصا غير محدودة للارتقاء والمنافسة ليس فقط في المحافظة على جمهورها، ولكن أيضا لجذب جمهور جديد تصل إليه شبكة الويب في كل أرجاء المعمورة.
- 3- بينت هذه الدراسة أن بعض وسائل الإعلام العربي رغم شهرتها، لم تستفد من الإمكانيات التواصلية الهائلة التي تتيحها الوسائط المتعددة، وظلت أسيرة الإعلام التقليدي الذي ينظر إلى شبكة الويب كفضاء ثانوي يفتقر الجدوى الاقتصادية والإعلامية.
- 4- ضرورة اهتمام كليات الإعلام في الوطن العربي بتدريس الوسائط المتعددة، وتدريب كوادر بشرية قادرة على تكوين فرق متكاملة قادرة على إنتاج الوسائط المتعددة، واستغلال إمكانياتها التفاعلية التي توفرها، لاسيما وأنها تشهد تطورا متزايدا يوما بعد يوم، أين يسعى الإعلام العالمي إلى توظيفها في خدمة المتلقي الذي يتم التنافس لكسب اهتمامه ورضاه.
- 5- كشفت الدراسة على أن الوسائط المتعددة بمفهومها الحديث قد تساعد وسائل الإعلام الإلكتروني العربي على الخروج من شكلها التقليدي الذي لا يتلاءم والتطور الهائل الذي جاءت به الانترنت لكن بشرط التوظيف الصحيح لهذه الوسائط.



6- خلصت الدراسة إلى أن حالة الضعف في استخدام وتوظيف الوسائط المتعددة هي حالة مؤشرة عالميا، ولا تقتصر على المواقع الالكترونية العربية، لكن هذا لا يعطي المبرر للإعلام الالكتروني العربي لكي يستمر بتخلفه عن ركب التطور في هذا المجال الحيوي.

تمثل هذه الدراسة إضافة متميزة في مجال استخدام الوسائط المتعددة في وسائل الإعلام العربية فقد استفدت منها خصوصا في الجانب النظري، من خلال التعرض لشبكة الانترنت والمواقع الالكترونية الإعلامية والوسائط المتعددة، بالإضافة إلى الاستفادة منها في الجانب الميداني من خلال معرفة طرق التحليل وتصميم الاستمارة وكذلك التقارب في طرح الأسئلة، كما استفدت منها في حصر مفردات التحليل بما يقصد به عناصر الوسائط المتعددة (فيديو، صوت، صورة، الإطارات، الحركة الألوان، الخطوط المستخدمة، الأزرار، الرسوم).

وتلتقي الدراسات في كونها استكشافيتان تهدفان إلى التعرف على واقع الوسائط المتعددة في الإعلام الالكتروني، فبالرغم من وجود دراسات تناولت الصحافة الالكترونية والإعلام الالكتروني، إلا أنها لم تخصص في ميدان الوسائط المتعددة بشكل خاص، كما يسجل استخدامها لنفس المنهج. غير أنهما تختلفان في الميدان، فالدراسة الحالية تختص بالصحافة الالكترونية الجزائرية بينما دراسة الدكتور محمد الأمين موسى فقد اقتصرت في توظيف الوسائط المتعددة في الإعلام الالكتروني العربي (صحافة الكترونية، موقع إذاعية ومواقع تلفزيونية عربية)، كما اعتمدت الباحثة على أدوات: استمارة التحليل واستمارة استبيان للصحفيين، بينما اقتصرت الدراسة على استمارة التحليل للمواقع فقط.

**الدراسة الثانية: الوسائط المتعددة في الإعلام الالكتروني: دراسة مقارنة (العربية نت، محيط راديو سوا إذاعة العراق الحر، تلفزيون الشرقية، وكالة سينا) للدكتور عباس ناجي حسن سنة 2016 (عباس ناجي حسن: 2016).**

إن بيئة الانترنت تحاول أن تدمج بين وسائل الإعلام التقليدية والجديدة، فبعدما كان استخدام الوسائط يعتمد على نوع الوسيلة، كالتلفاز الذي يعتمد على المرئيات، والإذاعة على الصوت والصحافة المكتوبة على النص والصورة، فإن الإعلام الالكتروني بكافة وسائله (مواقع إخبارية وصحف الكترونية وفضائيات وإذاعات) يمكنه أن يذيب الفوارق بواسطة الوسائط المتعددة، وجعلها مرئية ومسموعة ومقروءة في وقت واحد.

وتتحدد مشكلة البحث بالسؤال الرئيسي الآتي: ما مدى استخدامات الوسائط المتعددة في الإعلام الإلكتروني بين المواقع الإلكترونية العربية والأجنبية الناطقة بالعربية والمواقع العراقية؟ والذي تنفرع منه تساؤلات فرعية هي:

1- ما مدى استخدام الوسائط المتعددة (النص، الصوت، الفيديو، الصورة، الرسوم) في المواقع الإلكترونية العربية للمدتين (2012-2014)؟.

2- ما مدى استخدام الوسائط المتعددة (النص، الصوت، الفيديو، الصورة، الرسوم) في المواقع الإلكترونية الأجنبية الناطقة بالعربية للمدتين (2012-2014)؟.

3- ما مدى استخدام الوسائط المتعددة (النص، الصوت، الفيديو، الصورة، الرسوم) في المواقع الإلكترونية العراقية للمدتين (2014-2014)؟.

4- مقارنة استخدامات الوسائط المتعددة في المواقع الإلكترونية العربية والأجنبية الناطقة بالعربية والمواقع العراقية.

5- ما التطور الذي حدث في المواقع الإلكترونية خلال عامين بمدتين زمنيتين مختلفتين لعينة البحث (2012-2014) من ناحية استخدام الوسائط المتعددة؟.

6- ما أكثر عناصر الوسائط المتعددة استخداما في المواقع الإلكترونية العربية والأجنبية الناطقة بالعربية والعراقية، وأي المواقع حقق أعلى نسبة في استخدامها؟.

وتهدف هذه الدراسة إلى تحقيق الأهداف التالية:

1- التعرف على مدى استخدام الوسائط المتعددة في المواقع الإلكترونية العربية.

2- الكشف عن مدى استخدام الوسائط المتعددة في المواقع الإلكترونية الأجنبية الناطقة بالعربية.

3- التعرف على استخدام الوسائط المتعددة في المواقع الإلكترونية العراقية.

4- تحديد نوع الموقع الإلكتروني (موقع إخباري، موقع إذاعة، موقع فضائية) في أيهما أكثر استخداما للوسائط المتعددة أثناء المدتين الزمنيتين لعينة البحث.

5- الكشف عن أكثر عناصر الوسائط المتعددة استخداما للمدتين الزمنيتين لعينة البحث.

6- معرفة التباين والاختلاف والتطور في استخدام الوسائط المتعددة من قبل المواقع الإلكترونية في المدتين الزمنيتين (2012-2014) لعينة البحث.



واعتمد الباحث على المنهج المسحي والمنهج المقارن بين المواقع الالكترونية العربية والأجنبية الناطقة بالعربية والمواقع العراقية (موقع إخباري، موقع فضائية، موقع إذاعة) لستة مواقع الكترونية مختلفة هي: (العربية نت، شبكة الإعلام العربية(محيط)، راديو سوا، إذاعة العراق الحر، تلفزيون الشرقية، الوكالة الوطنية للأخبار(نينا))، مستعملا أداة استمارة التحليل والملاحظة كملاحظة عينة الدراسة لمديتين زمنيتين مختلفتين الأولى في 2012، والثانية في 2014 .

وقد توصل الباحث إلى جملة من الاستنتاجات نحصرها فيما يلي:

1- الإعلام الالكتروني وإن انتشر بشكل موسع من خلال المواقع والوكالات الإخبارية فضلا عن المواقع الالكترونية المكملة لصفح ورقية وإذاعات وفضائيات، إلا أنه مازال في خطواته الأولى لاسيما في استخدام الوسائط المتعددة.

2- لم تستغل بعض المواقع الالكترونية المكملة ما يتوفر لديها من إمكانيات فنية وتقنية ومهارات الصحفيين في دعم مواقعها باستثناء موقع محيط، ويعود ذلك للكلفة المالية التي تترتب على استخدام هذه التقنيات، فضلا عن قلة الصحفي الالكتروني الذي يجمع بين المهارة التقنية والتحريرية.

3- مازال النص هو الأكثر استخداما في المواقع الالكترونية وأغلبها يسهب ويطيل فيه.

4- المواقع عينة الدراسة وإن تميزت بتنوع الصفحات والمحتوى الإخباري، إلا أن استخدامها للوسائط المتعددة كان عبر نوع الوسيلة المكملة للموقع.

5- التحديث في المواقع العراقية الالكترونية يكون بطيئا مرة أو مرتين في اليوم.

6- المواقع الالكترونية العربية والعراقية تفتقر إلى صناعة إعلام الكتروني بكافة فنونه الصحفية وإنما يأتي متشابها ولا يختلف عن الإعلام التقليدي، خصوصا بالنسبة للمواقع الالكترونية المكملة لفضائيات أو إذاعة، التي تعيد نشر ما تبثه وسائل الإعلام التقليدية التابعة لها.

7- إن استخدام الوسائط المتعددة في الإعلام الالكتروني ضرورية لتوضيح وتبسيط التلقي للرسالة الإعلامية وبأساليب جذابة.

8- التباين في امتداد الصفحة الرئيسية بين المواقع الالكترونية، تجعل المتصفح ينتقل في صفحة واحدة لبحث عن ما يريده في محتوى الموقع، دون اللجوء الى فتح صفحة أخرى، التي ربما يعيق تصفحها قوة إشارة الانترنت من المصدر.

9- هناك تباين في استخدام الوسائط المتعددة بين المواقع عينة الدراسة طيلة مدة الدراسة، وبعد النص والصورة هما الأكثر استخداما في المواقع الالكترونية بالترتيب على التوالي، ليأتي الفيديو في المرتبة الثالثة والصوت بالمرتبة الرابعة، ليأتي استخدام الرسوم في المرتبة الخامسة والأخيرة.

10- زيادة مهارات العاملين في المواقع الالكترونية من خلال إشراكهم بدورات في التحرير الالكتروني والتصميم والإخراج الالكتروني والبرمجيات.

تعد هذه الدراسة سندا قويا ودعما للدراسة الحالية باعتبارها دراسة مشابهة جدا لدراستنا حيث يلتقيان في تحديد مشكلة الدراسة، وفي صياغة الأسئلة الرئيسية الموجهة للبحث الميداني، كما تهدفان إلى التعرف على مدى استخدام الوسائط المتعددة من طرف عينة الدراسة، وهدف استخدامها لها، وعن أبرزها وأكثر عناصرها استخداما.

وقد استفدت من هذه الدراسة في ضبط عناصر الشق النظري، حيث كانت بمثابة المسير والموجه في تحديد الفصول النظرية (الاعلام الالكتروني، الصحافة الالكترونية، الوسائط المتعددة)، كما استفدت منها في حصر عناصر الوسائط المتعددة فئات الدراسة- فئات التحليل - ومن ثم وضع استمارة التحليل، كما ان النتائج المتوصل اليها في هذه الدراسة نحاول الان البحث عن اجوبة لاسئلتها والمتعلقة بالمشاكل التي تعترض الصحافة الالكترونية الجزائرية وتمنعها من الاستفادة من ميزات شبكة الانترنت، وكذلك مدى التقبل الصحفي لهذا الابتكار الجديد، وكيف هي نظرتهم نحوه، ودرجة استغلالهم للوسائط المتعددة في العمل الاعلامي.

ولكن هناك اختلافات تكمن أولا في الميدان أين ركز الباحث دراسته على المقارنة بين ست مواقع عربية وأجنبية وعراقية تتنوع بين (مواقع إخبارية إذاعية وتلفزيونية)، وثانيا في المدة الزمنية، حيث كانت الدراسة على مدتين زمنيتين متباعدتين الأولى 2012 والثانية 2014، بينما تركز دراستنا الحالية على الصحافة الالكترونية الجزائرية في مدة زمنية بداية من فيفري 2016 إلى جانفي 2017.

الدراسة الثالثة: استخدام الوسائط المتعددة في المواقع الالكترونية للفضائيات للباحث أحمد مجدي شفيق سنة 2015 ([www.repository.sustech.edu/23.04/2016](http://www.repository.sustech.edu/23.04/2016)).

وتتلخص مشكلة البحث في تساؤل جوهري مفاده:



ما مدى توظيف الوسائط المتعددة في المواقع الإلكترونية للفضائيات، ويتطلب ذلك دراسة واقع استخدام عناصر الوسائط المتعددة في مواقع القنوات الفضائية على الانترنت، ومميزات تلك المواقع والخدمة التي تقدمها لمستخدمي الانترنت من جمهور القناة وغيرهم، ومدى الاستفادة من الانترنت، وما وفرته من مزايا تقنية ساعدت كثيرا في العملية الإعلامية التفاعلية، بالإضافة إلى أساليب عرض وتقديم محتوى الرسالة الإعلامية، ودراسة الجوانب التفاعلية بين الوسيلة والجمهور.

أما عن أسئلة البحث فقد لخصها الباحث فيما يلي:

- 1- ما هي الوسائط المتعددة وخصائصها واستخداماتها؟.
- 2- ما الأساليب المستخدمة في تصميم المواقع الإلكترونية للفضائيات؟.
- 3- ما مكونات وعناصر الوسائط المتعددة المستخدمة في الموقع الإلكتروني للفضائية السودانية وقناة الرأي؟.
- 4- ما الهدف من استخدام الوسائط المتعددة في الموقع الإلكتروني للفضائية السودانية وقناة الرأي؟.
- 5- ما الوظائف التي تؤديها الوسائط المتعددة في الموقع الإلكتروني للفضائية السودانية وقناة الشروق؟.
- 6- ما مدى الانسجام والتناسق والتكامل بين الوسائط المتعددة المستخدمة في الموقع الإلكتروني للفضائية السودانية وقناة الشروق؟.
- 7- ما الخدمات الإلكترونية التي تقدمها هذه المواقع باستخدام الوسائط المتعددة؟.
- 8- ما هي طرق عرض وتقديم المحتوى في الموقع الإلكتروني للفضائية السودانية وقناة الشروق؟.
- 9- هل يستخدم الموقع أساليب تتيح التفاعل عبر الوسائط المتعددة مع الموضوعات المطروحة من خلاله؟.
- 10- هل يتيح الموقع إمكانية للتواصل بين إدارة الموقع والجمهور باستخدام تقنيات المراسلة الإلكترونية عبر عناصر الوسائط المتعددة (نص، صوت، فيديو)؟.

فهذه الدراسة تهدف إلى:

- 1- تقديم مواقع الكترونية تفاعلية ومتكاملة في استخدام الوسائط المتعددة.
- 2- توضيح الطرق والأساليب الصحيحة لتوظيف الوسائط المتعددة في تصميم المواقع الإلكترونية للفضائيات.

3- معرفة التقنيات المستخدمة في المواقع، والكشف عن حقيقة التفاعلية بينها والجمهور.

أما الدراسة المنهجية فقد طبق الباحث المنهج الوصفي التحليلي باعتباره من أنواع البحوث المسحية الاستكشافية، معتمدا على الاستمارة كأداة رئيسية للتحليل، بالإضافة إلى المقابلة والملاحظة بالمشاركة وكعينته للدراسة فقد اختار الباحث موقع الفضائية السودانية على شبكة الانترنت وموقع قناة الشروق الفضائية كميدان للدراسة والتحليل خلال فترتي 2013-2015.

وقد توصل الباحث إلى النتائج التالية:

1- أكدت الدراسة ضرورة توفر جانب الجرافيك والتصميم الجيد ثنائي وثلاثي الأبعاد في مواقع الفضائيات، فالتصميم الذي يتميز بالجودة والإبداع يصبح سمة مميزة للوسيلة الإعلامية نفسها.

2- اتضح أن تطور مواقع الفضائيات يتأثر بالقدرات المالية التي تمكنها من اقتناء تقنيات الانترنت وتكنولوجيا الإعلام والاتصال وبما تتوفر للأفراد العاملين بها من تدريب وتأهيل.

3- عدم توفر أهم عناصر للوسائط المتعددة، وهي الصوت والفيديو في عينة الدراسة.

4- عدم وجود رؤية تناعمية واتساق في توزيع عناصر الوسائط المتعددة مع المحتوى المقدم.

الدراسة الرابعة: دراسة علاء صالح فياض العبودي بعنوان "توظيف الوسائط المتعددة في المواقع الالكترونية الصحفية العراقية مواقع (الحوار المتمدن، أصوات العراق، عراق الغد)" في سنة 2011 (عباس ناجي حسن: 2016، 44).

وهي دراسة تؤكد على أهمية الوسائط المتعددة ودورها الفعال في البيئة الالكترونية الجديدة، لاسيما أن المضامين والمواد المنشورة في المواقع الالكترونية الصحفية تبقى أسيرة الجمود والرتابة، ما لم تستعن بعناصر الوسائط المتعددة في دعمها وتعزيزها. واقتصرت الدراسة على رصد المواقع الالكترونية الصحفية العراقية، ومراقبتها على وفق ما تقدمه لجمهورها من مواد منشورة عبر توظيفها للوسائط المتعددة.

وخلصت الدراسة إلى أن المواقع الالكترونية عينة البحث استخدمت أربعة وسائط، وبشكل متفاوت فيما بينها هي (النص الصورة، الصوت، الفيديو)، وكان عنصر النص هو الأكثر استخداما، فيما كان عنصر الصوت ضعيف الاستخدام.

هذه الدراسة مشابهة لدراستنا في البحث عن أهمية ودور الوسائط المتعددة في المواقع الإعلامية الإلكترونية الصحفية، وتختلف معها في الميدان التي ركزت على الصحف الإلكترونية العراقية فقط.

الدراسة الخامسة: للباحثة وداد هارون محمد أرياب بعنوان "فعالية تطبيقات الوسائط المتعددة في الصحافة الإلكترونية"، دراسة تحليلية على عينة من مواقع الصحف الإلكترونية العربية، بحث لنيل درجة الدكتوراه في الصحافة والنشر، سنة 2012. ([www.repository.sustech.edu/25.02.2016](http://www.repository.sustech.edu/25.02.2016)).

وقد طرحت الباحثة مشكلة الدراسة في السؤال الآتي: هل استفادت الصحافة العربية على شبكة الأنترنت عبر مواقعها الإلكترونية من مميزات الصحافة الإلكترونية؟ أم أنها مازالت قاصرة على استخدام الوسائط المتعددة بشكل غير فعال؟ وما مدى إلمام وإدراك العاملين بالوسائل الإلكترونية العربية بتطبيقاتها للوسائط وأهميتها بوصفها تقنية حديثة، يجب الاهتمام بها والاستفادة منها في تحقيق أهداف الاتصال الإلكتروني العربي الحديث.

واستخدمت الباحثة المنهج التاريخي في رصد التطور التاريخي للإطار النظري والمنهج الوصفي التحليلي لمعرفة مدى توظيف الوسائط المتعددة في الصحافة الإلكترونية عبر العينة المختارة، والمنهج المقارن في المقارنة بين الموقع عينة الدراسة.

وتطرقت الدراسة إلى العديد من الموضوعات منها: مفهوم وتطور الوسائط المتعددة، مفهوم التفاعلية في الوسائط المتعددة والبرمجيات الخاصة ببنائها، عناصر الوسائط المتعددة وتطبيقاتها في المجالات المختلفة مفهوم الصحافة الإلكترونية نشأتها وتطورها في العالم والعالم العربي، النشر الإلكتروني الصحفي اقتصاديات وتمويل الصحافة الإلكترونية، مستقبل الصحافة الإلكترونية، بالإضافة إلى تصميم وإنشاء المواقع الإلكترونية على الأنترنت.

وتوصلت الباحثة إلى العديد من النتائج العامة منها:

1. أتاح التعدد والتنوع في أشكال الوسائط الرسمية التي نتجت عن الويب إمكانية تقنية كبيرة للمواقع الصحفية، إلا أن القليل من الصحف العربية استفادت منها.
2. اعتمدت معظم الصحف العربية المدروسة على مبادئ وعناصر تصميمية محددة في بناء مواقعها الإلكترونية.
3. استفادت بعض المواقع عينة الدراسة من توظيف الرسوم الثابتة والمتحركة بمواقعها فقط.

وقد استفاد البحث الحالي من هذه الدراسة في الإطار النظري الخاص بمفهوم وتطور الوسائط، كما وظفت جزء من التساؤلات والأهداف في بلورة التساؤلات والأهداف الخاصة بالبحث، وفي إطار قراءة دلالات هذه الدراسة على البحث الحالي تجدر الإشارة إلى الآتي:

1 . الدراستان تعينان بقياس مدى توظيف الوسائط المتعددة بوصفها تقنية جديدة في الصحافة الإلكترونية العربية عبر مواقع مختارة منها، كأداة لتطوير وتجويد العمل الصحفي.

2 . تهدف الدراستان إلى معرفة أوجه التطور والتخلف في تطبيقات الوسائط المتعددة المستخدمة في الصحافة الإلكترونية، ومدى الاستفادة منها وتوظيفها بصورة إيجابية في تطوير العمل الصحفي.

الدراسة السادسة: بعنوان حدود تطبيقات تكنولوجيا الاتصال في الصحافة العراقية مع دراسة لاستخدام الوسائط المتعددة في الصحافة الإلكترونية العراقية للباحث: جاسم محمد شبيب الكاظم العيسى سنة 2008 (عباس ناجي حسن: 2016، 45).

تتناول الدراسة تطبيقات تكنولوجيا الاتصال في الصحافة الإلكترونية العراقية، والتعرف على مستوى استخدام الوسائط المتعددة في المواقع الإلكترونية العراقية التابعة لصحف يومية مطبوعة منتظمة الصدور.

وقد توصلت الدراسة إلى أن المواقع الإلكترونية الصحفية العراقية لديها ضعف في استخدام الوسائط المتعددة، حيث أغفلت أهمية استخدام الوسائط المتعددة الأخرى في عملها، من حيث عدم استخدام المواد السمعية والمرئية والرسوم المتحركة، وهو نفس ما تذهب إليه أطروحتنا، ونحاول استنتاجه بالتطبيق على الصحافة الإلكترونية الجزائرية.

الدراسة السابعة: هي دراسة للدكتور حسنين شفيق قام بها سنة 2006 بعنوان "الوسائط المتعددة وتطبيقاتها في المجال الإعلامي" (حسين شفيق: 2006).

حيث أكد في دراسته أن هذا العصر هو عصر تقارب المعلومات والوسائط الإعلامية، فكومبيوترات اليوم يمكنها تداول الصور والفيديو والصوت-كوسائط إعلامية-، بالسهولة نفسها التي تتداول بها الأرقام والحروف، وهناك قدرات جديدة ضخمة لتداول الوسائط الإعلامية، كما تبدو كما لو كان الكومبيوتر قد أوتي موهبة القدرة على الرؤية والخيال والتعبير أيضا.

وقد نتج عن تزواج الكومبيوتر ووسائل الإعلام مولود مهم اسمه الوسائط المتعددة، هذا المولود الذي ظهرت انعكاساته على كل وسائل الإعلام والاتصال وأصبحت قوة تكمن في كونها تمكنا من إعادة إخراج الأشياء، كما تتيح لنا إمكانية تغيير الطريقة التي تصنع بها الأشياء، فأجهزة الإعلام



اليوم-الصحافة والإذاعة والتلفزيون-، تعتمد عليها بدرجة كبيرة باعتبارها أحد الخيارات التكنولوجية المعاصرة، فالوسائط الإعلامية إذن استطاعت نقل الإعلام إلى عصر معايشة الحدث باللحظة صورة وصوت وفيديو وبكامل الحركات، أي لها أثر عميق في تسريع العمل الإعلامي، وتسهيله وتزويده بكافة المعلومات من خلال خدماتها وما تحمله من ميزات، وهذا ما يفسر كثرة المواقع الإعلامية، وتزايدها بشكل كبير، واعتمادها كأداة رئيسية لجمع المعلومات والأخبار، ونشرها في كامل أرجاء المعمورة.

وقد توصل الباحث إلى أن:

- 1- الوسائط المتعددة اختصرت الكثير من الوقت، ووفرت الكثير من المال على جميع من أراد استخدامها.
- 2- رواج الصحف الالكترونية، فإضافة الصوت والصورة والفيديو والتأثيرات المختلفة يزيد من إقبال وشد انتباه القارئ إليها، فالخبر يأتيه بكل تفاصيله الصوتية والمرئية، على عكس رتابة أخبار الصحف المطبوعة.
- 3- سهلت الوسائط المتعددة من إمكانية التفاعل مع القارئ، فالقارئ هنا يستطيع التحوار والمناقشة وإبداء الآراء مع الآخرين كل حسب ميوله واهتماماته.
- 4- سهولة البحث داخل الصفحات مع وجود وصلات .
- 5- تركز الوسائط المتعددة على عرض النص مصحوبا بالصوت ولقطات حية من فيديو وصور وتأثيرات خاصة، مما يزيد من قوة العرض وخبرة المتلقي بأقل تكلفة وأقل وقت.
- 6- تمكن الوسائل الإعلامية من القيام بتحديث معلوماتها كل بضعة دقائق، مما يزيد من المنافسة بينها في نشر الأخبار والمعلومات لحظة وقوعها.

وتتفق هذه الدراسة مع دراستنا في محاولة إظهار أهمية الوسائط المتعددة ومميزاتها وقدرتها على النهوض بالمواقع الإعلامية العربية، إن تم استغلالها بشكل فعال في إحداث الرسائل التواصلية الفعالة والوصول بها إلى غاية الاحترافية العالمية في ميدان النشر الالكتروني بمواكبة تغيرات العصر الالكتروني الحالي. وتختلف معها في الميدان وذلك احتواءها لكافة الوسائل الإعلامية وعلاقتها بالوسائط المتعددة، في حين تقتصر الدراسة الحالية فقط على الصحافة الالكترونية الجزائرية.

الدراسة الثامنة: دراسة لنجوى فهمي عبد السلام سنة 1998م بعنوان تجربة الصحافة الالكترونية المصرية والعربية : الواقع وآفاق المستقبل(نجوى عبد السلام فهمي: ديسمبر 1998، 203) .  
وقد اتسمت الدراسة بالطابع الاستطلاعي الاستكشافي، وحاولت توضيح مفهوم الصحافة والكتابة الالكترونية والأدوات المستخدمة فيها إضافة إلى عناصر التصميم، وما تتيحه الصحافة الالكترونية من مزايا وتناولت الدراسة أيضا طرق تصميم مواقع الصحف الالكترونية المصرية والعربية، ومدى اختلاف النسخ الالكترونية عن النسخ المطبوعة من الجريدة، ومدى الاستفادة من تكنولوجيا الوسائط المتعددة في الصحافة الالكترونية المصرية، والعربية مقارنة بالصحافة الالكترونية العالمية، وأبرز المشكلات الفنية التي تواجه القائمين بإعداد الصحف الالكترونية المصرية والعربية، والتصورات المطروحة للتغلب عليها.

وقد توصلت الباحثة إلى جملة من النتائج كان من أبرزها:

- 1- عدم استخدام الصحف العربية لإمكانيات الوسائط المتعددة والاستفادة من خدماتها.
- 2- عدم سعي الصحف العربية للاستخدام الوظيفي لتقنيات الوسائط المتعددة في استخدامها للنص الشعبي على الربط بين الأيقونات الموجودة في صفحة الاستقبال والموضوعات المرتبطة بها، دون ربط هذه الموضوعات بأرشيف الجريدة، أو بمواقع أخرى تضيف للقارئ تفاصيل أعمق عن الحدث.

وهذه الدراسة هي الأخرى استطلاعية استكشافية في مصر، هدفت إلى إبراز الوسائط المتعددة مثل أطروحتنا الحالية بالضبط.

الدراسة التاسعة: للباحثة نوال الصفتي بعنوان "مفهوم الصحافة الدولية وبنيتها على الانترنت"، - دراسة تحليلية وصفية-، أكتوبر - ديسمبر 2000م(نوال الصفتي: 2000م، 173).  
ركزت خلالها على الشكل في الصحف الالكترونية، وحاولت الباحثة في هذه الدراسة التعرف على بنية الصحف الدولية المنشورة على الانترنت، ومدى استخدام هذه الصحف الدولية لتقنيات الإنتاج الالكترونية وبخاصة استخدام النص الشعبي، والوسائط المتعددة مثل: الرسوم المتحركة، الفيديو، الصوت، وقد اقتصرت دراستها على الصحف الدولية، وأخذت عينة متمثلة في صحيفة(نيويورك تايمز، لوموند، الأهرام).

وقد توصلت الباحثة إلى عدد من النتائج من أهمها:



1- اعتماد الصحافة الدولية على النص التشعبي، والصور بصفحاتها الرئيسية، إضافة إلى استخدامها المحدود للرسوم المتحركة، مع التفاوت الملحوظ بينها في هذا الجانب.

2- تنوع لغات البرمجة المستخدمة في إنتاج هذه الصحف.

3- لا تعتمد الصحف الدولية-عينة الدراسة- على الصور كبيرة الحجم، لأنها تأخذ فترة طويلة في الظهور، أو التحميل على الشاشة عند المتلقي، مع محدودية استفادتها من تطبيقات الوسائط المتعددة مع اقتصار ذلك على جريدتي ( نيويورك تايمز، ولوموند فقط) .

4- استخدمت الصحف -عينة الدراسة- الحجم الطبيعي للشاشة، باستثناء جريدة اللوموند التي أخذت مساحة إضافية من الشاشة في الجزء غير المرئي، الأمر الذي يلزم المتلقي استخدام الفأرة للوصول إلى باقي الصفحة.

ففي هذه الدراسة ركزت الباحثة على طريقة الإخراج الصحفي الالكتروني بشكل عام، دون التفرد بالوسائط المتعددة كما هو الحال بالنسبة لأطروحتنا، فضلا عن اختيارها للصحافة الدولية كعينة لإثبات دراستها.

## 6-2-الدراسات الأجنبية:

**الدراسة الأولى: Amy Zebra** عام 2004م (درويش اللبان: 2005، 139)، والتي توضح أن مفهوم الوسائط المتعددة على الخط المباشر يقوم على المعنى نفسه الذي يسبق ظهور أجهزة الكمبيوتر، ومن خلال دراسة الاستخدامات السابقة للمصطلح، وتفتيت مفهومه إلى وحداته الأساسية، تمت إعادة تعريف المصطلح لكي يضم استخدام الصحفيين له، وتوضح الدراسة كيف تم تطوير المفهوم لكي يضم التفاعلية التي تتمتع بها الصحافة الالكترونية.

تتفق الدراستان في محاولة التعمق في دراسة مصطلح الوسائط المتعددة من خلال التعرض لمفهوم المصطلح بشكل معمق برصد كافة عناصره ومميزاته المختلفة، والتطرق لمراحل تطور مفهوم الوسائط المتعددة، وما هي التغيرات والإضافات التي تعرض إليها.

**الدراسة الثانية: leigh d.berry** عام 1999 (درويش اللبان: 2005، 141)، وهي دراسة تجريبية تبحث عن تأثيرات الوسائط المتعددة على قراءة الأخبار على الشبكة الكترونية، وذلك بالتركيز على تصميم مواقع الويب، وتأثيره على فهم موضوعات القصص الخبرية وتذكرها.

وشاهدت المفردات (84 طالبا جامعيًا واحدًا من إصدارين مختلفين) من موقع الويب نفسه أحدهما مزود بالوسائط المتعددة والثاني خالي منها، وكان كلا الإصدارين يضمنان ست قصص خبرية لم يتم تغطيتهما بكثافة في وسائل الإعلام، ولم تؤيد النتائج وجود اختلاف جوهري في الفهم والتذكر أو الاستجابة الناشئة عن وجود أو عدم وجود الوسائط المتعددة، وذلك في مجالات البحث مثل: المعرفة بالأحداث الجارية، النوع الإعلانات، وتم إجراء مناقشات قصيرة أيضًا للحصول على المعلومات المتعلقة بالعوامل الأخرى مثل: وقت التعرض خلال اليوم، أسلوب الكتابة، الاهتمام، القصص الخبرية التي قرأت أولاً، والتي تليها في ترتيب قراءة الموضوعات، وعدد الإعلانات التي تذكرها من كلا الموقعين .

تحاول هذه الدراسة معرفة الأثر الكبير والعميق لعنصر الوسائط المتعددة على المواقع الإعلامية وعلى الجمهور، في حين تحاول دراستنا التركيز على أثر الوسائط المتعددة على الوسيلة الإعلامية، وما حققته من نجاحات وامتيازات، خاصة بعد استغلالها وإدخالها كعنصر ضروري في بناء القصص الإخبارية والمواضيع الإعلامية.

**الدراسة الثالثة: Darney Willis في فرنسا عام 1999 (http://aejournals.org)** : حيث قام باختبار ما إذا كان استخدام العناصر المرئية في عرض صفحات الويب يؤدي إلى تقديم رسالة الويب بطريقة أكثر نفعًا للمستخدم، مقارنة باستخدام النص الذي يظهر باللون الأسود فقط، وقام الباحث باستخدام تصميم تجريبي لدراسته مستخدمًا إصدارين لعرض صفحات الويب، أحدهما باستخدام النص الأسود فقط على خلفية رمادية والثاني يحوي عناصر مرئية مع توحيد مضمون الإصدارين، وتبين من الدراسة أنه يوجد تأثير ذو دلالة لاستخدام العناصر المرئية، ومن تجليات هذا التأثير، الفهم السريع للرسالة المتضمنة في الموقع والرضا الجماعي عن الموقع، علاوة على اختزان الذاكرة للرسالة بعد مضي وقت من التعرض لها.

تتفق الدراستان في محاولة إظهار أهمية الوسائط المتعددة في زيادة جماهير الوسيلة الإعلامية، وتحقيق رضاهم عنها، وتيسير الوصول إلى موقعها. وتختلفان في طريقة العمل حيث عمل الباحث Darney Willis على تحقيق هدف دراسته من خلال طريقة المقارنة بين إصدارين مختلفين لنفس المحتوى، بينما تحاول الدراسة الحالية الوصول إلى التأكد من فرضياتها بتحليل مواقع صحف إلكترونية إعلامية جزائرية.



الدراسة الرابعة: في اسبانيا لـ **xose Lopez** سنة 2004 (درويش اللبان: 2005، 149) : قام بإجراء دراسة استعرضت إمكانيات الصحافة في ظل وسائل الإعلام الرقمية، ولاسيما أن السوق الإعلامية في دول أمريكا اللاتينية الناطقة بالإسبانية تفتح آفاقا جديدة لتدويل وسائل الإعلام الالكترونية الاسبانية، وتوصلت الدراسة المسحية إلى أن الوسائط المتعددة والنص الفائق يشكلان عنصرين مهمين يتميزان بالإمكانيات السردية وتضع الصحافة الاسبانية الالكترونية تفضيلات جمهورها في الحسبان عند صياغة تصميم مواقعها على الويب، ومدى تضمين هذا التصميم بالتكنولوجيات المتاحة، لذا فقد قلصت الصحف الاسبانية من استخدامات الصوت ولقطات الفيديو كقنوات لسرد القصة الخبرية، حيث أنه في معظم الحالات تجتذب مثل هذه الإمكانيات جمهورا أقل من القصة الخبرية الثانية، ومن هنا فإن معظم لقطات الفيديو التي تم تحميلها على مواقع وسائل الإعلام الاسبانية لم تكن معدة أساسا لشبكة الويب، بل كان يتم الاستعانة بها من وكالات الأنباء التقليدية، وعلى الرغم من ذلك يوجد في وسائل الإعلام الالكترونية الاسبانية استثناء فريد لاندماج أحد المواقع الإخبارية مع محتوى الوسائط المتعددة، التي يتم تحريرها وإدخالها للموقع مباشرة من محطة إذاعة **codena ser** ومحطة تلفزيون **CNN+**، أما فيما عدا ذلك فإن الفيديو أثبت أن إدخاله في تصميم موقع الويب لا زال أمرا مكلفا، كما كانت الرسوم المعلوماتية المصحوبة بالوسائط المتعددة، على علاقة مباشرة بنشأة رسائل الإعلام الالكترونية في اسبانيا، لأنها أسهل في تحميلها ويمكن رؤيتها دون الاستعانة ببرامج إضافية، وتستخدم مثل هذه النوعية من الرسوم كمصدر سردي يؤدي إلى مزيد من الأرباح والصور الذهنية الطيبة للمؤسسة.

الدراسة الخامسة: **Karen Keeker** سنة 1997 (<http://MSDN->)

المجلة ([microsoft.com/16.8.2015](http://microsoft.com/16.8.2015)): والتي أجريت لصالح شبكة مايكروسفت، واستغرق إجراؤها عاما كاملا، ووظفت هذه الدراسة آراء منتجي شبكة مايكروسفت والمعايير المرتبطة بأفضل ممارسات الويب، ودراسات سير الاستخدام والبحوث التكنولوجية المتقدمة والإصدارات الأخرى في مجال تصميم مواقع الويب، وتتركز النقطة المحورية لهذه الدراسة على المعالم الخمسة التالية، والتي اهتمت باستخدام:

أ- أن يكون المضمون مناسباً وعالي الجودة.

ب- سهولة الاستخدام.

ج- يسر استخدام كل صفحات الموقع.

د- الخبرة المنفردة.

هـ- خلق العاطفة والجاذبية.

وقد انتهت الدراسة إلى وضع قائمة يجب الالتزام بها:

1- يجب استخدام الوسائط المتعددة لاستشارة عاطفة ما، وللحفاظ على بقاء الضيف على موقع الويب.

2- يجب استخدام الصوت لخلق جو نفسي معين، مع إتاحة الفرصة أمامه لاختيار نمط الصوت كلما كان ذلك ممكنا.

3- ضرورة تحريك الموضوعات على الشاشة لأسفل بأن يكون طول الصفحة مناسباً.

4- يجب أن لا تكون الصفحات يتيمة تعاني من عدم وجود وصلات.

هـ . يجب أن يكون وقت تحميل الصفحة أقل من 10 ثوان، ويمكن تقسيم محتويات الصفحة إلى أكثر من صفحة، إذا كان ذلك ضروريا للتخلص من هذه المشكلة .

هذه الدراسة وضعت الشروط الرئيسية للتصميم الإلكتروني الجيد، والذي يجعل الجمهور على ارتباط دائم ومباشر بموقع الوسيلة، التي راعت فيها أهمية عناصر الوسائط المتعددة من صوت وفيديو وصورة ثابتة... الخ في الحفاظ على هذا الولاء، وهذا ما سنتحدث عنه في الجانب النظري في عنصر الشروط الرئيسية للتصميم الإلكتروني الجيد، وأحاول التأكيد من مدى مراعاة هذه المعايير عند تصميم الصحف الإلكترونية الجزائرية.

**الدراسة السادسة: نيوهاجن ورافنيلي سنة 1998 Newhagen et Rafaeli** (درويش اللبان: 2005 84): استهدفت التعرف على مجموعة العوامل التي جعلت الباحثين في مجال الاتصال يقومون بدراسة الانترنت كوسيلة اتصال، وذلك من خلال دراسة تحليلية باستخدام منهج المسح للمواقع الإلكترونية على الانترنت، وتوصلت الدراسة إلى أن الانترنت كوسيلة اتصال حديثة تتميز عن سائر الوسائل الأخرى بأنها تتمتع بإمكانات الوسائط المتعددة والنص الفائق والرسوم المتحركة، وكلها عناصر تخاطب حاستي السمع والبصر، وتساعد على وجود قدر عال من التفاعلية في هذه الوسيلة مقارنة بالوسائل الاتصالية الأخرى.

وهذه الدراسة أكدت ولو بشكل غير مباشر على خاصية الاندماج التي أحدثتها الانترنت للوسائل الإعلامية، من خلال دمجها في مشهد إعلامي واحد يخاطب كافة الحواس، وهو ما تحدثنا عنه وأكدناه في إشكالية الدراسة وأهميتها وأهدافها. وما سوف نؤكد في الجانب النظري، وما سنصل إليه بعد اختيار فروضنا.

الدراسة السابعة: للي Lee عن تصميم صفحة الويب والعناصر المرئية لمواقع ثلاث صحف أمريكية عام 1997 (الشريبي: 2012، 41-42): تسعى هذه الدراسة إلى رصد تصميم صفحات الويب والصور المستخدمة بثلاث مواقع لصحف واشنطن بوست، وبيو إس إيه توداي USA Today ونيويورك تايمز، كما تتناول الدراسة كيفية تحول الصحف إلى مرحلة جديدة للنشر، بالإضافة إلى تأثير تصميم المواقع على تدفق المعلومات في بيئة الانترنت.

اعتمدت الدراسة على عينة من عشرة أيام لمواقع تلك الصحف، وذلك من حيث تصميم الصفحات الرئيسية والصفحات الأولى والمواد الإخبارية.

وتوصلت الدراسة إلى عدة نتائج من أهمها: أن الصحف الثلاث تستخدم صوراً في نسختها وتحتل الرسوم التوضيحية والبيانية نسبة ضئيلة جداً، وفي العادة توجد صورة واحدة في الصفحة الرئيسية ولا توجد صور في الصفحة الأولى في الصحف الثلاث، وتوجد بصحيفة نيويورك تايمز بعض الصور الصغيرة داخل بعض الموضوعات في الصفحات الإخبارية، كما توجد بعض الرسوم الصغيرة في الصفحة الرئيسية والأولى والمواد الإخبارية، إلا أن أغلبها رسوم إعلانية تحتل مساحة صغيرة جداً بالمقارنة بمساحة الموضوعات.

بعد عرض الدراسة نجد أنها تؤكد على أهمية عناصر الوسائط المتعددة كأبرز مكونات المواقع الصحفية الالكترونية، وهذا ما تذهب إليه أطروحتنا بإثباته في مجال الصحافة الالكترونية الجزائرية. ولكن الباحث توصل أنه على الرغم من شهرة هذه المواقع إلا أن استغلال الوسائط المتعددة فيها ضعيف. فهل هناك علاقة ذو دلالة إحصائية بين استخدام الوسائط المتعددة وشهرة هذه المواقع، بما أنه أكد على ضرورتها في التصميم الناجح، وكيف هي وضعية الصحافة الالكترونية الجزائرية في هذا الجانب، وهو ما سنخلص إليه في النهاية بعد مقارنة النتائج.

**6-3- تعليق الباحثة على الدراسات السابقة:** وفقاً للعرض السابق ترى الباحثة أن أغلب الدراسات كانت في الصحافة الالكترونية، وبعضها كانت في الوسائل الإعلامية الأخرى من إذاعة وتلفزيون، وبعضها كانت عن واقع استخدام الانترنت محلياً وعربياً وعالمياً، وتوفرت هناك دراسات شملت شكل

كلي أو جزئي لاستخدامات الوسائط المتعددة في الإعلام الإلكتروني، إلا أن هذه الدراسات تختلف نوعاً ما عن أطروحتنا التي تخصصت باستخدام الوسائط المتعددة من حيث ( النص، الصور، الفيديو الصوت، الرسوم...) لمواقع صحفية الكترونية في عينة بحث شملت ثلاث مواقع جزائرية هي الشروق أونلاين، النهار أون لاين، الخبر أون لاين، ورغم تنوع تلك الدراسات وتعددتها، لم يكن هناك دراسة سابقة عن استخدام الوسائط المتعددة في الصحافة الإلكترونية الجزائرية، وقد يكون سبب عدم إجراء مثل تلك الدراسة لتنوع فئات التحليل من باحث لآخر، ولصعوبة ضبط المفهوم وعناصره، إذ يتضح للوهلة الأولى أن جانب الدراسة ضيق ومحصور، ولكن بعد البحث في ميدان الدراسة يظهر بأنه واسع ومتشعب، وربما لجدة هذا الموضوع، فمازال البعض يتهيب الإبحار فيه، فمثل هذه الدراسات تحتاج جهداً ووقتاً لا يستهان به.

وقد استفادت الباحثة من هذه الدراسات السابقة رغم تنوعها فيما يلي:

- 1- المساهمة في تحديد طبيعة البحث وأبعاده المختلفة (تحديد المشكلة البحثية، صياغة تساؤلات وفرضيات الدراسة، وتبني المدخل النظري الملائم للدراسة).
- 2- الاستفادة من مناهج وأدوات ونتائج تلك الدراسات التي زودتني بمؤشرات ميدانية ارتكز عليها هذا البحث، واعتمد عليها كمعطيات أولية.

وتسجل الباحثة أهم ملاحظاتها على تلك الدراسات فيما يلي:

- 1- أغلب الدراسات السابقة أثبتت أن الوسائط المتعددة هي إحدى أهم عناصر التصميم الإلكتروني الناجح.
- 2- أثبتت الدراسات السابقة أن الوسائط المتعددة لديها دور في إنجاح المواقع الإعلامية وجذب المتلقي.
- 3- أكدت الدراسات السابقة ضعف الإعلام الإلكتروني العربي في استغلاله وتوظيفه لعناصر الوسائط المتعددة.
- 4- هناك مشاكل عديدة أسهمت في تقليص الاستفادة من خدمات شبكة الانترنت عامة والوسائط المتعددة خاصة في مواقع الإعلام الإلكتروني العربي.
- 5- بعض تلك الدراسات لم تهتم بمدى قبول وتبني وتفاعل القائم بالاتصال لهذا الوسيط الإلكتروني الجديد، فقد ركز معظمها على معرفة تصورات الصحفيين حول تفاعل ومشاركة



المستخدمين في إنتاج المضامين الإعلامية، أكثر مما ركزت على معرفة تصورات المستخدمين أنفسهم وطبيعة العوامل المؤثرة في مساهماتهم، ومدى رغبتهم في إنتاج مضامين صالحة للنشر على المواقع الإعلامية.

6- اتفقت هذه الدراسات على وجود صعوبات ومعوقات تحول دون استخدام هذه الأجهزة بالصورة المثلى، ويرجع ذلك الى عدم تأهيل الكادر الصحفي بالصورة المطلوبة، فالآلات لا تعمل وحدها بل تحتاج الى من يجيد استخدامها.

7- سجل غياب الدراسات الجزائرية حول استخدام الوسائط المتعددة في المواقع الإعلامية الإلكترونية.

8- اهتمت بعض الدراسات بتحليل مضمون المواقع الإعلامية وخاصة الصحفية، حيث درس بعضها العناصر الموجودة على المواقع، واهتم البعض الآخر بتحليل عملية إنتاج المواقع.

9- بالرغم من ظهور بعض الأدوات الجديدة في تحليل الظواهر الصحفية وخاصة مع تطور الوسائط التكنولوجية والصحافة الإلكترونية، إلا أن هذه الدراسات لا تزال تعتمد بصفة أساسية على الأدوات التقليدية مثل تحليل المضمون ودراسات الحالة والاستبيانات والدراسات التجريبية... الخ.

10- استخدام بعض الدراسات المقابلة المقننة مع القائمين على تصميم الصحف الإلكترونية ، والتعرف على أهم الاعتبارات الواجب مراعاتها عند التصميم، والعديد من مبادئ وأساليب التصميم.

وتنفرد هذه الدراسة عن الدراسات السابقة بما يلي:

1- تبحث أطروحتنا في مظاهر استخدام الوسائط المتعددة في الصحافة الإلكترونية الجزائرية، إذ أنها ستعمل على معرفة التباين في استخدامها، ومدى أهميتها في إنجاح الموقع وجذب المتلقي، وتسهم في وضع صورة واضحة للقائمين بالاتصال في تطوير الصحافة الإلكترونية من خلال استغلال الوسائط المتعددة، والتماشي مع التقدم التكنولوجي الكبير في ميدان الإعلام والاتصال والنشر الإلكتروني.

2- تحاول معرفة اتجاه الصحفيين نحو الوسائط المتعددة من حيث قبولها، ومدى استخدامها، ومدى إدراكهم لأهميتها في إحداث رسائل إعلامية فعالة.

3- تتطرق هذه الدراسة-على غير ما سبق من الدراسات- إلى المشكلات التي تواجه القائمين بالاتصال في عملهم الإعلامي خصوصا بعد إدخال الانترنت، كما تحاول معرفة درجة التطور والاحترافية التي وصلت إليها الصحافة الإلكترونية الجزائرية في عصر النشر الإلكتروني.

### 6- الإطار النظري للدراسة:

#### 6-1- البنائية الوظيفية:

تعد النظرية الوظيفية أحد المداخل الأساسية لدراسة وسائل الإعلام ووظائفها المختلفة، وكذا الآثار المترتبة عن استعمالها سواء بالنسبة للفرد أو المجتمع.

#### 6-1-1- الخلفية التاريخية: إن فكرة البناء لمجتمع ما كمصدر لاستقراره لا تعد جديدة كفسفة

اجتماعية فأفلاطون في جمهوريته يطرح القياس بين المجتمع والكائن العضوي، فكلاهما يعني نظاما من أجزاء مترابطة في توازن ديناميكي، وفي المجتمع المثالي الذي وصفه أفلاطون تقوم كل فئة من المشاركين في هيكل اجتماعي بإنجاز الأنشطة، التي تساهم في تحقيق التناسق الاجتماعي العام (حسن عماد مكاي، ليلي حسين السيد: 2003، 124).

وقد أثبت مالينوفسكي باعتماده على منهج الملاحظة بالمشاركة، أثناء سنوات البحث الأنثروبولوجي المعمق الطويل في غينيا الجديدة ثم في جزر كروبيرياندا، أن المجتمع عبارة عن كل، يتشكل من أجزاء تؤدي وظائف وصفها بالضرورية لتوازن المجتمع، إذ تشكل هذه الوظائف الأساس الذي يجب الارتكاز عليه لتفسير الوقائع الاجتماعية(نور الدين هميسي: 2007، 33).

أما رادكليف براون فقد قوبلت أعماله بالقبول، فهو ينظر إلى المجتمع باعتباره كل متكامل يسعى إلى الحفاظ على استمراريته، وأكد على الوحدة الوظيفية لكل نسق اجتماعي وعلى تنظيمها مع بعضها، لتسهم في تحقيق هدف معين، واعتبر بشكل متميز كلا من مفهومي الوظيفة والبنائية أداتي تحليل جد ضروريتين لفهم كل عنصر اجتماعي أو ثقافي(نيكولا تيماشيف: 1999، 405).

أما التأثير الأكبر فيعود إلى إميل دوركايم، إذ يعتبر أول من استخدم النظرية الوظيفية بشكل منظم بتفسيره لجوانب اجتماعية متعددة من خلال سؤاله: ماهي الأدوار الوظيفية التي قامت بها هذه الحقائق الاجتماعية في المحافظة على النظام الاجتماعي كنظام كلي، فلقد وجد أن الدين يمتلك وظيفة إرساء مجموعة من القيم الشائعة، التي تعزز وحدة وتماسك من يؤمنون بتلك المعتقدات والمدارس، كذلك لها

وظيفة نقل الثقافة من جيل إلى جيل (فهيم سليم الغزوي: 2006، 85). كما اكتسب مفهوم الوظيفة قيمة كبيرة مع عالم الاجتماع الأمريكي تالكوت بارسونز، حيث اعتبر أن المجتمع عبارة عن الكل، فهو بمثابة نسق أو نظام أو بناء والذي يمثل مجموعة من العلاقات الثابتة نسبيا بين الأفراد (مرفت الطرايبيشي، عبد العزيز السيد: 2006 99).

والملاحظ أن البنائية الوظيفية تطورت بفصل إسهامات العديد من الرواد الذين حاولوا إعطاء مفهوم واضح وحاولوا تحديد عناصرها، ليخلصوا في النهاية إلى أن تنظيم المجتمع وبنائه هو ضمان استقراره، وذلك نظرا لتوزيع الوظائف بين عناصر هذا التنظيم بشكل متوازن، يحقق الاعتماد المتبادل بين هذه الوظائف.

**6-1-2- مفهوم البنائية الوظيفية وفروضها:** عرفت النظرية الوظيفية تسميات عدة مثل النظريات البنائية الوظيفية (the structure function theory)، نظريات التحليل الوظيفي (the functional analyses) النظريات المحافظة (Theory conservative)، وغيرها من التسميات الأخرى (عبد الله محمد عبد الرحمن 2006، 146).

وأما عن مفهوم البنائية الوظيفية فهي مركبة من جزئين:

أ- **البناء-structure-** وهو مصطلح يشير إلى الطريقة التي تنظم بها الأنشطة المتكررة في المجتمع.

ب- **الوظيفة-function-** ويشير هذا المصطلح إلى مساهمة شكل معين من الأنشطة المتكررة في الحفاظ على استقرار وتوازن المجتمع (محمد عبد الحميد: 2004، 31).

فالبنائية ترى أن المجتمع يتكون من عناصر مترابطة، تتجه نحو التوازن من خلال توزيع الأنشطة بينها التي تقوم بدورها بالمحافظة على استقرار النظام، وأن هذه الأنشطة تعد ضرورية لاستقرار المجتمع، وهذا الاستقرار مرهون بالوظائف التي يحددها المجتمع للأنشطة المتكررة تلبية لحاجاته، فتنظيم المجتمع وبنائه هو ضمان الاستقرار (مرفت الطرايبيشي، عبد العزيز السيد: 2006، 100).

ويمكن تحديد مفهوم البنائية الوظيفية من خلال أهم العناصر التي تنطوي عليها، وهي:

أ- **مفهوم البناء والنسق:** رغم تقارب مفهومي النسق والبناء، إلا أن التحليل الوظيفي أضفى على المفهومين أبعادا متميزة، خصوصا بارسونز، الذي يعتبر أن مفهوم النسق أشمل بكثير من مفهوم البناء.

وتصور البنائية الوظيفية النظام الاجتماعي على أنه يتألف من مجموعة من الأدوار الاجتماعية المترابطة، التي تنتظم مع بعضها لتسهم في تحقيق هدف معين، وأن البناء هو ذلك التنظيم الذي يربط بين هذه الأجزاء، وبالتالي فإن البناء الاجتماعي ذو ثلاثة مستويات متدرجة، يتمثل المستوى الأول في الدور الذي يقوم به فرد معين في إطار نظام اجتماعي، أما الثاني فيتمثل في ترابط الأدوار الاجتماعية في نطاق اجتماعي معين، ويأتي المستوى الثالث وهو أعم المستويات، ووحدته مستوى المجتمع ككل (Parsons: 1973. 88) talcott :

**ب- الوظيفة:** يعتبر مفهوم الوظيفة من المفاهيم المفتاحية لنظرية البنائية الوظيفية، غير أنه يتضمن معاني مختلفة ومتباعدة.

ان مفهوم الوظيفة، يستخدم في إطار نظرية النظم، وطبقا لتحليلات البنائية الوظيفية للدلالة على النشاط أو الدور الذي يلعبه النظام داخل البناء الكلي الذي يشملها، وتتحدد وظائف النظام بطبيعة الحال في ضوء الأهداف والغايات التي يسعى إلى تحقيقها، كما يتوقف نجاح هذه الوظيفة أو تلك في تحقيق الأهداف التي ينشدها النظام على حجم ونوع وكفاءة القدرات التي يتحلى بها هو نفسه، والبنى والميكانيزمات التي يعتمد عليها (نور الدين هميسي: 2007، 33). فالوظيفة تعني النتائج الموضوعية التي يمكن ملاحظتها، ولكن مع توافر المؤشرات الموضوعية الدالة عليها.

**ج- الخلل الوظيفي:** يعد الخلل الوظيفي وليد النقد الذي وجهه ميرتون إلى مقولة الوظيفة الشاملة، التي عثر عليها في أعمال الأنثروبولوجيين أمثال مالينوفسكي وكلوكوهن، والتي فحواها بأن كل العناصر الثقافية والاجتماعية لها وظائف ايجابية وصفها مالينوفسكي بالحيوية، في حين وصفها كلوكوهن بأنها استجابة لحاجة التكيف والتعديل، فالعناصر الثقافية والاجتماعية قد تكون وظيفية، كما يمكن أن تفقد هذه الوظيفة كليا أو جزئيا، أي أن تتعرض لخلل في الوظيفة (حسن عماد مكاوي، ليلي حسين السيد: 2003، 127). فمصطلح الخلل الوظيفي يشير إلى الآثار غير المرغوب فيها التي تحدثها الوحدات داخل النسق الاجتماعي.

**د- البدائل الوظيفية:** إذا كان مفهوم الخلل الوظيفي يعبر عن جزء من حقيقة مفادها أن بعض العناصر يمكن أن تكون غير وظيفية ضمن نسق ما، فإن مفهوم البدائل الوظيفية يعبر عن الجزء الثاني الذي مفاده أن الوظيفة - نظرا لكونها حيوية- لا يمكن الاستغناء عنها، فمن الممكن القيام بها بواسطة أطراف عدة تتبادل هذه الوظيفة، ويمكن لعنصر واحد أن تكون له عدة وظائف، ويمكن كذلك إنجاز وظيفة من عدة أطراف (نيكولا تيماشيف: 1999، 241).

واستنادا إلى ما سبق يمكن تلخيص الفكر البنائي الوظيفي في النقاط الآتية:

- 1- يتكون البناء الاجتماعي من مجموعة أنظمة مترابطة بعضها ببعض بنائيا ووظيفيا.
- 2- يتكون النظام من مجموعة أنساق.
- 3- يتكون النسق من مجموعة أنماط.
- 4- لكل نظام نسق، نمط، حاجات اجتماعية تعكس وظائفه، ومن خلالها تكامله وتكافله الاجتماعي.
- 5- تأكيده على التوازن الاجتماعي.
- 6- يدرس الكل ليصل إلى الجزء (معن خليل عمر: 1999، 152).

وفي نفس السياق يجمع رواد الوظيفة على افتراضات أساسية تشكل في جملها الإطار العام لنظرية البنائية الوظيفية، والتي حصرها روبرت ميرتون سنة 1957م فيما يلي:

- 1- النظر إلى المجتمع على أنه نظام يتكون من عناصر مترابطة، وتنظيم نشاط هذه العناصر بشكل متكامل.

- 2- يتجه هذا المجتمع في حركته نحو التوازن، ومجموع عناصره تضمن استمرار ذلك، بحيث لو حدث أي خلل في هذا التوازن فإن القوى الاجتماعية سوف تنشط لاستعادة هذا التوازن.
- 3- كل عناصر النظام والأنشطة المتكررة فيه تقوم بدورها في المحافظة على استقرار النظام.
- 4- الأنشطة المتكررة في المجتمع تعتبر ضرورة لاستمرار وجوده، وهذا الاستمرار مرهون بالوظائف التي يحددها المجتمع للأنشطة المتكررة تلبية لحاجاته (محمد عبد الحميد: 2000، 131).

ولأن النشاط الاتصالي أو نشاط وسائل الإعلام يعتبر أحد الأنشطة المتكررة في المجتمع، التي تعمل من خلال وظائفها على تلبية حاجات المجتمع، فقد أمكن استخدام البنائية الوظيفية لدراسة النظام الاعلامي كأحد النظم الفرعية، والتي لا غنى عنها في البناء الاجتماعي، فوسائل الاعلام يمكن أن تكون أحد عوامل الخلل الوظيفي، وذلك حين تساهم في التنافر وعدم الانسجام بدلا من الاستقرار إذا كان تأثيرها هو الإثارة والتحريض على ممارسة أشكال السلوك المنحرف (ميلفين دوقلير، ساندرابول روكيتش: 1993، 65-66).

**6-1-3- النظرية الوظيفية في دراسات الاتصال:** يركز التحليل الوظيفي على ظواهر خاصة تتحرك في داخل النظام الاجتماعي الكلي، ويحاول تبيان كيف أن هذه الظواهر يمكن أن تؤدي إلى

نتائج تسهم في المحافظة على استقرار النظام بكليته، أو أن تؤدي إلى عكس ذلك، وعندئذ تصبح الوظيفة خلاا وظيفيا.

ولأن الاتصال الجماهيري بطبيعة الحال نظام اجتماعي جزئي تكراري الطابع، يعمل داخل النظام الاجتماعي الكلي، ويتفاعل مع مختلف الأنظمة الاجتماعية الجزئية الأخرى الموجودة في المجتمع، فقد أمكن استخدام البنائية الوظيفية لدراسة النظام الإعلامي وطبيعة وظائفه، وألخل الوظيفي الذي يمكن أن يصاب به هذا النظام (فريال مهنا: 2002، 29).

ويعتبر الباحثون أن أغلب التحليلات الوظيفية للوظائف الاجتماعية لوسائل الاتصال تأسست انطلاقا من النموذج النظري الذي قدمه هارلود لاسويل عام 1948م، وصاغ فيه صيغته المشهورة (من قال ماذا، بأية وسيلة، لمن وبأي تأثير) (Armand et michele mattelart : 1997, 20)، والتي وضح لنا من خلالها أن دراسة وسائل الاتصال كدراسة علمية لا بد أن تركز على دراسة هذه التساؤلات والإجابة عليها، وذلك من أجل معرفة كل من بناء ووظيفة هذه الوسائل (نور الدين هميسي: 2007، 36)، فلاسويل حاول أن يدرس بصورة عامة طبيعة الدور الوظيفي لوسائل الاتصال والإعلام، من خلال معالجته للعلاقة التي تربط هذه الوسائل بالمجتمع ككل، على اعتبار أن وسائل الاتصال تعتبر عمليات اجتماعية وبناءات وأنساق اجتماعية لها وظائف طبيعية محددة.

وقد طرحت البنائية الوظيفية مجموعة من النماذج التي تعرف في دراسات الاتصال والإعلام بالنماذج الوظيفية أو نماذج التحليل الوظيفي، التي تركز على تحليل عدد من الوظائف والأهداف العامة التي تقوم بها وسائل الاتصال الجماهيري، كما تركز هذه النماذج على التعرف بوضوح عن مدى تحقيق الأهداف أو الوظائف بصورة ايجابية أو سلبية (عبد الله محمد عبد الرحمن، 2006، 68).

وفي نفس السياق، يرى أصحاب النظرية الوظيفية أن لوسائل الاتصال أهدافا وظيفية محددة تقوم عليها المؤسسات، التنظيمات والوسائل المختلفة، التي تحمل أيضا وسائل اتصالية تنقل إلى جمهور أو مستقبلين معينين، لديهم أيضا تطلعات كبيرة للدور الوظيفي الذي يجب أن تقوم به مؤسسات الاتصال والإعلام من أجل إشباع وتحقيق أهدافهم، أو فئة المستفيدين من المادة الإعلامية التي تحقق لهم مجموعة من الوظائف مثل التعليم، الترفيه، نقل المعلومات، الأخبار، الأحداث وغير ذلك من وظائف متعددة، تعرف عموما بوظائف الاتصال الجماهيري والإعلامي في العصر الحديث (عبد الله محمد عبد الرحمن، 2006، 140).

وبناء على ما سبق، يمكن القول أن النظرية الوظيفية من خلال التحليل الوظيفي لوسائل الاتصال الجماهيري أثبتت أنه يمكن إدراج الاتصال، ووسائله ضمن المكونات الحتمية للبناء الاجتماعي، التي لا يستطيع المجتمع المعاصر الاستقرار دونها، كما تساعدنا في معرفة الآثار المترتبة عن استخدام وسائل الاعلام على الفرد والمجتمع على مختلف الأصعدة، ومعرفة وظائفها في جميع المجالات.

**6-1-4- النقد الموجه لنظرية البنائية الوظيفية:** على الرغم من التحليلات الوظيفية في تقديم شروحات وتفسيرات للكثير من مظاهر الحياة الاجتماعية، إلا أنها لم تكن بمنأى عن الانتقادات، حيث يتفق معظم الباحثين على وجود ثلاثة محاور رئيسية يمكن من خلالها عرض النظرية وتحليلها ونقدها، يتعلق الأول بالبناء بالمنطقي للاتجاه، ويهتم الثاني بكيانه وجوهره، ويركز الثالث على موقفه. وتتمثل أهم الانتقادات الموجه إليها في:

#### المحور الأول: النقد الموجه إلى البناء المنطقي للنظرية:

وصف التحليل الوظيفي بأنه غائي (téléologique)، فهذا التحليل لا يقدم تفسيرات لنشأة السمات الوظيفية، وإنما يقدم غائيا أي لا يوضح كيف تحدث الوقائع، فهو يجيب عن سؤال آخر هو: لماذا تحدث الوقائع (حسن عماد مكاوي، ليلي حسين السيد: 2003، 74)، ويعني التفسير الغائي في جوهر اهتمام النظرية بفروض عامة غير قابلة للاختبار، حتى أن كوهين يرى أن ما تقدمه الوظيفية من فروض يتطلب نوعا من التحقيق العلمي لا يوجد في علم الاجتماع، ويرجع ذلك إلى أن أنصار النظرية ينظرون لوظيفة الظاهرة الاجتماعية على أنها سبب ونتيجة لهذه الظاهرة، كما أن بعض مفاهيمها ومصطلحاتها مثل الوظيفة الثبات والتوازن لم تصغ بدقة ووضوح كافين، مما يتنافى مع أهم خصائصها العلمية (برهان شاوي: 2003 92).

#### المحور الثاني: النقد المتعلق بجوهر النظرية وكيانها:

والذي يتبين بوضوح في مبالغتها في التشديد على أهمية بعض القضايا وإغفال البعض الآخر، مثل: - **المبالغة في تقدير أهمية الاشتراك في القيم:** يرى أصحاب النظرية الوظيفية أن أفراد المجتمع يشتركون في القيم التي ينتسبون إليها، وأن هذا الاشتراك هو السبيل لتحقيق تكامل عناصر النسق الاجتماعي ومكوناته، لأن على أعضاء المجتمع أن يمثلوا لهذه القيم ويتصرفوا تبعاً لها، وإلا خرجوا عن قواعد الضبط الاجتماعي، كما أن الزعم بأسبقية الاشتراك في القيم على وجود النسق الاجتماعي لا يسنده الواقع، لأن أعضاء النسق ينتجون قيمهم بعد وجودهم (نيكولا تيماشيف: 1999، 331).

- إهمالها لبعض أبعاد الواقع الاجتماعي: إن تركيز الوظيفة على منظور النظام أو التكامل أو التوازن جعلها نظرية ذات منظور أحادي ثابت، إذ بالغت في وصف التكامل في المجتمع خصوصا بالنسبة لمالينوفسكي وبارسونز، فقد أعاب كولومي على البنائية الوظيفية نقص اهتمامها بسير الجماعات الاجتماعية المجسدة وبمواقف الصراع الاجتماعي (لونيس باديس: 2008، 30).

حيث اقتصر مفهوم التغيير على التغيير الداخلي التدريجي الذي لا يهدف إلى تغيير النظام الاجتماعي كما اقتصر مفهوم الصراع على اعتباره معيقا وظيفيا، مع أن كثيرا من أشكال الصراع تعد دوافع للتقدم.

- المبالغة في محاكاة العلوم الطبيعية: لقد أدى تفوق العلوم الطبيعية إبان نشأة النظرية إلى تأثير الوظيفية ومحاكاتها لها، إلا أن المبالغة في التقليد يؤدي إلى عدم إدراك الفروق الجوهرية بين الواقع الاجتماعي وظواهره والطبيعة وظواهرها (مرفت الطرابيشي، عبد العزيز السيد: 2006، 110).

#### المحور الثالث: يتعلق بالفلسفة الفكرية للنظرية التي استندت عليها:

توصف النظرية البنائية الوظيفية بأنها نظرية جامعة، راديكالية محافظة، غير قابلة للتغيير والتحيز كما وصفها ألفن جولدنر، فهي لا تعطي تفسيرات لجوانب التغيير الاجتماعي (مرفت الطرابيشي، عبد العزيز السيد: 2006، 110).

ورغم هذه الانتقادات التي وجهت لنظرية البنائية الوظيفية، إلا أنها تظل تشكل أرضية صلبة في عملية التنظير لعلم الاجتماع بصفة عامة وعلوم الإعلام والاتصال بصفة خاصة، فتحليلاتها اتسمت بالمرونة والخصوصية والدقة والالتزام والموضوعية.

وتتبنى هذه الدراسة المنظور الوظيفي من زاوية جديدة، تختلف عن الدراسات السابقة في علوم الاعلام والاتصال بتحديد وظائف الصحافة المعتادة والمتعارف عليها، وذلك بالدخول الى ميدان الفضاء الالكتروني بدراسة متطورة لنموذج جديد من الصحافة وهي الصحافة الالكترونية، وبالتخصص في ميدان حديث هو الوسائط المتعددة، أين نحاول معرفة مدى تحقيقها أهداف ووظائف الوسيلة الاعلامية من خلال توظيفها كعنصر داخل مكونات النسق الاعلامي الرقمي.

#### 6-2- نظرية الاستخدامات والاشباكات:

6-2-1- الخلفية المعرفية: تهتم نظرية الاستخدامات والاشباكات بدراسة الاتصال الجماهيري دراسة وظيفية منظمة، فخلال الأربعينات من القرن العشرين أدى إدراك عواقب الفروق الفردية والتباين الاجتماعي على السلوك الاتصالي إلى منظور جديد للعلاقة بين الجمهور ووسائل الاعلام، وكان ذلك

تحولا من رؤية الجماهير على أنها عنصر سلبي غير فعال إلى رؤيتها على أنها فعالة في انتقاء أفرادها لرسائل ومضمون مفضل من وسائل الإعلام (محمد منير حجاب: 2003، 2526).

ويعد نموذج الاستخدامات والاشباع البديل لنموذج التأثيرات التقليدي، الذي يركز على كيفية تأثير وسائل الاتصال على تغيير المعرفة والاتجاه والسلوك، كما جاءت كرد فعل لمفهوم "قوة وسائل الاعلام الطاغية" التي أتت بها نظرية الرصاصة الإعلامية بعد الحرب العالمية الأولى، والتي ترى أن جمهور وسائل الاعلام يتأثرون على انفراد بالوسائل التي يتعرضون لها، وأن رد فعلهم تجربة "فردية" أكثر منه تجربة "جماعية"، بالإضافة إلى ذلك تأثرت هذه النظرية بالنظرية النفسية المتعلقة بالمشير والاستجابة، التي ترى بأن كل منبه يحقق استجابة مؤكدة، مما يفرض أن مضمون وسائل الإعلام عبارة عن منبه تتعرض له الجماهير لذلك يجب أن تستجيب له بشكل أو بآخر (عاطف عدلي العبد: 1997، 198).

ولكن سرعان ما تم التخلي عن فكرة -التعرض لوسائل الإعلام ينتج تأثيرات فورية ومتساوية على الجمهور-، وذلك بسبب حدثين رئيسيين الأول هو بدء الأبحاث ا مبريقية على نطاق واسع، وظهور نتائج تتعارض مع نظرية الرصاصة السحرية، والحدث الثاني هو أن علماء الاجتماع وعلماء النفس توصلوا إلى نتائج جديدة تماما حول الخصائص الشخصية والاجتماعية (ميلفين دوفلير، ساندرابول روكيتش: 1993 241).

ومن خلال حصيلة عامة لهذه الأبحاث نشأت نظريات التأثير الاختياري (نظرية الفروق الفردية، التباين الاجتماعي، ونظرية العلاقات الاجتماعية)، وكانت مبادئ هذه النظرية الأرضية التي مهدت الطريق لبروز وانتشار نظرية الاستخدامات والاشباع، خاصة بإتيانها بمبادئ تمنح من خلالها للجمهور حيزا من السيادة في اختيار المضمون ا علامي، وتجعله محور العملية الاتصالية، وأن نقطة البدء يمثلها المتلقي وليس الرسالة الإعلامية أو الوسيلة الاتصالية (صالح خليل أبو الأصبع: 2004، 140).

**6-2-2- مفهوم نظرية الاستخدامات والاشباعات وفروضها:** تعتمد نظرية الاستخدامات والاشباعات على فكرة استخدام الأشخاص المختلفين لنفس محتوى الرسالة وفقا لأغراضهم، كما أن تأثير وسائل الاعلام يختلف تبعا لاستخدام الناس، واحتياجاتهم، ورغباتهم، وتوقعاتهم، فمن خلال منظور الاستخدامات والاشباعات لا تعد الجماهير مجرد مستقبلين سلبيين لرسائل الاتصال الجماهيري، وإنما يختار الأفراد بوعي وسائل الاتصال التي يرغبون في التعرض لها.

وقد حدد كاتز وزملاءه فروض هذه النظرية فيما يلي (مرزوق عبد الحكم العادلي: 2004، 124-125)

1- إن جمهور وسائل الاعلام يتسم بالإيجابية والفعالية، ويستخدم هذه الوسائل لتحقيق أهداف معينة خاصة به.

2- إن جمهور وسائل الاعلام هو الذي يقوم بالدور الرئيسي في إشباع احتياجاته من وسائل الاعلام الجماهيري، حيث يربط بين إشباع حاجاته واختياره للوسائل التي تشبع هذه الحاجات.

3- تتنافس وسائل الاعلام مع مصادر أخرى في إشباع حاجات الأفراد المتعددة والمتنوعة.

4- إن جمهور وسائل الاعلام قادر على تحديد أهدافه واهتماماته وحاجاته، وكذلك دوافع تعرضه لوسائل الاعلام، ومن ثم فهو قادر على تحديد واختيار المضمون الذي يلبي حاجاته.

5- إن المعيار في الحكم على القيم الثقافية السائدة يجب أن يكون خلال استخدامات الجمهور لوسائل الاعلام والاشباعات المتحققة له، وليس خلال الاعتماد -فقط- على المضمون المقدم في وسائل الاعلام.

وتحقق نظرية الاستخدامات والاشباعات ثلاثة أهداف رئيسية (محمود أحمد مزيد: 2008، 110):

1- التعرف على كيفية استخدام الأفراد لوسائل الاعلام، وذلك بالنظر إلى الجمهور النشط الذي يستعمل الوسيلة التي تشبع حاجاته وأهدافه.

2- توضح دافع استخدام وسيلة بعينها من وسائل الاعلام والتفاعل مع نتائج هذا الاستخدام.

3- التركيز على أن فهم عملية الاتصال الجماهيري يأتي نتيجة لاستخدام وسائل الاتصال الجماهيري.

6-2-3- عناصر نظرية الاستخدامات والاشباعات: تركز نظرية الاستخدامات والاشباعات على

مجموعة من العناصر تمثل محور النظرية، وهي كما يأتي:

أ- افتراض الجمهور النشط: فالجمهور وفقا لهذا المدخل يستخدم وسائل الاعلام بشكل يرتبط

باحياجاته وأهدافه، كما أن لديه الوعي الذي يمكنه أن يحدد بوضوح الأسباب التي تدفعه لاستخدام

هذه الوسائل، ومن هنا يصبح مفهوم الجمهور النشط هو جوهر هذا المدخل (رضا عبد الواحد أمين:

2007، 37).

ويرى بالمغرين (palmagreen) أن الجمهور يكون نشطا من خلال ثلاث أبعاد رئيسية هي

(مرزوق عبد الحكم العادلي: 2004، 115-116):

- الانتقاء: حيث ينتقي الجمهور الوسائل الإعلامية والمضامين وفقا لما يتفق واحتياجاته واهتماماته.
- الاستغراق: ويتم ذلك من خلال الاندماج مع ما يتعرض له الفرد من مضامين.
- الإيجابية: بمعنى الدخول في مناقشات والتعليق على مضمون الاتصال.
- ب- **الأصول النفسية والاجتماعية لمستخدمي وسائل الاتصال:** أدى ظهور مفهوم الإدراك الانتقائي المرتكز على الفروق الفردية إلى افتراض أن الأنماط المختلفة من البشر يختارون الأنشطة بأنفسهم، ويفسرون وسائل الإعلام بطرق متنوعة ومتباينة أي أن العوامل النفسية يمكن أن تؤدي إلى وجود حوافز، وتحدد أصول كثير من استخدامات وسائل الإعلام (حمدي حسن: 1991، 21). وتؤكد العديد من الدراسات أن هناك علاقة وثيقة بين الظروف الاجتماعية والسيكولوجية للفرد وبين استخداماته واشباعاته من وسائل الإعلام، فالظروف الاجتماعية للشخص قد تولد احتياجات لتخفيف الضغوط النفسية الواقعة عليه من خلال تعرضه لوسائل الإعلام.
- ج- **دوافع تعرض الجمهور لوسائل الاعلام:** تعتبر الحاجات والدوافع من العوامل الإنسانية المحركة للاتصال، وتمثل مجموعة الأهداف والرغبات التي يسعى الفرد إلى تحقيقها في حاجات أولية وهي الحاجات الفسيولوجية، ثم تليها الحاجات الثانوية التي تتمثل في الحاجة إلى الأمن والاستقرار والبناء، ثم الحاجة إلى الانتماء بما في ذلك الاتصال والمشاركة، وتأتي بعد ذلك الحاجة إلى التقدير، ثم الحاجة إلى تحقيق الذات (محمد محمد عمر الطنوبي: 2001، 227).
- وبشكل عام فإن دوافع التعرض كما قسمها روبن تنقسم إلى فئتين هما (مرزوق عبد الحكم العادلي 2004، 118):
- الدوافع الوظيفية (النفعية):** تعني اختيار الفرد لنوع معين من المضمون، ولوسيلة اتصالية معينة لإشباع حاجته من المعلومات والمعرفة.
- الدوافع الطقوسية:** تستهدف تضيئة الوقت والتنفيس والاسترخاء والهروب من الروتين اليومي والمشكلات.
- د- **توقعات الجمهور من وسائل الإعلام:** تعد توقعات الجمهور من وسائل الإعلام ناتجة عن دوافعه التي تختلف حسب الأصول النفسية والاجتماعية للأفراد، كما تعد التوقعات سببا في عملية التعرض لوسائل الاتصال.

ويرى كاتز أن التوقعات هي "الاشباعات التي يبحث الجمهور عنها"، فالأفراد يختارون بإرادتهم التعرض لوسائل ورسائل معينة تحقق لهم القيمة التي يتوقعونها، وهو ما تشير إليه نظرية القيمة

المتوقعة، فأشباع الوسيلة والمضمون لحاجات الأفراد يعزز من تعرض الفرد للوسيلة مرة أخرى والعكس صحيح (مرزوق عبد الحكم العادلي: 2004، 119).

هـ- استخدام الجمهور لوسائل الإعلام: يشير الباحثان سيفن واندهل إلى أن الاستخدام ربما يشير إلى عملية معقدة تتم في ظروف غامضة معينة، يترتب عليها تحقيق وظائف ترتبط بتوقعات معينة للإشباع ولذلك فإنه لا يمكن تحديده في إطار مفهوم التعرض فقط، ولكن يمكن وصفه في إطار كمية المحتوى المستخدم، نوع المحتوى، العلاقة مع وسيلة الاعلام، طريقة الاستخدام (محمد عبد الحميد: 2000، 228).

و- اشباعات الجمهور من وسائل الإعلام: وفق نظرية الاستخدامات والاشباعات يتم وصف أفراد الجمهور باعتبارهم مدفوعين بمؤثرات نفسية واجتماعية لاستخدام وسائل الإعلام، بغية الحصول على نتائج خاصة يطلق عليها الاشباعات.

وقد قسم وينر إشباعات الجمهور من وسائل الاعلام إلى نوعين:

- **شباعات المضمون:** وتنتج عن التعرض لمضمون وسائل الاعلام، وهي نوعين "اشباعات توجيهية" تتمثل في مراقبة البيئة والحصول على معلومات، و"اشباعات اجتماعية" ويقصد بها ربط المعلومات التي يتحصل عليها الفرد بشبكة علاقاته الاجتماعية.

- **شباعات العملية:** وتنتج نتيجة الاتصال والارتباط بوسيلة محددة، وهي نوعين "شباعات شبه توجيهية" وتتحقق من خلال تحقيق الإحساس بالتوتر والدفاع عن الذات، وتنعكس في برامج التسلية والترفيه والإثارة و"اشباعات اجتماعية" مثل التوحد مع شخصيات وسائل ا اعلام (حسن عماد مكاوي، ليلي حسين السيد 2003، 147)

6-2-4- **نقد نظرية الاستخدامات والاشباعات:** تواجه نظرية الاستخدامات والاشباعات انتقادات أهمها (محمود أحمد مزيد: 2008، 111):

1- هناك شكوك حول افتراض الجمهور النشط، فالنظرية تقترض أن الفرد لديه الوعي الكامل باحتياجاته ويتصرف وفقا لهذه الاحتياجات.

2- يرى عدد من الباحثين أنها لا تزيد عن كونها إستراتيجية لجمع المعلومات من خلال التقارير الذاتية للحالة العقلية التي يكون عليها الفرد وقت التعامل مع الوسائل، وفي هذا عدم دقة، خاصة أن هناك خلافا حول تحديد المصطلحات والمفاهيم مثل الحاجات.

3- تنظر البحوث التي تستند إلى نظرية الاستخدامات والاشباع إلى وظائف وسائل الاتصال من منظور فردي لمستخدم الرسائل الاتصالية، في حين أن الرسالة الاتصالية قد تحقق وظائف لبعض الأفراد، وتحقق اختلالا وظيفيا للبعض الآخر.

4- يمكن أن تختلف نتائج بحوث الاستخدامات والاشباع باختلاف الثقافات والخصائص الديموغرافية وبالتالي فإن نتائج هذه البحوث لا تصلح للتعميم في أغلب الأحوال.

مهما يكن من الانتقادات الموجة لنظرية الاستخدامات والاشباع، فإن صلاحيتها في دراسة الاتصال الجماهيري لا تزال قائمة، حيث أنها تقدم مجالا لدراسة العلاقة بين وسائل الاعلام والمجتمع، وتقدم العديد من المفاهيم التي يصعب التخلي عنها، وتساعدنا على وصف الأنشطة الأساسية التي تقوم بها وسائل الإعلام، وعلى هذا تم استخدامي لهذا المدخل نظرا لطبيعة الموضوع، وطبيعة أكثر الأسئلة التي تضمنتها الاستمارة، وذلك بمعرفة دوافع استخدامات الصحافة الإلكترونية الجزائرية للوسائط المتعددة، وماهي الاشباعات والنتائج المتحصل عليها بعد ادخالها كعنصر رئيسي في نشر الاخبار والاحداث، كما سنتعرف على مختلف طرق تفاعلية الجمهور مع هذه الوسائل، وبالتالي اثبات احدى فرضيات النظرية بمعرفة الجمهور النشط والمتفاعل.

### 6-3- نظرية انتشار المبتكرات:

6-3-1- تاريخ نظرية انتشار المبتكرات: انطلقت هذه النظرية من الدراسات والأبحاث المنجزة في إطار تمديد وتعميق العلاقات الشخصية، وأطلق عليها بعض الباحثين نظريات التأثير المحدود أو البحوث التي تجري حول انتشار المبتكرات أو الأفكار المستحدثة (بسام عبد الرحمان مشاقية: 2015، 177).

وقد ظهرت هذه النظرية خلال السنوات الأخيرة من الخمسينات، متأثرة بنظرية تدفق المعلومات على مرحلتين التي قدمها كاتز ولازارسفيد، حيث وبنفس الطريقة وجد علماء الاجتماع الريفي أن نموذج نشر المعلومات على المزارعين يمكن فهمه في إطار تدفق المعلومات على مرحلتين، وأنه يمكن النظر إلى عملية نشر الأفكار الحديثة بين المزارعين على أنها مشابهة تماما لعملية التصويت في الانتخابات، وأن النصيحة في الحالتين تتم تلبيتها من خلال الاتصال الشخصي، وتأثير قادة الرأي الذين يتفوقون وخصائصهم تماما كما انتهت إليه دراسات التصويت الانتخابي (محمد بن مسعود: 2012، 45).

وتعود أصول نظرية انتشار المبتكرات إلى دراسات متفرقة قام بها الباحثون الاجتماعيون في عدة ميادين مثل الأنثروبولوجيا التربوية والزراعة، لمعرفة كيفية تبني المزارعين للأفكار الجديدة المتعلقة بأساليب الزراعة الحديثة، كما اهتم بها الباحثون في مجال التربية من خلال محاولة نشر طرق التدريس الجديدة، أو فكرة تنظيم الأسرة أو اقتناء الأجهزة واستخداماتها وغيرها من المجالات المختلفة لمعرفة آثارها في النظام الاجتماعي القائم .

فدراسة كيفية انتشار الأفكار المستحدثة هي دراسة في عملية الاتصال، وكان الهدف الرئيسي منها هو تحقيق التغيير في المجتمع المحلي أو القرية، من خلال طرح الأفكار والمنتجات والأساليب الجديدة ونشرها في القرية أو المنطقة، فمن وجهة نظر علماء الاجتماع نجد أن الدراسات ركزت على الإجابة على سؤال محدد هو "كيف يمكن أن تغير النظم الاجتماعية عن طريق نشر الأفكار المستحدثة"، أما علماء الاتصال فركزوا على تساؤل محدد هو "كيف يمكن أن تستخدم الأنشطة الاتصالية لدعم ونشر الموافقة والقبول للمنتجات ولأفكار الجديدة؟"، ونال هذا التوجه اهتماما كبيرا من قبل العلماء في دول مختلفة، إلا أن الولايات المتحدة الأمريكية استطاعت تحقيق نجاحات كبيرة في هذا الشأن، وتراكمت لديها خبرات عديدة أدت إلى بناء نظرية عامة للاتصال فيها دور مهم وكبير في مجال الأفكار المستحدثة (محمد منير حجاب: 1998 137).

ويرجع الفضل لـ إفريت روجرز وزميله شوميكر في تحديد ملامح البناء النظري لنظرية الاتصال والأفكار المستحدثة، وأصبح يطلق عليها نظرية انتشار المستحدثات ( innovations diffusion theory)، ولقد لخص روجرز في كتابه الأفكار المستحدثة وكيف تنتشر، والذي نشرت طبعته الأولى عام 1962 والثانية 1971 الدراسات التطبيقية التي أجريت لسنوات عدة في الولايات المتحدة الأمريكية، حول نشر الأفكار الجديدة (محمد منير حجاب: 1998، 137).

وترتكز هذه النظرية على نشر المعلومات المتعلقة بالمبتكرات والتجديد بين أفراد المجتمع أو قطاع منه بهدف تحقيق التنمية، وهو في الأخير (التغيير) الذي يعد الهدف النهائي لها. وعملية التغيير الاجتماعي هذه تتكون في ثلاث خطوات متعاقبة هي (jean meunier: 2004, 92)

-**المرحلة الأولى:** تتميز هذه المرحلة بظهور أشياء جديدة في المجتمع، قد تشمل وسائل اتصال مختلفة مثل الانترنت، ويمكن أن نطلق على هذه المرحلة بمرحلة الاختراع.

-**المرحلة الثانية:** وتعرف كذلك بالانتشار، حيث تشهد بداية انتشار الأفكار الجديدة "المستحدثات" في الوسط الاجتماعي، أين تعرف بداية إدراك أفراد المجتمع لها.

-**المرحلة الثالثة:** أين نصل إلى النتائج، ويتحدد خلالها حدوث التغيرات الاجتماعية، ويتعلق الأمر بمدى قابلية أفراد المجتمع لهذه المستحقات، وذلك ببروز نتائج التغيير الاجتماعي التي تكون كامنة أو ظاهرة، أي تعتمد على إدراك الجديد في البناء الاجتماعي من عدمه، وكذا النتائج الوظيفية أو غير الوظيفية التي تنجم عن قابلية أفراد المجتمع أو رفضهم للمستحدث، بالإضافة إلى نتائج الاستجابة التي تعبر عن التغيير الاجتماعي، والتي تكون مباشرة أو غير مباشرة.

**6-3-2- انتشار الأفكار المستحدثة:** تعد الأفكار المستحدثة جوهر الاتصال التنموي، الذي يستهدف تطوير فكر أفراد المجتمع وتكوين الاتجاهات الايجابية نحو برامج التنمية، للوصول إلى سلوكيات تترجم الأهداف، وسنعرض فيما يلي عملية انتشار الأفكار المستحدثة.

أ- **مفهوم الانتشار:** المقصود بالانتشار هو انتقال الأفكار والتكنولوجيا والممارسات الجديدة من مصادر ابتكارها إلى الناس، فالانتشار إذا مرتبط بالتجديدات والابتكارات، والانتشار أيضا هو العملية التي ينتقل بواسطتها التجديد أو ينتشر فيها بين المستخدمين أو بين الناس، ويتمثل أساس عملية الانتشار في التفاعل الإنساني، الذي يترتب عليه انتقال فكرة جديدة من شخص إلى آخر (منى سعيد الحديدي وسلوى إمام على 2004، 118).

فيهذا المفهوم يمكننا حصر عملية الانتشار في أسئلة هي: كيف ولماذا وبأي معدل تنتشر التقنيات والمخترعات الحديثة بين الأفراد والمجتمعات، ومن هي الفئة التي لها أكثر استعداد لتبني المبتكرات، وما هي العوامل المؤثرة في تبني الابتكار؟ هل هي وسائل الإعلام أم الاتصال الشخصي؟ أو هناك عوامل أخرى يجب تحديدها؟.

#### ب- عناصر انتشار وتبني الأفكار المستحدثة:

هناك أربعة عناصر أساسية ترتبط بموضوع انتشار وتبني الأفكار الجديدة:

- التجديد أو الابتكار أو التكنولوجيا الجديدة أو الفكرة المستحدثة ذاتها.
- قنوات الاتصال.
- التركيب الاجتماعي للبيئة أو النسق الاجتماعي.
- الفترة الزمنية الضرورية للانتقال، أو ما يطلق عليه عنصر الزمن.

وهذه العناصر هي بوجه عام مشابهة لما ذكره كاتز عام 1961، باعتبارها لا غنى عنها لانتشار وتبني الأفكار وهي:

- اقتفاء آثار الفكرة الجديدة.
- الفترة الزمنية اللازمة للانتشار.

ب- التركيب الاجتماعي الغالب على البيئة التي تظهر فيها الفكرة الجديدة (منى سعيد الحديدي وسلوى إمام على 2004، 119).

**أولاً: الفكرة المستحدثة:** أو الفكرة الجديدة حسب روجرز هي سائحة يتصور صاحبها أنها شيء جديد لا شبيه له، ولا يهتم كثيرا في مجال السلوك الإنساني، سواء أكانت الفكرة حقيقية جديدة أم لا، عندما تقاس بمدى الفترة الزمنية التي تنقضي من لحظة ظهورها أو استخدامها، وأن جودة الفكرة بالنسبة للفرد إنما هي التي تحدد طريقة تصرفه إزاءها. فالفكرة المستحدثة هي أية فكرة جديدة تدخل إلى النظام الاجتماعي، إنها الجودة المتصورة للأفكار والممارسات والأهداف لدى الفرد.

وتجدر الإشارة إلى أن هناك صعوبة واختلاف في تحديد المقصود بدقة بالأفكار المستحدثة، وذلك لاختلاف مداخل البحث والتفكير، فالأفكار المستحدثة قد تكون أشياء مادية كالتلفزيون الملون أو أشعة التصوير الطبي، وقد تكون الأفكار المستحدثة مفاهيم أو أفكار مجردة كتخطيط الأسرة، فالمواصفات التي يمكن أن تنطبق على ما تسميته "جديد" يخضع مرة أخرى لوجهة النظر التي يتبناها الملاحظ (سهير جاد: 2003، 265)، وفي هذا المجال هناك وجهتي نظر (أحمد بدر: 1998، 289)

- **التعريف المبنية على الأصول:** من الممكن أن يقوم الباحث بتصنيف الأشياء على أنها أفكار مستحدثة، وذلك اعتمادا على مصدر التغيير، وهو المخترع المنشئ أو المنتج، وهناك ثلاث مكونات للجدة في هذا المقام، وهي:

1- تتوفر الجدة عند إضافة مكونات غير مشمولة مسبقا في الشيء المنتج، وعلى سبيل المثال: إضافة فيتامين جديد لنفس الطعام، أو استبدال الجلد بالبلاستيك. مما يضيف تغييرات نفسية في التركيب المادي.

2- بالإضافة إلى الأمثلة السابقة أو بدلا منها يمكن أن يحدث التغيير في عملية التغليف، وهذا يعتبر شيئا جديدا، كما أن التغيير في الأسلوب أو الموضة (موديل سيارة أو ملابس).

3- التبديل أو التغيير في الوظيفة أو الأداء للإنتاج أو الأفكار يعتبر مكونا إضافيا للجدة.

وما يمكن ملاحظته أن التغييرات في هذه الأحوال تتضمن عادة تغييرا ملحوظا وكبيراً في السلوك أكثر من مجرد تبني موضة أو أسلوب جديد.

وقد رأت هيئة التجارة الاتحادية في أمريكا أن كلمة جديدة تطبق فقط على المنتجات الجديدة كلياً، وأن هذا الوصف "جديد" لا يطبق لأكثر من ستة أشهر بعد توزيع المنتجات على نطاق واسع، أي أن الوقت يعتبر أحد الأبعاد الأساسية بالإضافة إلى المنتجين في تحديد مدى تصنيف الأشياء بالجدة من عدمه.

-**التعاريف المبنية على المستقبل:** هناك معايير بديلة لتعريف الجدة، وهذه المعايير تقع مع تصورات أو إدراك وحدة التبني، وهذا المدخل يؤكد على كيفية رؤية صانع القرار (المستهلك) للشيء المنتج على أنه جديد، ومعنى ذلك أن إنتاجاً معيناً يمكن اعتباره "فكرة مستحدثة" في حالة واحدة فقط، وهي أن يراه الفرد كذلك.

ومن الناحية الثقافية قد تتفاعل ثقافة معينة مع فكرة على أنها جديدة، بينما تراها ثقافة أخرى على أن نفس الفكرة قديمة.

أ- **خصائص الفكرة المستحدثة:** هناك عدة خصائص تؤثر في قبول وانتشار المبتكرات حسب كل من روجرز وشوميكور، وتتمثل في:

- **الميزة أو الفائدة النسبية:** هي درجة تفوق الفكرة المستحدثة على غيرها من الأفكار السابقة لها ودرجة التفوق النسبي هذه يقصد بها عادة مدى الفائدة الاقتصادية التي تعود على الأشخاص الذين يتبنون الفكرة المستحدثة، فكلما زاد إدراك الأفراد للفائدة النسبية للفكرة المستحدثة زادت سرعة معدل تبنيها (منى سعيد الحديد وسلوى إمام على: 2004، 118). وإذا أردنا إسقاط الفكرة على الصحافة الإلكترونية، فنجد أن ميزات وخصائص الانترنت مهمة بدرجة تجعل الصحفيين يفضلون استخدامها واستعمالها من أجل تحقيق السرعة في الحصول على الخبر، السرعة في النشر، وتحقيق السبق الصحفي، وتقديم كل جهات النظر حول حادثة واحدة بأكثر من طريقة.

- **الملائمة:** وهي درجة إدراك الفرد للمستحدث بأنه ينسجم مع قيمه وخبراته السابقة، وكذلك مع حاجاته الحالية من هذا المستحدث، والمستحدث الذي لا يتوافق مع العناصر السابقة لا ينتشر بسهولة، وفي هذه الحالة يتعين تغيير نظام القيم السائدة في المجتمع، وهذا أمر يتطلب الكثير

من الجهد، فعلى سبيل المثال فإن تبني وسائل تنظيم الأسرة يتطلب القبول مسبقا بنمط الأسرة الصغيرة (شهيناز محمد طلعت: 1986، 291).

- **التعقيد والتشابك:** ويقصد به الدرجة التي تكون عليها الفكرة المستحدثة من ناحية الصعوبة النسبية في مجال الفهم والاستعمال، أو بمعنى آخر هي الدرجة التي يتبين الفرد عندها أن الفكرة المستحدثة صعبة -نسبيا- على الفهم مما يؤدي إلى صعوبة استعمالها، فحسب "سينس" فإنه كلما كانت المستحدثات الجديدة سهلة الفهم والاستخدام من قبل الأفراد، كان سهلا عليهم تقبلها وتبنيها، وهذا طبعا يختلف من شخص لآخر ومن جيل لآخر، أيضا حسب الظروف والبنية المحيطة بالفرد ( Evrett rogers and shoemaker Floyd: 1971., ) (23).

- **إمكانية الملاحظة:** حسب سينس فإنه كلما توافرت إمكانية ملاحظة المستحدث ومعاينة من قبل الأفراد توافر له حظ أكبر في الانتشار والتبني، ومن الأفضل رؤية الناتج من قبل الأفراد أنفسهم حتى تصبح عملية التبني فائقة السرعة ((شهيناز محمد طلعت: 1986، 294).

- **إمكانية التجريب:** إن الأفكار الجديدة التي يمكن تجربتها على مراحل تزيد فرص تبنيها أسرع من قبل الأفراد على حساب المستحدثات التي لا يمكن تجربتها، لأن التجريب يقلل من مخاطرها، ويعطي فرصة رؤية النتائج والتقييم، وقد وجد "رايان وجروس" في دراستهما حول انتشار بذور الذرة الهجين أن من مزارعي (أيوا) الأمريكية من لم يقبل تبني الفكرة إلا بعد تجربتها على مستوى محدود (Evrett rogers and shoemaker Floyd: 1971, 23).

**ب-أبعاد توظيف المبتكرات الجديدة:** للمبتكرات الجديدة مجموعة من الأبعاد يجب مراعاتها عند إجراء عملية التوظيف، وهذه الأبعاد هي كما يلي (وليد سالم محمد الحلفاوي: 2006، 40-41):

1- **البعد المعرفي:** يشمل البعد المعرفي (cognitive dimension) المعلومات اللازمة لفهم طبيعة المستحدثات التكنولوجية وخصائصها ومبادئها وعلاقتها بالعلم والمجتمع، والقضايا الناتجة عن تفاعلها مع العلم والمجتمع، كما يشمل المعلومات الأساسية حول تطبيقات المبتكرات الجديدة وطرق التعامل معها وحدود استخدامها، هذا إلى جانب تصويب الأفكار والمفاهيم البديلة (الخاطئة) لدى الأفراد حول المستحدثات التكنولوجية وتطبيقاتها.

2- **البعد المهاري:** يشمل البعد المهاري (العملي) (pratical dimension) المهارات العقلية والعملية والاجتماعية اللازمة للتعامل مع المستحدثات التكنولوجية وتطبيقاتها، وإذا

حاولنا إسقاط هذا البعد على دراستنا فإننا نجد أن الوسائط المتعددة كمكون للصحافة الإلكترونية باعتباره مستحدث تكنولوجيا جديد في ساحة تكنولوجيا الإعلام، وللاستفادة من إيجابياته خصائصه التي يعكسها على نجاح مواقع الوسائل الإعلامية الإلكترونية بما فيها الصحافة الإلكترونية، فإنه يتطلب توفر خبرة مسبقة ومهارات لدى الصحفيين الجزائريين للتعامل معه، وإلا كان هذا عائقا أمام انتشار مثل هذه التكنولوجيا في الإعلام الجزائري.

**3- البعد الاجتماعي:** يشمل البعد الاجتماعي (social dimension) الآثار الاجتماعية السلبية والإيجابية على الأفراد والمجتمعات، التي تنتج عن المستحدثات التكنولوجية، وتطبيقاتها للعادات والتقاليد الاجتماعية الخاصة بأي مجتمع.

**4- البعد الأخلاقي:** ويشمل البعد الأخلاقي (Ethics dimension) ترسيم الحدود الأخلاقية للتعامل مع المبتكرات التكنولوجية وتطبيقاتها، والالتزام بتلك الحدود وعدم تجاوزها وحسم القضايا الجدلية والشرعية والقانونية التي قد تنتج عن تجاوز تلك الحدود، وينبغي الاهتمام بأخلاقيات المستحدثات التكنولوجية على مستويين هما:

**المستوى الأول:** وهو مستوى إنتاج المستحدثات التكنولوجية، وبحوث تطويرها وهو خاص بالعلماء والباحثين في مجال المستحدثات التكنولوجية.

**المستوى الثاني:** وهو مستوى استخدام المستحدثات التكنولوجية في مجالات الحياة اليومية، وهذا المستوى خاص بالأفراد الذين يستخدمون المستحدثات التكنولوجية.

**ثانيا: قنوات الاتصال:** الاتصال هو العملية التي بواسطتها ينتقل تجديد معين، وينتشر انتشارا واسعا من الذين يكونون نسقا اجتماعيا معينا، ويعمل الاتصال أيضا على إحداث التفاعل الإنساني، الذي تنتقل الأفكار بمقتضاه من شخص إلى آخر، وهناك نوعان من الاتصال: الأول: الذي يعتمد على استخدام وسائل الاتصال الجماهيري، وأشكال الاتصال المختلفة كالإعلام والإعلان والدعاية وغيرها لنشر الأفكار المستحدثة بين أكبر عدد ممكن من الجمهور المستهدف، والثاني: الذي يعتمد على تأثير الجماعات المرجعية والأسرة والأصدقاء وقادة الرأي، ومن ثم فإن ميكانيكية الاتصال المباشر والقرار الجماعي هما الأساس في عملية اتخاذ القرار، وتستطيع وسائل الإعلام هنا أن تعاون بطريقة غير مباشرة بتغذية المناقشة بالمعلومات، ويخلق الإدراك وتوضيح القضايا المثارة (منى سعيد الحديد وسلوى إمام على: 2004، 120-121).

وبخصوص القنوات فإن الفرد يجمع المعلومات من مختلف المصادر، وذلك في كل مرحلة من المراحل المختلفة للتبني. إلا أن أهمية هذه المصادر تختلف تبعا للمرحلة التي يمر بها القرار، فوسائل الاتصال الجماهيري أكثر تأثيرا في المرحلة الأولى مما هي عليه في المراحل التالية، إذ تتسم بقدرتها على جعل الأشياء معروفة للجمهور، أما عندما يحدد الإنسان موقفه من الجديد فهو غالبا ما يلجأ إلى أشخاص أو إلى عائلته أو أصدقائه، فهؤلاء يكونون قنوات الاتصال الشخصي التي تناقش في إطار الأفكار الجديدة، وتوضح الدراسات أن قنوات الاتصال الجماهيرية أكثر أهمية من قنوات الاتصال الشخصية بالنسبة للمتبنين الأوائل وهؤلاء يبحثون عن الفرص الجديدة التي تؤدي إلى تحسين أوضاعهم، وبالتالي يحصلون عليه من وسائل الاتصال الجماهيرية. أما الأشخاص الذين يتأخرون في التبني فيعتمدون أكثر على الاتصالات الشخصية (محمد منير حجاب: 1998، 139-140).

أما دور قادة الرأي في نشر الأفكار المستحدثة فيكون عن طريق الاستعانة بهم في مختلف أوجه نشاط الاتصال الشخصي، وذلك من خلال ما يلي (منى سعيد الحديد وسلوى إمام على: 2004، ص121):

1- الاستعانة بقيادة الرأي المحليين في تمهيد الطريق، وتهيئة عقول الأفراد المستهدفين لتقبل الأفكار الجديدة التي تنشر عبر وسائل الاتصال الجماهيري.

2- يمكن للقادة المحليين أن يقوموا بدور المنشطين والمشجعين في قبول الجماعة للأفكار، بحكم مكانتهم في المجتمع وثقة أعضاء الجماعة في آراءهم، حيث يمثل هؤلاء القادة أقل العناصر القادرة على التعبير والترجمة الصادقة عن احتياجات المجتمع، وعن ميوله واتجاهاته وأنماط استجابته لخطط التنمية، حيث يؤكد الدكتور محمود عودة قائلا: "أن القائد عنصر استراتيجي من عناصر صياغة آراء الجماعة، فهو أكثر وعيا بأفكار أعضاء الجماعة، وهو يحاول التعديل والتوفيق بينهم" وبناء على ذلك فإن قادة الرأي المحليين يستطيعون حث الجمهور، وتوعيته بأهمية تبني وممارسة الأفكار المستحدثة.

3- الاستعانة بقيادة الرأي المحليين في تقديم الاستشارات المختلفة وكذلك في حل المشكلات، لأن الأفراد بصفة عامة يفضلون اللجوء إلى أفراد ينتمون إلى الفئة أو المجموعة نفسها من العادات والتقاليد والقيم والاتجاهات، ويتقنون بهم كمصادر للاستشارة.

ويرى روجرز وشوميكر بأن دور قادة الرأي يتم عبر تدفق متعدد المراحل، إذ يوجد في عملية الاتصال لانتشار المبتكرات اعتماد متنوع ومتعدد على تدفق الاتصال من المصدر إلى جمهور واسع،

ولذا فهما يقترحان بأن عناصر عملية تدفق المعلومات شبيهة بما اقترحه بيرلو "Berlo" (المصدر، الرسالة، القناة المتلقي، التأثير)، وذلك يتمثل بما يلي:

شكل رقم(1): يوضح عملية تدفق المعلومات حسب نموذج بيرلو

نموذج بيرلو	المصدر	الرسالة	القناة	المستقبل	التأثير
نموذج	. مبتكرون	. رسائل	قنوات	أعضاء في	نتائج على امتداد
انتشار	. علماء	. مبتكرات	الاتصال	النظام	الوقت على مستوى
المبتكرات	. وكلاء		الجماهيري أو	الاجتماعي	المعرفة وتغيير المواقف
	. قادة الرأي		الشخصي		والاتجاهات وتغيير السلوك

المصدر: (مي عبد الله: 2006، 273)

وكننتيجة لدراسة قنوات الاتصال نجد أن وسائل الاتصال الجماهيري أكثر فاعلية في خلق المعرفة حول المبتكرات، لما لها من خاصية الانتشار والوصول إلى أبعد الحدود، بينما تكون قنوات الاتصال الشخصي أكثر فاعلية ومقدرة على إقناع الناس، وتشكيل المواقف حول المبتكرات، وتغيير وتعديل سلوكيات الأفراد وهنا تكون علاقة تكاملية بين الوسيطتين فوسائل الاتصال الجماهيري لها القدرة على التعريف وإعطاء المعلومات حول المبتكرات، ولكن ذلك لا يعني تقبل الأفراد لها، فيأتي دور قادة الرأي في تشكيل المواقف ومحاولة الإقناع.

هذا وهناك ما يسمى بنوادي الاتصال أو نوادي المناقشة الجماعية التي أثبتت نجاحها وفعاليتها في الستينات في الهند ونيجيريا وكولومبيا والبرازيل وفرنسا والصين وغيرها من الدول، وهذه تنظم وتكون من جماعات صغيرة من الأفراد الذين يلتقون بصفة منتظمة لحضور برامج اتصال جماهيري ومناقشة محتوياته وتعتبر نوادي الاتصال وسيلة تجمع بين قنوات الاتصال الجماهيري والشخصي، وذلك لزيادة تأثير العملية الاتصالية في أقصاها. فهي تمارس ضغطا اجتماعيا على الحضور عن طريق عنصر المشاركة، مما يؤكد أهمية كل من الوسيطتين في عملية اتخاذ القرار الخاص بتبني الأفكار المستحدثة (محمد منير حجاب 1998، 140)، فهذا النموذج إذن يقترح وجود جهاز مركزي للتنمية، نقطة بدايته وسائل الاتصال، ويقترح حملات اتصالية متتالية من أعلى إلى أسفل يمحورها قادة الرأي بتتبع تسلسلهم.

- **ثالثا: عنصر الزمن:** هو عبارة عن الفترة الممتدة منذ وصول الفكرة إلى الفرد وحتى تبنيها، فعندما يتلقى الفرد معلومات حول تجديد معين من مصادر معينة، فإنه - وفقا لمجموعة من

العوامل والظروف- قد يقرر استخدام هذه الفكرة الجديدة وتبنيها، إلا أن هذه العملية تأخذ وقتاً يفكر فيه ويتردد، ثم يحسم ويقرر سواء بالقبول أو الرفض، والناس لا يتبنون الفكرة المستحدثة في الوقت نفسه. فعنصر الوقت يلعب دوراً في مجموعة من العناصر، وهي: عملية اتخاذ قرار تبني المستحدث، المواصفات التجديدية للفرد، معدل تبني المستحدث في نظام نسق اجتماعي معين وفيما يلي شرح هذه العناصر ( Evrett rogers and shoemaker ) (Floyd: 1971, 104):

أ- عملية اتخاذ قرار تبني المستحدث أو فترة التبني: لقد حدد إيفرت روجرز مراحل عملية اتخاذ قرار التبني في 04 مراحل هي: مرحلة المعرفة، مرحلة الإقناع، مرحلة اتخاذ القرار، مرحلة التدعيم أو تأكيد القرار.

-مرحلة المعرفة: وهي المرحلة التي يتعرض فيها الفرد لوجود الفكرة المستحدثة، ويفهمها ويتعرف على جوانبها المختلفة، ويقسم البعض هذه المعرفة إلى نوعين: الأول المعرفة بالمستحدث: وهي السماع عن المستحدث لأول مرة، والثاني المعرفة عن المستحدث: فهي المعلومات التوضيحية لشرح وتفصيل وتفسير وتحليل المستحدث، وينقسم الباحثون إلى فريقين عند تحديدهم لمن يأتي أولاً في مرحلة المعرفة هل هي معرفة المستحدث أولاً أم الحاجة إليه والبحث عن عمليات تفسيرية عنه؟. فأصحاب الاتجاه الأول يزعمون بأن المعرفة تسبق الحاجة، لأن الفرد حتى تصله معلومات عن وجود مستحدث ليكون الرغبة والحافز في جمع معلومات تخصه، أي تأتي المعرفة أولاً ثم تحصل المصادقة نتيجة التعرض العشوائي للفكرة المستحدثة. أما أصحاب الاتجاه الثاني فيؤكدون أن الحاجة سبابة عن المعرفة فالحاجة أم الاختراع، فكون الإنسان في مشكل يبحث عن حل لهذا المشكل، أي أن عنصر الاهتمام والأهمية تسبق المعرفة أي (التعرض الانتقائي)، أين يتعرض للمستحدث نتيجة حاجته إليه.

-مرحلة الاقتناع: وحسب إيفرت روجرز فإن المقصود بالاقتناع هي المرحلة التي يتكون فيها لدى الفرد اتجاه مؤيد ومعارض نحو الفكرة المستحدثة، ولتكوين الاتجاه، على الفرد أن يسعى لمعرفة المزيد من مزاياه وخصائصه، ومدى ملائمته وسهولته وإمكانية تجريبه.

-مرحلة اتخاذ القرار: هي المرحلة التي يندمج الفرد أثناءها في مجموعة من الأنشطة التي تساعد على قبول الفكرة المستحدثة أو رفضها، وهنا تتعرض الفكرة للتجريب الشخصي للفرد لمعرفة فائدتها بالنسبة إليه، ومدى صلاحيتها وملائمتها لاحتياجاته الشخصية، لتأتي فيما بعد مرحلة التأكيد.

-مرحلة التثبيت أو التأكيد أو التدعيم: لا تنتهي عملية تبني المستحدثات عند اتخاذ الفرد قرار التبني بشكل كامل، فقد أشارت البحوث والدراسات أن بعض الأفراد يتراجعون عن قرار التبني بسبب التعرض لمؤثرات ورسائل تتعارض مع المستحدث، ففي هذه المرحلة يحتاج الفرد إلى تدعيم القرار الذي اتخذه، حتى يستمر فيه وينفذه. بمعنى أن هذه المرحلة هي المرحلة التي يسعى الفرد خلالها إلى تدعيم قراره بقبول الفكرة المستحدثة والاستمرار في تنفيذها، أو العدول عن القرار السابق ورفض الفكرة، وذلك بعد البحث الطويل والمستمر عن الفكرة، والتشاور مع مجتمعه وسماع تجارب وآراء الغير، وفي هذه المرحلة نستنتج التأثير القوي لقادة الرأي، كعامل للتحفيز وإحداث التغيير لتدعيم القرار باعتبارهم مصادر موثوقة لدعم القنوات وآراءهم موضوعية.

ب-المواصفات التجديدية للفرد وفئات التبني: أو ما يطلق عليها بالابتكارية: وتعني الدرجة التي يتبنى فيها الفرد الأفكار الجديدة بطريقة أسرع من غيره من أعضاء النظام الاجتماعي، وقد انتهت الأبحاث إلى أن جميع الناس لا يتبنون الأفكار المستحدثة في نفس الوقت وبنفس المدة (أحمد بدر: 1998، 289).

وقد تم التوصل إلى تصنيف المتبنين للأفكار المستحدثة إلى فئات على أساس الزمن الذي تم فيه تبني الأفكار إلى الفئات التالية (محمد لطف على الحميري: 2002، 94-95):

1-المبتكرون "innovators": وقد أشارت إحدى الدراسات إلى أن نسبة هؤلاء تصل إلى 5.2% من أفراد المجتمع، وتتصف هذه الفئة بصغر السن، وامتلاكها روح المغامرة، والتي تجعلها شغوفة بتجربة أي أفكار جديدة، ومن شروط هذه الفئة القدرة المادية المرتفعة، التعليم العالي، وكذلك القدرة على فهم الأفكار الصعبة والمعقدة، الاستعداد لقبول الهزيمة .

2-المتبنون الأوائل أو الطليعة المبكرة "early adoptoes": تبلغ نسبة هؤلاء 13.5% من أفراد المجتمع، وهم جزء أساسي من التنظيم الاجتماعي والاندماج القوي مع أفرادهم أكثر مما يفعل المبتكرون، مما قد يؤهلهم للعب دور قادة الرأي في مجتمعهم، ومن صفات هذه الفئة أنها تتميز بأكبر درجة من درجات الريادة الفكرية والتعرض الكثيف لوسائل الإعلام، ويعتبر الباحثون أن المتبني الأول هو الشخص المرجعي عند اعتناق أي فكرة جديدة، وهو النموذج الذي يتطلع إليه الآخرون باحترام وتقدير.

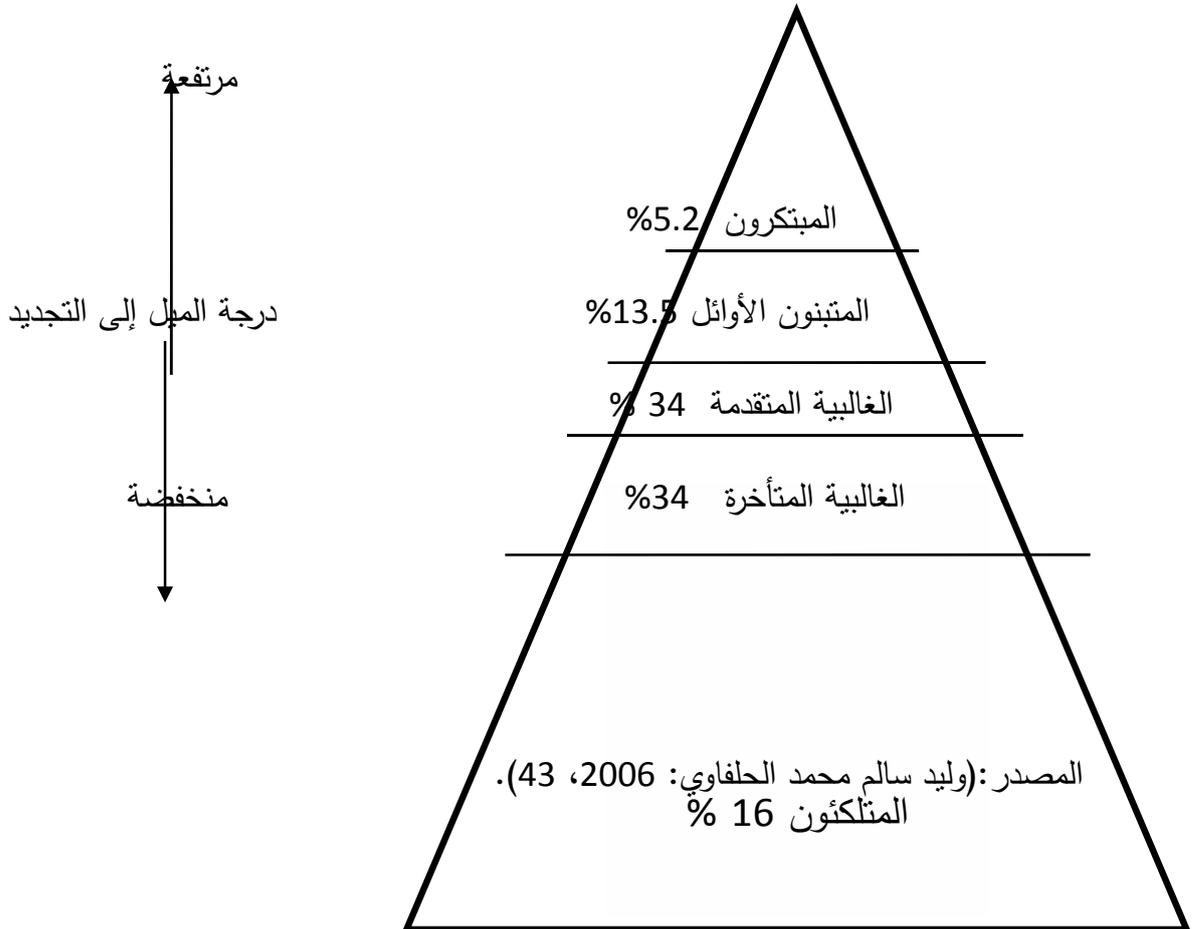
3- الغالبية المتقدمة أو الغالبية المبكرة "early majority": تمثل هذه الفئة 34% من أفراد المجتمع، وأفرادها يتبنون الأفكار الجديدة قبل أن يتفطن لها عامة الناس، غير أنهم يفكرون

جيدا قبل تبني الفكرة المستحدثة، لذا فإن فترة التبني لديهم تأخذ وقتا أطول فهم لا يلقون بالقديم، ولا يهرعون إلى تجربة الجديد، فهم يمتازون بالتدبر والتبصر والتروي.

4- **الغالبية المتأخرة "late majority"**: وتصل نسبة هذه الفئة أيضا إلى 34% من أفراد المجتمع وأفراد هذه الفئة يتبنون الأفكار المستحدثة، ولكن بعد أن تكون أوساط الناس من بيئتهم قد فرغوا من هذا الأمر، فهم يتميزون بالحذر، حيث لا يتبنون المبتكر إلا بعد أن يتحققوا من أن غالبية أقرانهم قد فعلت ذلك، فالتبني يحدث لديهم نتيجة ضغط ليتكيفوا مع الجماعة، ومن باقي مميزاتهم أنهم كبار في السن، ذوي دخل منخفض التعليم المنخفض، وهم يعتمدون على الاتصال الشفهي المباشر أكثر من اعتمادهم على وسائل الإعلام الجماهيرية، ويصفهم روجرز بالمتشككين.

5- **المتكئون أو المتخلفون "laggards"**: وتبلغ نسبة هؤلاء ب 16%، وهم أكثر الفئات التزاما بالتقاليد والأفكار القديمة، ولا يملكون أية قيادة فكرية، حيث يلتزمون بأفكار الماضي، ولا يتبنون الفكرة المستحدثة إلا إذا صارت قديمة.

شكل(2): يوضح فئات الأفراد المتبنين للمستحدثات التكنولوجية ودرجة الميل إلى التجديد



وبذلك فإن تبني وتقبل وانتشار أي مستحدث تكنولوجي داخل أي نظام إنما يحدده الأفراد أنفسهم الذين يتعرضون لهذا التجديد، وكلما زاد عدد الأفراد في أعلى التصنيف السابق داخل أي نظام زادت درجة الميل إلى التبني والتجديد، وتوجد عوامل كثيرة تدخل في تلك العملية ومن هذه العوامل مثلا: المكانة الاجتماعية درجة اعتماد الفرد على الجماعة، القدرة على استخدام المستحدثات التكنولوجية، وتقييم الأفراد والجماعات لهذه المستحدثات، والتعريف بأهميتها ومميزاتها كخطوة نحو تهيئة المناخ لاستخدامها.

وعلى صعيد مواز فقد اهتم الباحثون بتطبيق نظرية انتشار المبتكرات داخل وسائل الإعلام لبحث تبني الصحفيين التكنولوجية الجديدة في العمل الإعلامي، وعلى سبيل المثال بحث "chang" سنة 2007 حول التفاعلية في المواقع الإخبارية، أين توصل إلى ثلاث فئات: المبدعون وهم الصحفيون الذين يرحبون بدمج سمات التفاعلية ضمن المواقع الإخبارية، والأصوليون الذين يقفون على الطرف الثاني وينتهجون طريقة الاتصال الأحادي من طرف ما إلى عدة أطراف، والتقليديون الحذرون الذين يترددون في القبول بالاستحدثات الجديدة كطرف جديد (بخيت السيد: 2011، 196)..

كما قام سنجر ببحث سنة 2004 حول الاندماج في غرف الأخبار في أربع صحف أمريكية، وخلص إلى أن الصحفيين الذين يعملون في وسائل الإعلام الجديدة كانوا الأكثر تبنيًا للفكرة والتطبيقات الخاصة بالاندماج مقارنة بنظرائهم التقليديين، وخلص تريمباني وزملاءه إلى أن الصحف الكبيرة تكون في الغالب من بين المتبنين الأوائل للمستحدثات التكنولوجية في مجال العمل الصحفي مقارنة بالصحف الصغيرة (حسني نصر: 2012، 27-28).

**ج- معدل تبني المستحدث:** وهو السرعة النسبية لتبني مستحدث ما من قبل أفراد النظام الاجتماعي، وهو يقاس بعدد الأفراد الذين تبنوا مستحدثًا معينًا في فترة محددة من الزمن وفي مجتمع معين، مع العلم أنه مرتفع في المجتمعات الحديثة أكثر من التقليدية (إبراهيم إمام: 1986، 320)، ويمكن شرح معدل التبني وتفسيره بناءً على المعايير الخمسة (الميزة النسبية، الملائمة، التعقيد المحاولة والتجريب والملاحظة)، هذا بالإضافة إلى بعض المتغيرات الأخرى مثل نوع القرار المتخذ بشأن الأفكار المستحدثة، طبيعة قنوات الاتصال المستحدثة في نشر الأفكار في المراحل المختلفة لعملية اتخاذ القرار، طبيعة النظام الاجتماعي.

**رابعاً: النظام الاجتماعي:** تتأثر عملية نشر المستحدثات بطبيعة النظام الاجتماعي، فإما أن يساعد على انتشارها أو يعيقها وفقاً للعناصر التالية:

أ-معايير الحداثة أو التقليدية السائدة في المجتمع: المعايير هي أنماط السلوك الموجود عند أفراد المجتمع وقد أثبتت البحوث أن عملية انتشار المستحدثات تتأثر بشكل كبير بهذه المعايير، فبعضها يساعد على انتشار المستحدثات والآخر يقف حائلا دون انتشارها.

وهذه المعايير تختلف بين الحداثة والتقليد، فالمعايير الحديثة يمكن أن تتضمن التقدم نحو التجديد والتطور والتغيير، وهي تدفع الفرد ليتبنى المستحدثات بشكل أسرع، وبالتالي فإن المجتمع الحديث الذي تسوده هذه المعايير يمكن أن يتصف بما يلي:

- التمتع باتجاه ايجابي نحو التغيير.
- يسوده تطور تكنولوجي مع انتشار التخصصات الدقيقة.
- لديه تقدير عال للعلوم والتربية.
- لديه تصورات عالمية للعلاقات الاجتماعية، بالانفتاح على الخارج والتفاعل مع الأفكار الجديدة (إبراهيم إمام: 1986، 320).

وعلى العكس من ذلك يبدو المجتمع التقليدي أقل تقدما وأقل رغبة في التغيير، والتعامل مع العالم الخارجي، وأقل قدرة على تصور أفراده في الدور الذي يقومون به.

ولكن ليس كل جديد معيار للتحضر والتقدم، وليس كل قديم معيار للتخلف والرتابة، فالعادات والتقاليد والثقافات الاجتماعية لها أثر كبير على تقبل الفرد للأفكار الجديدة. كما أن كثرة التغيير وإدخال الأفكار الجديدة في بعض الأحيان يولد عدم الاستقرار خصوصا مع تبني المستحدثات، التي لم تجرب وتقيم بشكل كاف، أين تصبح مجازفة كبيرة وغير محسوبة العواقب، فالثقافة التي نمت وترعرعت في نسق اجتماعي معين قد تكون عائق أمام المبتكر، وقد تكون معيار لتقييمه، ومن ثم معيار لإنقاذ المجتمع من العولمة وآثارها، وإذا أردنا بالفعل إنجاح المبتكر يجب أن نعمل على تهيئة جو خصب له بتوفير المعلومات الصحيحة والوفيرة عنها.

**6-3-3-عملية التبني:** حسب روجرز فإن عملية التبني هي "العملية العقلية التي يمر الفرد خلالها منذ أن يسمع عن فكرة جديدة لأول مرة حتى تصبح هذه الفكرة جزءا من سلوكه" (محمد محمد عمر الطوبي: 2001 210). فالتبني إذن أمر يتعلق بالفرد نفسه، وهو آخر مرحلة من مراحل اتخاذ القرار. وقد حدد بعض الباحثون خطوات عملية التبني على النحو التالي (برهان شاوي: 2003، 166):

**1-مرحلة الشعور بالفكرة أو الإدراك "awareness":** هي المرحلة التي يتعرف فيها الفرد لأول مرة على الفكرة المستحدثة، ويشعر بحاجته الشديدة إلى معلومات كافية عنها، ويتفق العلماء على أن أهمية هذه المرحلة تتركز في كونها مفتاح الطريق كأى سلسلة تمر بمراحل عملية التبني.

**2-مرحلة الاهتمام "Interest":** في هذه المرحلة تتولد لدى الفرد الرغبة في التعرف على وقائع الفكرة والسعي إلى المزيد من المعلومات بشأنها، ويصبح الفرد أكثر ارتباطا من الناحية النفسية بالفكرة عما كان عليه في المرحلة السابقة، لذلك فإن سلوكه يصبح هدفا.

**3-مرحلة التقييم "Evaluation":** في هذه المرحلة يقوم الفرد بتقييم المعلومات المتحصل عليها عن الفكرة المستحدثة في ضوء موقفه وسلوكه والأحوال السائدة في الحاضر وما يتوقعه مستقبلا، أي أن هذه المرحلة تعد نوعا من التجريب العقلي للفكرة.

**4-مرحلة التجريب "Trial":** أين يجرب الفرد الفكرة على نطاق ضيق ومحدود، لكي يحدد فائدتها بالنسبة له في نطاق ظروفه الخاصة، فإذا ما اقتنع بفائدتها فإنه يقرر أن يتبناها ويطبقها على نطاق واسع، أما إذا لم يقتنع بجودها فإنه يقرر رفضها.

**5-مرحلة التبني:** تتميز هذه المرحلة بالثبات النسبي، فالفرد قد انتهى إلى قرار تبني الفكرة المستحدثة بعد أن اقتنع بجودها وفوائدها، ولكن هذا القرار غير ثابت فقد يتراجع عنها لعدة أسباب .

#### **6-3-4-نقد النظرية:** لقد وجه الكثير من النقد إلى هذه النظرية، وذلك للأسباب التالية:

1- تجعل من العالم الغربي نموذجا للتبني على اعتبار أنها نشأت وتطورت في ضوء تجارب ودراسات الباحثين في الدول المتقدمة ولاسيما الولايات المتحدة الأمريكية، مما يثير الشك في إمكانية صلاحياتها في الدول النامية، حيث يقول الدكتور صالح أبو أصعب "إن هذا النموذج يريد أن تصبح الشعوب نسخا متكررة للنموذج الغربي، ولا يأخذ بعين الاعتبار خصوصية المجتمعات وثقافتها"، فليس كل ما يأتي من الغرب يتناسب وطموحات شعوب العالم الثالث وتطلعاته.

2- عدت الاتصال عاملا أساسيا ومباشرا للتغيير والتنمية الشاملة، بينما هو في الحقيقة عاملا مكملا للتحديث والتغيير، ويبقى ضعيف الفعالية ما لم يتقبل المجتمع التغيير، ويستوعب مستحدثات العصر.

3- بالغت كثيرا في وصف التغيير الاجتماعي الذي يحدث بسبب التعرض لوسائل الإعلام، حيث أخذت فئة الصقوة نموذجا للتغيير متناسية الفئات العريضة من المجتمع.

4- الإعلام اليوم بكل أشكاله مستحدث وبحاجة إلى فهم وإعادة صياغة، وقبل هذه العملية لا بد من إعادة التشكيل المعرفي للقائمين على وسائل الإعلام لتكون الرسالة الإعلامية متناسبة وفهم المستقبل.

5- نموذج التحديث ركز على التنظيم والتخطيط، وبين أن العلاقة بين الإعلام والجمهور علاقة خطية واعتمد الهرمية الاجتماعية، وتعزيز التبني النهائي للمستحدثات، وتحديد آثاره الاجتماعية، بينما ظروف معظم الدول السياسية والاقتصادية والاجتماعية غير مستقرة.

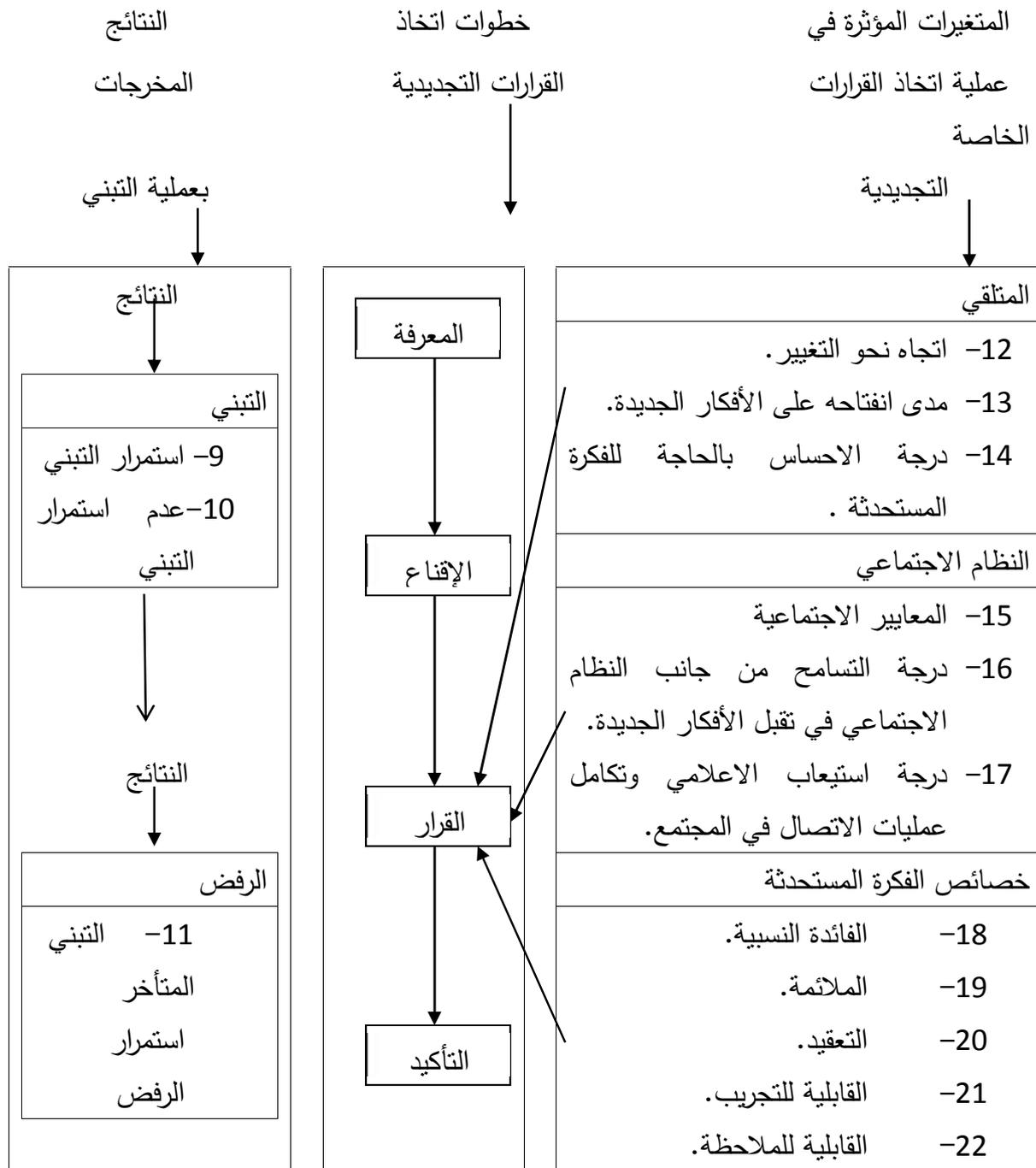
6- إن وجود الآلاف من أجهزة الحاسوب في الدولة وزيادة نسبة المشتركين في الانترنت واكتساب تكنولوجيا المعلومات والاتصال ليس دليل قاطع على تغير وتطور المجتمعات (يسري خالد إبراهيم: 2016 40-41).

7- لم تفرق هذه النظرية بين الأفكار الضارة وغير الضارة، كما أن ترتيب مراحل تبني المبتكرات ليس حتميا، فحسب العالم "بالدا" لا يوجد دليل إمبريقي يتطلب أن تكون إحدى هذه المراحل سابقة للأخرى، كما أنها يمكن أن تتداخل مع بعضها أو تحدث في نفس الوقت، فالنقسيم مثلا لا يأتي كمرحلة مستقلة دائما وإنما يتم عادة من خلال المراحل كلها.

8- إن الاستخدام الحالي لفكرة معينة لا يضمن الاستخدام المستقبلي لها، كما أن الرفض الحاضر لها لا يعني رفضها مستقبلا، فعملية التبني لا تنتهي بالتبني الأول أو الرفض الأول (أحمد بدر: 1998، 296).

وقد أسفرت مجموعة الانتقادات التي وجهت إلى هذا النموذج إلى طرح نموذج جديد لروجرز وشوميكور يتضمن مجموعة من المداخلات المؤثرة في مجموعة العمليات الخاصة باتخاذ القرار التجديدي، والتي تنتهي إلى نتائج محددة، إما في قبول الفكرة المستحدثة أو رفضها.

شكل(3): يوضح نموذج روجر وشوميكير في عملية اتخاذ القرارات التجديدية.



المصدر: (منى سعيد الحديد وسلوى إمام على: 2004، 135)

### 6-3-5- نظرية انتشار المبتكرات وتكنولوجيا المعلومات والاتصال:

إن الانتشار السريع لتكنولوجيات الحديثة للاتصال والمعلومات أدى إلى أن تصبح الجماهير مشدودة لهذه المبتكرات في أدق تفاصيل حياتهم، بغض النظر عن مستواهم العلمي وانتماءاتهم الاجتماعية، وأصبحوا في حالة ربط دائمة مع مختلف مبتكرات هذه التكنولوجيا من هاتف محمول، قنوات فضائية، شبكة انترنت البريد الالكتروني، مواقع التواصل الاجتماعي صوراً، تسجيلات،

فيديوهات تبث الأحداث ساعة وقوعها، اين استدعى الأمر لدراسة النتائج بعد الاستخدام على المستويين الفردي والمجمعي، ليتم التطوير والتجديد بناء على النتائج (منال هلال المزاهرة: 2014، 92).

أما فيما يتعلق بدراستنا فسوف نبحت عن مميزات الوسائط المتعددة الرئيسية التي أدت إلى تفعيلها وإدخالها مجال العمل الالكتروني، وكيف هو اتجاه الصحفيون حولها بين مؤيد متبني ورافض للعمل الالكتروني، من خلال تساؤل معرفة الإدراك والوعي بأهمية الوسائط المتعددة كعنصر رئيسي فعال في إحداث رسائل تواصلية فعالة.

وهل فعلا إدخال مبتكر الانترنت بعنصر الوسائط المتعددة كمستحدث جديد أدى إلى الرفع من مستوى الأداء الإعلامي الجزائري إلى المستوى الإعلامي الاحترافي العالمي، فهل تتحقق فرضية كون امتلاك التكنولوجيا هو معيار للتحضر والتقدم والرقي أم أن الامتلاك بصحبة شروط أخرى سنكشف عنها من خلال هذه الدراسة.

ومن ناحية أخرى، سأحاول معرفة خصائص الصحفيين وتقسيماتهم حسب تقسيمات الجمهور في هذه النظرية، فهل هم سريعي القابلية للتعلم، وتبني الجديد أو الحديث من فنون التحرير الصحفي حتى يواكبوا طبيعة الوسيلة التي يعملون بها، خصوصا وان الصحفي في الصحف الالكترونية يجب ان يكون لديه مهارات تقنية وقابلية لإيجاد المحتوى الرقمي، فلا يوجد صحفي نمطي في الصحافة الالكترونية أو الفورية بل عليهم أن يفكروا خارج الصندوق كما يقال، عليهم أن يفكروا في طرق جديدة في تحرير الاخبار، وفي تحسين عملية الاتصال ككل، وأن يدركوا اختلاف ادوار كل من القائم بالاتصال والجمهور، بل وظهور فئة جديدة من الصحفيين الهواة ممن يتعاضم دورهم في ظل بيئة الصحافة الرقمية. ان الصحافة الالكترونية تحتاج الى ما يسمى بالصحفي الفائق (super journalist)، وهو الشخص الذي يغطي القصص الاخبارية لأكثر من شكل من وسائل الاعلام، ويعرف كيف ينتج المحتوى ككل.

كما سوف تطبق دراستنا هذه المعلومات النظرية للنظرية على الوسائط المتعددة باعتبارها مبتكر جديد تحاول أن تتعرف على خصائص هذا المبتكر، ومدى تأثيره على بيئة العمل الإعلامي الالكتروني الجزائري.



## الفصل الثاني

# توظيف الوسائط المتعددة في الصحافة الإلكترونية



يعد الإعلام الإلكتروني إعلام الشعوب، حيث أحدثت الانترنت ووسائل الاتصالات الحديثة اختراقاً على مستوى توفر البث والنشر بطريقة غير مكلفة، مما أدى إلى انتقال جزء كبير من القوة الإعلامية من أيدي المؤسسات العملاقة إلى أيدي المستخدمين. حيث نشهد تحولاً جذرياً من مفهوم الإعلام المؤثر بضرورة مطلقة بالجمهور والمتحكم بالمحتوى الإعلامي بطريقة مركزية، إلى الإعلام الذي يتأثر بالمستخدم وينقل عنه وينتظر مشاركته وتعليقاته وآراءه.

**1- نشأة وتطور الإعلام الإلكتروني:** نشأ الإعلام الإلكتروني نشأة عشوائية إثر مراحل تطور الشبكة المعلوماتية العالمية (الانترنت) وتزايد استخداماتها، وقد ظهرت ملامحه الأولى مع ظهور الانترنت عام 1969 في الولايات المتحدة الأمريكية كغرض عسكري للحفاظ على شبكة الاتصال فعالة (على كنعان: 2015، ص 137). وانتشرت بعد ذلك نظراً للعديد من الأسباب، فمثلاً كان لانتشار قواعد البيانات من جهة والتطور المسجل في ميدان تقنيات التدوين اللامادي للوثائق من جهة أخرى، إذ أن ظاهرة التضخم التي بلغت المعطيات ضمن إطار منطقي متناسق أدى إلى تطوير أدوات مسك هذه المعلومات، وتوفير امكانيات أسهل لاستغلالها، فظهرت نتيجة لذلك قواعد بيانات توفر للمستخدمين أوجه متعددة للمعلومات تتماشى وحاجياتهم، وقد انتشرت بفضلها بنوك المعطيات في جميع المجالات، وأصبحت تقدم للمستخدم خدمات ذات قيمة مضافة وعلى الخط من نوع الإعلام والارشاد والمساعدة (عبد الرزاق الدليمي: 2015، ص 31).

فمنذ 1985 بدأت الانترنت تقدم للناس عملياً، وكان عدد المشتركين يتزايد بشكل كبير حتى أصبحت أكبر شبكة في تاريخ البشرية، فقد تطورت تكنولوجيا الانترنت وتطبيقاتها بسرعة كبيرة، فلا يكاد يمضي يوماً إلا وتضاف إلى عالم الشبكة العنكبوتية تطويرات لتطبيقات إعلامية موجودة في الشبكة أو يضاف لها، وهو ما أتاح بروز وسائل اتصال جديدة كلياً، مكنت مستخدميها من متابعة أحداث العالم وتطوراتها، بطريقة تغلب عليها الآنية والمشاركة في صناعة الأحداث كما هو الحال في المدونات والشبكات الاجتماعية (جليلة عبد الله خلف: 2014، ص 52)، التي فتحت آفاقاً عديدة للجمهور باعتبارها وسائل إعلامية جديدة سريعة الانتشار وقليلة التكلفة.

فتكنولوجيا المعلومات أسهمت في تغيير عمل وسائل الإعلام التقليدية وأساليب عمل المؤسسات الإعلامية، التي أصبحت تعمل وفق منطق الشبكة، وترتبط مختلف أقسامها (التوثيق، التسويق التحريري)، والاستعمال المكثف لتكنولوجيا المعلومات في مختلف مراحل الإنتاج (الأرشيف الاستخدام المكثف للانترنت للبحث في الشبكة والتواصل مع الجمهور)، فرفع التطور التكنولوجي



من الإمكانيات التقنية لوسائل الإعلام الإلكترونية الجديدة مكنها من توفير خدمات إخبارية متميزة في شكلها ومضمونها (جليلة عبد الله خلف: 2014، 52).

وإن بعضها أصبح يحمل صفات وخصائص الإعلام الإلكتروني تكنولوجيا ووظائفها، فالراديو والتلفزيون لم يصبحا فقط رقمين متصلين بالأقمار الصناعية وشبكات الألياف الضوئية فحسب، بل أصبحا وسيلتين تفاعليتين يعملان على منصة الكمبيوتر، فضلا عن تغييرهما لمفهوم الخبر من حدث إلى حدث بالتواجد الحي في مواضع الأحداث الكبيرة، التي شكلت علامات بارزة في نهاية القرن الماضي وبداية القرن الحالي، مثل الحروب التي حدثت في أفغانستان والعراق، كذلك الأمر بالنسبة للصحافة الورقية التي غيرت طريقة الإنتاج تماما إلى وسائل تنتمي كليا إلى المرحلة الرقمية في جميع خطوات التحرير الصحفية، ومعالجة الصور، ومرحل ما قبل الطباعة، وبدأت الصحف تتحول إلى ما يقترب بعض عملها من عمل وكالات الأنباء، فإن كان يتأني للصحف بنسختها الورقية أن تصدر طبعة أو اثنين حسب ضرورات بعض الأحداث. ففي ظل الإعلام الإلكتروني تمكنت الصحف من أن تصل إلى قراءها في أي لحظة وبأي جديد (جليلة عبد الله خلف: 2014 52-53).

فكما يقال أن "كل عصر وسيلة إعلامه وتواصله" وبهذه المقولة يمكن أن نعبر اليوم عن ظاهرة استخدام وسائل الإعلام الإلكترونية، والتي تعتمد بشكل أساسي على الانترنت، فطبيعة شبكة الانترنت التي تتميز بالآنية والسرعة في نقل المعلومات. تجعلها الوسيلة الأمثل للتواصل، أضف إلى ذلك سهولة الاستخدام لهذا الوسيط، من دون أن يكون للمستخدم خبرات تقنية عالية أو اختصاص في البرمجة المعلوماتية (ماهر عودة الشمالية وآخرون: 2015، 18).

ويعتمد الإعلام الإلكتروني على وسيلة جديدة من وسائل الإعلام الحديثة، وهي الدمج بين كل وسائل الإعلام التقليدي، بهدف إيصال المضامين المطلوبة بأشكال متميزة ومؤثرة بطريقة أكبر ونتيح الانترنت للإعلاميين فرصة كبيرة لتقديم موادهم الإعلامية المختلفة بطريقة الكترونية (ماهر عودة الشمالية وآخرون: 2015، 18).

وهذا يعني أن الإعلام الإلكتروني سيدعم سرعة الاتصالات، ويسمح بحجم هائل ومتنوع من المعلومات والمضامين المعرفية والترفيهية، كما يوفر الإعلام الإلكتروني عددا لا نهائيا من قنوات الاتصال المترابطة فيما بينها، والتي ستقلص تماما من القيود الجغرافية والحدود السياسية، مما ضاعف فرص الاختيار الحر أمام الجمهور بين قنوات اتصالية عديدة، وبين عدد هائل من المضامين الإعلامية.

- ويمكن تلخيص أهم محطات تطور الإعلام الإلكتروني عبر التاريخ في العناصر التالية:
- 1972 اكتشف راي توميلنسون البريد الإلكتروني E-mail.
  - 1991 جامعة مينيسوتا الأمريكية تطور واجهة سهلة لاستخدام الانترنت.
  - جانفي 1995 إطلاق نطاق ياهو دوت كوم yahoo.com.
  - سبتمبر 1997 إطلاق عملاق البحث على الشبكة العنكبوتية جوجل google.
  - 1999 صحيفة الجارديان البريطانية تطلق نسختها الإلكترونية (مروى عصام صلاح: 2015: 151).
  - 2004 بداية الفيسبوك www.facebook بجامعة هارفرد الأمريكية بجهود الطالب مارك جوكر بيرك.
  - فيفري 2005 ظهور موقع اليوتيوب www.youyube.com حيث يقدم عددا من اللقطات المصورة ولقطات الفيديو (رضوان مفلح العلي وآخرون: 2016، 227).
  - 2006 إطلاق موقع تويتر الذي وصل عدد مستخدميه في 2012 أكثر من 500 مليون شخص.
  - أكتوبر 2006 إطلاق موقع ونطاق ويكيليكس.
  - في 2010 استخدم 22% من سكان العالم الكمبيوتر مليار شخص يستخدمون محرك البحث على الانترنت جوجل يوميا، 300 مليون شخص يقرؤون المدونات، ملياري فيديو يتم عرضها على موقع يوتيوب يوميا.
  - 2011 دراسة أجرتها جامعة دبي بالإمارات العربية المتحدة أظهرت دور الفيسبوك وتويتر، قد لعبت دورا كبيرا في ثورات الربيع العربي.
  - في ديسمبر 2012 مجلة نيوزويك الأمريكية تعلن إيقاف طبعتها الورقية نهائيا، والاعتماد على النسخة الإلكترونية فقط (مروى عصام صلاح: 2015، 151-152).
- وهذا يعني أن الإعلام ووسائله الإلكترونية الحديثة قد ساد ساحة الثقافة، الأمر الذي يؤكد محورية الإعلام في حياتنا المعاصرة، وذلك الاهتمام الكبير الذي تحظى به قضايا الفكر والتنظير الثقافي المعاصر، حتى بات يطلق عليها الثقافة الإلكترونية أو الثقافة التكنولوجية (جليلة عبد الله خلف: 2014، 54). وما ثورات الربيع العربي إلا دليل على قدرة وسائل الإعلام الإلكتروني عن طريق مواقع التواصل الاجتماعي على تغيير موازين القوى والعدالة الراسخة في ثقافات الشعوب حيث كان الناشطون يدعون إلى المظاهرات والاحتجاجات من خلال تلك المواقع، كما ينشؤون الأحداث التي

كانت تجري غيرها، بعد أن منعت أنظمة تلك الدول وسائل الإعلام التقليدية من تغطية تلك الأحداث، فمواقع التواصل الاجتماعي إذن ألقت بعبء ثقيل على الصحافة التقليدية، التي تسبب ظهور الانترنت أصلا في حالة من الضعف لها، فالصحف والجرائد خسرت الكثير من قراءها وباتت مطالبة بإيجاد آلية أخرى لجذب الاهتمام، كما أن القنوات الفضائية التي كانت تتسابق في إيراد الأخبار العاجلة أصبحت مجبرة على التنافس مع "تويتر" و"فيسبوك" في هذه الخاصية للحفاظ على متابعيها (عامر إبراهيم قنديلحي: 2015، 55).

وهكذا بدأ عصر جديد تؤكد فيه أن الإعلام الإلكتروني هو إعلام المستقبل، فمن الضروري الاهتمام به وبأدائه على الشكل الأمثل، والدليل على ذلك هو اتجاه الكثير من الصحف الغربية والأمريكية تحديدا إلى التحول من الشكل التقليدي إلى الإعلام الإلكتروني منها صحيفة نيويورك تايمز، فبعد احتكار طويل لمصادر الخبر وتحقيق أرباح كبيرة نتيجة مبيعاته، وبعد أن وجدت نفسها تخسر 10-30% من قراءها سنويا إلى تطوير موقعها الإلكتروني على الانترنت، ووضع إستراتيجية تطوير كلفتها ببيع ثمانية محطات تلفزيونية محلية لتستمر في موقعها على الانترنت بكلفة 100 مليون دولار (جليلة عبد الله خلف: 2014، 55).

خصوصا بعدما أثبت الإعلام الإلكتروني أنه أكثر جدوى في الوصول إلى الجمهور من الصحف التقليدية، فالإعلام الإلكتروني إعلام لكل الفئات والأعمار، فهو مقروء ومسموع ومرئي في آن واحد في كل وقت وزمان، وهنا يقول برودي "بينما يستمر التلفزيون بدوره كنافذة على العالم، فإن الإعلام الإلكتروني استطاع أن يوصل المستخدم بالعالم طالما هو متصل بالإنترنت، ولذلك فإن الإعلام أصبح متعدد الاتجاهات". إذن أن الانترنت في عالم ما بعد التفاعلية تغير دور مستخدميها من حالة الاستهلاك للمحتوى الإعلامي إلى حالة إنتاج المحتوى، فتحول نمط التدفق الإعلامي من نمط تدفق في اتجاه واحد إلى نمط تدفق متعدد الاتجاهات، وبذلك ظهر الصحفي المواطن، وتغيرت المفاهيم الإعلامية (جليلة عبد الله خلف: 2014، 55).

**1-3-العوامل الرئيسية لانتشار الإعلام الإلكتروني:** هناك عدة أمور أسهمت في انتشار الإعلام الإلكتروني وهي (خليدة صديق: 2016، 166-167):

**أ-العامل التقني:** المتمثل في التقدم الهائل في تكنولوجيا الكمبيوتر: تجهيزاته، برمجياته وتكنولوجيا الاتصالات، ولاسيما ما يتعلق بالأقمار الصناعية وشبكات الألياف الضوئية، فقد اندمجت هذه العناصر التكنولوجية في توليفات اتصالية عدة إلى أن أفرزت شبكة الانترنت، لكي تصبح وسيطا

يحتوي بداخله جميع وسائل الاتصال الأخرى: المطبوعة والمسموعة والمرئية، وكذلك الجماهيرية والشخصية.

**ب- العامل الاقتصادي:** المتمثل في عولمة الاقتصاد وما يتطلبه من إسراع حركة السلع ورؤوس الأموال وهو ما يتطلب بدوره الإسراع في تدفق المعلومات، وليس هذا لمجرد كون المعلومات قاسما مشتركا يدعم جميع النشاطات الاقتصادية دون استثناء. بل لكونها -أي المعلومات- سلعة اقتصادية في حد ذاتها تتعاظم أهميتها يوم بعد يوم، يقول آخر إن عولمة نظم الإعلام والاتصال هي وسيلة القوى الاقتصادية لعولمة الأسواق وتنمية النزعة الاستهلاكية من جانب، وتوزيع سلع صناعة الثقافة من موسيقى وألعاب وبرامج تلفازية من جانب آخر.

**ج- العامل السياسي:** المتمثل في استخدام المتزايد لوسائل الإعلام من قبل القوى السياسية بهدف إحكام قبضتها على سير الأمور، والمحافظة على استقرار موازين القوى في عالم شديد الاضطراب زاخر بالصراعات والتناقضات.

وعلى أساس ما تقدم فقد استطاع الإعلام الإلكتروني أن يفرض واقعا مختلفا على مختلف الأصعدة الإعلامية منها والثقافية والفكرية والسياسية، حيث لا نستطيع اعتباره تطوير الوسائل الإعلام التقليدية، بل هو وسيلة إعلامية جديدة احتوت كل ما سبقها من وسائل الإعلام من خلال العديد من الاعتبارات أهمها:

- 1- انتشار المواقع الإلكترونية والمدونات الإلكترونية.
- 2- ظهور الصحف والمجلات الإلكترونية التي تصدر عبر شبكة الانترنت.
- 3- وأكثر من ذلك فإن الدمج بين كل هذه الأنماط والتداخل بينها قد أفرز قوالب إعلامية متنوعة ومتعددة، وبما لا يمكن حصره أو التنبؤ بإمكانياته (عامر إبراهيم قنديلحي: 2015، 88).

## 2- خصائص الإعلام الإلكتروني:

إن خصائص وميزات الإعلام الإلكتروني كثيرة، ولكن يمكن تلخيص أهمها فيما يلي:

- 1- **خاصية التنوع:** كان الصحفي يواجه مشكلة المساحة المخصصة لإنجاز مقالة إخبارية ما على مستوى الصحافة الورقية، وبما أن الصحافة تعيش على التوازن بين الفضاءات المخصصة للتحليل والمساحات الأخرى كالإشهار، كذلك كانت مهمة الصحفي تتمثل في إنجاز عمل صحفي يوفق بين المساحة المخصصة للتحليل وبين تلبية حاجيات الجمهور.

هنا جاء دور "نسيج" الانترنت الذي يسمح بإنشاء صحف متعددة الأبعاد ذات حجم غير محدد نظريا يمكن من خلالها إرضاء مستويات متعددة من الاهتمام، وطريقة النص الفائق هي المحرك لهذا التنوع في الإعلام، والذي يمكن إيجاد نسيج إعلامي حقيقي، يستخدم أنماطا مختلفة من المقاربات والمصادر والوسائط الإعلامية، ترتبط فيما بينها جميعا بشبكة من المراجع (مروى عصام صلاح: 2015، 152).

**2- المرونة:** تتجلى المرونة بشكل جيد بالنسبة للمتلقي (مستخدم الانترنت)، إذ يمكن له إذا كان لديه الحد الأدنى من المعرفة بالانترنت أن يتجاوز عددا من المشكلات الإجرائية التي تعترضه، ويلعب الحاسوب هنا دورا مزدوجا، فهو من جهة الوعاء المادي الذي يؤمن الاتصال بالانترنت والتعامل معها بالإضافة إلى وظيفته الأساسية المتمثلة في معالجة المعلومات، وتخزينها بمختلف الأشكال والطرق وكلما زادت قدرات الحاسوب كثرت مرونة التعامل مع الانترنت من الناحية التقنية، أما على المستوى الإعلامي، تبرز خاصية المرونة من خلال قدرة المستخدم على الوصول بسهولة إلى عدد كبير من مصادر المعلومات والمواقع، وهذا ما يتيح له فرصة انتقاء المعلومات التي يراها جيدة وصادقة، والتمييز بينها وبين المواقع التي تقدم معطيات مزيفة، مع العلم أن القدرة على تزييف المعلومة قد زادت كثيرا مع ظهور الانترنت التي سهلت كثيرا من عمليات تركيب الصور، وتعديل الأصوات وغيرها (عبد الأمير فيصل: 2006، 116).

**3- التوفر والشمولية:** فالإعلام الإلكتروني متوفر دائما، إذ يمكن للإعلامي أو المواطن أن يحصل على أية معلومة تم نشرها على موقع الكتروني أو صحيفة الكترونية دون طلب الرخصة لإعطائه تلك المعلومة وفي أي وقت كان، ويوفر أرشيفا الكترونيا للجميع دون قيود، كما يتميز بالتنوع والشمول في المحتوى، إذا كان الإعلامي في السابق يعاني من مشكلة عدم وجود فسحة أو مساحة كافية لطرح موضوع أو إنجاز عمل إعلامي أو كتابة مقالة في الوسائل المقروءة أو المسموعة أو المرئية، والآن بفضل الانترنت صار بإمكان الإعلامي إنشاء مواقع ومدونات وصحف ومجلات الكترونية (على عبد الفتاح كنعان: 2014 14)

**4- التفاعلية:** استطلاع الإعلام الرقمي على شبكة الانترنت أن يتبنى نظام أكثر قدرة على تنمية مشاركة المستخدم، وتحقيق درجة أعلى من التفاعلية والتحكم في الاتصال، وتأتي التفاعلية كأهم وأقوى الملامح المميزة للنشر الفوري، ومطلب رئيسي يبحث عنه المستخدمين.

5- إمكانية التحديث والتعديل: بعض نظم الإعلام الإلكتروني يمكن أن تتضمن معلومات تتغير بانتظام وتخضع لتحديث معلوماتها على مدار الساعة مثل الأخبار العاجلة والفورية، كما أصبح من السهل تعديل حجم الصور والرسومات والصفحات مثلا وتحريكها أو خلق عوالم افتراضية (عبد الرحمان صقر: 2014، 68). تبقى هذه بعض ميزات الإعلام الإلكتروني التي لا تحصى ولا تعد

### 3- أهمية الإعلام الإلكتروني:

يكتسي الاعلام الإلكتروني أهمية بالغة نحددها فيما يلي:

1- سرعة انتشار المعلومات ووصولها إلى أكبر شريحة، وفي أوسع المجتمعات المحلية والدولية وفي أسرع وقت ممكن وأقل تكاليف.

2- الحصول على إحصاءات دقيقة عن مواد عن زوار المواقع الإلكترونية، حيث يتم توفير مؤشرات مهمة ومفيدة عن أعداد القراء والمشاهدين والمستمعين، وبعض البيانات والمعلومات تمكن من التواصل معهم بشكل مستمر.

3- يوفر أرشيف الكتروني وقاعدة معلومات وافية، وسهلة الاسترجاع متاحة في كل الأوقات، حيث يوفر فرصا لحفظ كل أنواع البيانات والمعلومات في أرشيف الكتروني سهل الاسترجاع وغزير المادة (عامر إبراهيم قنديلحي: 2015، 79).

4- وجود الإعلام الحر وتعدد وجهات النظر، مما يجعل المتابع للإعلام الإلكتروني يبحث عن وجهات نظر مختلفة ويختار أقربها إلى ذهنه، ويقوم باعتمادها مباشرة بعد أن يطلع على مصادر الأخبار المختلفة في التوجهات والرؤى.

5- إمكانية الاستفادة من مواهب الجميع والتعبير عن الآراء بحرية، وكذلك إمكانية طرح وجهة النظر للآخرين دون قيود أو مشاكل أمنية.

6- إمكانية التنسيق البسيط بين الكوادر في المجال الإعلامي، وإمكانية إيصال أي رسالة لأي مكان بالعالم وبطرق مختلفة.

7- الإعلام الإلكتروني يخدم المعارضين وهيئات المجتمع المدني والهيئات الخاصة، حيث يوفر لهم ملاذا آمنا للتحديث بحرية دون قيود تذكر.

8- إمكانية التغيير في المجتمع والشباب نحو الأفضل، حيث أنه عندما يتحررون من التبعية الإعلامية يصبح لديهم الأفق الواسع الذي يجعلهم يغيرون مجتمعاتهم وبلدانهم نحو الأفضل.

9- يعتبر الإعلام الإلكتروني وسيلة اقتصادية لتبادل المعلومات، حيث أن شبكات الانترنت موجودة في كل مكان، وزارات، شركات، البيوت، فهي وسيلة رخيصة الثمن ومفيدة في نفس الوقت، فيها فرصة اطلاع أكبر من الناحية الكمية، ففي جلسة واحدة أمام الكمبيوتر يستطيع القارئ أن يطالع عشرات المصادر الإعلامية من جميع أرجاء العالم، ودون تكلفة مالية تذكر (فيصل أبو عشة 2014، 136-137).

وعلى هذا الأساس فإن الإعلام الإلكتروني أصبح يشكل نافذة مهمة جدا لنشر المعلومات والحصول عليها، كما أتيح لنا جيل أصبح يسمى بالجيل الشبكي، بتكوين معرفي جدي وذهنيات مختلفة تستطيع النهوض بمجتمعاتها، كما جعل الإعلام الإلكتروني من الفرد الواحد مؤسسة إعلامية قائمة بذاتها ينشر موادها الإعلامية عبر وسائل معاصرة متعددة كالفيسبوك والتويتر، عبر الصوت والصورة والكتابة، ومن جانب آخر أصبح الإعلام الإلكتروني محور للحياة المعاصرة له أهمية كبيرة باحتواء قضايا الفكر والسياسة والثقافة، وأصبح يطلق على هذه الثقافة بثقافة التكنولوجيا (عامر إبراهيم قنديلحي: 2015، 87-88).

#### 5- بيئة الإعلام الإلكتروني:

ظلت بيئة العمل الإعلامي لسنوات طويلة تتبع منهج النموذج الخطي، الذي ينتقل خلاله المحتوى الإعلامي من نقطة إلى نقطة في مسار محدد. حتى يصل إلى الجمهور في صورة خبر أو تقرير رسالة عبر الأثير، تلتقطها الأذن والصورة للتلفزيون أو عبر الصحف الورقية، وفي المقابل تغير المسار الخطي لبيئة العمل الإعلامي الإلكتروني، لتتخذ مسار يتسم بالتنوع، وقائم على التعدد والبدائل والخيارات والسهولة والبساطة، حيث وضع جمال محمد غيطاس أربع مراحل تشكل ما يعرف ببيئة الإعلام الإلكتروني وهي:

-المرحلة الأولى: ساحة الأحداث ومصادر المعلومات وفيها لا يوجد فقط الصحفيين المحترفين التابعين للصحف أو القنوات الفضائية الإخبارية، بل أصبحت الساحة تضم صحفيين هواة ومستقلين وغير محترفين ذوي انتماءات مختلفة وأهداف مغايرة تماما، جاهزين تماما للدفع بالأخبار في التوالحظة (ماهر عودة الشمالية وآخرون: 2015، 24-25).

-المرحلة الثانية: جهة الاتصال، وفيها يزداد وتظهر المزيد من التفرعات والقنوات الإلكترونية المتعددة ونماذج عمل مختلفة، ومنهجية ليس لها قواعد أو أسس، حيث برزت مؤسسات وهيئات غير صحفية تقوم بدور جهة الاتصال وتنافس الصحيفة، متمثلين في أفراد مستقلين أو منظمات أو جهات



دولية أو هواة أو مدونين، كما اختلف الأمر أيضا من ناحية الوظائف الداخلية وطبعة التعامل مع المعلومات الواردة، فعلى الصحيفة القيام بتحرير المعلومة أو الخبر بطريقة تناسب كل مادة على حده، لأنه عليها أن تدير موقعا الكترونيا ونسخة ورقية في ذات الوقت، وتبث عبر الهاتف المحمول خدمة إعلام أيضا، وبات على الوسيلة الإعلامية سواء الإذاعة أو التلفزيون التعامل مع المعلومة بعملية تحرير، أيضا مراجعة الأرشيف الإلكتروني لديها، وتحديث قواعد البيانات والبحث عن مصادر ومراجع إضافية للمادة المقدمة، والبحث عن المواقع ذات العلاقة بالقصة الإخبارية المقدمة، مما يتطلب من وسائل الإعلام أن توفر لديها التفاعل والتداخل الإيجابي بين الصحفيين من جهة وفريق عمل تقني متكامل، بالإضافة إلى أخصائي تصميم صفحات ويب وإدارة الموقع، وقواعد البيانات وتأمينها وتحديثها، وتركيب البرمجيات الخاصة بالتحديث الدوري للمحتوى، لذلك أصبح الدور الإعلامي لوسائل الإعلام في غاية التعقيد، مما يتطلب وجود تنسيق كامل بين الفئات والتخصصات الإعلامية لخلق التكامل والانسجام في العمل الإعلامي. (مرؤى عصام صلاح 2015، 158-159).

**-المرحلة الثالثة:** وسيلة الاتصال، وهنا نحن بصدد نسخة ورقية مطبوعة، لكن عن موقع الوسيلة الإعلامية على الانترنت أو قناة معلومات صحفية تبيعها المحتوى بمقابل مادي، وفي كل الأحوال نحن أمام وسائل متنوعة تمثل الوسيلة الإعلامية المطبوعة عمودها الفقري، فيما تعمل الوسائل الأخرى كأجزاء داعمة لقدرتها على المنافسة وتنويع مصادر الدخل (مرؤى عصام صلاح: 2015 159).

**-المرحلة الرابعة:** الجمهور والمتلقي، وهنا من المنطقي بالطبع أن تصل بنا المراحل الثلاث السابقة إلى الجمهور مختلف كلية عن جمهور النموذج الخطي، فالخدمات والمنتجات المتنوعة تهيئ الفرصة لجمهور مزود بقدر من البدائل والأدوات التي تنقله من جمهور يتلقى بسلبية إلى جمهور يتفاعل بإيجابية، ليس فقط مع يقم له، ولكن أيضا مع مقدم الخبر وصانعه، فموقع الوسيلة الإعلامية على الانترنت أصبح البديل السريع الذي يتيح للجمهور الاستماع إلى ما يجري في ساحة الأحداث لحظيا، كما تحول جمهور الوسيلة الإعلامية من جمهور يقرأ فقط إلى جمهور يقرأ ويسمع ويرى ويبحث ويتفاعل، بل يشارك من خلال ما يديه من تعليقات وآراء، ويمارس عليها أيضا نوع من السيطرة فيرفض بعض المعلومات، ويتقبل البعض الآخر، بل وأحيانا يصبح صانعا للأخبار ففي بيئة الإعلام الجديدة يملك الجمهور كل ما تملكه المؤسسات الإعلامية في العالم من أدوات على شبكة الانترنت، حيث يقوم بعمليات النسخ، الطبع التوزيع على جميع المستويات، حيث يملك قسم للصور والفيديو



والصوت، سواء ذلك باستخدام أجهزة تقنية عالية أو من خلال الهاتف المحمول الذكي (مصطفى يوسف كافي: 2016، 217).

فالإعلام الإلكتروني إذن هو نافذة العالم على العالم الجديدة التي تحقق الفورية والسرعة، أين قلب موازين القوى، وصار الاحتكار لملكة المعلومات والمعرفة، حيث أثر في الإعلام التقليدي بكامل عناصره، وأحدث ثورة في المفاهيم الإعلامية وأدوار عناصر العملية الإعلامية التقليدية وأعطاه سمة الإيجابية.

**6- أشكال الإعلام الإلكتروني:** ارتبط الإعلام الإلكتروني بالتطورات التي شهدتها شبكة الانترنت وخاصة الإمكانيات التفاعلية، وكانت أبرز تطبيقاتها فيما نشهده من شبكات اجتماعية وأدوات اتصال ومشاركة للمحتوى والأفكار والخبرات، ومع تدفق التقنيات الإعلامية الجديدة فإن المفاهيم الإعلامية ونظم الاتصال الجماهيري أخذت أشكالا جديدة وتتحدد في التالي (حارث عبود: 2016 217):

- 1- النشر الإلكتروني: استخدام وسائل التكنولوجيا الحديثة في نقل وتبادل المعلومات، باستخدام الوسائط المتعددة سواء أكانت نصا أو صوتا أو صورة أو فيديو.
- 2- الصحف الإلكترونية: مواقع الكترونية لها عناوين ثابتة تقدم الخدمات الصحفية على الشبكة فتنتشر الأخبار والوثائق المتصلة بها والتقارير الصحفية والتحقيقات والمقالات وغيرها، وتصدر في مواعيد معينة.
- 3- المنتديات الإلكترونية: مواقع الكترونية تسمح لأعضائها بطرح مواضيع متنوعة وتبادل الأفكار والوثائق، باستخدام الوسائط المتعددة من خلال إجراءات يحددها المسؤول عن المنتدى.
- 4- المدونات الإلكترونية: إحدى تطبيقات الانترنت، وتشمل مذكرات ومقالات ويوميات وتجارب ووصفها لأحداث وغيرها باستخدام الوسائط المتعددة التفاعلية.
- 5- مواقع عرض المواد المرئية والمسموعة: مواقع الكترونية على الانترنت لبث المواد المرئية والمسموعة وتبادلها.
- 6- مواقع الإعلان الإلكتروني: لتقديم خدمات النشر الإعلاني عبر مختلف الوسائط الإلكترونية سعيا وراء الانتشار الواسع والسريع.
- 7- البث عبر الهاتف المحمول: البث عبر الهاتف الجوال للرسائل القصيرة والإعلانات، عبر خدمتي الرسائل النصية SMS والرسائل المصورة MMS وغيرها.



- 8- المواقع الشخصية: مواقع ينشئها أشخاص لعرض سيرتهم الذاتية واهتماماتهم، ولتمكينهم من التواصل مع أصدقائهم ومجيبهم وذوي الاهتمام المشترك.
- 9- المجموعات البريدية: مواقع لتقديم خدمة التواصل عبر البريد الإلكتروني بين مجموعة من الأفراد بهدف نشر ما يهتمون به من معلومات وتبادل الوثائق فيما بينهم.
- 10- الأرشيف الإلكتروني: المواقع التي تحتوي على معلومات ووثائق متنوعة الصيغ والأشكال تكون في متناول المستخدم عند طلبها عبر الإنترنت.
- 11- غرف الحوارات: تطبيق للحوار عبر الإنترنت يسمح بالتواصل بين شخصين أو أكثر باستخدام الوسائط المتعددة، وبصورة متعددة تنظمها قواعد محددة للاستخدام.
- 12- وكالات الأنباء الإلكترونية: مواقع الكترونية لها عناوينها الثابتة التي تقدم خدمات النشر الصحفي باستخدام الوسائط المتعددة عبر الإنترنت، ويسهم المشاركون فيها من المؤسسات والأفراد مقابل رسوم مالية محددة دون أن يتمكن غير المشتركين من مشاهدة الصفحات ذاتها التي تم تخصيصها للمشاركين.
- 13- الإذاعة الإلكترونية والتلفزيون الإلكتروني.
- وستنطرق فيما بعد إلى بعض العناصر بمحاولة الإحاطة بهذه الصيغ وتحليل تطبيقاتها الإعلامية كعنصر جديد في بيئة الإعلام الإلكتروني.
- أولاً: النشر الإلكتروني:** النشر الإلكتروني مصطلح حديث بدأ استعماله في النصف الثاني من السبعينيات من القرن الماضي، أين تحرك القائمين على صناعة الصحافة نحو استخدام أنظمة النشر الإلكتروني في إنتاج صحفهم، إذ حولت الحواسيب التي أدخلت إلى المؤسسات الصحفية في الولايات المتحدة الأمريكية في نهاية الستينات، وطبقت في بداية السبعينات الجرائد والمجلات إلى خلايا أولية الكترونية مبشرة بتكوين نظام اجتماعي جديد للمعلومات وحفظها ونشرها وتخزينها واسترجاعها وتوزيعها أو نشرها بشكل يختلف عن كل ما صدر منذ صدور أول صحيفة، إذ تحولت الصحف إلى نظام معلوماتي الكتروني، تحول الصحفي إلى معالج وتكنولوجي معلومات، ويعود الاستغلال الأمثل لنظم النشر الإلكتروني إلى تسعينات القرن 20 للصحف والمجلات ومواقع المعلومات، للاستفادة من التكنولوجيا الجديدة، وتعويض الانخفاض المتزايد في عدد القراء وفي عائدات الإعلان (عباس ناجي حسن: 2016، 87).

ويقصد بالنشر الإلكتروني طباعة المعلومات وتوزيعها عبر تقنيات جديدة تستخدم الحاسوب وبرامج النشر الإلكتروني بدل النشر التقليدي على الورق، وتوزيعها عبر استخدام أوعية المعلومات المحمولة كالأقراص والذاكرة المحمولة Flash Memory وغيرها، أو مباشرة عبر شبكة الانترنت ويمكن نشر النصوص باستخدام صيغة HTML أو باستخدام أحد برامج الطباعة وتحرير النصوص، التي تتوفر على أجهزة الحاسوب، وهي برامج تخضع للتحسينات بصورة مستمر، كما يمكن نشر النصوص والرسومات عن طريق تصويرها باستخدام الماسح الصوتي Scanner وباستخدام صيغة P.D.F التي تكون قليلة الدقة لكنها أقل حجماً لتسهيل تداولها عبر الانترنت، وفي جميع الحالات فإنه الوثيقة أو المعلومات المتيحة تكون في صيغة وثيقة الكترونية سهلة الخزن والنقل وسهلة التداول عن بعد(حارث عبود: 2016، 87).

**ثانياً- المدونات الإلكترونية:** كلمة "مدونة" هي التعريب الأكثر رواجاً لكلمة web blog بمعنى سجل الشبكة، وتعد المدونة أحد التطبيقات الحديثة التي ظهرت على شبكة الانترنت، والتي تظهر عليها مقالات تسمى تدوينات أو مدونات، كتبت خصيصاً لزوار الموقع الذي تنشر فيه، ويتم ترتيبها زمنياً تصاعدياً(حارث عبود: 2016، 100)، وتعني في قاموس EXFORD الإنجليزي بأنها تسجيل شخصي للنشاطات والآراء داخل الحساب الذي يمتلكه الشخص في أي موقع من مواقع الانترنت (oxford advanced learner s dictionary: 2005, 146).

فالمدونات هي تطبيق من تطبيقات شبكة الانترنت، وهي تعمل من خلال نظم لإدارة المحتوى وهو أبسط صورة عبارة عن صفحة ويب على شبكة الانترنت تظهر عليها تدوينات (مدخلات) مؤرخة ومرتببة ترتيباً زمنياً تصاعدياً، ينشر منها عدد محدد يتحكم فيه مدير أو ناشر المدونة، كما يتضمن النظام آلية لأرشفة المدخلات القديمة، ويكون لكل مداخلة منها مسار دائم لا يتغير منذ لحظة نشرها، يمكن القارئ من الرجوع إلى تدوينة معينة في وقت لاحق عندما لا تعود متاحة على الصفحة الأولى للمدونة، كما يضمن ثبات الروابط ويحول دون تحليلها (مروى عصام صلاح 2015، 263).

فهناك من ينظر إليها على أنها تمثل الموقع الإلكتروني، وهي نوع من مواقع الانترنت التفاعلية تتكون من إدراجات ومدخلات مرئية بصفة عكس تزامنية الإدراجات الأحدث، توضع ألياً في مقدمة الصفحة الأولى للمدونة، وتنشر حسب رغبة صاحب المدونة(thierry baruch : 2006, 12).

وحسب دراسة قدمها الباحث "جمال الزرن" لمجلة الشؤون العربية على الانترنت، فإن الميلاد الحقيقي للمدونات الإلكترونية قد بدأ بشكل خاص بعد أحداث 11 سبتمبر ووقائع الغزو على العراق



سنة 2003. مما أدى إلى تسميتها بمدونات الحرب العنصرية، حيث ظهرت مدونات للحرب أشهرها "أنستابوندت" وأخرى مناوئة لها، تم من خلالها التعبير عن المواقف السياسية (marcomacademy.co.uk).

ففي عالم المدونات نجد مدونات الأخبار، مدونات الفضاء، مدونات الموسيقى، مدونات الأفلام مدونات الإعلام، والعديد من الموضوعات والاهتمامات، بحيث أن الشخص ومهما تكن اهتماماته فإنه سيجد مدونات لها على الويب، فقد أصبح للمدونات عالم واسع، والمدونة الناجحة لا بد أن تتوفر فيها الخصائص التالية:

- 1- عدم كتابة مواضيع مطولة أو مفصلة في كل تدوينه.
- 2- كتابة الموضوعات بصورة موجزة ومركزة على شكل فقرات قصيرة.
- 3- التحديث المستمر للمدونات بحيث لا يمر أسبوع واحد إلا وهناك تدوينة جديدة مضافة.
- 4- تفعيل خاصية التعليقات على التدوينة وعدم غلقها أمام الزائر.
- 5- إمكانية تصنيف التدوينات وفقا لتقسيمات موضوعية تظهر على واجهة المدونة.
- 6- إمكانية الإشارة إلى العنوان الإلكتروني للصفحة الخاصة بصاحب المدونة (www.iasj.net/iasj?Fun/25.07.2016).

**ثالثا- البث عبر الهاتف النقال:** نظرا للتطور الكبير في تكنولوجيا الاتصال وتوظيف إمكانات الأقمار الاصطناعية، وتسخير إمكانات الانترنت في خدمة الهاتف الخليوي، فقد تطورت تقنية الهاتف نفسه وظهرت الهواتف الذكية Smart phones التي تتميز بالإمكانيات العالية لنقل وتبادل المعلومات باستخدام الوسائط المتعددة بأشكالها النصية، الصوتية والصورية، فضلا عن السعة التخزينية العالية، هذه الإمكانيات مجتمعة أدت إلى إدخال البث الإذاعي والتلفزيوني عن طريق الهواتف النقالة، حيث صار بالإمكان الآن متابعة المعلومات التي تطلبها أخبار وبرامج ومباريات وأفلام بصورة مباشرة من أي مكان وفي أي زمان وبالشكل الذي ترغب، وهذا ما يؤهل الهاتف النقال للتفوق على الانترنت التي تحتاج إلى مكان لكي تؤمن الاتصال (حارث عبود: 2016، 108).

وتقدم الهواتف الذكية مجموعة واسعة من الوظائف مثل:

- 1- تصفح الانترنت والبريد الإلكتروني.
- 2- المراسلة الصوتية والفورية عبر الانترنت.
- 3- تخزين تسجيلات الفيديو والصور وبثها.

- 4- تفعيل مواقع التواصل الاجتماعي.
  - 5- التمتع بالألعاب المتعددة للمستخدمين (عامر إبراهيم قنديلحي: 2015، 275-276).
- وفيما يخص خدمات البث عبر الهاتف الجوال فتشمل 03 أقسام رئيسية هي:
- 1- البث الحي على الهاتف الجوال.
  - 2- بث الرسائل الإعلامية القصيرة عبر خدمة ال sms وال MMS وغيرها.
  - 3- بث خدمات الأخبار العاجلة.
- رابعا- الإعلان الإلكتروني:** لجأت العديد من الشركات والمؤسسات والأفراد إلى استخدام الانترنت في عرض منتجاتهم، وخدماتهم ومبيعاتهم، وخلق صورة ذهنية وانطباعات متميزة لدى الجمهور المستقبل نظرا لما تتميز به شبكة الانترنت من إيجاد فرص تفاعل وتبادل بين المعلن والمستهلك، مما خلق عملية تفاعلية تساعد المعلن على التعرف على رجع الصدى لرسائله الإعلانية، وبما يمكنه من إجراء بعض التعديلات الفورية لأي جزء من الرسالة، وبما يتماشى ويتفق وحاجات ورغبات المستهلكين (حسنين شفيق: 2008، 231). وقد أصبح الإعلان عبر الانترنت فرعا مهما من فروع الإعلان التجاري، الذي يضم رسائل قصيرة وصور متحركة لإيصالها للزائرين للموقع.
- وذلك بالاعتماد على برمجيات الوسائط المتعددة، فمثلا الإعلانات التي تستخدم برامج جافا java وهدفه إحداث التفاعل مع المستخدم، بحيث يتجاوب مع الإعلان كأن يعرض طائرة وسلسلة من الدخان المنفدع منها، وما إن يستمر المستخدم بالضغط على الماوس على الطائرة حتى تتسحب الطائرة إلى موقع الإعلان مع قطع صوتي يرافق ذلك، وهذا النوع من الإعلانات يطلق عليه الإعلان الثري، ومن الوسائل المستخدمة أيضا الرسوم المتحركة التي تهدف إلى إثارة الاهتمام والصور التي تتضمنها رسوم gif المتحركة.
- وهناك عوامل عديدة ساهمت في ظهور وتطور الإعلان عبر الانترنت مثل:
- 1- الزيادة العددية لأجهزة الحاسب في المنزل.
  - 2- التزايد المستمر في أعداد البرامج التي تسهل عملية الدخول إلى الشبكة وتتعامل معها.
  - 3- قلة شروط النشر والإعلان، فليس من الضروري أن تكون الشركة المعلنة كبيرة حتى تقوم بالإعلان عن منتجاتها.
  - 4- اتساع حجم الشبكة وكفاءتها التي تزيد من سرعة الأفراد في الاتصال وتحميل المعلومات.

5- اتساع حجم سوق التجارة العالمي وسياسة السوق المفتوح والتطور التكنولوجي الذي يؤدي إلى ربط التجارة بشبكة الانترنت (حسنين شفيق: 2008، 231-232).

**خامسا-وكالات الأنباء الإلكترونية:** تعد وكالات الأنباء أهم المصادر على الإطلاق في صحف ومحطات الإذاعة والتلفزيون بالأخبار الخارجية على وجه الخصوص، وذلك لأن هذه الوكالات تقوم بالعمل الذي لا يمكن للصحف أو المحطات الإذاعية أن تقوم به، وهو تغطية أهم العواصم والمدن الكبرى، ومناطق الأحداث الساخنة في العالم بشبكة واسعة من المراسلين والمكاتب، إضافة إلى التكاليف الباهظة من أموال ونفقات وإمكانات لا يمكن أن تتحملها الصحف أو محطات الإذاعة الصغيرة (جمال عبد ناموس القيسي: 2013، 67).

ولا تختلف وكالات الأنباء الإلكترونية عن وكالات الأنباء التقليدية من حيث المفهوم والمهام التي تؤديها، غير أنها تختلف عنها كثيرا من حيث التقنية المقدمة والمصادر المتاحة لها للأخبار والتقارير، من حيث السرعة في الحصول على الأخبار ونشرها، كما أن وكالات الأنباء الإلكترونية لا تحتاج إلى الكثير من العاملين أو إلى مكان واسع لممارسة العاملين لمهامهم، ولا للتحرك الواسع ميدانيا بحثا عن البيانات والمعلومات، بعد أن أصبح الجمهور نفسه مصدرا مهما للأخبار التي تبحث عنها هذه الوكالات (حارث عبود ومزهر العاني: 2016، 114).

**سادسا-الأرشيف الإلكتروني:** أو كما يطلق عليه كذلك الأرشيف الآلية أو نظم إدارة الوثائق، وهي إمكانية تصوير وفهرسة الوثائق وتحويل بياناتها، وفي ذات الوقت توفر للمستخدم طرق كثيرة لاسترجاعها والاطلاع عليها، وتداولها إلكترونيا بسهولة، يتيح نظام الأرشيف الإلكتروني أرشفة الوثائق، والاحتفاظ بها على شكل ملفات الكترونية، مما يسمح باستغلال الأماكن المخصصة لحفظ الوثائق الورقية واستخدامها لأمر حيوية أخرى، ولزيادة فاعلية أنظمة الأرشيف الإلكتروني إمكانية تطبيقها على مستوى الشبكة الداخلية في الإدارة، وإمكانية توسيعها في المستقبل دون أي عائق حيث يمكن لكل مستخدم استعراض الوثائق حسب الصلاحيات الممنوحة من قبل مدير النظام (مروى عصام صلاح: 2015، 217-218).

فالأرشيف الإلكتروني هي حفظ الوثائق على الشكل الإلكتروني على المدى الطويل، وهو يتعلق بكل أنواع الوثائق، سواء كانت منتجة على الشكل الإلكتروني أو تلك التي تم تحويلها إلى وثائق رقمية، والتي تثبت عملية تقسيمها القيمة التاريخية أو الثانوية لها، فيجب حفظها.

## 7-مزايا وعيوب الإعلام الإلكتروني:

يعتبر الإعلام الإلكتروني سلاح ذو حدين له إيجابيات وعليه سلبيات، وتتمثل إيجابيات ومزايا وسائل الإعلام الإلكترونية في:

- توفير الوقت والجهد والمال، فالإعلام الإلكتروني لا يحتاج إلى مقر واحد ثابت، يحوي كل الكادر الإعلامي، لأنه يبيت عبر شبكة الانترنت، مما يقلل التكاليف المالية مقارنة بنظيره التقليدي.

- توفير قاعدة بيانات معلوماتية وأرشيف الكتروني للإعلاميين وفي كل الأوقات، يوفر بها فرصة حفظ أرشيف الكتروني، سهل الاسترجاع وغزير المادة.

- أدى الإعلام الإلكتروني إلى توسيع دائرة التنافس الإعلامي، بين المواقع والمنديات والصحف والمجالات الإلكترونية المختلفة، وذلك من خلال ما تقدمه من مقالات وبرامج تعليقات، تميز أحدهما عن الأخرى .

- توفير عدد كبير من المعلومات وضمان سرعة انتشارها ووصولها إلى كافة العالم.

- منحت تقنيات الإعلام الإلكتروني عملية رجع الصدى والتفاعل مع القارئ والمستمع والمشاهد المستفيد.

- الزيادة والتنامي في دور القطاع الخاص بمجالات العمل الإعلامي، حيث أنه لم يعد يعمل الإعلامي مقتصرًا على القطاع الحكومي الرسمي، بل تعداه إلى قطاع الأفراد الخاص، الذي قد يختلف في توجهاته من القطاع العمومي.

- قابلية التحديث والتجديد للأخبار الإلكترونية في أي وقت(عامر ابراهيم قنديلحي: 2015 236-237).

- أضاف الإعلام الإلكتروني تنوعًا في مصادر المعلومات، فقد أكد السيد بخيت درويش أنه "لم تعد أمريكا هي التي تنتج الأخبار، بل صار لأي شخص أن يصدر الأخبار لكل العالم من أي مكان وفي أي زمان".

- بات في مقدور الإعلام الآن أن يصنع الحدث وليس أن يخبر عنه فقط، وخير مثال في ذلك ما حصل من ثورات في مصر وتونس واليمن، فلقد لعبت مواقع التواصل الاجتماعي دورًا كبيرًا ليس في تسريع وتيرة الأحداث، ولكن في صناعتها وإشاعتها على مدى واسع(عامر ابراهيم قنديلحي: 2015، 88-91).



- أتاحت التكنولوجيا الجديدة للإعلام قيادة عملية التغيير في وسائل الإعلام السائدة، والتأثير في أجندها الإعلامية وأسلوب عملها، وعرضها للمادة الإعلامية من خلال توظيفها لتقنيات الوسائط المتعددة في مواقعها الالكترونية بشكل لحظي، فضلا عن المساهمة في تحقيق تغير ملموس في حضور النخب الناشئة في المجالات السياسية والاقتصادية في المجتمع لطرح أفكارها الحبيسة التي لم تجد منفذا للنشر في الإعلام التقليدي.
- الإعلام الجديد يقدم الحقيقة للأحداث، كما أنه أقل تحيزا لأي طرف من أطراف الخبر ويتيح الوصول إلى المعلومات، وأكثر حرية في تغطية ما يتم رؤيته، حيث تتعدد فيها الرؤى والتصورات والأفكار، وخاصة المداخل القيادية المضادة والآراء والأفكار والتوجهات، وتتمتع بدرجة كبيرة جدا من الشفافية(www.altihad.ae/19.10.2015).
- رغم الإيجابيات والخصائص والسمات العديدة التي يتحلى بها الإعلام الالكتروني الجديد، إلا أن هناك مجموعة من السلبيات والعقبات التي تواجهه وتحد من تطوره وانتشاره، ومن أهمها:
  - ندرة المهارات والمعارف اللازمة لممارسة مهام عمل الإعلام بشكل محترف في الإعلام الجديد.
  - المنافسة الشديدة بين المواقع الإعلامية الالكترونية، وأدوات الإعلام الجديد.
  - صعوبات الحصول على التمويل.
  - غياب التخطيط للإعلام الالكتروني وعدم وضوح الرؤية المستقبلية له.
  - السرعة في البث الالكتروني، ينتج عنها عدم تحري الدقة، وقد تكون النتيجة هي الفشل(علي عبد الفتاح كنعان: 2014، 145).
  - انعدام القوانين والضوابط الخاصة بعمل الإعلام الالكتروني، وعدم خضوعه للرقابة، وذلك أدى إلى الإساءة في استخدام تقنية الإعلام الالكتروني واستغلالها لغرض مواد مشبوهة ومخالفة للقوانين والعادات والتقاليد الاجتماعية.
  - قد تكون هنالك صعوبة في الوثوق والتحقق من صحة العديد من البيانات والمعلومات ومصداقيتها في بعض المواقع الالكترونية، في ظل الحاجة إلى التعزيز المتواصل للقدرات الثقافية والتعليمية للمتلقي، فليست كل المواقع والمدونات الالكترونية مصدرا للمعلومة، كما أنها يمكن أن تضعف من قوة وسائل الإعلام الحرفية، وأن تتسبب في ضعف أسلوب الكتابة واندثار أخلاقياتها.

- قد يكون هناك انتهاك حقوق النشر والملكية الفكرية وسهولة الترويج للمعلومات الزائفة من خلال الانترنت، وظهر الأجيال الحديثة من أجهزة الكمبيوتر المتطورة القادرة على تغيير شكل المعطيات وخاصة على مستوى الصور.
- عملت مؤسسات الإعلام الإلكتروني على التقليل من أعداد الموارد البشرية في المؤسسة الإعلامية، وبالتالي زادت في حجم البطالة، وعدم توفر فرص العمل في العديد من المجتمعات التي توجهت نحو الإعلام الإلكتروني(عامر إبراهيم قنديلحي: 2015، 340-341).
- اختلاط المحلي بالعالمي، فقد أصبحت الوسائل الإعلامية المحلية تخاطب جمهور عالمي على حساب اهتمامات الجمهور المحلي وقضاياها. وقد أصبحت المحطات العربية منها تقلد تقليدا مباشرا المحطات العالمية التي يجري الاتفاق عليها بصورة غير اعتيادية، مقابل إهمال واضح للبرامج التي تتصل بمشكلات المجتمع العربي الحقيقية.
- تعد مواقع وسائل الإعلام الإلكتروني ملتقى للأخبار المتضاربة التي تولد شعور بالحيرة والتوتر الداخلي للجمهور، أين تفقده القدرة على رؤية الحقائق المهمة التي يبحث عنها بصورتها الصحيحة، وهناك العديد من الدراسات في هذا الإطار تستند إلى جهود بحثية تعود إلى عام 1957 و1959 وما بعدها قام بها ليون فستنجر Leon Festinger في ما عرف بنظرية التنافر المعرفي (cognitive dissonance)، أي تعرض الجمهور إلى مصادر معلومات متعارضة لا يستطيع معها فهم ما يجري، كي يتخذ قرارا في ضوء ما يقتنع به، وهي حالة بسلوكية معرفية قلقة تنتسب في توتر الجمهور وشعوره بالضيق والضياع والتبعثر وعدم القدرة على اتخاذ قرارات أو القيام بإجراءات واضحة محددة.
- يعد الإعلام الإلكتروني أحد الأسلحة الصامتة، فالمخاوف من استخدام الإعلام الإلكتروني على نحو يضر بالجمهور لا يقتصر على ما تم ذكره سابقا، فوسائل الإعلام عندما تكون في يد القوى المتحكمة في العالم، تصبح أسلحة ناعمة لكنها بالغة الخطورة تهدد بتغييب الوعي لدى الجمهور ومصادرة إراداته، وتطويره بما يضمن تحقيق المصالح السياسية والاقتصادية لهذه القوى في السيطرة على الشعوب والتحكم بمستقبلها، وفي هذا كتب المفكر الأمريكي ناعوم تشومسكي مقالا حول وثيقة سرية كشف عنها منتصف الثمانينات بعنوان "أسلحة صامتة لحرب هادئة"، يتحدث فيه عن الاستخدام السيئ لتكنولوجيا المعلومات والإعلام من



قبل القوى الكبيرة، بغية السيطرة على الجمهور محددًا عشر استراتيجيات في هذا السياق (حارث عبود ومزهر العاني: 2016 248-255).



تمثل تقنيات الوسائط المتعددة الإلكترونية أبرز مظاهر الثورة الرقمية، حيث أتاحت تقنيات الحاسوب والانترنت تقديم المواد المقروءة والمسموعة والمرئية في آن واحد على شاشة الحاسوب إذ يمكن مثلا قراءة نص روائي، والاستماع إلى صوت وموسيقى، ومشاهدة صور ثابتة وفيديوية تعبر عن الموضوع نفسه ولعل سر جاذبية الإعلام والالكتروني يعود إلى هذه التقنية التي تخاطب جميع حواس الإنسان ومداركه العقلية، حيث أضفت عليه مميزات تنافسية، مما جعله أكثر فاعلية وجذبا للمتلقي، الأمر الذي يستدعي تغييرات جوهرية في دور الإعلام ووظائفه، فمكنت مجتمع المعلومات من تحقيق أهدافه، عبر ميزات المتعددة، لاسيما وأن هذا المجتمع يعتمد على المعلومات الوفيرة كمورد استثماري وكسلعة استراتيجية وكخدمة وكمصدر للدخل ومجال للقوى العاملة.

### 1 - التطور التاريخي للوسائط المتعددة: ترجع بداية الوسائط المتعددة إلى النص المترابط التي

بدأها فانقر بوش عام 1945 باستعمال فكرة الميمكس، وتطورت على إثر التجارب التي قام بها فريق في معهد (MIT) باستخدام شاشة ضخمة تظهر عليها الصور من الخلف واستخدام شاشة للعرض أصغر حجما من الأولى، وتكون قريبة من المستفيدين بوصفها أداة للاسترجاع أثناء التشغيل، وتم تزويد العرض بالصوت المجسم، حيث كان اهتمام هذا الفريق بصفة خاصة بالعرض الفضائي ثلاثي الأبعاد المصاحب للصورة (مجبل لازم مسلم المالكي: 2005، 198).

إضافة إلى مجموعة أفكار نيكولاس نيغروبونتي التي كون بها مجموعة الآلة الهندسية في معهد ماسوشيستس في عام 1967، والأفكار التي طرحها تيد نيلسون وفان دام، وأفضت إلى فكرة النص التشعبي في عام 1969، ثم ظهور مصطلح الوسائط المتعددة بكتابة أخرى "Multiple Media" من قبل مجموعة نيغروبونتي الهندسية عام 1976 وفي تطبيقات لييمان وموهل التي أفضت إلى إنتاج نموذج خريطة أسبن المتحركة كأول تطبيق للوسائل المتشعبة أو الهايبرميديا في عام 1980، ثم صدور واحد من أهم التجارب المبكرة للكتاب الإلكتروني على يد بيكر في عام 1983 (عباس مصطفى صادق: 2008، 127)، والذي صاحبه وفي نفس العام اختراع آلة الوسائط المتعددة من طرف مايكرا وآخرون في قسم المعلومات في جامعة طوكيو، وقاموا بتشغيلها كنظام تجريبي لإنتاج وثيقة متعددة Multimedia document . أما في 1984 فقد طرحت شركة أبل APPLE حاسوبا شخصيا يحتوي على الأجهزة التي تنتج الوسائط المتعددة، وفي العام ذاته كتب داهمكي حول التلفزيون الرقمي والإذاعة الرقمية وكيفية مواجهتها خلال الخمس إلى السبع سنوات القادمة، وأشار إلى ظهور



حواسيب شخصية تقوم بخرن واسترجاع الصور المتحركة وكذلك تسجيل صور التلفزيون الرقمية، أما عام 1987 تطورت البرمجيات نحو تقنية الوسائط المتعددة على مستوى البيت باستخدام (Hyper card) لشركة أبل، وأصبح هذا التطور يحسب لصالح النص المترابط أكثر مما يحسب للأوساط المتعددة (مجلد لازم مسلم المالكي: 2005، 198).

لنتوالى بعد ذلك بعض مشاريع الوسائط المتعددة من قبل Apple Multimedia lab في عام 1990 Classroom kiosk Visual Almanac في عام 1991، ثم إطلاق أول الإشارات الصوتية عبر شبكة الانترنت في عام 1991، وظهور مستعرض موزاييك في 1993 ونيكسب في 1994، وتطبيقات الجافا في 1995، ومستعرض مايكروسفت إكسبلور في 1996م (عباس مصطفى صادق: 2008، 127). لتصبح الانترنت وسيطا متعدد الإعلاميات .

وفي الوقت الحاضر شملت الوسائط المتعددة أحدث ما توصلت إليه التكنولوجيا الحديثة من خلال تكنولوجيا الشبكات وخصوصا الانترنت، إذ استخدمت تقنية لغة النص المترابط "hyper text.mark up language" والتي يشار إليها اختصارا (HTML)، والتي أحدثت ثورة في عالم تبادل المعلومات، وتتنافس الشركات العملاقة في الوقت الحاضر في دخولها إلى عالم الوسائط المتعددة بطرح وحدات إدخال الصوت والصورة والرسوم المتحركة، وأكثر النظم المطروحة لأجهزة الحاسب الشخصية الخاصة بالوسائط المتعددة هي apple وبرامج MS-DOS وبرامج ماكنتوش Macintosh (مجلد لازم مسلم المالكي: 2005، 199).

هذا باختصار التطور التقني للوسائط المتعددة، في حين خضع تغيير الوسائط المتعددة للعديد من التغييرات، فقد كان في البداية عام 1965 يكتب "Multi-Media" أين يشير إلى مجموعة عروض كانت تستخدم مزيجا من موسيقى الروك الحية والسينما وأشكال مستحدثة وتجريبية من الإضاءة والأداء المسرحي، وفي السبعينات كان التغيير يكتب بالطريقة نفسها السابقة "Multi-Media" ويستخدم كثيرا لوصف عروض غير عادية مركبة من الأفلام السينمائية والشرائح الضوئية film and slide show extravoganzas منتجة بطريقة اللصق collage، وقد اختصر التغيير حاليا إلى الطريقة التي أصبح يكتب بها "Multimedia"، أما عربيا فأحيانا يكتب وسائط متعددة وهو السائد وبعضها يكتبها ملثيميديا، وقليلون يكتبون تعبير الإعلاميات المتعددة (عباس مصطفى صادق: 2008، 128). وهناك تعبيرات عديدة لنفس المصطلح مثلما بينه هذا الجدول:



ت	الكلمات	الإشارات	المصادر	الأشخاص	المجموع
1	الإعلام المتعدد	-	1	-	1
2	الوسائط المتعددة	-	1	-	1
3	الأوعية المتعددة	-	3	5	8
4	الطريق السريع للمعلومات	-	1	-	1
5	طرق السيارة	-	1	-	1
6	المالتي ميديا	-	1	-	1
7	متعدد الوسائط	-	1	-	1
8	الملمتيميديا	1	2	6	9
9	الوسائط الجديدة	-	1	-	1
10	الوسائط المتعددة	4	11	8	24
11	الوسائط المتعددة التفاعلية	-	1	-	1
12	الوسائط المتعددة الفائقة	-	1	-	1
13	الوسائل المتعددة	-	1	-	1

جدول رقم(8): يوضح استخدام مصطلح الوسائط المتعددة(مجلد لازم مسلم المالكي: 2005، 194) تبين من الجدول أعلاه أن الكلمة الأكثر استخداما هي كلمة الوسائط المتعددة، وهكذا ترجع الكلمة إلى أصلها اللغوي في الانجليزية "Multimedia" .

## 2-خصائص الوسائط المتعددة:

تتميز الوسائط المتعددة بعدة خصائص جعلتها تتناسب مع طبيعة عملية الإعلام، وتساعد معرفة هذه الخصائص في زيادة فعالية وتصميم هذه البرامج، وتظهر من خلال عناصر تشغيلها وتصميمها وإنتاجها، وأهم خصائصها ما يلي:

**1- التفاعلية interactivity:** وتعني إمكانية الزائر للموقع وفي أي مجال إخباري أو ترفيهي أو تعليمي في أن يتفاعل ويتواصل بشكل مباشر، وبإمكانه تحديد واختيار طريقة انسياب وعرض المعلومات حسب ما يرغب (عباس ناجي حسن: 2016، 134).

ويمكن تحديد أساليب ومستويات وأنماط التفاعلية في برامج الوسائط المتعددة كما يلي(عبد الله إبراهيم الفقي: 2011، 29-32):

أ- أساليب التفاعلية في عروض الوسائط المتعددة:

- متابعة العرض بأكمله من البداية إلى النهاية.
- الاختيار لمشاهدة أجزاء محددة من العرض.
- اختيار جزئية فرعية من أحد البدائل في قائمة الخيارات ومشاهدتها.
- الإبحار العشوائي داخل العرض بأكمله.

ب- مستويات التفاعلية في عروض الوسائط المتعددة:

- مستوى المشاهدة والتلقي مع إمكانية التحكم في تتابع العرض والاختيار من البدائل المتاحة في العرض.
- مستوى العرض والمشاهدة والتلقي للمعلومات فقط.
- مستوى المشاهدة والتفاعل وتلقي التغذية الراجعة من خلال استخدام الفأرة.
- مستوى المشاهدة والتفاعل من خلال استخدام لوحة المفاتيح.
- مستوى التفاعل مع الكمبيوتر من خلال الحوار المباشر وتبادل التحكم في العرض بين المستخدم والكمبيوتر.

ج- أنماط التفاعلية في عروض الوسائط المتعددة:

- الانتقال من مشهد لآخر باستخدام أحد الأزرار الموجودة على الشاشة.
- الانتقال من مشهد لآخر بالضغط على أحد الأيقونات.
- التفاعل باستخدام القوائم المسند له.
- التفاعل باستخدام الهيبر تكست Hyper text .

2- التكامل **integration** : تتكامل الوسائط المتعددة في إطار واحد لتحقيق الهدف المنشود

وبهذا كل ما كانت الوسائط المتعددة تجتمع في كافة استخداماتها الصوتية والصورية والرسوم والنصوص والفيديو فإنها تعطي تكاملا وظيفيا للزائر والمستخدم(عباس ناجي حسن: 2016، 134).

3- الفردية **individuality** : تسمح الوسائط المتعددة بالفردية إذ يمكن لها أن تتناسب مع رغبات

وتعلم فرد دون آخر كما في المواقف التعليمية لتتلاءم مع خصائص المتعلمين، وبذلك تسمح بتباين الوقت المستخدم في عملية التعلم من طالب لآخر(عباس ناجي حسن: 2016، 134).

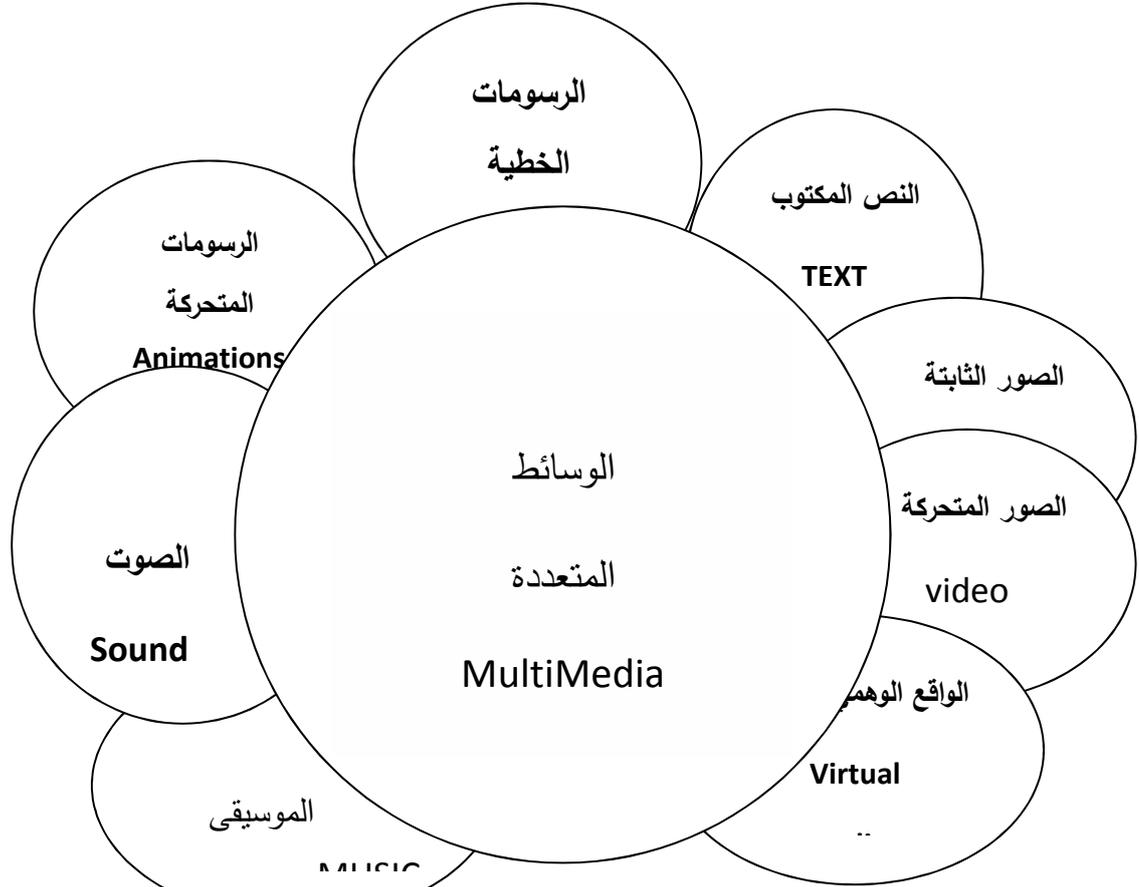
4- التنوع **diversity** : تتنوع الوسائط المتعددة نتيجة إمكانياتها في استخدام وتنويع العناصر المكونة لهذه البرامج، من نص وصوت وصور وفيديو ورسوم، أي أنها تعمل عن طريق توفير مجموعة من البدائل والخيارات (حسين حسن موسى: 2009، 76).

5- التزامن **timing**: يعني التزامن عرض متكامل تتداخل فيه العناصر كل حسب دوره في العرض وفي الوقت المناسب، مما يعني تزامن الحركة في الصورة المتحركة والرسوم لكي تتناسب مع سرعة العرض، وبذلك تتداخل عناصر الوسائط المتعددة في توقيتات مناسبة زمنيا لتتناسب، فنجد تزامن الصورة مع الصوت وغيره مما يحقق التفاعل والتكامل (حسين حسن موسى: 2009، 77).

6- الرقمنة والكونية **Digitization and Globality**: الرقمنة في تكنولوجيا الوسائط المتعددة تعني المعالجة أو التخزين للوسائط التي يحتويها العرض في سلسلة من الأرقام، أين يتم أخذ الصوت أو الفيديو من مصدر خارجي إلى بطاقة الرقمنة في الحاسب، ويتم معالجتها بتحويلها من الإشارات التناظرية إلى البيانات الرقمية، أما عن الكونية فهي تعني الانفتاح على مصادر المعرفة المختلفة دون التقيد بحدود الزمان والمكان (عبد الله إبراهيم الفقي: 2011، 35-37)، فالوسائط المتعددة سهلت لنا فرص الإلمام والتعرف بكل ما يحيط بها.

### 3- عناصر الوسائط المتعددة:

تشمل برامج الوسائط المتعددة على عدة عناصر، تتمثل في النصوص المكتوبة والمنطوقة الموسيقى والمؤثرات الصوتية، الرسوم بأنواعها، الصورة الثابتة والفيديو، والتي يمكن دمجها بشكل متكامل ومرن باستخدام جهاز الكمبيوتر لتحقيق هدف محدد.



شكل رقم (9): يوضح مكونات الوسائط المتعددة (الشحات سعد محمد عثمان: 2016، 164).

وفيما يلي عرض تفصيلي لتلك العناصر:

**4-1 النص (TEXT):** وهو المكون الرئيسي والأكثر شيوعا في برامج الوسائط المتعددة، ويأتي النص في صورة كلمات، فقرات، جمل، رموز، أرقام، علامات ترقيم، تظهر منظمة على شاشة الكمبيوتر كعناوين للأجزاء الرئيسية في البرامج أو لإعطاء فكرة عنها، أو للتعريف بأهداف العروض أو لإعطاء إرشادات وشروحات، وللتعبير عن المحتوى من المفاهيم والمعلومات، أو لتقديم المساعدة عند الحاجة، أو تستخدم داخل القوائم أو تأتي لشرح العناصر الأخرى من البرنامج كالصور والرسوم أو تستخدم أيضا كعناوين لأزرار التفاعل، ومن المبادئ الرئيسية لاستخدام النصوص في برامج الوسائط المتعددة اختيار الكلمات التي لها دلالات واضحة ومحددة، وتحمل معاني صريحة للتعبير عما نود أن نوصله،

خاصة عند تحديد العناوين الرئيسية أو القوائم أو أزرار التفاعل على الشاشة (عبد الله إبراهيم الفقي: 2011، 19).

والنصوص على حسب فرد هوفستيتز Hofstetter هي أربعة أنواع:

أ- **النص المكتوب:** ونجده في الكتب ويظهر على الورق، ولكي يتمكن حاسب الوسائط المتعددة من قراءة النص المطبوع فإنه يحتاج إلى تحويله إلى ما يسمى لغة الآلة عن طريق برامج معالجة النصوص أو محرر النص، وأحيانا يكون النص كل شيء في مشروع الوسائط المتعددة، حيث يكون تنزيله أسهل من النص المحتوى على صور ورسومات (lan B afield : 2004. 42).

ب- **النص الممسوح ضوئيا (سكنر) (scanned Text):** أين يقوم الماسح الضوئي بقراءة النص المطبوع بعد فحصه، وتحويله إلى لغة الآلة لكي تنتج النص الممسوح الذي يتاح للمستخدم، وهناك ثلاث أنواع من الماسحات الضوئية، المسطح الدوار واليدوي.

ج- **النص الإلكتروني (Electronic Text):** وهو النص المتوفر في الشكل المقروء بالماكينة فكل شخص يكتب كتب أو ينشر مخطوطات يتعامل مع برامج معالجة الكلمات وأجهزة النشر الإلكترونية التي يمكن قراءة صفحاتها من خلال الحاسوب (حسين شفيق: 2005، 69).

د- **النص الفائق أو النص التشعبي (Hyper Text):** وهو نوعية خاصة من النصوص، يتم تزويدها بروابط تتيح الفرصة للمستخدم الانتقال إلى أجزاء نصية غير تلك التي يستعرضها سواء كانت هذه الأجزاء في المستند نفسه أو في مستند آخر محفوظ في مكان مختلف، والنص الفائق يتيح لنا حفظ مجموعة من النصوص مع إمكانية تصفحها والتنقل بينها من وقت لآخر بالترتيب الذي نرغب فيه، وتعد شبكة الويب الدولية هي أكثر الأمثلة شيوعا على النصوص التشعبية، حيث إمكانات الاستعراض والتصفح التي توفرها أدوات التصفح على الانترنت، ويتحول النص إلى نص تشعبي بعد إضافة الروابط إليه، إذ تتمثل وظيفتها في الربط ما بين مختلف المواقع التي تحتوي عليها النصوص التشعبية، فبمجرد النقر بالفأرة على الرابط حتى ينتقل مباشرة إلى النص التشعبي الذي يشير إليه الرابط (عباس ناجي حسن: 2014، 115).

وتشير لند توي (lind Tway) إلى نقطتين أساسيتين متعلقتين بالنص المكتوب كأحد عناصر الوسائط المتعددة هما:

- الطريقة التي يعرض بها النص على المستخدم: وهي تؤكد على أن يكون النص سهل القراءة، جيد التصميم، وهذا يتضمن اعتبارات الشكل واللون والحجم.

- الناحية الثانية المرتبطة بـ:ماذا يقع بجوار النص؟ والوصلات المتفاعلة التي لا يراها المستخدم، ولكن يمكن تنشيطها ليحصل على معلومات إضافية (الشحات سعد محمد عثمان: 2016، 167-168)..

ولهذا يمثل النص المكتوب عنصرا أساسيا في برامج الوسائط المتعددة، لأنه وسيلة فعالة لتوصيل الأفكار، وتقديم التعليمات للمستخدمين.

كما أن النص في شبكة الويب يعد نسا مفتوحا وفضاءا رحبا للعلم والمعرفة، يمكنه الاندماج والتزواج مع بقية العناصر السمعية والسمعية البصرية ليخدم الأحداث بكل سهولة ويسر من خلال الضغط فقط على "الماوس"، هذا فضلا على أنه يبقى نسا نشيطا تفاعليا على طيلة الوقت، يتجدد باستمرار ليوكب تغيرات الأحداث الواقعية، ولكنه يحتاج إلى مهارات في الإتقان، لأنه نص للتصفح وليس للقراءة.

**4-2- الصوت:** يعد الصوت من أهم العناصر في الوسائط المتعددة لما له من قوة في إحداث التواصل والتفاعلية مع المتلقي، حيث يشد انتباهه، ويزيد في جاذبيته، وتتنوع الأصوات التي توجد في برامج الوسائط المتعددة بين اللغة المنطوقة، والموسيقى والمؤثرات الصوتية، ولكل منها استخداماته المختلفة كما يلي:

**أ- اللغة المنطوقة(المسموعة):** تعد من أهم وسائط الاتصال، وتتمثل في صورة أحاديث مسموعة منطوقة بلغة ما، تتبعث من الساعات الملحقة بجهاز الكمبيوتر، وقد تستخدم لمصاحبة نص أو رسم أو صور تظهر على الشاشة، وعلى مصمم البرنامج اختيار الأصوات الصالحة للإلقاء والنطق الصحيح، على أن يتم انتقاء أساليب الإلقاء ونبرات الصوت في كل جزء من أجزاء البرنامج (وليد سالم محمد الحلفاوي: 2006، 186-187)، هذا فضلا على استعمال معايير ومقارنات أليفة للمستمع، واستخدام الألفاظ والجمل التي تناشد الأحاسيس الأخرى.

**ب-الموسيقى:** تعد الموسيقى من أهم العناصر الصوتية في برامج الوسائط المتعددة، فهي تخلق القيمة وتعزز وتحسن العملية التفاعلية، وتعمل على جذب الانتباه وتحفز الحفظ وتعزز الصورة وتخلق الانفعال(وليد سالم محمد الحلفاوي: 2006، 187).

**ج- المؤثرات الصوتية:** وهي عبارة عن أصوات تصاحب ما يتم عرضه على الشاشة مثل أصوات الرياح والأمطار والحيوانات والطيور والآلات وغيرها، ويرى بيتر فنرش(Finrich) أن وظائف المؤثرات الصوتية ما يلي:

- إضافة الواقعية.
- إشارة العواطف.
- تأسيس الموقع.
- تقوية الفعل و تحديده
- تجديد الخطوة و المعاني.

كما يضيف أن الصمت يمكن أن يرسل رسالة(الشحات سعد محمد عثمان: 2016، 173).

أما عن الصوت الرقمي من حيث طرق إنتاجه فإنه ينقسم إلى:

أ- **ملف الموسيقى الرقمية (WAV):** تخزين الصوت بهذه الطريقة يكون بجودة عالية، إلا أن حجم الملف الذي تم تخزينه يكون ضخماً، مما يعني ذلك إمكانية تخزين مجموعة من الأغاني مثلاً بهذه الطريقة على الحاسوب أو على قرص مدمج (عباس ناجي حسن: 2014، 155).

ب- **الصوت الميدي (Midi Sound):** أو معيار الآلات الموسيقية: هذا النوع يتم فيه تبادل البيانات بين الحاسبات والآلات الموسيقية الرقمية، وذلك باستخدام عينات من الأصوات المسجلة للأدوات الموسيقية الفعلية لتوليد أصوات صناعية معها، وملف الموسيقى في هذا النوع يخزن في الحاسوب ويشبه النوتة الموسيقية، وهو لا يحتاج إلى تخزين عال(عبد الحميد بسيوني: 2004، 98).

ج- **كارت الصوت (Sound Card):** معظم كارتات الصوت متعددة الأغراض، إذ أنها مكونة من وحدات أهمها وحدة تحويل الصوت من التماثلي إلى الرقمي وبالعكس، ويمكن استخدامها بتحويل الحاسوب إلى جهاز تليفون أو توفر إمكانية الاستعمال كفاكس، ويستطيع كارت الصوت التمييز بين الإشارات الواردة، هل هي بيانات أو فاكس أو صوت مرسل عبر التليفون(حسنين شفيق: 2005، 148).

د- **الموسيقى الحديثة MP3:** الاستماع إلى ملفات الموسيقى والأغاني بات معتاداً من قبل معظم مستخدمي الحاسوب في العالم، فيما يواصل المستخدم عمله الطبيعي على الجهاز في كتابة الوثائق أو تخزين الملفات، وتمتاز الموسيقى الحديثة أنها طريقة لتخزين ملفات الصوت والموسيقى بطريقة رقمية مضغوطة، الأمر الذي يسهل تحميلها وتنقلها عبر الانترنت دون التأثير على جودة الصوت كما تمتاز بأنها تحتاج إلى مساحة تخزين أقل من الطرق السابقة (lan B afield: 2004,42)

4-3- **الصور الرقمية والجرافيكس:** تلعب الوسائط المتعددة دوراً كبيراً في إنتاج الصور، إذ يتم الاعتماد عليها لشرح الأفكار أو لعرض المعلومات ولزيادة متعة المشاهدة، وأحياناً تغني عن العديد

من صفحات الكتابة، كما أن رسما بيانيا واحدا قادرا على إيضاح مدى تقدم أو فشل مشروع ما بسرعة وكفاءة(عباس ناجي حسن: 2016، 145)، وبراعي عند استخدام الصور في برامج الوسائط المتعددة التركيز على الموضوع الذي يعتبر الغرض الأساسي من النقاط الصورة نفسها، والابتعاد عن اللقطات غير المألوفة، كذلك عند تحرير الصورة يجب عدم المبالغة في تكبيرها وتصغيرها، بحيث تأخذ أبعاد مناسبة، وكذلك مراعاة درجة وضوح الصورة، فلا يجوز زيادة درجة الوضوح بنسبة كبيرة لأن ذلك يتطلب حيزا كبيرا عن التخزين، ولا التقليل لدرجة عدم الوضوح لأن ذلك يتسبب في فقدان وضياح الهدف الذي من أجله التقطت الصورة (www.repository.sustech.edu/23.04/2016).

أ- الصور الرقمية: ويتم إعدادها بطريقتين هما:

- استخدام برامج رسوم مناسبة وعادة يستخدمها المصممون لإعداد الرسومات المختلفة التي تتوافق مع حاجاتهم.

- الصور التي تضاف من مصادر خارجية سواء باستخدام الماسح الصوتي أو باستخدام بعض الكاميرات، ثم يتم معالجة الصور ضمن البرامج المتوفرة على الكمبيوتر، ومهما كانت الوسيلة المستخدمة يجب الاهتمام بالصور ومراعاة دقتها ووضوحها.

وتأخذ الصور المستخدمة في تطبيقات الوسائط المتعددة أشكال مختلفة من التنسيقيات Format لذا يجب أن يكون المستخدم والمصمم لهذه الصور ملم بكيفية استخدام هذه الصور، وطرق معالجتها(منال عبد العال مبار وسامح سعيد اسماعيل: 2010، 23-24).

ج- الرسوم الخطية والجرافيكس: تعرف الرسوم الخطية بأنها تعبيرات تكوينية بالخطوط والأشكال، وتظهر في صورة رسوم بيانية خطية أو دائرية أو بالأعمدة أو بالصور، وأيضا قد تكون خرائط مسارية تتبعية أو رسوم توضيحية أو لوحات زمنية أو رسوم كاريكاتورية، أو رسوم منتجة بالكمبيوتر مثل رسم الخرائط على الجهاز، وتلونها باستخدام برامج PHOTOSHOP (حمدي أحمد محمود حامد: 2010، 95).

4-4- الرسوم المتحركة: الرسوم المتحركة هي مجموعة من الرسومات المتشابهة في تسلسلها التي يتم عرضها بصورة سريعة توحى بتحركها، وفي كل مرة يتم إزاحة أبعاد الشكل قليلا، وذلك بعد إخفاء الشكل السابق، ويتم ذلك في سرعة متوافقة مع حركة الشكل، وابتكر الرسوم المتحركة الأمريكي(والت ديزني)، وذلك باستخدام سلسلة من الإطارات المرسومة بحيث يمثل كل إطار منها لقطة واحدة، وتعرض هذه اللقطات بسرعة 24 إطار/ الثانية، وعلى ذلك فكل دقيقة من الرسوم



المتحركة نحتاج إلى 1440 لقطة/ دقيقة، ويمكن للكمبيوتر أن يقوم بإنتاج الرسوم المتحركة بالأسلوب التقليدي، فيتم رسم شكل أولي وتعديله وتلوينه باستخدام أدوات الرسم بالكمبيوتر أو عن طريق برامج الرسوم المتحركة، يتم التحكم في تحريك الرسوم التي تم تكرارها بسرعة معينة أو نقلها من نقطة إلى أخرى على الشاشة، وجعل الصور تتحرك بحيث بالتغيير في مواقع وأشكال الصور المتتالية بسرعة كافية لتجعل المشاهد يشعر وكأنها تتحرك (حسن حسني موسى: 2009، 166-167).

**4-5- الفيديو:** إن لقطات الفيديو الحية المصحوبة بالصوت هي أقوى وسائل الوسائط المتعددة تأثيراً في العملية التفاعلية، إذ تحتوي على كل العناصر من النص والصورة والصوت فضلاً عن الحركة، ونستطيع دمج لقطات الفيديو سواء كانت فيديو مباشر أو فيديو رقمي لعرض مهام عمل ما وجعله أكثر جاذبية، وللفيديو الرقمي مزايا منها أنه يمكن نسخ دون أن تفقد النسخة الأصلية أو المنقولة جودتها، واستخدامه لفترة طويلة لا يقلل من جودة النسخة (عبد الأمير فيصل: 2014، 348-349).

والفيديو الرقمي يرجع إلى مفهوم التصوير والالتقاط وتخزين اللقطات والصور وتغيير مواضعها على شاشة الكمبيوتر، وذلك يتطلب أن يتم التعامل مع اللقطات (التحريك وتغيير الموضوع) بطريقة رقمية وباستخدام جهاز الكمبيوتر، وكلمة رقمي "Digital" تشير إلى نظام يقوم على الأحداث المنقطعة وغير المستمرة، على عكس كلمة تماثلي "analog" التي تشير إلى نظام يقوم على الأحداث المتصلة أو المستمرة (REPOSITORY.SUSTECH.EDU)

وعليه فإن أدوات الوسائط المتعددة يمكن حصرها بثلاث أنواع مختلفة على النحو التالي:

- 1- الأدوات السمعية: مثل كرت الصوت الساعات، الميكروفون.
- 2- الأدوات المرئية: مثل الفيديو، الشاشات، بطاقات الشاشات، الماسحات الضوئية، الأفلام الضوئية.
- 3- أدوات الاتصالات: مثل البريد الإلكتروني، التلفزيون، أجهزة الفاكس (محمد حسين بصيوص وآخرون، 2010، 16-17).

#### 4- إنتاج برامج الوسائط المتعددة:

تتشابه عملية إنتاج برامج الوسائط المتعددة مع عملية إنتاج فيلم سينمائي في أنها عملية جماعية تحتاج كثيراً من الوقت والمال والجهد، كما يشترك فيها أفراد كثيرون لكل منهم مهمة محددة مسؤول عن تنفيذها كما هو مخطط لها.

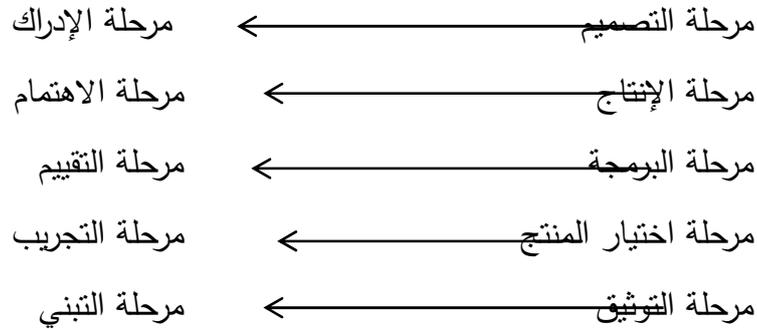
وهناك تقسيمات عديدة لمراحل إنتاج برامج الوسائط المتعددة منها تقسيم بينزل وموريس

(Bunzel and Morris) حيث قسامها إلى:

- مرحلة الإنتاج.
- مرحلة البرمجة.
- مرحلة اختيار المنتج.
- مرحلة التوثيق (الشحات سعد محمد عثمان: 2016، 186-187)..

ويبدو ظاهريا أن هذه المراحل تتناسب إن لم نقل تتطابق بالترتيب مع مراحل تبني المبتكرات في

نظرية انتشار المبتكرات، وذلك على النحو التالي:



وهناك التصنيف الذي أدرجه الدكتور حسين شفيق، والذي سنتبعه على النحو التالي:

**5-1- إنتاج الوسائط المتعددة:** تعتمد عملية إنتاج الوسائط المتعددة على دمج العديد من التقنيات من مصادر مختلفة، يقوم بها فريق عمل متخصص ذو مهارات معرفية وكفاءة جيدة باستخدام أساليب وأدوات محددة.

**أ- حاسوب الوسائط المتعددة:** يقصد بكمبيوتر الوسائط المتعددة بأنه ببساطة كمبيوتر يتمتع بمجموعة من الخصائص التقنية المعينة كحد أدنى، والتي تتطور بسرعة، إضافة إلى تجهيزه بمجموعة من الطرفيات وبطاقات الامتداد، فتطبيقات الوسائط المتعددة باهظة الثمن أو "نهمة" جدا للكثير من المصادر، حيث أن التحسينات الإضافية تساعد على الرفع من أداء الكمبيوتر، وتمنح المستخدم نوعا من الرفاهية في الحصول على نوعية جيدة من المعلومات البيانية والصوتية، فاستعراض بعض مقاطع الفيديو مثلا يتم تقطيعها حسب الإمكانيات التجهيزية والبرمجية للجهاز، وعادة ما يتم التغلب على هذه المشكلة بإضافة بطاقة امتداد خاصة يكون دورها معالجة المقاطع الفيديوية، وتسريع عملية عرضها (ميشال أنغولا: 2010، 67).



ويشير علي عبد المنعم إلى أن الكمبيوتر ذات القدرة على إنتاج برامج الوسائط المتعددة وعرضها يسمى (MPS) أو Multimedia PC وقد حدد مجلس تسويق أجهزة كمبيوتر الوسائط المتعددة (Multimedia Pc Marketing Council) مواصفاته بما يلي:

- 1- معالج دقيق (CPU) من طراز (486SX) ذات سرعة (25MHZ) أو المتوافقة معها.
- 2- ذاكرة عشوائية (RAM) سعة 4MB (4 ميجابايت) على الأقل و يفضل أن تكون 8 MB .
- 3- قرص ثابت سعة 160 MB (160 ميجابايت) أو أكثر مع مشغل للأقراص المرنة 3.5 بوصة عالي السعة (1.44 MB) .
- 4- مشغل أقراص ليزر (CD-ROM) ذو ثقل ثابت 330 K في الثانية و ثنائي السرعة على الأقل.

- 5- كارت صوت (16 BIT) و مؤلف للموسيقى محمول على لوحة خلط الصوت تناظري.
  - 6- شاشة عرض ذات وضوح (487×640 نقطة) على الأقل و تحتوي على 65536 لون.
  - 7- وحدات إدخال: لوحة مفاتيح (101) مفتاح أو ما يكافئها مع فأرة ذات زرین.
  - 8- فتحات الدخول والخروج: قنوات متتالية و أخرى متوازية قناة إدخال و إخراج الصوت.
- البرامج المحمولة: بحيث تتوافق مع نوافذ 3.0 أو إصدار 3.1 مع ملفات الوسائط المتعددة (الشحات سعد محمد عثمان: 2016، 203-204).

ولا يكفي توفر الحاسوب الشخصي للوسائط المتعددة من أجل إنتاج برامج الوسائط المتعددة وحده بل يتطلب كذلك مجموعة أدوات تعرف بأدوات تأليف الوسائط المتعددة (MAT) Multimedia Authoring Tools، وتنقسم إلى عناصر مادية وأخرى برمجية، ونقدم هنا باختصار عرضاً لهذه الأدوات:

- أدوات التصوير والالتقاط: وهي تشمل كاميرات الفيديو الرقمية وأجهزة تسجيل الفيديو وميكروفونات الصوت، ولوحة المفاتيح في جهاز الكمبيوتر، كما تشمل أدوات الرسم، أدوات الإدخال الحساسة وأجهزة الرقمنة والنمذجة.
- وسائل التخزين: وهي تشمل القرص الصلب، وأقراص CD والمساحات الضوئية، وأدوات ضغط الملفات.
- شبكات الاتصال: وهي تشمل شبكات الإيثرنت مثل شبكة إيثرنت والأنترانات والانترنت.



- أنظمة الكمبيوتر: من المتطلبات الأساسية فلا بد من توفر جهاز لنظام الوسائط المتعددة ومحطة عمل متخصصة، وأدوات تشغيل الفيديو والصوت والجرافيك.
- أنظمة العرض: وهي تشمل سماعات الصوت ذات الكفاءة العالية، والشاشات الاستبانة والطابعات الملونة(عباس مصطفى صادق: 2008، 133).

ب- فريق عمل إنتاج الوسائط المتعددة: يتطلب الأمر لإنشاء برامج الوسائط المتعددة توفر كادر بشري متخصص، يضم أفراد محددين من حيث المهام والمسؤوليات، متكاملين من حيث الأدوار ليعطي في النهاية برنامج صحيح ودقيق التصميم.

وقبل الشروع في التعريف بفريق العمل، هناك اعتبارات يضعها هذا الفريق قبل الشروع في إنتاج هذه البرامج، وتعد أساسية وضرورية وهي:

- 1- الجمهور: يعد عنصرا كونه متلقي المعلومات لذا قبل إنتاج الوسائط المتعددة يجب معرفة الجمهور المستهدف، لأن ذلك يساعد على ضبط محتوى البرنامج وذلك من معرفة العمر مستوى التعليم حاجات وتوقعات الجمهور مع العناية بتحديد تركيبة الجمهور الثقافية والجنسية.
- 2- الأهداف: لا بد من القائم بإنتاج الوسائط المتعددة أن يضع عدة أسئلة في ذهنه وهي: ما المطلوب من البرنامج؟ . ماذا يريد تحقيقه؟ ، ما النتائج المتوقعة من الجمهور؟.
- 3- المضمون: وعند إنتاج الوسائط المتعددة من الضروري الانتباه لمضمون الرسالة بما تحويه من البيانات والمعلومات الرئيسية والمحددة، التي يتم تقديمها للمتلقي من صور في الخلفية والنصوص والرسوم والفيديو، مما يعود بمنفعة واسعة على الجمهور بفهم المعلومات .
- 4- التفاعلية: وهي المقياس لمعرفة مدى تفاعل الجمهور مع أي موضوع يطرح مع ما ينتج من برامج بواسطة الوسائط المتعددة، إذ يكون تحديدها ضروريا لمعرفة ردود أفعال المستخدمين من خلال الأثر المتوقع حدوثه لدى استعمال البرنامج مع قبلهم(عباس ناجي حسن: 2016 150-151).

ويمكن إضافة عنصرين اثنين هاميين هما(منال عبد العال وسامح سعيد اسماعيل: 2010، 36-37):- الوقت: أو المدة الزمنية المحددة لإنجاز البرنامج.

- الإمكانيات المادية المتوفرة للمشروع مقارنة بميزانية المؤسسة.

أما عن فريق إنتاج الوسائط المتعددة فيتكون من(منال عبد العال وسامح سعيد اسماعيل: 2010

:37-38)

**1- مدير برامج الوسائط:** هو المسؤول عن عمليات تطوير وتوظيف المشروع يوميا، كما أنه يتولى مهام الإشراف عن التخطيط الزمني وتوزيع الاختصاصات وإدارة جلسات العمل وتوجيه المشروع ديناميكيا باستمرار، فهو همزة الوصل بين كل أطراف المشروع وعناصره.

**2- مصمم برامج الوسائط:** هناك مجموعة من التخصصات في مجال تصميم الوسائط المتعددة فهناك مصمم الرسوم، مصمم العروض، مصمم الصور، مصمم الاتصال، مصمم المعلومات والذي يحدد كيفية تقديم التغذية الراجعة، واختيار وسائط العرض المناسبة التي يتألف منها البرنامج النهائي.

**3- كاتب النصوص:** حيث يختار ويصمم شكل الحروف، ونوعها وحجمها، ويضيف ملاحظاته على السيناريو، بالإضافة إلى تصميم التفاعل فهو ينفذ السيناريو (خطة المشروع) وموقع كل من الصوت والصورة والرسوم و الفيديو، ويكتب النص على الشاشة، ويتحلى بالأمانة العلمية .

**4- متخصص الفيديو:** يقوم بتصوير لقطات الفيديو واختيارها ووضعها في أماكنها المناسبة ويجب أن يكون ذو خبرة بكل مراحل الإنتاج من كون المشروع مجرد فكرة حتى إخراج البرنامج.

**5- متخصص الصوت:** يعمل على تصميم وإنتاج الموسيقى والمؤثرات الصوتية، وإضافة الحوار الصوتي، ويعاين مدى جودة الصوت ليصمم في الأخير ملفات الصوت.

**6- مبرمج الوسائط المتعددة:** يعد مبرمج الوسائط المتعددة هو المسؤول عن وضع عناصر الوسائط المتعددة مع وعمل التكامل بينها وإضافة التفاعل إليها، وذلك باستخدام أدوات تأليف الوسائط المتعددة.

**5-2- تأليف الوسائط المتعددة:** يقصد بأدوات التأليف أنها مجموعة برامج توفر مجموعة من الآليات والإمكانيات اللازمة لإنتاج وإخراج مشاريع الوسائط المتعددة، فهي تعطي إمكانية دمج هدف المشروع مع محتوى المشروع، فهي إذن مجموعة من البرمجيات التي يتم من خلالها القيام بإنتاج مشاريع الوسائط المتعددة(مجلد لازم مسلم المالكي: 2005، 217).

**5-2-1- أسس التأليف:** قبل الشروع في إنتاج الوسائط المتعددة ينبغي مراعاة أسس هامة لإتمام إنجازها بنجاح هي(ميشال أنغولا: 2010، 143):

أ- دراسة الجدوى وتقدير التكلفة: وينطوي تحتها:

-إضفاء صيغة الوسائط المتعددة على المشروع.



- دراسة السوق: وذلك لمعرفة السوق المستهدف تغطيته من خلال طرح مجموعة من الأسئلة مثل: ما هي السوق والدوائر المستهدفة؟ هل هو جمهور عريض أو مؤسساتي؟ هل الموضوع يدير بإثارة اهتمام قطاع واسع من الجمهور؟ وإلى أي مدى يمكن توزيع هذه البرامج؟  
- المصادر: من أين تأتي مصادر معلوماتنا: نصوص، صور، فيديو، رسوم...، هل نملك حقوق استغلالها؟ .

د - اختيار الحامل التقني: أين نهتم بكيفية تنمية المشروع والجوانب التي تتعلق بطبيعة البرامج وميزانياتها، حيث أن البرنامج التفاعلي على قرص مدمج يتطلب تطورا أكثر تعقيدا من البرنامج العادي على القرص مدمج .

ب- ما الذي يجب اختياره (القرص المدمج أو القرص المدمج التفاعلي): ويتوقف هذا الاختيار على:

- تكاليف الانتاج.

- نمط التوزيع.

- العائد الاستثماري.

**5-2-2- تصميم وتأليف الوسائط المتعددة:** وتشمل هذه المرحلة كل عناصر التصميم مثل: إعداد السيناريو، الإعلان، تقديم صور متحركة، الفيديو، الرسوم... فالتصميم يعد جزءا أساسيا في عروض تكنولوجيا الوسائط المتعددة، فهو يترجم مدى معرفة ومهارة وإبداع المتخصصين في التعامل مع الحاسوب. ويحدد رودي(Redy) ست خطوات لعملية تصميم عروض برامج الوسائط المتعددة وهي:

1- كتابة السيناريو والتخطيط للعرض.

2- تحديد وإنتاج الصوت والفيديو أو تسجيلها.

3- إبداع الرسومات الخطية والمتحركة والعناوين الرئيسية.

4- تحديد لقطات الفيديو والصوت اللازمين لبناء برامج الوسائط المتعددة، وإدخالها إلى الكمبيوتر من خلال التجهيزات الخاصة بكل منها.

5- إعداد الصوت والفيديو والحركة، وذلك باستخدام أدوات الإعداد والبرمجة والتأليف، وما يضمنه ذلك من إجراءات المونتاج.

6- تصميم التفاعلية وتوزيعها على كل أجزاء العرض باستخدام برامج التأليف الخاصة بعروض الوسائط المتعددة



فعملية التأليف إذن تتم بدمج كافة العناصر المطلوبة، مثل الفيديو، الجرافيك، الصوت النصوص باستخدام أحد برامج انتاج الوسائط المتعددة، ثم إجراء عملية اختيار أولي للتأكد من سلامة العرض ودقته ومن ثم نقله إلى وسائل التخزين في أقراص الكمبيوتر المنقولة بواسطة برامج التسجيل(عباس مصطفى صادق: 2008، 134).

ويمكن تلخيص ما سبق للتبسيط أكثر في هذا النموذج المعد من طرف الدكتور حسين شفيق والمقدم في 12 مرحلة هي (حسن شفيق: 2006، 131-132)..

#### 1- مرحلة التحضير: تضم:

- تحديد المشروع ودراسة الجدوى.
- جمع المصادر والتفاوض حول حقوق المؤلف والحقوق المجاورة الأخرى
- الاختيار التقني للمعطيات وطرق البرمجة.

#### 2- مرحلة التصور أو التصميم:

- دراسة الهيكل العامة للبرنامج، الواجهة، وكافة المحتويات التقنية.
- الفحص التقني وتحرير العناصر المكملة (وضع سيناريو للمشاهد وللنصوص وللتعليق).
- إنجاز الفكرة والماكيت.

#### 3- مرحلة الإنجاز أو التنفيذ:

- رقمنة الوثائق وإنشاء مختلف الملفات.
- التصميم الخطي لمختلف الشاشات والحركات وتصميم العناصر السمعية.
- تسجيل الشريط -المسموع- والمزج والرقمنة.
- ضغط القرص المدمج التجريبي، واختيار المستخدمين.

#### 4- مرحلة الطبع:

- ضغط الأقراص المدمجة النهائية.
- التوزيع.

3-5- برامج الوسائط المتعددة: على الرغم من أن نظم تأليف الوسائط المتعددة تتيح الكثير من الأدوات والإمكانيات التي يمكن من خلالها تصميم وإعداد وإنتاج عناصر الوسائط المتعددة (النصوص، الصور، الأصوات، الرسوم)، إلا أن هناك برامج متخصصة لهذا الغرض، ويقدم كل واحد طرق أوسع وأشمل في تنفيذ وإعداد وإنتاج أحد هذه الوسائط، وهذا ما وجدناه من خلال عرض

عناصر الوسائط المتعددة، أين وجدنا برامج متخصصة في إعداد وإنتاج كل عنصر من العناصر وفيما يلي عرضا للبرنامج:

**3-1- برامج التشغيل (drivers):** يوجد العديد من برامج الوسائط المتعددة التي تستخدم لتشغيل الوسائط المتعددة في بيئة "ويندوز والماكنتوش"، حيث قامت كلا من مايكروسفت وماكنتوش بتطوير ملحقات الوسائط المتعددة لأنظمتهم كمحاولة لتطبيق معايير قياسية على أجهزة الحاسب الخاصة بهم ومن هذه البرامج برنامج: Quick Time , Media jukebox , media player ((حسن شفيق (2006، 124-125)..

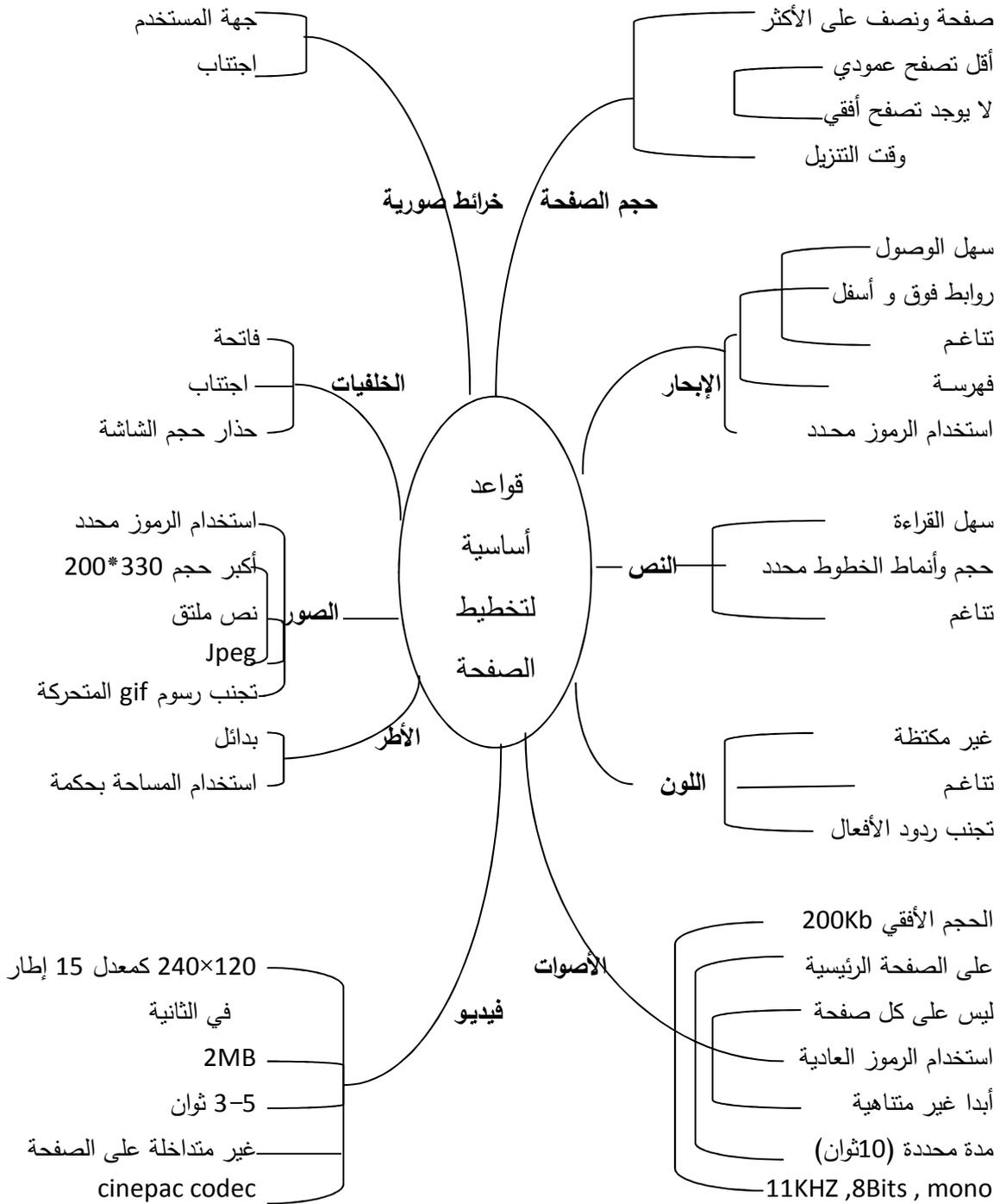
**3-2- برامج التأليف (authoring programs):** كانت عروض الوسائط المتعددة تتطلب مبرمجين محترفين، أما برمجيات التأليف الحالية جعلت من الممكن لغير المبرمجين برمجة الوسائط المتعددة بسهولة، بحيث تصدر الأصوات، وتعرض الأفلام، وتنتقل إلى مواضيع مختلفة من العرض عند نقر زر أو رسم، ومن أوائل أدوات التأليف لغة هايبر كارد Hyper card للكومبيوتر ماكنتوش التي تمكن من إنشاء و عرض الرسوم المتحركة و تشغيل الأجهزة الخارجية، وحاليا يوجد عدة برامج دايركتور (Director) برنامج author ware وبرامج أخرى تجعل عملية تأليف مشروعات الوسائط المتعددة أكثر قوة وفعالية وسهولة وهذه البرامج منها ما صمم بغرض إنتاج الأفلام أو إنشاء ألعاب الكومبيوتر أو الرسوم المتحركة، أو موجه للمدرسين لكي يضعوا دروسهم عليه(حسن شفيق: 2006 138-140).

**3-3- برامج العروض (Offers Programs):** وتتيح عرض الأفكار بطريقة منطقية ومرتسلة وتعطي فرصة للإبداع الفني عن طريق استخدام مكتبات الصور والرسوم والمؤثرات الصوتية ولقطات الفيديو والتحكم في تجسيم خطوط الكتابة، وتلوينها وتغيير اتجاه الإضاءة عليها، ومن هذه البرامج برنامج power point وبرنامج Howard graphics (عباس ناجي حسن: 2016، 140)، وتعتبر برامج العروض الأداة المثالية على الحاسب التي نستطيع استخدامها لتقديم إعلان عن سلعة في صورة عرض ذاتي التشغيل Auto Run presentation أو في مجال الدعاية، والتعريف بالخدمات التي يمكن أن تقدمها مؤسسة أو هيئة ما "جامعة أو مستشفى أو مركز تدريب"، فالهدف من استعمال برامج العروض هو جعل مشروع الوسائط المتعددة يعرض بطريقة مقنعة، ويبين أنه يحتوي على شرائح نصية وملفات صوتية وحركية، وهي تؤثر في الجمهور المستخدم(حسن شفيق: 2006، 141).



وعلى كافة المستويات تمثل مجموعة برامج شركة Microsoft وشركة Macromedia وشركة ADOBE نحو 80% من برامج الوسائط المتعددة، وتعد عناصر الصوت والصور وملفات الفيديو المكونات الرئيسية لأي مشروع من مشاريع الوسائط المتعددة، ونستطيع من خلال هذه العناصر إنشاء مشاريع وسائط متعددة ذات إمكانيات ممتازة (مجبل لازم مسلم المالكي، 2005، 220).

وسنقدم فيما يلي مخطط يشرح وباختصار كافة المراحل السابقة (فادية حجازي: 2006، 190):



مخطط رقم: (10) القواعد الأساسية لتخطيط الصفحة

## 5- تطبيقات الوسائط المتعددة:

يتم استخدام الوسائط المتعددة في مجالات علمية كثيرة، وهي بصفة عامة جميع المجالات التي يتواجد فيها الكمبيوتر كعنصر رئيسي في العمل، ومن بين هذه المجالات نذكر:



1- **التعليم:** يتزايد النشاط والاهتمام بالتعليم المعتمد على الوسائط المتعددة كل يوم، حيث جرى تنفيذ عدد من المشروعات تحت اسم "دمج الوسائط" "Media Fusion" بهدف اختبار الوسائط المتعددة التي تعمل على شبكات الكمبيوتر في المدارس، وقد جذب هذا المشروع مجموعة مؤسسات رئيسية من بينها شركتا Bellicose, Ameritech ومتحف الاستكشافات العلمية بجامعة إلينوي والمركز القومي لتطبيقات التكنولوجيا المتطورة بالإضافة إلى جامعة ميشيجان. وسوف يقوم المشروع على هدف مد حدود الفصل الدراسي، مما يؤدي إلى توسيع عالم الطلاب ويمنحهم إمكانية الدخول إلى قواعد بيانات متنوعة موزعة على كل أنحاء العالم (حسنيين شفيق: 2006، 171).

فالوسائط المتعددة توفر للمعلمين طريقة جديدة تساعد على تشجيع الطلبة، فبرنامج الوسائط المتعددة يتيح للمعلمين وللطلاب التعمق بالمواضيع من زاوية، أوسع عن طريق شمل البرنامج في الموضوع الواحد أكبر قدر ممكن من المعلومات مع رسوم توضيحية ونصوص وفيديو وسواها خصوصا بعد الانتشار الكبير لتقنية الأقراص المدمجة (CD) في عمليات التدريب والتعليم، وخاصة بعد نضوج هذه التقنية وانتشار أنظمة وأجهزة إدارتها ونسخها داخل كل أجهزة الكمبيوتر وبأسعار مناسبة، بالإضافة إلى أنها ساهمت كثيرا في توصيل المعلومات، وفهما بأسلوب شيق وسهل ومتفاعل من خلال الأقراص المدمجة الخاصة بالكتب الدراسية والتعليمية للمراحل المدرسية المختلفة كما استخدمت تكنولوجيا الوسائط المتعددة في إنتاج الموسوعات المتكاملة لما تحتويه من صور ولقطات فيديو حية، وأصوات بشرية وأصوات الحيوانات، ومنها على سبيل المثال الموسوعة التفاعلية "Encarta" (حسنيين شفيق: 2006، 170)

وهكذا انتشر التعليم الإلكتروني المعتمد على الوسائط المتعددة بشكل سريع، وأصبح مستقبلا باهرا للتعليم والتدريب، إذ يمكن القول بأنه سيصبح الأسلوب الأمثل والأكثر انتشارا واعتمادا في العالم. ولكن كوميوترات الوسائط المتعددة لا يمكنها أن تكون بديلا للمدرسين والعملية التعليمية، وإنما هي أدوات تساند وتدفع عجلة التطور في التعليم، وتحسن من فعالية المعلمين وقدرات الطلبة..

2- **التسلية والترفيه والتربية:** إن الهدف الحقيقي والأول لقيام الوسائط المتعددة كان التسلية والتعليم. اللذان نالا نصيبا كبيرا في هذا الحقل، أين أصبح اليوم التعليم في ظل الوسائط المتعددة دربا من دروب المتعة، وأصبحت التسلية هادفة تحوي بين طياتها معلومات علمية أو تاريخية.. الخ . فقدمت الوسائط المتعددة التعليم المسلي أو التسلية التعليمية (محمد حسن بصبوص وآخرون: 2010، 20)، حيث تسيطر ألعاب الفيديو حاليا على حصة الأسد في سوق صناعة الوسائط بالتوازي مع سوق

التطبيقات التربوية والتعليمية، فهناك توجهها نحو اختفاء الفوارق بين ألعاب الفيديو والفنون التربوية، حيث تعرف التطبيقات التي تجمع بين الجانب اللعبي والتربوي نجاحا منقطع النظير، فالكثير من الناشرين خاصة العاملين في قطاع ألعاب الفيديو قاموا باستثمار مبالغ كبيرة في سوق ما أصبح يعرف حاليا بمصطلح إديوتايمنت (edutainment) وهي كلمة مركبة من تربية (éducation) وترفيه (Entertainment) وتعني الجمع بين الجانبين التربوي واللعبي في تطبيق واحد، ففي فرنسا مثلا قامت شركة " أنفوگرام " (Infogrammes) وهي أكبر شركة ألعاب بإنشاء فرع لها تحت مسمى الشباب والثقافة (ميشال أنقولا: 2010، 99).

**3-الصناعة:** تتمثل تطبيقات الوسائط المتعددة في هذا المجال في خدمة العملاء وتشخيص الأعطال والصيانة والتدريب والوقاية والأمن الصناعي، ويعتبر استخدام الوسائط المتعددة في تشخيص واكتشاف الاعطال أكثر التطبيقات الصناعية المتوقع استخدامها، نظرا لتعدد أنواع المنتجات والمعدات في كافة مجالات الصناعة، حيث يمكن صيانة وإصلاح هذه المنتجات أو المعدات بكفاءة أكثر عن طريق دعم المتخصصين بوسائل إيضاح سمعية ومرئية، لمساعدتهم في إتباع الإجراءات المناسبة للصيانة أو الإصلاح (مجبل لازم مسلم المالكي: 2005، 228).

ومن أمثلة التطبيقات المستخدمة في المجال الصناعي نظام الوسائط المتعددة التفاعلي لشركة Owens-corning حيث يقوم النظام بمساعدة العاملين وتشخيص وإصلاح أعطال خط الإنتاج فبعد قيام النظام بتشخيص نوع العطل يتم استعراض أسلوب تنفيذ الإصلاح باستخدام صور وأشكال مرئية مصاحبة لها تعليمات صوتية لتوجيه القائم بالعمل، وفي إحدى مصانع الصلب استخدمت الوسائط المتعددة لتوضيح أخطار وطرق حماية عند التعامل مع الصلب في مراحل إنتاجه المختلفة ويقوم العاملون الذين يترددون على المصنع باستخدام النظام للتعرف على أسلوب العمل وأنواع المخاطر المحتملة واحتياطات الأمن المطلوبة (مجبل لازم مسلم المالكي: 2005، 229).

**4-الأعمال التجارية:** إن الأعمال التجارية هي المجال الأكثر نجاحا بالنسبة إلى الوسائط المتعددة حاليا، فمع تزايد التنافس أصبح من الضروري تقديم خدمات أفضل وتوفير معلومات حديثة إلى الزبائن بشكل متواصل، وتقدم الوسائط المتعددة للأعمال التجارية حاليا طرق عدة وذلك للبقاء في الطليعة في حقل التسويق والعلاقات العامة والتدريب وعروض البيع (محمد حسن بصبوس وآخرون 2010، 20).

فمثلا تقوم شركة Merrill Lynch حاليا باستخدام الإذاعة المرئية على المحطات العمل الخاصة بسماسرة الأوراق المالية، مما يساعد في تقديم كافة المعلومات اللازمة لهم سواء في صورة نصوص أو



رسومات أو أشكال متحركة، وذلك بالإضافة إلى توفير إمكانية مشاهدة قنوات الفيديو المختلفة التي تنشر هذه المعلومات مثل الأخبار المالية (FNN) Financial News Network وشبكة الأخبار CNN وشبكة روتيرز وغير ذلك (مجبل لازم مسلم المالكي: 2005، 227).

**5- المؤسسات المختلفة:** في عالم المؤسسات يتم استثمار التأهيل باستخدام الوسائط المتعددة في التغلب على عوائق الزمان والمكان المرتبطة بالتأهيل، فعن طريق الوسائط المتعددة يكون التأهيل متفردا ويتيح للفرد متابعة برنامج تأهيلي مستقل على باقي اعضاء الفريق، كما يكون هذا البرنامج أكثر فعالية خاصة بالنسبة للمؤسسات التي تعتمد على نظام اللامركزية (حسنين شفيق: 2006، 171). في عالم الطيران مثلا قامت شركة أميركان إير لائنز American Air Lines باستخدام نظام تدريب تفاعلي باعتماد الوسائط المتعددة لتعريف الطيارين بأجهزة الطائرة، كما قامت بإعداد نظام للتدريب في مجال تأمين الطائرات والمطارات، حيث تم إعداد هذا النظام باستخدام برنامج التأليف (مجبل لازم مسلم المالكي: 2005، 230).

أما في قطاع البنوك فهناك العديد من التطبيقات البرمجية التي تتضمن استخدام إمكانيات الوسائط المتعددة، حيث يتم عرضها على العاملين وتحميلها على كومبيوتراتهم الشخصية، وتستخدم هذه التطبيقات البنكية بالصوت والصورة كوسيلة تسويقية مساعدة في عمليات التبادل المصرفي (حسنين شفيق: 2006، 180).

## 7- مستقبل الإعلام في ظل الوسائط المتعددة:

**7-1- انعكاسات الوسائط المتعددة على الوسائل الإعلامية:** وتتمثل هذه الانعكاسات فيما يلي:  
**7-1-1- الصحافة الإلكترونية:** وقد نظر إلى الصحف الإلكترونية في البداية كخدمة مكملة لما تقدمه النسخة المطبوعة من الصحيفة، ثم أثير النقاش حول فكرة أن تكون الصحيفة الإلكترونية بديلا عن الصحيفة المطبوعة، ويمكن وراء ذلك عدة أسباب هامة منها: التفوق الذي أبدته المحطات التلفزيونية الإخبارية في تغطية الأحداث مثل قناة CNN، وقناة الجزيرة القطرية، بالإضافة إلى جذب تلك الصحف القراء، وتخطيها لمعوقات الورق، وارتفاع أسعاره (حسن شفيق: 2008، 73-74)، ويشير غوردن إلى أن الانترنت يمكن أن تقدم على الأقل ثلاث قدرات تساعد في جعل الصحافة الإلكترونية قوة مؤثرة وهي:

1- انفتاح الانترنت وقدرته على الوصول للجمهور.

2- خصائص الانترنت بتوظيف تكنولوجيا الهايبرتكست.

3- برنامج RSS التي تساهم في وصول الموضوعات ذات صلة التي يحتاجها المستخدم (وسام كمال: 2014، 75).

ويؤيد توم فيليس الاتجاه القائل بأن قوة الصحافة الرقمية تكمن في القدرة على دمج وسائل الإعلام المختلفة، حيث يمكن أن تتابع أخبار العالم على الانترنت مع مزيج من الصور والصوت والفيديو وهذه وظيفة فريدة يمكن أن تجعل الصحافة الرقمية تأخذ وقتا كثيرا من وقت قراءة الصحف ووقت مشاهدة التلفزيون، لذا تطالب إحدى الدراسات صحفيي الانترنت بأن يولوا اهتماما أكبر بكل من صحافة المواطن وصحافة الملتيميديا، لأنها ستجذبان الجمهور بشكل أكبر في ظل زيادة الإقبال على الإعلام الاجتماعي، فالصحافة الالكترونية تعني بتغذية المحتوى بكل ما توفره الانترنت من خدمات ويصف البعض صحافة الويب بأنها "صحافة الحديث"، ويرى تشارلي بيكيث في كتابه "إنقاذ الصحافة ينقذ العالم" أن الصحافة الالكترونية يجب أن تأخذ أفضل ما في الصحافة المدنية، وحركات الصحافة العامة وتزامن مع إمكانيات الشبكة (وسام كمال: 2014، 75-76). فيجب الأخذ بعين الاعتبار أن صحافة الانترنت هي صحافة الوسائط المتعددة، وهي تمثل شكلا من الإعلام الجديد خلقته الوسيلة لذلك يجب الابتعاد عن الأسلوب القديم للوسائل الإعلامية التقليدية في تناول القصص الإخبارية وربما يشعر بعض الصحفيون بالخوف والإحباط من مفهوم صحافة الوسائط المتعددة، ولكن هذا الخوف لا مبرر له، ويمكن التغلب عليه من خلال اختيار قصص مناسبة ليتم تغطيتها بأسلوب الوسائط المتعددة، وأن التعاون بين فريق من العاملين في موقع إخباري يسمح بمعالجة قصص على قدر مناسب من التعقيد والجدية والطموح، وهذا ما أكده الكاتب الصحفي "رونالدي ولك" (فؤاد الألويسي: 2012، 62).

فالصحافة الالكترونية تعد بيئة عمل جذابة بالنسبة للشباب، فهي توفر فرص العمل لجيل جديد من الإعلاميين ممن يمتلكون مهارة التعامل مع التكنولوجيا الاتصالية الحديثة، ويفهمون كيف يوظفونها في خدمة المستقبل أو الجمهور، حيث يحتاج العمل في الصحف الالكترونية إلى محررين لديهم مهارات أساسية في التحرير وإعادة التحرير، وعلى المحررين الجدد أن يعرفوا كيف يدخلون المقاطع الصوتية ومقاطع الفيديو في الموضوع، وعليهم أن يدركوا السرعة في التحرير، حيث يتعاملون مع الأشياء بعقل متعدد المهام والتصورات ليناسب تعدد الوسائط على الشبكة، لأنه من المتوقع أن يتحول الصحفيون في المستقبل إلى فريق وسائط متعددة بضم الصحفي والمنتج وأخصائي الفيديو، وأخصائي الصوت والمصمم، مضطرين إلى استخدام وسائط جديدة، وأكثر يسرا في جمع المعلومات من

المصادر كتقنية المؤتمرات عن بعد، التي تمكن الصحفي من إجراء الحوار دون التنقل، واستخدام قوالب تحرير جديدة تناسب الوسيلة الجديدة، حيث حلت النصوص الإلكترونية محل النصوص المطبوعة، وحلت الكلمات التي تومض "Flash" محل الكلمات المطبوعة على الورق (طارق سيد أحمد الخليفي: 2010، 52).

هذه المميزات وغيرها تمثل تحديا فعليا للمؤسسات الإعلامية في الاستثمار داخل شبكة الانترنت تماشيا مع العصر الإلكتروني وتحولاته.

**7-1-2- الإذاعة عبر الانترنت:** أعداد متزايدة من المحطات أصبحت تبث برامجها بواسطة الانترنت وما ساعد على زيادة أعداد تلك المحطات هو أن معظم الإصدارات الحديثة من برامج التصفح (Browser) تحتوي على قدرات ذاتية للاستماع للراديو، كما أن أجهزة الكمبيوتر أصبحت تحتوي على بطاقة راديو داخلية وإن كانت حسب الطلب إلا أنها متوفرة، ومن بين أشهر الوسائل استغلالا لفضاء الانترنت نجد هيئة الإذاعة البريطانية BBC، حيث أعلنت خططا لإطلاق خدمات انترنت متعددة الوسائط وبمجموعة متعددة من اللغات، وهي تهدف لأن تكون الرائدة في مجال تقديم الأخبار مباشرة على الشبكة، وبالتالي تخدم عددا هائلا من المستمعين والمشاهدين الذين سيتسنى لهم وفي كل أنحاء العالم فرصة التعامل مباشرة مع مذيعي شبكة BBC عبر الشبكة، حيث سيتمكن المستمعون من متابعة برامج الشبكة مباشرة بواسطة الانترنت والإذاعة على حد سواء، كما أنهم سيتمكنون من مشاهدة صور فيديو حية على الشبكة، ويمكنهم كذلك التفاعل والمشاركة في النقاش، ويقول كريس ويستون رئيس القسم متعدد الوسائط في الإذاعة "إننا نتمتع اليوم بالقدرة على استعمال وسيط يعتمد على الصوت والنص والصورة، وهذا يغير طبعة البث الإذاعي بكامله، ويمكننا بعد الآن أن نعطي مستمعينا المواد التي يرغبون في الحصول عليها في المكان الذي يريدون، وبالشكل والترتيب اللذين يختارونهما وباستطاعتنا تطوير علاقة فردية مع كل مستمع على حدة (www.ao-academy.org/11/05/2015)

**7-1-3- التلفزيون عبر الانترنت:** إن كانت الإمبراطوريات الإعلامية قد تصورت في البداية أن الانترنت ليست سواء قناة أخرى لضخ المعلومات وجني الأرباح، فإنها تجد نفسها الآن في موقع تحدي مع دخول أعداد كبيرة ومتزايدة من الشركات الصغيرة نحو ميدان الإعلام، ويعتقد خبراء شركة Forester أن الأيام التي كانت فيها الإمبراطوريات تهيمن على مجموعات هائلة من السكان تبدو وكأنها في طريقها للتغيير، بفضل دخول مجموعات جديدة ومبدعة تتحدى مواقع الكبار بمواقع إخبارية



وإذاعية وتلفزيونية منافسة، حيث يرى الخبراء أن مراكز القوة تنتقل الآن من أولئك الذين يمتلكون موارد الإعلام إلى أولئك الذين يمتلكون التكنولوجيا اللازمة لاقتطاع المعلومات وتأطيرها ونشرها عبر الانترنت ([www.ao-academy.org/11/05/2015](http://www.ao-academy.org/11/05/2015))

وتؤمن الانترنت حاليا إمكانيات تطور بشكل سريع لنقل الموسيقى وبيث شرائط الصور المرئية والأفلام السينمائية وعروض الحفلات الحية، ويشيع الآن مصطلح (webcasting) أو البث الشبكي والذي يعبر عن عملية بث البرامج المرئية عبر الانترنت نحو أعداد كبيرة أو محدودة، وهنا يتحول المصطلح إلى (narrowcasting) أو البث المحدود، وفي كلتا الحالتين فإن البث يمكن الشركات من إرسال الأفلام مع الإعلانات التي توفر لها الدخل المادي والأرباح ([www.ao-academy.org/11/05/2015](http://www.ao-academy.org/11/05/2015))

**7-2- العلاقة الوظيفية للوسائط المتعددة في العمل الصحفي:** يرى العديد من المختصين أن مسألة الوسائط المتعددة لا يمكن حصرها فقط في تعداد مزاياها بل الأهم هو المعرفة، فالوسائط المتعددة ليست مجرد تقنيات جديدة يستخدمها الإنسان لتنظيم المعلومات وتوثيقها وتوزيعها، بل هي مؤسسة لتقافة جديدة تدفع بع في عوالم مختلفة، تتغير فيها علاقته بالآخرين وبالأشياء من منطلقات منها: أن التكنولوجيا هي من المحددات الرئيسية للثقافة، فالكومبيوتر والوسائط المتعددة تساهم في تغيير تركيبة العلاقات الاجتماعية، لأنها تعيد صياغة وتشكيل طرق تنظيم المجموعات البشرية بإحداثها لنظم اتصالية جديدة، وهي إحدى عوامل تغير الفضاءات الاجتماعية للأشخاص وخاصة بالنسبة للأجيال الجديدة ([www.asbu.net/23.9.2015](http://www.asbu.net/23.9.2015)).

فلم تعد المعلومات في الإعلام الجديد استرسالا لعلاقات حاملة لمعان يحددها مؤلف النص ليؤولها القارئ الذي تحدد حرته وقدرته على التأويل، بل أصبحت متشابكة يتحكم في صياغة علاقتها المستخدم عن طريق تقنية النص الحي أو النشط، ولم تعد عملية النقل مشاهدة، استماع أو قراءة خطية، بل ملاحظة نشطة تفاعلية ([www.asbu.net/23.9.2015](http://www.asbu.net/23.9.2015)).

ويعد أكبر تأثير للوسائط المتعددة، فيما أطلق عليه الباحثين التقارب الإعلامي Media convergence بإزالة الحواجز بين الأشكال والوسائل الإعلامية المختلفة، فقامت المؤسسات الإعلامية بدمج صالات التحرير في موقعها الإلكتروني، وقامت شركات أخرى بتحويل أنشطتها استنادا على خبرتها، إذ استجابت لاحتياجات الجمهور، واختارت أن تتحول إلى "محركات للمعلومات" حتى لا تتخلى عن نصيبها من السوق، ولم يكون التغيير سهلا، لأنه يعني التحول من أحادية وسائل الإعلام إلى هيكل الوسائط المتعددة الكاملة، وتعدت الصحافة الإلكترونية فكرة "تقارب المنصات" إلى



"التقارب في الحرفة" ليكون الصحفي قادرا على إنتاج الصور والفيديو، والتخطيط وإدارة التحكم بالألوان، وهذا لا يقل أهمية عن الكتابة الجيدة، وصار التصميم (تصميم المواقع) في صلب صناعة الصحافة الجديدة (وسام كمال: 2014، 39).

فلقد تحدثت الصحافة نفسها وفريقها لكي تخطو بهم خطوة خارج خبراتها، ومحاولة تنسيق مجموعات من الأنباء تستفيد من كافة الأشكال والإطارات الإعلامية المتاحة، إن النصوص الفائقة والوسائط المتعددة التي تزخر بها بيئة الانترنت تؤكد مفهوم ثراء الوسيلة الإعلامية، إذ يفضلها بمقدار 75% من المتصفحين، ولذلك لا بد أن يسلم الصحفي الإلكتروني بمهاراتها (www.asbar.com/ar/centent/17.06.2014). وهو ما يتطلب إعادة التفكير في مؤهلات التعيين في غرف الأخبار والمزيد من التدريب للصحفيين.

فالإعلام الجديد هو إعلام تفاعلي متعدد الوسائط، والمعلومات يتم عرضها في شكل مزيج من النص والصورة والفيديو، مما يجعل المعلومة أكثر قوة وتأثيرا، فالوسائط المتعددة إذن قد أضفت على العمل الصحفي ميزات تنافسية، مما جعله أكثر فعالية وجذبا للمتلقي العصري الأمر الذي يستدعي تغييرات جذرية في دور الإعلام ووظائفه، فمكنت مجتمع المعلومات من تحقيق أهدافه عبر ميزات المتعددة، لاسيما وأن هذا المجتمع يعتمد على المعلومات الوفيرة كمورد استثماري وكسلعة استراتيجية وكخدمة وكصدر للدخل وكمجال للقوى العاملة (عبد العظيم كامل الجميلي، ثناء اسماعيل العاني: 2016، 90).

فالوسائط المتعددة تضيف على العمل الصحفي حيوية مما يزيد من قوة العرض ويزيد من خبرة المتلقي، فالتعدد والتنوع في توظيف الوسائل المتعددة هدفه هو نقل الأفكار في أكثر من وسيلة تدعم الفكرة والمعنى في مزيج واحد، ونعمل على استشارة الحواس وتنشيط العمليات المعرفية أين تزيد حدود التفاعل الذي يعتبر الهدف الأساسي من بناء المواقع الإعلامية، والذي توفره الوسائط المتعددة، ونتيحته شبكة الانترنت عن طريق البريد الإلكتروني، جماعات الأخبار، التليتكست (محمد عبد الحميد: 2006 99-101).

فقد بينت بعض الدراسات النفسية حول علاقة الوسائط المتعددة بالتذكر، أن المعلومات المقدمة عبر أكثر من وسيط لها حظ أوفر للرسوخ في ذاكرة المتلقي من المعلومات المقدمة عبر وسيط واحد والفضل في هذه الظاهرة يعود لعملية الاطناب التي لا تدع مجالا لحواس المتلقي في أن تغفلت من المنبهات المصوبة نحو أكثر من عضو حسي، وبينت دراسة تجريبية حديثة أن الأفراد الذين تعرضوا



لموقع إخباري مقتصر على النص فقط، على الرغم من أن كمية المعلومات المقدمة في الحالتين متساوية (www.arabicmediastudies.net/06/07/2015).

ومما سبق يمكن أن نستخلص خصائص الوسائط المتعددة على المواقع الإعلامية: على اعتبار مبدأ تعدد الوسائط وتنوعها وتكاملها في عرض الرسالة وفي جميع المجالات، ويمكن تحديد هذه السمات في (محمد عبد الحميد: 2006، 102-108):

- إن استخدامها في المواقع الإعلامية مرهون بخصائص تكنولوجيا الشبكات وحاجات المتلقين وبذلك فإنه ليس شرطا استعمالها مجتمعة، كما أنها ليست ضرورة للعرض والتقديم، ولكنها ميزة تميز موقعا إعلاميا عن آخر يستهدف الوصول إلى المتلقين وفقا لحاجاتهم وتفضيلاتهم في التعرض إلى الوسائل.

- يعتمد استخدام الوسائل المتعددة على استخدام الملفات الجاهزة (صوت، صورة، فيديو) لتدعيم المعنى والعمليات المعرفية وتلبية حاجات المتلقين، وذلك من خلال دعم النصوص بالصوت أو صور الفيديو.

- سيادة المفهوم المؤسسي في إنتاج الوسائل المتعددة وعرضها وتقديمها على الموقع الواحد، ويتأثر ذلك بالأهداف والسياسات والأفكار والتنظيمات وعلاقتها بغرفة الأخبار والعاملين فيها.

وقد حدد الدكتور عباس مصطفى صادق التطبيقات الصحفية للوسائط المتعددة في جملة من التطبيقات تبعا لحصر الأشكال المختلفة لعرض المواد الإخبارية في صحافة الانترنت، ووفق التجارب التي عرضت في مواقع المؤسسات الصحفية الكبيرة في:

- النص: يستخدم النص المطبوع للتوضيح Explain

- الملمتيميديا: تستخدم للعرض Slow.

- التفاعلية: للتوضيح والمشاركة to demonstrate and engage

وينصح صحافي الانترنت بتوزيع هذه الأشكال على طبقات بما يسمح بتقديم الأخبار في أجزاء صغيرة بدلا من تقديم كل معلوماتها في وقت واحد، فتوزيع الطبقات يسمح لعملية إنتاج تدعم عمق المعلومات، وتوسيع الخيارات أمام القارئ. (عباس مصطفى صادق: 2008، 174).

كل هذه الخصائص جعلت الوسائط المتعددة محط منافسة من قبل المؤسسات الإعلامية في التطبيق على الشبكة في إطار التقارب بين الوسائل المتعددة لتحقيق أهداف مختلفة، أين انتهى عصر المنافسة بين الوسائل الإعلامية، والتأثيرات التي كانت كل وسيلة تعكسها على الوسيلة التي سبقتها في

اجتذاب الجماهير وتحقيق الانتشار وتوفير الدعم المالي، وإذا كان خيار المتلقي بين الصحف المطبوعة والراديو والتلفزيون يرتبط بعوامل عديدة منها خصائص الوسيلة والمتلقي وتأثير بيئة العرض فهذه الوسائل قد اجتمعت بتأثير مفهوم الوسائط المتعددة في بيئة واحدة للتعرض هي بيئة الوسائط المتعددة التفاعلية "Interactive Multimedia Environment" التي ترتبط بخصائص النظم الرقمية بصفة عامة والعرض من خلال نظم الشبكات بصفة خاصة، وهذا ما يعكس أهمية الاعتماد على الوسائط المتعددة في المواقع الإعلامية التي تتمثل في:

1- يؤدي التعرض إلى أكثر من وسيلة إلى زيادة حصيلة الرموز الدالة على المعاني، مما يزيد من خبرة وتجربة المتلقي في التعامل مع الوسائل، ويرفع من درجة المشاركة والتفاعل مع موضوعاتها أو برامجها، ويسهم في سهولة الإدراك والتفسير وتدعيم التذكر وبقاء أثر العرض (محمد عبد الحميد: 2006، 108).

2- تستغل الوسائط المتعددة لتحقيق هدف من الأهداف أو كلها:

- قضاء وقت أطول مع المادة الصحفية.
- إضفاء المتعة مع الموقع.
- مساعدة المستخدم على تذكر معلومات أكثر.
- تذكر الاسم و العلامة التجارية للموقع.
- إعطاء المستخدم إحساسا بالترفيه (منار فتحي محمد: 2011، 108).

فالوسائط المتعددة هي مفتاح التحول في الشكل والمضمون، ويقول مؤيد بارز هو آل غو " لدينا وسائل جديدة للاتصال والترفيه، وكذلك الأهم من ذلك أنها تنقيف، وتعزيز للديمقراطية، وأيضا أنها سوف تخلق فرص العمل الجديدة والمشاركة السياسية والاجتماعية والاتصال والترفيه في أفضل أحوالها محاولة تجديد المجتمع من خلال تعزيز ارتباطنا في العالم الواسع، وفي الوقت نفسه زيادة انتشارها في هذا العالم (عبد الرزاق الدليمي: 2015، 113)..

7-3- تحديات استخدام الوسائط المتعددة صحفيا: وتتمثل في:

1- التحدي الأكبر أمام الصحفي في بيئة الإعلام الرقمي تكمن في امتلاك المهارات مع الأدوات والأجهزة السمعية والبصرية والمكتوبة، ثم القدرة على تكوين رؤية لصهر كل هذه المواد في بوتقة واحدة تخدم الجمهور، فالصحفي المعاصر يجب أن يجيد مختلف أدوات التواصل والنشر والبت بجانب التخصص والثقافة العامة والممارسة والتطبيق. (فريد مصطفى: 2010، 80).

2- صعوبة الوثوق والتحقق من مصداقية البيانات والمعلومات على المواقع الإلكترونية بسبب السرعة في البث الإلكتروني وعدم تحري الدقة، وإمكانية المتلقي من التدخل في القصة الخبرية وحصوله على الصور مما يؤدي إلى تحويرها. (عبد العظيم كامل الجميلي، ثناء اسماعيل العاني: 2016، 91-92)

6- فرضت عملية التقارب بين الوسائل الإعلامية التي اتسمت بها الوسائط المتعددة تحدياً لمؤسسات الأخبار، وتهديداً لثقافة الأخبار التي تفضل الفردية، النظم الخبرة ومجموعة التفكير على العمل الجماعي، وتبادل المعارف، كما أصبح تقسيم العمل والإنتاج داخل المؤسسات الإعلامية أقل وضوحاً بكثير، كما تآكلت الحدود بين غرف الأخبار، فتكنولوجيا الوسائط المتعددة تحدث أهم أعمدة الصحافة، وهو الصحفي المهني الذي يحدد للجمهور ما يرى ويسمع عن العالم (وسام كمال: 2014 73-74)

#### 8- الوسائط المتعددة وتصميم مواقع الويب:

لم تقف وسائل الإعلام بكافة أنواعها المقروء والمسموع والمرئي مكتوفة الأيدي أمام الإعلام الإلكتروني الجديد بوسائطه وتقنياته المتطورة، بل كانت السباق في دخول هذا الميدان لاسيما أنه له الكثير من المميزات مثل قلة التكاليف والعاملين قياساً للمؤسسات الإعلامية التقليدية، فضلاً عن تجاوزه للحدود الجغرافية والرقابية، إذ أسست معظم الصحف الورقية والإذاعات والتلفزة مواقعاً إلكترونية خاصة به، وهذا الإقبال على الإعلام الإلكتروني بتنوع مواقع حمل القائمين عليه أن يطوروا من أساليب التصميم والإخراج، واستخدام الوسائط المتعددة، وإضافة الجمالية والتفاعلية عليها (عباس ناجي حسن: 2016، 113).

8-1- تعريف الموقع الإلكتروني: يطلق عليها بالإنجليزية "web sites" والتي يمكن الوصول إليها من خلال محدد موقع المصدر، العنوان "inform Resource Locator URL" أو عنوان الموقع الذي سيطلبه مستعرض الويب "web browser" ولها أنواع مختلفة (عباس ناجي حسن: 2016 114). فالموقع الإلكتروني إذن هو تلك المساحة الإلكترونية المحجوزة ضمن خادم ما وتحت اسم نطاق معين في الشبكة العنكبوتية الانترنت، يضم مواد معلوماتية يمكن أن تحتوي على نصوص أو صور أو رسومات أو مواد سمعية أو بصرية ثابتة ومتحركة، كالأغاني أو مقاطع الفيديو، ويتم إنشاء وتصميم الموقع الإلكتروني بلغات برمجية وتصميمية خاصة يفهمها الكمبيوتر، ويتم رفعه بعد ذلك وتحميله على شبكة الانترنت باستخدام برامج خاصة وتطبيقات معينة.

8-2-أنواع المواقع الإلكترونية: إن لامركزية الانترنت وعالميتها جعلتها ميدانا خاصيا ومقصدا لجميع المؤسسات بمختلف أنواعها وانتماءاتها باستغلال لا محدوديتها إلى الوصول إلى قطاعات عريضة من الجماهير، عن طريق إنشاء مواقع خاصة بها، ومن أهم هذه المواقع:

أ-مواقع تجارية: تتميز هذه المواقع بالتالي:

- دعم المنتج الذي تصنعه أو تبيعه الشركة التي ترعى الموقع.
- الإعلان عن المنتج الذي تقوم الشركة أو المؤسسة بإنتاجه.
- المساعدة على بيع المنتج الذي تقوم الشركة صاحبة الموقع بإنتاجه من خلال عمليات التسويق الشبكي.

ب-مواقع تفاعلية: تركز هذه المواقع على عملية التفاعل مع الزوار من خلال:

-منتديات و ساحات الحوار المكتوبة.

-غرف الدردشة.

-الحوارات الصوتية التفاعلية.

-المجموعات البريدية.

وهي مواقع تعتمد على عملية المتابعة والمراقبة من خلال مشرفي النقاش والتفاعل الشخصي(محمد فلحي: 2005، 136).

ج-مواقع تعريفية: وتقوم هذه المواقع بالتعريف بأنشطة وفعاليات المؤسسات التي أسستها، وهي غالبا ما تكون مؤسسات غير ربحية، مثل المؤسسات الخيرية والعلمية والفكرية والثقافية، وغالبا ما تكون تكتفي مثل هذه المواقع بنشر الفعاليات الخاصة بالمؤسسة دون الاهتمام بالتغطيات الصحفية والإعلامية أو حتى الاستعانة بمختصين لتغطية أنشطتها وفعاليتها، وقد تقدم بعضا من الخدمات المعرفية أو المعلوماتية للمهتمين، إلا أنها تنتم في الغالب بتباعد مدة التحديد للموقع(عبد الرزاق محمد الدليمي: 2011، 35).

د-مواقع إخبارية: وتحمل هذه المواقع في صفحاتها الإخبارية والتحليلات المتجددة يوميا، وهي في استمرار دائم وغالبا ما تكون تابعة للقنوات التلفزيونية وخاصة الإخبارية، ووكالات الأنباء ويكون وراء هذه المواقع مترجمون بكل جديد(عباس ناجي حسن: 2016، 117).

وهذا النوع "المواقع الإلكترونية الإخبارية" هو النوع المهم في أطروحتنا، لذا سنسلط الضوء عليه حيث ينقسم إلى:

✓ مواقع الصحف الالكترونية: وهي مواقع الكترونية تابعة لصحف ورقية أو تكون مواقع لصفح على الشبكة فقط دون أن يكون لها نسخة ورقية(حسني محمد نصر-سناء عبد الرحمان: 2004، 317). والتي تتميز ب:

- تعتمد على هياكل إدارية منتظمة.

- تعتمد على محترفين في المجال الصحفي(محمد فليحي: 2005، 139).

✓ مواقع القنوات الإذاعية والتلفزيونية: وهي التي توفر خدمات إخبارية مسموعة ومرئية على مدار الساعة فضلا عن خدماتها الأخرى(حسني محمد نصر-سناء عبد الرحمان: 2004، 317) ومن أبرزها موقع الجزيرة نت، موقع هيئة الإذاعة البريطانية BBC، مواقع الشبكات العملاقة الإذاعية والتلفزيونية BBC و NBC وتتسم هذه المواقع بعدد من المواصفات:

- الترويج للمؤسسة الإعلامية التي تتكامل معها، وتدعم دورها الإعلامي سواء أكان دورا إذاعيا أو فضائيا أو صحفيا.

- إعادة إنتاج المحتوى الذي تقدمه في المؤسسات الأساسية التي تقوم بدعمها والتكامل معها بما يتلاءم مع طبيعة الانترنت(محمد فليحي: 2005، 138).

✓ مواقع الويب الأخرى: وهي التي تقدم خدمات إخبارية ضمن خدماتها الأخرى من معارف ومعلومات وإعلان ودعاية، وخاصة مواقع الشركات العملاقة مثل (نيتسكب، وميكروسفت وياهو) (حسني محمد نصر-سناء عبد الرحمان: 2004، 317)

وقد تبدو مواقع الأخبار التابعة للصحف ومحطات الإذاعة و التلفزيون متشابهة جدا فهي توضح أخبارها بالصور و تقدم العديد منها أشرطة فيديو متتابعة و متدفقة باستمرار للأخبار أو نشرات أخبار كاملة وتقدم أيضا صيغة نشرة مجمعة تنشر ملفاتها، إذ يمكن للمستخدمين فيها إنزال أو تحميل الملفات من الانترنت على جهاز حاسوب، ويمكن في بعض المواقع قراءة الخبر أو الإصغاء لكاتبه يتلوه بصوته، وقد بدأت بعض المواقع الإخبارية بإنشاء مدونات الكترونية خاصة بها تتيح الفرصة للصحفيين لتدوين مفكرات على الخط عن الأخبار التي يغطونها أو القرارات التي تتخذ في مكاتب التحرير(جليلة عبد الله خلف: 2014، 131).

والدول العربية هي الأخرى مستها التحولات الإعلامية الالكترونية العالمية بإقامة مواقع الكترونية لها على شبكة الانترنت، والتي تعتبر الأنسب والأسهل والأقل تكلفة كوسيلة إعلامية معاصرة، مثل موقع الجزيرة نت والعربية نت، وتعد موقع الجزيرة نت الرائدة في هذا المجال والأكثر تأثيرا في الشارع



العربي فيما تقدمه من مناظرات مفتوحة وحرية التعبير ونقل الأحداث بموضوعية وبكل جدية، يكمن دور هذا الموقع في استكمال الدور الريادي لقناة الجزيرة في تطوير الرسالة الإعلامية العربية، وتمكين الجمهور العربي من المتابعة التفاعلية المتواصلة للأخبار وتحليلاتها على شبكة الانترنت (فارس حسن الخطاب: 2012، 103-105).

إن المنافسة بين المواقع الإعلامية الإلكترونية قد تحسم الأمور لصالح المواقع الأكثر تطورا من الناحية التقنية، واستخدامها للوسائط المتعددة والأكثر حجما على مستوى المضمون، وأما الجمهور فقد يتخلى عن وسائل الإعلام المألوفة له لصالح وسائل أخرى لها القدرة على رفده بالمعلومات والأخبار التي يرغب فيها أكثر من تلك الوسائل المحلية، كما هو الشأن في أغلب دول العالم (عباس ناجي حسن: 2016، 120).

**8-3-تصميم المواقع الإلكترونية:** تتنوع المواقع في أهدافها وأسلوبها ومحتوياتها وتنظيمها ونوع قراءتها، وينعكس ذلك على تصميمها والعناصر المكونة للتصميم، وفيما توجد مواقع تحتوي على جميع عناصر الوسائط المتعددة من نصوص وصور ورسومات وأصوات وفيديو ومؤثرات بصرية وصوتية تعتمد مواقع على النص والرسم، ثالثة على الصورة، ورابعة مكرسة للبحث الإذاعي وهكذا.

والتصميم بوجه عام هو وسيلة لتحقيق غاية ما، فمسؤولية المصمم في إنشاء موقع يستطيع المستخدم من خلاله التجول للحصول على معلومات معينة يبحث عنها، ويصاب المستخدم بالإحباط عندما يتجول في الموقع دون أن يجد غايته، مما يجعله يترك الموقع كله، فالمستخدم لا يريد إضاعة الوقت في الضغط على الصفحات خاصة إذا كان الاتصال عن طريق مودم بطيء، فبناء موقع سهل التجول جزءا في غاية الأهمية لنجاح الموقع (kaye barbara and Medoff norman :1999. 278)

**8-3-1-أجزاء صفحات الويب:** تنقسم صفحات الويب إلى قسمين أساسيين: هما صفحات البدء وصفحة المحتوى.

**الصفحة الرئيسية:** صفحة البدء (Home page): هي مزيج من صفحة عنوان (title page) وقائمة محتويات وفهرس ومقدمة، وهي الصفحة الأولى أو الأعلى في الموقع وعادة ما تحتوي على مواد استهلاكية، وقائمة بالوصلات التشعبية إلى جميع محتويات الموقع أو إلى الأقسام الأخرى في المواقع الكبيرة.

- **صفحة المحتوى (content page):** وهي الصفحة التي تضم المضمون أو المحتوى المشار لها في الصفحة الرئيسية مثلا(رياضة، اقتصاد، علوم وتكنولوجيا وهكذا)، ولكل صفحة محتوى تحمل وصلة عودة إلى صفحة البدء أو إلى الصفحة السابقة لها.

وتتكون صفحات مواقع الويب من أجزاء ظاهرة عند عرضها بالمستعرض وأخرى غير ظاهرة والعناصر الأساسية المكونة للأجزاء الظاهرة هي الرأس(Header)، الجسم (Body) القدم(Footer).

- **الرأس:** يحمل عنوان النص أو الترويسة المكتوبة أو المرسومة، ويمكن أن يحتوي على وصلات تشعبية مباشرة إلى الصفحات الأخرى في الموقع أو مجموعة من إشارات الأمام(Next) أو الخلف(previous) .

- **الجسم:** يحتوي على معلومات أساسية حول الموقع مثل تاريخ إنشائه وتجديده واسم المؤلف والعنوان الإلكتروني واسم الجهة الناشرة أو التي تدير الموقع، وأيضاً يحمل أحيانا عناوين أجزاء الموقع وبجانب هذه المكونات هناك مكونات أخرى هي:

- **خارطة الموقع:** إن خارطة الموقع (site Map) هي وسيلة لتوجيه الزائر وإعطائه فكرة مهمة لبنية الموقع ومحتواه، وتوفر له الوصول إلى المحتويات بالنقر عليها سواء كانت في شكل نصوص أو رسومات توضيحية، وهي وسيلة إدارة الموقع وتضم قوائم المحتوى.

- **أدوات الملاحة في الموقع:** من الضروري توفير وسائل لمساعدة القارئ في الملاحة في الموقع (navigation Tools)، وهناك عدة أنواع للملاحة في الموقع يجب أن تدعمها أداة الملاحة هي:

• الهبوط إلى أسفل الصفحة، إذ توجد العناصر المكونة لها حسب القائمة.

• الصعود إلى أعلى إذ يوجد اسم الصفحة.

• الملاحة عبر الصفحة إلى أجزائها المختلفة.

• الملاحة بين أدوات الصفحة المختلفة مثل مجال البحث وأدوات تحريك الصفحة

وتوفر المستعرضات خانة لتحريك الصفحة بضم زر المشاهدة النافذة، بجانب أدوات تحريك الصفحة مما يساعد على الوصول إلى المعلومات المطلوبة.

- **الوصلات:** تتبع قوة الشبكة من وجود الوصلات(links) بين الصفحات والمواقع، وتتصل فيما بينها في شكل نسيج متشابك، ويتم التعبير عنها في الموقع بتغيير الألوان أو بالرسم الإيضاحي للإشارة إلى الضغط و النقر دون كتابة ذلك مباشرة(جليلة عبد الله خلف: 2014، 142-143).

- **هوية الموقع:** تتكون كتلة هوية الموقع من اسم وشعار المؤسسة التي يمثلها الموقع، وعادة ما تكون بنفس شعار وألوان المؤسسة والتي تظهر على مطبوعاتها، ويوضح الشعار ماهية الموقع ويوجد بأعلى كل صفحة بالموقع شكل كتلة الهوية بإدراك المستخدم للعلامة التجارية للموقع. ويختلف شكل شعار الموقع من موقع لآخر طبقاً لشهرة الموقع نفسه أو المؤسسة الصادرة عنها، ففي المواقع غير المشهورة يكون اسم وشعار الموقع أكبر من مثيله في المواقع المعروفة، كذلك قد يحتاج إلى قدر صغير من المعلومات التعريفية الإضافية بكل صفحة (Beaird Jason: 2007, 07).

- **أدوات البحث (Searching Tools):** يحتاج المستخدم إلى وسيلة للبحث عن المعلومات، ولذلك يجب أن تتضمن صفحة البدء وسيلة للبحث عن المعلومات في الموقع، ويتم الإشارة إليها بوضوح بالرسم أو بالكتابة أو بالإشارة إلى الصفحة التي توجد فيها خزانة البحث عن المعلومات.

- **الأدوات التفاعلية (interactivity Tools):** وهذه تكون عن طريق البريد الإلكتروني أو منابر الحوار أو مساحات النقاش، ويمكن أن تتوفر الأدوات وحيز البحث في الصفحة الأولى أو أية صفحة أخرى، وتتمثل في الأزرار والأيقونات (عباس ناجي حسن: 2016، 123).

- **فالأزرار (Buttons):** مصطلح يشير في لغة تصميم مواقع الويب إلى الأشكال الجرافيكية التي تعكس الروابط، ونشأت هذه الاستعارة مبكراً من استخدام الأشكال التي تشبه الأزرار، وتعد الأزرار وسيلة جيدة لتحسين يسر استخدام روابط الموقع، ويمكن استخدام المواد الجرافيكية أو لغة HTML لتشكيل الأزرار، مثل وضع خطوط حول الزر وإعطاءه بالتالي بروزاً، وهذه الوسيلة سهلة لجعل المنطقة تبدو قابلة للنقر عليها.

- **الأيقونات:** فالمقصود بها صور صغيرة مستحدثة لتمثل فعلاً ما أو مضموناً معيناً، ويمكن أن تستعمل بمفردها أو مع الكلمات، وهي توفر المساحة، وتقول للمستخدم أكثر مما تستطيع الكلمات قوله، وهناك أيقونات معروفة مثل أيقونات الطبع، أو الإرسال عبر البريد الإلكتروني (منار فتحي محمد: 2011، 167).

- **الرسومات الإيضاحية المتحركة والصور:** تستخدم الصور والإيضاحات في حالات مختلفة كبديل للنص أو لتعزيز النص أو لإضاءة النص، وهناك بعض الاعتبارات يجب الاهتمام بها للتعامل مع الصور والجرافيك، أهمها سرعة نقل المعلومات وزمن التحميل، فمهما يحتاجان إلى زمن طويل حتى يظهر في شاشة المستخدم، فهذه الأشكال يمكن أن تضيف الكثير من جاذبية الموضوعات، ولبعض المستخدمين فإنها يمكن أن تكون الوسيلة الوحيدة المؤثرة في إيصال الرسالة، ولكن يجب أن تخدم هذه

العناصر موضوع الموقع، وأنها ضرورية للعرض مثلما في حالة الخرائط (Maps) أو الرسومات البيانية أو الصور الوثائقية، وإذا ما كانت الصورة كبيرة الحجم ضرورية للعرض فمن الأفضل أن تكون في صفحة ملحقة، وتستخدم كذلك كخلفية باهتة لتضيف للصفحة إضافة بصرية، وتستخدم الإيضاحات أيضا للتعبير عن أدوات الإشارة إلى العناوين الجانبية أو للتجوال عبر المواقع، كما تعد الإيضاحات المتحركة (Animation) من وسائل التي تبعث الحياة في صفحات الويب، وتصل إلى أعلى المستويات في مواقع الألعاب وفي الإعلانات وفي شعارات في شكل حركة متكررة أو مساحات لونية تصغر وتكبر أو تضيء وتنطفئ أو في المواد التوثيقية المختصرة.

-**الوسائط المتعددة:** تعد الوسائط المتعددة مهمة لمعظم المواقع في الانترنت بينما تتم الإشارة إلى المواد الضوئية برسومات توضيحية تعبر عن مذياع أوجه لبث موسيقى أو الغناء أو أي أصوات أخرى. فإن الفيديو تلزمه مساحة لعرضه، وإذا كان لابد من استخدام الفيديو فيجب التعامل مع لقطات تستجيب للضغط المطلوب لإرسالها عبر الشبكة (جليلة عبد الله خلف: 2014، 144 - 146).

-**الألوان:** ليس هناك معايير محددة لاستخدام الألوان في صفحات الموقع عدا أن تتناسب الألوان مع الحروف الظاهرة على الشاشة والحروف السوداء على القاعدة البيضاء هي أعلى درجات التباين اللوني، ولا ننسى البياض الذي يعد إستراتيجية لإراحة العين وإحداث التوازن في الصفحة، عين يجعل البياض الصفحة تستريح بإرشاد عين المستخدم عبر الصفحة، كما يحقق التوازن والوحدة بالتصميم.

-**الإطارات (Frames):** خيار من خيارات تصميم صفحات الويب الذي يوفر تصميم الصفحة إلى عدة خلايا، كل واحدة تلعب وظيفة مختلفة أو متداخلة مع محتويات الإطارات الأخرى، وهي تسمح بعرض عدد من وثائق في صفحة واحدة (جليلة عبد الله خلف: 2014، 144 - 146).

-**قوائم التجول (Navigational Menus):** تحتاج المواقع لقوائم لأن المظهر يختلف من موقع لآخر، فهي أحد الأدوات المساعدة للتجول تكون إما في صورة قائمة مسدلة، أو قائمة قابلة للتحريك وتعد القوائم المسدلة للأسفل أكثر الأنواع انتشارا واستعمالا، حيث تصمم النصوص وترفق أحيانا برسوم (منار فتحي محمد: 2011، 167).

**8-3-2- تصميم المواقع الإلكترونية:** إن المعادلة الدقيقة التي يجب الحفاظ عليها عند تصميم وإخراج المواقع الإلكترونية تتمثل في كيفية تحقيق توازن بين استخدام مميزات الصحف الإلكترونية مع تحقيق البساطة والوضوح والجاذبية، بحيث يتجنب المصمم التوسع في استخدام الصور والوسائط المتعددة التي قد تؤدي إلى البطء في عملية التحميل والتصفح، فالأجهزة التي يستخدمها القراء تختلف

في إمكانياتها وسرعتها وبرامجها، من هنا لابد من مراعاة البساطة ووضع الصور والوسائط المتعددة في إطار اختيارات متاحة للمتصفح، قد يستخدمها أو لا يستخدمها بحسب احتياجاته ورغبته، لأن القراءة هنا قد تطلب منه الانتظار لبعض الوقت حتى تتم عملية التحميل (جليلة عبد الله خلف:

2014، 144 - 146).

وهناك ستة مراحل أساسية تمر بها عملية إنشاء موقع شبكة الانترنت هذه المراحل هي كما

يلي ([www.repository.sustech.edu/23.04/2016](http://www.repository.sustech.edu/23.04/2016)):

- 1- التخطيط للموقع.
- 2- جمع المعلومات.
- 3- تصميم الموقع.
- 4- بناء الموقع.
- 5- الترويج للموقع.
- 6- المتابعة و التقييم والصيانة.

**المرحلة الأولى: التخطيط للموقع:** في هذه المرحلة يتم تحديد الهدف من إنشاء الموقع ثم تبدأ في جمع وتحليل المعلومات، لنقوم بعد ذلك بحجد الموارد المادية والبشرية اللازمة لبناء الموقع، كما يتم تحديد الخطوط العريضة لمحتويات الموقع، وبالتالي تحديد مستوى التكنولوجيا المطلوبة لتنفيذ الموقع ومصادر المعلومات الخاصة بالموقع، وتشمل الاحتياجات الأساسية لتصميم الموقع خمس عناصر أساسية هي: فريق العمل، النواحي الفنية، مزودي الخدمات، الميزانية، إدارة فريق العمل.

**المرحلة الثانية: جمع المعلومات:** أين تقوم بتحديد تفاصيل محتويات الموقع والكيفية التي سيتم بها هذه المحتويات، وعمل هيكل تنظيمي للموقع على شكل خريطة روابط.

**المرحلة الثالثة: تصميم الموقع:** يتم تنفيذ الصفحة الرئيسية للمواقع، وقواعد البيانات، كما يتم ربط مكونات الموقع مع بعضها البعض، ورفع الموقع على شبكة الانترنت وتجربته، والتأكد من عمل كافة المحتويات.

**المرحلة الرابعة: بناء الموقع:** في هذه المرحلة يتم ربط مكونات الموقع مع بعضها البعض، ورفع الموقع على شبكة الانترنت وتجربته، والتأكد من أن الروابط الموجودة على الموقع تعمل، وواعد البيانات أيضا تعمل بصورة سليمة، وان النماذج مرتبطة بقواعد البيانات، وقواعد البيانات مرتبط بالصفحات التي تقوم بعرض البيانات.

**المرحلة الخامسة: الترويج للموقع:** وذلك بالترويج والدعاية للموقع، فإذا كان الموقع عالمي فسيتم الدعاية للموقع على مستوى عالمي في وسائل الإعلان العالمية، أما إذا كان هدفه الاتصال بالجمهور من داخل البلد فيفضل الترويج له باستعمال الصحافة المكتوبة والإذاعة والتلفزيون، البطاقات الإعلانية، المنتجات والهدايا المحلية.

**المرحلة السادسة: المتابعة والتقييم والصيانة:** يجب أن تكون عملية الصيانة مستمرة للموقع، وذلك باختيار التصميم الذي يسمح بعملية الصيانة ([www.repository.sustech.edu/23.04/2016](http://www.repository.sustech.edu/23.04/2016)).

وهناك طريقتان لتصميم المواقع على الانترنت، الأولى تتطلب معرفة المستخدم للغة HTML والطريقة الثانية عن طريق برامج التصميم وهي الأسهل، فضلا عن أن هناك العديد من برامج التصميم التي لا تحتاج إلى معرفة مسبقة بلغات برمجة المواقع ومنها للمبتدئ، هنالك برنامج (Front Page) والذي يمكن من تصميم صفحات عربية، وعلى الرغم من أن برنامج التصميم جعلت HTML ليس بالأمر الضروري، ولكن المراحل المتقدمة ستتطلب على الأقل انجاز بعض المهام باستخدام لغة HTML، والعمل على دعم هذا الترقيم المترابط للنص العربي والكتابة من اليمين إلى اليسار عن طريق تطبيقات الانترنت مع النص العربي (محمد فليحي: 2002، 131).

**8-4- معايير جودة المواقع الإلكترونية:** ينظر الكثير على أن المواقع المتوفرة على الانترنت تتمتع بجودة ومرجعية كبيرة. لكن الواقع قد يكون عكس ذلك، فليس كل ما يوجد على الانترنت يتمتع بجودة كافية فمع الاعتماد الكبير الذي يزداد يوما بعد يوم على المواقع الإلكترونية في شبكة الانترنت تزداد الحاجة إلى تقييم جودة المواقع والخدمات الإلكترونية التي توفرها، ولقد كثرت الدراسات والبحوث المنشورة في مجال تقييم جودة المواقع الإلكترونية، حيث قام العديد من الكتاب والباحثين بإجراء دراسات عن هذا الموضوع، وقاموا باستخدام معايير كثيرة، والجدول التالي يستعرض أهم دراسات الكتاب وأهم المعايير المتبعة (محمد مصطفى حسن: 2010، 40-41).



المعايير	الكاتب
المعلومات - طريقة العرض - سهولة التعامل	Singh and Fisher 1999
هدف الموقع-الوصول للمعلومات داخل الموقع- بنية الموقع-التصميم المرئي للموقع للمعلومات	Heimlich and Wang 1999
حدائة المعلومات-الدقة-القدرة على تحديد موقع المعلومة-سهولة الاستخدام والتصفح الأمان-سرعة تحميل الصفحات-المساعدة المقدمة على الموقع-أسلوب العرض الاعتمادية للموقع	.....?? 2000
سهولة التصفح-توفر أداة للبحث-دقة المعلومات-شمولية المعلومات-طريقة عرض المعلومات ووضوحها	Z hang and dran 2001
السلطة الفكرية-الدقة-الموضوعية-الحدائة والمعاصرة-التغطية الملائمة	الهادي صالح 2001
المسؤولية-القدرة والاسترجاعية-دعم المستفيد-المعلومات-المتطلبات المالية- الجوانب الشكلية-التكاليف	حسن 2000
السهولة-الميزات التفاعلية المباشرة بين الموقع والمستخدم-علاقة المعلومات المتوافرة مع ما يتوقعه المستخدم- سرعة تحميل الصفحات.	Singh and sook 2002
المسؤولية-التغطية-القدرة الاسترجاعية- دعم المستفيد	بشير 2006
سهولة الوصول إلى المعلومة - الجودة - الأمان - الخصوصية .	Choudrie and al 2004
القدرة على إيجاد المعلومات - شمولية من وجهة نظر المستخدم	Lautenbach and all 2006
التواصل المباشر-الفورية في الحصول على المعلومات-سرعة الاتصال-غنى المعلومات وتنوعها-توفر المعلومات-تنوع طريقة العرض-سهولة الاستخدام الاعتمادية في توفير المعلومات-التكيف حسب رغبة المستخدم	Madeja and sloder 2003
جودة المحتوى-التحديث-الدقة-الموضوعية-جودة التصميم-جودة التنظيم-جودة سهولة التعامل	حسن أبو الرجاء 2007
الفورية-سهولة الإفادة-الإتاحة-الجدوى-المرونة-التفرد-الدقة-ضمانات الدقة-الاطراد الاستقرار .	Z lang

جدول رقم (11): يبين آراء الباحثين حول معايير تقييم جودة المواقع الالكترونية.



وهناك وجهة نظر أخرى من اقتراح كريكت هينز crichet Henze وكورنيلا برونر cornelia Brunner تقضي بوجود مجموعة من المعايير لتقييم مواقع الويب (www.repository.sustech.edu/23.04/2016)

1- على مستوى الشكل Look:

- ما هو مظهر الموقع وما الشعور الذي يولد عند رؤيته؟
- هل الخطوط (Fronts)، والخلفيات والألوان والصور متوافقة المظهر والشعور؟

2- الإخراج Layout:

- ما مدى تنظيم الموقع؟
- هل التنظيم ثابت من صفحة إلى أخرى؟
- هل من السهولة بمكان قراءة كل صفحة؟
- هل الحصول على المعلومات أمر سهل؟

3- عناصر الوسائط Media Elements:

- هل يتضمن الموقع صور وصوت ورسوم متحركة؟
- أي الوسائط المتعددة تم استخدامها؟
- كيف تدعم عناصر الوسائط محتوى الموقع؟

4- تصفح الموقع Navigation:

- أمن السهل التجول داخل الموقع؟
- هناك خارطة للموقع؟
- هل يسهل التعرف على الوصلات؟
- وهناك أكثر من طريقة للإيجار داخل الموقع؟
- هل الأيقونات المستخدمة تبرز بوضوح ما يفترض فيها أن تمثله؟

بعد عرض المعايير المقدمة من قبل الباحثين في هذا المجال يتضح وجود اختلاف في معايير ضبط جودة الموقع الإلكتروني، وذلك تبعاً لنوع الموقع والهدف منه، ويعود ذلك إلى اختلاف توجهاتهم العلمية وتخصصاتهم، إلا أنهم وضعوا في الإجمال معايير يمكن استخدامها لتقييم مواقع الويب تقيماً علمياً يتسم بالموضوعية المستمدة من أسس علمية وفنية.



إن الوسائط المتعددة تشكل مزيجاً نصي صوتي وصوري يضيف على المواقع الإعلامية جمالية وجاذبية ومهارة وتفاعلية، حيث انصهرت بواسطتها الفروق والأبعاد بين الوسائل الإعلامية، وتلاشت الخصائص في خضمها، أين أصبح الخبر يقرأ ويسمع ويشاهد في نفس الوقت على موقع واحد، وفي طابع واحد، وبات إحدى الضروريات والشروط المكتوبة للمواقع الإعلامية الإلكترونية في ظل الثورة التكنولوجية والمعلوماتية التي تشهد التحديث باستمرار، وإحدى عناصر المنافسة بين الوسائل الإعلامية ومواقعها على الشبكة، فهي حقيقة جوهر الإعلام الإلكتروني إن استغلت في أحسن صورها.



تعد الصحافة الإلكترونية إحدى قنوات الإعلام الإلكتروني التي شهدت نمواً مثيراً ومفاجئاً وشكلت مصدراً إخبارياً مهماً ومتزايداً في فترة وجيزة جداً، غيرت معها الكثير من المفاهيم والمعطيات في العمل الإعلامي وأتاحت للصحفي فرصة التعبير عن آرائه دون رقابة بحرية تامة وبسرعة فائقة وفعالية كبيرة متخطياً كل الحواجز والعوائق، أين انصهرت فيها كافة الأبعاد الإعلامية والفروقات الجوهرية بين الوسائل الإعلامية الأخرى، وتشكلت في بوتق جديد يتيح للصحفي والمستخدم معا فرصة القراءة والاستماع والمشاهدة في آن واحد، ولكن بأسلوب جديد وقوالب فنية خاصة، وخصائص حديثة بإمكانها التأثير وتغيير اتجاهات الرأي العام المحلي وحتى العالمي.

**1 - تاريخ الصحافة الإلكترونية:** ظهرت الصحافة الإلكترونية وتطورت كنتاج لشبكة الانترنت العالمية التي تقف رمزا واضحا لثورة المعلومات التي يشهدها العالم في الوقت الراهن، وقد جاءت ثورة المعلومات كثمرة للمزج بين ثورة تكنولوجيا الاتصالات من جهة وثورة تكنولوجيا الحاسبات من جهة أخرى.

ويعود الفضل في المزج بين تكنولوجيا الحاسبات والاتصالات إلى ما يعرف بالتقنية الرقمية، وقد ألفت ثورتا الاتصال والمعلومات وما نجم عنها من تقنيات وتطورات متعددة بظلالها على الصحافة المطبوعة كجزء من منظومة وسائل الإعلام التقليدية الراديو والتلفزيون والصحف، التي تعرضت جميعا لتهديدات من جانب وسائل الإعلام الجديدة، التي بدأت تتكون حول نظم الحاسبات المرتبطة بعضها ببعض من خلال شبكات الكمبيوتر سواء الشبكات المحلية أو الشبكات الدولية، ومن أبرزها الانترنت وما تتضمنه من بث إعلامي يعتمد وسائل تعبير متعددة كالصوت والنص والصورة واللون والتأثيرات الصوتية وغيرها، وخير مثال على وسائل التعبير هذه هو الصحافة الإلكترونية ونظم البريد الإلكتروني والفيديو تكتست والأوديو تكتست (عبد الامير الفيصل: 2005، 6-7).

**أولاً- في العالم الغربي:** يرى الباحثين أن ولادة الصحافة الإلكترونية كما يرجعها سيمون باينز كثمرة تعاون بين مؤسستي BBC الإخبارية واندبندنت برود كاستينغ أوثيرتي IBA عام 1976 ضمن خدمة تلتكتست، فالنظام الخاص بالمؤسسة الأولى ظهر تحت اسم سيفاكس CEEFAX بينما عرف نظام المؤسسة الثانية باسم أوراكل Oracle، وفي عام 1979 ظهرت في بريطانيا خدمة ثانية أكثر تفاعلية باسم خدمة الفيديو تكتست مع نظام بريستل Prestel قدمتها مؤسسة بريتش تلفون أوثيرتي BTA (محمود علم الدين: 2008، 19).



ويقول شيدن أن عام 1981 يمثل أول بداية حقيقية لظهور الصحافة الالكترونية الشبكية عندما قدمت كومبيوتر سيرف خدماتها الهاتفية مع 11 صحيفة مشتركة في الأسوسيتديرس، إلا أن هذه الخدمة توقفت عام 1982، بعد انقراض الشراكة، تبع ذلك ظهور الخدمات الصحفية في قوائم الأخبار الالكترونية BBC - Bulletin board system في سنوات 1985-1988، وقد كانت أول صحيفة الكترونية تقدم خدماتها للجمهور هي كولومبس ديسباتش، وواشنطن بوست ونيويورك تايمز إلا أن هذه الصحف توقفت سنة 1982 بعد انقراض الشراكة مع كوميرسيف (عباس مصطفى صادق: 2005، 03).

ومع بداية التسعينات تغير الأمر كلياً، حيث حدثت تطورات هائلة على مستوى تقنيات النشر الالكتروني والتخزين والمعالجة والاسترجاع، إضافة إلى تغير موقف مختلف المستخدمين من ناحية الحاجة إلى الخدمات الالكترونية في تجربتها الثانية مرتبط بتوفير أجهزة الحاسوب وتطور برامج الإعلام الآلي، التي تسهل هذه العملية بفضل الشبكة العنكبوتية العالمية وتقنية النشر عبر تلك الشبكة أو ما يعرف بالنشر الالكتروني، ومن هنا بدأ يتبلور المفهوم الحديث للصحافة الالكترونية (علي عبد الفتاح كنعان: 2014، 72).

وهناك اختلاف بين الباحثين في تحديد الصحفية الالكترونية الأولى التي ظهرت على شبكة الانترنت، فقد رأى الدكتور علي عبد الفتاح كنعان أن أول صحيفة الكترونية كانت شيكاغو أولاين الأمريكية Chicago online وذلك في ماي 1992، وهناك من رأى أن صحيفة "هيلزنبورج" السويدية هي أول صحيفة تنشر بالكامل عبر الانترنت (علي عبد الفتاح كنعان: 2014، 77).

أما المواقع الصحفية الالكترونية فقد انطلق أو موقع إخباري الكتروني عام 1993 في كلية الصحافة والاتصال الجماهيري في جامعة فلوريدا وهو موقع بالو ألتو اونلاين palo alto online وألحق به موقع آخر في 19 جانفي 1994 هو ألتو ويكلي، لتصبح الصحيفة الأولى التي تنشر بانتظام على الشبكة (hardt hanno : 1996,146)، وتعد هذه الصحيفة أول النماذج التي دخلت صناعة الصحافة الالكترونية بطريقة كبيرة حيث أصبحت الصحافة جزءاً لا يتجزأ من تطور وتوزيع شبكة الانترنت، بخاصة مع توفير الانترنت مجاناً في الولايات المتحدة وبلاد العالم المتقدم، بحيث أصبحت الصحافة جزءاً من تطور وتوزيع شبكة الانترنت، حيث بدأت غالبية الصحف الأمريكية تتجه إلى النشر عبر الانترنت خلال عامي 1994-1995، وزاد عدد الصحفية اليومية الأمريكية التي



أنشأت مواقع الكترونية من 60 صحيفة نهاية 1994 إلى 115 صحيفة سنة 1995، ثم إلى 368 في منتصف عام 1996 (فيكي عبد الستار: 2000، 86).

حيث بدأت ظاهرة الصحافة الإلكترونية في الانتشار والتنامي، فتشير إحصائيات مؤسسة نيوز لينك الأمريكية إلى أنه بحلول عام 2002 كان نحو 4900 صحيفة عبر العالم أنشأت مواقعها على الشبكة، منها 2800 صحيفة في الولايات المتحدة الأمريكية وحدها والبقية في كندا وأوروبا وبقية أنحاء العالم، بينما كانت لا تتجاوز 80 صحيفة في عام 1994، ثم تزايد هذا العدد ليصل إلى 1920 صحيفة عام 1998، ووصل أيضا إلى 4000 موقع لصحيفة الكترونية عام 2000 (عباس ناجي حسن: 2014، 59).

وتعد صحيفة "ال واشنطن بوست" أول صحيفة أمريكية تنفذ مشروعا كلف تنفيذه الملايين من الدولارات، يتضمن نشرة تعدها الصحيفة يعاد صياغتها في كل مرة تغير فيها الأحدث مع مراجع وثائقية، وإعلانات، وأطلق على هذا المشروع اسم (الحبر الرقمي)، الذي كان فاتحة لظهور جيل جديد من الصحف الإلكترونية التي تخلت لأول مرة في تاريخها عن الورق والأخبار والنظام التقليدي للتحليل والقراءة، لتستخدم جهاز الحاسوب وإمكاناته الواسعة في التوزيع عبر القارات والدول بلا حواجز أو قيود، ولم يكن هذا المشروع الرائد سوى استجابة للتطورات المتسارعة في ربط تقنية الحاسوب مع تقنيات المعلومات، وظهر نظم وسائط الإعلام المتعدد (Multi Media)، وما تحقق من تنامي لشبكة الانترنت عموديا وأفقيا، واتساع حجم المستخدمين والمشاركين فيها داخل الولايات المتحدة، ودول أخرى عديدة خصوصا في الغرب، والبدء قبل ذلك بتأسيس مواقع خاصة للمعلومات ومنها إخبارية متخصصة مثل الرياضة والعلوم وغير ذلك (منال هلال المزاهرة: 2014، 324).

وقد كانت الصحف الإلكترونية الأولى نسخة مطابقة لتلك الورقية، ثم تطورت بعد ذلك لتستغل الإمكانيات التي تتيحها الشبكة العنكبوتية كالتحديث، التعليق على الأخبار والتقارير المنشورة، وإمكانية تحميل مقاطع فيديو للأحداث الجارية، وقد كانت الأخبار من الملامح الأساسية للشبكة في الثمانينات من القرن العشرين (منال هلال المزاهرة: 2014، 235)، إلا أنها كانت تعاني من قلة العائد المادي الذي يشجع على الاستمرار أو الاستفادة منها، وذلك راجع لعدم معرفة أو اهتمام أصحاب الإعلانات بها وعدم ثقهم فيها كوسيط إعلامي مؤثر، غير أن مع تزايد استخدامات الانترنت وكثرة رواد مواقع الصحف الإلكترونية وتحول الكل إلى الهجرة المعاكسة، أين تنبه المعلنون لأهمية الإعلان الإلكتروني



وبدأت معه الصحف الإلكترونية تحقق عائدا ماديا يتوقع تزايد في المستقبل بشكل كبير جدا  
(www.mabanews.net/18.08.2015).

وفي السياق ذاته فقد سارعت العديد من الصحف والمجلات إلى حجز مكان على شبكة الانترنت في إطار الدخول مرحلة "الكل الرقمي"، وهذا بالتعاون مع الشبكات التجارية مثل أمريكا أون لاين وبروديجي (محمد العقاب:2007، 102)، ففي شهر أبريل عام 1995 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: knight، Washington post، trawling advance publications، times،  
(yannik estienne : 2007 , 60) mirrorRidder

وفي بريطانيا فإنه عام 1994 دشنت صحيفتا ديلي تلجراف والتايمز البريطانيتين نسختيهما الإلكترونية على الانترنت، وتضمن موقع التايمز ندوة نقاش تفاعلية، إلا أنها كانت خدمة نصية متواضعة لم يتم تضمينها تقنية الويب الحديثة (منال هلال مزاهرة: 2014، 325).

أما في فرنسا عام 1994 بدأت تظهر أول صحيفة الكترونية بحتة، والتي لا تملك أصلا طبعة ورقية وهي جريدة la vague interactive التي كانت توزع على الأقراص المضغوطة، وتصدر أربع مرات في السنة ثم تنشر على الانترنت، وفي جوان 1995 ظهرت صحيفة syber sphere كأول صحيفة فرنسية على الخط، لتسارع أغلبية الصحف الكبرى المعروفة بفرنسا لإنشاء مواقع لها على شبكة الانترنت مكملة للطبعة الورقية منها: le figaro، la croix، les échos  
(yannik estinne :2007 ,60)

وفي آسيا فقد بدأ ظهور الصحف الإلكترونية بصدور صحيفة the china Daily في الصين وصحيفة Asahi Chimbon في اليابان (محمود عزت اللحام ومروى عصام صلاح: 2016، 158).  
فالالتفاتة الفعلية للصحافة الإلكترونية حسب درويش اللبان كانت في أعقاب حرب الخليج عام 1991، عندما عرضت وكالات الأنباء العالمية صورة البطة البرية وهي تشرف على الموت بعد أن غرقت في مياه الخليج الملوثة بالنفط، وقد تعاطف الكثيرون في مختلف بلاد العالم مع هذه الصورة المؤثرة، وأدان ما حدث من اعتداء صارح على البيئة والطبيعة (شريف درويش اللبان: 2005، 24).  
ويشير البعض أن الصحافة الإلكترونية شهدت ازدهارا كبيرا بعد أحداث الحادي عشر من سبتمبر أين استطاعت الصحف الإلكترونية والمواقع الإخبارية الإلكترونية أن تنقل بالكلمة والصوت والصورة



ذلك الحدث التاريخي بدقة وكفاءة نادرة، بينما تعثرت الصحف والفضائيات التقليدية وأثبتت فشلها في تلك المهمة (حسين شفيق: 2007، 49)، ويرى فريق آخر أنه مع عمليات التطوير في مجال استخدامات الانترنت، بدأت شبكة الإذاعة والتلفزيون المشهورة مثل BCC , CNN ، الجزيرة تخصيص مواقع مستقلة لها تحمل ما يصلها من بيانات وأخبار لكل من يريد أن يتصفحها، كما بدأت صحف أخرى تظهر على الشاشات والتي لاقت إقبالا كبيرا من جانب زوار الانترنت، الذين وجدوا فيها حاجاتهم واستغنوا بها على الصحف الورقية (www. Nabanews.net/18.08.2015) .

ويرى "برينو باتنو" في تطور الصحافة الإلكترونية أنها حاولت أن تقوم بكل الوظائف التي كانت تقوم بها وسائل الإعلام التقليدية، وذلك انطلاقا من عمليتين أساسيتين:

**الأولى:** مواكبة الأحداث عبر الالتصاق بأنيتها ورهنتها والسعي لاستعادتها واسترجاعها، وفيها تقدم الصحافة الإلكترونية شكلا من الخدمات الإخبارية القريبة من النشاط اليومي لوكالات الأنباء، والتدافع في ملاحقة الأحداث بشكل مستمر لتغطية شريط الأنباء الذي لا يتوقف متضمنا مختلف المواضيع.

**الثانية:** أنها تقدم خدمات إعلامية معرفية، من الأخبار والمعلومات تشكل بنكا من المعلومات مهيكلا بوصلات النص المتشعب ومعروضا بشكل مرئي، وتضم هذه الوصلات التطور والتفصيلي للأحداث والمؤشرات البيليوغرافية، والإحالات إلى المراجع والمصادر المتنوعة والتذكير بسياق الأحداث وتأريخها (عباس ناجي حسن: 2014، 33 - 34).

هذه الحقيقة تؤكد بأن وسائل الإعلام الإلكترونية تأخذ شكلا تنظيميا لم يكن شكلها في انطلاقتها الأولى، وتقوم بوظائف لم يكن متوقعا القيام بها في بداية مشوارها، فالصحافة الإلكترونية تعمل على منحنيين مختلفين وسجل الحاضر وتداعياته وسجل الماضي وسياقاته، وحتى تفي بمستلزمات السجل الأول اتجهت إلى تقديم "ملخصات للأحداث أو الأخبار".

ويرى بعض الباحثين أن هناك عوامل ساهمت في ظهور وتطور الصحافة الإلكترونية هي:

- الارتفاع المدهش في قدرات الإعلام الآلي لطاقات الكمبيوتر على تخزين ومعالجة المعطيات.

- التقدم في مجال ترقيم المعطيات فكل معلومة مشفرة في شكل رقمي، مما منحها لغة عالمية حيث يمكن نقل وتبادل المعطيات الرقمية من نقطة إلى أخرى من العالم بدون النظر إلى اللغة الأصلية التي كتبت بها.



- تطور تقنية ضغط المعلومات وإزالة ضغطها، والتي تمكن من إرسال المعلومات بسهولة، بدل تخصيص مساحات كبيرة تعرقل من عملية إرساله.
- ظهور القارئ الرقمي الذي أصبح يفضل الاطلاع على الأخبار والمعلومات في المواقع الإلكترونية، لما تتمتع به من خصائص فنية كأن يتم تحديثها باستمرار، وتوفرها على كم هائل من المعلومات، ويتم اقتناؤها بطرق تفاعلية مختلفة.
- مواجهة الصحف المكتوبة على المستوى العالمي صعوبة كبيرة، بسبب غلاء مادة الورق والطباعة، وقلة المادة الإعلانية التي فضلت التلفزيون والانترنت.

**ثانيا: في العالم العربي:** في ظل التحدي الذي فرضته الانترنت كوسيط إعلامي اتصالي متعدد المزايا لا يضاويه في ذلك وسيط آخر، وجد الناشرون العرب أنفسهم في وضع لا يسمح لهم بتجاهلها، مما جعلهم يضمونها لصحفهم وينشؤون مواقعاً لإعلامهم.

يرتبط انتشار الصحافة الإلكترونية بنمو ظاهرة الانترنت، ووصولها إلى أكبر عدد من المستخدمين في مختلف الأماكن، ومع النصيب المحدود جدا من حجم الانتشار العالمي للإنترنت في العالم العربي -فحسب إحصائيات 2010- فإن عدد مستخدمي الانترنت في القارات الخمس 19.66.517.816 مستخدم موزعة على النحو التالي: 100.931.700 بإفريقيا، 825.094.396 بآسيا، 475.069.448 بأوروبا، 63.240.946 بالشرق الأوسط، 226.224.500 بأمريكا الشمالية 204689.836 بأمريكا الجنوبية، 21.263.990 بأستراليا وجزر المحيط، أي حوالي ملياري مستخدم في العالم مع نهاية 2010، وفي الوطن العربي كشف مؤتمر عرب نت 2010 المنعقد في بيروت تضاعف نسبة مستخدمي الانترنت في العالم العربي خلال السنوات الثمانية الماضية بنسبة 1200 بالمائة (عباس ناجي حسن: 2014، 33 - 34) ليصل إلى أكثر من 135 مليون مستخدم سنة 2014، يستخدم من 71 مليون منهم الإعلام الاجتماعي من خلال 400 مليون جهاز جوال يخلق فرص وتحديات جديدة للحكومات والأعمال (www.tech.wd.com)، ويتوقع أن يصل إلى 226 مليون مستخدم بحلول عام 2018 مقارنة بـ 37.5% خلال عام 2014 متفوقة بـ 7% تقريبا على النمو العالمي المتوقع والبالغ 3.6 مليار مستخدم، وهذا حسب ما ورد في تقرير اقتصاد المعرفة العربي 2015-2016 (www.youm7.com/30.03.2016).

أما استعمال الانترنت في البلدان العربية مرتبة مقارنة مع عدد سكان العالم فهي: قطر: 86.20% البحرين 77.00%، الكويت 74.20%، الإمارات العربية المتحدة 70.00%، عمان 68.00% لبنان



52.00%، المغرب 51.00%، المملكة العربية السعودية 47.50%، تونس 39.10%، مصر 35.62%، الأردن 34.90%، السودان 19.00%، ليبيا 17.00%، اليمن 14.91%، الجزائر 14.00%، العراق 5.00%، موريتاني 4.50% (superards.net/26.03.2016).

وهذه النسب تشير إلى محدودية انتشار الصحف الإلكترونية فيه، غير أن معظم الصحف العربية اليومية والأسبوعية أسست مواقع ذات أهمية معلوماتية شاملة.

ولعل التواجد الصحفي العربي على شبكة الانترنت يعود إلى تجارب الشباب العربي الذين يعيشون في الولايات المتحدة الأمريكية وغرب أوروبا في بداية التسعينات، حيث كان هؤلاء يتراسلون عبر شبكة الانترنت وتطبيقاته الأولى مع بعضهم البعض حول قضايا وأخبار الوطن الأم، بما يشبه تلك النشرات الصحفية التي توزع في المقاهي والمنتديات العربية في تلك البلاد (www.arabin.ne/18.03.2016).

مما أدى إلى بداية استخدام اللغة العربية كلغة للتداول عبر الانترنت ويقول جون أندرسون "أن أول عربي في الانترنت غير معروف، ولكنه من المؤكد من الذين وجدوا طريقهم وسط مجتمع التكنولوجيا الرفيعة التي تطورت داخله الانترنت ومكوناتها، وهؤلاء عملوا وسط مبتكري تكنولوجيا الانترنت، وكانوا من أوائل مستخدميها فكانوا يتقاسمون مع نظرائهم من غير العرب الاهتمامات والرؤى والأفكار، وهذا يشمل بالنسبة للعرب المعلومات حول الوطن والدين، وقد كونوا مجموعات للبريد الإلكتروني، وقوائم بريدية ومجموعات حوار، ناقشت موضوعات تهم الحياة الإسلامية.

وكانت هناك أيضا نشرات إخبارية "New lettres" تحمل أخبار عن بلدان من وكالات الأنباء ظلت موجودة طوال سنوات الحرب اللبنانية، وكان المهاجرين المصريون يديرون قوائم بريدية تحمل موضوعات نقاش حول القضايا المحلية في مصر والمهجر، كذلك كانت هناك قائمة بريدية فلسطينية تحمل تقارير يومية للأحداث في فلسطين (عباس مصطفى صادق: 2005، 08)

وتعد صحيفة الشرق الأوسط أول صحيفة يومية عربية على شبكة الانترنت، حيث تمكنت في 9 أكتوبر 1955 من إصدار أول نسختها على شبكة الانترنت، حيث نشرت خبر على صفحتها الأولى أعلنت فيه أنها ستنتشر موادها الصحفية اليومية الكترونيا للقراء على شكل صور عبر شبكة الانترنت وكانت الصحيفة العربية الثانية هي صحيفة النهار اللبنانية التي أصدرت طبعة الكترونية يومية في شباك 1996، ثم تلتها صحيفة الحياة في 1 جوان 1996. والسفير اللبنانية في نهاية العام نفسه. وتوالت الصحف العربية في الظهور الواحدة بعد الأخرى، كما شهد عام 1997 مولد العديد من



الصحف العربية الالكترونية ففي كانون الثاني 1997 بدأت صحيفة الراية القطرية، ثم صحيفة الجمهورية المصرية في شباط والجزيرة السعودية في 16 نيسان والقيس الكويتية في 12 تموز، ثم القدس الفلسطينية في آب 1997 ثم الشعب المصرية الحزبية في الأول من تشرين الأول في الوطن الكويتية، وصحيفة الأيام البحرينية والدستور والبيان والرأي الأردنية وعكاظ المسائية والمدنية السعودية في العام نفسه (محمد صاحب سلطان: 2012، 200)

وقد مرت الصحافة الالكترونية العربية بثلاث مراحل وتطورت من خلالها لتصل إلى الشكل الفني والمهني التي هي عليه الآن، وهذه المراحل هي:

**1 - مرحلة النشر من خلال الأقراص المدمجة:** وكانت أولى التجارب في إنتاج نصوص عربية كاملة وقد بدأت الصحف التالية: صحيفة الحياة وكان تاريخ الإصدار الأول للصحيفة على قرص مدمج للأشهر الستة الأولى من نفس العام، أطلق عليها اسم أرشيف الحياة الالكترونية.

- صحيفتي السفير والنهار اللبنايتين.

- صحيفة الأهرام المصرية فيفري 1998.

- صحيفة الشرق الأوسط.

**2 - مرحلة إصدار النسخة الالكترونية:** تأخر ظهور الخدمات الصحفية العربية على شبكة الانترنت إلى نهاية التسعينات رغم إدراك الصحف العربية لأهمية الانترنت، وضرورة تواجدها على الشبكة منذ انطلاق خدمات هذه الشبكة على المستوى العالمي عام 1990.

**3 - مرحلة إصدار الصحيفة الالكترونية:** يمكن الإشارة إلى محاولتين عربيتين لإنتاج صحيفة الكترونية على الانترنت بشكل مباشر، وهاتين المحاولتين كما يذكر الدكتور عماد بشير في جانفي 2000، حيث انطلقت من أبو ظبي صحيفة الجريدة eljazeera.com ثم في عام 2001 صحيفة إيلاف elaph.com (فارس حسن الخطاب: 2012، 89-90).

فجريدة إيلاف إذن هي الصحيفة العربية الالكترونية الأولى التي نشأت في أحضان الانترنت كأصدار الكتروني محض هدفها نشر المعلومات الآنية والفورية، والتسهيل للمستخدم بالوصول إلى أعلى مستويات المعلومات بدقة تامة، فالصحافة الالكترونية إذن أصبحت تشكل منظومة إعلام جديد تختلف اختلافا جذريا عن الصحافة الكلاسيكية التقليدية.

ويبدو أن الأهمية المتزايدة للصحافة الالكترونية شجعت على ظهور اتجاه ثاني من هذه الصحف يتمثل بمواقع إخبارية الكترونية، تتخذ مظهر صحيفة كاملة من حيث المضامين والتسمية، ولكن



تخضع للنمط الإلكتروني في التبويب وعرض الموضوعات وأسلوب التحرير، وهي صحف إلكترونية محصنة لا علاقة لها بأي صحيفة ورقية، وقد نشأت في بيئة الإنترنت أو ما يسمى اليوم "الفضاء التفاعلي" "interactive space"، وحققت نجاحا كبيرا حتى أن نجاحها شجع بعضا منها على الخوض في عالم النشر التقليدي الورقي فيما يسمى "الهجرة المعاكسة" (فؤاد الساري: 2011، 419).

ويلاحظ أن الصحف الإلكترونية تميز نفسها عن المواقع الإخبارية من خلال وجود الترويسة التي تتضمن اسم الصحيفة وتاريخ الصدور، إلا أن أغلبها إلى الجهة التي تقف وراء هذه الصحيفة ونلاحظ اليوم أن هناك ابتكارات وتغيرات تحاول كل أنماط النشر الإلكتروني استخدامها لتمييزها عن غيرها، ولجذب أعداد أكبر من المتصفحين لها علما بأن كثيرا من هذه الصحف والمواقع درجت على إشراك المتصفح، وفتح الحوارات معه، والسماح له بإبداء آراءه فيما ينشر من الموضوعات.

وفي الوطن العربي وخلال نهايات القرن الماضي شهدت المنطقة تدفق الصحف والإذاعات والفضائيات المستقلة ذات المصالح التجارية والسياسية حتى بلغت في عام 1997 أكبر من 100 قناة فضائية كان أغلبها ذو طابع ترفيهي، أما من ناحية مزودي الأخبار فقد ظهرت عدد من الفضائيات المتخصصة بالأخبار مثل الجزيرة نت، والعربية نت في جوان 2004 (فارس حسن الخطاب: 2012: 103-105)

ورغم المزايا الكثيرة والمتعددة للصحافة الإلكترونية، أو كما قال ليستر "أن الإعلام الجديد إذا واكب التفاعل مع وسائل الإعلام التقليدية، فإن ذلك سيمنحه منطلقا أقوى لانشغال المستخدم في نصوص الإعلام، وعلاقة أكثر استقلالا مع مصادر المعرفة، واستخدام وسائل الإعلام بشكل فردي وخيار أكبر للمستخدم، وعندها تكون الطريقة التي يتعامل فيها الناس مع المصادر الإخبارية على الإنترنت مباشرة ومشاركتهم الفعالة في تدفق المعلومات سبيل لمعرفة تأثير الإنترنت على البيئة السياسية للمجتمع" (lister and others: 2003, 01)، فالصحافة الإلكترونية منفذ جديد وحر لتدفق المعلومات والأخبار، ولكنها تحمل في طياتها تحديات يمكن إجمالها في: تحديات المحتوى، والعمق، والمصادقية وكلها قضايا لا يتاح للصحافة الإلكترونية أن تعالجها بسبب السرعة، وإذا أردنا تفصيل هذه التحديات كما ذكرها الباحثون سنجد أنها تتمثل فيما يلي:

- تواضع أعداد مستخدمي الإنترنت والعرب والذين تصل أعدادهم إلى 4 مليون معظمهم من الشباب.

- غياب آليات التمويل في مختلف صورها سواء كان تمويلا ذاتيا أو بصورة إعلانات.
- نقص المحتوى العربي على شبكة الانترنت، وهذا بدوره يؤدي إلى عدم انتشار الصحافة الالكترونية بصورتها الواضحة كما هي الحال في الغرب.
- استقاء معظم المواد والبرامج الإعلامية من وسائل الإعلام والثقافة في الدول الصناعية أو الواقعة تحت هيمنتها.
- تدني مستوى التعاون العربي في ميدان التبادل الإعلامي، وهو ما يفسح الفرصة لاستمرار التبعية الإعلامية العربية.
- تميز الإعلام العربي بالمركزية الشديدة وخضوعه للسلطة.
- تركيز الاهتمامات على النواحي الفنية والمعدات (Hardware) وتخصيص اعتمادات سخية لها، مع عدم إيلاء اهتمام مواز للطاقات البشرية وتأهيلها وتدريبها في مجالات الإنتاج الإعلامي المتعدد (Software).
- نقص الخبرة الإعلامية والفنية للقائمين على الصحف الالكترونية.
- فقدان المهنية للمواقع العربية الالكترونية وتوقف ذهنية النشر الورقي بدون تحديث.
- غياب التخطيط وعدم وضوح الرؤية المتعلقة بمستقبل هذا النوع من الإعلام (ياسر خضير البياتي: 2012، 236-237).

ورغم ما تم ذكره فإن المختصون يؤكدون أن مستقبل الصحافة الالكترونية العربية في تقدم مستمر وتشهد طفرات مبهرة خلال الفترة المقبلة، مما يساهم في نجاح التدفق العربي الالكتروني في كسر احتكار الإعلام الغربي للمعلومات، وأن العاملين في هذا النوع من الصحافة في حاجة إلى وضع علاقة تنظيمية بالمؤسسة الصحفية لبيان موقفها القانوني، والتحدي الأكبر أمام مهنة الصحافة الالكترونية أنها غير معترف بها من قبل الدولة، مما يجعلها في موقع لا محل له من الإعراب بالنسبة للقوانين والتشريعات بفقد الهوية القانونية داخل المؤسسات التي يتعامل معها، كما تفقد الصحيفة هويتها.

ورغم ذلك، إلا أننا في وقت مبكر للحكم على هذه التجربة، كونها ما تزال تخطو خطواتها ويلخص أحد الباحثين العرب أهم المقترحات والمتطلبات اللازمة لرقى الصحافة الالكترونية في الوطن العربية وتطورها فيما يلي:

- إنشاء مؤسسات صحفية أو شركات مساهمة إعلامية، تتولى إدارة هذه الصحف الإلكترونية وتنمية مواردها للتغلب على المشكلات المالية والتمويلية.
  - إجراء تعديلات على القوانين الخاصة بالنشر والمطبوعات، تضمن حماية حرجة الرأي والتعبير وحرية النشر، وحرية مناقشة القضايا، مع إضافة القواعد واللوائح التي تنظم عمل الصحافة الإلكترونية.
  - ضرورة تفرغ العاملين في هذا النوع من الصحف بصورة كاملة لإنجاز أعمالهم من أجل صناعة صحفية متميزة.
  - توخي المعايير المهنية العالمية من أجل صحافة الكترونية أكثر تأثيراً مثل حداثة الخبر وتحديثه، سهولة تعاطي الزائر مع المعلومات، إجراء استطلاعات لتقييم موقع الصحيفة من حيث مستوى الاستقبال والتفاعلية، والأرشفة والبحث (علي عبد الفتاح كنعان: 2014، 342-343)
  - ضرورة قيام تعاون وإيجاد لغة مشتركة بين منتجي المعلومات ومطوري التقنيات والبرمجيات العرب.
- ففي دراسة للباحثين فايز عبد الله الشهري وباري قنتر توصلوا إلى أن الصحف الإلكترونية العربية في الغالب هم شباب وذكور، حيث يشكل الطلبة والمهاجرون العرب طول العالم نسبة كبيرة منهم، فهم يتصفحون الصحف الإلكترونية بشكل يومي، ويعود سبب رضاهم وإقبالهم على الصحافة الإلكترونية إلى أنها متوفرة طوال اليوم، وإمكانية الوصول إليها مباشرة، ولا يحتاج إلى دفع رسوم إضافية، كما أنها تمكنهم من متابعة الأخبار من أي مكان وعن أي بلد مهما تباعدت مواقعهم، فالصحافة الموجودة على الانترنت تتنافس فيما بينها من أجل تقديم فكر متميز يجذب أكبر عدد ممكن من القراء والباحثين. وهذا التنافس الشريف الذي كان لوقت قريب ورقياً، قد أصبح اليوم ورقياً الكترونياً عبر شركة الانترنت خاصة في ظل تعاضم القدرات الاقتصادية، وتأسيس العديد من المؤسسات الصحفية وتزايد عدد الإصدارات، فقد انتقلت المنافسة لتصبح منافسة في الرأي والتحليل عبر استقطاب أهم الأفلام المحلية والعربية والعالمية (ماهر عودة الشمالية وآخرون: 2015، 111-112).

## 2 - خصائص الصحافة الالكترونية:

تتمتع الصحافة الالكترونية بالعديد من السمات عن نظيرتها الورقية، وحددها الباحثون في النقاط التالية:

**2-1-التفاعلية:** تستخدم الصحف الالكترونية الأسلوب التفاعلية من خلال تقنية النص المترابط أو الفائق hypertext الذي يتضمن وصلات links لنقاط داخل الموضوع أو الخبر المنشور.

وتنقسم التفاعلية interactive إلى قسمين:

- اتصال تفاعلي مباشر: مثل مشاركة القراء في غرف الحوار chatting ونشر بعض الصحف لمضمونها، وخدمة المراسل Messenger التي تسهم في تحقيق الاتصال المباشر بين مسؤولي الصحيفة ومحرريها و مراسيلها .
- اتصال تفاعلي غير مباشر: مثل البريد الالكتروني، والاستفتاءات أو المنتديات الحوارية والقوائم البريدية.

وقد أظهر بعض الخبراء الملامح الأساسية للتفاعلية في الصحف الالكترونية وتتمثل في:

1- تعد أدوات وآليات التجوال navigation المتواجدة داخل صفحات الموقع من أهم ملامح التفاعلية.

2- إمكانية إرسال الفرد المستخدم بيانات عن اهتماماته وميوله ويتلقى الرسائل والمواد الإعلامية التي تثير اهتمامه وثقته مع ميوله بنحو أوتوماتيكي.

3- إمكانية التفاعل المباشر مع الأفراد والجماعات في مختلف أنحاء العالم.

4- إن أهم ما يميز الصحافة الالكترونية أنها صحافة تفاعلية، كونها تفتح مجالاً للحوار والمناقشة في مختلف القضايا والموضوعات، ويدعم التقدم التقني الرقمي هذه الحوارات ويقويها (جمال عبد الناموس القيسي: 2013، 91-93).

**2-2-تعدد الوسائط:** تزايد اعتماد الصحف الالكترونية على الوسائط المتعددة، نظراً لمساهمة هذه الوسائط بشكل رئيسي في تسهيل التعرض لهذه الصحف، ولذلك أصبح استخدام هذه الوسائط المتعددة إحدى أهم السمات الاتصالية المميزة للصحافة الالكترونية، كما أن الاستخدام السليم للإمكانيات المتنوعة التي توفرها شبكة الانترنت، ومنها استخدام الوسائط المتعددة، يحقق فائدة عظيمة، لأنه يساعد على تقديم محتوى متميز ومؤثر بما يلاءم احتياجات واهتمامات مستخدمي الانترنت، كما يكتسب استخدام عناصر الوسائط المتعددة مثل: الصورة المتحركة والثابتة، والأصوات، والمؤثرات

السمعية والبصرية أهمية خاصة ترتبط بدور العناصر المرئية في تسهيل متطلبات العرض للوسائل المختلفة، حيث تسهم الصورة والألوان في تقليل الجهود التي يتعين أن يبذلها القراء لتلقي الرسائل المتضمنة في هذا النمط من الاتصال، كما تسهم الأصوات التي تستخدم في عرض مضامين الصحف الإلكترونية من الأحداث، والكلمات، وأعمال موسيقية، أو تمثيلية، في دعم المضامين من خلال إضافة بعض الأبعاد التأثيرية الجديدة (منال هلال المزاهرة: 2014، 344-345).

**2-3 الآنية Immediacy:** وتعد أهم ميزة للصحيفة الإلكترونية، حيث يمكن تحديث الأخبار باستمرار على مدار الساعة - إذا لزم الأمر - وبذلك تتحرر الصحيفة الإلكترونية من قيود الوقت المرتبطة بالطبع والنشر، إذ يمكن للمحرر أو المراسل أن يحدث مادته الصحيفة خلال اليوم بتحميل القصص المحدثة على موقع الصحيفة باستخدام الحاسب الشخصي أو حاسبه المحمول، وبذلك تعد الأنباء العاجلة متاحة للجمهور بمجرد وضعها على صفحات الموقع، الأمر الذي يجعل المعلومات بالموقع محدثة باستمرار (منال هلال المزاهرة: 2014، 348).

**2-4-العمق المعرفي:** تتميز الخدمات الصحفية المقدمة في الصحف الإلكترونية بالعمق المعرفي والشمول، نظرا لاتساع المساحة المتاحة لهذه الصحف، حيث لا ترتبط الصحف الإلكترونية بقبيد المساحة شأنها في ذلك شأن كل المواقع الإلكترونية كما في الصحف المطبوعة.

وإلى جانب ذلك يتوفر في المواد المنشورة بالصحف الإلكترونية قدر معرفي مناسب، حيث تعمل هذه الصحف على تقديم عمق معرفي إضافي للمواد المنشورة فيها، وتستهدف هذه الخدمات تقديم خلفيات الأحداث، وربطها بالقضايا أو الموضوعات المتعلقة بها، ويتم ذلك من خلال سماح النمط الإلكتروني المستخدم في تصميم الصحف الإلكترونية، بانتقال القراء إلى خدمات معرفية أخرى تقدمها الصحيفة نفسها ومن هذه الخدمات ما يلي:

- 1- تصفح موضوعات صحيفة أخرى ذات علاقة بالموضوع المستهدف.
- 2- العودة لأرشيف الصحيفة، حيث تتيح بعض الصحف إمكانية استعادة أعدادها الماضية لمدة تصل إلى خمس سنوات أو أكثر.
- 3- النفاذ لمركز معلومات الصحيفة للاستزادة حول بعض المواد المنشورة في العدد نفسه.
- 4- الاطلاع على عدد من الطباعات التي تصدرها الصحيفة حتى يتسنى لقراءها في كل مكان الاطلاع على طبعاتها المختلفة (منال هلال المزاهرة: 2014، 341-342).

بالإضافة إلى هذه الخدمات تتيح الصحف الإلكترونية عدة روابط تتناسب مع اهتمامات هذه الصحف وتلبي حاجات القراء.

**2-5- الشخصية:** لا تستطيع الصحيفة المطبوعة أن تقدم نسخة مفضلة أو معدة حسب احتياجات كل قارئ على حدة، بيد أن بيئة الصحافة الإلكترونية بما تحمله من مرونة و اعتماد كثيف على تكنولوجيا المعلومات بإمكانها أن تجعل كل زائر للموقع قادرا على أن يحدد لنفسه وبشكل شخصي الشكل الذي يريد به الموقع، فيركز على أبواب ومواد يعينها ويحجب أخرى، وينتقي بعض الخدمات وبلغني الأخرى ويقوم بذلك في أي وقت يرغبه، وبإمكانه أيضا تعديله وقتما شاء، وفي كل الأحوال هو يلتقي ويستمتع ويشاهد ما يتوافق اختياراته الشخصية وليس ما يقوم الموقع ببثه.

**2-6- الحدود المفتوحة:** في الصحافة المطبوعة يواجه المحررون عادة مشكلة محدودية المساحة المخصصة للنشر، وهذه المشكلة ليست موجودة في الصحافة الإلكترونية بسبب خاصية الحدود المفتوحة، فمساحات التخزين الهائلة الموجودة على الحاسبات الخادمة التي تدير المواقع لا تجعل هناك قيود تقريبا تتعلق بالمساحة أو بحجم المقال أو عدد الأخبار، يضاف لذلك أن تكنولوجيا الانترنت - خاصة تكنولوجيا النص الفائق والروابط المنتشرة - تسمح بتكوين نسيج متنوع وذو أطراف وتقريعات لا نهائية، تسمح باستيعاب جميع ما يتجمع لدى الصحيفة من معلومات (ياس خضر البياتي: 2012، 218).

**2-7- الأرشيف الإلكتروني الفوري:** تأتي خدمة الأرشيف على جانب كبير من الأهمية ولاسيما في مجال النشر الإلكتروني للصحافة الإلكترونية، فتقديم الموضوعات المختلفة داخل المواقع إضافة إلى خدمة الأرشيف، وإمكانية البحث، يقدم للمستخدم سياقاً شاملاً عن الموضوع الحالي الذي يتعامل معه ويستخدمه، كما أنه يعد في حد ذاته مصدراً للبحث، وفي الصحافة الإلكترونية باتت عملية الأرشيف والحصول على المعلومات واستدعائها سهلة وميسرة، لأنها أتاحت العديد من الطرق التي تمكن المستخدم من الحصول على المعلومات كافة عبر خدمة الأرشيف الإلكتروني، الذي يضم أشكالاً مختلفة من المعلومات مثل: المواد الصوتية، ولقطات الفيديو الحية، والصور، إلى جانب المواد النصية المكتوبة، مما يحقق نوعاً من التكامل والثراء في عرض المعلومات (جمال عبد الناموس القيسي: 2013، 100).

**2-8- القابلية للتحويل:** وتختلف عن التفاعلية واللاجماهيرية في أنها ترتبط بأسلوب عمل الصحفي في الصحيفة الإلكترونية أكثر من ارتباطها بالمستخدم نفسه، ذلك لأن الصحيفة الإلكترونية لأن

الصحيفة الإلكترونية تقدم عرض الموضوع الصحفي متضمنا عدة وسائل مثل الصورة الحية، والرسوم المتحركة والصوت، إضافة إلى النصوص، وهو ما يتيح للمستخدم فرصة الاختيار من بين العناصر المختلفة فيمكنه الحصول على القصة الإخبارية بالنحو الذي يريده ويرضيه (جمال عبد الناموس القيسي: 2013، 100).

### 3 - أنواع الصحافة الإلكترونية:

خلال المراحل التي مرت بها الصحف الإلكترونية ظهر عدد من أنواع لهذه الصحف خاصة في مجال النشر عبر الانترنت، وفي هذا السياق يقسم الباحثون الصحف الإلكترونية وفق عدة اعتبارات مهنية وفنية، حيث يرى بعض الباحثين أن الصحف الإلكترونية تتنوع وفق المضامين المقدمة فيها حيث يرون أن الصحف الإلكترونية تنقسم إلى الصحف الإخبارية والصحف المنوعة، وصحف الأدلة التي ترتبط في مضمونها بعدد كبير من محركات البحث المشهورة على الانترنت. كما يرى البعض الآخر أن الصحف الإلكترونية تتنوع وفق خدماتها الاتصالية والإعلامية، حيث تنقسم الصحف الحوارية التفاعلية والصحف غير التفاعلية، بينما يقسم آخرون الصحف الإلكترونية حسب طبعها الإخبارية، وواقع مؤسساتها الإعلامية، ومن ذلك نجد الصحف والإذاعات ووكالات الأنباء والتلفزيون الإلكترونية.

وفيما يلي أنواع الصحف الإلكترونية حسب أهم التصنيفات وأشهرها:

#### 3-1- الصحف الإلكترونية حسب مدى استقلالية الصحف أو تبعيةها لمؤسسات إعلامية قائمة:

وتتمثل في الآتي (صالح بن زيد بن صالح العنزي: 2007، 143-144):

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

ب - **النشر الصحفي الجزئي:** وفيه تقوم الصحف المطبوعة بنشر أجزاء من موادها الصحفية عبر الشبكة الإلكترونية، ويعتمد إلى هذا النوع بعض الناشرين بهدف ترويج النسخ المطبوعة من إصداراتهم.

ويتصل بهذين النوعين من الصحف المواقع الإخبارية التي تملكها المؤسسات الإعلامية الإذاعية والتلفزيونية، كالفصائيات الإخبارية العربية، والجزيرة والـ BBC والـ CNN ونحوها، وتتسم مثل هذه المواقع عادة بعدد من المواصفات، منها الترويج للمؤسسة الإعلامية التي تتكامل معها وتدعم دورها ورسالتها، وإعادة إنتاج المحتوى الذي تقدمه المؤسسة الأم بشكل آخر لتحقيق الغاية المنشودة من

الرسالة، وغالبا فإن هذا الشكل من الصحف لا ينتج أو ينشر مادة إعلامية أو صحيفة غير منتجة في مؤسساتها الأصلية إلا أن في نطاق ضيق وغير رئيسي.

**ج - النشر الصحفي الإلكتروني الخاص:** وفي هذا النوع لا يكون للمادة الصحفية المنشورة الإلكترونية أصل مطبوع، حيث تظهر الصحيفة بشكل مباشر، من خلال النشر عبر الانترنت فقط. وهو ما يصدق على الصحف الإلكترونية التي تصدر مستقلة على الشبكة في إدارتها وطرق تنفيذها. **3-2- الصحف الإلكترونية تبعا لنوع التقنية المستخدمة في الموقع:** وهو ما يعرف بأنماط نقل النص على شبكة الانترنت، وتنقسم هذه الصحف الإلكترونية إلى أربع أنواع وهي (منال هلال المزاهرة: 2014، 334).

**أ - الصحف الإلكترونية:** التي تستخدم تقنية الجرافيك التبادلي الصورة graphic interchange format (gif)، والذي يتيح نقل صورة شكلية من بعض مواد الصحفية الورقية إلى موقعها على الانترنت، وهي تقنية غير جيدة بالإضافة إلى أنها لا تمكن القارئ من المميزات التفاعلية، ومثلها جريدة الشعب المصرية، والسياسة الكويتية.

**ب - الصحف الإلكترونية التي تستخدم تقنية النص المحمول: (Portable Datagram format)** (pdf)، وهو نمط قريب من النمط السابق، ويتيح نقل النصوص والأشكال، والصور، والرسوم والصفحات كاملة، من الصحيفة الورقية إلى موقعها على الشبكة بشكل مطابق تماما للنسخة الورقية جريدة السفير اللبنانية والمدينة السعودية.

**ج - الصحف الإلكترونية التي تستخدم تقنية النص الفائق: (hyper text markup format)** (htma)، وهو النمط الذي يتيح وضع نصوص الصحيفة الإلكترونية بشكل مستقل عن نصوص الصحيفة الورقية، ويستفيد من إمكانيات الانترنت المتعددة، وأهمها الجمع بين النص والصورة والصوت، ولقطات الفيديو، وإمكانية توافر خدمات البحث والأرشيف ونسخ النص، ومثال على هذا النوع جريدة الأهرام المصرية، والرياض السعودية، والبيان الإماراتية.

**د - صحف إلكترونية تجمع بين النمط المحمول للاستفادة من مزايا النظامين:** حيث النص الفائق يوفر المميزات التفاعلية، وعرض الموضوع من خلال الوسائط المتعددة، والنص المحمول الذي ينقل صورة حرفية من صحيفة الجريدة، وذلك لأن البعض يفضل أن يرى صحيفته بالشكل الذي اعتاد عليه، ومن الأمثلة على هذا النوع صحيفتا المستقبل والنهار اللبنانيتان.

### 3-3- صحف الكترونية غير ورقية: تعتمد على الحاسبات الالكترونية، وشبكة الانترنت، أو أي

وسائط أخرى غير ورقية وهي حسب الدكتور محمود علم الدين تتمثل في:

أولاً: صحف الكترونية تنشر على شاشة التلفزيون.

ثانياً: صحف الكترونية تنشر على شبكة الانترنت وتضم:

- طبغات الكترونية على شبكة الانترنت.
- صحف الكترونية على شبكة الانترنت.
- مواقع صحف ومؤسسات إعلامية.
- مواقع إخبارية.
- مواقع تعتمد على مشاركات القراء مثل مواقع الشيك الاجتماعي، مواقع تحميل الصور.

ثالثاً: صحف الكترونية تنشر على شبكة المحمول

رابعاً: صحف الكترونية تنشر على وسائط للعرض مستفيدة من تقنية النشر الالكتروني.

### النمط الأول- الصحافة الالكترونية كصحافة تعتمد على نشر النصوص على شاشة التلفزيون

(النصوص المتلفة على شاشات التلفزيون): تعد النصوص المتلفة إحدى أشكال النشر الالكتروني

الذي يهدف إلى عرض المادة المنتجة الكترونياً على شاشة تلفزيونية، مزودة بجهاز خاص (محمول

أو معدل) décoder، وقد مثل هذا الشكل أعلى مراحل صناعة النشر الصحفي في نهاية السبعينات

وبداية الثمانينات، حيث حول جمهورها من نشر مطبوع إلى نشر مرئي على شاشات تلفزيونية، ويتسم

هذا النظام بتقديمه خدمة استرجاع للمعلومات، ويسمح للأفراد بالحصول على معلومات حسب الطلب

عن طريق خدمة مركزية بالحاسب الالكتروني أو بنك المعلومات (محمود علم الدين: 2008، 99-

176)

### النمط الثاني- الصحافة الالكترونية كمحتوى إعلامي منشور على شبكة الانترنت: إن الوحدة

الأساسية للنشر على شبكة الانترنت هي المواقع، ويشترط في الموقع حتى يطلق عليه اسم "الويب

سايت" web site أن تكون صفحاته متاحة على الانترنت على مدار 24 ساعة، ويستلزم أن يكون

لديه عنوان خاص للدخول إليه "URL"، وهناك فارق بسيط بين الموقع والبوابة portail، فكل بوابة

تعد في حد ذاتها موقعا، حيث يطلق عليها supersite بحكم الخدمات الهائلة التي تقدمها مقارنة مع

الموقع، ويقسم إلى (محمود علم الدين: 2008، 101-104):

### 1 - صحف الكترونية منشورة على شبكة الانترنت: وتقسّم بدورها إلى:



- نسخ الكترونية من الصحافة المطبوعة مثل: Time البريطانية و le monde الفرنسية الأهالي المصرية.

2 - **صحف الكترونية:** وهي عبارة عن صحف الكترونية ليس لها أصل ورقي مثل إيلاف وأوهمي نيوز الكورية.

3 - **مواقع الصحف:** حيث أصبحت مواقع الصحف مكانا لتزويد القراء ومستخدمي الانترنت بالخدمات الإعلامية منها موقع صحيفة الأخبار، وموقع صحيفة الجارديان البريطانية.

4 - **مواقع المؤسسات الإعلامية:** مثل مواقع وكالات الأنباء، محطات الراديو والتلفزيون، مثل BBC, CNN، راديو الأمم المتحدة، موقع العربية نت، الجزيرة نت.

5 - **المواقع الإخبارية:** تهتم المواقع على الشبكة بالخبر باعتباره المادة الرئيسية للموقع مثل: موقع نسيج الإخبارية، محيط، عجيب، المدار، ويختلف الصحيفة الالكترونية في:

- **طبيعة النشأة:** فالصحيفة الالكترونية أصلها نشأ بداية من الورق، أما الموقع الإخباري الالكتروني فقد نشأ ابتداء على الانترنت، فالبيئة الأساسية للموقع هي تلك البيئة الافتراضية اللامتناهية المسماة بفضاء الانترنت.

- **طاقم العمل:** في الصحيفة الالكترونية في أغلبه مجموعة من الفنيين لرفع محتويات الصحيفة الورقية ونشرها على الموقع الالكتروني، أما في الموقع فيختلف الأمر فيه تماما حيث يتسع ليشمل فريق العمل، مكونات غرفة الأخبار بما تحتويه من رئيس تحرير ومحررين وصحفيين ومدققي اللغة والمعلومات ومصنفي المواد وقسم الميتميديا.

- **زمن تحديث الأخبار:** في الصحيفة الالكترونية يرتبط في الغالب زمن التحديث بدورية صدور الصحيفة، أما بالنسبة للموقع الإخباري الالكتروني فهو في صراع مع الزمن لنشر الأخبار فور صدورها.

كما أن المواقع الإخبارية تعمل على بث ما يعرف بالأخبار العاجلة، بصورة تجعلها تتفوق على التلفزيون والإذاعة بخدمة كسر دورة إنتاج الخبر العادي

6 - **مواقع تعتمد على مشاركات الجمهور:** مثل مواقع التواصل الاجتماعي وهي مواقع تقوم بفتح نوافذ للنقاش بين الأفراد وتبادل المعلومات والأخبار مثل: ماي سبيس My space، فايسبوك Facebook.



**7 - المدونات الإلكترونية:** حيث تمنح الصحفي الإلكتروني مجالا واسع للإفصاح عن رأيه الشخصي في الحدث، وتحويله الحق في إشراك مشاعره العاطفية والتعبير عنها.

**النمط الثالث- الصحافة الإلكترونية على شبكة المحمول:** أتاحت التطورات التقنية في مجال الاتصالات الهاتفية إمكانية بث المعلومات من خلال الهاتف النقال، عن طريق خدمات إخبارية تسمى بالتطبيقات اللاسلكية Wireless Application Protocol WAP، والتي تعد المعبر للدخول إلى عالم جديد من البيانات المتحركة، يمكن مستعمله من الدخول إلى مواقع المعلومات والتطبيقات بسهولة مثل: البريد الإلكتروني، بيانات الشركات، الأخبار، التسلية، التلفزيون، السفر، الخدمات المصرفية، والمواقع الإعلامية عبر شبكة الانترنت هي الأخرى أصبحت تبت موادها على مدار الساعة مثل: CNN, Fox News, ABC, New york times, العربية، الجزيرة. كما أطلق محرك البحث غوغل نسخة عنه مخصصة لمستخدمي المحمول، وفي جوان 2004 أطلقت شركة كورية أول خدمة بث فيديو لمستخدمي المحمول Video-based News content service for mobile phone users، وفي 20 أبريل 2006 أطلقت شركة LTD . Cyogo technology.co أول جريدة على المحمول في الصين في مدينة بكين، وتبع ذلك إصدارا ما أطلق عليه الـ mpaper من خلال موقع [www.pressmart.net](http://www.pressmart.net)، وتفاوتت الخدمات الإعلامية الإلكترونية المقدمة على الشبكات الهاتف المحمول، فقد تشمل خدمات إخبارية من وكالات أنباء محطات تلفزيون، جرائد إلكترونية (محمود علم الدين: 2008، 170-172).

**النمط الرابع- الصحافة الإلكترونية غير الورقية على وسائط العرض:** وبدأت الصحف في تجربة هذا الورق الإلكتروني كوسيط للنشر منذ عام 2006، ويقوم القارئ بالاطلاع على الصحيفة من خلال جهاز القارئ، وهو جهاز محمول يستخدم للعرض والتخزين وإعادة الاستخدام، يستخدم في تطبيقات أخرى مثل الكتب الإلكترونية والمعلومات التي يتم عرضها يتم تحميلها من خلال وصلة بالحاسب الإلكتروني أو الهاتف المحمول، أو تصنع من خلال أدوات ميكانيكية مثل القلم الإلكتروني، وهناك عدد مختلف من التقنيات التي تم تطويرها في هذا الصدد مثل التجربة التي طورتها شركة Xerox في شراكة مع شركة 3M حيث أطلقت ما أطلق عليه Gyricon، وأخرى أطلقتها شركة Lucent في شراكة مع شركة ETNK، ويطلق عليها E.INK ومثال عن ذلك صحيفة THE NEWS YORK TIMES التي قررت خوض التجربة بـ 300 جهاز، و la parisienne و le monde الفرنسيين.



والجمهور يقرأ الصحف على الأجهزة الجديدة في أي مكان ولكنها لم تصل حتى الآن إلى المرحلة الجماهيرية لتباع بسعر مناسب (محمود علم الدين: 2008، 173-176).

فأنواع الصحافة الإلكترونية كثيرة ومتعددة، ومعايير تقسيمها وتصنيفاتها مختلفة لكنها تتفق كافة في استخدام شبكة الانترنت كوسيط للنشر الإلكتروني الذي يوفر جو من السرعة والآنية، والتفاعلية والسهولة في الاستخدام والوصول والتحويل للمعلومات.

#### 4 - خدمات الصحافة الإلكترونية:

تميزت الصحافة الإلكترونية منذ ظهورها بكم هائل من الخدمات التي تقدمها إلى جمهورها، عن طريق خدمات صحيفة جديدة من خلال تقديم الأخبار الفورية والآنية والمضامين الإعلانية التفسيرية والتوضيحية، وتتولى خدمات الصحافة الإلكترونية فيما يلي:  
أولاً: خدمات التواصل.

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

**2 - المجموعات الإخبارية أو مجموعات الحوار:** وهي خدمة تقدمها الصحيفة للقراء للتعبير عن آراءهم في القضايا والموضوعات التي يهتمون بها وتنقسم مجموعات الحوار إلى:

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

**3 - المشاركة في التصويت أو استطلاعات الرأي:** يعد التصويت أو الاستطلاع من الأدوات المهمة للمواقع ولزائريه على السواء، فللزائر من حيث إتاحة المجال أمامه للتعبير عن الرأي، وللمواقع من حيث يمكنه قياس رأي زائريه في الأحداث والقضايا المختلفة ومعرفة مدى تفاعلهم معها ومواقفهم منها ونتيجة التصويت دائما تظهر في مكان التصويت نفسه، وذلك بعد لحظة من المشاركة، دونما الحاجة إلى إعادة تحميل الصفحة.



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

**5 - الحوار مع الشخصيات المختلفة:** ويمكن أن يكون الحوار مرثيا أو مكتوبا، عبر موقع الصحيفة الإلكترونية، يتفاعل فيه الزوار مع الشخصية بتوجيه الأسئلة ومناقشة الموضوعات المختلفة (ماهر عودة الشمالية وآخرون: 2015، 116-117).  
ثانيا: البث التلفزيوني.

**1 - البث التلفزيوني:** وتلجأ بعض المواقع الإخبارية لهذه الخدمة لإتاحة الفرصة أمام الجمهور بمتابعة البث الحي على شبكة الانترنت دون الحاجة للتلفزيون.

**2 - راديو الانترنت:** وهو مصطلح يشير إلى استخدام الانترنت لتقديم الخدمات الإذاعية. ومن مميزات مذياع الشبكة (الانترنت) انخفاض تكلفة إدارة الخدمة الإذاعية وتشغيلها، وإمكانية وصولها إلى أي مستمع يستخدم الشبكة في أي مكان في العالم، وأيضا فإن العديد من محطات الإذاعة في الشبكة (الانترنت) هي محطات خاصة بمستخدمين أو شركات لا تملك محطات إذاعية تقليدية.

**3 - إعادة نشر الصحيفة كملف PDF أو فلاش:** وتسمى معظم المواقع الإلكترونية التابعة لصحف ورقية لتوفير نسخة مطابقة من الصحيفة الورقية على صفحتها الرئيسية، عبارة عن ملف PDF يمكن تحميله وتصفحه على الانترنت أو جهاز الكمبيوتر، ومنها أيضا من توفر فلاش لعروض الصحيفة وتصفحها على الموقع نفسه (ماهر عودة الشمالية وآخرون: 2015، 117-118).

**4 - خدمة النسخة المطبوعة:** تتضمن هذه الخدمة عددا من الخدمات الفرعية التي تستهدف ربط القارئ بالصحيفة الأم (الورقية)، وتقديم بعض الخدمات الترويجية لها كتسهيل عملية اشتراك القراء فيها وتقديم الإعلانات لها، وتشمل هذه الخدمة:

- تصفح عدد اليوم، وتقتصر هذه الخدمة على النوع الأول من الصحف الإلكترونية أي الصحف للمتصفح خدمة مطالعة النسخة الورقية، وما بها من موضوعات مختلفة إلى حد كبير عما تحويه

الصحيفة الإلكترونية. وعلى سبيل المثال فإن صحيفة يو اس اي توداي USA Today تقدم هذه الخدمة تحت عنوان print edition ضمن ما تقدمه من خدمات مرتبطة بالصحيفة الورقية، وتتيح فيها تصفح عدد اليوم وعدد الأمس، بالإضافة إلى خدمة الاشتراك في الصحيفة الورقية والدخول إلى الأرشيف الخاص بها. ولا يحتاج النوع الثاني من الصحف الإلكترونية (النسخة الإلكترونية من الصحيفة الورقية) إلى تقديم مثل هذه الخدمة لأنها في الأصل نسخة منها.

- **تصفح عدد الأمس:** وتتيح هذه الخدمة للمتصفح مطالعة العدد السابق من الصحيفة بطريقة موجزة غالباً، ومن داخل هذه الخدمة يمكن للمستخدم العودة إلى أكثر من عدد سابق من الصحيفة.

- **الاشتراك في الصحيفة المطبوعة:** وهي خدمة تقدمها الصحيفة الإلكترونية إلى نظيرتها الورقية تتيح من خلالها للمستخدم الاشتراك في الصحيفة الورقية من خلال تقديم المعلومات الخاصة بالاشتراك بطريقة سهلة (حسني محمد نصر: 2003، 112-115).

**5 - تقنية النشر المتزامن البسيط RSS:** تختصر هذه الحروف كلمات Really Simple Syndication، وتعد خدمة RSS وسيلة سهلة تمكن القارئ من الحصول على ما يستجد من أخبار ومواضيع فور ورودها على مواقعه المفضلة على شبكة الانترنت، بدلاً من أن يفتح صفحات المواقع ذاتها للبحث فيها من موضوعات جديدة، وقد تحتوي الوثيقة على التغذية Feed في صورة إما ملخص للموضوع أو الموضوع كاملاً، وقد يحصل المستخدم على الفقرة الأولى من الموضوع (لا الملخص) لدفع المستخدم إلى العودة إلى الموقع مرة أخرى لقراءة باقي المقال، وتلجأ المواقع الصحفية إلى ذلك لتحافظ على أعداد المستخدمين وما سيتبعه من جذب للمعلنين، ولكن يحبط هذا التصرف القارئ الذي يود الحصول على الموضوع بشكل بسيط وسريع، فالميزة الأساسية لـ RSS إمكانية متابعة العديد من المواقع في مكان واحد.

**6 - خدمة البودكاست (الجزيرة نت):** خدمة البودكاست هي سلسلة من ملفات الوسائط المتعددة (صوت، فيديو)، يمكنك من خلالها الحصول تلقائياً على أحدث حلقة من البرامج الذي اخترته، حيث يمكنك تحميل الملفات (فيديو، صوت) على جهازك المحمول أو على الحاسب الشخصي ثم مشاهدتها أو سماعها على الأجهزة المحمولة أو على الحاسب الشخصي (ماهر عودة الشمالية وآخرون: 2015، 118-119).

### ثالثا: خدمات البحث وتحميل الملفات.

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

**2 - مشاركة الآخرين بالخبر:** ويمكن من خلال برمجة الصفحات أن ترسل الخبر أو الموضوع الصحفي لمن تريد على أيميله أو المراسلة المباشرة، وذلك من خلال الضغط على زر أرسل الخبر أو شارك الآخرين (رضا عبد الواحد أمين: 2007، 101-102).

### رابعا: خدمات المساعدة والتوجيه.

**1 - خريطة الموقع site map:** وتعني هذه الخدمة تقديم محتويات الموقع بطريقة مبسطة وسهلة للمستخدم، خاصة إذا كان الموقع مزدحما بالتفاصيل والخدمات، مثل مواقع الصحف الإلكترونية.

**2 - المساعدة help:** وهذه الخدمة تحمل أسماء متعددة منها المساعدة help أو مركز المساعدة. وتحاول من خلالها المواقع الإلكترونية توجيه المستخدم ومساعدته في حل بعض المشكلات التي يمكن أن تواجهه خلال التصفح، ويمكن أن تكون عبارة عن أسئلة شائعة يطرحها المستخدمون، ويوفر لها الموقع الإجابات النموذجية.

**3 - معلومات عن الصحيفة والموقع الإخباري "من نحن":** وتكون فيها المعلومات مشابهة لتلك التي في بداية الصحيفة، وهي معلومات عن المؤسسة نفسها من تكون وما أهدافها وما هي سياستها في نقل الأخبار، ومعلومات أخرى.

**4 - الإرشاد إلى الأخبار الحديثة والموضوعات الهامة:** وتقدم للمستخدم عناوين أهم الأخبار من وجهة نظر الصحيفة التي يمكن أن يطالعها على الفور، ودون الدخول في تفاصيل الموقع (سمية بورقعة: 2015، 617).

### خامسا: خدمات أخرى.

**1 - التسوق:** وتوفر أسواق مركزية للتسوق المباشر والدخول في مزادات حية عبر الانترنت، ويمكن توفير أسعار العملات وخدمات الأسهم أيضا.

**2 - توفير تقارير أصلية:** وهذه التقارير تكون من إعداد فرق خاصة بالمؤسسة، ولا يمكن الحصول عليها من أماكن أخرى، وتوفرها المؤسسة على صفحتها الرئيسية.

**3 - QR BarCode:** وهو نظام تشفير للحروف والأرقام وظهورها في صورة نقطية (سمية بورقعة (2015، 625).

### **5 - تحرير وإخراج الصحيفة الإلكترونية:**

استطاعت الصحافة الإلكترونية أن تحدث انقلابا ليس فقط في نوعية المادة الصحفية، وفي سرعة تناقل الخبر، ولكن أيضا في صياغة الخبر وشكله وطريقة تحريره.

**أولا: تحرير الصحيفة الإلكترونية:** ويقصد بتحرير الصحف الإلكترونية طريقة الكتابة الفنية، التي تتيح للمحرر الصحفي تحويل الوقائع والأحداث والأفكار والآراء والخبرات من تصورات ذهنية وأفكار إلى لغة مكتوبة ومفهومة للقارئ العادي، حيث تعد الأداة التي يتم من خلالها تحويل المضمون إلى مادة صحفية باستخدام شاشات الحاسوب، أين يجلس المحرر أمامه ليقوم بتصويت وتعديل المادة الصحفية المعروضة عليها والمخزنة على الملفات داخل جهاز الحاسوب، فهو إذن استبدال الأدوات الورقية التي يستخدمها المحرر بأدوات تكنولوجية تحقق مستوى أعلى من الدقة أثناء عملية الكتابة، خصوصا في حالة استخدام أحد برامج معالجة النصوص المدعومة بإمكانيات التصحيح اللغوي، أو رصد الأخطاء اللغوية وتصحيحها، بالإضافة إلى توفير درجة أكبر من السرعة عند الرغبة في إجراء تعديلات بالحذف أو الإضافة أو النقل على الجزئيات التي تكون منها المادة الصحفية (علي عبد الفتاح كنعان: 2014، 66-67).

**1 - مراحل إعداد المادة الصحفية في الصحيفة الإلكترونية:** يمر إعداد المادة في الصحيفة الإلكترونية بعدة مراحل، وهي مبينة على النحو التالي:

**1 - 1 التخطيط:** تتضمن هذه المرحلة تحديد المحاور الأساسية للمادة واختيار العناصر الأساسية التي سيتضمنها، وتعتمد الصحف الإلكترونية في هذه المرحلة على فريق متكامل يتكون من الكاتب والمحرر، وفريق فني يضم متخصص في الوسائط المتعددة حيث يناط بالكاتب وضع المحاور الأساسية للمادة أو الموضوع أو القصة، أما فني الوسائط المتعددة فيسند إليه فيسند إليه تحديث شكل استخدام الوسائط المتعددة في عرض الموضوع بالتعاون مع المصمم.

وفيما يتعلق بالمحرر الصحفي في الصحيفة الإلكترونية فيتولى بناء قالب الكتابة الإلكترونية، وما يتضمنه من استخدام الوصلات لربط محاور الموضوع ببعضها من ناحية، وربطها بالمواقع الخارجية

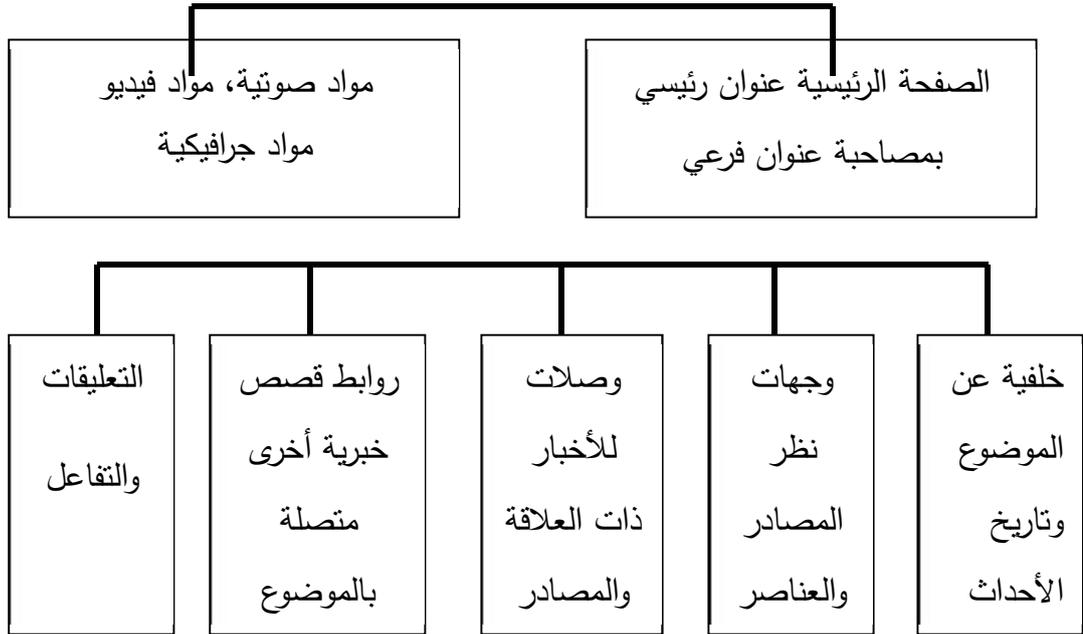
أو مصادر المعلومات المختلفة من ناحية ثانية إذا تطلب الأمر (علي عبد الفتاح كنعان: 2014، 66-67).

مع العلم أن الوصلات الفوقية hyperlink تتيح للمستخدمين أن يقفروا من موقع معلوماتي إلى آخر فوراً، إذ تتيح الوصلات عبر طريق المعلومات السريع الإجابة عن الأسئلة، كما يشمل التخطيط أيضاً الشكل غير الخطي nolinear من أخبار الشبكة، والصفة غير الخطية تعني بإمكان القراء الدخول إلى الخبر أو صفحة الشبكة عند أية نقطة، وبمقدورهم كذلك الحصول على العناصر بأي نظام يختارون، والتجول من عنصر إلى عنصر، حيث يضغط القراء على وصلات فائقة السرعة تنقلهم إلى مواقع أو موضوعات أخرى (ماجد سالم تريان: 2008، 233-234).

**1 - 2 جمع المعلومات:** يتعين على المحرر الصحفي الإلكتروني في مرحلة جمع المعلومات أن يراعي ثلاث مستويات أساسية في تقديم المادة الصحفية في الصحيفة الإلكترونية هي:  
- المستوى السطحي: وفيه يتم الاهتمام بالإيجاز والاختيار والتكثيف.  
- المستوى المتعمق: وفيه يتم الاهتمام بالتفصيل والخلفيات، ووجهات النظر المختلفة.  
- مستوى التحديث: وفيه يتم جمع المعلومات الحالية لمتابعة الحدث أولاً بأول (علي عبد الفتاح كنعان 2014، 68).

**1 - 3 تنظيم المعلومات:** حيث تتطلب الكتابة الإلكترونية شكلاً من التنظيم يختلف عن العرض المطبوع، حيث من الممكن أن يرافقها وصلات فوقية، ووسائط متعددة، واستخدام خلفيات، لذا تأتي أهمية تنظيم المحتويات بشكل بسيط، وواضح يسهل للمستخدم الاستفادة منها دون إرباك، وتتضمن هذه المرحلة عنصراً مميزاً ووثيق الصلة بطبيعة المادة الإلكترونية، وهو وضع مخطط شامل لهيكل المادة ككل، ويعد هذا المخطط خطوة رئيسية مهمة جداً في الكتابة الإلكترونية، لأنه عبارة عن إعداد رسم يوضح تنظيم المادة ككل، ويضم وحداتها، والعلاقات بينها (ماجد سالم تريان: 2008، 234).  
وفي هذا المخطط يتم وضع كل وحدة من القصة أو الموضوع في مربع داخل المخطط، متضمنة الوسائط المتعددة الموجودة في هذه الوحدة.

شكل توضيحي رقم(12) يمثل المخطط الذي ينظم عناصر المادة(عباس ناجي حسن:2014،142)



فتنظيم المعلومات إذن هو عملية يتم فيها تطبيق أسس وقواعد معنية على المعلومات، بهدف إدراك العلاقة بينها، أو ترتيبها بغرض استرجاعها بعد سرعة وسهولة، ويمكن إيجاز أهمية تنظيم المعلومات على المواقع الالكترونية فيما يلي:

- الانتشار الواسع للمواقع الالكترونية، ونمو محتوياتها من المعلومات.
  - تعدد أشكال المعلومات المتوفرة على المواقع الالكترونية(نصية، صوتية ومرئية، وصور ورسوم بيانية وغيرها).
  - الإقبال المتزايد من فئات المجتمع على استخدامها لكونها تمثل مصدرا للمعلومات أو وسيلة لنشرها.
  - اعتماد الكثير من المؤسسات والأشخاص على المواقع الالكترونية من خلال إنشاء مواقع خاصة لتقديم خدمات وبت معلومات(كامنة بن علي بن سعد الترك الكثيري: 2016، 39).
- وفي ضوء ما سبق يتضح مدى حاجة مواقع الصحف الالكترونية إلى الالتزام بمثل تلك المعايير التي تحقق قابلية استخدامها وسهولة الوصول إلى محتواها، وبالتالي لا بد من المؤسسات المسؤولة عن مواقع الصحف أن تعي أهمية تنظيم المعلومات على مواقعها، لكي تسهل على المستفيد الوصول إلى المعلومات التي يرغب فيها، وبالتالي إشباع حاجته المعلوماتية.
- 1 - 4 كتابة المادة:** تشجع الكتابة الجيدة على القراءة الجيدة لها، حيث يرتبط شكل وأسلوب الكتابة بطبيعة المحتوى نفسه، ويوجد عنصران مهمان متكاملان في الكتابة الصحفية عموما هما: الأفكار

المتضمنة ، واللغة المستخدمة لتوصيلها. ويتأثر بناء الموضوع، وعلى الأخص المقدمة في الكتابة الصحفية التقليدية بالقاعدة الخاصة بتقديم أكبر قدر ممكن من القيم الإخبارية المثيرة للقراء، لذلك يحتاج المحرر دائما للغة السليمة بجانب الهيكل الواضح للأفكار داخل الموضوع، فقراء الشبكة يريدون الخبر في مستويات (بعضهم يريد الموجز فقط، وآخرون يريدون تفاصيل أكثر)، وعليه يفضل كتابة الخبر كاملا، ولكن في فقرات، حيث يميل القراء إلى التصفح أكثر من ميلهم إلى القراءة المتعمقة (عباس ناجي حسن: 2014، 129-130).

**1 - 5 إعادة الصياغة:** وتعني حذف الكلمات غير الضرورية، وحذف المعلومات ذات الأهمية القليلة، ويمكن تقديمها كوصلة للقراء الذين يريدون المزيد من المعلومات والتعمق.

**1 - 6 الهدم والبناء:** بالإضافة إلى ما سبق هناك اتجاه جديد في إعداد الكتابة الإلكترونية، ويطلق عليه مفهوم الهدم وإعادة البناء، وقد ظهر هذا الاتجاه في منتصف التسعينات، أي في عام 1996م وهو خاص ببناء المواد الإلكترونية، حيث يساعد الصحفي على التعامل بكفاءة مع إمكانيات الوسيلة نفسها و سماتها.

**أ - مفهوم الهدم:** يتضمن تقسيم الموضوع الصحفي إلى مكوناته الأساسية في صورة أجزاء مستقلة وتحديد أوجه التشابه، والعلاقات المختلفة بين هذه الأجزاء، ومن ثم تجميعها مع بعضها في فئات منطقية محددة ومفهومة.

**ب - إعادة البناء:** ويتضمن إعادة بناء الموضوع باستخدام المخطط، أو النموذج التوضيحي لها والذي يفيد الصحفي في تجميع الأجزاء والمكونات الأساسية في فئات، وبناء شبكة الوصلات فيها لتوضيح العلاقات والارتباطات المختلفة بين هذه الأجزاء.

ويلاحظ أن أي موضوع به جزء يمثل جوهر الموضوع ككل، وتعتمد كتابة هذا المقطع على الأسلوب الخطي، وتوجد بالإضافة إليه مقاطع أو أجزاء أخرى تمثل المعلومات، والتفاصيل الإضافية والخلفيات، والشروح (ماجد سالم تزيان: 2008، 236).

**ثانيا: إخراج وتصميم الصحف الإلكترونية:** يعتمد إنشاء وتصميم المواقع على الانترنت على عدد من القواعد والعناصر التي تكون في مجملها أسسا تساعد على سهولة القراءة وسهولة الحصول على المعلومات من الصحيفة، ومن أهم هذه القواعد الإلمام بلغة ترميز النصوص المتشعبة، أو ما يتطور عنها، مع الفهم الصحيح لماهية الصحيفة الإلكترونية، وسياستها التحريرية ومكوناتها، مع ضرورة ضمان سهولة التعامل مع موقع الصحيفة وقابلية الاستخدام.

وتتبلور كافة هذه العناصر في عملية الإخراج الصحفي الإلكتروني، الذي يعد عمل تكاملي يبدأ من الخطوة الأولى من العمل الفني التي تتمثل في وضع الشكل الأساس الذي يسمح بإعطاء الصحيفة هوية معينة و متميزة، تتبلور في صفحاتها الرئيسية (الواجهة) وملفاتها الفرعية، الذي يتصف بالاستمرار لفترة طويلة نسبيا، ويتكون من مجموع الوحدات الإلكترونية الثابتة (اسم الصحيفة، طريقة بناء النصوص، عرض الصفحة، الخدمات الإضافية..)، كما يشمل طرق بناء الوحدات الإلكترونية والموضوعات المنشورة في هذه الصحف، باستخدام العناصر الإلكترونية المختلفة والصور والرسوم التوضيحية والجداول والألوان، والوسائط المتعددة إضافة إلى الكيفية التي يتم من خلالها توزيع هذه الوحدات على الشاشة (صالح بن زيد بن صالح العنزي: 2007، 18-19).

فالإخراج الصحفي الإلكتروني إذن هو الطريقة والأسلوب التي تقدمها الصحيفة الإلكترونية إلى المستخدم عبر ثلاث عمليات أساسية هي الأدوات التكنولوجية ممثلة في الانترنت عبر خاصية النشر الإلكتروني، والعناصر البنائية الكامنة في محتوى الصفحة من نصوص وصور وحركة وأصوات وألوان وخلفيات، وأيقونات وخرائط.. الخ، والتصميم الذي يظهر في التنظيم لكافة العناصر السابقة لتشكيل الرسالة في إطارها المناسب من أجل جذب المستخدم وإرضاءه وإشباع حاجياته ورغباته.

**1 - بنية الصحف الإلكترونية:** يقصد بالعناصر البنائية للصحف الإلكترونية مجموعة العناصر التي تتكون منها الصحف المنشورة على شبكة الانترنت، ويمكن تصنيفها إلى ثلاثة عناصر (فوزي عبد الغني: 2000، 83):

1 - **عناصر تيبوغرافية:** وتشمل النصوص، والخطوط والعناوين، والفواصل والجداول، وهي التي تتميز بها الصحف التقليدية.

2 - **عناصر جرافيكية:** وتشكل الألوان والصور، والرسومات، وهذه العناصر تتميز بأنها مشتركة بين الصحف التقليدية والإلكترونية، إلا أن التقدم التكنولوجي أضفى إليها مزيدا من الجاذبية.

3 - **عناصر تكنولوجية:** وتشمل الرسوم المتحركة، والوسائط المتعددة، والنص الفائق.

**أولا العناصر التيبوغرافية:** تمثل العناصر التيبوغرافية أحد أهم عناصر تقويم القارئ للصحيفة ومفاضلته لها، وتعتبر أحد عناصر المنافسة بين الصحف، كما تؤدي دورا مهما في التقييم المبدئي والمفارقات التي يجريها القارئ بين الصحف.

وتشمل العناصر التيبوغرافية في الصحف الإلكترونية على ما يلي:

**1 - النصوص:** يحتوي النص في بعض الفنون الصحفية عادة على العناوين، والمقدمات، والجسم ولكل منها قواعد تحكم حركته داخل البناء الشكلي.

وتعد النصوص التشعبية أهم النصوص المستخدمة في الصحف الإلكترونية، حيث تسهم في ربط الصفحة الرئيسية بالصفحات الداخلية، ولا تختلف النصوص التشعبية كثيرا من حيث المضمون عن الحروف الخاصة بالمتن أو حتى العناوين، ولكن الاختلاف يكمن في الشكل الذي تظهر به، حيث يمكن للمخرج استخدام الحروف أو الصور كنصوص تشعبية، ولعل هذا يقتضي إلى ضرورة عمل المخرج على تسهيل وصول المستخدمين إلى هذه النصوص، حيث أن العديد من مستخدمي الانترنت قد لا يلاحظون ذلك بشكل واضح، خاصة أن بعض إعدادات المتصفحات لا يمكنها تحديد الصور التشعبية بسهولة، إلا عن طريق المؤشر الذي قد لا يمر على ذلك الصور (صالح بن زيد بن صالح العنزي: 2007، 155-156).

وهناك العديد من العوامل التي تؤثر على انقراءة النص منها: وضع النص متوافقا مع اللغة المستخدمة، ومحاذاة النص كذلك حسب اللغة المستخدمة، ونوع الخط، وطول السطر، والمسافات البيضاء في الصفحة بين الهوامش والنصوص، والتباين، واستخدام نمط مختلف في العناوين والمقدمات عن المتن (ماجد سالم تريان: 2008، 258)

**2 - الخطوط والعناوين:** تتيح تكنولوجيا الانترنت لصفحة الويب وضع مجموعة من الخطوط في صفحاتها، ويقوم مستعرض الويب بالبحث في هذه الخطوط بترتيب كتابتها، وإذا لم يدعم المستعرض هذه الخطوط يقوم بوضع الخط الافتراضي بدلا من هذه الخطوط، كما تعد حروف المتن من العناصر التيبوغرافية الأساسية، حيث اكتسبت العناصر التيبوغرافية معناها من الحروف، كما أن الحروف هي القالب الشكلي الذي يحمل المضمون إلى القارئ، ولأهمية هذا العنصر عكف التيبوغرافيين وعلماء البصريات على وضع القواعد والإجراءات التي تحدد أنسب أنواع وحجم البنت وقابليته للقراءة، حيث أوضحت الدراسات التفصيلية أن الخط (Arial) هو أفضل الخطوط من ناحية القراءة، ويفضل أن يكون حجمه (14) نقطة، وكذلك خط (Verdana) الذي حجمه (12) نقطة، كما رأيت أن الخط (Times New Roman) هو الأسوأ، سواء أكان ذلك في الخطوط الكبيرة أم الصغيرة. ويرى برنارد أن خط (Arial) هو الأفضل بالنسبة للعناوين والمقدمات وخط (Verdana) الأفضل بالنسبة للنص المستمر (ماجد سالم تريان: 2008، 258-259).

وفيما يتعلق بالعناوين، فهناك مجموعة من العناوين المستخدمة كعناصر في تصميم الصحف الالكترونية بشكل عام(شريف درويش اللبان: 2000، 111):

- **عنوان الصفحة:** ويظهر في معظم برامج التصفح في شريط العنوان، وذلك في أعلى النافذة التي تعرض بها الصفحة، حيث استخدام لغة HTML في ترميز صفحات المواقع الفورية، وذلك أن يكون لكل منها عنوان يظهر في رأس الصفحة نفسها.

ويشار إلى أن العنوان الأصلي للصفحة الفورية لا يظهر في الصفحة نفسها، لكنه يظهر كعنوان لنافذة المتصفح، وهي النافذة التي تضم الصفحة المعروفة .

- **عنوان المادة:** ويمكن التمييز بين نوعين:

**الأول: العنوان التحليلي:** وذلك حينما يشير العنوان إلى عناصر بناء النص مثل: المقدمة والتعريف، والخلفية التاريخية، والخاتمة.

**الثاني: وهو عنوان العرض:** والذي يساعد القارئ على فهم محتوى النص الذي يعقبها، وتعتبر عناوين العرض أحد وسائل الإبراز الرئيسية، التي يعتمد عليها المصمم لتأكيد أهمية عنصر ما داخل الصفحة عبر إضافة بعض التأثيرات مثل: أن يومض، ويتحرك عبر الشاشة وبشكل عام هناك سمات عامة ينبغي مراعاتها في العنوان تتمثل في الوضوح والاختصار والألفة، والشكل المتجانس مع غيره من عناوين الملف، والملائمة والارتباط بالموضوع، فتوفر هذه السمات في العنوان يجعله يؤدي وظيفته كأداة للفهم، ومركز للانتباه وخريطة تنظيمية للنص.

**3 - الفواصل والجداول:** تستخدم الصحف الالكترونية العديد من الفواصل للفصل بين الأخبار والموضوعات الصحفية، ومن هذه الفواصل ما هو تقليدي، ومنها ما هو تكنولوجي، فتستخدم الصحف الصور كوسائل فصل تقليدية للفصل بين الموضوعات، بيد أن الانترنت كوسيلة اتصال تتميز بالإخراج الرأسي vertical layout، ووسائل الفصل عادة ما تكون أفقية Horizontal وفي عرض موضوعات متقاربة، بين القائمة والموضوعات المعروضة تستخدم الصحف الالكترونية الخطوط الرأسية للفصل بين الموضوعات، كما تستخدم بعض الصحف الالكترونية الإطارات Frames للفصل بين الصفحات(فوزي عبد الغني: 2000، 85).

**ثانيا: العناصر الجرافيكية:** وتشمل الصور، والرسومات، والألوان.

**1 - الصور:** وتستخدم الصور بأشكال مختلفة داخل الصفحة الالكترونية، ومن ذلك الصور التي تستخدم في تصميم شعار الصحيفة "اللافتة"، والصور التي تستخدم لعرض الموضوعات والأعمدة

الثابتة التي تبرز محتويات الصحيفة ونحوها، والصور المتغيرة مثل صور الأخبار ونحوها، إلى جانب الصور المستخدمة في الأيقونات التوضيحية داخل الصفحة مثل أيقونة البدء، أو العودة إلى الخلف أو العودة إلى الصفحة الرئيسية، أو الأيقونات الخدمية مثل أيقونة الطباعة، أو الحفظ على القرص ونحوها(صالح بن زيد بن صالح العنزي: 2007، 160).

وتعد الصور الخاصة بنمطي GIF وjpg من أكثر الصيغ شيوعا عبر شبكة الانترنت، وذلك لأن حجم الصورة بهذه الصيغ أقل من غيرها، فهي تستهلك القليل من حجم الذاكرة، كما أنها تشغل حيزا قليلا من مساحة المواقع الإلكترونية بشكل عام، والصحف الإلكترونية بشكل خاص، فالصور الإلكترونية تتكون من مجموعة كبيرة من النقاط التي تمثل في مجملها البيكسل "pixel"، الذي يعبر عنه عدد النقاط في البوصة الواحدة، ولذا تحتاج الصور إلى مساحات كبيرة لتخزينها. من هنا فإن صيغتي GIF، JPG تساعد الحاسبات من فك ضغط الصورة لتكون بأحجام صغيرة تمكن الحاسبات من فك الضغط على هذه الصور بمجرد عرضها بشكلها الطبيعي، كما تعتمد جودة الصورة على الوضوح فيها (résolution)(فوزي عبد الغني: 2000، 79).

رغم الإشارة السابقة إلى الحجم المثالي للصور الثابتة، إلا أن أحجام هذه الصور تختلف من صحيفة إلى أخرى من صفحة إلى أخرى ومن موضوع إلى آخر، كما أن الصحف على الانترنت تبتعد عن استعمال الصحف الكبيرة الحجم، لأنها تبطئ عملية التحميل أمام المتلقين

**2 - الألوان:** يحظى الانترنت بالعديد من الألوان، فيتيح الكمبيوتر (256) درجة لونية لكل من الألوان الأساسية، ويمكن تقسيم الألوان الموجودة على الانترنت إلى نوعين أساسيين(فوزي عبد الغني 2000، 86-87):

**النوع الأول:** الألوان الخلفية **background color:** وهي التي تستخدم لملء الفراغ داخل الأشكال والجدول، والرسوم الهندسية، وتكون خلفية للنصوص.

**النوع الثاني:** الألوان الأمامية **Frog ground color:** وهي التي تستخدم في الخطوط والحدود والأشكال والنصوص، ويمكن أن تؤدي الألوان عدة وظائف منها:

- التمييز بين العناصر المختلفة باستخدام لون مميز لكل فئة من العناصر.
- الربط بين العناصر المختلفة باستخدام لون موحد.
- تحقيق التباين بين الخطوط الموجودة في الصحيفة.
- إسرار عملية البحث داخل النصوص الطويلة، بتمييز بعض الكلمات المفتاحية.

- لفت نظر القارئ إلى بعض الوحدات.

ثالثاً: العناصر التكنولوجية: وتتمثل في:

1 - الرسوم المتحركة: وهي أسلوب عمل حركة خادعة عن طريق استعراض سلسلة من الصور المختلفة التي تمر بسرعة فائقة، حيث تخدع العين عن طريق ما يسمى بالخداع البصري، وذلك برؤية هذه الصور، وتعتبر الرسوم إحدى تطبيقات الوسائط المتعددة MultiMedia .

وتنقسم الرسوم المتحركة من حيث استخدامها في الصحافة على الانترنت إلى نوعين هما(ماجد سالم تريان: 2008، 264):

أ - الرسوم المتحركة الديناميكية: وهذه تتغير من عدد لآخر، وفقاً لنوعية الموضوعات المنشورة في موقع الصحيفة.

ب - الرسوم الثابتة Static animation: وهذه الرسوم الثابتة في كل أعداد الصحيفة على الانترنت، والتي تميز شخصية الصحيفة، وتحقق وظيفة مهمة من عمليات التصميم الصحفي، وهي التوازن مع العناصر الثقيلة مثل: العناوين، والرسوم، والصور، والجداول.

2 - الوسائط المتعددة: تستخدم الوسائط المتعددة في دعم الوسائط التقليدية المتمثلة في: النص والصورة، وتستخدم الوسائط المتعددة في إضفاء الصوت والفيديو على النص، وتساعد هذه الوسائط في تحقيق عدد من الأدوار والوظائف وهي(ماجد سالم تريان: 2008، 264):

- التحرر من أسر التنظيم الخطي، مما يعطي القارئ حرية تامة في اختيار مسار رحلة القراءة.  
- إمكانية عرض الموضوع من جميع جوانبه أمام القارئ في شكل Script، يحتوي على النص والصوت والحركة.

- تحقق الوسائط المتعددة التفاعلية للقارئ.

- تحقيق الواقعية من خلال عرض الحدث أمام عين المشاهد لحظة وقوعه.

- ربط المتصفح للانترنت بالصحيفة، من خلال الاستحواذ على مدركاته السمعية والبصرية.

- خلق العوالم اللاواقعية عن طريق تقديم مجموعة من اللقطات الخيالية التي تحقق للمشاهد نوعاً من التسلية، والمتعة والهروب من الواقع، إضافة إلى القيم الجمالية والنفعية، فالقيم الجمالية تجعل العمل يتألاً بين ثنائية السمع والإبصار، أما النفعية فتتمثل في إمداد المخرج بعناصر مساعدة للعناصر التقليدية تساعد في التعبير عن المضمون ببراعة ودقة أكبر من ذي قبل.

وستعرض الباحثة لبعض الوسائط المتعددة مثل: الصوت، والفيديو، بشكل مختصر جدا إضافي لما تم تقديمه سابقا.

أ - **الصوت:** يعرف الصوت من الناحية الفيزيائية بأنه تخلخل في الهواء ينتج عنه موجات، هذه الموجات تدرك كصوت في أذن الإنسان، والصوت له جوانب متعددة تراعي عند التسجيلات الصوتية Sound Record، والموسيقى التصويرية، والخلفيات الموسيقية Music Backward والمؤثرات الصوتية Sound Effects، والصوت متخصص للقيام بدور تسجيل الصوت ، (dodd sph : 2006 , 165)

ومن المجالات التي يستخدم فيها الصوت في الصحف الإلكترونية ما يلي:

- التنبيه على أخطاء وقع فيها المستخدم، كإصدار جرس لتنبيه المستخدم لضغطه على وصلة خطأ.
- تنبيه المستخدم إلى موضوع مهم أو تحذير فوري، وهو مشابه للصوت السابق لكن يصاحبه تعليق مكتوب على الشاشة.
- يتم إضافة التعليقات الصوتية لتجنب النصوص المكتوبة الطويلة.
- يجب عدم المبالغة في استخدام الصوت.
- إقناع المستخدم بالموضوع عن طريق المؤثرات الصوتية (ماجد سالم تريان: 2008، 267-268).

ب - **الفيديو:** تجسد ملفات الفيديو الأحداث، حيث تتبع أهميتها من أنها تجعل المشاهد يتعايش مع الحدث وكأنه من مفرداته، غير أن ملفات الفيديو على الانترنت محاصرة بقيود بطء الاتصال التي تقلل من أهميتها من ناحية، وكبير حجم ملفات الفيديو من ناحية أخرى.

ويشار إلى أن هناك طريقتين لتقديم الفيديو في المواقع الإلكترونية، وهما كما يلي:

-**الطريقة الأولى: التحميل:** ويتم عبر تحميل الملفات على جهاز المستخدم ثم تشغيله بعد ذلك ويعيب هذه الطريقة الوقت الكبير الذي تستغرقه في التحميل، وقد يأخذ عرض دقيقة واحدة من الفيديو وقتا يفوق خمس دقائق.

-**الطريقة الثانية: البث:** ويعيب هذه الطريقة عدم دقة الصور، والملفات وعدم وضوح صورتها، علاوة على اختفاء وظهور الصور أثناء التشغيل (ماجد سالم تريان: 2008، 268-270).

## 8 - التأثيرات الإيجابية والسلبية للصحافة الالكترونية:

تشكل الصحافة الالكترونية إحدى أهم مظاهر الثورة المعلوماتية الحالية لما توفره من إيجابيات كثيرة للعمل والإعلامي من جهة وللصحفي من جهة أخرى، ولكن هذا لا يعني أنها إيجابية خالصة فلها تأثيرات سلبية.

### 8 - 1 - التأثيرات الإيجابية للصحافة الالكترونية:

1 - منحت فرصا كبيرة للفئات المهنية للتعبير عن آراءها، وتوصيل أفكارها للجماهير حول العالم بشكل غير ممكن في الصحافة المطبوعة، وهذا ما حدث بالبعض للحديث عن صحافة الشعب "Civil Journalism" للإشارة إلى المشاركة الواسعة للأفراد العاديين في عملية الاتصال عبر الانترنت وبخاصة في إطار صحافة المدونات.

2 - ساهمت كثيرا في التقارب الإنساني والتواصل البشري ونقل المعلومة والحدث بين مختلف الأجناس والأعراف البشرية، مما ساهم في إلغاء المسافات والحدود القارية واختلاف اللغات واللهجات.

3 - حققت الكثير من الصحف الالكترونية بعض التغيير الاجتماعي والحراك الثقافي والسياسي في بعض المجتمعات التي ظلت متوقفة على نفسها لفترات زمنية طويلة، كما ساهمت في تحقيق مساحة ملموسة للحرية والديمقراطية وإبداء الرأي في تلك البلدان.

4 - امتلاكها عوامل جذب وإبهار متعددة، فهي تتيح للمتصفح استخدام أكثر من حاسة في نفس الوقت إذ بإمكانه عبر ضغط زر القراءة والمشاهدة والاستماع.

5 - سرعة انتشارها، حيث يمكن أن تكسب قراء بالملايين بكل سهولة طالما تقدم خدمة إخبارية جيدة وحقيقية من خلال سرعة تداول البيانات على الانترنت، وسهولتها بفارق كبير عن الصحافة الورقية.

6 - أتاحت الصحافة الالكترونية إمكانية حدوث تفاعل مباشر بين القارئ والكاتب من خلال التعليقات التي يتلقاها الكاتب والصحفي على ما يطرحه من مواد (مقالات، تحقيقات، قضايا... الخ)، حيث توفر صحف الكترونية كثيرة للقراء هذه الإمكانية، بحيث يمكن للمشاركة أن يكتب تعليقه على أي مقال أو موضوع ويقوم بالنشر لنفسه في نفس اللحظة.

7 - عدم حاجة الصحف الالكترونية إلى مقر موحد لجميع العاملين وعدم الحاجة إلى اللقاءات المكانية، إنما يمكن إصدار الصحف الالكترونية بفريق عمل متفرق في أنحاء العالم.

8 - أسواق مركزية للتسوق المباشر (Online malls)، والدخول في مزادات حية عبر الانترنت.

9 - إمكان الدخول إلى أرشيف الأعداد السابقة للصحيفة والبحث من خلالها بسهولة عن المعلومات عن طريق محركات البحث (فيصل ابو عشة : 2014، 112-113).

10 - أما الإعلاميين والصحفيين فيستخدمون الصحافة الإلكترونية لمتابعة الأخبار العاجلة، وتحديثها وتخزينها واستبدالها وإرسالها، ونشرها وإصدارها بطريقة الكترونية تختلف عن الطرق القديمة، كما حققت لهم إشباعات مختلفة وغير متجانسة من خلال استخداماتهم للنص الفائق والمتشعب بهدف الحصول على معلومات تفصيلية تختلف من شخص لآخر (عبير الرحباني: 2012، 263-264).

## 8 - 2 التأثيرات السلبية للصحافة الإلكترونية: وتتلخص فيما يلي:

1 - مؤسسات الصحافة الإلكترونية عملت على تناقص في عدد الموارد البشرية في المؤسسة الإعلامية.

2 - أدت الصحافة الإلكترونية إلى خفض عدد قراء الصحف الورقية خصوصا في دول العالم المتقدم.

3 - الصحافة الإلكترونية تعزز الفردية، فردود أفعال الأفراد أثناء قراءة الأخبار ومشاهدة الأحداث عبر مواقع الصحف الإلكترونية يكون بصورة فردية، بينما ردود الأفعال في الوسائل التقليدية عامة والتلفزيون خاصة لدى الأفراد في الحصول على الأخبار، هي بمثابة هوية لكل فرد من أفراد المجتمع يعكس الصحافة الإلكترونية.

4 - أدت الصحافة الإلكترونية إلى اختلالات وظيفية، فالصحفيين والإعلاميين يبذلون جهدا فكريا وعقليا ونفسيا أكثر من الجهد البدني أثناء البحث عن المعلومات بين الزحم الهائل من التدفق المعلوماتي من هنا وهناك.

5 - غياب الجانب التدريبي في الصحافة الإلكترونية، فبيئة العمل الصحفي بحاجة إلى المزيد من تكثيف الدورات وتدريب الصحفيين، لأن الواقع العملي يتطلب منهم استخدام تكنولوجيا الاتصال، الأمر الذي يستدعي من الصحفي الإمام بتقنيات ومهارات التعامل مع هذه التكنولوجيا، فالصحافة الإلكترونية تفتقد إلى الإدارات التحريرية ما يجعلنا في أمس الحاجة للتركيز على الجانب التدريبي من أجل التطوير والإبداع والذي تفتقده الصحافة الإلكترونية، مما يجعلها تفتقد إلى المهنة التحريرية المميزة والجيدة مقارنة بالصحف الورقية، كما أدت الصحافة الإلكترونية إلى الكسل الصحفي إذ أصبحوا اتكاليين في نشر الأخبار.



6 - الحرية غير المحدودة التي تتمتع بها الصحف الإلكترونية، حيث تسعى بعض الصحف الإلكترونية إلى نشر فضائح الناس والتدخل في خصوصياتهم ونشر صورهم والإساءة إليهم عن طريق ما تنشره وتكتبه عنهم بالصوت والصورة والفيديو والنص، إضافة إلى نشر الشائعات التي تسبب مشاكل كبيرة نتيجة الحرية الواسعة التي تتمتع بها الصحافة الإلكترونية، ما يستدعي وضع حلول جذرية (عبير الرحباني: 2012، 298).

7 - لقد ألغى الصحافيون الجدد الذين اتخذوا من صفحات الويب مساحات لنشر أخبارهم كل القواعد التي قامت عليها الصحافة، كما أزاحوا من طريقهم كل النظريات التي توجه العمل الصحفي في مختلف وسائل الإعلام التقليدية، ويقول "إيدن وايت" أن الصحفيين يجب أن يكونوا على حذر، وهم في عجلة للحاق بالأحداث المهمة، حتى لا يتأثرون بالتحيزات البغيضة للمعتوهين أو تخذعهم المعلومات الزائفة التي تنتشر حول الانترنت (ماهر عودة الشمالية وآخرون: 2015، 90).

في النهاية يمكننا أن نستخلص أنه وفي ظل تداعيات العولمة الاتصالية وبروز الإعلام الجديد بإمكانياته الاتصالية والتقنية المتعددة، وتحول المجتمعات إلى مجتمعات رقمية بسبب انتشار استخدام الانترنت في كل المجالات والشؤون، فضلا عن التغيرات التي شهدتها علم الاتصال في المفاهيم والنظريات، وتغير أدوار أطراف العملية الاتصالية، وما شهدته كبريات الصحف العالمية من تغيرات في الشكل والمضمون والحجم والأساليب للتكيف مع الفضاء الاتصالي الجديد، وتخلي بعضها عن نسختها الورقية، وتوقف أخرى عن الصدور، جعل من يريد أن يستمر في إصدار صحيفة أن يسعى لتحقيق الانفراد على صعيد الشكل والمضمون ويستعين بالخبرات والتقنيات، فضلا عن الأساليب المتبعة في كبريات الصحف بكل مراحل إنتاج وإدارة وتسويق المنتج الصحفي، وإلا فإنه لا يخاطب إلا نفسه فقط.

تعد الصحافة الإلكترونية الأسلوب الجديد للوصول إلى أكبر شريحة من الجماهير والطريقة المثلى للهروب من مقص الرقيب كمنتفس لحرية التعبير، تحقق في إطارها السرعة في نقل الخبر بكل تفاصيله وحيثياته وتطورات، هذه الوسيلة التي تسابقت المؤسسات الإعلامية إلى استثمارها كمجال لترسيخ معالم اقتصاد المعرفة ومجتمع المعلومات لم تكن بمنأى بعيد عن اهتمام الإعلام الجزائري الذي دخل بقوة إليها محاولا الاستفادة من إيجابياتها وبلورة خصائصها في إعلام جزائري جديد يقدم الحقائق والمعلومات ويعالج القضايا والظواهر بتكنولوجيا جديدة، وأسلوب حديث يستند إلى صحافة الشبكات كمفهوم أولي وقاعدي.

### 1- دخول الانترنت إلى الجزائر:

لم تدخل الجزائر الى قطاع الإعلام والمعلومات في الا بداية السبعينات من خلال المراكز القطاعية، التي يهتم كل منها بتزويد المراكز التابعة لها بالمعلومات، ومن ضمن هذه المراكز والمؤسسات نذكر المركز الوطني للإعلام والتوثيق الاقتصادي (CNIDE)، مركز الدراسات ومعالجة المعلومات التجارية (CETIC) المركز الوطني للتوثيق الفلاحي (CNDA)، المركز الوطني للتوثيق والصحافة والإعلام (CNDPT)، مركز المعلومات العلمية والتقنية والتحويل التكنولوجي (CISTTT)، ولم تكاد عشرية تمر على إنشائها حتى توقفت معظم هذه المراكز عن النشاط، وما بقى منها إلا القليل مثل (CISTTT) الذي تحول فيما بعد إلى مركز الدراسات والبحث في الإعلام العلمي والتقني (CERIST)، الذي أنشئ في أفريل 1986 تحت وصاية وزارة التعليم العالي والبحث العلمي (عبد الحق طارق: 2002، 345).

وتم أول ربط للجزائر بشبكة الانترنت الدولية في مارس 1994 عن طريق مركز "CERIST" وذلك في إطار مشروع التعاون الذي مولته اليونسكو بالتعاون مع الحكومة الإيطالية، والذي يهدف إلى إنشاء شبكة معلومات في إفريقيا "RINAF" لتكون الجزائر هي البؤرة أو المنطقة المحورية في إفريقيا الشمالية، وتم إمداد المركز بالتجهيزات الخاصة بالربط، وبرامج لتكوين المستخدمين الذين يقومون بعملية ربط المؤسسات الأخرى، إلا أن طاقة الخط التي تم بها ربط الجزائر بالمدينة الإيطالية "بيزا" كانت ضعيفة، حيث لم تتجاوز سرعة الارتباط 9.6 كيلوبايت في الثانية، ثم طورت إلى 64 كيلوبايت عام 1996، ليرتفع عام 1997م إلى 256 كيلوبايت باستخدام الآليات البصرية والارتباط عبر باريس الفرنسية، وتم ربط الجزائر بواشنطن عن طريق "الساتل" أم أي أي (M.A.A) الأمريكي بقدرة 1



ميغابايت في الثانية، وتم إحداث 30 خطا هاتفيا جديدا لتفادي أي توقف اضطراري لاستقبال الشبكة (djamel bouadjimi: 2004, 302).

وقد تطورت وتيرة عدد المشاركين في الهاتف الثابت في الجزائر من 1.7 مليون سنة 2000 إلى 1.8 مليون سنة 2001، ووصلت إلى 1.9 مليون سنة 2002، وقد شهدت سنة 2003 تطور محسوس في مجال الهاتف الثابت فقد قفزت النسبة إلى 2.1 مليون مشترك، ثم 2.5 مليون سنة 2005 ليرتفع العدد سنة 2007 إلى 3.5 مليون مشترك بنسبة تتراوح في حدود 9.9% من جملة الشعب الجزائري أي 6 خطوط لكل 100 نسمة، ليرتفع إلى 3.5.95 ملايين في 2013، ليعرف تراجعا سنة 2014 بنسبة 13% أين وصل إلى 3.098 ملايين (www.radioalgerie.dz/26.01.2016)، وقد نشرت سلطة الضبط للبريد والمواصلات السلكية واللاسلكية أرقاما أكدت فيها أن الجزائر تحتوي على 43.3 مليون زبون خلال 2014 منهم 8.51 مليون مشترك في خدمة الجيل الثالث 3G، حيث عرف عدد المشتركين زيادة بنسبة 9.26 مقارنة بسنة 2013، وتم تسجيل زيادة 3.66 مليون مشترك خلال سنة 2014، حيث ارتفع العدد من 39.630.347 سنة 2013 إلى 43.298.174 مع نهاية سنة 2014، حيث أكدت ذات الأرقام المنشورة من طرف سلطة الضبط أن عدد الزبائن في شبكة GSM بلغ 39.79 مليون مشترك أي ما يقارب نسبة 80% من العدد الإجمالي، كما أكدت ذات المصادر أن نسبة مشتركي الجيل الثالث 3G بلغت 19.65% من العدد الإجمالي للمشاركين، وتم تسجيل تناقص في عدد مشتركي GSM حيث بلغ 34.79 مليون مشترك بنسبة تراجع قدرت بـ 11.53% مقارنة بسنة 2013، ويرجع ذلك في الأساس إلى الهجرة نحو خدمة الجيل الثالث 3G. (www.android-dz.com/24.05.2016).

أما عدد الهيئات المشتركة في الانترنت فقد قدرت سنة 1996 أي بعد سنتين من دخول الانترنت بحوالي 130 هيئة، وفي سنة 1999 م فقد قدر عدد الهيئات المشتركة بـ 800 هيئة منها 100 في القطاع الجامعي و50 في القطاع الطبي، و500 في القطاع الاقتصادي و150 في القطاعات الأخرى، وفي نفس السنة أي سنة 1999 كان لمركز البحث في الإعلام العلمي والتقني حوالي 3500 مشترك (نور الدين بومعيزة وماجدة حجار: 2005، 216).

وقد شهدت الانترنت نقلات نوعية في الجزائر بين الأجيال، فمن الجيل الأول إلى الثاني ثم الجيل الثالث وبعده الرابع، أين أطلق الجيل الثالث في مارس 2014، بعد اتفاقية شراكة بين شركة الهاتف المحمول "موبيليس" مع شركة أجنبية "كيماركس" وستفتح لجميع المتعاملين من أوراسكوم تيليكوم



الجزائر "جيزي" واتصالات الجزائر "موبيليس" والوطنية تليكوم الجزائر "نجمة" (16.02.2016/techalgerie.blogspot.com)، أين أصبح الهاتف النقال في الجزائر يقدم لمتعامليه خدمات متنوعة، حيث يعتبر نقله نوعية في مجال الاتصالات اللاسلكية، فبعد أن كانت وظيفة الهاتف النقال مقتصرة على الاتصال الصوتي في الجيل الأول، كون شبكات الهاتف تماثلية وليست رقمية، أي مصممة لنقل الصوت فقط لا غير، جاء الجيل الثاني المطور من الاتصالات الجوال الذي أسس على النظام الرقمي، ما أكسبه محاسن الأنظمة الرقمية من تحسن جودة الاتصال، وصفاء الصوت، كما مكن من مضاعفة سرعة نقل البيانات، مساهما في تقديم العديد من الخدمات الجديدة للمتعاملين، مثل خدمة الرسائل والوسائط المتعددة تصفح البريد الإلكتروني وتقديم خدمات معلوماتية، وغيرها من خدمات المحتوى والترفيه.

وبعد الجيل الثاني ظهر الجيل الثالث ذو الشبكات الهاتفية الخلوية واسعة المساحة تتميز بنفاذ انترنت عالي السرعة بإمكانية المكالمات المرئية، أو تعتبر تقنية الجيل الثالث من التقنيات الحديثة في مجال الاتصالات، حيث تصل سرعة نقل البيانات إلى 384 كيلوبايت، وهي تقنية ضرورية للباحثين ورجال الأعمال والعاملين في الحقل الإعلامي، إذ تيسر لهم عملية البحث وإدارة شؤونهم في أي مكان مع تصفح البريد الإلكتروني ودخول الفايبروك وتوتير...، إضافة إلى إمكانية تصفح الجرائد، كما تتيح خدمة تلفزيون جوال عبر شبكة الجيل الثالث، وإمكانية مشاهدة القنوات التلفزيونية في بث حي ومباشر عبر شاشة الهاتف النقال، ومن مميزات هذه الخدمة سرعتها الفائقة في استعراضها للقنوات التلفزيونية، ووضعت بين أيدي متعاملها خيارات مختلفة لقنوات عديدة تبث عبر الجوال بوضوح من ناحية جمال الصورة وبقاوة الصوت، كما تتيح خدمة الجيل الثالث خدمة المكالمات بالفيديو وهي خدمة انتظرها الجزائريون

(www.djazaires.com/20.02.2016).

أما تقنية الجيل الرابع وحسب وزيرة البريد وتكنولوجيات الإعلام والاتصال إيمان هدى فرعون فقد تم إطلاقها في 01 أكتوبر 2010 من ورقة تكنولوجية تتدرج في إطار تحديث وتوسيع شبكة الاتصالات عبر التراب الوطني قصد توجيه البلاد نحو اقتصاد المعرفة، وقد كان المتعامل موبيليس هو من احتل المرتبة الأولى في عملية منح رخص الجيل الرابع، حيث اختار ثلاث ولايات لتعميم التغطية فيها وهي الجزائر ووهران وورقلة ثم عشر ولايات أخرى، وأكد أنه بإمكانه في السنة الأولى تجاوز 25% فيما يخص تغطية ولاية واحدة (www.djazairies.co/20.02.2016).



وتعد سنة 2002 نقطة محورية لانطلاقة النت محليا بمساعدة تلك الظروف المحيطة والمتعلقة بالرغبة في التنمية الاقتصادية، وتهيئة الجو العام للبلاد أمام الاستثمارات الأجنبية. فالجزائر في تلك المرحلة كانت تستعد للدخول إلى المنظمة العالمية للتجارة "OMS" وتصيب للاتفاق حول الانضمام في شكل شراكة مع الاتحاد الأوروبي لذلك كانت أحد أهم الشروط لتحرير قطاع الاتصالات، كيف لا ونحن في عالم تحكمه الوسائل التكنولوجية الحديثة والاقتصادية ومجتمع قائم على المعلومة ومدى انسيابها، لذلك اعتبرت قضية تطوير وتحرير قطاع الاتصالات بمثابة دعامة للنمو الاقتصادي والتطور الاجتماعي، ومنه كان لزاما أن يستفيد القطاع من التوجهات الجديدة للاقتصاد والتبادل الدولي المنطوي تحت السوق التكنولوجية عموما، فاستفاد قطاع الإعلام من 6.4 مليار دج من مجموع 4.7 مليار دج كانت موجهة للانتعاش الاقتصادي (<http://www.wikipedia.or/13.02/2014>).

ولنفس الغرض كانت الجزائر تسعى في تطوير برامجها لتطوير هذا القطاع بإعادة هيكلته وإعداد البنى التحتية والقاعدية لعالم الاتصال في الجزائر، فمنذ 2001 والوزارة المعنية بقطاع الاتصال تطمح لفتح هذا المجال أمام المستثمرين الخواص من دول العالم، فتحصلت اتصالات أوراسكوم الجزائر (OTA) على رخصة تزويد خدمات الانترنت استلمتها من سلطة الضبط (ARPT) وقد سبق وأن أطلقت الشركة القابضة للاتصالات أوراسكوم الشركة الأم لاتصالات أوراسكوم الجزائر OTA خدمة الاستفادة من الانترنت تحت اسم "Link dot Net" تغطي مصر، وذلك بعد نجاح mobinil المتعامل في مجال الهاتف النقال وتعد خدمة "لينك دوت نت" مصدر خدمة إطلاق الرسائل الإلكترونية الفورية لميكروسوفت MSN العربية باللغتين العربية والانجليزية (نور الدين هادف: 2008، 143).

فقد حدد المرسوم التنفيذي رقم 98-257 بتاريخ 25 أوت 1998م والمعدل بمرسوم تنفيذي آخر يحمل رقم 307-2000 بتاريخ 14/10/2000 شروط وكيفيات وضع واستغلال خدمة شبكة الانترنت، وظهور مزودون جدد خواص وعموميون إلى جانب مركز البحث في الإعلام العلمي والتقني، هذا بعدما كانت شركة اتصالات الجزائر مهيمنة على سوق الاتصالات، فقد وصل عدد الرخص الممنوحة إلى الخواص عبر القطر الجزائري 65 رخصة حتى نهاية 2001 (<http://bbekhtionline.fr/22.03.2015>)، فوجود هذه المؤسسات في سوق الانترنت سوف يحسن من خدمات الوصول إلى الشبكة، ويساهم في تقديم أسعار تنافسية للاشتراك بخدمات الانترنت.



ومؤخرا وفي نفس السياق بتحرير قطاع الاتصالات أكدت وزيرة البريد وتكنولوجيا الإعلام والاتصال عن نية الحكومة في فتح قطاع الاتصالات أمام الخواص، وتوسيع شبكة الاتصالات لبلدان وسط القارة السمراء، باعتبار أن الجزائر تتوفر على أحد أكبر شبكات الاتصالات في إفريقيا إلى جانب مصر ونيجيريا، كما عرضت الوزيرة مشروع قانون بشأن القواعد العامة للبريد والاتصالات الإلكترونية الذي وافق عليه مجلس الوزراء شهر ديسمبر 2016، والذي سيشيح لأول مرة للخواص الاستثمار في مجال الانترنت ([www.elbilad.net/1.05.2015](http://www.elbilad.net/1.05.2015)).

فاتصالات الجزائر باعتبارها المحكر الرسمي لسوق الانترنت في الجزائر، قد أعلنت أن عدد المشتركين في خدمة الانترنت الفائت السرعة ADSL تجاوز المليون مشترك في نهاية جويلية 2015 مقابل 1.5 مليون مشترك سنة 2014، وحسب احصائيات سلطة ضبط البريد والاتصالات بلغ عدد مشترك خدمة ADSL 1.5 مليون سنة 2014 و 1.3 مليون سنة 2013، كما بلغ عدد مشترك الهاتف الثابت 3.1 مليون مشترك، وفيما يخص توسيع وعرضه شبكة اتصالات الجزائر تم إنجاز أكثر من 63 ألف كلم من الألياف البصرية إلى غاية نهاية جويلية 2015، وتطمح المؤسسة إلى تعميم الألياف البصرية بمعدل 10 إلى 15 ألف في السنة، كما تم تمديد النطاق العريض الدولي الذي شهد قفزة نوعية بحيث تنقل من 50 جيجابايت سنة 2010 إلى 400 جيجابايت حاليا ([elraed.com/07.04.2015](http://elraed.com/07.04.2015)).

وبالنسبة للموزعين فقد أقامت وزارة البريد والمواصلات شبكة لتقديم خدمات الانترنت كموزع للمؤسسات والأفراد، بحيث تستهدف شبكاتها كل ولايات الوطن، قدرتها تفوق 10000 خط، ويتوقع أن يكون لها 100 ألف مشترك، تتميز بضمها لمختلف الخدمات التي يوفرها الويب، وموقع هذه الشبكة هو [www.djaweb.dz](http://www.djaweb.dz) وتكلفة استخدامها تحسب آليا مع سعر الهاتف . ([www.etudiant.com/16/04.2016](http://www.etudiant.com/16/04.2016)).

كما أنجزت وزارة البريد والمواصلات بالتعاون مع وزارة المالية مشروع شبكة مابين البنوك المتخصصة "RIS" لربط البنوك مع بعضها البعض، وإنشاء وسائل دفع جديدة واستعمال النقود الإلكترونية، وجعل الاتصال بين البنوك يتم في زمن حقيقي، وقد كلفت بهذا المشروع شركتين الأولى برتغالية أوكلت لها مهمة دراسة المشروع وتقييم احتياجاته أما الثانية فهي هولندية مكلفة بمهمة المساعدة التقنية (2001) (<http://bbekhtionline.fr/22.03.2015>).



1-1- في مجال الاستثمارات: تم تنشيط نمو السوق الوطنية للإعلام والاتصال من خلال تحرير السوق مما سمح بإنجاز 273 مليار دينار جزائري (3.7 مليار دولار أمريكي) بين سنتي 2001 و2005 منها 2.4 مليار دولار أمريكي كاستثمار أجنبي مباشر.

واستثمرت اتصالات الجزائر 50.7 مليار دينار بين 2001 و2005، بينما استثمرت أوراسكوم الجزائر 2.036 مليار دولار أمريكي خلال نفس الفترة، أما الوطنية للاتصالات التي حصلت على رخصة بمبلغ 421 مليون دولار أمريكي، فقد استثمرت 500 مليون دولار أمريكي إضافية أو مجموعة 921 مليون دولار أمريكي في الفترة الممتدة من 2004 إلى 2005، فضلا عن استثمار بريد الجزائر 6.6 مليار دينار بين سنتي 2003 و2005 .

وقد نجح قطاع الاتصالات بتمويل الخزينة بـ 97 مليار دينار، أين انتقل رقم الأعمال في سنة 2016 من 87 مليار دينار في 2015 إلى 97 مليار دينار إلى غاية مارس 2016 أي زيادة بنسبة 11% (نور الدين هادف: 2008 ، 134).

وترجع الزيادة بالخصوص لحظيرة مشتركي الجيل الثالث التي ارتفعت بنسبة 62% ونفس الشيء بالنسبة لـ GSM حيث تبين الأرقام أن 91.32% من الزبائن اختاروا صيغة الدفع المسبق، مقابل 8.68% فقط اختاروا صيغة الدفع البعدي، مما يبين أن أكثر من 23 مليون مشترك اختاروا الدفع المسبق، وانخفض GSM بنسبة 29% مقارنة مع مارس 2015، مما يفسر الهجرة إلى تكنولوجيا الجيل الثالث.

وبلغت الحظيرة الإجمالية للنقال إلى غاية نهاية شهر مارس 2016 ما يتجاوز 44.31 مليون مشترك، وفيما يخص حصص كل متعامل في سوق النقال فتبقى جيزي الأولى بـ 46.09%، تليه موبيليس بحصة 33.28% وأخيرا أوريدو بـ 25.08%. أما فيما يخص الجيل الثالث: تأتي موبيليس في المرتبة الأولى بنسبة 41% تليه أوريدو بـ 31.62% وأخيرا فهو جيزي، ويفسر هذا التحسن المسجل في النقال بوجود عدد كبير من العروض الترويجية والتعريفية بـ 26 عرض في الجيل الثاني و48 عرض في الجيل الثالث، أما فيما يخص سوق الهاتف الثابت فهناك 3.311 مليون مشترك، حيث أن 87% منها من الخواص تمثل الشبكة السلكية 92% مقابل 8% فقط لشبكة اللاسلكي.

وانتقلت كثافة الانترنت من 33% إلى 53% بعد إطلاق الجيل الثالث والرابع، وبهذا انتقلت سوق مشتركي الانترنت إلى 13 مليون مشترك في 2015 و21 مليون مشترك في 2016، حيث تم تسجيل 19 مليون مشترك في الانترنت النقال (www.djazaires.com/14.05.2015).



ونلاحظ أن هذه الاستثمارات قد أتت تقريبا معظمها في بداية الألفية الثالثة، وهو ما يؤكد التطور السريع لوتيرة النمو، حيث وفي ظرف خمس سنوات ارتفع عدد المشتركين في شبكة الانترنت إلى مليوني مشترك، والذين لم يكن يتجاوز عددهم 10 آلاف مشترك في سنة 2000.

وقد تحسبت الجزائر كذلك للبنى التحتية للاتصال والتي لا بد من تطويرها بكيفية تتوافق ومعيار الطاقة والسرعة في نقل البيانات، وضمن الخصوصية أو الخصخصة (privalisation) والتحريرية (libéralisation)، فاهتمت منذ 1995 بتحرير القطاعات التي لها علاقة مباشرة بمجتمع المعلومات والطريق السريع للإعلام.

وبوادر هذا الاهتمام هي:

- الهتفية (telephony) محررة جزئيا، بالموافقة على أكثر من 10 آلاف رخصة استغلال الهواتف العمومية لصالح المستثمرين الخواص.
- الاتصال المتحرك (mobil communication) متحرر.
- نقل المعطيات (data transmission) متحرر، وهو مشابه لموفري خدمات الانترنت.
- خدمات ذات القيمة المضافة (added value) محررة، وهي مشابهة لموفري خدمات الانترنت.
- خدمات الانترنت، محررة.
- التجهيزات (equipements) محررة جزئيا، والتجهيزات متوفرة لدى الخواص غير أن توزيع الخطوط الهاتفية، ووضع الكوابل ما يزال تحت سيطرة وزارة البريد والمواصلات (عبد الحق طارق: 2000، 354).

أما عن مقاهي الانترنت والمكتبات الإعلامية (ميدياتيك) أو (media-librairies) التي بدأت تنتشر في معظم الشوارع الجزائرية، فقد تم افتتاح أول ميدياتيك بالجزائر العاصمة بتاريخ 1997/05/04 (محمد لعقاب: 1999، 121) وبلغ عدد نوادي الانترنت عام 2004م 10000 ليرتفع إلى 48 ألف نادي انترنت عام 2006 (www.etudianttv.com/16.04/2016).

وقد أعلنت اتصالات الجزائر سنة 2014 أنها ستزود مقاهي الانترنت بخدمتين للانترنت غير المحدود من الجيل الرابع بصيغة الهاتف الثابت بـ 12000 ألف دج و 21000 دج للاستجابة للطلب المتزايد على الانترنت العالي السرعة والفائق السرعة، وقد أكدت سعيها لتطوير شبكة الانترنت العالي السرعة وعلى كامل التراب الوطني، وذلك باستثمار 70 مليار دج من أموالها الخاصة، وذلك في إطار



مخطط الاستثمارات الذي أعد لسنة 2014، الذي يوجه لتطهير وتوسيع وتأهيل مجموع المنشآت القاعدية للاتصالات الجزائر (elmihtar.com/25.04.2015).

**1-2- تقييم الوضع الحالي:** بالرغم من تحرير قطاع الاتصالات بشكل كبير كما ذكرنا سابقا إلا أن الوضع الحالي لا يزال ضعيفا مقارنة بدول الجوار، فقد أكدت دراسة متخصصة نشرت في سنة 2007 أن الجزائر تحتل المرتبة العاشرة في القارة الإفريقية من حيث انتشار وسائل الاتصال الحديثة، وأن نسبة السكان المتصلين بشبكة الانترنت لا يتجاوز 2.4%، كما أفادت دراسة للأمم المتحدة أنه في عام 2004 كان عدد المشتركين في خدمات الانترنت لا يتجاوز 5000 مشترك حيث أرجعت أسباب هذا التأخر إلى غياب نشر التكنولوجيا إلا في حالة الضرورة الحتمية (www.chiheb.net/16.032014). أما سنة 2014 فاحتلت الجزائر المركز رقم 177 عالميا بين الدول الأسرع في خدمات الانترنت، حيث تبلغ سرعة تحميل البيانات بها 2.6 ميغابايت لكل ثانية، وبالنسبة لخدمة الانترنت عبر الموبايل فتحتل المركز رقم 98، حيث تبلغ سرعة التحميل 2.3 ميغابايت لكل ثانية (www.echouroukonline.com/07.04.2015)، وفي 2015 وحسب تصنيف موقع NET index المتخصص لشهر جوان فإن سرعة النت في الجزائر ارتفعت إلى 3.3 ميغابايت في الثانية، غير أنها احتلت المرتبة 179 من أصل 201 في ميدان خدمة الانترنت، كما صنفت في المراتب الأخيرة مقارنة بنظيراتها (www.android-dz.com/24.05.2016).

وعرفت الجزائر في نهاية سنة 2007 توسيع نطاق الذبذبات، والتي بلغ عددها 04 آلاف ذبذبة و10 آلاف ذبذبة دخول بالنسبة لتقنية الـ أدي فيب wifi وتقنية الوي ماكس wimax، كما عرف عدد المتعاملين بالنسبة لاستغلال الصوت عن طريق بروتوكول الانترنت (VOLP) والأوديوتكس ومراكز النداء 10 متعاملين للأولى و05 بالنسبة للثانية (عبد الوهاب بوكروخ: 2008، 08).

وتشير الإحصائيات المسجلة في نهاية سنة 2007 إلى وجود:

- 71 مزود بخدمات الانترنت (ISP).
- 5900 مقهى انترنت (CYBER CAFE).
- مليونين و500 ألف أنترنيتي.
- 5000 موقع ويب (Site Web).
- 03 ملايين جهاز إلام آلي في سنة 2006.
- 26 ألف كيلومتر من الألياف السمعية البصرية .



أما في تقرير محاضرة الأمم المتحدة حول التجارة (تقرير الإعلام الاقتصادي 2009 الاتجاهات والتوقعات)، أنه تم تصنيف الجزائر من بين الدول الإفريقية للخمسة التي تجمع 90% من مشتركي الانترنت ذو التدفق السريع إلى جانب المغرب وتونس ومصر وجنوب إفريقيا، وهذا نتيجة عدد عمليات تحسين وتطوير وبذل مجهودات كثيرة، فمنذ سنة 2008 تم ربط 1541 بلدية بالانترنت بفضل شبكة الانترنت ذو التدفق السريع، وهذا ما سمح بوصول المنازل والشركات ومقاهي الانترنت لهذه الخدمة، حيث ارتفعت نسبة توفر الانترنت ذو التدفق السريع في المنازل من 1% في 2005 إلى 20% في 2013 (www.Algeriatlecom.dz/25.04.2015).

كما عرف النطاق الترددي الدولي الذي كان محدود برابطين من 34 ميغا بايت سنة 2004 إلى 5 جيجابايت في 2005، ثم 10.8 جيجابايت في 2007، ثم 48 جيجابايت في 2010 ليصل اليوم إلى 131 جيجابايت، وهذا بتنوع على مستوى الرابط الدولي ALPAL2.SMW4 ومزودين دوليين للانترنت France Telecom، وtélécom Italie وغيرها. وفيما يتعلق بعدد أجهزة الانترنت ذو التدفق السريع فلقد انتقلت من 56000 في 2005 إلى 1309454 في نهاية شهر مارس 2013 إضافة أنه مع انتشار شبكة الجديد من نوع MSAN تم تشغيل 682540 خط من بينها 50% تخص الانترنت ذو التدفق السريع ADSL 2، فقد عرف مجال الانترنت تقدما ايجابيا في عدة ميادين، لدرجة تمكن الشركات اختيار تمديد شبكاتها مع توسع إمكانية التوصيل بالألياف البصرية التي تصل إلى 10 جيجابايت (www.Algeriatlecom.dz/25.04.2015).

**1-3-الوضع القانوني:** حسب تقرير حول الظرف الاقتصادي والاجتماعي لـ 2004 فإن هناك حملة من الإصلاحات شهدها القطاع بالجزائر، كانت ترمي إلى تزويد هذا الأخير بإطار تنظيمي يحفز على المنافسة النزيهة وليست التمييزية، وتطوير شبكات الخدمات وتقديم الخدمات العمومية ذات النوعية وبكلفة مقبولة، وتشجيع إنشاء مناصب الشغل وفتح القطاع وإدماجه في السوق العالمية، وإنشاء أقطاب كفاءات تبتكر مهن جديدة مرتبطة بتكنولوجيات الإعلام والاتصال، وقد انقسمت هذه الإصلاحات على مستويين هما:

**1 - على مستوى التنفيذ:** وتتمحور الإصلاحات حول خمسة محاور أساسية:

- إصلاح الإطار التشريعي الذي يحدد التنظيم والقواعد العامة المتعلقة بالبريد والاتصالات السلكية واللاسلكية.

- الفصل بين الاستغلال والتنظيم والسياسة القطاعية من خلال إنشاء 06 كيانات (سلطة ضبط البريد السلكية واللاسلكية، المؤسسة العمومية الاقتصادية اتصالات الجزائر و04 مؤسسات ذات طابع تجاري وصناعي).

- تحرير أسواق الاتصالات حسب رزنامة محددة تأخذ بعين الاعتبار الانفتاح التدريجي للتنافس لجميع فروع السوق.

- فتح رأس مال المتعامل التاريخي اتصالات الجزائر.

- حماية وتطوير الخدمة العمومية.

## 2 - على مستوى النتائج: تحسين الإصلاحات في النقاط التالية:

- منح 110 تراخيص قصد توريد خدمات الانترنت، منها إنجاز 333 ISP.

- منح ترخيص لاستغلال أنظمة VAST سنة 2004.

- منح رخصتين لاستغلال البريد الدولي السريع.

- منح رخصتان لاستغلال خدمات الاتصالات الشخصية للهاتف النقال عن طريق القمر الصناعي GM PCS الهاتف النقال عن طريق القمر الصناعي.

لقد مثلت هذه النتائج إنجاز مهما بالنسبة للحكومة آنذاك التي كانت تراهن على إنجاز اتفاق الشراكة مع الاتحاد الأوروبي (نور الدين هادف: 2008، 147).

ورغم صدور مجموعة القوانين المنظمة للقطاع من النواحي الاستثمارية والإدارية (المرسوم الوزاري رقم 256 لسنة 1998)، إلا أن التشريعات المنظمة للاستعمالات الجماهيرية للانترنت تبقى غائبة، باستثناء ما ورد في نص المادة 14 من قانون الاتصالات لسنة 1998 "يتحمل مزود الانترنت مسؤولياتهم عن المادة المنشورة والمواقع التي يقومون باستضافتها، وضرورة اتخاذهم كافة الإجراءات المطلوبة للتأكد من وجود رقابة دائمة على المحتوى لمنع الوصول إلى المواد التي تتعارض مع الأخلاق وما لا يوافق الرأي العام، إضافة إلى المرسوم التنفيذي رقم 98-257 الصادر في 25 أوت 98، والذي يحدد شروط إنشاء واستغلال خدمات الانترنت في المواد 58، 4(نور الدين هادف: 2008، 147).

وفي نفس السياق أشارت بعض التقارير إلا أنه في المراحل الأولى لدخول شبكة الانترنت في الجزائر شهدت بعض المدن تشديدا على مقاهي الانترنت، خاصة تلك كانت عرضة للتوترات الأمنية ففي 05 جوان 2005 أصدر مرسوم يحظر فيه أي نشاط لمقاهي الانترنت بعد منتصف الليل

صاحبه دعوات لإقامة قانون ينظم العمل في مقاهي الانترنت، وتحديد السن القانونية اللازمة لدخولها، مع فرض عقوبات صارمة على أصحاب المقاهي الذي لا يلتزمون بالقانون (نور الدين الهادف: 2007 . 2008 148-149).

ومن الملاحظ أنه رغم صدور مجموعة من القوانين المنظمة للقطاع من النواحي الاستثمارية والإدارية مثل المرسوم الوزاري رقم 256 لسنة 1998 - المرسوم الوزاري المعدل لقانون 1998، إلا أن التشريعات المنظمة للاستعمالات الجماهيرية للانترنت تبقى غائبة نسبيا مليئة بالثغرات.

**1-4-المشاكل التي تواجه انتشار شبكة الانترنت في الجزائر:** رغم التحولات الكبيرة والمهمة التي عرفها ميدان الانترنت في الجزائر، إلا أنها لم ترق إلى المستوى المطلوب عالميا خصوصا في المشاركة والاستخدام والتدفق، مما يجعلها تحتل المراتب الأخيرة سنويا سواء عربيا أو عالميا، وهذا يرجع إلى جملة من المشاكل والصعوبات التي تنتوع بين المشاكل الاجتماعية والاقتصادية والثقافية والتي تتمثل فيما يلي:

**- المشاكل الاجتماعية:** يتأثر استخدام الانترنت في الأوساط الاجتماعية بالعديد من العوامل أهمها نسبة البطالة وعدد المتدربين، وقدرة المجتمع على استيعاب التكنولوجيا الجديدة والتعامل معها ومن المشاكل الاجتماعية التي تقف حائلا أمام تطور الانترنت في الجزائر نذكر:

- انخفاض القدرة الشرائية لدى الفرد الجزائري، وتدني مستوى الأجر القاعدي المضمون لديه وهذا رغم الارتفاع المحسوس في معدلات الرفاهية في المجتمع الجزائري خلال السنوات الأخيرة.

- تدني نسبة امتلاك الحواسيب الالكترونية في الجزائر (03 مليون جهاز سنة 2006)، أي أن 90% من الجزائريين لا يمتلكون جهاز كومبيوتر، وهذا رغم إطلاق مشروع أسرتك من طرف الوزارة الوصية سنة 2004.

- انشغال المواطن الجزائري بمشاكل الحياة الاجتماعية مثل: المنزل، الغاز الطبيعي والسيارة.. والتي نجدها مصب الاهتمام في وسائل الإعلام الجزائرية، مما يدعم موقفه ويبعده عن فكرة امتلاك التكنولوجيا المتطورة.

**- المشاكل الثقافية:** وهي تتعلق بتركيبة المجتمع الجزائري، وبنيته الاجتماعية ونفسيته المرتبطة بالعادات والتقاليد والأعراف.. ومن بين هذه المشاكل نجد:



- المجتمع الجزائري لا يزال مجتمع ريفي رغم مظاهر الحضارة التي تظهر لاسيما في المدن الكبرى، لذلك يظل استعمال النت بعيدا عن ثقافتنا واستعمالنا اليومي، فنحن نفضل طريقة الاتصال من الفم إلى الأذن على استعمال الهاتف، ولا نزال نفضل البريد على الرسائل الإلكترونية، وحتى بحوثنا لا نستطيع أن نكتب على أجهزتنا حتى نمر بأقلنا العادية فنثقافة التعامل مع وعبر النت ثقافة نعتبرها إلى الآن دخيلة علينا  
(<http://www.wikipedia.org/26.07.2015>).

- ضعف مردودية المنظومة التربوية الجزائرية، فالحكومة لا تزال تواجه النقص البيداغوجي خاصة في عدد المدارس، والأقسام التي وصل فيها عدد التلاميذ إلى 60 تلميذا، فضلا عن نوعية البرامج التي لم تصل بعد إلى مستوى مسايرة العصر الرقمي، والتكوين التكنولوجي الذي ينعكس بصورة سلبية على استخدام الانترنت.

- تشير الدراسات التي تناولت اهتمامات رواد مقاهي الانترنت إلى أن مواقع المحادثة تحتل المركز الأول بين الاهتمامات، تليها المواقع الإباحية والبريد الإلكتروني، والموسيقى والألعاب، فاستعمال الانترنت في الجزائر بعيدة كل البعد عن الاستغلال العلمي الترقوي الثقافي  
([www.chihab.net](http://www.chihab.net)).

- **المشاكل التقنية والاقتصادية:** لا تزال شبكة الانترنت في الجزائر تعاني من العديد من المشاكل التقنية والتمثلة أساسا في قضايا القرصنة، وعدم قدرة القائمين على هذه التكنولوجيا على إنتاج برمجيات محلية، ومواقع ويب إضافية، ومن بين الصعوبات التقنية نجد:

- النقص الفادح في عدد مواقع الويب في الجزائر، والتي تبقى تقتصر على المؤسسات الرسمية وبعض الناشطين في الميدان، كما أن 75% من هذه المواقع يتم استخدامها في الخارج، ويبقى عدد المواقع في الجزائر بعيد كل البعد عما هو موجود في العالم، حيث يوجد 28 مليون موقع ويب في الولايات المتحدة الأمريكية و 22 مليون موقع في ألمانيا و 6 ملايين موقع في بريطانيا.

- عجز الجزائر على إنتاج برمجيات جديدة، على غرار ما تقوم به العديد من الدول.

- عدم وجود شراكة واضحة بين القطاع ومزودو الانترنت في مجال تطوير الربط بالانترنت فائقة السرعة، حيث لا توجد مراكز اتصال على المستوى الوطني، أو مراكز لتقديم خدمات الانترنت  
(سامية بهيج: 2008، 09).

- ارتفاع نسبة القرصنة 85% سنة 2008 وهو ما يجعلها تحتل المرتبة العاشرة عالميا في هذا المجال، وهذا الأمر يستدعي الإسراع في إدخال الخبرة الدولية والاستفادة منها ونقل المعارف والتكنولوجيات الجديدة لضمان تحسين المردودية والإنتاجية في ميدان استخدام الانترنت (حفيظ صواليلي: 2008، 05).

أما الجانب الاقتصادي فإن احتكار سوق الاتصالات من طرف اتصالات الجزائر أدى إلى ضعف سوق الانترنت محليا، وخدمات رديئة جعلت الجزائر تصنف في المراتب الأخيرة، حيث ارتفعت الأسعار بنسبة 200% في 2003 وبعدها بنسبة 100% في عام 2004، وهو الأمر الذي دعا الجمعية الجزائرية لممولي الدخول إلى شبكة الانترنت للتبديد بما أسمته احتكار خدمات الانترنت على يد "اتصالات الجزائر"، التي تبقى مسيطرة لوحدها في ظل غياب أي شركة منافسة (billal.larb : 2008, 02-03)

ولا تنسى مشكل الاستثمار في سوق الاتصالات والذي يعد أمر جد معقد، أين كشفت التجارب عن إفلاس لشركات عالمية في استثمارها في هذا المجال، أما في الجزائر فالاستثمار بفعل نوعية الاقتصاد ينصب مجمله على قطاع الطاقة والمحروقات، إضافة إلى مشاكل البيروقراطية. واستنادا لدراسة إبراهيم بختي فقد توصل إلى خمس عوامل أساسية، يتعين على الجهات العليا مراعاتها للدخول إلى عالم الاقتصاد الرقمي "اقتصاد الشبكات"، وتتمثل في:

- 1- دعم وتحفيز المؤسسات على الترابط الشبكي.
- 2- قيادة المسار التكنولوجي، يتبنى سياسة تعميم استخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصال.
- 3- تأمين وحماية المعلومات الخصوصية والتصدي للقرصنة.
- 4- تنمية المهارات التقنية والخبرات الإدارية.
- 5- ضرورة تحديث القوانين وتعديلها لمواكبة التطورات (إبراهيم بختي: 2004، 34).

## 2-نشأة الصحافة الإلكترونية في الجزائر:

تتطلب دراسة علاقة الصحافة الجزائرية بالتحويلات التكنولوجية التي يشهدها العالم بصفة عامة والجزائر بصفة خاصة، تناول البدايات الأولى لدخول الصحافة الجزائرية إلى عالم النت واستخداماتها لمواقع الكترونية فضلا عن الظروف التي مهدت الطريق أمام هذه المؤسسات لاقتحام عالم التكنولوجيا الحديثة للإعلام والاتصال.

1-2 - أسباب ظهور الصحافة الإلكترونية في الجزائر: يعد إصدار المرسوم الوزاري رقم 98/256 السبب البارز والأكبر في ولوج الصحافة الجزائرية إلى عالم النت، حيث أنهى احتكار الدولة لخدمات النت، وسمح للشركات الخاصة بتقديم خدمات الانترنت، واشترط المرسوم في مقدمي هذه الخدمة لأغراض تجارية أن يكونوا جزائري الجنسية، ويتم تقديم الطلبات مباشرة من وزارة البريد وتكنولوجيا الإعلام والاتصال، وفي عام 1998 ظهرت أولى شركات التزويد الخاصة، وارتفع عدد مقاهي الخدمة إلى 18 شركة بحلول شهر مارس 2000 (نور الدين الهادف: 2008، 154).

وفيما يتعلق بالإجراءات التي حددها القانون والخاصة بإنشاء موقع على الويب استناد على ميثاق التنمية والانتساب DZ، فهي تتمثل في:

- امتلاك السجل التجاري بالنسبة للهيئات ذات الطابع الاقتصادي والتجاري.

- وجود مقر هذه الهيئة داخل التراب الجزائري.

- دفع مبلغ مالي كل سنة بقيمة 1000 دينار (نور الدين الهادف: 2008، 155).

وهناك عاملان آخران دفعا بالصحف الجزائرية إلى التوجه إلى ميدان النشر الإلكتروني وهما: العامل السياسي والعامل الاقتصادي.

أ - العامل الاقتصادي: عرفت السوق الإعلامية الجزائرية منافسة غير عادلة باعتبار أن سوق الإشهار غير مقنن، حيث كان الإشهار من بين الأدوات التي تستخدمها السلطة في الضغط على العناوين.

- الاختلالات الكثيرة في قطاع التوزيع للجرائد، وغياب التجربة والتنظيم وشساعة القطر الجزائري.

- ارتفاع تكلفة إنتاج الجرائد وارتفاع سعر الجريدة، وتدهور القدرة الشرائية للمواطن.

- الديون المتراكمة للجرائد لدى مطابع القطاع العام.

ب - العامل السياسي: فالظروف التي مرت بها الجزائر دفعت بالصحافة الجزائرية أن تكون من الصحف الطليعة في مجال الصحافة على الخط، وهذا حتى بعض الدول الغربية والعربية، نتيجة لوعي الناشرين الخواص بفاعلية هذه الأداة الجديدة التي فتحت لهم فضاءات على العالم، والتي مكنتهم من تجاوز العراقيل التي كانت تعاني منها الصحافة الورقية، والمتمثلة خصوصا في سنوات الإرهاب أو ما يسميه الصحفيون "العشرية السوداء"، تلك الظروف التي طالت الصحفيين والصحافة المستقلة، وحتى نوضح هذه الإشكالية لا بد من التذكير دون الخوض في التفاصيل بظروف نشأة الصحافة



المستقلة في الجزائر، وهذا لخصوصية التجربة الجزائرية (جمال بوعجمي وبلقاسم بن روان: 2005، 20).

✓ الوضعية بعد سنة 1988 (أحداث أكتوبر 1988) بصدور قانون الإعلام لعام 1990 أين تم تحرير سوق الصحافة من احتكار الدولة، وشهدت هذه السنة ميلاد عدة يوميات مستقلة من بينها:

- ELWATAN بالفرنسية.

- LE SOIR D'ALGERIE بالفرنسية.

- الخبر بالعربية.

وفي نفس الوقت ظهرت عدة عناوين حزبية منها:

اسم الصحيفة	نوع الصحيفة	الحزب	اللغة
المنتقد	أسبوعية	الجهة الإسلامية للإنقاذ FIS	عربية
L'avenir	يومية	التجمل من أجل	بالفرنسية
Asaloo	أسبوعية،	R C D	عربية
Libre Algérie	أسبوعية	جبهة القوى الاشتراكية	فرنسية
Algérie Républicaine	يومية	حزب الطليعة الاشتراكية PAGS	فرنسية
البديل	يومية	الحركة الديمقراطية الجزائرية MDA	عربية

جدول رقم(14): يبين عناوين الصحف الحزبية الجزائرية بعد صدور قانون الإعلام لعام 1990(بلقاسم بن روان: 2005، 189).

وكانت سنة 1991 سنة مرجعية توسع فيها الحقل الإعلامي التعددي، حيث قفز عدد العناوين الصادرة آنذاك من 49 عنوان إلى 74 عنوان ليرتفع سنة 1994 إلى 119 عنوان موزعة كالتالي:

نوع الصحيفة	1991	1994
يومية	17	27
أسبوعية	45	59
دورية	12	33

جدول رقم(15): يبين عدد عناوين الصحف الجزائرية بعد صدور قانون الإعلام لعام 1990(بلقاسم بن روان: 2005، 189).



✓ السنوات الصعبة 1995-1996: شهدت هذه السنوات انخفاض ملحوظ في عدد العناوين وفي عدد النسخ المسحوبة بسبب الإرهاب وأعمال العنف التي طالت الصحفيين (الاغتيالات) والجرائد (الغلق)، حيث وصل عدد العناوين في سنة 1995 27 عنوان بـ نسبة سحب 9.5528، أما سنة 1996 وصل عدد العناوين إلى 19 عنوان بنسبة سحب تقدر بـ 546398 (بلقاسم بن روان: 2005، 189)

وما يمكن التحدث عنه واستقراؤه أن الانفجار الإعلامي الذي شاهده الساحة الجزائرية، كان محصلة الظروف السياسية الخاصة التي عرفتها الجزائر بعد أحداث أكتوبر 1988، واستفتاء دستور 1989، الذي فتح المجال السياسي والإعلامي أمام التعددية وحرية الرأي والتعبير، وجاءت العناوين الجديدة في الصحافة المستقلة لتجسيد ذلك التعطش الإعلامي داخل المجتمع، الذي كان يطالب أكبر في مجتمع مجالات الحياة.

فبعد أحداث 1988 وجد القارئ نفسه في مرحلة انتقالية من صحافة أحادية التصور والتوجه إلى إعلام متعدد التوجهات والمسارات، غير أنه وبعد فرض حالة الطوارئ في الجزائر سنة 1991 حصل تراجع كبير في الساحة الإعلامية، وظهرت قوانين جديدة تتوافق والأزمة قلصت من مساحة حرية الرأي والتعبير، حيث فرضت السلطات رقابة على ما سمته آنذاك المعلومات الأمنية، كما تم فرض قيود على الإشهار، والتدخل في الخط الافتتاحي للجزائر.

هذه الظروف المعقدة التي مرت بها الجزائر، أدت في بعض الأحيان إلى تعليق عدة جرائد عن الصدور وأحيل بعض من الصحفيين أمام العدالة.

هذين العاملين الاقتصادي والسياسي ساهما في دفع الناشرين الخواص إلى النشر الإلكتروني لتجاوز العقبات الاقتصادية والسياسية، فالانترنت أداة لممارسة الحرية والتملص من مقص الرقيب وماحدث مع صحيفة la nation الأسبوعية أكبر دليل، فبعد توقيفها في ديسمبر 1996 استطاعت أن تصدر عددا خاصا بعد سنة من توقيفها على موقع مراسلون بلا حدود (RSF). ولقد أكد مسؤول La nation هذه الخلاصة بقوله "إن وضع أسبوعية la nation على الخط كان الهدف منه إبلاغ السلطات أن توقيف الجرائد في الجزائر لا جدوى منه، لأنه بفضل الانترنت يمكن للقراء الحصول على المقالات ونسخها وتوزيعها (بلقاسم بن روان: 2005، 195).

ونفس الشيء دعمته la tribune حين أوقفت عن الصدور في صيف 1997 وأوقف صحفييها بجنحة القذف، حيث قامت بنشر طبعة الكترونية من الصحفيين وتضامنت معها باقي الصحف

الجزائرية تحت شكل "النضال الإلكتروني" من أجل حرية التعبير في الجزائر، والقضاء على الحراسة الرقابية، ويلخص أحد الصحفيين هذا قائلا "إن الإنترنت يعني نهاية عهد الرقابة السياسية وانتهى كذلك عهد الرقباء في قاعات التحرير"، ويوضح مسؤول النشرة الإلكترونية لجريدة "la tribune" بأن مستفيدي الإنترنت في الجزائر يصلون إلى كل المواقع، بينما نجد نظرائهم في تونس ممنوعون من موقع منظمة العفو الدولي، وهذا يؤكد بأننا سجلنا تقدما كبيرا، وهكذا أصبحت جل الصحف الجزائرية متواجدة على الخط، ودخلت ميدان الاقتصاد والإعلام الرقمي باستراتيجيه التنوع للتملص من التمرکز الأفقي والعمودي من جهة، وكحيلة بديلة لمواجهة التغيرات الموسمية والظروف الطارئة المفاجئة من جهة أخرى.

**2-2- نشأة وتطور الصحافة الإلكترونية في الجزائر:** تعد تجربة الجزائر الأولى عبر شبكة الإنترنت هي الجريدة "algerie Interface" أسسها الإعلامي نور الدين خلاصي صحفي سابق بجريدة la nation، وهي في الأصل خطة لإصدار جريدة مستقلة في عام 1996، تقدم التقارير والأخبار حول المسائل السياسية والاقتصادية والاجتماعية بمشاركة وكالة التنمية السويدية Sida وانطلقت في العمل في نوفمبر 1999 تحت شعار نقل الأخبار بشكل موضوعي، والمحافظة على المبادئ الأساسية لحرية التعبير والصحافة، وتحولت الجريدة من نصف شهرية إلى أسبوعية (هاني راهب: 1995، 66). أما عن النسخ الإلكترونية للصحف المطبوعة، فتعد صحيفة "EL WATAN" باللغة الفرنسية هي أول صحيفة جزائرية على الخط وذلك في نوفمبر 1997، ثم تجربة جريدة "LIBERTE" في جانفي 1998 فجريدة اليوم باللغة العربية في فيفري 1998، وتليها جريدة الخبر باللغة العربية (محمد شطاح: 2006، 127).

وبالطبع طورت تدريجيا الصحف الورقية طبعتها الإلكترونية باستخدام تقنية النص المحمول PDF، وتقنية النص الفائق HTML لعرضها على شبكة الإنترنت في شكل إبداعي ومغاير لما هو عليه في الشكل الورقي.

وابتداء من عام 2000 إلى غاية 2010 تعددت الجرائد الإلكترونية الجزائرية على شبكة الإنترنت، وفي مختلف التخصصات والميادين، وتطورت مواقعها وأصبحت في متناول العديد من الفئات في المجتمع، وأصبحت أغلبية الصحف الصادرة بالجزائر سواء باللغة العربية أو باللغة الفرنسية تمتلك موقع الكتروني عبر النت، ويقول أحد الصحفيين من جريدة "L'indépendant" "أصبح امتلاك موقع على الإنترنت بالنسبة إلينا ضرورة من ضروريات العصر، كما تسمح بضمان حضور

جريدتنا على المستوى العالمي عن طريق الوب، ويسمح ذلك أيضا بتفادي أي رقابة وحذف من شأنها منع نشر مقال أو توقيف إصدار الجريدة (جمال بوعجيمي، بلقاسم بن روان: 2005 26).

### 3 - خصائص الصحافة الالكترونية في الجزائر:

رغم تواجد الصحافة الجزائرية على النت، منذ سنة 1997 إلا أنها لم تستعمل تقنيات التلنكست والفيديو توكس بالصورة المطلوبة، ولم تعرف قواعد المعلومات، ولم تستفد من قواعد البيانات الحكومية، التي تبقى غير متوفرة في الجزائر، حيث أن معظم الهيئات الرسمية تبث معلومات قديمة أو تكون متوقفة في جميع الأحوال.

وتتميز الصحافة الالكترونية في الجزائر بالنمط التقليدي، الذي يعتمد على النص كوسيلة أساسية لتوصيل الأخبار (نور الدين الهادف: 2008، 157).

ويمكن تقييم هذه التجربة في العناصر الآتية:

1 - إن الصحافة الجزائرية على شبكة الانترنت هي في الواقع بداية مشروع في أطواره الأولى بالوجود في الشبكة أولا، إذ لم تصل إلى مرحلة النص التفاعلي الكلي.

2 - تبقى ذهنية النشر الورقي هي السائدة في الصحافة الورقية، كما أن أغلبية هذه الصحف لا يتم تحديثها على مدار الساعة، بل هي نسخ الالكترونية كربونية، حيث تعتمد على أساليب التبويب في الصحافة الورقية، وتعتمد على القراءة المكتسبة لدى قراءها في الصحف الورقية.

3 - تفتقد معظم الصحف الالكترونية الجزائرية إلى خدمة البحث عن المعلومات، ويعود ذلك إلى النشر بصيغة الصورة والوثائق المحمولة، ولا تهتم بوجود أرشيف الكتروني للمواد التي سبق نشرها.

4 - لا توفر الصحافة الالكترونية مجالا تفاعليا لمشاركات القراء، ولا تهتم كثيرا بالوسائط المتعددة إضافة إلى أن خدمة تبادل الآراء مع القراء عبر البريد الالكتروني معدومة تماما.

5 - إن تجربة التفاعلية في الصحافة الالكترونية الجزائرية تقتصر على استطلاعات الرأي فقط الذي تعتمد نسبة قليلة من هذه الصحف، والذي يبقى استطلاعا مناسباتيا أما على مستوى توسيع دوائر منابر النقاش ونشر غرف الدردشة فلا زالت متأخرة، كما أنها لم تستحدث هذه التقنيات منذ دخولها إلى عالم الويب.

6 - انعدام التفاعلية الوظيفية التي تسمح للقراء بالمشاركة والتفاعل مع الزوار والصحفيين.

7 - لا تمكن الصحف الالكترونية الجزائرية الزوار والمستخدمين من التأثير على محتويات الموقع الصحفي، وهو ما يؤدي بالقارئ إلى اختيار مواقع أخرى تستجيب لميولاته الشخصية.

فالصحافة الجزائرية وبالنظر إلى خصائصها مازالت بعيدة كل البعد عن المفهوم والممارسة الحقيقيين للصحافة الإلكترونية، وهو ما لا يجب إهماله إذا أردت المحافظة على متبوعيها، وتحقيق الشهرة والنجاح.

#### 4-أنواع الصحافة الإلكترونية في الجزائر:

تنقسم الصحف الإلكترونية الفاعلة على الساحة الإلكترونية في الجزائر إلى نوعين رئيسيين هما:

**1 - صحف الكترونية ذات نسخ ورقية:** أدى فتح المجال الافتراضي أمام الخواص في الجزائر سنة 1997، إلى انتقال العديد من المؤسسات الصحفية إلى النشر الإلكتروني للنسخة الورقية رغبة منها في تحقيق رواج وانتشار أكبر، وتعد صحيفة الوطن أولى اليوميات الجزائرية التي وضعت على الخط سنة 1997، تتبعها 8 يوميات أخرى خلال العامين 1997 و 1998 وهي: Liberté - اليوم - الخبر - الشعب - المجاهد - le matin - el acil - le soir d'Algérie، وبعدها في مدة قياسية دخلت معظم الصحف الجزائرية على الخط (سمية بورقعة: 2015، 223).

وواصل عدد المواقع الإلكترونية للصحافة الجزائرية بمختلف أنواعها الوطنية منها والمحلية الخاصة والعمومية 137 جريدة منها 79 جريدة ناطقة بالعربية و 58 جريدة ناطقة بالفرنسية بما في ذلك 10 صحف رياضية سنة 14، وقد لجأت كلها لإنشاء مواقع لها على شبكة الانترنت بمعنى أن عدد مواقع الصحف الإلكترونية ذات النسخ الورقية كبير (بن رقية حسينة: 2016، 65).

#### 2 - صحف الكترونية شبكية خالصة: بدأت تجربة الصحافة الإلكترونية الخالصة في الجزائر

بشكل محتشم، وإلى الآن لم تمكن من الإقلاع الجماهيري، وذلك سبب غياب إطار قانوني منظم لها حتى جانفي 2012 تاريخ نشر قانون الإعلام الجديد في الجريدة الرسمية، والذي خصص الباب الخامس منه لوسائل الإعلام الإلكترونية، ليحدد في مواده الست (67-72) مفهومها وبعض حيثيات نشاطها، ومن بين الصحف التي دخلت مجال النشر الإلكتروني المحض مبكرا نذكر: (1999) algeria-interface، (1998) algeria-watch، le autoalgerie، souk، la grande kechfe 2003، el-diwan... الخ (فضيل دليو: 2014، 205).

## 5- قوانين الصحافة الالكترونية في الجزائر:

دخلت الجزائر عام 2012 بحزمة من الإصلاحات السياسية المعلنة لمرحلة جديدة في إرساء مسارها الديمقراطي، فسخرت لقطاع الإعلام والاتصال كامل الإمكانيات اللازمة لتمكينه من استيعاب وتوظيف الانفجار المعلوماتي التكنولوجي الناجم عن الثورة التقنية، وذلك من أجل تأطير الممارسة الإعلامية والمهنية للصحفيين وقطاع الإعلام الالكتروني في الجزائر.

فكان لزاما على الدولة أن تقنن هذا النمط الإعلامي الجديد، الذي بدأ يتطور في الجزائر على غرار بقية الدول العربية والغربية، دون أن يخضع لأي نصوص قانونية تضبطه، ماعدا قانونين صدرا لضبط نشر المعلومة عبر شبكة الانترنت، يتعلق الأمر بالمرسوم التنفيذي الخاص بتنظيم المتعاملين على الانترنت، الصادر سنة 1998 وقانون 0-3 الصادر في 2005، الذي يعترف لأول مرة في الجزائر بالوثيقة الالكترونية ويعادلها بالوثيقة الورقية.(www.al-fadjer.com/24.12/2013).

وتطرق مشروع القانون العضوي المتعلق بالإعلام إلى حرية ممارسة النشاط الإعلامي عبر الانترنت بنوعيه المكتوب والسمعي البصري طبقا للقوانين والتنظيمات المعمول بها، إذ تنص المادة الثانية من المشروع على أن هذا النشاط مثله مثل النشاطات الإعلامية الأخرى، يمارس في ظل احترام الدستور وقوانين الجمهورية، والقيم الثقافية والروحية للأمة والهوية الوطنية والوحدة الوطنية ومتطلبات أمن الدولة والدفاع الوطني (www.al-fadjer.com/24.12.2013).

فالقانون العضوي رقم 05-12 المؤرخ في 18 صفر عام 1433 الموافق لـ 12 جانفي سنة 2012، يتعلق بقانون الإعلام في مواد صنف في الباب الخاص تنص المادة 67 على مفهوم الصحافة الالكترونية، باعتبارها كل اتصال مكتوب عبر الانترنت موجهة للجمهور أو فئة منه وينشر بصفة مهنية من قبل شخص طبيعي أو معنوي يخضع للقانون الجزائري، ويتحكم في محتواها الافتتاحي(سمية بورقعة: 2015، 242).

أما المادة 68 فيتمثل نشاط الصحافة المكتوبة عبر الانترنت في إنتاج مضمون أصلي موجه إلى الصالح العام، ويجدد بصفة منتظمة، ويتكون من أخبار لها صلة بالأحداث وتكون موضوع معالجة ذات طابع صحفي، وتدخل المطبوعات الورقية ضمن هذا الصنف، عندما تكون النسخة عبر الانترنت والنسخة الأصلية متطابقين.

أما المادة 69-70 فهما يتحدثان عن خدمة السمعى البصرى عبر الانترنت، أما المادة 71 فتؤكد أن ممارسة نشاط الصحافة الالكترونية والنشاط السمعى البصرى عبر الانترنت يتم باحترام الدستور وقوانين الجمهورية (سمية بورقعة: 2015، 242-243).

وتبعاً لهذا القانون فقد شهدت الساحة الإعلامية الالكترونية الجزائرية انتعاشاً كبيراً، حيث أكد طارق حفيظ صحفى ومدير موقع "Impact24.info" أن صحيفته الالكترونية التي تصدر بالجزائر أنشئت في إطار قانون الإعلام لسنة 2012، وأوضح أن نشاط الصحافة الالكترونية المعترف بها من قبل القانون العضوي يتمتع بالحرية ولا يخضع للحصول على الاعتماد، بل يخضع لمجرد تمرير من مدير النشر للموقع الالكتروني الذي يودع بوزارة الاتصال، وأضاف أن جميع المواقع الخاصة بالصحافة الالكترونية معترف بها قانونياً لكن نشاطها لا يخضع للتنظيم الكافى، ومن جهة أخرى أعرب نائب مدير أخبار الصحيفة الالكترونية للأخبار العامة "دي أي آ DIA" عن ارتياحه لتمكنه من تسجيل حضوره على الساحة الإعلامية في ظرف شهر (2016.06.20/sawtlahrar.net).

ولم يتوقف الحديث عن الصحافة الالكترونية في قانون 2012 فقط، فقد جاء في المادة 41 من دستور 2016 أن حرية الصحافة المكتوبة والسمعية البصرية على الشبكات الإعلامية مضمونة، ولا تقيد بأي شكل من أشكال الرقابة القبلىة، كما أن نشر المعلومات والأفكار والصور والآراء بكل حرية مضمون في إطار القانون، واحترام نواب الأمة وقيمها الدينية والأخلاقية والثقافية، فقد أكد الرئيس عبد العزيز بوتفليقة في تصريح له يوم 03 ماي 2016، أكد أن الدولة جد مهتمة بهذا القطاع من حيث تزويدها بآليات قانونية وبأشكال دعم مختلفة تسمح له بأداء مهامه النبيلة، وأمر رئيس الجمهورية في شهر أكتوبر الماضي بضرورة استكمال المنظومة القانونية للصحافة، كما أضاف أن هذه الجهود ينبغي أن تترجم أيضاً في تحديد أدوات الاتصال واحترافه أداء هذه المؤسسات (2016/06/20/sawtlahrar.net).

ومن هذه المنطلقات القانونية الصريحة يتضح أن تقييم الممارسة الإعلامية في الجزائر لا بد أن يبنى على أسس علمية، فالتجربة ورغم حداثتها إلا أنها مرت بمخاض عسير ميدانياً وسياسياً وحتى تشريعياً، وصارت دراستها في المخابر ضرورة ملحة لسد الثغرات القانونية التي تعاني منها.

## 7- الصعوبات التي تواجه الصحافة الالكترونية الجزائرية:

تعاني الصحافة الالكترونية الجزائرية من العديد من المشاكل التي تحد من انتشارها واحترافيتها والتي تتمثل في:

**1 - عدم وجود إطار قانوني:** لا زالت الصحافة الالكترونية تعاني من غياب إطار قانوني واضح فرغم صدور قانون 2012، إلا أنه معتم ومجحف في حق الصحافة الالكترونية التي يتطرق إليها إلا في 06 مواد فقط وبصفة عمومية، دون الاهتمام بمسائل التمويل والتنظيم... الخ، وهو ما جعل تخوف كبير من الصحفيين والمؤسسات الإعلامية الجزائرية في الخوض في هذا المجال، في الوقت الذي تتجه إليه معظم إن لم نقل كافة الوسائل الإعلامية العالمية.

حيث يؤكد الصحفي إحسان قاضي: "أنه في الوقت الذي تنتشر فيه المواقع الإخبارية في عموم التراب الجزائري، ما تزال التشريعات الجزائرية القانونية تتجاهل معالجة مشكلة توسيع الانترنت في البلاد، مما يجعل الولوج إلى الشبكات الإخبارية أمر صعبا، دون إغفال تحديد التشريعات القانونية التي تحكم عمل الصحفي في هذه المواقع الإخبارية، والتي ما تزال غامضة وبدورها تقول الصحفية بومعزة أمينة بأنها "عندما بدأت عملي على شبكة الانترنت قبل عدة سنوات أدركت أي موجودة في عالم افتراضي، فالتشريعات لا تأخذنا بالحسبان كما أن وزارة الاتصال تتجاهل هذه الفئة من الصحفيين، وأضافت أن الدليل على ذلك هو صعوبة حصولنا على الترخيص من أجل التصوير وأكبر دليل أنه في الانتخابات الرئاسية الأخيرة، تعرضنا للتهميش من المتابعة والتغطية من قبل فريق حملة الرئيس (www.dc4mF/org/25.12.2012).

هذا ومن جهة أخرى فرغم الحرية النسبية التي عرفها الإعلام الالكتروني، إلا أن هناك شكوكا لدى الصحفيين الجزائريين في أن رسائلهم الالكترونية يتم اعتراضها ورقابتها، بسبب تأخر رسائلهم في الوصول لمدة تصل إلى يومين كاملين (نور الدين الهادف: 2008، 161).

**2 - حرب المعلومات وفجوة الحصول على الأخبار:** حيث أكد المختصون على مخاطر بعض المواقع الإعلامية الالكترونية على وضع البلاد، وذلك بسبب ما تزوجه من أخبار "كاذبة" وأحيانا الترويج لأفكار هدامة، خصوصا أن الفضاء مفتوحا على كل المعلومات، يقابله صعوبة النفاذ للمعلومة وترك المجال أمام الإشاعات والأخبار الكاذبة، الذي يعود إلى الفراغ الذي شكلته الفجوة بين المؤسسات في الدولة وضعف أداء الأداء المؤسساتي الحكومي أو النفاذ إلى المعلومة، وبروز الإعلام الاجتماعي عبر وسائل التواصل أو من خلال المواقع الالكترونية، وهو ما يؤكد ضرورة تكثيف

المنظومة القانونية لتنظيم وترقية الإعلام الإلكتروني لتجنب فوضى المعلومة وانتشار الإشاعة  
(www.ultrasat.co/10.12.2015).

**3 - عدم وجود قاعدة مستخدمين واسعة للانترنت:** حيث أن المجتمع الجزائري لم يندمج بعد مع هذه التقنية الفعالة الناقلة للمعلومة من أقصى مضارب الأرض، والتي تلغي الزمان معها والمكان وتجعل البعيد قريب، وتفتح العالم على بعضه وتساfer نعها بدون جواز سفر، فلا زال الفرد الجزائري يستقي أخباره من التلفزيون بنسبة 62%، ثم الجرائد بنسبة 22% وأخيرا الانترنت بنسبة 10%، هذا إن دل على شيء إنما يدل على نقص الوعي من طرف الفرد الجزائري بأهمية الانترنت إضافة إلى اعتبارات أخرى كالجانب المادي، فاستعمال الانترنت يعني توفير جهاز كمبيوتر مجهز بمودم وتكلفته في بلادنا تصل إلى 50.000 دج، وهو ما يعادل تقريبا 04 مرات الأجر القاعدي للفرد الجزائري، في حين لا تتجاوز تكلفته في الغرب 20% من الأجر الأدنى (سمية بورقعة: 2015 243).

**4 - ضعف التكوين المعلوماتي في المنظومة التربوية:** تفتقر المدرسة الجزائرية إلى التكوين المعلوماتي، سواء على مستوى البرامج والمناهج المستعملة أو الأدوات المستخدمة في التعلم. فبالإضافة إلى الأرقام المخيفة في مجال التسرب المدرسي والمستوى التعليمي نسجل غياب المناهج الحديثة التي تعتمد على تلقين أساليب استخدام التكنولوجيات الجديدة للإعلام والاتصال للتلميذ، إضافة إلى غياب هذه المناهج في الجامعة الجزائرية التي تعد الخزان الأول للنخب المثقفة وبذلك يؤثر هذا العامل بصفة مباشرة على الإقبال على الإعلام الإلكتروني، حيث يشكل الإلمام باللغة المستعملة في الموقع ومفاتيح الدخول وطرق الإبحار عنصرا أساسيا في مطالعة الصحيفة الإلكترونية، وإدراك محتوياتها (نور الدين الهادف: 2008، 136).

**5 - سياسة الإشهار الإلكتروني في الجزائر:** مازالت الصحافة الإلكترونية الجزائرية محرومة من الإشهار العمومي، وليس لها حظ وافر من الإشهار الخاص على الانترنت الذي لا يزال ضعيفا وملوثا بممارسات غير عادلة لبعض العناوين الإلكترونية للصحافة الورقية، فحسب "باية سعدون" مسؤولة القسم التجاري في موقع (maghrebmergent.com) يفضل المعلنون التعريف بمنتجاتهم على مواقع الصحافة الإلكترونية، التي تتميز بالنسبة لهم بمقروئية أكبر مما يدفع الصحافة الإلكترونية المحضة لكسر الأسعار لكسب الزبائن (فضيل دليو: 2014، 211-212).

ولذلك ينتظر بعض أصحاب الصحافة الإلكترونية من القانون الجديد الخاص بالإشهار أن ينظم هذا المجال باتجاه إنصافهم، كما ينتظرون تدخل الدولة لتنظيم التسعيرات الإشهارية، ولتقديم مساعدات



مالية لصحافتهم على غرار بعض الدول الأخرى، ولكن دون فرض شروطها أو إعادة إنتاج سيناريو "الوكالة الوطنية للإشهار" (ANEP) على الشبكة.

ومن أهم مشكلاتها أيضا ما تعلق منها بالاعتراف بهذه المواقع كوسائل إعلامية صحافية، ومن هنا تطرح مشكلة البطاقة الصحافية والحق في الوصول إلى مصادر المعلومات والتعامل مع الشخصيات العمومية، ونوع الاعتماد المخصص للصحافة الإلكترونية (فضيل دليو: 2014 211-212).

إن تجربة الجزائر مع الإعلام الإلكتروني تجربة فتيّة، وهو ما يعد سببا رئيسيا في عدم مسابقتها للتطورات المتجددة التي تعرفها تكنولوجيا الاتصال والمعلومات خاصة على صعيد النشر الإلكتروني، وللاستفادة من الخدمات الإيجابية وتحقيق شروط المهنية والاحترافية يجب إلغاء القيود التي تعيق تطور النشاط الإعلامي بشتى وسائطه، وفسح المجال أمام الصناعة الإعلامية في الجزائر في إطار منظم، وبشروط تعمل على فرز ممارسته على الأرض بعيد عن التحولات السياسية وفوضى الحروب المعلوماتية.

# الفصل الثالث

## الدراستان التحليلية والميدانية

- 1- الاجراءات المنهجية للدراستين التحليلية والميدانية.
- 2- عرض وتحليل بيانات الدراسة التحليلية.
- 3- عرض تحليل بيانات الدراسة الميدانية.
- 4- النتائج العامة للدراستين التحليلية والميدانية.

## 1-الإجراءات المنهجية للدراستين التحليلية والميدانية.

### 1-1- منهج الدراسة وأدوات جمع البيانات:

1-1-1-1-منهج الدراسة: إن اختيار منهج ملائم للدراسة هو من أهم الخطوات التي يتبعها الباحث في إنجاز بحثه لكونه أداة اختيار الفروض، والذي يقع عليه عبء تطويرها وتحققها، مما يعني أنه لا غنى عنه بالنسبة لأي باحث علمي.

وتتدرج هذه الدراسة ضمن الدراسات الوصفية التحليلية التي تهدف إلى دراسة واقع الأحداث والظواهر، وتحاول تحليلها وتفسيرها من أجل تصحيح هذا الواقع، وإجراء تعديلات فيه واستكمالها وتطويره، حيث يرى أحمد بن مرسل "أن البحوث الوصفية هي الطريقة العلمية التي تمكن الباحث من التعرف على الظاهرة المدروسة من حيث العوامل المكونة لها، والعلاقات السائدة فيها، كما هي في الحيز الواقعي ضمن ظروفها الطبيعية غير المصطنعة، من خلال جمع المعلومات والبيانات المحققة لذلك" ( : 2003، 286-287)، ويعتبر منهج المسح الوصفي التحليلي من أبرز المناهج المستخدمة في الدراسات الإعلامية، حيث لا يهتم فقط بدراسة المفردات البشرية من مجموع المتلقين، بل بمجموع القائمين بالاتصال في العملية الإعلامية بالمؤسسة الإعلامية على حد سواء وتتعدد أيضا المتغيرات التي يتم دراستها أو وصفها في دراسات القائم بالاتصال، لذلك يصبح من المناسب توظيف منهج المسح وأدواته في جمع البيانات عن القائمين بالاتصال، ووصف خصائصهم وسلوكياتهم في إطار النظام الكلي للمؤسسة الإعلامية. (محمد عبد الحميد:2004، 167).

وللاستدلال على مميزات المواقع الالكترونية الجزائرية، ومدى توظيفها للوسائط المتعددة والاستخدامات المتاحة بواسطتها، ورأي الصحفيين بإدخالها كمتغير ضروري لإنجاح مواقع الصحف الالكترونية في ظل البيئة الرقمية الجديدة، تختار الباحثة التحليل الإعلامي لمواقع الالكترونية جزائرية إضافة إلى دراسة ميدانية مع القائمين بالاتصال فيها. وقد حددت الباحثة لهذه الدراسة منهج المسح الوصفي التحليلي، حيث سيتم إجراء مسح لمحتوى الصحف الجزائرية محل الدراسة، نركز فيه على طريقة إبراز وتوظيف عناصر الوسائط المتعددة على صفحات هذه الصحف الالكترونية(الشروق أون لاين، الخبر أون لاين والخبر أون لاين) من أجل معرفة وظائفها الفعلية ودورها الحقيقي، باعتبارها مكونا أساسيا من مكونات التصميم الالكتروني الصحفي، مما يقودنا لضبط الخدمات التي يمكن أن تقدمها هذه المواقع باعتماد عناصر الوسائط المتعددة، إضافة إلى الدراسة الميدانية الخاصة بالمسح الشامل لآراء القائمين بالاتصال في الصحف المدروسة بهدف تحديد درجة الاعتقاد والتبني لهذه

التقنيات الحديثة في مجال العمل الإعلامي الإلكتروني الجديد، وبالتالي معرفة وعيهم لدرجة أهميتها في تحديد هوية الصحيفة الإلكترونية، وفعاليتها في إعداد الرسائل التواصلية الفعالة، التي تدعم اتجاهات الصحف محل الدراسة في خضم المنافسة الإعلامية الحالية لكسب أكبر عدد ممكن من المستخدمين، كما سأحاول فهم جوانب القصور في عدم فهم إيجابيات وأهمية الوسائط المتعددة لدى القارئ بالاتصال. أي أن هذه الدراسة تكون باتجاهين: اتجاه لتحليل محتوى المواقع الإلكترونية للصحف محل الدراسة والثاني: دراسة مع القارئ بالاتصال، كل هذا من أجل التوصل إلى نتائج علمية مضبوطة، تعطي عمقا وأهمية كبيرة للدراسة.

#### 1-2-2- أدوات جمع البيانات: اعتمدت الباحثة في عملية جمع البيانات الميدانية على:

1-2-1- استمارة التحليل: من أجل تصميم أداة لتقييم مدى توظيف الوسائط المتعددة في مواقع الصحف الإلكترونية الجزائرية، قامت الباحثة بإجراء عرض منهجي لما تم نشره حول موضوع تقييم توظيف عناصر الوسائط المتعددة في المجال الإعلامي الإلكتروني، وقامت باستخلاص معايير تخدم دراستنا، وتساعدنا في الإجابة على الإشكالية المطروحة بطريقة ممنهجة، وذلك بالرجوع إلى الإنتاج الفكري المنشور حول الموضوع، أين اعتمدنا عددا من الدراسات، وسبق أن تم عرضها، وهذه هي الفائدة من تراكم الخبرات الناتجة عن دراسة مواقع الويب وعناصرها.

فقد اعتمدت الباحثة على استمارة معلومات لتحليل توظيف الوسائط المتعددة كعنصر رئيسي في عملية البناء والتحليل، والخدمات المقدمة من خلالها، إذ عملت على تطوير نموذج للتحليل بالاعتماد على العديد من المؤشرات والعناصر المكونة لها، وأدوارها الإعلامية التي تعمقنا فيها في الجانب النظري، ودعمناها بالشرح والتحليل والتفسير في شكل منهجي قابل للتطبيق والتحليل الميداني لنخلص في الأخير إلى بناء استمارة تحليل مكونة من 62 عنصرا للتحليل، مرفوقة باحتمالات موزعة على محاور رئيسية مجسدة لفرضيات الدراسة بمؤشراتها وأبعادها كالتالي:

المحور الأول: درجة توظيف الوسائط المتعددة في الصحف الإلكترونية الجزائرية محل الدراسة: بوضع عدة تغيرات للدراسة مثل: درجة استخدام العناصر، مكان تواجدها، الفنون التحريرية التي تبرز من خلالها، وكذلك نوعية المضامين الإعلامية المتضمنة داخلها، بالإضافة إلى اعتماد معايير فعالية وجودة المحتوى والتنظيم المقدم على صحف الدراسة المقدمة من خلال عناصر الوسائط المتعددة، مما يمكننا من معرفة مدى التناسق بين الشكل والمضمون على مساحة هذه الصفحات.

**المحور الثاني:** أكثر الوسائط المتعددة استخداما في الصحف الإلكترونية الجزائرية، بالاعتماد على ضبط متغيرات الوسائط المتعددة من حيث الأنواع، مع التفصيل في كل نوع، وخصائص عناصر الوسائط المتعددة، ومن أجل القيام بمقارنة بأسلوب علمي منهجي احصائي بين كافة العناصر التقنية للوسائط المتعددة من خلال معايير تقييم إخراج عناصر الوسائط المتعددة.

**المحور الثالث:** استخدامات الوسائط المتعددة في الصحف الإلكترونية الجزائرية، وذلك من خلال معايير تقييم جودة التصميم، سهولة الاستخدام، سهولة التعرض، الأزرار والأيقونات، التحديث الأرشيف، سرعة التحميل، البناء العام للموقع لضبط إيجابيات وعيوب الوسائط المتعددة.

**المحور الرابع:** ضبط أساليب التفاعلية عبر الوسائط المتعددة، بفحص أساليب وأنماط ومستويات التفاعلية في عروض الوسائط المتعددة، تعدد خيارات أمام المستخدمين، أدوات بعد استجابة الموقع الإلكتروني للمستخدم، إمكانية الاتصال من قبل المستخدمين، أدوات تسهيل الاتصال، إمكانية إضافة المعلومات من قبل المستقبل، الخدمات الإلكترونية المقدمة بناء على عناصر الوسائط المتعددة.

**1-2-2-2- استمارة الاستقصاء الميداني:** وقد تم الاستعانة بها لأنها تناسب أهداف الدراسة في الإجابة على بعض الأسئلة، والتحقق من الفرضيات باعتبارها الموجه الرئيسي للعمل الميداني، تضيف معلومات وتزيل الإبهام والغموض عن بعض المحاور، التي لا تستطيع استمارة التحليل الإجابة عنها من معرفة درجة التبنى والقبول للمستحدث، بتطبيق الجانب النظري ودرجة الإفادة من الاستخدام، وقد تم تصميم شكلها النهائي من خلال المرور بعدة مراحل، فمن الاستفادة من الدراسات السابقة إلى ملاحظات الأستاذ المشرف، ليتكون في الأخير بناؤها النظري من 24 سؤالا بين مفتوح ومغلق موزعين على أربع محاور كالتالي:

**المحور الأول:** محور البيانات الشخصية.

**المحور الثاني:** استفادة الصحف الإلكترونية الجزائرية من شبكة الانترنت من وجهة نظر الصحفيين.

**المحور الثالث:** استخدامات الوسائط المتعددة في الصحافة الإلكترونية الجزائرية من وجهة نظر الصحفيين.

**المحور الرابع:** معوقات استخدام الوسائط المتعددة في الصحافة الإلكترونية الجزائرية.

**1-2-3- الملاحظة بالمشاركة والملاحظة المنظمة:** وهي عملية تفيد في البحث العلمي "المعاينة" أو المشاهدة الدقيقة للظاهرة محل الدراسة من أجل استكشافها أو التعرف عليها بصورة جيدة. فالملاحظة العلمية نشاط بحثي منظم، يتوفر فيها للباحث القدرة على تنظيم بحثه، وهذا ما قامت به

الباحثة طيلة فترة بحثها، سواء من ناحية التحليل للمواقع بالاعتماد على الملاحظة المنظمة بالتتابع الدقيق لكل مجريات ومحتويات ومتغيرات المواقع الالكترونية طيلة فترة الدراسة، وهذا ما جعل البيانات المتحصل عليها أكثر دقة وتحديدا، أو عن طريق الملاحظة بالمشاركة من خلال تواجد الباحثة في الميدان داخل المؤسسات الإعلامية مجال الدراسة، وتسجيلها ضمن خدمة المنتديات الخاصة بهذه الصحف وبالتالي تفاعلها مع كافة الاطراف، اضافة الى المشاركة في التعليق على بعض الاخبار والتعليقات ورصدها بالتحليل، وكذلك التصويت على مواضيع مطروحة وابداء الرأي فيها بما يساعدها في الإجابة على بعض الأسئلة وتحليل ظواهر أخرى اكتشفت في الميدان لها علاقة بالموضوع إضافة إلى الحصول على بعض التفسيرات التي تستخدمها فيما بعد لتحليل النتائج وتفسيرها تفسيراً علمياً دقيقاً.

**1-2-مجتمع الدراسة وعينتها:** نظرا لكون هذه الدراسة هي دراسة تحليلية وميدانية في ذات الوقت فإن مجتمع الدراسة وعينتها يشملان نطاقين مختلفين هما.

**1 - الصحف الالكترونية الجزائرية:** ويمكن رصد مجال الدراسة المكاني من خلال الصحف الالكترونية التالية:

**أ - الشروق أون لاين:** وهو موقع إخباري يصدر من الجزائر، ويوفر تغطية آنية ومستمرة للأحداث في الجزائر والوطن العربي والعالم، باللغات العربية، الانجليزية، الفرنسية، وهو يمثل النسخة الالكترونية لجريدة الشروق اليومي(www.echoroukonline.com).

تأسس الشروق أون لاين عام 2005، بعد قرار إدارة الشروق اليومي بإنشاء واجهة الكترونية للطبعة الورقية، لتمكين شريحة من القراء على الشبكة العنكبوتية وكذا الجالية الجزائرية في الخارج من الاطلاع على محتويات الجريدة.

ولقد مر موقع الشروق أون لاين بثلاثة مراحل أساسية منذ تأسيسه:

1- من 2005 إلى 2007: حيث كان الموقع عبارة عن واجهة الكترونية للنسخة الورقية للشروق اليومي، كما تم إنشاء نسختين باللغتين الفرنسية والانجليزية للموقع.

2- من 2007 إلى 2009: تم تحديث الموقع من حيث الشكل والمضمون، بمواكبة التطور التكنولوجي الحاصل ليدخل مرحلة التفاعلية، وتميزت بفتح المجال أمام القراء للتعليق على المقالات المنشورة، وكذا إطلاق استفتاءات حول الأحداث والقضايا المطروحة على الساحتين الوطنية والدولية، كما تم لأول مرة فتح مساحات اشهارية بالموقع.



- إنشاء منتديات الشروق: والتي تضم حاليا حوالي 400 ألف عضو، وهي من أكبر المنتديات في الوطن العربي، حيث تعد فضاء واسعا للقراء للنقاش وتبادل الأفكار.

3- ابتداء من 2009: شرعت إدارة الموقع في استراتيجية جديدة لتحويل الموقع إلى صحيفة الكترونية مستقلة لمسايرة التطور الحاصل في هذا النوع الجديد من الاعلام، وكذا تلبية رغبة القراء في متابعة الاحداث ساعة وقوعها بعد الانتشار الكبير للإنترنت في الجزائر وخارجها. ويقوم الموقع على متابعة الاحداث الوطنية والدولية بشكل متواصل على مدار ساعات اليوم، مع استعمال التقنيات الحديثة المستعملة في الصحافة الالكترونية وكذا شبكات التواصل الاجتماعي (فايسبوك، تويتر، يوتوب وغوغل بلاس).

ويسهر على موقع الشروق أون لاين طاقم صحفي وتقني مجند على مدار الساعة تتوزع مهامه كالآتي:

1-قسم التحرير: يتابع الاحداث الوطنية والدولية.

2-قسم التعليقات: ويقوم بالسهرة على نشر تعليقات القراء على مدار اليوم، بعد معالجتها.

3-قسم تقني: يتابع سير الموقع تقنيا إلى جانب طاقم الفيديو الذي يعمل بالتنسيق مع هيئة

التحرير (www.echoroukonline.com/22/11/2017)..

ب-الخبر أون لاين: هو موقع اخباري يصدر من الجزائر، ويعتبر من أولى المواقع التي تأسست لدعم تواجدها ومسايرة التكنولوجيا، صدر أول عدد الكتروني لها في أبريل 1998، وهي النسخة الالكترونية للصحيفة الالكترونية التي تأسست في 1990، وبعد مرور 10 سنوات من تأسيس الجريدة صارت الخبر تمثل أول سحب في الجزائر بمعدل نصف مليون نسخة يوميا، ولها نسختين اضافيتين في موقعها الالكتروني بالإنجليزية والفرنسية، وقد أطلقت قناة الخبر (KBC) التابعة للجريدة سنة 2014 (www.elkhabaronline.com).

وتعد الخبر ذات أسهم برأس مال 276600608.00 دج، وتمتلك الخبر 24 مكتبا موزعين عبر التراب الوطني، و 07 مكاتب في بلدان عربية واجنبية، وحوالي 100 مراسل متعاون عبر الوطن، كما تملك مكتبين جهويين أحدهما في شرق البلاد بولاية قسنطينة، والثاني في غرب البلاد بولاية وهران بالإضافة إلى مكاتب ولائية عبر كامل التراب الوطني. انتقلت إلى مقرها الجديد بحيدرة عام 2008 حيث كانت في السابق تتخذ من دار الصحافة مقرا لها، ويضم المبنى الجديد التابع لها : الإدارة العامة، مديرية المحاسبة والمالية، المديرية التجارية، التحرير بمختلف أقسامه، مديرية العلاقات العامة



والتسويق، قسم المنازعات، بالإضافة إلى مركز الدراسات الدولية، وقد زودت مختلف الاقسام بأحدث ما أبدعته التكنولوجيا مما يحفز العمال على العطاء وبذل المزيد من الجهد.  
(www.elkhabaronline.com/22/11/2017).

ج- **النهار أون لاين**: هو موقع اخباري يصدر من الجزائر العاصمة، تم فتحه في ديسمبر 2007 وهو يمثل النسخة الإلكترونية للنسخة الورقية جريدة النهار أون لاين  
(www.ennaharonline.com).

وهي جريدة يومية جزائرية مستقلة تصدر عن شركة الاثير للصحافة في حيصة بالجزائر العاصمة وتعتبر أول يومية اخبارية مستقلة في الجزائر، تصدر عن صحافيين لم يعملوا في الصحافة الحكومية من قبل، كما أنها لم تتبع أي حزب حكومي، يديرها أنيس رحمانى الذي اشتغل من قبل مدير تحرير الشروق اليومي، ويتم سحبها في 04 مطابع موجودة في الجزائر العاصمة، وهران، قسنطينة وورقلة يصل سحبها اليومي إلى 400 ألف نسخة.

وللإشارة أن الموقع الإلكتروني للنهار الجديد فتح في نفس سنة النسخة الورقية، وتعتبر منتديات الموقع من اكثر التطبيقات التفاعلية تجسيدا في النسخة الإلكترونية، والتي تعرف اكبر مشاركات من عديد الدول، وهذا حسب ما ذكره موقع اليكسا، اذ يحتل الموقع المرتبة الثالثة في ترتيب الصحف الإلكترونية الأكثر قراءة من قبل الجزائريين.

وفيما يخص الدراسة الميدانية، فقد عنت الدراسة المسح الشامل لكافة الصحفيين العاملين في مواقع الصحف الإلكترونية الشروق أون لاين، النهار أون لاين والخبر أون لاين، حيث يقدر عددهم ب 61 صحفي موزعين كالتالي: 21 صحفي في الشروق أون لاين، 20 صحفي في النهار أون لاين، و 20 صحفي في الخبر أون لاين (www.ennaharonline.com/22/11/2017).

أما عن **عينة الصحف الإلكترونية مجال الدراسة**، فنجد أن الباحثين يعتمدون في إجراء دراساتهم على طريقة العينة المأخوذة من مجتمع البحث للوصول إلى المعلومات والحقائق التي تفي بالغرض النهائي للدراسة، وتسري هذه النتائج المتوصل إليها من حيث التمثيل على كل مجتمع البحث، فالباحث في دراسته المختلفة للظواهر يواجه صعوبة ضخامة مجتمع البحث وسعته، لدرجة يصعب عليه القيام بدراسة كل الوحدات المكونة له، ونظرا لارتباط هذا الانجاز بآجال محددة لا بد من احترامها أو لصعوبة القيام بهذا العمل الضخم بمفرده أو لمحدودية قدراته على ذلك، فإنه يلجأ إلى أسلوب العينة.



وقد حددت الباحثة عينة الصحف مجال الدراسة في الصحف الإلكترونية لكل من الشروق أون لاين، الخبر أون لاين والنهار أون لاين، خلال الفترة الممتدة من السبت 04 فيفري 2016 إلى الخميس 26 جانفي 2017، اخترنا منها عينة بطريقة "الأسبوع الصناعي"، حيث تم اختيار اليوم الأول من الأسبوع الأول من شهر فيفري 2016، ثم اليوم الثاني من الأسبوع الثاني من الشهر الموالي، وهكذا وصولا إلى شهر جانفي 2017.

وقد استنتجت الباحثة يوم الجمعة من اختيارات العينة على اعتبار أن السبت هو بداية الأسبوع الصناعي الصحفي والخميس هو نهايته، طبعا لما هو معمول به لدى الصحافة الجزائرية، ويحقق اختيار العينة بأسلوب الأسبوع الصناعي في الدراسات التحليلية للصحف عدة مزايا أهمها: إعطاء فرصة متساوية لكل أيام الإصدار في تمثيل العينة مع استبعاد الأعداد الأسبوعية الخاصة، وبالتالي تجنب تكرار سمات معينة في مفردات العينة، نتيجة تكرار اختيار الأيام نفسها أو الأعداد الخاصة.

وقد حصلنا بعد المعاينة على 48 مفردة ممثلة لكل الصحف، بتقدير 12 عدد لكل صحيفة اعتبرت كافية استنادا إلى رأي "Stempel" الذي توصل إلى أن اختيار عينات تتألف من ستة أعداد أو اثني عشر عدد أو أربع وعشرين عدد أو حتى ثمانية وأربعون عددا تؤدي إلى الحصول على نتائج متشابهة تماما للنتائج التي يمكن التوصل إليها نتيجة تحليل أعداد ستة كاملة للدراسة(علي نجادات:2005،336)، وقد تمثلت العينة كما هو مبين في الجدول الآتي:

الأعداد	الشهر	الأسبوع	اليوم (تاريخ المفردة)
01	فيفري	الأول	السبت 04 فيفري 2016
02	مارس	الثاني	الأحد 12 مارس 2016
03	أفريل	الثالث	الاثنين 18 أفريل 2016
04	ماي	الرابع	الثلاثاء 24 ماي 2016
05	جوان	الأول	الأربعاء 01 جوان 2016
06	جويلية	الثاني	الخميس 14 جويلية 2016
07	أوت	الثالث	السبت 20 أوت 2016
08	سبتمبر	الرابع	الأحد 25 سبتمبر 2016
09	أكتوبر	الأول	الاثنين 03 أكتوبر 2016
10	نوفمبر	الثاني	الثلاثاء 15 نوفمبر 2016
11	ديسمبر	الثالث	الأربعاء 21 ديسمبر 2016

12	جانفي	الرابع	الخميس 26 جانفي 2017
----	-------	--------	----------------------

جدول رقم(15): يوضح مفردات عينة الدراسة التحليلية للصحف الالكترونية الجزائرية حسب عينة الأسبوع الصناعي.

2- **القائمون بالاتصال:** وهو كل من يعمل في بناء أو تشكيل الرسالة الاعلامية في مواقع الصحف الالكترونية الجزائرية الشروق أون لاين والنهار أون لاين والخبر أون لاين، فهو مقدم المادة الاعلامية الذي يقوم بصياغة المحتوى في شكل مكتوب أو مصور أو مرئي، ويستفيد من امكانيات تكنولوجيا الوسائط المتعددة وخصائصها، لتلبية احتياجات الجمهور، ويتضمن ذلك معرفته كيفية انتاج رسالة متعددة الوسائط، وان يتفاعل مع الجمهور عبر الامكانيات المتاحة والمتجددة، وقد اعتمدنا على المسح الشامل في هذا الجزء الميداني، حيث قدر عدد الصحفيين في الصحف مجال الدراسة 48 صحفي موزعين على النحو التالي: 18 صحفي في الشروق أون لاين، 15 صحفي في النهار أون لاين والخبر أون لاين، وذلك من أصل 61 صحفي، فالباحثة ذهبت لتوزيع الاستمارات في جويلية 2017 أي في العطلة الصيفية أين وجدت 09 صحفيين خارج العمل في عطلتهم، كما أنني استبعدت 4 استمارات لعدم صلاحيتها ونقص الاجابات، إضافة إلى تضارب المعلومات والاجابات عن بعض الاسئلة.

3- **وحدات التحليل والقياس:** إن دراسة الصحف الالكترونية من الناحية التطبيقية يتركز على: أ- **تصميم الصفحة الرئيسية:** حيث تشكل هذه الأخيرة المدخل الأساسي للموضوعات الصحفية، لذلك يركز مصممو الويب على استخدام أكثر ما يمكن من جهود وتقنيات إخراجية، لتقسيم وتبويب الصفحات الرئيسية للصحف الالكترونية، وينصح دليل "SUN" بضبط العلاقة ما بين الصفحة وحجم الشاشة، إذ أن الصفحات الطويلة تتطلب من المستخدم أن يركز على المعلومات قبل أن يتحرك إلى أسفل الصفحة، ويفقد المستخدم الإحساس بسباق النص، عندما تكون أداة تحريك النص غير ظاهرة (بن رقية حسينة: 2016، 37).

ب- **الصفحات الداخلية للموقع:** وذلك بمحاولة إخضاع الوحدات التحليلية والعناصر الرئيسية في نموذج استمارة التحليل للبحث والتحليل داخل الصفحات الداخلية، التي تمتلك موادها الاعلامية روابط ذات الصلة بالصفحة التمهيدية، وبالتالي الحصول على نتائج مؤكدة وصادقة في كافة الوحدات وبذلك تكون الدراسة شاملة وعامة، ونتائجها واضحة من منطلق القياس العلمي الصحيح، بإخضاع

الموقع ككل للدراسة دون الإقتصار على صفحة دون أخرى، وبالتالي إعطاء الفرصة للمواقع التحليلية الثلاثة بنفس الدرجة وبنفس الاهتمام.

**4 - كيفية تحليل البيانات:** اعتمدت الباحثة في الدراسة التحليلية للصحف الإلكترونية الجزائرية على معاملين إحصائيين لقياس الفروق، وإجراء المقارنات، وجاءت المعاملات المعتمدة كالآتي:

أ- **حساب التكرارات:** لتحديد دقيق للمواضيع المكثفة التي تشهد الاستخدام الأكثر لعناصر الوسائط المتعددة، ولتحديد أعماق لحجم نشر المواد الإعلامية محل التحليل، حيث أن قياس مساحة المادة الإعلامية المنشورة في الصحيفة الإلكترونية سواء في الصفحة التمهيدية (Home page) أو المساحات الداخلية للمقال المنشور بتطبيقات تفاعلية موظفة، يعطي لنا إمكانية تحليل الواقع الفعلي والخيار الإعلامي للنصوص والمواضيع الإعلامية المنشورة، فحقيقة الاعتماد على معامل حساب التكرار للمادة الإعلامية يعطينا إضافة أكثر.

ب- **حساب النسب المئوية:** لتمييز أدق، وذلك بقياس الفروق بين المواضيع التي تستمد التطبيق لعناصر الوسائط المتعددة دون أخرى، وكذا المواضيع التي تنشر بتطبيقات الوسائط المتعددة ومقارنتها بالنصوص الإعلامية الأقل قراءة والأقل توظيفا لتطبيقات الوسائط المتعددة.

**5 - إجراءات الصدق:** حاولت الباحثة الوصول إلى نتائج تتسم بالدقة، ودرجة عالية من الصدق في تحليل مواقع الصحف الإلكترونية الجزائرية، من خلال عدد من الخطوات التي تتحرى الصدق والدقة في النتائج:

أ - **تحديد وحدات التحليل بدقة:** عبر الرجوع للتعريفات والمفاهيم المختلفة لكل من فئة من الدراسات السابقة، والأبحاث المنشورة والكتب المختلفة.

ب - **اختيار الحصر الشامل في تحليل جميع مفردات ووحدات عينة الدراسة:** خلال المدة المحددة للدراسة والمتمثلة في 12 مفردة لكل صحيفة إلكترونية، ما يعادلها 48 مفردة في الدراسة ككل.

ج - **اختيار الحصر الشامل في تحليل وحدة العينة:** فلم تقتصر الباحثة على الصفحة الرئيسية فقط وإنما تحليل الموقع بكافة صفحاته، وهو ما يضمن الخروج بنتائج دقيقة يمكن تعميمها، إضافة إلى المسح الشامل لكافة مفردات الدراسة الميدانية، بما يتيح أخذ جميع الآراء وتحليلها بشفاافية وصدق.

## 2- عرض تحليل بيانات الدراسة التحليلية:

المحور الأول: استخدام الوسائط المتعددة في مواقع الصحف الالكترونية الجزائرية:

جدول رقم(16): يوضح استخدام عنصر النص في مواقع الصحف الالكترونية مجال الدراسة.

الترتيب	النص		الاختيارات الموقع الالكتروني
	النسبة %	التكرار	
2	33.32	1440	الشروق أون لاین
3	33.14	1432	النهار أون لاین
1	33.53	1449	الخبر أون لاین
	100	4321	المجموع

يبين الجدول رقم (16) استعمال مواقع الصحف الالكترونية عينة الدراسة لعنصر النص كعنصر أساسي من عناصر الوسائط المتعددة، ويتضح من خلال النتائج المحصل عليها أن هناك استخدام معتبر لعنصر النص من طرف عينة الدراسة، حيث احتل موقع الخبر أون لاین المرتبة الأولى بنسبة استخدام 33.53% بواقع تكرار 1449، يليها موقع صحيفة الشروق أون لاین بنسبة استخدام قدرت ب 33.32% أما المرتبة الثالثة والأخيرة فهي لموقع صحيفة النهار أون لاین بنسبة 33.14%.

وبالرغم من أن هناك تفاوت في نسبة الاستخدام والتوظيف إلا أنها نسبة ضئيلة جدا، حيث نستطيع الإقرار أن عنصر النص مازال يعتمد كعنصر مهم جدا وبنفس الدرجات لدى مواقع الصحف الالكترونية، ويشمل النص محل البحث والدراسة جميع نصوص الأخبار والتقارير والتحقيقات، وأي موضوع آخر يحتوي على نص خلال المدة الزمنية المحددة للبحث، والذي يظهر على هيئة فقرات منتظمة على الشاشة، أو عناوين لأجزاء رئيسية واضحة، يتم إعداده من خلال محرر النصوص مع مراعاة تدقيق الصياغة اللغوية والقواعدية، ومراعاة الخصائص التصميمية واختيار نوع الخط والحجم واللون المناسب لتمثيل الحدث، وكذلك اختيار طريقة العرض المناسبة، واستخدام أسلوب كتابة مناسب للمستخدم المستهدف .

وإذا كان بالإمكان الاستغناء أحيانا عن بعض الوسائط المتعددة في الإعلام التقليدي فإن الإعلام الالكتروني يعتمد بشكل كبير جدا على إمكانيات الوسائط المتعددة في العمل الإعلامي والاتصالي لذا يعد النص من الوسائط المتعددة التي لا يمكن الاستغناء عنها ليس في الإعلام التقليدي وحسب وإنما حتى في الإعلام الالكتروني مدموجا مع بقية العناصر الأخرى، والتي على الرغم من توفرها إلى



جانبا النص، إلا أنه لا يمكن للرسالة الإعلامية أن تكتمل بدون نص مكتوب أو مسموع أو مرئي فالنص إذن لا يزال يشكل الوساطة الأساسية والوسيلة الفعالة في إيصال المعلومة للمتلقي إضافة للوسائط الأخرى المرافقة له، حيث يعد نصا مفتوحا وفضاءا رحبا للعلم المعرفة يمكنه الاندماج والتزاوج مع بقية العناصر، ليقدم الأحداث بكل سهولة ويسر من خلال الضغط على الفأرة، هذا فضلا على أنه يبقى نصا نشيطا تفاعليا على طيلة الوقت يتجدد باستمرار ليواكب تغيرات الأحداث الواقعية، ولكنه يحتاج إلى مهارات الإتقان لأنه نص للتصفح على بيئة إلكترونية تفاعلية وليس للقراءة.

جدول رقم(17): يوضح استخدام عنصر الصورة في مواقع الصحف الإلكترونية مجال الدراسة

الترتيب	الصورة		الاختيارات الموقع الإلكتروني
	النسبة %	التكرار	
3	31.04	975	الشروق أون لاين
2	32.02	1006	النهار أون لاين
1	36.93	1160	الخبر أون لاين
	100	3141	المجموع

حسب ما يبينه الجدول رقم (17) لاستخدامات الصورة في مواقع الصحف الإلكترونية مجال الدراسة، فإن هناك استخدام معتبر للصورة في العمل الإعلامي، حيث احتل موقع الخبر أون لاين المرتبة الأولى من ناحية التوظيف بنسبة 36.93% ، تليه صحيفة النهار أون لاين بنسبة 32.02% ليأتي موقع صحيفة الشروق أون لاين في المرتبة الثالثة والأخيرة بنسبة 31.04%.

وتعد الصورة واحدة من استخدامات الوسائط المتعددة لما تضيفه من حقائق وجمالية، وأغلب المواقع الإلكترونية لم تستغن عن الصورة بكل أنواعها وذلك بفضل تقنيات برامج الحاسوب، فالإعلام الجديد يسير اليوم في اتجاه تغيير ثقافة البشرية من ثقافة الحرف التي سيطرت على البشرية لآلاف السنين إلى ثقافة الصورة، فهي أبلغ في التعبير من 100 كلمة، والعالم الافتراضي اليوم تجد الجميع فيه على عجلة، لا يريد أن يطيل القراءة والبقاء على الصفحة لأكثر من دقيقة حتى يصيبه الملل والتشويق للانتقال إلى رابط جديد وصفحة جديدة، وتستهو به الصورة ليقف بها لسرعة فهمها ومثلها مقاطع الفيديو، لهذا نجد أن المواقع التي تهتم بها تحصد النجاحات السريعة، كما أن المقياس الجيد للأعمال اليوم يقاس بالحضور الإلكتروني، ويتفق الباحثين والخبراء الإعلاميين أن الصورة هي أهم وسيلة لتحسين شكل المواقع الإعلامية ومحتواها.

وقد رصدت الباحثة حضور الصورة في كافة المضامين الإعلامية بالنسبة للصحف الإلكترونية مجال الدراسة سواء على شكل ألبومات والتي تصل إلى 19 صورة، وهي مدرجة فقط بتسلسل على شكل ألبوم دون تعليقات وأخبار لشرحها، لأن هذه الصور تكون معبرة عن ذاتها تحتوي كافة المحتوى الإخباري في ثناياها، أو تكون صور مستقلة تابعة لأخبار معينة كعنصر للإقناع وزيادة المعلومات وهذا في كافة المضامين الإعلامية، فهناك صورة سياسية سواء لصناع القرار وقادة الرأي السياسي كسلال، وتبون وباقي الوزراء، مثلا خبر "الحكومة ألغت عدة إجراءات بعد الإعلان عنها: وضع قرارات والتراجع عنها يرهق سلال، مدعما بصورة لسلال وهو في حالة حيرة. بالإضافة إلى الصور السياسية للأحداث الخارجية، إضافة إلى صور اقتصادية لمجمع سونطراك الذي كسح كافة الصحف بالصور، وكذلك الشأن في المجال الاجتماعي سواء بالنسبة لصور لقضايا الفساد وصور مكافحة الجرائم أو صور عن أحوال المعيشة الاجتماعية.

وقد كانت أنواع الصور بين نوع GIF و JPG وذلك لصغر حجمها، وبالتالي تحميلها جودة ظهورها على مواقع الصحف الإلكترونية، كما أنها لاتحتل مساحة كبيرة وبالتالي هناك اقتصاد في المساحة على الشاشة بوضع أكبر عدد ممكن من الأخبار والمعلومات.

#### جدول رقم (18): يوضح استخدام عنصر الفيديو في مواقع الصحف الإلكترونية مجال الدراسة

الترتيب	الفيديو		الاختيارات
	النسبة %	التكرار	
1	47.43	120	الموقع الإلكتروني الشروق أون لاين
2	30.03	76	النهار أون لاين
3	22.52	57	الخبر أون لاين
	100	253	المجموع

يبين الجدول رقم (18) أن هناك استعمال متباين من طرف الصحف الإلكترونية محل الدراسة لعنصر الفيديو كأحد العناصر الرئيسية للوسائط المتعددة، حيث تمثل الاستخدام والتوظيف الأكبر كمرتبة أولى عند صحيفة الشروق أون لاين بنسبة 47.43%، يليها موقع صحيفة النهار أون لاين بنسبة 30.03%، ثم صحيفة الخبر أون لاين بنسبة استخدام قدرت ب 22.52%. وهو عبارة عن مادة فيلمية تحتوي على كافة العناصر من نص وصوت وصورة فضلا عن الحركة، وقد يضاف له تأثيرات صوتية أخرى كصوت المراسل أو المذيع الذي يشرح أو يعلق على موضوع الفيديو، ويعد من



بين أقوى عناصر الوسائط المتعددة في جذب المتلقي والحصول على تفاعله مع المنتج الإعلامي. فهو وسيلة لإثبات عنصر المصداقية في المعلومات، وإعطاء المستخدم الإحساس بالحضور والمشاركة في الحدث، وبالتالي إعطاء صيغة آتية والجدة في معلومات الموقع، وما لها من دور في إكسابه سمعة جيدة بين المستخدمين، مما يزيد من قوة التفاعلات والعروض على الموقع الإعلامي.

وقد شكل الفيديو باعتباره من الوسائط المتعددة الأكثر تكنولوجيا في صحافة الانترنت حضورا وتموقعا في الصحف الإلكترونية الجزائرية، حيث أتاحت لقطات فيديو على صفحاتها التمهيدية بأيقونة فيديو قابلة للنقر، تتيح للمستخدم مشاهدة مقاطع فيديو سهلة الفتح، بإخراج سمعي بصري ذو جودة عالية، وإن كان تحديثها لا يكون وفق أعداد، فبعض لقطات الفيديو سجلت حضور لأكثر من أسبوعين، لكنها ساهمت في إثراء المواد الإعلامية، وشكلت لها إضافة خصوصا في مجال التفاعلية.

أما عن محتواها فقد جاءت لقطات الفيديو مختلفة من مادة سمعية بصرية لمواضيع سياسية، مثل فيديو مقتل السفير الروسي، لقطات الاحتجاجات الشعبية في العالم، فيديو عن مجلس الشعب في الجزائر ودورات البرلمان.. الخ من الأحداث السياسية، إضافة إلى الأخبار الرياضية التي كان فيه حضور الفيديو بقوة عن طريق نقل مجريات المباريات وأخبار المنتخب الجزائري، وتسجيلات لرواوة والناخب الوطني ليكانس، وقد لاحظت الباحثة أنه وأثناء فترة الدراسة كان هناك العديد من الإخبار والفيديوهات حول الأخبار الرياضية، وهذا يفسر أن اهتمامات الجمهور وحاجياته الإعلامية يعطي لها أولويات في بناء أجندة الصحف الإلكترونية الجزائرية.

أما أنواع ملفات الفيديو فهي تختلف فمنها نوع: MPEJ , AVI , MOV , WMV .

جدول رقم(19): يوضح استخدام الصوت في مواقع الصحف الالكترونية مجال الدراسة.

الترتيب	الصوت		الاختيارات الموقع الالكتروني
	النسبة	التكرار	
1	38.70	12	الشروق أون لاين
2	22.58	07	النهار أون لاين
1	38.70	12	الخبر أون لاين
	100	31	المجموع

يبين الجدول أعلاه نسب استخدام عنصر الصوت في مواقع الصحف الالكترونية الجزائرية، حيث أثبتت النسب أن المرتبة الأولى من ناحية الاستخدام كانت متساوية من صحيفة الشروق أون لاين والخبر أون لاين بنسبة 38.70% أي بتكرار 12 تسجيلاً صوتياً لكل صحيفة الكترونية طيلة مدة الدراسة، ثم تليها النهار أون لاين بواقع تكرار 07 تسجيلات صوتية أي ما يعادل 22.58%. فالبرغم ما للصوت من أهمية كبيرة مدعماً لبقية عناصر الوسائط المتعددة الأخرى، كاستفادة مضافة من بيئة الإعلام الالكتروني للصحف الالكترونية. ودوره في العملية التفاعلية، فالصوت يشد الانتباه ويسهل الحفظ و يعزز الصورة، إلا أن استخدامه من طرف الصحف الالكترونية مجال الدراسة ضعيف جداً، حيث يكون على شكل مستطيل رمادي اللون، على شكل شريط تسجيل، وأثناء الضغط عليه وبكل سهولة يبدأ في العمل.

وتلاحظ الباحثة أن استخداماته جد ضئيلة في الصفحة التمهيدية ومعظم استخداماته هي في الصفحات الداخلية التي لها روابط على الصفحة التمهيدية، وهذا ما يدعم اعتماده كعنصر جد ثانوي في تقديم الأخبار والتحليلات والشروحات، ويمكننا التمييز بين 03 أنماط من الصوت كعناصر أو حوار أو تعليق للصحفي أو المراسل أو المندوب على بعض الأحداث الإعلامية، ويستخدم في هذه الحالة لتوضيح محتوى أو مصاحبة نص مكتوب أو رسوم ظاهرة على الشاشة لإعطاء التعليمات والتوضيحات أو للتنبيه أو التغذية الراجعة، والأغلبية في هذا المضمار هي تسجيلات رياضية سواء للمدربين أو اللاعبين أو لرواوة أو مقطع من التعليق على مباراة رياضية.

ويرى بيتر فنريش (Finrich) أن الكلام في شكل حوار يعطي المعنى من خلال:

- التأكيد ويحدث عندما يؤكد المتحدث على كلمة ما.
- الإمالة: وهي تغيير درجة الصوت في لغة المتحدث.

- المزاج السمعي: فالكلام يبني المزاج السمعي من خلال اختيار كلمة معينة.
- ويضيف فترتش أن من قواعد كتابة الحوار المسموع ما يلي:
  - الكتابة تكون للاستماع و ليس للقراءة
  - استخدام جمل بسيطة بكلمات مألوقة.
  - استخدام فقرات قصيرة.
- جعل المستمع يطرح الأسئلة(الشحات سعد محمد عثمان: 2015، 171) .
- المؤثرات الصوتية:** وهي أصوات تصاحب ما يتم عرضه على الشاشة مثلا تسجيلات صوتية الخاصة بالأخبار الهامة والعاجلة عن حالات الطقس الاستثنائية بصوت الأمطار، وكذلك تسجيل خاص بخبر بعنوان " شلل في الطريق السريع " بحيرة بن عكنون في خطر " .
- الموسيقى:** وهي أصوات موسيقية تصاحب المنبهات البصرية التي تعرض على الشاشة. وقد لاحظت الباحثة أن أغلبها إن لم نقل كلها مصاحبة للأخبار المنشورة عن سوريا وحلب، وأغاني وطنية تدعم سوريا وحلب لإثارة العاطفة وبعث الروح العربية من أجل مساندة الأصدقاء في سوريا وإيقاظ الأخوة العربية الإسلامية.
- ومعظم ملفات الصوت في مواقع الصحف الإلكترونية مجال الدراسة من نوه WAV , MP3 .

جدول رقم (20): يوضح استخدام عنصر الرسوم في مواقع الصحف الالكترونية مجال الدراسة.

الترتيب	الرسوم		الاختيارات الموقع الالكتروني
	النسبة	التكرار	
2	32.35	11	الشروق أون لاين
1	38.23	13	النهار أون لاين
3	29.41	10	الخبر أون لاين
	100	34	المجموع

يبين الجدول أعلاه استخدام الرسوم في مواقع الصحف الالكترونية الجزائرية، فالرسوم بأنواعها الثنائية البسيطة وكالأشكال والرموز والأيقونات الأخرى المعقدة او المتحركة كرسوم أفلام كرتون والرسوم الأخرى التي تضاف إليها حركة بتقنية الاختفاء والظهور، وبرامج الفلاش تعد هي الأخرى من الوسائط التي تضيف للموقع جمالية وجذب من حيث التصميم والإخراج والمتابعة. ومع هذه الميزات الإيجابية إلا أن مواقع الصحف الالكترونية محل الدراسة تفتقر لها لأسباب تقنية وفنية واستخدمتها بدرجات جد ضعيفة، تركزت النهار فيه في المركز الأول بنسبة 38.23%، بواقع تكرار 13 رسماً، خلال المدة الزمنية المخصصة للتحليل، لتليها صحيفة الشروق أون لاين بنسبة 32.25% أي ما يعادل 11 رسماً، ثم الخبر بنسبة 29.41% في مقابل 10 تكرارات.

وقد سجلت الباحثة أن مواضيع الرسوم الثابتة تركزت في 03 ميادين رئيسية هي: الميداني الاقتصادي بوجود صور ثابتة لأسعار الدولار والفيديو، بسبب ارتفاع الأسعار وتدني القدرة الشرائية للمواطن، وتدني أسعار النفط، وكذلك في الميدان الرياضي بسبب الكاف وذلك بإبراز شعارات الأندية سواء الجزائرية أو الأجنبية بجانب الأخبار مثلاً خبر "الأندية الجزائرية الأربعة تتعرف على منافسيها" يصاحبه صورة شعار CAF، وخبر "عقد تجديد سليمان مع لشبونة حرم بلوزداد من 10 ملايين" الخلفية كانت عبارة عن شعارات رياضية، وكذلك الميدان السياسي وذلك بإبراز الخرائط في حالة وقوع انفجارات خطيرة في بؤر الحروب. وكذلك صور للأعلام الوطنية للبلدان مثلاً خبر: "صالح عوض الجزائر - فلسطين -" النموذج مدعم بصور أعلام الجزائر وفلسطين، وكذلك شعار العدل في المواضيع السياسية القانونية مثل خبر "محكمة دولية تنصف الصحراء الغربية" رافقها صورة الميزان الدال على العدالة والإنصاف.



أما بالنسبة للرسوم المتحركة فقد سجلت الباحثة تواجدها خصوصا في الإعلانات وبالأخص عن الشركات السياحية وشركات الطيران مثل Nouvelair و Bigyacine Royale، حيث استعانت بالحركة في وضع طائرة تحلق في السماء، كما أنه هناك بعض الرسوم المتحركة الخاصة بالألعاب الالكترونية أهمها ألعاب البازل Puzzle.

(21): يوضح استخدام إجمالي عناصر الوسائط المتعددة في مواقع الصحف الالكترونية

المجموع الكلي		الوسائط المتعددة										الاختيارات الموقع الالكتروني
%	التكرار	رسوم		صوت		فيديو		صورة		نص		
		%	التكرار	%	التكرار	%	التكرار	%	التكرار	%	التكرار	
32.87	2558	32.35	11	38.70	12	47.43	120	31.04	975	33.3 2	1440	الشروق
32.57	2534	38.23	13	22.58	07	30.03	76	32.02	1006	33.1 4	1432	النهار
34.55	2688	29.41	10	38.70	12	22.52	57	36.94	1160	33.5 3	1449	الخبر
100	7780	100	34	100	31	100	253	100	3141	100	4321	المجموع

يوضح الجدول أعلاه النسب الإجمالية لاستخدامات المواقع الصحفية الالكترونية للوسائط المتعددة كعناصر ضرورية لتقديم المواد الإعلامية وجذب الجمهور وإحداث التفاعلية، مستفيدة من البيئة الالكترونية الجديدة ومميزاتها في النشر.

وبالرغم من أنها أصبحت قوة كبيرة في الثقافة الإنسانية والصناعة والتعليم، وعمليا أي نوع من المعلومات تتلقاها يمكن تصنيفها على أنها وسائط متعددة من التلفزيون والمجلات وصفحات الانترنت باعتبارها قوة هائلة في التأثير على الرأي العام، فهي من أفضل التصورات لما يجب أن تكون عليه نتائج الخدمات المقدمة للمستخدمين، وذلك من خلال الاهتمام بمشاركتهم الإيجابية والإفادة من مميزات كل وسيلة ضمن الخدمة المستخدمة من الرسائل التي تحملها البيانات واللغة والصورة المتحركة، علاوة على ما تقدمه من إمكانياتها في مجال الاتصال الجماهيري والفردية.

إلا أن الصحف الالكترونية الجزائرية مازالت بعيدة كل البعد عن الاستخدام والتوظيف الأمثل لعناصر الوسائط المتعددة كعنصر رئيسي لبث الأخبار، والتأكيد على المعلومات والحصول على



التفاعل من قبل المستخدمين، حيث أوضحت النتائج أن نسبة الاستخدام في المرتبة الأولى كانت لصحيفة الخبر أون لاين بنسبة 34.55%، تليها في المرتبة الثانية الشروق أون لاين بنسبة 32.87% وأخيرا النهار أون لاين بنسبة 32.57%.

وهذا دليل على الاستخدام الضعيف وغير الفعال للوسائط المتعددة في الصحف الالكترونية الجزائرية كنتيجة أولية ويمكن أن يرجع السبب إلى:

- الدخول المتأخر للصحف الالكترونية الجزائرية إلى الميدان الالكتروني، وبالتالي فإن التجربة جديدة والخبرة ناقصة.
- ارتفاع ثمن معدات وبرامج توظيف الوسائط المتعددة مقارنة بميزانية الصحيفة الالكترونية.
- عدم وجود متخصصين لتوظيف البرامج الوسائط المتعددة، والاعتماد على صحفيين عاديين ذوي المهارات المحدودة.
- إستراتيجية الصحيفة الالكترونية مبنية على أساس الإستراتيجية الموضوعية للصحف المطبوعة.
- عدم الوعي بأهمية وفاعلية توظيف عناصر الوسائط المتعددة في الصحف الالكترونية الجزائرية.

وهي نفس النتيجة توصل اليها الباحث محمد الأمين موسى أحمد في دراسته "توظيف الوسائط المتعددة في الإعلام الالكتروني العربي"، فمعظم وسائل الإعلام العربي تفتقر إلى استخدام الوسائط المتعددة بمفهومها الحديث، ويرجع ذلك إلى عدم اقتناع الإعلاميون العرب بأهميتها وجدواها لكونهم غير مدربين كفاية لاستعمالها، فبعض وسائل الإعلام العربي رغم شهرتها، لم تستفد من الإمكانيات التواصلية الهائلة التي تتيحها الوسائط المتعددة، وظلت أسيرة الإعلام التقليدي الذي ينظر إلى شبكة الويب كفضاء ثانوي يفتقر الجدوى الاقتصادية والإعلامية، وقد اكدت الدراسة أن حالة الضعف في استخدام وتوظيف الوسائط المتعددة هي حالة مؤشرة عالميا، ولا تقتصر على المواقع الالكترونية العربية لكن هذا لا يعطي المبرر للإعلام الالكتروني العربي لكي يستمر بتخلفه عن ركب التطور في هذا المجال الحي

(22): يوضح مكان تموقع عناصر الوسائط المتعددة في مواقع الصحف الالكترونية مجال

المجموع		الصفحة الرئيسية									الاختبارات الموقع الالكتروني
		أسفل الصفحة			وسط الصفحة			أعلى الصفحة			
%	التكرار	يسار	وسط	يمين	يسار	وسط	يمين	يسار	وسط	يمين	
32.87	2558	201	138	372	217	251	394	206	457	322	الشروق
32.57	2534	256	316	227	200	409	317	174	364	271	النهار
34.55	2688	141	279	342	291	222	388	241	364	420	الخبر
100	7780	598	733	941	708	882	1099	621	1185	1013	المجموع
100	7780	2272			2689			2819			المجموع الكلي
100		29.20			34.56			36.23			النسبة الكلية

يثبت من خلال الجدول أعلاه الخاص بدراسة وبحث مكان تموقع عناصر الوسائط المتعددة من إجمالي الصفحة في الصحف الالكترونية الثلاث مجال الدراسة: الشروق أون لاین والنهار اون لاین والخبر أون لاین، أنها توزع وبشكل خاص في أعلى الصفحة وبالضبط في وسط الصفحة، حيث احتل جانب التوزيع في أعلى الصفحة نسبة 36.23% مقابل 34.56% في وسط الصفحة، و 29.20% في أسفل الصفحة، حيث تتبنى الصحف الثلاث إستراتيجية واحدة تفيد في استقطاب أنظار المستفيد مباشرة بعد دخوله الموقع الالكتروني، أين يشعر المستخدم بأن هناك حركة ديناميكية في الصفحة وأنها تعج بالأخبار والأحداث الانية والمباشرة، باستعمال الصور والألوان والفيديو في الأعلى يمثل عنصر جذب يثير فضول المستخدم لإتمام الإبحار داخل كافة المحتوى، ليزيد من التعرف على المجريات والمستجدات، وترك مثل هذه العناصر إلى وسط الصفحة أو أسفل الصفحة يعطي إحساسا بجفاف الموضوع ويؤدي إلى صرف النظر عنه.

فهدف المستخدم من اللجوء إلى الصحف الالكترونية بدل المطبوعة هو معرفة المستجدات في أقل وقت ممكن، ويجب على الصحف الالكترونية مواجهة المنافسة أمام الزخم الكبير الذي يشهده الفضاء الافتراضي في هذا المجال، حيث لاحظت الباحثة أن معظم الأخبار ذات الأهمية الكبرى تكون في بداية الصفحة مدعمة بالوسائط المتحركة، حيث يضع الصحف الالكترونية الثلاثة الشريط العاجل دائما في الأعلى، كما تضع الشريط المتحرك على شكل 10 صور متتالية يصاحبها عنوان كل موضوع في أسفل الصورة بسهمين للتحريك سواء إلى اليمين أو اليسار، وهي تضم أهم ما ورد في الصفحة اليوم. مع التحديث في المحتويات حسب الوقائع.

(23): يوضح الفنون الصحفية التي تبرز من خلالها عناصر الوسائط المتعددة في الصحف الالكترونية مجال الدراسة.

		تحقيق				كاريكاتير				تقرير		حديث						الصحفية	
%		%		%		%		%		%		%		%		%		الصحفية	
	1440	19.12	61	4.59	12	7.39	21	0	0	1.18	3	4.16	05	18.82	32	20.58	1306		
	975	19.12	61	9.19	24	12.32	35	0	0	1.18	3	4.16	5	7.05	12	13.15	835		
	130	3.44	11	7.27	19	0	0	0	0	8.30	21	3.0	36	0	0	0.52	33	فيديو	
	12	0.31	1	0.38	1	0	0	0	0	0.79	2	1.66	2	0	0	0.09	6		
	11	0	0	0	0	1.40	04	0	0	0	0	0	0	0	0	0.26	17		
	1432	3.44	11	3.83	10	9.50	27	2.5	12	0.79	02	0.83	01	21.76	37	20.99	1332		
	1006	1.25	04	24.13	63	49.64	141	2.5	12	0.79	02	0.83	01	21.76	37	11.75	746		التلفزيون
	76	2.19	7	7.27	19	0	0	0	0	0.39	01	2.0	24	0	0	0.39	25	فيديو	
	7	0.62	2	0	0	0	0	0	0	0.39	01	0.83	1	0	0	0.04	3		
	13	0	0	0	0	4.22	12	0	0	0	0	0	0	0	0	0.01	1		
	1449	25.70	82	13.40	35	4.22	12	2.5	12	39.13	99	14.16	17	15.29	26	18.37	1166		
	1160	22.88	73	23.37	61	11.26	32	2.5	12	39.13	99	14.16	17	8.82	25	13.41	851		
	57	1.88	6	6.51	17	0	0	0	0	5.22	15	6.66	08	0.58	1	0.15	10	فيديو	
	12	0	0	0	0	0	0	0	0	0.79	02	1.66	2	0	0	0.12	8		
	10	0	0	0	0	0	0	0	0	1.18	03	0.83	1	0	0	0.09	6		
	7780	4.10	319	3.35	261	3.65	284	0.61	48	3.25	253	1.54	120	2.18	170	81.55	6345		



يعد الخبر الصحفي العمود الفقري للوسائط الإعلامية كافة، وللفنون التحريرية الإعلامية عامة حيث يشكل الانطلاقة الفعلية لبداية التحرير والكتابة لأي نوع صحفي، أين يجب التذكير والتطرق للمعلومة والخبر الرئيسي المكون للحدث، ثم يتفرع منه الكتابات والتحليلات والشروحات، فهو إذن ركن من أركان الصحافة، وأحد أهم فنون كتابتها التي نالت من البحث والاهتمام والدراسة الشيء الكبير من خلال تحديد تعريفاته وضبط عناصره وقيمه الإخبارية، ومميزاته باختلاف المدارس الصحفية. والإعلام الإلكتروني هو الآخر اهتم بالأخبار وجعلها نقطته المحورية في البث والنشر، حيث كان لوسائله الدور الفعال والكبير في نقل الأخبار بسرعة مذهلة، حيث أصبح بمقدور القارئ قراءة الأخبار من خلال الصحيفة الإلكترونية فور وقوعها نصا صوتا وصورة، غير محدودة الزمان والمكان، ويتم تحديثها ارتباطا بتطور الخبر ذاته، وله كافة الصلاحية في التفاعل مع مضامينها، وبأشكال وطرق متعددة.

وقد أظهرت النتائج المتعلقة بالفنون الصحفية التي تبرز من خلالها عناصر الوسائط المتعددة في الصحف الثلاث عينة الدراسة، اعتمادها على الخبر الصحفي بنسب جد مرتفعة مقارنة بقوالب أخرى بلغت 81.55%، احتلت فيها صحيفة الخبر أون لاين المرتبة الأولى بنسبة 32.16% بتكرار أخبار قدر ب 2041 خبر طيلة مدة الدراسة، ويعد النص العنصر الأكثر بروزا واستخداما بين بقية عناصر الوسائط المتعددة الأخرى في كافة الأنواع الصحفية وفي مجمل الصحف الإلكترونية الثلاث بنسبة 59.78% بالنسبة لإجمالي الوسائط المتعددة. فالخبر الإلكتروني هو الخبر الذي يتم بثه على مواقع الصحف الإلكترونية الثلاث، وعلى مدار الساعة، إذ تخضع غالبية هذه الأخبار إلى عمليات تحديث مستمرة تمكن من المتابعة الفورية لمستجدات الأحداث، يمكن تزويد الخبر الإلكتروني بالصور أو المقاطع الصوتية أو لقطات الفيديو، كما يمكن ربطه بالعديد من المواد الأرشيفية والخلفيات، إضافة إلى إمكانية ربطه بالأحداث المشابهة وقواعد البيانات ومراكز المعلومات، ويرجع ترتيب الخبر الصحفي كأحد أكثر الفنون الصحفية استخداما إلى خيار الفورية في نقل الخبر وأنيته، دعمته سرعة نقل المعلومات وزخم الأحداث خصوصا في أحداث الوطن أو الشؤون المحلية، وخاصة وأن الجزائر عرفت أحداثا متسارعة ومتنوعة في هذه الفترة، شملت قرارات الحكومة المتعلقة خصوصا بأزمة التقشف المصاحبة لانهايار أسعار النفط، احتجاجات المواطنين في قطاعات عدة مستتة الصحة التعليم بنوعيه، السكن، المواصلات، الأمن... الخ. وتساعد الأزمات الأمنية والسياسية بين الدول مثل روسيا وإيران والولايات المتحدة الأمريكية بخصوص سوريا واحتراق حلب، وكذلك الأوضاع في

الكوريتين وتصعيد العقوبات على كوريا الشمالية، وكذلك موجة الانفجاريات الانتحارية سواء في فرنسا في عيدها، أو انفجارات أنفاق لندن وبرلين.. وغيرها، وكلها عبارة عن أخبار تأتي في البداية مختصرة لتميز الصحف بنشرها لأول مرة على شكل نصوص لتحقيق سبق الصحفي، ثم التحديثات فيما بعد بتطوير الأخبار وتدعيمها بتقنية العناصر الأخرى، وهذا ما يدعم ما جاء في الجدول رقم 16 بالمقارنة بالعناصر على استخدام النص أكثر من غيره.

وتأسيسا على ما سبق يمكن أن نستنتج أن أبرز آثار الإعلام الإلكتروني يبدو في:

1 - عملية التغطية الإخبارية: فقد ألغت التكنولوجيا الحديثة الفواصل الدقيقة بين مراحل نشر الخبر الثلاث وهي مرحلة اندلاع الخبر New Break ومرحلة بث الخبر New Diffusion ومرحلة التشبع الإخباري New Saturation، وذلك عن طريق عملية تغطية الأخبار فور وقوعها، إذ أن المظهر الأساسي لتطوير الإعلام الأكثر بروزا في حياتنا المعاصرة هو السرعة، سرعة تدفق الأخبار والمعلومات وتداولها ونشرها فقد أصبح "الإعلام يملك سرعة الانترنت" على حد تعبير صحفي الصحيفة الفرنسية le monde diplomatique، إن هذا القول لا يعني أن الانترنت أصبحت أداة خطيرة وفاعلة في مجال نقل الأخبار والأحداث، فالصحف الإلكترونية أصبحت تتمثل أكثر لمتطلبات السرعة والأنية (جليلة عبد الله خلف: 2014، 214).

2 - لاشك أن سرعة أن سرعة تداول الخبر وبثه هي أهم ما ميز التطور في المجال الإخباري في الصحف الإلكترونية الجزائرية، إلا أن هناك ميزة مهمة أخرى وهي إمكانية وضع لقطات فيديو معبرة عن الخبر، أي تعددية الوسائط المستخدمة في تقديم الأخبار، فالخبر الإلكتروني يقدم مزودا بالكلمة المطبوعة والصورة الثابتة والمتحركة، كما يمكن لمستخدم الكمبيوتر الاستماع إلى الخبر صوتيا فالخبر في مواقع الصحف لا يموت، حيث تتيح مواقع الصحف البحث في الأرشيف وفق اختيارات زمنية عديدة.

3 - تخضع هذه الأخبار في مواقع الصحف الإلكترونية الثلاث إلى عمليات تحديث مستمرة، تمكن من إضافة أية تفاصيل جديدة إلى الحدث، وتزود شأنها شأن الأخبار بالصور والخلفيات، إذ يتم نشر الحدث في البداية بمجرد حدوثه لغرض سبق الصحفي، ثم يتم نشر خبر جديد عن الحدث نفسه، ثم خبر ثالث بتفاصيل أكثر مزودة مثلا بالصور عن الحدث، إلى أن يتم نشر الموضوع بكامل تفاصيله. ومن ثم يظل القارئ متابعا للصحف الإلكترونية حتى يخرج بتفاصيل كاملة عن الحدث الذي يتابعه.

فالخبر الصحفي يتميز في الصحف الإلكترونية ب:

- إمكانية تعديله وتصحيحه في حال وجود أخطاء.
- سهولة الوصول إلى نوعيات معينة من الأخبار عن طريق نظام التصنيف الالكتروني (خريطة الموقع) المستخدم في المواقع الإخبارية.
- ربط الأخبار المنشورة بالأخبار المشابهة لها داخل الموقع التي تقدم إضافات أكثر وخلفيات عن الأحداث والأشخاص والأماكن الواردة في الخبر.
- إمكانية وصول أخبار معينة فور وضعها في الموقع إلى صندوق البريد الالكتروني الخاص بالمستخدم عن طريق الاشتراك في خدمة النشرات الالكترونية.

وما هو ملاحظ على العموم حول الفنون الصحفية في مواقع الصحف الالكترونية الجزائرية أن هناك تنوعا في القوالب الصحفية، وتفاوتا من حيث معالجتها للمواضيع من تحقيق صحفي، كاريكاتير إعلان ، تقرير، مقال، حديث وعمود، وهذا راجع لكون الصحف الالكترونية الجزائرية ورغم انتقالها إلى البيئة الالكترونية منذ مدة إلا أنها لا تزال مرتبطة بالنسخة الورقية، كما أن التنوع في القوالب يرتبط بنوعية المواضيع. فيما يركز الحديث والاستطلاعات والخبر على تغطية القضايا بالمحلية، فإن العمود والمقال يعتبر عن وجهة نظر من زاوية الإعلامي الكاتب، وبعد هذا التنوع صبغة إيجابية متميزة لصالح الصحافة الالكترونية مجال الدراسة.

وعلى هذا فإننا لا يمكن اعتبار الفنون الصحفية الالكترونية مبتكرات جديدة، فهي تخضع لنفس مراحل إعداد المعلومة الصحفية الأصلية ومميزاتها، غير أنه يمكننا التأكيد من جهة أخرى على دور الوسائط المتعددة في هذا المجال، فاستخدام تطبيقات التقنية لإثراء النص الأصلي بالصورة والفيديو والصوت، وإدراج وصلات نحو الوثائق الداخلية أو الخارجية والإحالة إلى الملفات (المقالات) ذات الصلة، واستحداث نظام من العلاقات المتشابكة بين الخبر ومقالات الرأي والتحليل بفضل تقنية النص المتشعب ليست حيلة إخراجية للترفيه عن المستخدم، بل هي تفضي إلى كتابة جديدة وإلى تشكيل مبتكر للعلاقة مع الواقع الذي يعالجه الخطاب الصحفي، ولأن هذه التكنولوجيات ليست محايدة فإن توظيفها كتقنية للكتابة تقضي حتما إلى تمثيل جديد للعالم الإعلامي.

ونفس النتائج توصلت إليها الباحثة جلييلة عبد الله خلف، حيث رأت أن البوابات الالكترونية ذات وظيفة إخبارية بالدرجة الأولى، حيث تضم مضامين تحريرية في صنع أخبار قد تكون عاجلة أو مختصرة بحسب طبعة الحدث، ثم تقدم تغطيات أكثر توسعا سواء عبر أشكال التقرير والتحقيق وتبع ذلك التحليلات والمقالات.



رغم ذلك إلا أن البوابات قد أغلقت استخدام عنصرين من العناصر البنائية الإلكترونية هما الوسائط المتعددة المتمثلة في الصورة والصوت والفيديو والرسوم ثلاثية الأبعاد، ولم تفد من النصوص الفائقة الإفادة المثلى، والاهتمام بالمستحدثات التكنولوجية لتدعيم الأخبار والشكل الفني في عرض المضمون الإخباري إلا في أضيق الحدود، واقتصرت هذه الإفادة في بوابتي محيط ونسيج فقط وتخلص الدراسة أن البوابات مازالت ورقية في طريقة عرضها للأخبار، ولم تحقق الاستثمار الكامل لجميع مزايا القيم المضافة بواسطة الانترنت. والمزايا التقنية التي تتيحها، وهكذا يبقى النص مسيطرا على مواقع البوابات.

وترجع الباحثة التأخر في العرض والتحرير إلى:

- المشكلات المادية التي تقابل الصحف الإلكترونية الجزائرية، إذ أنها تتلقى تمويلها من شركات خاصة.
  - قد يعود ذلك أيضا إلى عدم إقبال المعلنين إلى الإعلام الإلكتروني، ومن ثم افتقدت الصحف الإلكترونية وسيلة مهمة تدعمها ماديا وتسهم في تطويرها.
- وفي هذا قد يكون من الأنسب الطلب للحكومات والجهات الرسمية بالدخول في هذا الإعلام والاستفادة منه، وفي الوقت ذاته لعدم ترك الساحة خالية أمام العمالقة القادمين من الخارج.

(24): نوعية المضامين الإعلامية التي تبرز من خلالها عناصر الوسائط المتعددة في مواقع الصحف الإلكترونية مجال الدراسة.

المجموع الكلي		رياضي		ثقافي		اقتصادي		سياسي		اجتماعي		نوعية المضمون	
%	التكرار	%	التكرار	%	التكرار	%	التكرار	%	التكرار	%	التكرار	الموقع الإلكتروني	
	1440	23.16	341	12.38	66	19.75	98	9.07	210	24.35	725	نص	الشروق
	975	7.54	111	17.82	95	11.89	59	11.84	274	14.64	436	صورة	
	120	4.27	63	0.75	4	1.41	7	1.21	28	0.97	29	فيديو	
	12	0.13	2	0.18	1	0.80	4	0.12	3	0.06	2	صوت	
	11	0.06	1	0.37	2	1.41	07	0	0	0.03	1	رسوم	
	1432	14.74	217	23.82	127	16.93	84	13.61	315	23.14	689	نص	النهار
	1006	13.79	203	26.82	143	13.50	67	4.84	112	16.15	481	صورة	
	76	2.10	31	1.50	8	1.81	09	0.60	14	0.47	14	فيديو	
	7	0.06	1	0	0	0.20	1	0.08	2	0.10	3	صوت	
	13	0	0	0	0	1.00	5	0.12	3	0.16	5	رسوم	
	1449	19.22	283	4.50	24	12.90	64	30.39	703	12.95	375	نص	الجزيرة
	1160	13.65	201	10.69	57	15.32	76	27.02	625	6.75	201	صورة	
	57	0.95	14	0.37	2	1.20	6	0.90	21	0.47	14	فيديو	
	12	0.27	04	0.18	01	0.40	02	0.12	3	0.06	02	صوت	
	10	0	0	0.56	3	1.41	07	0	0	0	0	رسوم	
100	7780	18.92	1472	6.85	533	6.37	496	29.73	2313	38.26	2977	المجموع الكلي	

تلاحظ الباحثة من خلال الجدول رقم 24 تنوع المضامين الإعلامية للصحف الإلكترونية الجزائرية فهي مزيج من المواضيع الاجتماعية والسياسية والاقتصادية والثقافية والرياضية، وهذا يدل على أن هذه الصحف ليست موجهة لفئة بعينها، وإنما تحاول إرضاء جميع أذواق المستخدمين وتلبية حاجاتهم وتوفير اهتماماتهم في كافة المجالات، وهذا يدل على أن الصحف الإلكترونية الجزائرية تتميز بطابع الحرية وليس البيروقراطية والاستغلالية، كما أن مواضيعها وترتيب نوعيتها تخضع لشروط ودراسات لتحقيق النجاح وضمان التوسع، والشرط الأساسي لذلك هو إرضاء المستخدم وجذبه بتحقيق أولوياته واحتياجاته باعتباره العامل الأول لتحقيق النجاح والعالمية والاستخدام.

وتسجل الباحثة أن الصحف الإلكترونية الثلاث: صحيفة الشروق أون لاين، النهار أون لاين الخبر أون لاين تثري المواد الإعلامية لصفحاتها بالمضامين الاجتماعية بنسبة أكبر مقارنة بالمواد الإعلامية الأخرى، حيث احتلت المواد الاجتماعية المرتبة الأولى بنسبة 38.26% وبواقع تكرارات 2977 مادة اجتماعية، يسجل فيها حضور النص كالعنصر الأساسي في الطرح والتحليل بنسبة 60.09% للصحف الإلكترونية الثلاث مجتمعة، وتعد هذه النتيجة جد منطقية، فالهدف الرئيسي من متابعة الجمهور للأخبار والمعلومات هو معرفة مختلف الأحوال عن البيئة الاجتماعية القريبة التي يعيش فيها، حتى يكون صورة سليمة عن الأوضاع فيها، ويحس بأنه عنصر فعال فيها وليس بمنأى عن أحوالها، لكي يطمئن ويبني خياراته وأجندته الحياتية واليومية بناء على هذه الأفكار والأطروحات ويعود سبب هذا الاهتمام بقضايا الشؤون المحلية إلى ارتفاع وتصاعد وتيرة الأحداث الاجتماعية التي طغت على الساحة الجزائرية خلال المدة التي غطتها الدراسة (فيفري 2016 - جانفي 2017) من قضايا الفساد والاختطافات الكثيرة للأطفال، والتي أثارت هلعا وخوفا كبيرا بين أوساط العائلات الجزائرية، وثلتمس هذا الخوف وهذا التأثير من الواقع الجزائري، فالأولاد لا يذهبون وحدهم إلى المدارس، وتقريبا ينعدم وجودهم بصفة فردية في مختلف الجوانب، وهذا ما يزيد فضول المستخدم عن البحث في مثل هذه المعلومات ليجد السبل الكفيلة لتأمين محيطه بداية من العائلي للوصول إلى الاجتماعي ككل، خصوصا صحيفة النهار أون لاين التي بثت أجندتها الإعلامية على مثل هذه المواضيع الاجتماعية، وهذا طبيعي لارتباطها الشديد بنسختها الورقية التي تصنف ضمن الجرائد الصفراء، لأنها تهتم بمواضيع الفضائح وقضايا الانحلال الخلقي الاجتماعي بالدرجة الأولى.

فالصحف الإلكترونية الجزائرية كانت متعددة المضامين والاتجاهات، من المضامين الاجتماعية إلى السياسية ثم الرياضية والثقافية والاقتصادية، والتي شهدت التحرير انطلاقا من عنصر النصر



كأقوى مكون، ثم الصورة الثابتة والمتحركة، وهذا ما أكدته الجداول السابقة، وهذا ما يؤكد أن الصحف الجزائرية لازالت تعاني ضعفا كبيرا في مجال الوسائط المتعددة في كافة المجالات، رغم تنوعها وإثبات قدرتها على التطرق لكافة الأذواق والتوجه لأكبر فئة في المجتمع دون التركيز على شريحة دون أخرى، وعلى الصحف مجال الدراسة إدراك هذا الضعف للحاق بركب الصحف العالمية الإلكترونية ومنافسيها، وهذا ما ترجعه الباحثة إلى نقص التكوين في الجامعات، حيث نجد أن الجامعات الجزائرية تركز على التكوين النظري دون التطبيقي، مما يجعل هناك صعوبات لإسقاط المعرفة العلمية النظرية المكتسبة على العمل الميداني بعد التخرج. كما أن البرامج المخصصة حاليا لكليات الإعلام والصحافة مازالت تعتمد على البرامج القديمة في التحرير الصحفي بالتركيز على المطبوع دون الإلكتروني، وهذا ما تلاحظه الباحثة وتأسف عليه باعتبارها من هذا المجتمع، وينبغي إجراء تعديلات تواكب العمل الميداني، وليس التطور النظري (التنظير والمفاهيم الجديدة في بيئة الإعلام والاتصال)، وتخصيص أوقات عمل أكثر في تكوين الطلبة بالصيغة العملية وليس التنظيرية، مما يؤهلهم من تطوير خبراتهم وتطبيقها عند التوجه إلى الحياة العملية، دون الوقوع في تصادم مع ما اكتسبه الطالب من ثراء نظري فكري والواقع العملي الإلكتروني الرقمي.

(25): يوضح مدى التزام مواقع الصحف الالكترونية بتحقيق معيار الموضوعية.

المجموع الكلي		الخبر أون لاين	النهار أون لاين	الشروق أون لاين	الموقع الالكتروني الاختيارات
النسبة	التكرار				
100	3	1	1	1	الموقع يقدم موضوعات دون التحيز لجهة
100	3	1	1	1	يتيح الموقع المجال لوجهات نظر حول مواضيعها
100	3	1	1	1	الموقع موضوعي في استخدام مصادر المعلومات
100	3	1	1	1	وجود عنوان رئيسي للمصدر يعبر عن هوية الموضوع بوضوح
100	3	1	1	1	هناك صراحة واضحة في عرض الأفكار والمعلومات
83.33	15	5	5	5	المجموع

حسب الجدول أعلاه فإن معيار الموضوعية محقق وبدرجة جد عالية بعد تحليل البيانات في الصحف الالكترونية الجزائرية، وبنفس الدرجة، حيث بلغت النسبة الإجمالية لمدى تحقيق مؤشر الموضوعية نسبة 83.33%، وهذا يدل على حرص الصحف الالكترونية الجزائرية على تجنب الذاتية وطرح الأفكار والموضوعات بكل شفافية وبدون أي تحيز، وهذه ميزات أخرى منحها الإعلام الالكتروني للعمل الصحفي، وذلك بتخطي كل العقبات وضغوطات الجهة الحاكمة سواء الحكومية أو الخاصة .

ويعد المحتوى من أهم المعايير التي يمكن اعتمادها في تقييم جودة المواقع الالكترونية، وذلك لأنه من خلال جودة المحتوى يمكن ضمان صحة وسلامة الأفكار المقدمة في المواقع، لأنه يؤشر إلى موضوعية المواقع في عرض الأفكار والخلو من التحريف والتحيز لجهة معينة. فالموضوعية ترتبط بعدة اشتراطات منها أن يعبر المحتوى عن الموضوع الذي يشير إليه العنوان بدقة، ويعرف موليفان وفيتز سيمونس (sulluvan et fitzsimmonse) الموضوعية على أنها "الخلو من التحريف الشخصي وغيره من أشكال التحريف المقصود أو غير المقصود، بما يؤدي إلى ضياع حقيقة الموضوع الذي تتعلق به المعلومات المحرفة" (محمد مصطفى حسين: 2010، 42) .

إن حصول الصحفي على ثقة الجمهور هو أساس الصحافة الجديرة، والموضوعية في كتابة الأخبار هدف آخر يعتبر علامة الصحفي المحترف والمتميز، ولكن إن أمعنا النظر وبصدق في

معيار الموضوعية نجد أنه نسبي ولا يمكن إطلاق الحكم النهائي والموضوعي بهذا الشأن بنسبة مطلقة، لأن الصحفي عبارة عن شخص تحكمه مبادئ وعلاقات ومشاعر بالدرجة الأولى، يتأثر بالبيئة المحيطة به في كل الجوانب الاجتماعية، العادات والتقاليد، الأعراف، وهي تشكل طريقة تفكيره ونمط اتجاهاته تلقائياً.

وبالعودة إلى نتائج الدراسة نجد أن معيار الموضوعية تحقق بنسبة إيجابية في المعايير التالية:

- تقديم موضوعات دون التحيز لجهة معينة.
- تقديم المجال لوجهات نظر مختلفة للظهور.
- الموضوعية في استخدام مصادر المعلومات لاغناء الموضوع.
- وجود عنوان رئيسي للمصدر يعبر عن هوية الموضوع بوضوح.
- الصراحة في عرض الأفكار والمعلومات.

غير أن هناك معيار جعل من نسبة الموضوعية نسبي وهذا ما يدعم استنتاجاتي، فالمعلومات غير خالية من الإعلانات سواء الحكومية أو الخاصة، وهذا ما يعتبر عنصر دعم ومورد استثمار اقتصادي للصحيفة الإلكترونية لتستمر، وبالتالي فقدان نسبة من الموضوعية والمصداقية في الموضوع باعتبارها عنصر ضغط لصالح المعن.

وكإضافة للمعايير السابقة تقترح الباحثة المعايير التالية، والتي يدعم وجودها عنصر الموضوعية في الصحف الإلكترونية الجزائرية:

- التفريق بين التقارير الإخبارية وبين التعبير عن وجهة النظر، فالتقارير الإخبارية يجب أن تكون خالية تماماً من الرأي والانحياز بتمثيلها لجميع جوانب الحدث.
- تقديم التحاليل والتعليقات ومقالات الرأي عن الأحداث والمواضيع الهامة والعامّة، وذلك بالاستعانة بخبراء في الميدان وأشخاص معهود لهم الكفاءة والخبرة والحكم السليم.
- عنونة المقالات الخاصة بإعطاء نصائح للجمهور وتوجيهه، وكذلك المقالات الخاصة بالنتائج التي يتوصل إليها الكاتب بنفسه، وكذلك تفسيراته عنونة واضحة وشفافة حتى يستدل القارئ بأنها مجرد رأي شخصي أو استنتاج الكاتب.

فالموضوعية إذن شرط أساسي وتقويمي للمحتوى، وهذا ما أثبتته السيد بسام عبد الكريم رئيس تحرير بوابة البوابة عندما قال: "إنه إلى الآن لم يتم إعداد صياغة مكتوبة "مدونة أسلوب" للبوابة، وهي لا تزال شفاهية نتعارف عليها فيما بيننا عبر النقاشات الحية والدائمة، التي نخطط منذ أمد إلى

وضعها في مدونة مكتوبة، وأبرز المعايير التي تتضمنها مدونتنا الشفاهية، ويلتزم بها الجميع هنا دون تقاعس تعتمد على الموضوعية والحيادية والايجابية، هذا طبعاً إلى جانب التزام المعايير الأخرى...". نحن لسنا تبعاً لأية جهة، ولا نتبنى فكر أي جهة أو طرف، والمعلومة تكون محل تساؤلنا، وسعينا للتحقق منها قبل بثها حتى لا نكون منبراً للترويج أو المس بالدول والأفراد وبما لا يتفق مع أسس المهنة". (جليلة عبد الله خلف: 2014، 437-438).

(26): يوضح مدى التزام مواقع الصحف الإلكترونية بتحقيق بمعيار التغطية.

المجموع الكلي		الخبر أون لاین	النهار أون لاین	الشروق أون لاین	الموقع الإلكتروني الاختيارات	
النسبة	التكرار				الموقع يعطي جميع جوانب الموضوع المعروض فيه	الموقع يقدم معلومات متعلقة حول الموضوع المعروض فيه
100	3	1	1	1	الموقع يعطي جميع جوانب الموضوع المعروض فيه	
100	3	1	1	1	الموقع يقدم معلومات متعلقة حول الموضوع المعروض فيه	
100	3	1	1	1	هناك تغييرات أو شروحات إضافية حول الموضوع في الموقع	
100	3	1	1	1	محلية	تغطية المواضيع
100	3	1	1	1	إقليمية	
100	3	1	1	1	دولية	
100	18	6	6	6	المجموع	

يتضح من خلال النتائج المتحصل عليها أن الصحف الإلكترونية الجزائرية قد حققت نسبة جد عالية في مجال تغطية المواضيع والأحداث، حيث بلغت نسبة تحقيق معيار التغطية 100% في جميع أطراف العينة، وفي كافة مؤشرات البعد، وهذا ما يعني طموح الصحف الإلكترونية الجزائرية إلى الوصول إلى درجة الاحترافية العالمية بإتباع تقييم جودة المحتوى.

والتغطية تعني مقدار ما يشمل المحتوى من معلومات ترتبط بالمجال الموضوعي، ويجب مراعاة ما إذا كان المحتوى منتهياً أم مزال تحت الإعداد، ولم تكتمل معلوماته بعد، كما قد تتعلق التغطية بمستوى المعالجة الموضوعية هل هي متعمقة أم مجرد تغطية شاملة وغير معمقة لعناصر موضوع ما، وقد لاحظت الباحثة أن مواقع الصحف الجزائرية محل الدراسة تتناول الموضوعات بجانب كبير جداً من الاهتمام وخصوصاً في الصفحات الداخلية، حيث تختصر صفحاتها البدائية على إعطاء لمحة



قصيرة أو فلاش حول الموضوع ليحلل ويناقش ويتوسع فيه في الصفحات الداخلية فيما بعد، والدليل على ذلك ما أثبتته الجدول رقم (23) والخاص بالفنون الصحفية والجدول رقم (24) المتعلق بالمضامين الإعلامية، أين تحقق التنوع في الفنون بين الصحافة الاستقصائية والتحليلية ذات الرأي المعمق والتحليل والتفسيرات الواسعة وفي كافة المجالات.

وهذا يعني من جانب آخر أن صفحات الصحف الإلكترونية الجزائرية هي صفحات ذات توجهات ورؤى واسعة تنطلق من المحلي إلى غاية الدولي، حيث تناولت مواضيع صحفية محلية تعلقت بقوانين الصحة والمالية الجديدين، وقضايا الفساد والرشوة مثل قضية شكيب خليل ودواء رحمة ربي لتوفيق زعييط، ما أثير حولهما من ضجة، كما تناولت قضايا إقليمية تعلقت بقضايا داعش ودول الجوار وكان للقضايا العالمية كذلك حضور مثل مجلس الأمن الدولي والدول الكبرى في تحاوراتهم من أجل الشأن السوري... الخ.

ويجب أن تكون التغطية الخبرية شاملة لجميع جوانب الخبر، وتغطي كافة تفاصيل في محاولة لإتمام الخبر بالحصول على كل المعلومات المتعلقة به، والإحاطة بأسبابه وأسماء المشتركين فيه. وزمان ومكان وقوعه، وكيف وقع وغير ذلك من المعلومات التي تجعل الخبر كاملا ومالكا للمقومات التي تجعله صالحا للنشر، واستكمال أي نقص فيه، والإجابة على كل الأسئلة التي تخطر على بال القارئ، فمن بديهيات الصحافة أن التغطية الصحفية الناجحة لأي حدث تبدأ بالحصول على البيانات والمعلومات التي تجيب على الأسئلة الستة: ما ذا حدث؟ ، من ؟ ، أين ؟ ، متى ؟ ، لماذا ؟ ، كيف؟ ويتكاملها نحصل على شرح للحدث من خلال إيراد الكثير من التفاصيل المتعلقة بالحدث.

(27): يوضح التزام مواقع الصحف الالكترونية بمعيار الدقة.

المجموع الكلي		الخبر أون لاين	النهار أون لاين	الشروق أون لاين	الموقع الالكتروني
النسبة	التكرار				الاختيارات
66.66	2	×	1	1	المصادر المستخدمة في الموضوع مدونة
66.66	2	×	1	1	المصادر المستخدمة في الموقع واضحة
66.66	2	1	1	×	المعلومات المتواجدة في الموقع خالية من الأخطاء العلمية و الإملائية
0	0	×	×	×	يمكن الوصول إلى المصادر عن طريق الروابط
0	0	×	×	×	تتوفر قائمة المراجع التي تم الاستشهاد بها في المصدر
40	6	1	3	2	<b>المجموع</b>

أفاد تحليل نتائج الجدول أعلاه الخاص بتحري الدقة أن الصحف الالكترونية الجزائرية لا تتخذ هذا المعيار بشكل جدي في بث أخبارها ومواضيعها إذ قدرت النسبة الكلية 40%. رغم أن الحصول على ثقة القارئ هو أساس الصحافة الجيدة، ويجب بذل كل جهد ممكن لضمان أن يكون المحتوى الإخباري للصحيفة دقيقا وخاليا من أن انحياز، وأن يكون في نطاق الموضوع، والمقالات والتعليقات والتحليلات يجب أن تتمسك بنفس مبادئ الدقة في التعرض للحقائق مثلما تفعل القصة الإخبارية، فالدقة هي من صفات الخبر الهامة وهي مكملة للصدق، حيث يتم النشر بكل أمانة مع ذكر كافة التفاصيل دونما حذف يخل بمضمون عليها.

وقد لاحظت الباحثة بعد التمهيص في محتوى عينة الدراسة طول فترة الدراسة ان الدقة تحققت وبشكل مؤكد في المؤشرين الأوليين، حيث ان المصادر المستخدمة في المواضيع مدونة وواضحة لدرجة 100 %، بينما لوحظ وجود أخطاء علمية وإملائية، وقد يرجع ذلك إلى عدة أسباب منها:

- السرعة في نشر الخبر حتى تحقق الصحيفة سبق الصحفي مما يؤدي إلى إهمال مراجعتها وتحديثها لنظرا لضيق الوقت.

- عدم الحصول على الأخبار من مصادرها والتعجل في نشرها دون تحري الدقة الواجبة فيه.

- إهمال محرر الموضوعات لبعض القواعد اللغوية العامة في كتابة النصوص وتدقيقها. كما أظهرت النتائج كذلك تفاوت دقة مواقع الصحف المدروسة في جوانب نسب سلمية بنتائج منعدمة نهائيا في نتائج أخرى، وذلك في عدم توثيق المصادر والمعلومات، واعتبارها استشهاد ودليل على صحتها، حيث لم تبد اهتماما بدقة توثيق المعلومات المتاحة على موقعها وتحديد المصدر الرئيسي لها، كما اتضح أن جميع مواقع الصحف لم توفر روابط للمصادر المستشهد بها. وعلى هذا ومن أجل كسب ثقة الجمهور، وتحقيق الدقة والمصداقية يجب على الصحف الإلكترونية الجزائرية أن:

- العناوين الرئيسية يجب أن تتفق مع ما يتضمنه المقال من معلومات، والوسائط المصاحبة يجب أن تعطي صورة دقيقة للحدث، وألا تضخم حادث بسيط أو تتحدث خارج الموضوع.
  - لا توجد أعذار لعدم الدقة أو النقص في صحة المعلومات.
  - دقة اقتباس الأقوال، وعدم تغير المحتوى الحقيقي لها.
- وباختصار على الصحف الإلكترونية الجزائرية تحري الصدق والصحة في أخبارها، وعدم نشر أي خبر ما لم تتأكد من صحته، فالنضحية بخبر مهم غير مؤكد أفضل بكثير من نشره، ثم يتضح كذبة بعد ذلك.

وهذه النتائج تتفق مع نتائج دراسة الباحثة كاملة بنت علي بن سعيد التركي الكثري بعنوان "منهجية تقييم محتوى المواقع الإلكترونية وقابلية استخدامها"، حيث أكدت على ضرورة التحقق من دقة محتوى مواقع الصحف المبحوثة وحدثته بالاهتمام بالآتي:

- التدقيق اللغوي بمحتواها، وضمان خلوها من الأخطاء اللغوية والإملائية.
- حداثة الروابط وفعاليتها التي تمثل مؤشرا على دقة المعلومات على موقع الصحيفة وحدثتها وعليه ينبغي التأكد من حالة الروابط النصية وتحديثها باستمرار.
- الاهتمام بتوثيق المعلومات المتاحة لمصادرها الأساسية، وتوفير روابط للمصادر المستشهد بها.
- الإشارة إلى محرري الموضوعات وتوفير روابط بجميع مقالاتهم، بالإضافة إلى الحرص على توفير معلومات توضح خبراتهم في المجال وطريقة التواصل معهم.
- ينبغي تحديث مواقع الصحف الخليجية بانتظام، وتوثيق التوقيت الزمني لهذا التحديث، إذ لوحظ أنها قليلة الاهتمام بهذا الأمر (كاملة بنت علي بن سعيد التركي الكثري: 2016، 214).

(28): يوضح التزام مواقع الصحف الإلكترونية بمعيار السلطة الفكرية.

المجموع الكلي		الخبر أون لاين	النهار أون لاين	الشروق أون لاين	الموقع الإلكتروني الاختيارات
النسبة	التكرار				
100	3	1	1	1	الموقع يحدد اسم المؤلف عند نشره
0	0	×	×	×	يوضح المؤلف الخلفية العلمية للمؤلف وتخصصه
0	0	×	×	×	يتيح الموقع معلومات يمكن من خلالها الاتصال بالمؤلف
100	3	1	1	1	الموقع يعطي إشارات عن المسؤولية الفكرية
% 50	6	2	2	2	المجموع

إن التضخم الهائل في حجم المعلومات المتوفرة على شبكة الانترنت بما فيها من معلومات نافعة وغير نافعة، يجعل جودة المحتوى من أهم عناصر الجودة التي يجب مراعاتها عند إجراء عملية التقويم للمواقع الإلكترونية والخدمات التي تقدمها.

وإن من السهل فحص محتويات المصدر المرجعي المطبوع لمعرفة الهدف من إعداده والقائمين بالإعداد ومدى كفاءتهم إلى آخره، للحكم على مدى جودة المعلومات، أما فيما يتعلق بالمصدر المرجعي الإلكتروني فمن الصعب فحص كل الشاشات التي تتضمن العمل ككل، بل يمكن استرجاع ما يتعلق بموضوع معين واختيار جودة محتواه من خلال عدة مؤشرات منها السلطة الفكرية.

وبالنظر إلى النتائج المتحصل عليها في الجدول أعلاه، نجد معيار السلطة الفكرية تحقق بنسبة 50 %، وقد كانت النسب متفاوتة عبر المؤشرات في الصحف الإلكترونية الجزائرية، والمقصود بالسلطة الفكرية هنا المسؤول مسؤولية مباشرة عن المحتوى الفكري سواء شخصا أو مؤسسة أو جهة معينة، ويتم تقويم السلطة الفكرية لمحتوى صفحة الويب من خلال المستوى العلمي والخبرات السابقة لمن يقدم الإطار والمحتوى الفكري في موضوع العمل، كأن يكون خبيرا في المجال أم مجرد فرد بيدي رأيه، وتحديد من قام بنشر المحتوى ومدى خبرته في المجال الموضوعي، فالمعلومات المتاحة عبر الانترنت تكون مجهولة المصدر في أغلب الأحوال، وبالتالي تصبح موضع شك بالإضافة إلى أنها لا تمر بنفس إجراءات المراجعة والتحكيم التي تمر بها المعلومات المطبوعة، كما أنها تظهر وتختفي بسرعة، لأنه يمكن لأي فرد أو هيئة أو جماعة أن تضيف إلى الشبكة مباشرة أي ملفات إلكترونية وقد يكون من الصعب جدا تحديد الهيئة أو الفرد الناشر لتلك المعلومات، وبالتالي يمكن إضافة مواد غير دقيقة وغير مرغوب فيها.

وقد غاب عن مواقع الصحف الالكترونية الجزائرية وجود إمكانية الاتصال بالمؤلف سواء عن طريق الهاتف أو البريد الالكتروني، فضلا عن تحديد مكان عمله ومركزه العلمي، وبالتالي على القائمين على هذه الصحف الانتباه إلى ان هناك معضلات وجهت الأنظار إلى أهمية تقييم جودة المواقع الالكترونية على شبكة الانترنت منها ما يلي:

- إمكانية أي شخص وضع ما يشاء دون وجود ضوابط علمية وأدبية.
- صعوبة تحديد المصدر الحقيقي للموقع.
- صعوبة تحديد الهدف من تواجد موقع معين وصحتها.
- صعوبة تحديد حداثة المحتوى المطروح في الموقع.
- تحديد المسؤولية الفكرية للموقع.
- عدم مراجعة المواقع وتحديد محتواها وتقييمها من قبل الجهات العلمية والبحثية أو حتى من قبل مجموعات المستخدمين.

لقد سلطت هذه المعضلات وغيرها الأضواء على حقيقة أن الموقع الموجود على شبكة الانترنت غير آمن، كما لا يمكن الوثوق به بنسبة كبيرة، وقد دعا ذلك إلى حتمية قيام جهات علمية وبحثية معتمدة بالمراجعة الدورية للمواقع، والتي تؤثر في فئة عرضية من المستخدمين.

وهذه النتائج تتفق مع نتائج دراسة الباحث محمد مصطفى حسين في تقييم جودة المواقع الالكترونية -دراسة تحليلية مقارنة بين بعض المواقع العربية والأجنبية-، حيث أكد أن معظم المواقع الأجنبية المبحوثة تولي اهتماما كبيرا بمؤشر السلطة الفكرية، وذلك بالإشارة إلى اسم المؤلف والذي بلغت نسبة توفره 83.33 %، وتوضح أيضا الخلفية العلمية للمؤلف وتخصصه وإمكانية الاتصال به حيث بلغت نسبت توفرها 62.50 % و 758 % على التوالي، في حين إن اهتمام المواقع العربية المبحوثة بالسلطة الفكرية كان ضعيف جدا إذ بلغت نسب المؤشرات 20.50 % و 12.50 % و 12.50 % على الترتيب مقارنة بمؤشرات مواقع الصحف الأجنبية، وهذا ما يؤكد تفوق الصحف الأجنبية في إطار توفير معايير جودة المحتوى، وذلك بسبب احتوائها على معظم المؤشرات التي تحقق من خلالها حاجة المستخدمين منها عند بحثهم عن المعلومات التي يحتاجونها في هذه المواقع على عكس الصحف الالكترونية العربية (محمد مصطفى حسين: 2010، 46).

جدول رقم (29): يوضح التزام مواقع الصحف الالكترونية بمعيار الفهرس.

المجموع الكلي		الخبر أون لاين	النهار أون لاين	الشروق أون لاين	الموقع الالكتروني
النسبة	التكرار				الاختيارات
100	3	1	1	1	يتم استعراض الفقرات التي يناقشها أي موضوع في الموقع من خلال فهرستها
100	3	1	1	1	يحتوي الموقع على فهرس للمواضيع المعروضة فيه
% 100	6	2	2	2	المجموع

من خلال الجدول أعلاه وتحليل مؤشرات معيار الفهرس اتضح أن تنظيم هذا المعيار محقق بنسبة كلية 100 % في المواقع الصحفية الالكترونية وبنفس الدرجة.

ويدخل معيار الفهرس ضمن معايير جودة التنظيم، والذي يهتم بهيكله الموقع وطريقة تقسيم الخدمات التي يقدمها لتوفير طريقة سهلة لتصفح الموقع، بهدف مساعدة المستخدم للوصول إلى المعلومة المطلوبة بسرعة، بحيث يشعر بالراحة خلال زيارته للموقع، فالتنظيم أو الترتيب يعد من العناصر المهمة للحكم على جودة المواقع ودقتها، فقد ترتب المواقع طبقا للخطط التقليدية مثل الفبائي، رقمي، رقمي، جغرافي، وربما طبقا لبنية المنظمة أو المعهد مثل أقسام علمية، فئات موضوعية أخرى، وأيا كان فإن الترتيب سوف يؤثر على سهولة الاستخدام، ولقد اقترح خبراء مكتبة جامعة (M et A) مؤشرات تساعد المستفيد للتعرف على مدى تنظيم الموقع من خلال ملاحظة قائمة المحتويات، فضلا عن استعراض قائمة المصادر وجودة المصادر المعتمدة ومستوى حداتها.

واحتواء صفحات المواقع الالكترونية الثلاث الشروق أون لاين، النهار أون لاين، والخبر أون لاين للفهرس دليل على الاهتمام بشكل الصحيفة ومظهرها الخارجي، وترتيب الصفحة الرئيسية من جهة وتسهيل التجول والاستخدام من جهة أخرى، مما يدعم ثقة المستخدمين، حيث لاحظت الباحثة على الفهرس المدرج على الصفحات التمهيدية للصحف عينة الدراسة، التنظيم، والتدوين لكافة المحتويات ومسايرته للتحديثات، فكلما كان هناك تحديث أو خبر جديد تمت فهرسته على أبواب الصفحة، حيث يشتمل على العنوان وفي كثير من الحالات كاتب الحدث بشكل مرتب يدعم اتجاهات الصحف الالكترونية الجزائرية إلى محاولة تحسين مستويات خدماتها، وإبراز سمعة المواقع وتفوقها على الصعيد



المحلي والدولي، مما يحقق الاعتراف الخارجي بالموقع الالكتروني أين تزيد موثوقية ومصداقية المعلومات التي تقدمها.

جدول رقم(30): يوضح التزام مواقع الصحف الالكترونية بتحقيق معيار الاتساق.

المجموع الكلي		الخبر أون لاين	النهار أون لاين	الشروق أون لاين	الموقع الالكتروني
النسبة	التكرار				الاختيارات
100	1	1	1	1	تتصف صفحات الموقع بالتناسق عند عرضها
100	1	1	1	1	المعلومات المتوفرة في الموقع متناسقة
100	1	1	1	1	الصفحات مرتبة وجميلة
100	1	1	1	1	المواقع المشار إليها في الصفحة ذات صلة بالمواضيع
100	1	1	1	1	المحتويات منظمة طبقا لمبادئ الترتيب (ألفبائي، زمني، جغرافي)
100	5	5	5	5	المجموع

سجلت نتائج الدراسة اهتمام الصحف الالكترونية الجزائرية بتحقيق الاتساق والتوافق عند عرض صفحاتها، حيث تحرص على إظهار مواقعها بأفضل وأبهى صورة حتى تجذب الزبائن لزيارتها وإعادة زيارتها بعد استخدامها أول مرة، اعتمادا على مبدأ إعطاء انطباع ممتاز منذ الزيارة الأولى للموقع لتكرار زيارته لاحقا، وقد بلغت نسبة تحقيق معد الاتساق 100% في كامل العينة وبنفس الدرجات في كافة المؤشرات.

حيث لاحظت الباحثة أثناء تصفحها لمفردات العينة طيلة فترة الدراسة مدى ترتيب وجمالية الصفحات، التي اتبعت نفس الطريقة في بناء وتوزيع العناصر والإخراج، مما يحقق الألفة بين المستخدم والموقع، ولعل ثبات الشكل الأساسي للصحف الجزائرية الالكترونية يتسق مع ما تنادي به الأدبيات العلمية في هذا المجال، التي تؤكد على أهمية اتسام تصميم الصحف الالكترونية بالثبات لفترة طويلة من الزمن، حيث يعطي الثبات للصحيفة طابعا خاصا يميزها عن غيرها ويربطها بقرائها وتنتقل الأدبيات النظرية في ذلك من أن التصميم يعد بمثابة البصمة الخاصة التي تعرف الصحيفة من خلالها وعلى العكس من ذلك، فإن الصحف التي يكثر التغيير في شكلها الإخراجي خلال فترات متقاربة من الزمن تعد من الصحف المضطربة أو غير المستقرة.

وثبات الأشكال الأساس للصحف الإلكترونية الجزائرية لفترات طويلة نسبيا هو شيء ظاهر على صفحات المواقع، وهو ما ظهر من الدراسة التحليلية التي لم تكشف سوى عن تغيرات محدودة في تصميم الصحف التي تمت دراستها، وترجع هذه التغيرات المحدودة كما ترى الباحثة إلى اعتبارات مهنية من أهمها بعض المناسبات الوطنية والتي تصادقت مع أعداد الدراسة مثل عيد الطفولة المصادف لـ 01 جوان، وإحياء الذكرى الوطنية ليوم المجاهد وانعقاد مؤتمر الصومام في 20 أوت وكذلك إحياء عيد الثورة المجيد في 01 نوفمبر أين خصص موقع الخبر -استثنائيا- كافة شهر نوفمبر لإحياء هذا العيد، بتصميم وإخراج مميز بشعارات وألوان وأحداث ترمز للوطنية، وشرعية الثورة الجزائرية، وهذا ما جعل التغيير أمرا مطلوباً إلى جانب دور تحديث بعض الصحف لبرمجياتها وخدماتها في إحداث بعض التغييرات في تصميم هذه الصحف، أما من ناحية المؤشر الأخير الخاص بمبادئ تنظيم المحتويات فإن الأخبار في مواقع الصحف الإلكترونية الجزائرية مرتبة ترتيب زمني وجغرافي، أين نجدها تبرز في مقدمة الصفحة في الأعلى الأخبار الجديدة والمحدثة، كما تعطي أولوية النشر للأخبار المحلية ثم الإقليمية ثم الدولية، أي التوزيع على حسب أهمية الأخبار بمدى القرب.

وكخلاصة للعنصر فإن عنصر الاتساق يهتم بجودة الصفات المرئية في تصميم الموقع لجذب المستخدمين من أجل زيارة الموقع أولاً ثم المكوث أطول فترة ممكنة داخل الموقع، وأخيراً تكرار زيارته مرات أخرى، حيث تحرص الصحف الإلكترونية الجزائرية على إظهار مواقعها بأفضل صورة باستخدام أساليب وطرق إبداعية مبتكرة لجذب انتباه المستخدمين لها، وترغيبهم بالتجوال خلال صفحاتها، فعدم الاتساق يؤدي إلى عموم الفوضى، وبالتالي يخلق الرغبة في عدم تصفح الموقع وملل المستخدم.

وتنتأى نتائج الدراسة مع ما توصل إليه صالح بن زيد بن صالح العنزي في دراسته السابقة، حيث أكد على عدم مقدرة الصحف السعودية الإلكترونية على الاتساق خصوصا صحيفة الرياض التي لم تراع هذا الجانب، مما يضطر المتلقي لنسختها الإلكترونية إلى تحريك الصفحة إلى اليمين قليلا ليرى فهرس المحتويات الخاص بالعدد.

جدول رقم (31): يوضح التزام مواقع الصحف الالكترونية بتحقيق معيار الروابط والوصلات.

المجموع الكلي		الخبر أون لاين	النهار أون لاين	الشروق أون لاين	الموقع الالكتروني
النسبة	التكرار				الاختيارات
100	3	1	1	1	يحتوي الموقع على إحالات تساعد المستخدم للانتقال بين جميع صفحات الموقع
100	3	1	1	1	يحتوي الموقع على روابط صفحات إلى مواقع أخرى
66.66	2	×	1	1	هناك روابط للاتصال بالإدارة
100	3	1	1	1	الروابط المتواجدة سهلة الاستعمال
0	0	×	×	×	وجود روابط لطبع المواضيع وإرسالها وحفظها
73.33	11	3	4	4	المجموع

تفيد نتائج الجدول أن مواقع الصحف الالكترونية الجزائرية تعتمد أسلوب الروابط والوصلات

بشكل كبير جدا، حيث بلغت نسبتها 73.33%، وهي نتيجة جد معتبرة تؤكد على أن مسؤولي الصحف الثلاث لديهم اهتمام بالمستخدم، وتسهيل عملية الملاحقة والتجول داخل الموقع الواحد، بما يفيد الربط بين وحدات المعلومات، حيث تتوفر المواقع عينة الدراسة على وصلات وروابط في شكل كلمات أو جمل أو إبراز صور، أيقونات يستطيع المستخدم تنشيطها بمجرد النقر عليها بالفأرة. وتوضح النتائج أعلاه أن الموقع يحتوي على إحالات تساعد المستخدم للانتقال بين جميع صفحات الموقع عن طريق وصلات النص الفائق مع عدة مواضيع، ومع أقسام الموقع وبنفس الدرجة وبصفة ثابتة خلال فترة التحليل، وهذا ما يؤكد على أن الروابط النصية هي من المعايير الجوهرية في تقييم جودة المواقع الالكترونية، حيث اعتبرها البعض مزايا إضافية تنافس من خلالها المواقع المختلفة لجذب المستخدمين، لكنني في هذه الدراسة أقر بأنها شرطا أساسيا في تحديد جودة مواقع الصحف الالكترونية، لأنها تعبر عن إمكانية الوصول إلى الخبر الالكتروني بكافة تفاصيله.

أما عن مؤشر احتواء الموقع على روابط صفحات إلى مواقع أخرى، والذي تحقق بنسبة 100% في كافة الصحف الالكترونية، فيؤكد على وجود روابط خارجية إلى صفحات تدعم المستخدم وتساعدته وتعد مواقع الشبكات الاجتماعية احد أهم البدائل والمواقع، حيث يفوق المستخدمين لهذه المواقع الآلاف، ومن خلال ملاحظتنا المستمرة لهذه الحسابات يتجلى حضورا كثيفا للتعليقات مع كل المنشورات والمحادثات المستمرة، وهذا ما أدى إلى زيادة التفاعلية حول المواضيع المنشورة في مواقع



تويتر، فايسبوك، share، والذي يضم بدوره مواقع تواصل اجتماعية أخرى مثل: Tumblr . Twitter , Google, blogger , Skyrock

وإذا كان لجوء الصحف الإلكترونية الجزائرية المتمثلة في الشروق أون لاين، الخبر أون لاين النهار أون لاين (عينة الدراسة) للشبكات الاجتماعية الافتراضية، وإدماجها في مواقعها كإستراتيجية حديثة جدا، فإنها تنبئ بإمكانية تشكيل مجموعة افتراضية، حيث يقول الباحث جانكويسكي (JANKOWISKI) "إنها ترتبط بدور التكنولوجيا في إعادة إحياء العلاقات الاجتماعية التي اتجهت إلى الابتعاد عن مراكز تجمعها مثل العائلة، لاختلاف ظروف الحياة وعادات المطالعة، والاستماع أو البحث عن المعرفة بالتعرض لوسائل الإعلام الحديثة ومبتكراتها"(حسنين شفيق: 2008، 197). فالمجتمع الافتراضي الذي تسعى إليه الشبكات الاجتماعية التي استعانت بها مواقع الصحف المدروسة يقوم على التقارب والتلاحم والاندماج ويوسع مفهوم الهوية الافتراضية، بحيث تضم هويات متعددة تندمج وتشكل وتجمع الأشخاص في أطر ترابطية تعزز الموروث الثقافي وتقدمه بأشكال متعددة .

وبالإضافة إلى مواقع التواصل الاجتماعي فإن الصحف الإلكترونية عينة الدراسة توفر خاصة الربط بمواقع أخرى، فمثلا يتيح موقع الشروق أون لاين روابط تؤدي إلى موقع الشروق المختلفة السياسي، الرياضي، جواهر الشروق، الشروق العربي، أسواق ومنتديات الشروق، الشروق TV، موقع جيزي، موقع حمسات للتسوق، أما موقع النهار أون لاين فتؤدي روابطه إلى: النهار TV، النهار الجديد، النهار المسائية، النهار النسخة الورقية PDF، منتديات النهار، وكذلك مواقع التوظيف مثل [http://www.emploiartner.com /fr](http://www.emploiartner.com/fr)، موقع للسياحة والأسفار <http://damtours.com>، أما الخبر أون لاين فيتيح الربط إلى: موقع الخبر المختلفة، موقع قناة kbc ، الخبر الرياضي، منتديات الخبر، ومواقع أخرى مثل موقع رونو للسيارات.

وهذا ما يؤكد على حرص عينة الدراسة على تدعيم خاصية العمق المعرفي والشمول من خلال ما توفره من روابط تفيد المستخدم في تدعيم المضمون المنشور على مواقعها، ومعرفة تفاصيل أكثر عن الحدث، وهي بذلك تعمل على تقديم عمق معرفي إضافي للمواد المنشورة فيها، وتستهدف هذه الخدمات تقديم خلفيات الأحداث، وربطها بالقضايا أو الموضوعات المتعلقة بها، وكذلك البحث عن المعلومات والوظائف والخدمات من مواقع أخرى.

ونفس الشيء يمكننا قراءته عن البحث في مؤشر: "الروابط المتواجدة سهلة الاستعمال"، حيث بدأ واضحا استخدام الصحف الملاحظة ضمن السياق contextual navigation وذلك من خلال توافر روابط ذات صلة في نهاية الموضوعات .

بالإضافة إلى توافر بعض الأعمدة ذات العلاقة كملحقات بالموضوعات على العمود الأيمن من الموقع، وتمثلت في اختيارات المحررين والأخبار المحلية وإعلانات فرص العمل..، واهتمت الصحف بتوفير بعض الأيقونات المصورة ملحقة بالمقالات تمثلت في أيقونة تقييم المقالة، بالإضافة إلى أيقونة المشاركة بالتعليق على الموضوع.

ولكنها فشلت في وضع روابط وأيقونات لطبع المواضيع وإرسالها وحفظها، فهي غير فعالة في هذا المجال، وهذا الخيار ضروري في حالة احتياج هذه المعلومات من طرف المستفيد، خصوصا وأن خاصية التحديث المستمر، وعدم وجود الأرشفة الإلكترونية للنسخ الإلكترونية للصحف الثلاث تعارض وغياب مثل هذه الأيقونات.

وفي نهاية العنصر يمكننا استخلاص أن مواقع الصحف الإلكترونية الشروق أون لاين، النهار أون لاين، الخبر أون لاين تلتزم جميعها وبنفس الدرجة في:

- استخدام روابط تقود المستخدمين نحو الصفحة التي تزودهم بالمعلومات.
- تحقيق الاتساق بين متن الروابط وطبعة الهدف منه، أي عنوان الرابط وصفحته يعبر عن نفس الموضوع الموجود في صفحة الواجهة.
- فاعلية روابط المواضيع المنشورة على صفحة الواجهة وروابطها بصفحات متاحة بالفعل في أغلب المواقع مجال الدراسة.

في حين وأنها بالرغم من تعدد أقسام الصحف ومواضيعها في شتى المجالات، إلا أنها لم توفر روابط المعلومة الداعمة supporting information links ضمن محتوى الموضوعات، التي تربط المصطلحات العلمية أو السياسية أو الاقتصادية أو الاجتماعية الواردة في المقالات والنصوص بمواقع موسوعات وقواميس ومعاجم تحتوي على معنى المصطلح، وتوفير شرح موجز لها.

وبعد هذا التحليل يتضح لنا أهمية الروابط والوصلات في الشبكة الإلكترونية للصحف، وعلى الصحف الإلكترونية الجزائرية أن تواكب نمط الكتابة للانترنت على قول لاند سيرجو "يجب أن يكون الموضوع مفهوما بشكل سريع، وذلك بوضع خلاصته أعلى الصفحة التي تحمل الأفكار الرئيسية أولا ويتم وضع الموضوعات الفرعية والمساعدة في الأسفل، وحتى لا يأخذ الموقع جهدا من زائره للتعرف

على محتواه يجب مساعدته بتعليمات استخدام بسيطة، أما التفاصيل والمعلومات المعقدة فمكانها صفحات إضافية مرتبطة بوصلات بالصفحة السابقة لها (نهى جعفر سر الختم: 2014، 158-159).  
جدول رقم(32): يوضح عناصر الإبراز المستخدمة في مواقع الصحف الإلكترونية مجال الدراسة.

الموقع الإلكتروني		النهار أون لاين		الخبر أون لاين		المجموع الكلي	
عناصر الإبراز		النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	%	التكرار
عناصر الفصل	الخطوط	27.83	840	23.14	702	34.11	2168
	الجداول	6.60	144	6.48	176	7.15	455
	الإطارات	23.84	520	23.06	496	23.54	1496
عناصر توظيف الألوان	الأرضيات	15.13	330	11.82	25	9.45	601
	الصور	44.70	975	48.34	1160	49.42	3141
	العناوين	9.58	209	10.18	234	10.30	655
المجموع		35.43	2181	32.74	2081	100	6355

يوضح الجدول عناصر الإبراز المستخدمة في مواقع الصحف الإلكترونية عينة الدراسة، وهي مقسمة إلى نوعين تمثل في عناصر الفصل وعناصر توظيف الألوان، حيث يتضح أن هناك استخدام جيد لهذه العناصر، احتلت فيه الشروق أون لاين المرتبة الأولى بنسبة 35.43 %، تلتها الخبر أون لاين بنسبة 32.93 %، وأخيرا النهار أون لاين بنسبة 32.74 %، وتعد عناصر الإبراز من أساسيات التصميم الإلكتروني الدقيق، لما لها من دور كبير في ترتيب الصفحة، وإعطائها مظهرا مميزا ومنظما تستريح له عين المستخدم، وتشجعه على الاستمرار في تصفح الموقع وجعله من المفضلين لديه.

✓ **عناصر الفصل:** وتتمثل في الخطوط والجداول والإطارات، وسنأتي لشرح كل وحدة فيما يلي:

1 - **الخطوط:** ويهدف المخرج الصحفي الإلكتروني من وراءها إلى تحقيق عنصر المقروئية، وتنظيم الصفحة وتميزها، حيث تستعمل مواقع الصحف مجال الدراسة الخطوط بدرجة كبيرة، فمثلا عند الشروق أون لاين بنسبة 27.83 % كأعلى نسبة بين المواقع ككل، وتوضع الخطوط في مساحة آخر الأخبار، حيث تفصل بين الأخبار المتجاورة بخط رفيع رمادي اللون.

2 - **الجداول:** وهي الأخرى عنصر من عناصر الفصل، سجلت حضور ضعيف في مواقع الصحف الإلكترونية عينة الدراسة، مثلته الخبر أون لاين بالمرتبة الأولى بنسبة 8.40 %، أما موقع الشروق أون لاين والخبر أون لاين فكانت نسب الاستعمال متقاربة 6.60 % و 6.48 % على التوالي، وقد

لاحظت الباحثة طيلة مدة الدراسة أن استخدامها يقتصر في جانب تقديم الإحصائيات والأرقام خصوصا في الشؤون الاقتصادية، والمقارنة بين استعمال الموارد الاقتصادية بين الدول وفي سنوات مختلفة، كما سجلت الباحثة عدم ثبات الظهور والتوظيف في كافة الأعداد.

3 - **الإطارات:** تستخدم مواقع الصحف الإلكترونية عنصر إبراز الإطارات لفصل المواضيع بلون رمادي شفاف في صحيفة النهار أون لاين والخبر أون لاين، وأزرق في الشروق أون لاين، حيث يتم وضع المواد التي تريدها إدارة الصحيفة لجذب انتباه المستخدم إليها، وإبرازها بتمييزها عن غيرها من المحتويات.

✓ **عناصر توظيف الألوان:** وتتمثل في الأرضيات، الصور والعناوين: وقد تبين من نتائج الجدول أن:

1 - **الأرضيات والخلفيات:** تعد الأرضيات أو الخلفيات عنصر جد مهم كأحد عناصر الإبراز، وهي عنصر مشترك الاستخدام في مواقع الدراسة وبدرجات متقاربة، حيث تستخدمها الشروق أون لاين باللون الأبيض في عموم الصفحة، ورمادية في محيط العناوين من أجل تمييزها عن غيرها من محتويات الخبر، وبيضاء في صحيفتي النهار أون لاين والخبر أون لاين.

كما سجلت الباحثة أحيانا وخصوصا في الشروق أون لاين والخبر أون لاين أرضيات ملونة خصوصا فيما يتعلق بالأحداث السياسية الدولية المأساوية الدموية فيما تعلق بسوريا ومسلمين الروهينجا في بورما، وكأمثلة نشرت الشروق أون لاين خبر صرخة أطفال سوريا، بخلفية دموية وأطفال يبكون، ونشرت الخبر أون لاين: خبر حلب تحترق بخلفية لألسنة اللهب تلتهم سوريا، كما نشرت خبرا آخر بعنوان لعنة أطفال سوريا تلحق روسيا بخلفية لمقتل السفير الروسي في تركيا، تقابله صورة لطفل سوري مشوه، وهذا ما يدل على أن الخلفيات في الحقيقة هي ذات دلالات وعناصر قوية لإبراز مضامين عن غيرها في محاولة لجذب نظر المستخدم لقضايا دون أخرى، ولكن قد تتحول إلى نقطة ضعف في حال تحولت إلى مساحات كبيرة بيضاء فارغة، أي مساحات غير المستخدم كبيرة تتغلب على مساحات المضمون، وبالتالي تتحول من عناصر لإراحة العين إلى عناصر لنفور القارئ، وعدم احترافية تصميم موقع الصحيفة، فنحن نؤكد على ضرورة التوازن في هذا الجانب باستخدامها بتنظيم محكم لتحقيق التوازن البصري في تصميم الواجهة، أي الموازنة بين العناصر الثقيلة المكونة للمضمون الإخباري مثل الصورة والعناوين وخلفياتها .

2 - **الصور:** الصورة هي الأخرى عبارة عن عنصر إبراز واسع الاستخدام والتوظيف في مواقع الصحف الإلكترونية، فقد بينت نتائج الجدول أنها ومن بين بقية العناصر تعد الأكثر توظيفا وينسب



عالية بلغت 44.70 % بالنسبة للشروق أون لاين، 48.34 % بالنسبة للنهار أون لاين، و55.42% عند الخبر أون لاين، وهي عنصر جيد لاختصار المضامين وجذب الانتباه، وكذلك تحسين التصميم العام للموقع، ويلاحظ أن حجمها مقترن بحجم المضمون الإخباري، فكلما كبر حجم المضمون الإخباري المصاحب لها نقص حجمها والعكس صحيح.

**3 - العناوين:** يعد عنصر العناوين عنصرا مشتركا في تصميم المواقع مجال الدراسة، ويختلف حجم العناوين وأنواعها وأنواع الخطوط من موقع صحيفة إلى آخر، حيث تعتمد صحيفة الشروق أون لاين العناوين التمهيدية بالأزرق والرئيسية بالأسود على خلفية رمادية، بينما تعتمد صحيفتي الخبر أون لاين والشروق أون لاين اللون الأسود الغامق كثيف الحجم للعنوان التمهيدي، وأقل منه كثافة وحجما للعنوان الرئيسي على خلفية بيضاء، وتعد العناوين بوابات لدخول المضامين الإعلامية، فكلما أتقن تصميمها وإخراجها جذب المستخدم إلى محتوى المادة والعكس.

المحور الثاني: أكثر الوسائط المتعددة استخداما في مواقع الصحف الإلكترونية الجزائرية.

جدول رقم (33): يوضح نوعية النص المستخدم في مواقع الصحف الإلكترونية.

الاختيارات	نص		نص مع		نص مع		نص مع		نص		نص		المجموع الكلي
	لغنوان كاتب	التكرار	لغنوان متغير	%	صورة ثابتة	التكرار	صورة متغيرة	%	نص لشريط متحرك	التكرار	%	نص بتقنية الاختفاء والظهور	
الصحيفة الإلكترونية													
الشروق أون لاين	317	23.78	101	77.09	410	28.87	370	39.07	181	47.01	97	25.19	1440
النهار أون لاين	511	38.33	11	8.39	479	33.73	308	32.52	107	27.79	531	37.39	1432
الخبر أون لاين	505	37.88	19	14.50	531	37.39	269	28.40	107	27.79	531	37.39	1449
المجموع	1333	30.84	131	3.03	1420	32.86	947	21.91	385	8.90	385	8.90	4321

بالنظر إلى نتائج الجدول أعلاه يتضح أن استخدام النص في مواقع الصحف الإلكترونية الثلاث:

الشروق أون لاين، النهار أون لاين، الخبر أون لاين يتميز بالتفاوت والاختلاف في نسب الاستخدام

بين الأنواع السبعة المعروضة، وحسب ما أكده الجدول رقم (16) والجدول رقم (21) ما يزال عنصر

النص هو السائد في مواقع الصحف الإلكترونية، رغم اختلاف بيئة النشر والانتقال من المطبوع إلى

الإلكتروني، وما صاحبه من اختلافات في العناصر البنيوية المكونة للمضمون الإخباري، ويعتبر

النص مع الصورة الثابتة هو أكثر الأنواع اعتمادا وشيوعا، إذ حقق أعلى مستويات الاستخدام بـ

32.86 %، احتل فيها موقع صحيفة الخبر أون لاين المرتبة الأولى بنسبة 37.39 %، وبالرجوع

للجدول وتحليل نتائجه نجد أن:

**1 - نص لغنوان ثابت (text to a fixed address):** والذي نعني به النص للعناوين الثابتة التي

تكون على الصفحة الرئيسية للموقع، إذ أن الكثير من المواقع تستخدم هذا الأسلوب في إبراز نص

لعناوين ثابتة في زاوية أو أكثر من صفحاتها الرئيسية، لتسهيل للمتصفح انتقاء ما يرغب بالاطلاع

عليه، والذي يكون قد تعود عليه ذات المكان وبنفس العنوان وغالبا بنفس قلم الكاتب، وهذا استثمارا لجهد المستخدم، وهو أحد الأساليب المعتمدة لزيادة الثقة وتحقيق الألفة مع المستخدم، والحصول على تفاعله بدرجات كبيرة.

وقد كانت استخدام صحيفة النهار أون لاين أكثر نسبة استخدام متمثلة في 38.33 % أي بوقع 511 تكرار، وهذا راجع لاعتماد نصوص الأخبار في صفحته الرئيسية بصفة أكثر من الاستخدام الأخرى، يليه موقع صحيفة الخبر أون لاين بنسبة 37.88 % أي 505 تكرار وأخيرا موقع الشروق أون لاين بنسبة 23.78 % أي ما يعادل 317 تكرار.

ويبرز استخدامات النص لعنوان ثابت في مواقع في زوايا الرأي والعمود الصحفي الذي يعبر عن رأي واتجاهات الصحيفة نوع قضايا معينة بأفلام متعددة، فمثلا نجد الشروق أون لاين زاوية الرأي فيها لحسين لقرع: بعد حلب، دور الجزائر، جمال لعلامي: تبديل بلا تهويل، زعيط ومعيط ونقاز المحيط محمد الهادي الحسن: وسام العالم الجزائر، ولا ننسى أن نظم في هذا النوع من النصوص كذلك عناوين الأركان والصفحات والخدمات المساعدة التي تميز بثبات مكان تصميمها الدائم، وكذلك الإعلانات التي توضع دائما في مكان واحد وضبط مساحته، بالإضافة إلى مساحات الرأي والتعليق التي تأخذ الجانب الأيسر من أسفل الصفحة بعنوان: ما هو رأيك؟

**2 - نص لعنوان متغير (text of the address of a variable):** وهو أسلوب آخر تستخدمه المواقع الإلكترونية في أن تكون فيه نصوص متعددة لعناوين تتغير إلكترونيا وفق تقنية تصميم الموقع، أو يمكن أن تغير من قبل المتصفح من خلال استخدام الفأرة، بالنقر على الأسهم الجانبية لليمين أو اليسار أو الأعلى والأسفل لتغير العناوين وتصفحها، ويتضح أن استخدامه ضئيل جدا من طرف الصحف الإلكترونية عينة الدراسة، إذا جاءت النسبة الكلية للاستخدام بـ 3.03% أي 131 تكرار، احتل فيها الشروق أون لاين المرتبة الأولى بنسبة 77.09% بوقع تكرار 101 نصا على الصفحة الرئيسية بزواوية (اختيارات القراء)، أو شارك برأيك للأخبار والمواضيع الأكثر قراءة وتعليقا ومشاركة في اليوم والأسبوع، ثم تلاه صحيفة الخبر بـ 14.50% أي بوقع تكرار 19 نصا برز هو الآخر صفحة رئيسية بزواوية (النصوص الأكثر تفاعلا) من طرف المتصفحين، وحساب عدد الزوار والمتابعين، ليأتي في الأخير صحيفة النهار أون لاين بـ 8.39% أي ما يعادل 11 تكرارا في زاوية (على النهار) باختيارات قليلة، والملاحظ على هذا النوع عدم ثباته في كافة الأعداد وطول مدة التحليل، وهذا الأمر يعد سلبي على المواقع الإلكترونية الجزائرية، إذ أنها لا تستخدم التقنية المتحركة



في التصميم لجذب الزائر، وتعتمد على التصميم التقليدي الثابت، لذا كان نص العنوان الثابت ذو مركز واستخدام أكثر من نص لعنوان متغير، كما لاحظت الباحثة على هذا النوع من النصوص اتجاهه إلى النوع الترفيهي والمحتوى الترفيهي أكثر منه الجاد، وانحصر معظم مواضيعه في الميدان الرياضي وأخبار المنتخب الوطني على الملاعب، أي أنه ذو استخدام ترفيهي كعامل جذب للمتصفح وهذا ما برز عدم ثبات تصميمه.

**3 - نص لشريط متحرك (text to bar moving):** وهذه التقنية تستخدم في الكثير من المواقع الإلكترونية بالنسبة للأخبار العاجلة، ويكون على الغالب في أعلى الصفحة الرئيسية، ويكون شريط متحرك باستمرار من جهة اليسار لليمين ليستعرض نص العناوين، وتبين نتائج الجدول أن نسبة استخدامه ضئيلة تقدر ب 8.90% بواقع تكرارات 385 توزعت على الشروق أون لاين في المرتبة الأولى ب 7.01% أي ب 181 تكرار، تليها الخبر أون لاين بنسبة 27.79% أي 107 تكرار وأخيرا النهار أون لاين ب 25.19% أي ب 97 تكرار.

وقد كانت الأخبار العاجلة والهامة تتصدر محور الشريط المتحرك، خصوصا وقت حدوثها مباشرة في انتظار التحري عن الخبر وتحريه، وتوثيقه بالصور والفيديو والصوت المناسب إن أمكن، وقد كانت مواضيع نص الشريط المتحرك متشابهة لدرجة جد كبيرة في عينة الدراسة، خصوصا فيما يتعلق بالحوادث وحالات الطقس، وسوف نعطي مثلا عن شريط متحرك ورد في صحيفة النهار أون لاين في الأربعاء 21 ديسمبر 2016. شريط متحرك:

- إعلان عن هزة أرضية بقوة 3.2 درجة تضرب بسكرة.

- نشرية خاصة عن سوء الأحوال الجوية والأمطار.

-إلغاء الصالون الدولي للكتاب لمارس 2017 إلى شعار آخر.

-ممثلو الكرة الجزائرية مختلفون حول مصير المنتخب الجزائري بعد فشل التأهل إلى المونديال.

-شلل كلي لطريق بن عكنون بسبب الفيضانات الأمطار.

وما يمكننا قوله عن هذا النوع من النصوص أنه ذو قوة كبيرة وبالغة في جذب المتصفح وشد انتباهه، حيث يضيف الحيوية والديناميكية على الموقع، ويعطي إحساس بالحركة والحياة لهذا الموقع وعدم الجماد والاستقرار .

4 - نص مع صورة متحركة (text with a static image): وهو ما يرافق الصورة الثابتة من نص لعنوان فقط أو ملخص لخبر الصورة أو نص لشرحها، فبعض المواقع لا تعتمد الحركية وإنما تعتمد فقط على الصورة الثابتة.

وحسب ما توصلت إلى الدراسة فإن النص مع الصورة الثابتة يمثل أعلى مستويات التوظيف والاستخدام في الأنواع السبعة المحددة لعنصر النص في الدراسة، حيث بلغ نسبة 32.86% احتل فيها موقع صحيفة الخبر المرتبة الأولى بتكرار 531 أي ما يعادل 37.39%، ثم تلاه موقع صحيفة النهار أون لاين بواقع 479 تكرار أي 33.73%، وأخيرا موقع الشروق أون لاين ب 28.87% أي ما يعادل 410 تكرار.

وتعود هذه النتائج إلى اعتبار الصحف الإلكترونية الجزائرية نسخة محدثة نوعا ما عن المطبوعة أي اعتمادها مبادئ التصميم والإخراج الطباعي الذي يعتمد على الجمود والاستقرار، وبالتالي عدم توظيف بقية عناصر الوسائط المتعددة، فهذه المواقع تعتمد على نشر الصور بطريقتين: إما نشر الصور المرافقة للمعلومة لتأكيد الخبر أو إضافة جمالية، وإما بطريقة الاعتماد على ألبيوم الصور الذي يحتوي على 10 صور إلى 11 صورة قابلة للتحديث الزمني، كما ترجع النتيجة المتحصل عليها إلى طبيعة الإخراج الصحفي المعتمد في عينة الدراسة، والذي يعتمد على البساطة وعدم زج وحشو الصور الكثيرة، وقد ترجع النتيجة كذلك إلى عدم وجود متخصصين في الإخراج الإلكتروني، والاعتماد على نفس طاقم العمل في الطباعي، وبالتالي نقص الخبرة والكفاءة في التعامل مع بيئة الانترنت.

5 - نص مع صورة متغيرة (text with a picture of a changing): وهو نص يرافق الصور المتغيرة لعدة أخبار وأحداث ومواضيع تلقائيا بحركة رأسية أو أفقية، وغالبا ما تستخدم المواقع هذه التقنية في أعلى صفحاتها الرئيسية مع أخبارها الهامة، أو يترك الموقع الخيار للزائر في أن يتصفح النصوص مع الصور المتغيرة بواسطة الماوس بالأسهم المرافقة لليمين أو اليسار أو الأعلى وأسفل الصفحة ليدخل على الموضوع الصورة الذي يختارها.

وقد حددت نتائج الجدول نسبة هذا النوع من النصوص ب 21.91% أي ما يعادل 947 نصا احتلت فيه الشروق أون لاين المركز الأول ب 39.07%، تلاه موقع النهار أون لاين ب 32.52% . وأخيرا الخبر أون لاين ب 28.40%، وقد اقتصر استخدام النص مع صورة متغيرة في المواضيع للصحف الإلكترونية الثلاث عينة الدراسة، وأحيانا مع الأخبار الحديثة سواء الآنية ذات الجدة ولأول مرة تعرض، أو أنه تطوير وتغييرات في مجريات بعض الأخبار والأحداث، ومن أمثلة ذلك ما نشرته

الشروق أون لاين في خبر لها: شرقي يؤكد أن الهيئة ليست للتضحية بوحدها: هل أغلق الاتحاد الإفريقي بابه أمام المغرب، والصور المصاحبة له كانت صور لحكومة المغرب والرئيس المغربي وصور لأعضاء الاتحاد الإفريقي وصور للصحراء الغربية، وكذلك ما نشرته النهار أون لاين في خبر لها: تفتيش منزل قاتل السفير الروسي بتركيا، يرفقه صور للسفير المقتول مع تتابع في صور مراحل عملية القتل، صور لمنزل القاتل، ومثال عن خبر لصحيفة الخبر أون لاين: 35 رجل أعمال يستعرضون عضلاتهم: سيارات صنع في الجزائر، ما رافق الخبر من صور للسيارات أسواق السيارات في الجزائر، صور شخصية لرجال أعمال، صور لمصانع السيارات مثل رونو.

**6 - نص مع فيديو (text with video):** وهو نص يأتي على شكل عنوان أو ملخص مرفق يشرح موضوع الفيديو ليسهل للزائر معرفة محتوى الفيديو وجذبه للدخول إليه.

فالبرغم من اعتماد صحف الدراسة على تقنية الفيديو كعنصر من عناصر الوسائط المتعددة لتقديم أخبارها وخدماتها، إلا أنها لم تستخدمها مع النص، حيث مثل أضعف فئة من فئات النص بمقدار 0.9 % أي بـ 39 تكرار احتلت فيه الشروق أون لاين المرتبة الأولى بـ 15 تكرار أي 38.46 % وسجلت صحيفة الخبر أون لاين المركز الثاني بواقع 13 تكرار أي حوالي 33.33 %، وفي الأخير تموقت صحيفة النهار أون لاين بواقع 11 تكرار أي 28.20 %، وهي نسب ضئيلة جدا تكاد تنعدم حيث وجدت الباحثة صعوبة في رصدها بسبب قلتها مع بقية العناصر الثقيلة الأخرى.

ونلاحظ أن الشروق أون لاين احتلت المرتبة الأولى في مؤشر النص مع صورة متغيرة، وكذلك في مؤشر النص مع فيديو، وهذا يدل على رغبتها في تطوير موقعها وتطبيق تقنيات وبرمجيات الإخراج الإلكتروني حتى تتميز نسختها التقليدية عن الإلكترونية وتستقل عنها.

وقد طبقت تقنية النص مع الفيديو في مواقع الدراسة باعتبار الفيديو كعنصر ثانوي، حيث نجد النص المكتوب أولا ثم تتم الإشارة (كتابة أو رمز) للدلالة على وجود فيديو مرفق.

**7 - نص بتقنية الاختفاء والظهور (text technology disappearance and appearance):** وهي تقنية تتعامل مع النص لإخفائه وظهوره وغالبا ما تستخدم مع الإعلانات

وعناوين الزوايا الهامة أو جذب الزائر لموضوع هام أو خدمة ليطلع عليها، وتعد من تقنيات التصميم الجمالية لشد انتباه المتصفح.

وهذا النص لم يستخدم مع المواقع بشكل كبير، وقد سجل نسبة ضعيفة حددتها الدراسة بعد التحليل بـ 1.52 % أي بواقع تكرار 66 مرة مثلتها الشروق بأعلى نسبة استخدام بـ 69.69 %، وبعدها



النهار والخبر بنسبة 22.72 % و 7.57 % على التوالي، وقد تركزت في معظمها في الإعلانات التجارية والخدماتية مثل: إعلان الشروق عن total quartz وإعلان النهار عن جائزة محمد بن راشد للغة العربية، وإعلان الخبر بعنوان: غير حياتك، وكذلك إعلانات خدماتية مثل إعلان النهار online tv ، إعلان الشروق لباقة الشروق وتردداتها. وكلها هي عناصر جذب للدخول إلى الإعلانات خصوصا الخدماتية المؤسساتية حتى تزيد معرفة المتصفح بخدمات هذه المؤسسات الصحفية.

جدول رقم (34): يوضح نوعية الصورة المستخدمة في مواقع الصحف الالكترونية

المجموع الكلي		صورة إعلان		صورة كاريكاتير		شريط صوتي متحرك مع فيديو		شريط صوتي متحرك		صورة متغيرة		صورة ثابتة		الصحيفة الالكترونية
%	التكرار	%	التكرار	%	التكرار	%	التكرار	%	التكرار	%	التكرار	%	التكرار	
31.04	975	34.08	196	38.04	35	36	9	33.06	248	29.46	99	27.81	388	الشروق أون لاين
32.02	106	30.43	175	28.26	26	36	9	35.73	268	34.82	117	29.46	411	النهار أون لاين
36.93	1160	35.47	204	33.69	31	28	7	31.02	234	35.71	120	48.72	596	الخبر أون لاين
100	3141	18.30	575	2.92	92	0.79	25	23.87	750	10.69	336	44.41	1395	المجموع

تمثل الصورة في الإعلام أحد مصادر الخبر، فهي أفضل من ناحية البلاغة من 1000 كلمة حيث تغني عن الكثير من الكلام في الكثير من المواضيع، فضلا عن أنها تضيف واقعا ومصداقية للخبر، كما أنها تعد إحدى الوسائط المتعددة لشرح الأفكار أو لعرض المعلومات، ولزيادة متعة المشاهدة وتحقيق فاعلية المستخدم.

وتشكل الصورة في موضوع بحثنا في ستة أشكال رئيسية تتمثل في:

1 - صورة ثابتة (static image): وهي الصور التي تتغير بأخرى وفق تقنيات التصميم والحركة وإنما تبقى ثابتة مع الخبر وأي موضوع على الصفحة الأخرى كما في الصحف الورقية مع الأخبار والفنون الصحفية الأخرى.

وقد شكلت الصورة الثابتة في مواقع الصحف الإلكترونية نسبة 44.41 %، وهي تمثل أعلى مستوى بين الأنواع الأخرى بواقع تكرار قدر ب 1395، وقد كانت الخبر أون لاين في الصدارة بواقع تكرار 596 ما يعادل 42.72 %، تلتها صحيفة النهار أون لاين بواقع تكرار 411 ما يعادل 29.46 % وأخيرا الشروق أون لاين بواقع تكرار قدر ب 388 ما يعادل 27.81 %.

والتباين في استخدام الصورة يأتي تبعا بنشره الموقع من صور مرفقة مع أخباره وموضوعه، فضلا عن شكل تصميم المواقع، لاسيما الصفحة الرئيسية التي يحاول القارئ على الموقع من وضع أكبر عدد من الصور مع الأخبار لجذب انتباه الملتقى، كون الصورة تضيف جمالية على الموقع ومصداقية للحدث خصوصا إذا كانت حية.

2 - صورة متغيرة (image variable): وهي صور تتغير مع طبيعة تصميم الصفحة الرئيسية والتقنيات المستخدمة فيها، إذ تتغير ذاتيا راسيا أو أفقيا مع عناوين الموضوعات، أو من خلال تدخل الزائر بالنقر على الفأرة على الأسهم الجانبية لليمين واليسار ليطلع على المحتوى والدخول في تفاصيله.

وقد سجلت حضورها في مواقع الصحف الإلكترونية الجزائرية بنسبة 10.69 % مثلت الخبر بنسبة 35.71 % بالمرتبة الأولى، ثم النهار أون لاين والشروق أون لاين بنسب 34.82 % و 29.46 % على التوالي، والفرق في الترتيب جاء بناء على ما تستخدمه المواقع من صور متغيرة لأخبارها الرئيسية، التي ترافقها صور تتغير تلقائيا أو بالنقر على الأسهم المجاور للصور مع عناوين الأخبار الرئيسية، وقد تم التطرق في الجدول السابق لمكان تواجدها في عنصر النص مع الصور المتغيرة وإمكانية تغيير الصور مع العناوين المختارة من قبل المتصفح لزوايا (اختيارات القراء والآراء).



**3 - الشريط الصوري المتحرك (bar moving):** بينت نتائج الجدول أن نسبة توفر الصحف الإلكترونية مجال الدراسة لشريط صوري متحرك بلغت 23.87 % بواقع تكرار 750 شريط صوري في الإجمال، حيث يعد في المرتبة الثانية بعد نوع الصور الثابتة، حققت فيه الصحف الثلاث نتائج استخدام مرضية، حددت بـ 35.73 % للنهار أون لاین، 33.06 % للشروق أون لاین و 31.02 % للخبر أون لاین، ويعد الشريط الصوري المتحرك شريط لعدد من الصور لأخبار وأحداث ووقائع يتحرك بشكل رأسي أو أفقي ذاتيا أو من خلال تدخل الزائر، تستخدمه المواقع في صفحاتها الرئيسية لاستدراج الزائر في اختيار ما يفضله من معلومات أو من أخبار .

وقد سجلت الباحثة توفر الشريط الصوري المتحرك بشكل ثابت ومستمر في كافة الأعداد، حيث يتوفر في جريدة الشروق أون لاین في الجزء الأعلى من الصفحة بعد الخبر الرئيسي في شكل أفقي يحتوي على 11 خبر مدعم بعناصر الصور يصاحبها عنوان رئيسي للموضوع، يقفل مباشرة بعد النقر عليه بالفأرة، وبمس مختلف القطاعات والمضامين، كما يتوفر شريط صوري آخر في منتصف الصفحة عددا معين من الصور يختلف عددها لآخر وفق تقديرات الإدارة المسؤولة، ويفعل كذلك بنفس الطريقة.

أما النهار أون لاین والخبر أون لاین فيتواجد فيها الشريط الصوري في وسط الصفحة، وبأعداد وأحجام مختلفة له نفس خصائص الشريط الصوري في الشروق أون لاین.

**4 - شريط صوري متحرك مع فيديو (bar with a moving video):** وتستخدم في الموقع كتقنية تستعرض عددا من الصور لأحداث موضوع ملفات الفيديو المعروضة وبشكل متحرك من اليمين إلى اليسار، وما يميزه أنه غير تفاعلي حيث لا يسمح للمتصفح في اختيار ما يرغب فيه من مشاهدة أي مقطع فيديو معروض، فهو يعرض أليا من النظام عبر الموقع، وقد سجل نسبة توفر جد ضئيلة تكاد تتعدم قدرت بـ 079 % بواقع تكرار 25 مرة على الصفحة الرئيسية، ولا يوجد اختلافات كبيرة في استعماله من طرف الصحف الإلكترونية الثلاث، حيث نجده يتمثل في شريط فيديو في أسفل الصفحة بعنوان "ألبوم الفيديو" أو وسائط متعددة مصادرها مراسلي الصحف فضلا عما هو مأخوذ من وكالات أو ما يرسله المواطنون من زوار، إذ خصصت إدارة المواقع مساحات للتفاعل شأنها لتقييم أفضلها ومعرفة احتياجات واهتمامات المستخدم في المجال، وقد لاحظت الباحثة انحصار معظمها في الجانب الرياضي كتعليقات على بعض المباريات أو لقطات بدون تعليق لمباريات وفرق في إطار التدريب والمؤتمرات مع الصحافة.



**5 - صورة الكاريكاتير (image caricature):** هي الأخرى سجلت حضور جد ضعيف لم يتجاوز 2.92 %، حيث نجد في مواقع الصحف الالكترونية الثلاث الشروق أون لاين والنهار أون لاين والخبر أون لاين يستخدمون صور كاريكاتورية، تستخدمها على صفحاتها الرئيسية معتمدة على رسامي كاريكاتير كبار، لما لصورة الكاريكاتير من قوة جذب للمتلقي، فضلا عن ما يحتويه المضمون من رسالة إعلامية سهلة وواضحة لمواضيع ساخرة أو ناقدة في كافة الميادين.

ويعتبر أشهر الرسامين الكاريكاتوريين في الصحف الالكترونية الجزائرية هم: باقي بوخالفة، أيوب بارة، وهم نفس الرسامين المعتمدين لدى النسخ الورقية لهذه الصحف الالكترونية، يتم وضع الكاريكاتير إما على شكل خبر منفرد، وإما في شكل شريط لمجموعة كاريكاتير حسب التصميم والأخبار المتوفرة في كل عدد، وتختلف مواضيع الرسوم الكاريكاتورية من مواضيع سياسية: والتي تضمنت أخبار الانتخابات والنزاعات بين الدول والأقاليم، مجالس الأمن الدولية، والمواضيع الاقتصادية التي ركزت في أغلبها على قانون المالية وغلاء الأسعار والقدرة الشرائية للمواطن وكذلك أسعار البترول والمواضيع الاجتماعية من الحديث عن دواء رحمة ربي أو كما سميت بلغة الكاريكاتير الحرب الزعبيطية والأوضاع المزرية الاجتماعية للمواطن الجزائري، ومواضيع رياضية بالحديث عن خيبات المنتخب الوطني والناخب الوطني.

**6 - صورة الإعلان (image announcing):** وتشمل الصور التي ترافق الإعلانات التجارية والخدمية، وتخصص المواقع الصحف الالكترونية مساحات إعلانية على صفحاتها لتمويل نفسها وصورة الإعلان هي نفسها لم تحقق نتائج مرضية للغاية، حيث بلغت نسبتها 18.30 % توزعت على المواقع الثلاث بنسب متقاربة قدرت ب 35.47 %، 34.08 %، 30.43 % للخبر أون لاين والشروق أون لاين والنهار اون لاين على التوالي.

ويعود السبب الرئيسي في ضآلة النسب إلى ثقافة المعلن الذي يرى أن المواقع الالكترونية ليست بالثقة الكبيرة على خلاف المطبوع والسمعي البصري، كما تعود الفكرة لجماهيرية المواقع حسب المعلن مقارنة بباقي الوسائل التي تتوفر في كل بيت وفي كل وقت، على خلاف الإعلان الالكتروني الذي يتطلب أجهزة الكترونية متصلة بشبكة الانترنت ذات التدفق عالي الجودة، وهو ما لا يتوفر في الواقع الجزائري الذي يشهد تدفق متذبذب، وثقافة تسويقية الكترونية ضعيفة.



جدول رقم(35): يوضح نوعية الفيديو المستخدم في مواقع الصحف الالكترونية.

المجموع الكلي		فيديو مع إعلان		فيديو مع شريط صوتي		فيديو مع نص وصورة		فيديو فقط		الاختيارات الصحفية الالكترونية
%	التكرار	%	التكرار	%	التكرار	%	التكرار	%	التكرار	
47.43	120	46.15	12	36	9	47.91	23	49.35	76	الشروق أون لاين
30.03	76	26.92	7	36	9	22.91	11	31.81	49	النهار أون لاين
22.52	57	26.92	7	28	7	29.16	14	18.83	29	الخبر أون لاين
100	253	8.30	21	9.88	25	18.97	48	60.86	154	المجموع

يعد عنصر الفيديو من أهم عناصر الوسائط المتعددة وأقواها تأثيرا في العملية التفاعلية، بسبب عنصر الحركة الذي يضيف الواقعية ويعطي إحساسا بالحضور والمشاركة في صناعة الأحداث والأخبار، ويستخدم الفيديو في مواقع الصحف الالكترونية الجزائرية بأشكال متعددة، وينسب مختلفة موزعة على 4 أصناف هي كالتالي:

**1 - فيديو وحده:** يتبين من النتائج أن مواقع الصحف الالكترونية مجال الدراسة تستخدم الفيديو فقط بأعلى مستويات الاستخدام، حيث مثل نسبة 60.86 % أي ما يعادل 154 فيديو من 253 فيديو بشتى أنواعه، حيث تعتمد المواقع ملفات فيديو في صيغ مربعات بها صورة كاميرا يمكن تشغيلها بسهولة من قبل المتصفح، وقد أدرجته في أخبارها لما له من مميزات في نقل الحدث كما هو بالصوت والصورة المتحركة، وقد يضاف للفيديو تأثيرات صوتية أخرى مصاحبة لمقاطع الفيديو كأن يكون صوت المراسل أو المقدم أو المذيع، ليشرح أو يعلق على موضوع الفيديو، والفيديو وسيلة جذب للمتلقي تشكل له نسبة كبيرة من المصداقية، لذا يكون من الضروري للمواقع الالكترونية أن تستخدم هذه الوساطة، لاسيما أن وسائل وبرامج تطويعها على شبكة الانترنت متاحة لتغذية الموقع وتحميله بمقاطع الفيديو، مأخوذة من المواقع الالكترونية الأخرى، أو من الفضائيات أو حتى من الهواة وتستعمل الصحف الالكترونية الثلاث الشروق أون لاين والنهار أون لاين والخبر أون لاين الفيديو مع كافة المواضيع والأنواع الصحفية سواء بتوزيعها على الصفحة ملحقة بأخبار، أو على شكل شريط



يتضمن فقط فيديوهات، وإذا ضغطنا على أيقونة الفهرس في أعلى الصفحة نجد قسم مخصص فقط للفيديو يسمى بألبوم الصور.

**2 - فيديو مع نص:** ويقصد به فيديو بالصوت والصورة المتحركة لخبر أو حدث يرافقه نص لعنوان أو ملخص يستدل من خلاله الزائر عن مضمون الفيديو لمشاهدته إذا رغب، ويقدر استعماله في هذه الدراسة بـ 18.97 % أي بواقع تكرار 48 فيديو، احتلت فيها الشروق أون لاين المرتبة الأولى بنسبة 47.91 %، ويشترط في هذا النوع من الفيديوهات عدم تكرار المعلومة بين النص والفيديو، حيث يضيف الفيديو المعلومات غير المتوفرة في النص.

**3 - فيديو مع شريط صوري (video with image bar):** حيث يستخدم في مواقع الصحف الإلكترونية مجال الدراسة بنسبة 9.88 %، وهي نسبة ضئيلة مثلت في شريط صوري لمجموعة ملفات فيديو، يتحرك الشريط أفقياً من خلال تدخل المستخدم بالنقر على الماوس على الأسهم الجانبية المرافقة للشريط، ليتسنى للزائر استعراض صور ملفات الفيديو واختيار ما يرغب بمشاهدته، ولم يكن حضور هذا النوع من الفيديوهات بشكل مستمر وثابت على صفحات المواقع في كافة الأعداد، وهذا يدل على عدم إعطاء الأهمية لمثل هذا النوع من الفيديوهات وترجيح الأنواع الأخرى عليه.

**4 - فيديو مع إعلان:** ويمثل آخر أنواع الفيديوهات بنسبة 8.30 % بمقدار 21 فيديو مع إعلان وهي نسبة ضئيلة مقارنة مع باقي أنواع الفيديوهات وجيدة بالنظر لنوع الإعلان، وهو اتجاه جديد اتجهت إليه الصحف لجلب المعلنين



جدول رقم (36) يوضح نوعية الصوت المستخدم في مواقع الصحف الالكترونية.

المجموع الكلي		الصوت مع الرسوم		صوت + نص		صوت + صورة		الصوت لوحده		الصحيفة الالكترونية الاختيارات
%	التكرار	%	التكرار	%	التكرار	%	التكرار	%	التكرار	
38.78	12	0	0	42.85	03	40.00	2	36.84	7	الشروق أون لاين
22.58	07	0	0	28.57	2	20.00	1	21.05	4	النهار أون لاين
37.78	12	0	0	28.57	2	40.00	2	42.10	8	الخبر أون لاين
100	31	0	0	22.58	07	16.12	05	61.29	19	المجموع

يؤكد الجدول أعلاه أن الصوت من أهم العناصر في الوسائط المتعددة، فالصوت والموسيقى يؤثران بشدة في العملية التفاعلية، فالصوت يشد الانتباه ويعزز النص والصورة.

**1- الصوت لوحده (التسجيل الصوتي) (sound alone):** تستعمل مواقع الصحف الالكترونية الجزائرية الصوت مع الوسائط الأخرى أو لوحده، فهو تطبيق تستخدمه المواقع في بث تسجيلات صوتية متضمنة أخبار وأحداث، أو شروحات وتحليلات حول بعض الوقائع، وقد شكل نسبة استخدامه في مواقع الدراسة المرتبة الأولى بمعدل 61.29 % بواقع 19 تسجيلا صوتيا، جاء في المركز الأول الخبر أون لاين ب 4.10 %، ثم الشروق أون لاين بمعدل 36.84 %، وأخيرا النهار أون لاين ب 21.05 %، وقد لاحظت الباحثة استخدامه في المواقع بمعدلات غير ثابتة وغير مستقرة في كافة الأعداد في شكل شريط كاسيت رمادي اللون، يفعل مباشرة بعد النقر عليه بواسطة الماوس، ومن خلال تفحصها يظهر استخدامها بنسبة عالية جدا في التسجيلات للمباريات الرياضية وتعليقات الرياضيين على المباريات.

**2- الصوت مع صورة (the sound with the picture):** وقد سجل حضورا معتبرا هو الآخر على مواقع الصحف الالكترونية الجزائرية وبمستوى غير ثابت في الأعداد، حيث بلغ معدل استعماله 16.12 % بواقع 5 تسجيلا صوتية، مثله موقع الخبر أون لاين والشروق أون لاين بالمرتبة الأولى بنسبة 40 % أي ما يعادل 2 تكرارات، ورغم استعماله بنسب تكرارات ضعيفة جدا، فقدرت في



الإجمال 5 تكرارات صوتية، إلا أن مواقع الدراسة استخدمته كملفات مرفقة بالصورة الثابتة لخبر أو إعلان ليعلق بشأنها ويشرح موضوعها، وذلك لإضفاء واقعية للحدث وإضفاء جمالية لصفحة الموقع.

**3- الصوت مع النص والصورة (audio with text and image):** ولقد استخدم الصوت مرفقا مع النص والصورة الثابتة لخبر أو أي موضوع آخر يستعمل له من خلال برنامج خاص للصوت الرقمي مثل (mp3)، حيث استعمل 22.58 % أي ما يعادل 7 تسجيلات صوتية استخدمت منها صحيفة الخبر الإلكترونية والنهار الإلكترونية تسجيلين اثنين بنسبة 28.57 % لكل واحد، أما صحيفة الشروق أون لاين فمثلت الاستخدام الأعلى ب 3 تسجيلات صوتية بنسبة 42.85 %.

**4 - الصوت مع الرسوم (sound with fees):** حيث يكون صوت توضيحي أو تعليق أو شرح لرسوم توضيحية وبيانية لمؤشرات أسهم المال والاقتصاد والنشرات الجوية والبحوث، يرافق الرسوم البسيطة والديناميكية، أو أداء الصوت حوارى لرسوم كارتونية كأفلام الكرتون، وقد بحثت الباحثة في كل الأعداد واستثنائيا في هذا العنصر داخل الصفحات الداخلية، لكنه منعدم تماما، أي 0%، حيث لم تولي الصحف الإلكترونية الجزائرية اهتماما بهذا النوع من الأصوات، ونفس النتيجة توصل إليها الباحث عباس ناجي حسن في دراسته الوسائط المتعددة في الإعلام الإلكتروني-دراسة مقارنة للعربية نت - محيط راديو سوا، إذاعة العراق الحر، تلفزيون الشارقة وكالة النبأ فلم تسجل كافة المواقع الإلكترونية أي تكرار في هذا الاستخدام، كون أغلب المواقع لا تعتمد على تقنية مزج الصوت مع الرسوم (على الرغم من توفرها)، والتي تحتاج إلى تعليق وتوضيح كمؤشرات الأسهم الاقتصادية أو حالات الطقس أو مخططات ورسوم البحوث والدراسات، إذ أنها تحتاج إلى جهد فني وتقني.

وبالنسبة لعنصر الصوت إجمالاً يمكننا رصد تحولات إيجابية من ناحية التوظيف والاستخدام حيث كانت نتيجة العنصر سلبية تماما ومنعدمة في دراسة قامت بها حسينة بن رقية بعنوان "واقع الصحافة الإلكترونية الجزائرية"، حيث بينت نتائج الدراسة انعداما واضحا في استخدام المواد الصوتية ما يدل على ضعف احترافية هذه المواقع في استثمار المواد الصوتية في توثيق الأحداث وعرضها سمعيا، والاستفادة من التسجيلات الصوتية في خلق مكتبة صوتية لإثراء وتعميق مضمونها وأرشيف الصحيفة والموقع معا، رغم أنها تتميز بخصائص تجعلها أكثر سهولة في الرفع إلى أي موقع والاستفادة منها مثل:

- سهولة الإعداد باستخدام مسجلات.

- توفر تطبيقات متنوعة لمختلف المجالات الموضوعية.



- الأجهزة صغيرة الحجم سهلة النقل والتشغيل.
  - مرونتها تجعلها صالحة بمفردها أو مرتبطة ببرنامج سمعي بصري.
  - الاستتساخ سهل واقتصادي، حملها المعلومات لا يمكن للمواد المطبوعة حملها.
  - قدرتها العالية في تثبيت المعلومات في ذهن المتلقي لفترات أطول.
  - ممكن أن يستخدمها المكفوفين والأُميين بسهولة.
- وفقا لهذه التحليلات نجد أن هناك فروقات فعلية وتطورات إيجابية نحو استخدام عنصر الصوت كعنصر قوي في التأثير على الرأي العام وجلب اهتمام المستخدم، حيث كانت دراسة الباحثة بن رقية سنوات 2015-2016 ودراستنا الحالية في سنوات 2016-2017، ففي ظرف عام فقط تبدلت الأوضاع، وتحسن مستوى مواقع الصحف الالكترونية الجزائرية، وهذا ما يحتسب إيجابيا لها، وعلى مجهوداتها الفعلية في البلوغ إلى قمة الاحترافية والعالمية.



جدول رقم (37): يوضح نوعية الرسوم المستخدمة في مواقع الصحف الالكترونية.

الترتيب	المجموع الكلي		رسوم متحركة معقدة		رسوم بسيطة ثابتة		الاختيارات الصحفية الالكترونية
	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	
2	32.35	11	35.71	5	30.00	6	الشروق أون لاين
1	38.23	13	21.42	3	50.00	10	النهار أون لاين
3	29.41	10	42.85	6	20.21	4	الخبر أون لاين
	100	34	41.17	14	58.82	20	المجموع

الرسوم بأنواعها الثنائية البسيطة كالأشكال والرموز والأيقونات والأخرى المعقدة كرسوم أفلام الكارتون والرسوم الأخرى التي تضاف لها حركة بتقنية الاختفاء والظهور، وبرامج الفلاش تعد هي الأخرى من الوسائط التي تضيف للمواقع جمالية وجذب من حيث التصميم والإخراج والمتابعة، ومع هذه الميزة الإيجابية إلا أن أغلب المواقع تفتقر لها لأسباب تقنية وفنية، واستخدمت البسيط منها على صفحاتها الرئيسية وصفحاتها الأخرى كما يبينه الجدول أعلاه .

**1 - رسوم بسيطة (fee simple binary):** وهي رسومات كالرموز والأيقونات والخرائط والجداول الإحصائية والدوائر النسبية وغيرها من الرسوم البسيطة التي أصبحت معروفة للزوار والمتصفحين وقد أحصت المواقع الالكترونية الثلاث استخدامها بنسبة 58.82 % كانت النهار أون لاين في المقدمة بنسبة استخدام قدرت ب 50%، ثم تلتها الشروق أون لاين بنسبة 30 %، وبعدها الخبر أون لاين بنسبة استخدام قدرت ب 20 %، وقد سجلت الباحثة الرسوم البسيطة المستخدمة في المواقع طيلة مدة الدراسة وحصرتها في الخرائط وشعارات الأندية والأعلام، فعلى سبيل المثال نشرت الشروق موضوع بعنوان هزة أرضية ب 3.2 درجة على سلم ريشر تضرب مدينة بسكرة مزود بخريطة لموقع الزلزال، كما نشرت النهار أون لاين خبر عن تراجع في أسعار البترول يصاحبه سهم كمؤشر اقتصادي بسلم التراجع لتعميق الفهم أكثر، أما الخبر أون لاين فقد نشرت أحوال الطقس مصحوبا بخريطة الجزائر للشرح.

**2 - رسوم مركبة (معقدة):** وهي رسوم أكثر تعقيدا من البسيطة وتحتاج إلى جهد أكبر لاسيما إنما تعتمد على الحركة بشكل مستمر كأفلام الكارتون، أو استخدام الحركة (الفلاشية) من الجانب أو من الأسفل حسب ما تقتضيه الحركة للشكل أو الرسم، وبما يشد انتباه الزائر للموضوع، وقد بلغ نسبة



استخدامها في المواقع 41.17% ما يعادل 14 رسما مركبا، وقد اعتمدت في مجملها في مجال الإعلان المتحرك وباستعمال ومضات الفلاش، فمثلا إعلان الشروق أون لاین عن مشروب كوكاكولا والذي صاحبه انفتاح القارورة وخروج الغازات مع التعليق المصاحب له والذي يوحي للانتعاش.

فالرسوم المتحركة على شبكة الانترنت هي أسلوب عمل حركات خادعة عن طريق استعراض سلسلة من الصور والأشكال والنصوص المختلفة بسرعات فائقة أثناء العرض على شاشة المتصفح وتقوم برامج الرسوم المتحركة على الانترنت بعمل رسوم متحركة تخدع عين المشاهد لها، عن طريق ما يسمى بالخداع البصري، وتعتبر الرسوم المتحركة أحد تطبيقات برامج الوسائط المتعددة، وتنقسم الرسوم المتحركة من حيث استخدامها في الإعلان على الانترنت إلى نوعين هما:

**النوع الأول:** هو الرسوم المتحركة والديناميكية التي تتغير من إعلان إلى آخر، وهي خاصة بالمؤسسة الصحفية ذاتها، وذلك وفقا لنوعية الخدمات التي تقدمها المؤسسة الصحفية.

**النوع الثاني:** هو الرسوم المتحركة الثابتة التي تكون ثابتة في كل إعلان من إعلانات الشركات على الانترنت، وهي التي تميز شخصيتها.

وقد عرضت مواقع الصحف الإلكترونية الجزائرية الشروق أون لاین والنهار أون لاین خلال فترة تحليلنا الإعلانات الرقمية العلوية في إعلانات رسومية وصور متحركة جذابة، في أعلى الواجهة تعرض اسم الشركة وشعارها، وتحتوي على مواد ترويجية تظهر فيها صور بكتابات مرحبة بالمستخدم وتقدم له المعلومات.



جدول رقم (38): يوضح المقارنة بين أكثر الوسائط المتعددة استخداما في مواقع الصحف الإلكترونية مجال الدراسة

الوسائط المتعددة الموقع الإلكتروني	النص		الصورة		الفيديو		الصوت	
	التكرار	%	التكرار	%	التكرار	%	التكرار	%
الشروق أون لاين	1440	33.32	975	31.04	120	47.43	12	38.70
النهار أون لاين	1432	33.14	1006	32.02	76	30.03	7	22.58
الخبر أون لاين	1449	33.53	1160	36.94	57	22.52	12	38.70
المجموع	4321	55.53	3141	40.37	253	3.25	31	0.39

تكنولوجيا الوسائط المتعددة هي أرقى أنواع التكنولوجيا التي تم فيها المزج بين الثقافة المرئية والمسموعة والمقروءة في شكل جذاب، يحقق لمتصفح المستخدم للانترنت التكاملية في عرض النصوص والإعلانات من خلال استخدام عناصر الموسيقى والحركة والفيديو، وتستهدف الوسائط المتعددة المساعدة في إيضاح المعاني، وتقوم على دمج النصوص والرسوم والصور الثابتة والمتحركة بالأصوات والتأثيرات المختلفة لتوصيل الأفكار والمعاني، ويرى gibbs أنه "يمكن للوسائط المتعددة وبفضل ما تتوفر عليه من سمات تحسين الاتصال وإثراء المواد المقدمة عبرها" (باية سيفون: 2016: 321).

وقد أسهمت الوسائط المتعددة بتوفير بيئة متميزة تساعد مستخدمي الانترنت على اكتساب المهارات والخبرات المعرفية، كما ساعدت الجمهور للتفاعل مع النصوص الجامدة من خلال تضمين النصوص لقطات مسموعة ومرئية، وصورا ورسومات كاريكاتورية، ومن خلال العناصر البنائية السابقة المكونة لعمل الصحيفة الإلكترونية .

يمكننا القول أن الصحف الإلكترونية الجزائرية من الشروق أون لاين والنهار أون لاين والخبر أون لاين تستخدم الوسائط المتعددة بنسب متوسطة ومتفاوتة حسب العناصر، يتصدرها النص في أعلى مستويات ونسب الاستخدام والتوظيف، حيث مثل 55.53 % من استخدامات المواقع بواقع 4321 تكرار من 7780 تكرار للوسائط المتعددة، احتل فيها الخبر أون لاين المرتبة الأولى بنسبة 33.35 % ثم مواقع الشروق أون لاين والنهار أون لاين بنسب 33.32 %، و 33.14 % على التوالي.



-المرتبة الثانية: كانت لعنصر الصورة، حيث بلغت نسبة 40.37 % أي ما يعادل 141 تكرار، وقد جاءت صحيفة الخبر أون لاين في المرتبة الأولى بنسبة 36.94 %، ثم النهار أون لاين بنسبة 32.02 %، وأخيرا الشروق أون لاين بنسبة 31.04 %.

- المرتبة الثالثة: مثلها عنصر الفيديو بنسبة 3.25 % أي ما يعادل 253 فيديو توزعت على النحو التالي: 120 فيديو للشروق أون لاين أي ما يعادل 47.43 %، النهار أون لاين ب 76 فيديو ما يعادل 30.03 %، وأخيرا الخبر أون لاين ب 57 فيديو أي 22.52 %.

-المرتبة الرابعة: هي خاصة بالرسوم الثابتة والمتحركة، وقد بلغ نسبتها 0.43 % أي 34 رسما توزعت بين الصحف الإلكترونية على النحو التالي: النهار أون لاين ب 38.23 % أي 13 تكرار الشروق أون لاين ب 32.35 %، وأخيرا الخبر أون لاين ب 29.41 % أي 10 تكرارات.

-المرتبة الخامسة والأخيرة: الصوت حيث كانت نسب الاستخدام بين مواقع الصحف الإلكترونية مقدرة ب 0.39 % أي 31 تسجيلا صوتيا، انقسمت كالتالي: 12 تسجيلا بنسبة 38.70 % لكل من الشروق أون لاين والخبر أون لاين، و تسجيلات صوتية بنسبة 22.58 % للنهار أون لاين.

ويتجلى استخدام الوسائط المتعددة في المواقع الإعلامية مجال الدراسة على نظام معلوماتي متكامل، يتيح للمستخدم الاستفادة من مادتها المعروضة ومن مادتها الأرشيفية ومن الإمكانيات الصوتية والمصورة، فهي عبارة عن خليط من الوسائط المتعددة، إذ لا تعتمد على النص فقط ولا على الصورة فقط ولا على الفيديو والرسوم والصوت فقط. بل تهتم بالاستخدام المتناسق لميزات كل وسيط. غير أنها غلبت عنصر النص على باقي العناصر الأخرى، فكما يقائل أن النص هو مالك المحتوى "text the king of content"، وهناك عدة أسباب لذلك تتمثل في:

- أن النص هو الخطوة الأولى في كل تكنولوجيا جديدة، فكما نعلم أن مواقع الصحف الإلكترونية مجال الدراسة أول ما بدأت كانت عبارة عن نسخة الكترونية للشكل المطبوع، التي تعتمد على النص في إثراء محتوياتها، وتقديم موادها إلى القارئ.

- محتوى النص سهل وبسيط ومعظم مشروعات الوسائط المتعددة تستخدم النص في توصيل الأفكار والمعلومات.

- النص يظهر على هيئة فقرات منتظمة على الشاشة أو عناوين للأجزاء الرئيسية أو لتعريف المستخدم بأهداف البرنامج في صياغات متفردة، أو لإعطاء إرشادات وتوجيهات للمستخدم.

- سهولة التعامل مع النص المكتوب، ويتم التعامل معه بحركة واحدة من المستخدم عن طريق الضغط على الماوس مثلا، أو الضغط على مفتاح من مفاتيح لوحة التحكم، فالنص من منظور العملية التعليمية هو المادة التعليمية التي تعرض على المتعلم بشكل مطبوع، ويتم نقلها إلى الحاسوب بأشكال أكثر تشويقا.



وهناك سؤال يطرح نفسه بقوة، ويتبادر إلى الذهن بعد استعراض جميع عناصر الوسائط المتعددة: هل يشترط أن تتواجد جميع هذه العناصر في برامج الوسائط المتعددة ؟ .

مما لا شك فيه أن التعدد يتطلب وجود حد أدنى من هذه العناصر، وعليه لا يشترط أن تتواجد جميع هذه العناصر في برامج الوسائط المتعددة، فإن الحد الأدنى الذي يمكن ان يستخدم لعرض أي محتوى يجب أن لا يقل عن عنصرين، وهناك من يرى أن عدد العناصر يمكن أن يصل إلى ثلاثة عناصر، على مفهوم أن التعددية في البرامج تعني أن لا يقل عدد العناصر عن ثلاثة عناصر، فلقد أصبح لتكنولوجيا الوسائط المتعددة دورا كبيرا في إحداث تغييرات فكرية وإيديولوجية عبر تناقل وتصدير المعلومات المتمثلة في الأخبار والأفكار في أكثر من وسيلة وشكل، وهذا هو سر جاذبية المواقع الالكترونية الصحفية.

وترى الباحثة أن الوسائط المتعددة أضحت محور العملية الاتصالية بكاملها وفق لما سبق سرده عن مفهومها وخصائص ووظائف عناصرها، فهي ترتبط بالصحف الالكترونية، وهذا البحث يعتمد على نظرتي الاستخدامات والإشباع وتبني ونشر المبتكرات، وإمكانية تطويعهما لتوظيف تكنولوجيا الوسائط المتعددة والاستفادة منها في مواقع الصحف الالكترونية، وعليه يمكن ترجمة وبلورة مفهوم الوسائط المتعددة في الصحف الالكترونية في "جميع تقنيات النص والصورة والفيديو والرسوم والصوت التي يستعين بها الكادر الصحفي في أداء عمله في ظل المرحلة التي يعيشها العالم الآن وهي مرحلة جديدة تقوم فيها تكنولوجيا الاتصال والمعلومات بدور مهم ومؤثر في المجالات كافة، إذ تغيرت كل أنماط العمل متغيرة إلى الرقمية الكاملة وتعددية الوسائط والتفاعلية، ويتم التعامل مع الوسائط المتعددة باعتبارها نقطة الوصل بين المرسل والمستقبل إلى إن وصل إلى مرحلة الاندماج".



جدول رقم(39): يوضح خطوات إعداد النص المكتوب للوسائط المتعددة في مواقع الصحف الالكترونية مجال الدراسة

المجموع الكلي		الخبر أون لاين	النهار أون لاين	الشروق أون لاين	الموقع الالكتروني	
النسبة	التكرار				الاختيارات	
100	3	1	1	1	صفحة اللغة المستخدمة في النصوص	مقرئية النص
100	3	1	1	1	الكلمات واضحة وسهلة القراءة	
100	3	1	1	1	الانسياب السهل في لغة الكتابة	
<b>100</b>	<b>9</b>	<b>3</b>	<b>3</b>	<b>3</b>	<b>المجموع الجزئي</b>	
100	3	1	1	1	الكتابة بصيغة الفعل المباشر	نمط الكتابة
100	3	1	1	1	تبني صيغة المحادثة	
66.66	2	1	×	1	استخدام صيغة المتحدث الفردى	
100	3	1	1	1	تديد أروقة الدخول للنص (عناوين، مقدمات)	
100	3	1	1	1	كتابة النص قبل الصورة	
<b>93.33</b>	<b>14</b>	<b>5</b>	<b>4</b>	<b>5</b>	<b>المجموع الجزئي</b>	
0	0	×	×	×	استخدام خط واحد في الموقع	الخطوط
100	3	1	1	1	استخدام أحجام مختلفة من الخطوط في الموقع	
100	3	1	1	1	تمييز العناوين عن طريق حجم الخط	
<b>66.66</b>	<b>6</b>	<b>2</b>	<b>2</b>	<b>2</b>	<b>المجموع الجزئي</b>	
<b>87.87</b>	<b>29</b>	<b>10</b>	<b>09</b>	<b>10</b>	<b>المجموع الكلي</b>	

دفعت مزايا الوسائط المتعددة إلى انتشار استخدامها في الصحافة الالكترونية والمواقع الالكترونية بأنواعها المختلفة، لاسيما في ظل التنافس الذي ميز البدايات الأولى للصحافة الالكترونية، لكن هذا الانتشار صادف مشكلات عديدة أهمها العثور على المحرر الصحفي وبالأحرى الإعلامي القادر على



ترك القواعد التقليدية للعمل، وتبني طرقا جديدة في التفكير والتحرير، بما يشمل ذلك إشراك الصوت والصورة في إنتاج القصص الإخبارية.

والنص كما اتضح في الجداول السابقة يعد أكثر العناصر اعتمادا من طرف الصحف الإلكترونية الجزائرية: الشروق أون لاين، النهار أون لاين، الخبر أون لاين، فهو أكثر الوسائط فاعلية في الاتصال، لما له من قدرة على البقاء لفترة طويلة داخل الرسالة، ولا يشغل حيزا كبيرا في التصميم وعملية القراءة والكتابة، والنص يتحدث مع الجميع تقريبا حتى الصم البكم، كما أنه يطلق عنان المتلقي للتفسير والخيال، فمعظم مشروعات الوسائط المتعددة تنطلق منه، لأنه الطريقة المؤثرة والسريعة في توصيل الأفكار والمعلومات، ونظرا لأهميته الكبيرة فإن نتائج الجدول تشير إلى اهتمام الصحف الإلكترونية عينة الدراسة بعنصر النص وإعداده وفق ضوابط ومعايير دقيقة، حيث بلغت نسبة احترام معايير تصميم النص فيها نسبة 87.87%.

ويضم النص في العمل الصحفي العناوين والمتون، والتي تنقسم بدورها إلى مقدمات وجسم وأحيانا خاتمة، ولكل نوع من هذه الأنواع قواعد تحكم حركته داخل الصفحة تعرف بالانقرائية *readability* والتي تهدف إلى تقديم شكل يريح القارئ بصريا ونفسيا، وذلك تحقيقا للتوافق بين الشكل والمضمون وتقلل القارئ في يسر وسهولة أثناء القراءة حتى آخر النص، حيث يتضح من خلال:

✓ **معيار مقروئية النص:** أن الصحف الإلكترونية الثلاثة مجال الدراسة حققت نسبة كاملة بـ

100% وذلك من خلال:

- صحة اللغة المستعملة.
- الكلمات واضحة وسهلة القراءة.
- الانسياب السهل في لغة الكتابة.

حيث أن المستخدم بإمكانه فهم المقصود مباشرة وبكل بساطة ووضوح.

✓ **معيار نمط الكتابة:** هو الآخر سجلت فيه الصحف الإلكترونية مجال الدراسة نسبة 100%

حيث أنها وفقت بدرجة كلية في كل ما يعني لغة الكتابة للانترنت، وذلك من خلال:

- الكتابة بصيغة الفعل المباشر.
- تبني صيغة المحادثة.
- استخدام صيغة المتحدث الفردي.
- تحديد أروقة الدخول للنص: عناوين، مقدمات...



- كتابة النص قبل الصورة.

✓ **معيار الخطوط** : فقد حققت الصحف الالكترونية الجزائرية الشروق أون لاين، النهار أون لاين، الخبر أون لاين في معيار الخطوط نسبة 66.66%، وهي نسبة هامة تبين مراعاة اختيار الخطوط في هذه الصحف من حيث:

- استخدام أحجام مختلفة من الخطوط في الموقع.

- تميز العناوين عن طريق حجم الخط.

ويثار جدل فكري كبير حول تأثير الكتابة الالكترونية على الكتابة الصحفية بصفة عامة والأنواع الصحفية بشكل خاص، فبعض الباحثين يعتقدون أن الكتابة الصحفية ظلت محتفظة بجوهرها بغض النظر عن العامل أو الأداة أو الوسيط الذي تظهر فيه (صحافة مطبوعة، إذاعة، تلفزيون أو انترنت) والبعض الآخر يعتقد أن التكنولوجيا الحديثة أحدثت نقلا كبيرا في وسائل الاتصال الجماهيري ومجالاته، إذ أزيلت الحدود الفاصلة بين الأخبار والتجارة والإعلان، وبهذا استعدت صياغة جديدة لأشكال التعبير الصحفي، في حين يرى جوناثان دوب ناشر موقع (cyperjournalist) أن "الكتابة الالكترونية هي مزج بين كتابة الصحافة المطبوعة والكتابة الإذاعية والتلفزيونية، ويؤكد أن أسلوب الكتابة الموجزة والبسيطة الذي يفضله الإذاعيون يسهل قراءة واستيعاب الكتابة الالكترونية ويقول: "أن العديد من المواقع الالكترونية تتجاهل القواعد الأساسية للكتابة الجيدة، ويشير أيضا إلى أن استخدام العبارات البسيطة وكأن المستخدم في حديث هو أمر جيد، إلا أن القواعد اللغوية والنهجية مازالت مهمة، وبما أن مواقع الأخبار الالكترونية تميل إلى تقديم خيارات عديدة للقراءة، فإن على الكتاب أن يتجنبوا تأخير الإشارة إلى جوهر الخبر، ويتفادوا القفزات الافتتاحية التي تؤدي قصة طريفة دون الإشارة بسرعة إلى محتوى القصة الخبرية، ويجب أن تقدم الجملة الافتتاحية ما يقنع القارئ على مواصلة القراءة" (جليلة عبد الله خلف: 2014، 221).

ويمكن تقسيم القصة الإخبارية إلى مقاطع ما بها روابط تشعبية (Hypertexts) تقوم بعمليات التفسير وتقديم الخلفيات، وتوفر سياق معلوماتي مميز يعطي رؤية أوسع وأشمل يستجيب على الفور وبصورة مباشرة للكاتب أو المحرر عن طريق الرسائل الالكترونية، أو حتى إجراء محادثة حية. فالصحف الالكترونية منها الشروق أون لاين، النهار أون لاين، الخبر أون لاين توفر مساحات للقراء لتقديم آراءهم وملاحظاتهم، لكي يقرأ الآخرون ما كتبوه ويردوا عليهم، فقراء الانترنت يقومون بقراءة الخبر في مستويات، بعضهم يريدون الموجز فقط وآخرون يريدون تفاصيل أكثر، ثم يكتب الخبر



كاملا، فنجد الجمل والفقرات قصيرة إذ يميل القراء للتصفح أكثر من ميلهم إلى القراءة العميقة، لذا فالأخبار القصيرة هي جزء مهم وأساسي من الموضوعات الإخبارية.

وقد لاحظت الباحثة أن نمط الكتابة في المواقع الصحفية يخضع لمفهوم التحرير الإلكتروني (e-editing)، حيث يسود نوع من التجريب لأشكال عديدة في كتابة الأخبار والتقارير، فضلا عن أساليب الصياغة وأساليب المزج بين الصوت والصورة والوسائط المتعددة، وفي هذا الإطار استخدم قابل الهرم المعكوس على أساس أنه يسهل عملية مسح النص بالنسبة للقارئ، وقد شاع هذا الشكل في الأخبار الجادة، كما ظهر القالب السردى في تقديم أخبار الحوادث، وأحيانا أسلوب طرح الأسئلة في مقدمة الخبر، وأنموذج آخر يعتمد على تقديم مقدمة مختصرة تستخدم بخط أكبر من باقي النص. وتكون قابلة للنقر لمن يرغب في قراءة المادة الخبرية، وأحيانا تتوفر على وصلات مفتوحة أسفل المقدمة للانتقال إلى قصة خبرية أخرى تدور حول الموضوع نفسه.

وعلى الرغم من أن النص مازال قلب الأخبار على الخط المباشر شريطة عدم استعماله لوحده إلا أننا نتساءل: هل كل هذه التجديدات التي يعرفها الفضاء الصحفي؟، هل يمكن مواصلة الأخذ بالقواعد نفسها في كتابة نصوص الأخبار وتقديمها للقارئ، أم أن الأمر يقتضى التفكير في صيغ وقواعد لصيغ تحريرية صحفية جديدة.

ونفس النتيجة توصل إليها الباحث هاشم عبد الله خاتم في بحث له حول كفايات الوسائط المتعددة لاختصاصي الاتصال، حيث وصل إلى وضع قواعد عامة في استخدام النصوص للوسائط المتعددة كالتالي:

1 - الاختيار: النص ينقل ويوصل المعلومات بفاعلية عالية مقارنة بالوسائل الأخرى، ولذلك فهو يستخدم لعرض المفاهيم الحقيقية والمجردة لتعريف الأيقونات الجديدة المهام.

2 - الاختصار: قراءة كمية كبيرة من النص في شاشة الحاسوب يجهد المستخدم، ولذلك لابد من حذف الكلمات التي لا حاجة لها، وأن نختار الكلمات بعناية.

3 - المقروئية: لجعل النص مقروءا نترك مسافات خالية ولا نجعل الشاشة مزدحمة بالنص، ومن ثم يتم إجراء تجارب لمعرفة درجة وضوح النص المختار، وتستخدم النصوص القابلة للتنعيم anti-aliased من أجل مظهر نظيف واحترافي، ويجعل النص منسجما مع الخلفية عن طريق الاختيار الملاءم للون النص ولون الخلفية، وتحاشي الخطوط الصغيرة على الخلفيات غير الملاءم، لأنها تجعل



الحروف مظلمة، ويحدد عدد أنواع الحروف المستخدمة في العرض لأن كثرة الحروف تزعج المستخدم.

4 - الثبات: أن يكون مظهر العرض متناسبا مع الغرض من البرنامج هل هو مهني؟ رسمي؟، أو فكاهي؟، فتنوع حجم الخط يعكس درجة أهمية المعلومات.

5 - الحذر: مراجعة الأخطاء الإملائية واللغوية وتحاشي السرقات الأدبية.

6 - الاحترام: تحاشي اللغة التي تحمل معاني التمييز العرقي والجنسي والتقليل من استخدام النصوص المتحركة، لأن كثرتها تؤدي الى ازعاج وتشثيت المستخدم عن معنى ورسالة النص.

7 - التفاعلية: وهي مصدر قوة الوسائط المتعددة، فعليه يتم إشراك المستخدم في التفاعل مع النص باستخدام الوصلات الفائقة لربط الكلمات مع المعاني .

وقد كانت النتيجة المتوصل إليها من طرف الباحث صالح بن زيد بن صالح العنزى مختلفة عن نتيجة دراستنا، حيث أكد عدم عناية الصحف الإلكترونية السعودية بمتطلبات التحرير للانترنت، حيث اتسمت المواد المنشورة فيها بطول العناوين والمتون، وذلك راجع لعمل هذه الصحف على نشر جميع محتويات النسخ المطبوعة من هذه الصحف، وهو أمر لا يتناسب مع الطبعة الخاصة بالانترنت، التي تؤكد أدبياتها النظرية على ضرورة اتسام المواد المنشورة فيها بقصر العناوين، واختصار المتون مع امكانية وضع روابط أو نصوص تشعبية لنقل المستخدم إلى تفاصيل المتون.

جدول رقم (40): يوضح نوع النص المعتمد من طرف مواقع الصحف الإلكترونية مجال الدراسة.

الموقع الإلكتروني		الشروق أون لاين		النهار أون لاين		الخبر أون لاين		المجموع الكلي	
الاختيارات	النص عادي	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار
		85.83	1236	83.51	1196	95.30	1381	88.24	3813
		14.16	204	16.48	236	4.69	68	11.75	508
		100	1440	100	1432	100	1449	100	4321

يوضح الجدول أعلاه اعتماد الصحف الإلكترونية الجزائرية على النص بنوعيه العادي والمتشعب مع أفضلية الاستخدام للنص العادي بـ 88.24% أي بواقع 3813 أما النص المتشعب فبلغ نسبة استخدامه 11.75% بواقع تكرار 508.

ويتضح جليا أن هناك فارق كبير بين النوعين، وهذا راجع لكون الصحف الإلكترونية الجزائرية تعد نسخا الكترونية للنسخ الورقية، إضافة إلى ما تم التوصل إليه في البحث بخصوص الروابط والوصلات إذ اتضح نقص الاعتماد عليها بصفة كبيرة ووجود روابط وأيقونات لا تعمل، فبالرغم من تعدد أقسام الصحف وموضوعاتها في شتى المجالات، إلا أنها لم توفر روابط المعلومة الداعمة supporting information link ضمن محتوى الموضوعات، التي تربط المصطلحات العلمية أو السياسية أو الاقتصادية أو الاجتماعية الواردة في المقالات والنصوص بمواقع موسوعات وقواميس ومعاجم تحتوي على معنى المصطلح وتوفير شرح موجز لها.

حيث يعد الربط الديناميكي غير الخطي للمواد الصحفية سواء كانت نصوصها مكتوبة أو نص وصوت وصورة مع وثائق أخرى، أحد أهم مميزات الصحافة الإلكترونية، فالهايبرتكست تقنية تهدف إلى توفير الوسائل للويب أو تكامل الوثائق ذات العلاقة بموضوع معين، ربما يتيح للقارئ التجول في مجال متعدد الأبعاد بعكس النظم التقليدية أي الخط العادي، ويقدم أسلوب بحث يحاكي فيه عمليات التفكير لدى الإنسان، فالإنسان لا يفكر بقواعد التصنيف، وإنما يعتمد وسائل الربط بين النصوص والأفكار وبين المعلومات والصور.

وإذا نظرنا إلى الصحف الإلكترونية عينة الدراسة في ضوء مزايا الهيبرتكست وما تنتجه من حرية للقارئ، وإمكانية معرفة المزيد من المعلومات والربط بين الموضوعات والكشف عن خلفية الأحداث. فقد لاحظت الباحثة قلة استخدام هذه التقنية والتي يمكن أن نقول عنها منعدمة، فالأخبار والتقارير



والمقالات لا تتوفر فيها روابط، كما أن الروابط والعقد الموضوعية داخل النص والتي توضح أو تقدم معلومات أو صور عن شخص أو حدث أو مفهوم معين جد ناقصة، وهي خدمات ومزايا بدت مستقرة وجد شائعة في الصحافة الإلكترونية والمواقع الإخبارية العالمية مثل نيويورك تايمز والبوابات الإلكترونية العامة مثل ياهو Yahoo وMSN، وقد شرعت بعض المواقع الإخبارية العربية في استخدامها مثل موقع الجزيرة نت .

أما ما تتوفر عليه الصحف عينة الدراسة ويشكل منتظم فهي الوصلات والروابط الخارجية التي تتميز بالتنظيم والوحدة الموضوعية، إذ تظهر قائمة من الوصلات والروابط في الصفحات الرئيسية (Home page) لكل قسم، وتظهر هذه الوصلات وفق تصنيف يساعد القارئ على تصفح وقراءة المواد الصحفية والإخبارية.



جدول رقم(41): يوضح عيوب اختيار الخط في الوسائط المتعددة في مواقع الصحف الإلكترونية  
مجال الدراسة

المجموع الكلي		الخبر أون لاین		النهار أون لاین		الشروق أونلاين		الموقع الإلكتروني
النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	الاختيارات
55.97	75	42.85	15	64.28	36	55.80	24	الإسراف في أنواع العناوين على الصفحة
8.20	11	5.71	2	8.92	5	9.30	4	التنوع في شكل العنوان الواحد
10.44	14	11.42	4	10.71	6	9.30	4	كتابة العناوين بنفس خط المحتوى
17.16	23	28.57	10	10.71	6	16.27	7	إنهاء العنوان بعلامات الوقف
8.20	11	11.42	4	5.35	3	9.30	4	كسر الوحدة البصرية للنص
100	134	26.11	35	41.79	56	32.08	43	المجموع

يبدو واضحا من خلال نتائج الجدول أن هناك أخطاء وقعت فيها مواقع الصحف الإلكترونية الجزائرية عينة الدراسة أثناء اختيارها لأنواع الخطوط في الكتابة، والتي جاءت مرتبة حسب درجة الخطأ كالتالي:

- الإسراف في أنواع العناوين على الصفحة: وقد جاء في المرتبة الأولى بنسبة 55.97% احتل فيه موقع صحيفة النهار أون لاین المرتبة الأولى بنسبة 64.28%، تليها صحيفة الشروق أون لاین بنسبة 55.81%، وأخيرا الخبر أون لاین بنسبة 42.85%.
- إنهاء العنوان بعلامات الوقف: جاء في المرتبة الثانية بمعدل 17.16% مثلتها الخبر أون لاین بنسبة 28.57%، ثم الشروق أون لاین والنهار أون لاین بنسبة 16.27% و 10.71% على التوالي.
- كتابة العناوين بنفس خط المحتوى: جاء في المرتبة الثالثة بنسبة 10.44% الخبر أون لاین في مقدمة الصحف بنسبة 11.42%، ثم النهار أون لاین بنسبة 10.71% وأخيرا الشروق أون لاین بنسبة 9.30% .
- وأخيرا التنوع في شكل العنوان الواحد وكسر الوحدة البصرية للنص بنسبة 8.20% اختلفت فيها الرتب بين الصحف عينة الدراسة.



وعلى الإجمال فإن عيوب اختيار الخط قد بلغت نسبة كبيرة في صحيفة النهار أون لاين بنسبة 41.79%، تلتها الشروق أون لاين بنسبة 32.08%، وأخيرا الخبر أون لاين بنسبة 26.11%. ويرجع سبب الوقوع في هذه الأخطاء إما:

- السرعة في العمل مع عدم مراجعة المكتوب من أجل محتوى مميز سريع وفوري يحقق سبق الصحفي.

- عدم استخدام قواعد التحرير الصحفي، حيث تتضمن عمليات التحرير في الصحافة الالكترونية تقنيات تحريرية جديدة تفرضها بيئة شبكة الانترنت وعلى المحرر الصحفي ممارستها، وهذه التقنيات هي:

○ تحرير المادة الصحفية طبقا لتقنية النص الفائق Hyper text.

○ تحرير المادة الصحفية طبقا لتقنية الوسائط المتعددة multimedia.

○ تحرير المادة الصحفية طبقا لتقنيات التفاعلية interactivity.

○ النشاط في عملية التحكم.

- عدم امتلاك الصحفيين لمهارات الكتابة للصحافة الالكترونية بسبب عدم التكوين والتدريب على ذلك، إذ نجد تصوران جديان يحكمان الكتابة والتحرير للصحافة الالكترونية:

- **التصور الأول: WED ( writing, editing, design )** وقد قدم هذا التصور معهد poyuter

كتصور جديد للتحرير الصحفي، يؤكد على الدمج ما بين الكتابة والتحرير والتصميم كضرورة لابد منها لإنتاج المواد الإعلامية، وكلما زاد التكامل والاندماج بين هذه العناصر الثلاثة كلما ساعد ذلك في الحصول على إصدارات فورية مبتكرة ومتميزة، علما بأن الكتابة الفورية الصحفية تعتمد تماما على التعاون بين فريق متكامل يتكون من المحرر والمصمم ومتخصصي الوسائط المتعددة، وهذا ما لم تجده الباحثة أثناء تواجدها بمقر الصحف مجال الدراسة، أين يعتمد كل صحفي على نفسه في الإعداد والإنتاج والإخراج، وعدم وجود متخصصين في الوسائط المتعددة .

**التصور الثاني:** مفهوم الكتابة الإجرائية (procedural authorship) يعبر مفهوم الكتابة الإجرائية عن مفهوم جديد للكتابة وبناء المعلومات في بيئة شبكة الانترنت، وتتطلب من الكاتب مهارة التعامل مع بيئة الاتصال الجديدة، والتي تتنوع عناصرها، ومهارة ربط هذه العناصر والجمع بينها لتكوين شكل جديد للكتابة مستفيدة من خصائص الإعلام الرقمي(نهى جعفر سر الختم: 2014، 58).



- كثرة المواضيع والأخبار والمعلومات، وتزايد وتيرة الأحداث وتحديثها باستمرار، فعنصر الانترنت هو عصر السرعة، فليس هناك توقيات نهائية لتقديم المادة الصحفية (deadlines) والصحفي مضطر على العمل 24 مقابل 24 ساعة، وما ينتج عنه من تعب وتراكم الضغوطات.

- أصبح الصحفي في الصحافة الإلكترونية أكثر شمولية وتعددت مهامه، فإلى جانب وظيفته الأساسية في كتابة المادة الصحفية، عليه أيضا تعلم فنون وظيفته الأساسية في كتابة المادة الصحفية، عليه أيضا تعلم فنون الإذاعة وتقديم البرامج وصناعة الأفلام.

وإذا أردنا التفصيل أكثر فإننا نجد أن حروف المتون من العناصر التيبوغرافية الأساسية، فهي القالب الشكلي الذي ينقل المضمون إلى القارئ، وقد اكتسبت العناصر التيبوغرافية معناها من الحروف أ - **نوع الخط:** لقد وفرت تكنولوجيا الانترنت مجموعة من الخطوط، إلا أننا نجدهم يفضلون خطوطا من أنواع السيرفر في كتابة النص، وهي خطوط رقيقة وذات أحرف رفيعة، وتتميز بالتوازن بين كثافة الأحرف وقابليتها للقراءة، وقد وجدت الباحثة أن الصحف الإلكترونية الثلاث الشروق أون لاين والنهار أون لاين والخبر أون لاين يعتمدون على الخطوط ذاتها في الكتابة، حيث يستخدمون خط vardama حجم (12 نقطة) في كتابة النص، وخط arial حجم (14 نقطة) في كتابة العناوين والمقدمات للتمييز بينهما أو خط Arabic transparent بشكل أسود غامض .

ب - **حجم الخط:** يستخدم مصممو الصفحات موقع الدراسة أحجام مختلفة للخطوط، وفق قاعدة أحجام الخطوط في الصفحة، حيث يجب أن يكون حجم خط المقدمة أكبر من حجم خط المتن بمقدار نقطتين، وحجم خط العناوين أكبر من حجم المقدمة بمقدار نقطتين أيضا.

ج . **اتساع السطر:** حيث ان تحديد طول السطر له أهمية في تحديد سير القراءة فالسطور القصيرة تؤدي إلى قطع الجمل وبتنر المعاني، أما زيادة طول السطر عن المعقول فيجعل القارئ يبحث عن بداية كل سطر مما يرهقه ويضايقه، ويترتب على زيادة اتساع السطر عن طريق الشاشة العديد من المشاكل من أهمها: ظهور شريط التمرير الأفقي بعرض الشاشة، والذي يجبر زائر الموقع بتحريكه ذهابا وإيابا مع كل سطر من سطور النص، مما يجعل القراءة مرهقة للغاية، والمشكلة الأخرى أنه في حالة زيادة اتساع السطر عن طريق الشاشة مما قد يخفي جزءا من النص عند الطبع، والملاحظ على اتساع السطر في الصحف مجال الدراسة أنها تعتمد على كتابة النصوص في أسطر قصيرة، فللعين البشرية نطاق للرؤية تستطيع من خلاله أن ترى دون تحريك عضلة العين، ويحدد هذا النطاق بمقدار



ثلاث بوصات، والتزام مصمم صفحة الويب بمقدار هذا النطاق في اتساع السطر يريح عين الزائر عند قراءته للنص، ويجعل من القراءة أمرا سهلا وغير مرهق للعين، حيث أن الصحفيين في هذه الصحف يدرجون إلى تقسيم النص إلى أعمدة وترك هوامش ذات عرض مناسب بين هذه الأعمدة وذلك باستخدام الجداول، وإخفاء حدودها للوصول إلى نصوص ضيقة يسهل قراءتها وطباعتها.

**د - العناوين:** تكتب العناوين بخط عريض وسميك مميزا عن بقية أعضاء النص لتسهيل القراءة وأول ما يطالعه الزائر من الصفحة هو العنوان الرئيسي، الذي يصاغ ويوصف بدقة عالية لجذب الانتباه.

أما العناوين الفرعية الذي يتم وضعها فوق النص، فهي مرئية بصورة منطقية تناسب تسلسل الموضوع في الصفحة وأحداثه من أجل إعطاء الهيكل العام لتقسيم العناوين الفرعية تكاملا للموضوع كله، ويسهل على المتصفح الحصول على المعلومات التي يريدها بمجرد النظر إلى هذه العناوين. وفي النهاية يمكننا التأكيد على أن البساطة هي القاعدة الذهبية في اختيار الحروف، ويجب بالإضافة إلى ذلك تجنب استخدام عدة أنواع من الخطوط.



جدول رقم(42): يوضح معايير تصميم النص الفائق في مواقع الصحف الالكترونية مجال الدراسة.

المجموع الكلي		الخبر أون لاين		النهار أون لاين		الشروق أون لاين		الموقع الالكتروني
النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	الاختيارات
50.00	508	50.00	68	50.00	236	50.00	204	كثافة استخدام النص من جانب المستخدمين
50.00	508	50.00	68	50.00	236	50.00	204	تميز مكونات النص الفائق
0	0	0	0	0	0	0	0	امكانية تغيير النص الفائق لأسلوب القراءة
100	1016	100	136	100	472	100	408	المجموع

يتضح من خلال النتائج المحصل عليها في الجدول أعلاه أن نسبة احترام معايير تصميم النص غير ثابتة وغير مستقرة من حيث: الصحف الالكترونية وتوظيف الهايبرتكست، أو من حيث المؤشرات واحترامها ومدى تحقيقها، حيث تحقق كثافة استخدام النص من جانب المستخدمين في إجمالي العينة بنسبة 50% بمعدل تكرار 508.

-تميز مكونات النص الفائق بنسبة 50% كذلك وبمعدل تكرار 508، حيث فرضت تكنولوجيا الاتصال الحديثة الحاجة لقوالب جديدة في بناء هياكل المعلومات من أهمها لغة الهايبرتكست، التي تعد أداة فعالة وقوية لاكتشاف مساحات شاسعة من المعلومات والوثائق، وهي تمثل تقنية جديدة لتنظيم المعلومات النصية بطريقة غير خطية وغير تقليدية، وتوفر وسائل تسمح للمستخدم باختيار المعلومة التي يريدتها والوصول إليها بسرعة وسهولة.

فلقد حقق ما نسبته 50% في كثافة استخدام النص من طرف المستخدمين، فذلك وحسب قول جوتا دنغرنر "jutta Dengener" إن الوصلات في النص الفائق هي أسلوب جديد يجب على من يكتب للشبكة استخدامه، وهي تقدم تفسيرات جديدة للنص، ويتيح توجيه القارئ عبر النص ليخرج منه ويعود إليه، ويتم ذلك بصورة تلقائية شبيهة بعملية تقليب الأوراق في المطبوعات التقليدية بدون أن يشير الكاتب إلى القارئ بكلمات مثل قلب الصفحة أو انقر هنا"(نهى جعفر سر الختم: 2014، 59).

فتقنية النص المتشعب تتجاوز مستوى الكتابة غير الخطية (nom linear)، لأنه يبشر بعالم منفتح تنتوع نوافذ النظر فيه إلى الأحداث، فوصل الوثائق والوسائط والمواقع والصفحات بعضها ببعض يفتح آفاقا للقارئ، تمثل إليه وجهات نظر ورؤى متنوعة ومختلفة، كما أنه ساعد المحرر على وضع مادته الصحفية في إطارها الفكري والتاريخي والسياسي والثقافي والاقتصادي والاجتماعي



والفني، وذلك من خلال ربطها بالعديد من الخلفيات التي توفر معلومات تفصيلية هامة عن الموضوع في مستوى تعمقه وتخصصه، ولهذا النظام القدرة العالية على تخزين كميات هائلة من المعلومات وتحديثها واسترجاعها بسرعة وسهولة لا تقارن مع إمكانيات الوسائل التقليدية، وهو يمثل جوهر التفاعلية في شبكة الانترنت.

فالنص الفائق لأهميته يجب تمييزه من حيث حصد هذا المعيار على 50% من احترام معايير التصميم في الصحف الإلكترونية الجزائرية، وقد يتم تمييز النص الفائق إما باللون ويكون الأزرق في جميع المواقع أو عن طريق إبرازه بالتسطير من تحته أو كتابته بأسلوب خط أكثر سمكا وعمقا من باقي النص، أو يضاف إليه أيقونة صغيرة، فالنص الفائق ساعدنا على استحداث التناص (inlertextuality)، حيث انتهينا من تداخل الخبر والرأي من خلال وصل المقال الإخباري بتعليقات القراء والربط بالمدونات ومقالات الرأي.

فحسب رولاند بارث Ronald barthes فإن النص يعيد توزيع اللغة، فعملية الهدم وإعادة البناء تمثل في تحويل النصوص، وان النص نصوص متداخلة، لأن نصوصا أخرى حاضرة داخله، في مستويات متعددة، وبأشكال يمكن التعرف عليها بدرجات متفاوتة، نصوص الثقافة السابقة والثقافة المحيطة بها، إذ كل نص هو نسيج من الاقتباسات الماضية(الصادق حمامي).

فالنص المتشعب بإمكانه تغيير آلية الخطاب الصحفي الكلاسيكي من الداخل، فهي تستبدل الصوت الواحد بأصوات متعددة، حيث يذهب روبرت هيلياز بتشبيه الكتابة القائمة على النص المتشعب بتقنية التكعيب (cubism)، التي ابتكرها بيكاسو والتي حرر بفضلها الرسم من سطحية الفضاء، والذي أصبح منظورا إليه من زوايا مختلفة، هذا ما يفعله الانترنت بالتواصل لأنه يعيد تشكيل الفضاء والزمان بإدراج التعدد اللامتناهي فيه، مما يسمح بتجاوز البعد الأحادي للإعلام الكلاسيكي المنظور الواحد الذي يفرضه الخط التحريري أو استراتيجية المعلن، أي أن الكاتب الإلكتروني أصبح يستأثر بالمنظور من وجهة نظر القارئ للعالم، لأن النص المتشعب يفجر النص الواحد إلى نصوص موصولة، ويكثر من مؤلفين النص الواحد، وبهذا المعنى ينقل النص المتشعب الخطاب إلى مجال الاختلاف الذي يمثل قيمة مركزية في عالم أضحى يعاني من شأن التنوع.

وأما فيما يخص معيار امكانية تغيير النص الفائق لأسلوب القراءة، فوجدت الباحثة ضعفا في هذا المجال في الصحف عينة الدراسة، فرغم أن أهميته ترجع فيما يمكن أن يؤدي إليه من تغيير الطريقة التي نكتب بها ونقرأ بها وتتظم بها المعلومات، فهو ليس مجرد وسيلة مختلفة لعرض المعلومات فقط



بل يعزز نمطا خاصا ومطلوبا في التفكير، وهذا ما عجزت الصحف عن توفيره، فالإحالات التي تتيحها تقنية النص المتشعب ليست مجرد زخرفة شكلية واحترافية أو استعراضا للتكنولوجيا والإمكانات التي تتيحها، إنها آلية لإنتاج المعنى تعيد تشكيل النص برمته بإضافة مستويات جديدة من الدلالة توسع مجال النص إلى ما لا نهاية، بل هي تجدد كذلك التلقي عبر إعادة تشكيل فعل القراءة، إذ تسمع تقنية النص المتشعب بالحركة النشطة الإرادية للمستخدم من نص لآخر وفق مسارات لا يمكن التنبؤ بها، بتحول القراءة إلى عملية توليف فريدة لنصوص ووسائط متناثرة قد لا تكون لها علاقة بمفهوم التعرض (exposition).



جدول رقم(43): يوضح معايير اعتماد الألوان في برامج الوسائط المتعددة في مواقع الصحف الإلكترونية مجال الدراسة.

المجموع الكلي		الخبر أون لاین		النهار أون لاین		الشروق أون لاین		الموقع الإلكتروني
النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	الاختيارات
23.89	1816	18.31	524	25.46	632	29.25	660	التناسق بين استخدام الألوان ونوعية الخطوط
28.75	2185	34.07	975	29.41	730	21.27	480	اللون متناسق مع الموضوع
33.89	2576	36.21	1036	33.03	820	31.91	720	استخدام أقل من 4 ألوان في الموضوع الواحد
0.09	7	0.01	2	0	0	0.22	5	استخدام لون واحد لنوع واحد من المعلومات
10.88	827	8.77	251	9.91	246	14.62	330	التباين بين اللون و الأرضية
2.47	188	2.55	73	2.17	54	2.70	61	استخدام ألوان ملائمة في الموقع
100	7599	100	2861	100	2482	100	2256	المجموع

تعد الألوان أحد العناصر الرئيسية في تصميم الرسوم والصور للأغراض الاتصالية مثل الشرائح والأفلام الثابتة والشفافيات والرسوم المتحركة والأفلام التلفزيونية والسينمائية والرسوم الخطية، لأنها تزيد من فعاليتها وتساعد على إبراز العناصر وتميزها وتأكيدھا، أو إبراز التباين بينها، ولقد أوضحت نتائج الجدول أعلاه أن هناك تباين في مدى الاعتماد على معايير استخدام الألوان في برامج الوسائط المتعددة من طرف مواقع الصحف الإلكترونية الشروق أون لاین، النهار أون لاین والخبر أون لاین وقد رتبت المعايير على حسب أسبقيتها على النحو التالي:

حيث تم الكشف عن استخدام أكثر من 4 ألوان في الموضوع الواحد، حيث اعتمدت الصحف مجال الدراسة اللون الأسود لكتابة العناوين مع اختلاف في درجة الإيضاح بالأسود(أسود غامض أسود فاتر نوعا ما) مع خلفيات رمادية للعناوين وبيضاء في باقي الصفحة، وفي هذا الجانب يستخدم المصمم الألوان في جذب انتباه الزائر للموضوعات الأكثر أهمية في الصفحة، وعلى المصمم عدم الإكثار من عناصر التصميم ذات الأوزان الثقيلة والأكثر جذبا لنظر القارئ، فكثرة هذه العناصر تؤدي إلى إزعاج الزائر، وتشتيت انتباهه وتصرفه عن المحتوى الأساسي.

فيما كان اللون متناسق مع الموضوع ونوعية الخطوط بنسب 34.07% و 18.31% على التوالي (في المرتبة الثانية والثالثة)، فمن أهم اعتبارات اختيار الألوان نجد سياسة الصحيفة والأهداف المراد



تحقيقها في عملية الإخراج إلى جانب المواد المراد البعد عنها، والعناصر المكونة للصفحة، فمن المهم عند التصميم أن تكون الصفحة وحدة واحدة غير مجزأة في عين القارئ، حيث يؤكد القائمون على الصفحة الإلكترونية أثناء تواجد الباحثة في المقرات أن اللون بصمة الصحيفة الخاصة التي يميزها عن باقي الصحف، ويرى البعض أن المهم إجراء العديد الاختيارات البصرية عن تصميم الصفحة ليكون بمقدور المصمم أن يحكم فيما إذا كان مستوى الاتساق بين الخلفية والألوان في الصفحة متوفرا لأن الهدف الرئيسي والمقصود من أي عملية إعلامية واتصالية لفت انتباه المستخدم، وتسجيل عهد وفاء معه، وذلك عن طريق المعلومة الجيدة مع الشكل المميز المريح.

وقد استنتجت الباحثة من خلال تتبعها لعينة الدراسة طيلة فترة التحليل فيما يخص الألوان غياب معيار تحكم المستخدم في درجة الألوان، وهو شرط ضروري، وذلك عن طريق إعدادات متصفح المستخدم، فكلما كان التصميم مرنا كان يوسع جميع المستخدمين التعامل بكل حرية، ولذا يجب الاعتماد على الألوان التي لا تتوافر في بعض المتصفحات القديمة.

ويجب التنويه في الأخير إلى أن الألوان هي عامل جذب وفي نفس الوقت عامل نفر وإبعاد، لأنها تعطي إحساسا بالحياة للصحيفة، وتقرب المفاهيم من الواقع عن طريق إثارة الخيال الإنساني، لكن استعمالها يجب أن يكون عقلائي حتى لا يخرج الموقع عن هدفه فيصبح ذو منظر مشتت مبهرج فوضوي يوحي على السخرية والتسلية، وفي هذا الجانب نجد أن الصحف عينة الدراسة قد كان استخدامها للألوان بصفة عقلانية.



جدول رقم(44): يوضح هدف مواقع الصحف الإلكترونية مجال الدراسة من توزيع الألوان على الصفحات.

المجموع الكلي		الخبر أون لاين		النهار أون لاين		الشروق أون لاين		الموقع الإلكتروني
النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	الاختيارات
14.24	898	14.40	304	13.80	284	14.51	310	التمييز بين العناصر المختلفة باستخدام لون مميز لكل فئة
13.12	827	11.89	251	11.95	246	15.45	330	الربط بين العناصر المختلفة باستخدام لون موحد
68.13	4294	68.38	1443	59.56	1431	66.51	1420	تحقيق التباين بين العناصر الموجودة في الصحيفة
4.49	283	5.30	112	4.66	96	3.51	75	لفت نظر القارئ إلى بعض الوحدات
100	6302	100	2110	100	2057	100	2135	المجموع

يبرز الجدول حول هدف مواقع الصحف الإلكترونية من توزيع الألوان، إلى أن الهدف الأساسي والأول لتوزيع الألوان في المحتويات والمضامين هو تحقيق التباين بين العناصر الموجودة في الصحيفة، وذلك بنسبة 68.13% أي بواقع تكرار 4294 توزعت ما بين الصحف في الدراسة على النحو التالي الخبر أون لاين بنسبة 68.38%، الشروق أون لاين بنسبة 66.51% والنهار أون لاين بنسبة 59.56%.

فالهدف من التباين هو جذب الانتباه عن طريق إضافة عنصر ملون إلى العناصر المطبوعة بالأسود في إطار عمليات مندرجة ومتسلسلة، فالتباين يؤدي إلى جذب الانتباه الذي يؤدي هو الآخر إلى إثارة الاهتمام نحو عنصر معين، لهذا يجب أن يستخدم اللون مع العناصر المهمة لإبرازها والتأكيد على أهميتها، وإلا فشل جذب الانتباه في التطور إلى إثارة الاهتمام .

كما أن الألوان المستخدمة في الصحف عينة الدراسة هدفت على التمييز بين العناصر المختلفة باستخدام لون مميز لكل فئة، والربط بين العناصر المختلفة باستخدام لون موحد بدرجات متقاربة بنسب 14.24% و 13.12% على التوالي، ويمكننا الاستدلال بمثال استعمل بنفس الطريقة في كامل المواقع عينة الدراسة، حيث أن المواقع عند بثها إعلانات عن وكالة السفر مثل Bigyacine أو



Royale استعملت اللون الأبيض والأزرق للدلالة على الوضوح والتألق والهدوء معناه توفير عنصر الراحة في السفر، بينما أثناء اعلاناتها عن السيارات مثل Renault Symbole أو 306 الجديدة فقد استعملت اللون الأحمر مع الأسود للدلالة على الفخر والصلابة والعظمة أي سيارة بقوة 180 حصان.

فالألوان مدلولات وتأثير نفسي، فقد أوضح الفرجاني أن العلماء النفس اهتموا بدراسة اللون وعلاقة تفضيل اللون بالسلوك، ولوحظ أن التفضيل اللوني يتأثر بالبيئة واللون كعنصر من أهم العناصر الفنية متغير جدير بالاهتمام والحدز، لأنه يرتبط بعوامل متعددة تعلق بطريقة الإنتاج ثم أسلوب التقديم والمشاهدة واستخلاص المفهوم، فينبغي في مجال الوسائط المتعددة أن توضع تلك النتائج موضع التطبيق في مرحلة إنتاج الوسائط المتعددة .

أما عن مدلولات الألوان فقد حددت ب:

- اللون الأبيض: لون منعش يعطي التألق وهو لون النظافة والوضوح والنقاوة وهو لون الصمت.
- اللون الأسود: يرمز إلى القوة و السيطرة وهو لون الحزن ومقيد للحرية.
- اللون الرمادي: لون يفتقر إلى الحيوية يوحي باليأس ولكنه مفيد في عمل المتناقضات مع اللون الأحمر.
- اللون الأحمر: لون العظمة والفخر والجمال يجسد الثقة بالنفس، والإثارة والحيوية لدرجة الهياج.
- اللون الأخضر: لون الراحة والسكينة
- اللون الأزرق: لون السماء والماء يعطي إحساس بالهدوء ويدعو إلى التفكير والتركيز
- اللون البنفسجي: لون هادئ وحزين.
- اللون الأصفر: لون مهدئ.
- اللون البرتقالي: لون حيوي يشع بالمرح.

أما فيما يخص المرتبة الأخيرة للهدف لفت نظر القارئ إلى بعض الوحدات، فقد قدر نسبته ب: 4.49% أي 2836 تكرار، حيث يلعب اللون دورا مهما في لفت نظر القارئ من خلال:

1 - زيادة فعالية العملية الاتصالية: حيث يمكن للون أن ينقل معان لا يستطيع الأسود والأبيض نقلها كصور القتل والدمار والحروب والكوارث..، كما يمكنها إضفاء المزيد من الواقعية والمصدقية خاصة للصور الفوتوغرافية.



2 - التأثير النفسي: تحقق الألوان الارتياح النفسي لدى القارئ، وتجعله أكثر استعدادا لتقبل الرسالة الإعلامية.

3 - المساعدة على التذكير: فالألوان بصفقتها خبرة مرئية تزيد ثباتا ودواما في عقل الإنسان عن أي خبرات اكتسبناها عن طريق الحواس الأخرى، ويسهل أن تربط بين الأشكال والألوان من جهة والملابس والظروف التي رأيناها فيها من جهة أخرى، وخصوصا في حالة الحملات الإعلانية والدعائية.

وانطلاقا من هذه التحليلات توضح الباحثة أن عمل الصحفي الإلكتروني هو عمل ابتكاري إبداعي وهو وسيط بين الموقع الصحفي والمستخدم، بمعنى أنه يقوم بتصميم وإنتاج المحتوى الاتصالي وفقا لمتطلبات العمل والمستخدم هو مستقبل المحتوى، وعليه فهو المسؤول عن تصميم وإنتاج الرسالة وتنفيذها وفق رؤية لجذب المشاهد، وذلك ربما يكون بالتأثير على العواطف والشعور أو الناحية المزاجية، ومن أسرع الطرق لعمل ذلك استخدام الألوان، حيث أنها تؤثر على جميع الحواس، والطريقة التي تعمل لها مما يفرض عليه التمكن والمهارة في كيفية استخدامه، وخصوصا نحن في بيئة السرعة والتحديث المستمرين والمنافسة الشرسة واللامتناهية، وبهذا عليه أن يرتب وينظم استعماله للألوان بشكل يتفق مع القواعد الأساسية العامة للتصميم الإلكتروني وهي: التوازن، التباين، الإيقاع، الانسجام التناغم والحركة.



جدول رقم (45): يوضح نوع الألوان المستخدمة في مواقع الصحف الالكترونية مجال الدراسة.

المجموع الكلي		الخبر أون لاين		النهار أون لاين		الشروق أون لاين		الموقع الالكتروني
النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	الاختيارات
5.29	245	5.77	95	6.62	97	3.50	53	نظام Bitmap اللوني
4.93	228	3.52	58	6.28	92	5.15	78	نظام التدرج الرمادي grayscale
89.76	4150	90.69	1492	87.09	1215	91.34	1383	نظام الألوان الثلاثة
100	4623	100	1446	100	1464	100	1514	المجموع

يعتبر نظام الألوان الثلاثة هو أفضل وأكثر الأنواع استخداما من طرف الصحف الالكترونية الجزائرية مجال الدراسة، حيث بلغت نسبة استعماله 90.69 % أي بمقدار 1492 تكرار في حين استعمل نظام Bitmap اللوني 5.77% أي بمقدار 95 تكرار، ونظام التدرج الرمادي Groyscale 3.5% أي 58 تكرار.

وتعرف متصفحات الانترنت بجميع أنواعها على 216 لون فقط هي ما تعرف بـ web safe color palette، أما الألوان غير هذه المجموعة والتي لا تعرف عليها المتصفحات فيقوم المتصفح بشكل تلقائي بتحويلها إلى الألوان القريبة منها، وهناك ثلاث ألوان أساسية للويب هي اللون الأحمر الأخضر والأزرق، وتعرف بـ (Red, Green, Blue)R.G.B، وهذه أفضل الألوان على مستوى عينة الدراسة لأنها ذات استعمالات متعددة ومتنوعة، وتعطي إحساسا بالدافعية والحيوية وقوة الصفحة والأمان ولاستقرار في المعلومات، والثقة بالأفكار والمصادر الإخبارية.

فالألوان عنصر دعم بجانب الأفكار والمعلومات، وقد تحدث بشكل جد واضح عن نفسها إذا عرف المستخدم دلالاتها وسياقاتها، ذلك أن أحد التأثيرات الأساسية للألوان هي ما تثيره من أفكار فكل لون يعبر عن فكرة أو مجموعة من الأفكار معتمدا على التجارب والخبرات السابقة للأفراد ويرتبط هنا الاتصال أو التواصل الايجابي أو الرمزي الذي يخلقه استخدام الألوان هنا بتفضيلات القراء على اختلاف مستوياتهم للألوان، وذلك أن الطبقات العالية الثقافة تفضل الألوان الهادئة، أما الطبقات قليلة الحظ ثقافيا فتفضل الألوان البراقة أو الصادقة.

كما أن كل فئة وكل شخص يفضل ألوانا معينة، ولها تفضيلاتها الخاصة، فالأطفال يفضلون الأزرق ثم الأحمر ثم الأصفر ثم الأخضر ثم الأبيض، والصبية يفضلون الأحمر يليه الأزرق والأبيض والأخضر والبنّي، أما الراشدون فيفضلون الأزرق فالأحمر والأخضر البنفسجي والبرتقالي، وطلاب



الكليات يفضلون الأزرق يليه الأحمر والأخضر والأصفر والبرتقالي، وينبغي ضرورة مراعاة تناسب اللون مع مضمون الرسالة الإعلامية (خبر إعلانات...)، وكذلك مع الجمهور الموجهة إليه حتى لا تأتي الرسالة الإعلامية بتأثير عكسي يفسد الهدف الأساسي منها.

وهذا ما يفسر عليه النظام بنوع الثلاثة ألوان: الأحمر، الأزرق والأخضر في الصحف مجال الدراسة، فكما شاهدت الباحثة ومن خلال مباحثاتها مع بعض الأفراد واحتكاكاها الاجتماعي بالناس وجدت أن أكبر فئة تصفح مواقع الدراسة هم الراشدون وطلبات الكليات، وكلا النوعين نجدهم يميلون لهذه الألوان.

جدول رقم(46): يوضح ايجابيات الفواصل والجداول في مواقع الصحف الإلكترونية مجال الدراسة.

الموقع الإلكتروني	الشروق أون لاین		النهار أون لاین		الخبر أون لاین		المجموع الكلي	
	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة
ترتيب وتنظيم المضمون	667	33.96	617	32.49	674	30.12	1958	32.09
المحافظة على تبويب الصحيفة	524	26.68	461	24.27	666	29.77	1651	27.06
تنظيم محتويات الصفحة من نصوص وصور ورسوم	667	33.96	617	32.49	674	30.12	1958	32.09
تضفي على الصفحة الحيوية والجاذبية	106	5.39	204	10.74	223	9.96	533	8.73
المجموع	1964	100	1899	100	2237	100	6100	100

يبين الجدول أعلاه إيجابيات الفواصل والجداول في الدراسة، حيث تبين أن الدور الرئيسي لها كان عن طريق ترتيب وتنظيم المضمون، بالإضافة إلى تنظيم محتويات الصفحة من نصوص وصور ورسوم بنسب متساوية قدرت بـ 32.09% مقابل 1958 تكرار، حيث برز هذا الدور جليا في صفحة الشروق أون لاین بنسبة 33.96%، ثم النهار أون لاین بنسبة 32.49% وأخيرا الخير أون لاین بنسبة 30.2%.

فالفواصل والجداول هي المسؤولة عن تحديد مساحات وتنظيم الفراغات وتكوين حدود فاصلة بين الموضوعات المختلفة، وهي بذلك تقوم بعملية تنظيم القراءة، كما تقوم بتأكيد بعض العناصر البنائية وذلك بإحاطة هذه العناصر بجدول أو إطار للتأكيد عليها وإعطائها أهمية نسبية، فهي عنصر مهم جدا في الحفاظ على توازن الصحيفة، وهذا ما أكده اختيار المحافظة على تبويب الصفحة الذي احتل المرتبة الثانية بنسبة 27.06% أي ما يعادل 19651 تكرار، موزعين على الصحف الإلكترونية على



النحو التالي الخبر أون لاين بـ 29.27% ، يليه الشروق أون لاين بـ 26.68% وأخيرا النهار أون لاين بـ 24.27%، وفي الأخير نجد الوظيفة الجمالية لهذه الفواصل من إضفاء الحيوية والجاذبية بنسبة 8.73% اعتمدها النهار بـ 10.74% تليها الخبر أون لاين بـ 9.96% وأخيرا الشروق أون لاين بـ 5.39% .

وقد سجلت الباحثة نوعين رئيسيين من الفواصل والجداول المدرجة على مواقع الصحف الإلكترونية عينة الدراسة تمثلت في:

1 - الفواصل التنظيمية: والتي تعمل على ترتيب وتنظيم المضمون، وقد تكون ظاهرة أو خفية حيث تجلت في:

- الجداول: وما حققته من تنظيم للمحتويات على الصفحة وتوفير الفراغات البيضاء.
- الإطارات : عن طريق الحفاظ على تبويب الصحيفة وتوفير مساحات أكبر.
- الخطوط.

2 - الفواصل الجمالية: وتتمثل في:

- الأيقونات: فرغم بطئ سرعة تحميلها إلا أن مواقع الدراسة تعتمد عليها لتضفي على الصفحات نوع من الحيوية والجاذبية.
- العناوين : حيث تسهم في تقديم المضمون وكسر النمطية في الكتابة بإبرازها.
- الخلفيات والصور: كوسيلة لتوجيه نظر المستخدم للموضوع الصحفي وتمنعه من مغادرته وهي تدعم الموضوع وتقويه.

وقد تطرقت الباحثة لكل من هذه الأنواع وبالتفصيل في الجدول رقم 31 عند تحليلها لعنصر الأزرار والأيقونات.



جدول رقم (47): يوضح عيوب الفواصل والجداول في مواقع الصحف الإلكترونية مجال الدراسة.

المجموع الكلي		الخبر أون لاين		النهار أون لاين		الشروق أون لاين		الموقع الإلكتروني
النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	الاختيارات
45.99	908	50.57	309	42.37	275	54.37	324	الإسراف في استخدام الإطارات والجداول
42.19	833	39.44	241	47.91	311	39.35	281	تجاوز الإطارات والجداول على الموقع
8.10	160	5.89	36	6.31	41	11.62	83	استخدام أشكال غير منتظمة للإطارات
1.62	32	1.96	12	0.92	06	1.96	14	استخدام الإطارات المزخرفة
1.26	23	1.14	07	1.54	10	1.12	08	استخدام الإطارات حول العناوين
0.81	16	0.98	06	0.92	06	0.56	4	استخدام الإطارات حول المقدمات
100	1974	100	611	100	649	100	1974	المجموع

لا تخلو أي عملية إخراجية وعملية تصميم من أخطاء بالرغم من أنه يمكن تفاديها، إلا أننا نجدنا وبكثرة في مواقعنا، وهذا يدل على نقص خبرة مصممي الصحف الإلكترونية الجزائرية إما لعدم التدريب العلمي والعملية على التصميم والاعتماد على الموهبة والخبرة فقط، أو لضعف الوسائل والتقنيات المستخدمة في عمليات التصميم والإخراج، أو لعدم الوعي والإحساس بأهمية الإخراج في شد انتباه واهتمام المستخدم، فالفواصل والجداول هي أوراق رابحة إن أحسن استغلالها لزيادة عدد الزوار إلى الصفحة، فأول ما يستهوي المتصفح قبل الغوص في المضمون هو دقة الإخراج، ونسبة الترتيب والتنظيم المحققة على الصفحة، مما يريحه ويجعله يبذل أقل جهد في فهم توجه الصحيفة ومضامينها فالمتصفح اليوم مشغول بأعباء اليوم، ودخوله إلى المواقع دليل على إرادته لمعرفة أكبر عدد من الأخبار في أقل وقت ممكن وبدون جهد إضافي.

غير أن هذا العامل غير مراعى بشكل كبير، والدليل على ذلك في نتائج الجدول أعلاه، حيث تؤكد أن نسبة الإسراف في استخدام الإطارات والجداول قدرت بـ 45.9% أي ما يعادل 908 تكرار وهي نسبة كبيرة تؤكد الكلام المذكور سابقا، وهذا يبعث على سواد الفوضى على الصفحة من خلال النظر إليها لأول مرة، وقد يؤدي إلى صرف النظر عنها والخروج منها، وبالتالي وضعها في خانة الصحف غير المجدية عند المتصفح، وتخرج من دائرة اهتماماته وتفضيلاته.



ونفس الشيء يقال عن تجاوز الإطارات والجداول على الموقع، حيث بلغت نسبة 42.19% موزعة على النهار أون لاين بنسبة 47.91%، الخبر أون لاين 39.44% والشروق أون لاين بـ: 39.35%

وهذا ما يبعث على القلق بشأن طريقة التصميم الإلكتروني في الصفحة الإلكترونية الجزائرية، هل هو نابع عن عدم احترافية أصحاب الموقع، وإتباع نفس أسلوب التصميم في النسخ الورقية، أم هو ناتج عن عدم الاهتمام بمثل هذه الحثيات وإعطاء الأولوية فقط للمضمون، فمن أدبيات الكتابة الناجحة للانترنت والإخراج الإلكتروني هو ضرورة الموازنة بين الشكل والمضمون، فالترتيب والتنظيم والإخراج الدقيق يبعث على الانتباه ثم يثير الاهتمام، وبعدها الفضول للغوص في ثنايا المضمون.

**جدول رقم(48): يوضح نوعية الصور في مواقع الصحف الإلكترونية مجال الدراسة.**

الموقع الإلكتروني		الشروق أون لاين		النهار أون لاين		الخبر أون لاين		المجموع الكلي	
الاختيارات		التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة
صورة حية		951	97.53	9.87	98.11	1148	98.96	3086	98.24
صور من الأرشيف		24	2.46	19	1.88	12	1.03	55	1.75
المجموع		975	100	1006	100	1160	100	3141	100

تلعب الصورة في الإعلام الإلكتروني دورا مهما، لأنه أصلا إعلام الوسائط المتعددة، وقد أتاح انفتاح الأفق الإعلامي وتطوير التكنولوجيا وسهولة الإنتاج والتوزيع للصورة، قوة كبيرة في التأثير على الرأي العام.

يدل الجدول أعلاه أن مواقع الصحف الإلكترونية هي مواقع تعتمد على الصورة الملتقطة الحية بنسب أعلى من الأرشيف، حيث بلغت نسبتها 98.24% بواقع 3086 تكرار في مقابل 1.75% بواقع 55 تكرار لصور الأرشيف، وهذه خاصية ايجابية تحسب لصالح مواقع الصحف الإلكترونية الجزائرية التي تحاول مواكبة التطور الحاصل في وسائل الإعلام الإلكتروني من خلال ربط المتصفح بالواقع مما يضيف على الموقع وأخباره ومواضيعه ميزة المصداقية، ويحقق الثقة لدى المستخدم وتصبح الصور الملتقطة الحية في العموم المواضيع الحديثة، وكذلك التطورات التي تحدث في الأخبار بعد تحديثها، أما الصور الأرشيفية فهي الأخرى تستعمل لإثراء المواضيع وخصوصا أن مواقع الصحف الإلكترونية تحتوي على أرشيف للمواد الإعلامية على شكل PDF، مما يسهل الحصول على الصور من الأرشيف.



وبصورة عامة فإن الصورة على شبكة الويب تمثل ركنا أساسيا في بنية الشبكة كمعلومة علمية إعلامية وإعلانية وتعليمية في حد ذاتها، فقد أكد ستيفانسون (Charles F Stevenson) في دراسة له عن انقراطية الخبر أن الفقرات المصورة تتمتع بمستوى انقراطية أعلى من كل الفقرات، كما أثبتت دراسات أخرى أن صور الصفحة الأولى تلفت أنظار 90 % من القراء (أحلام باي: 2015، 199).

إن توظيف واستخدام فن الصورة بشكل صحيح يعكس إدراك قيمة الصورة كوسيلة اتصال، وثمة أسس علمية عديدة للتوظيف الصحيح منها أن تكون وثيقة الصلة بالموضوع، والصورة يجب أن تلتقط وأشخاصها يتفاعلون مع الحدث، مما يجعلها أكثر جذبا وأكثر تأثيرا في نفس القارئ، وتعبيرا عن الموضوع ونطقا بالمعنى، والذي يعني مواكبتها للحدث، فضلا عن توافد حادثة المضمون سواء للصورة الشخصية أو الموضوعية، مما يعني أن حادثة الصورة ومواكبتها للحدث تعني أنيتها ومقدرتها على نقل الحدث بشكل مصور ساعة وقوعه، نقيضها الصورة المؤرشفة، وهي نفس النتيجة توصلت إليها الباحثة جليلة عبد الله خلف في دراستها عن الوظيفة الإخبارية للبوابات الإلكترونية، أين توصلت أن البوابات الإلكترونية تولي اهتماما بالصور الحديثة، والمواكبة لتطور الحدث واستخدامها في التقارير أو المقالات أو التحقيقات والحوارات.



جدول رقم (49): يوضح معايير استخدام صور الوسائط المتعددة في مواقع الصحف الإلكترونية مجال الدراسة.

المجموع الكلي		الخبر أون لاين		النهار أون لاين		الشروق أون لاين		الموقع الإلكتروني
النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	الاختيارات
23.15	3123	25.72	1158	21.96	1000	21.77	965	استخدام الصور والرسوم الواقعية
11.79	1591	5.55	250	16.12	734	13.69	607	امكانية تكبير الصورة
16.31	2200	15.30	689	16.38	746	17.26	765	الحفاظ على وحدة الشكل
23.39	3155	25.85	1164	22.18	1010	22.13	981	الوضع في عناصر الصورة
3.93	531	3.73	168	3.44	157	4.64	206	استخدام الصور المتعارف عليها
6.68	902	6.37	287	6.83	311	6.85	304	التناسب بين حجم الصورة و المادة التحريرية التابعة لها
14.71	1984	17.45	786	13.04	594	13.62	604	كتابة تعليقات الصور بشكل واضح
100	13486	100	4502	100	552	100	4432	المجموع

تستخدم الصورة في التعبير عن الكثير من موضوعات الصفحة، كما تؤدي دورا هاما في جذب نظر زائر الموقع وهي أيضا تعطي حيوية للتصميم، ومع ذلك يجب على المصمم ألا يتوسع في استخدامها بداع وبدون داع، حيث يجب أن تضيف أي صورة يتم استخدامها من قيمة التصميم. وهناك معايير لذلك وضحت في الجدول أعلاه، وبينت نتائجها أن هناك وضوح في عناصر الصور المعروضة بنسبة 23.39% وهي نسبة جيدة، ولكن الوضوح في الصورة يجب أن يأخذ درجة الوسط فلا يجوز زيادة درجة الوضوح بنسبة كبيرة لأن ذلك يتطلب حيزا كبيرا عند التخزين، ولا التقليل لدرجة عدم الوضوح لأن ذلك يتسبب في فقدان وضياح الهدف الذي من أجله التقطت الصورة.

وفي الدرجة الثانية نجد استخدام الصور والرسوم الواقعية بنسبة 23.15%، وهذا ما تم تأكيده في الجدول السابق (48)، حيث اتضح اعتماد الصور الحية المأخوذة من الواقع بنسبة 98.24%، وهذا لتقريب الحدث من المواطن، وتحقيق الألفة معه من خلال مجال وبيئة الأحداث القريبة منه دون



الافتراضية، واعتبارها بمثابة استشهادات على صدق الموضوعات، وثبات شرعيتها لاستحداث ثقة المستخدم وربط علاقة وفاء معه.

أما المرتبة الثالثة فنجد الحفاظ على وحدة الشكل بنسبة 16.31%، وهذا منطقي وجد ضروري بتحقيق التوازن والتناسب بين الصورة وبقية أجزاء الخبر المكونة له، وهذا ما لاحظته الباحثة، حيث يراعى الانسجام من كافة كتل الخبر وحتى كذلك في الأحجام، حيث يتم وضع الصورة صغيرة الحجم في الأخبار الصغيرة والعكس كذلك.

ليأتي معيار كتابة تعليقات الصور بشكل واضح في مرتبة رابعة بنسبة 14.71%، وهذا لتجنب تضليل المستخدم، ويفرق بين الخبر الرئيسي وبين التعليق ووجهة النظر، فكل له تفسيراته وتحليلاته وهذا على حسب البيئة المعاشة والعادات والتقاليد وثقافة الفرد وتجاربه الحياتية الحالية أو الماضية وعلى إثرها يتم فهم منطق الصورة ومحتوياتها، فالتعليق الموجود على الصورة ليس إلا تعبير عن الكاتب صاحب المقال أو الصورة الملتقطة، فمثلا نشرت النهار صورة لدمار حلب علق فيها حسين لقرع بقوله بعد حلب دور الجزائر، وبعد قراءة يتضح أنه يعني إن كل البلدان العربية استطاعت الأيادي العربية الصهيونية والغربية زرع الحروب والفتن داخلها، ونحن على بوابة انتخابات برلمانية ومشروع مالية وعملية تقشف، فهل ستكون الانطلاقة من هذه الأمور؟، ولكن الصورة بالنسبة لآخر قد تعني تهديدات تعرض لها الجزائر وأمور سرية مخفية عن الرأي العام.. الخ. ونفس الشيء يمكن قول فيما يخص الكاريكاتير، فالتعليق عليه لا يمثل إلا كاتبه فمثلا كاريكاتير أيوب في صحيفة الخبر يوضح فيه الشعب بحجم رجل عملاق بلباس مهترئ ويحاول سارق قتله وسرقته فيخرج الرجل ويقول "راك متأخر الحكومة ما خلّات والو"، هنا نفهم أنه ينظر إلى أكثر من 40 مليون نسمة تتلاعب بهم الأجهزة الإدارية والحكومية، ولكن هناك من أرجعها إلى ازدياد فاتورة الكهرباء والمياه والغاز، تزامنا مع إعلان الحكومة حالة التقشف مع قانون المالية المجحف وزيادة الأسعار دون زيادة الأجور.

إن الباحثة ترى أن هناك احترام لمعايير وضع الصور بنسب متغيرة بين مواقع الدارسة، وكل صحيفة تولي اهتماما لمعايير دون أخرى حسب أجندتها الإعلامية وكذلك جمهورها المستهدف، وحتى الرسالة التي تريد توصيلها.

وبعد التحدث مع الصحفيين في الصحف الإلكترونية مجال الدراسة اتضح أن البرنامج الأكثر استخداما في مجال الصورة الرقمية ومعالجتها هو برنامج الفوتوشوب (Adobe Photoshop): والذي يتميز بمرونة كبيرة في تركيب الصور وتصحيح الألوان وامكانية عمل الطبقات luyers، حيث يمكن



وضع أجزاء من الصورة مركبة فوق بعضها البعض وتحفظ بجميع معلوماتها، كما يعدل الاهتزاز في الصورة، التعديلات على الواجهة، الجودة العالية في تحويل الصورة إلى اللونين الأبيض والأسود وتحويل أفضل للألوان إلى نظائرها في الأبيض والأسود، كما يعمل على إنشاء التصاميم البصرية المتنوعة والبنارات، وذلك من خلال دمج الصورة والنصوص وغيرها من العناصر مع بعضها البعض في تصميم واحد.

وعلى الرغم من التباين بين معدلات توفير وتوظيف معايير تصميم الصور في الصحف الإلكترونية الجزائرية، إلا أنه تجدر الإشارة إلى أن الأخبار والتقارير والتحقيقات والمقالات والحوارات الصحفية اتسمت باستخدام عدد كبير من الصور، فضلا عن أنيتها لاسيما في المواضيع الاجتماعية والسياسية والرياضية.



جدول رقم (50): يوضح وظيفة صور الوسائط المتعددة في مواقع الصحف الإلكترونية مجال الدراسة.

المجموع الكلي		الخبر أون لاين		النهار أون لاين		الشروق أون لاين		الموقع الإلكتروني
النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	الاختيارات
26.04	2264	33.12	914	27.59	725	18.91	625	تؤكد صحة المعلومات
18.61	1618	7.61	210	26.41	694	21.60	714	تمثل عامل جذب الانتباه
16.06	1396	19.18	504	6.12	161	22.11	731	إمداد الجمهور بالمعلومات
4.10	357	4.22	111	1.37	36	6.35	210	توضيح ردود أفعال ومشاعر المشاركين في الأحداث
30.88	2684	35.24	926	35.17	924	25.23	834	إعطاء الجمهور الإحساس بالمشاركة والتفاعل
4.28	372	3.57	94	3.31	87	5.77	191	الاختصار في المعلومات
100	8691	100	2759	100	2627	100	3305	المجموع

إن الصورة على شبكة الويب تمثل ركنا أساسيا في بنية الشبكة كمعلومة علمية وإعلامية وإعلانية وتعليمية في حد ذاتها، وقد استخدمت الصورة الحقيقية في المواقع كموارد إعلامية لأحدث كبيرة مثلما حدث في مختلف التفجيرات في العالم سواء في بروكسل أو فرنسا أو لندن، أو الانقلابات التي مرت في تركيا على حكم أردوغان وأخبار الجيش، وأحداث الكوارث الطبيعية خصوصا الزلازل في اليابان... الخ.

فتوظيف الصورة بالشكل الصحيح يعكس لنا إدراك قيمتها كوسيلة اتصال، وكمصدر إخباري وإعلامي جد هادف، وثمة أسس علمية عديدة للتوظيف الصحيح، كأن تكون وثيقة الصلة بالموضوع والتقاطها وأشخاصها يتفاعلون مع الحدث، مما يجعلها أكثر جذبا وأكثر تأثيرا في نفس القارئ وتعبيرا عن الموضوع ونطقا بالمعنى، فقد توصل ستيفانسن Charles F Stevenson في دراسة له عن القارئ أن الفقرات المصورة تتمتع بقارئية أعلى من كل الفقرات، كما أثبتت دراسات أخرى أن صور الصفحة الأولى تلفت الأنظار بنسبة 90% (أحلام باي: 2016، 200).

وتؤكد نتائج الجدول أن مواقع الصحف الإلكترونية الثلاث: الشروق أون لاين، النهار أون لاين والخبر أون لاين يوظفون الصورة من أجل:



أولاً: إعطاء الجمهور الإحساس بالمشاركة: وذلك بنسبة 30.88% عن طريق التفاعلية والتعليق على الصور، حيث لاحظت الباحثة أن ركن " أكثر تفاعلاً" في المواقع مجال الدراسة الثلاث: مواضيعه تكون دائماً حول الصور والمواضيع المصورة، وهذا ما أثبتته الجدول رقم (48)، حيث أن الصحف تستخدم الصور الحية بنسبة 98.24%، وهذا من أجل تقريب المستخدم من الحدث، حيث يمكن للصورة إضافة الكثير من المعاني للمادة المقدمة، بما يكسبها مصداقية أكبر من خلال قدرتها على التفاعل مع الكلمات، لايجاد جو واقعي يقترب من الواقع المنقول بما يدعم فهم المستخدم لهذا الواقع واستيعاب معانيه، كما أن الصورة عامل جديد لدفع المستخدم إلى المشاركة في صناعة المضامين الإعلامية، فكما قال شاين برومان وكريس ويليس: " أننا في بداية حقبة ذهبية للصحافة هي صحافة لم نعهدها من قبل" وقد تنبأ الكثير من الخبراء في مجال المستقبل أن 50% من الإنتاج الصحفي سيتم بواسطة المواطنين بحلول عام 2021 (dan gillmor: 2004, 118).

ثانياً: تؤكد لنا الصورة صحة المعلومات: وذلك بنسبة 26.04%، حيث أنها دليل لإثبات واقعية الأحداث، فمثلاً خبر نشرته الشروق أون لاين أن إسرائيل تمثل الولاية 51 لأمريكا، نشر معها زيارة لترامب لإسرائيل مرتدياً قبعة الإسرائيليين واقفاً يقبل الحائط، وهذا ما يؤكد حبه للإسرائيليين وخروجه في أول زيارته إلى هناك، وهذا ما يعطي لنا خباياه وكرهه للعرب، وما يمثله من تهديد على الفلسطينيين.

ثالثاً: تمثل عامل جذب للانتباه: بنسبة 18.61%، فعين القارئ تتجذب إلى الصورة مباشرة، ومن ثم تنتقل إلى العنوان ومنه إلى بقية الخبر، فهي عنصر يؤدي إلى كسر الجمود لما تتطوي عليه من قيم جمالية قادرة على استيقاف النظر، وإثارة البهجة في النفوس.

رابعاً: إمداد الجمهور بالمعلومات: بنسبة 16.06%، حيث تعد تكملة لباقي مكونات الخبر، فهي في جميع الحالات ذات معلومات، سواء إن وجدت وحدها أو في مشهد متعاقب مع مجموعة صور أو مع النص.

أما في المراتب الأخيرة فنجد وظيفة الاختصار في المعلومات وتوضيح ردود أفعال ومشاعر المشاركين في الأحداث: بنسب 4.28% و 4.10% على نسب متتالية، خصوصاً في القضايا الاجتماعية مثل قضايا السكن الاجتماعي وعدل التي عرفت حراكاً واسعاً للجماهير، حيث نشرت الصحف بجميع أنواعها صوراً للجماهير غاضبة من عدم تسلمهم مفاتيح السكنات ضمن برنامج عدل 01، وهنا كانت الصور جد معتبرة عن استيائهم لوعود الحكومة الكاذبة من جهة، وفي صورة لصحيفة



الخبر أون لاين امرأة ضمن المتظاهرين تبكي وهو يدل على مشاعر الحصرة والألم وغياب الأمل لعدم تحصلها على سكن، والذي يعد عند الشعب الجزائري من ضروريات الحياة الأولى.

فالصورة إذن وكما قال المفكر الصيني كونفوشيوس "صورة واحدة أبلغ في التعبير من 1000 كلمة والحديث عن أهميتها تناولته أبحاث كثيرة سواء بصفة مستقلة أو منفردة له قسط من الأبحاث التي تتناول العناصر البنائية، وبصفة عامة فإن الصور تكتسب أهميتها من الوظائف التي تؤديها داخل البناء الداخلي للصفحة، وذلك وفقا لاستخداماتها داخل هذا البناء.

جدول رقم(51): يوضح عيوب صور الوسائط المتعددة في مواقع الصحف الالكترونية مجال الدراسة

المجموع الكلي		الخبر أون لاين		النهار أون لاين		الشروق أون لاين		الموقع الالكتروني
النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	الاختيارات
37.81	228	29.89	58	44.87	92	38.23	78	اعتماد الصور ذات الدرجات الرمادية أو الفلاتر الملونة
45.60	275	49.48	96	36.58	75	50.98	104	قطع النص بالصور
2.15	13	3.60	7	1.95	4	0.98	2	الفصل بين الصور وموضوعاتها
1.32	8	1.54	3	0.97	2	1.47	3	عدم وضع مكونات الصورة
2.32	14	1.54	3	2.92	6	2.45	5	استخدام صور كبيرة الحجم
10.77	65	13.91	27	12.68	26	5.88	12	اعطاء الصور قبل النصوص
100	603	100	194	100	205	100	204	المجموع

تعتبر النتائج أعلاه عن العيوب المرتكبة في صور وسائط المتعددة في مواقع الصحف الالكترونية الجزائرية مجال الدراسة، حيث أكدت أنه من العيوب الكثيرة والمتكررة على هذا المستوى فصل النص بالصور وذلك بنسبة 45.60% موزعة بين الصحف بنسب 50.98% للشروق أون لاين و49.48% للخبر أون لاين وأخيرا 36.56% للنهار أون لاين.

-وفصل النص بالصور يؤدي في الأصل إلى عسر القراءة وتشتت ذهن القارئ، ورغم هذا فإن الصحف وقعت في هذا الخطأ بنسبة جد عالية، باعتماد الصور ذات الدرجات الرمادية أو الفلاتر الملونة بنسبة 37.81%، مما يفسد موضوع الصور ومكوناتها، وقد يؤدي إلى الزيغ البصري في حالة



وضع ألوان متضادة، رغم أن الوضوح يعد من أهم الصفات الواجب توفرها في الصورة الصحفية لكونها تساعد القارئ على فهم الموضوع المنشور، إلا أن الصحف الثلاث تعرضت لهذا الخطأ بمستويات متباينة بلغت 44.87% في النهار أون لاين، 38.23% في الشروق أون لاين 29.89% في الخبر أون لاين.

-إعطاء الصور قبل النصوص بنسبة 10.77% موزعة على الصحف عينة الدراسة بـ 13.91% للخبر أون لاين، 12.68% للنهار أون لاين و5.88% للشروق أون لاين، فأعطى الصور قبل النصوص قد يصرف نظر المستخدم عن النص بمجرد النظر إلى الصورة، أو أنها تعتمد إلى تشتيت أفكاره بين قراءة النص وقراءة الصورة.

-استخدام صور كبيرة الحجم بنسبة 2.32%، مما يؤدي إلى احتلال مساحات كبيرة، كما أن الصورة الكبيرة الحجم تبطئ عملية التحميل.

-الفصل بين الصور وموضوعاتها وعدم وضوح مكونات الصورة بنسب 2.15% و1.32% على التوالي.

رغم اعتماد الصحف الالكترونية الجزائرية على تقنيات رقمية في معالجة الصور، إلا أنها وقعت بأخطاء كبيرة وبمعدلات كبيرة كذلك، ويمكن إرجاع ذلك إلى:

- نقص خبرة الفريق المسؤول في الصحف في الجانب التحريري.
- الاهتمام بالشكل فقط دون إدراك المعنى الحقيقي من مواقع توزيع عنصر الصور.
- عدم الوعي بالمفهوم الحقيقي والشامل للإعلام الالكتروني واعتباره عنصر للنشر الالكتروني عن طريق السرعة والآنية والتحديث والخروج عن كل ما هو مألوف دون وجود اعتبارات وقوانين للكتابة والعناصر البنائية.

فلو جئنا إلى التصميم الالكتروني نجد هناك شبه إجماع على أن يطلقوا على تصميم الصفحات الخاصة بالصحف الالكترونية لفظ (تصميم) وليس إخراج ، فقد لوحظ في الآونة الأخيرة ظهور العديد من الدراسات التي تهتم بتوضيح القوانين، التي يجب أن يعمل بمقتضاها هؤلاء التقنيين والفنيين عند تصميمهم للمواقع الالكترونية، فقد استطاع القائمين على المواقع الصحفية الالكترونية أن ينقلوا أسس الإخراج إلى الصحف الالكترونية، وأن يطبقوها بما يخدم الموقع الصحيفة الالكترونية والاستفادة منها.

وقد أورد د. ماجد تريان عن إحدى الدراسات الأجنبية ما يؤكد وجهة النظر هذه حيث قال: "يجمع الخبراء على أن هناك علاقة وثيقة بين التصميم وإخراج الصحف الالكترونية والصحف المطبوعة



حيث يمكن الاستعانة بالمبادئ العامة في تصميم المطبوعات عند تصميم الصحف الإلكترونية، ويرى آخرون أن 80% من قواعد تصميم المطبوعات يمكن استخدامها في تصميم المواقع الصحف الإلكترونية، وخاصة ما يتعلق باستخدام الألوان، الفراغات، الهوامش، الصور، التباين، وهو ما يؤدي إلى تشابه جوانب التصميم في الوسيطتين إلى حد ما (عبد العزيز خالد الشريف: 2014، 125). ورغم هذا وكون مصممو الإصدارات الورقية المطبوعة تقريبا من عناوين ونصوص وصور وألوان وفواصل وجداول إلى جانب عناصر أخرى جديدة خاصة بالإصدارات الإلكترونية مثل: الوصلات ووسائل التجول، الفيديو، الصوت، من أجل تحقيق القيم الأساسية نفسها المطلوب توافرها في التصميم الناجح مثل الاتزان والتباين والتناسب والتجوال والوحدة والتميز والإيقاع، إلا أنه وفي دراسة لـ أحلام باي بعنوان "الخراج الصحفي في الجزائر- دراسة تحليلية ميدانية مقارنة للصحف اليومية الجزائرية: الشروق اليومي، الخبر، Le quotidien doran, El watan، أكدت أن الصحف الجزائرية تعاني من العيوب التالية في مجال الصور:

- وضع الصورة على طية الصفحة، والذي جاء في الصحف الصادرة بالعربية بنسب ضعيفة في حين لم تعان منه الصحف الصادرة بالفرنسية.
- تركيز الصور على جانب واحد من الصفحة، والذي عانت منه بشكل نادر صحيفتا "الشروق" و "le Quotidien" .
- ارتفاع الصور التي تقطع النصوص، والتي تفصل العنوان عن بداية النص خصوصا عند الخبر.

وهنا ندرك أنه سواء في الصحف المطبوعة أو الإلكترونية هناك قصور فعلي في عملية الإخراج وتوزيع الصور، مما يشير إلى عدم احترام قواعد الإخراج الصحفي في الجانبين، وهذا ما يؤكد الضعف الملحوظ في توزيع الصورة، والذي يخرج بدوره الصورة عن الدور المنوط لها، وهذا ما يثبت ضعف الإخراج في مجال الصورة.



جدول رقم (52): يوضح نوع الصوت المستخدم في مواقع الصحف الالكترونية محل الدراسة.

الموقع الالكتروني	الشروق أون لاين		النهار أون لاين		الخبر أون لاين		المجموع الكلي
	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	
الاختيارات							
لغة منطوقة	83.33	10	71.42	5	75.00	9	74.41
موسيقى	16.66	2	14.28	1	16.66	2	16.12
مؤثرات صوتية	0	12	14.28	1	8.33	1	6.45
المجموع	100	204	100	7	100	12	100

يعتبر الصوت من أهم عناصر الوسائط المتعددة لما له من قدرة على توضيح الأفكار وتقديم المعلومات، وتركز الصحف الالكترونية المبحوثة الثلاث على اللغة المنطوقة بنسبة 77.41% تستعمل الشروق أون لاين منها 83.33% والخبر أون لاين 75% أما النهار أون لاين 71.42%. وترتكز على تقديم التعليقات على المباريات، والأحاديث الصحفية، كما يستخدم في المواضيع الحساسة والسرية عندما لا يرغب المشاهد أو المتكلم في أمر ما أن يظهر في الخفاء مع الاحتفاظ بكل المعلومات الخاصة به، فقد اعتمدت الصحف اللغة المنطوقة كلها في تسجيلات لتعليقات عن مباريات خصوصا في كأس الجزائر وتسجيلات روراوة واللاعبين، وكذلك المديرين بصفة كبيرة، وبعد الاعتماد على هذا النوع أكثر من الأنواع الأخرى، لاقترابها من كلام المستخدم واقعيا، وتؤثر بشكل كبير في المستخدم.

وفي الدرجة الثانية نجد استعمال الموسيقى بجانب الصوت المنطوق أو لوحدها بنسبة 16.12% توزعت بين الصحف مجال الدراسة بنسبة 16.66% لكل من الشروق أون لاين والخبر أون لاين و14.28% للنهار أون لاين، فالموسيقى ذات أهمية كبيرة في جذب الانتباه وإعطاء البرنامج قيمة فقد توضع في مقدمة أو في الفواصل بين أجزاء البرامج، فمثلا في النهار نشرت نداء إنساني بصوت مريض يعاني من مرض في العظام صاحب 34 سنة، وكانت الموسيقى موضوعة بصفة متقطعة وموزعة بين الأجزاء، كما نشرت الشروق أون لاين تسجيل موسيقي حزين بنوتات شرقية عند تقديمها لصور عن احتراق سوريا وأطفال حلب، فهي تهدف للتأثير في العاطفة وتغيير المزاج.

وفي الأخير توظف الصحف الالكترونية عينة الدراسة المؤثرات الصوتية بنسبة ضعيفة بلغت 6.45% بمقدار تسجيلين مصحوبين بمؤثرات صوتية بـ 14.8% للنهار أون لاين و8.33% للخبر أون لاين، وقد كانت أثناء تقديم نشرية خاصة عن حالة الطق مسجلة بصوت المكلفة بالإعلام في



مصلحة الأرصاد الجوية هوارية بن رقطة، مصحوبة بمؤثرات الرياح والأمطار، وهذا للدلالة على تقلبات الجو، وأخذ الحيطة والحذر والتدابير اللازمة.

وينتج الصوت في الوسائط المتعددة حسب صحفيي الصحف مجال الدراسة عن طريق أخذ عينات من الصوت التماثلي، وتسجيلها في جهاز رقمي مثل ذاكرة الهاتف الحاسب عن طريق تمرير الموجة التماثلية من خلال شريحة خاصة تسمى Analogy to digital converter .

جدول رقم(53): يوضح مجال استعمال الصوت في مواقع الصحف الالكترونية مجال الدراسة.

المجموع الكلي		الخبر أون لاين		النهار أون لاين		الشروق أون لاين		الموقع الالكتروني
النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	الاختيارات
18.75	18	14.70	5	25.00	9	18.42	7	التنبيه إلى موضوع مهم
29.16	28	29.41	10	25.00	6	31.57	12	الإقناع عن طريق المؤثرات الصوتية
7.29	7	8.82	3	8.33	2	5.26	2	إثارة العواطف
5.20	5	5.88	2	4.16	1	5.26	2	عنصر مدعم للصورة
32.29	31	35.29	12	29.16	7	31.57	12	عنصر لإحداث التفاعلية
7.29	7	5.88	2	8.33	2	7.89	3	تسهيل عملية تذكر المعاني
100	96	100	34	100	24	100	38	المجموع

تستعمل الصوت ضمن عناصر الوسائط المتعددة لتحقيق العديد من الوظائف والمهام، وتستخدم مواقع الصحف الالكترونية الجزائرية الصوت بهدف إحداث التفاعلية بنسبة 32.29% لأنه يثير حواس الإنسان ويشركه في العمل الإعلامي المسجل، والتفاعلية كعملية في المستحدثات الرقمية هي عملية البحث، الوصول، عودة وسرعة وسهولة في الاتصال يسمح بها الحاسوب نيابة عنا، فالبيئة الاتصالية في هذه المستحدثات لها تصميم خاص يلبي هذه الخيارات للوصول إلى المعلومات التي يستهدفها المتلقي، وهذا التصميم يسمح بالاختيار والتجول navigation بشكل يؤثر في تصميم واجهة الاختيارات ومسارات المحتوى، ويسمح للمتلقي بالتدخل في بناء المحتوى في بعض الحالات بالتعليق وإبداء الرأي وليس القبول أو العزوف فقط.

وكوظيفة ثانية للصوت في مواقع الدراسة تتجلى في الإقناع عن طريق المؤثرات الصوتية بنسبة 29.16%، أين يستخدم الصوت كمدعم لما جاء في الخبر بصوت الشخص المهم في ذلك الخبر حتى يزيد الثقة والمصداقية في الخبر ويقنع المستمع بما ورد، ويستخدم خاصة في الأمور التي حققت



فيها الصفحة سبق الصحفي في قضية وموضوع ما. فمثلا عندما نشرت النهار أون لاين خبر التحقيق بشأن شخصية توفيق زعبيط، ولتوثيق المعلومات كانت السبابة في نشر التسجيل الصوتي الذي دار بين الصحفي أحمد قارة وبين مسؤولة القسم في الجامعة الكندية.

أما الوظيفة الثالثة: فهي استخدام الصوت للتنبيه لموضوع معين وذلك بنسبة 18.75%، وقد سجلت الباحثة ورود كلمة هام أمام بعض التسجيلات من هذا النوع، أين تؤخذ بعض الاعترافات من أصحابها تكون أفيد وأقنع وأحسن من شرحها كتابة بيد الصحفي على شكل نصوص.

في حين تتجلى الوظيفة الرابعة في إثارة العواطف وتسهيل عملية تذكر المعاني بنسبة 7.29% وذلك من خلال الموسيقى والمؤثرات الصوتية المصاحبة للصوت، بالإضافة إلى تقديمه معلومات في حيز أصغر مما عليه الحال لو قدمت بشكل آخر، كما يعمل على تقليل الجهد المطلوب من المستخدم.

وكوظيفة أخيرة فقد تمثلت في استعمال الصوت كعنصر مدعم للصورة، ينقل أحداثا ومشاعر لا تستطيع الصورة إيصالها للمستخدم، فالخطاب له قوة كبيرة على الإقناع خاصة إذا كان بالصوت الطبيعي.

ويرى محمد كامل عبد الحافظ أن الكثير من المصممين يفضلون استخدام ملفات الصوت فقط، لما تتميز به هذه الملفات من صغر حجمها وخفة وزنها وقابليتها للضغط بنسبة عالية، ويمكن للمصمم وضع ملفات الصوت كخلفية لصفحة الويب، كما يمكنه عرض ملفات الصوت على الصفحة وعلى زائر الصفحة الخيار في تشغيل أو إيقاف هذه الملفات، وذلك عن طريق عرض أشرطة التحكم في هذه الملفات في الصفحة، كما يفضل كثير من المصممين استخدام الصوت مع الصور في عرض بعض المواد بدلا عن استخدام ملفات الفيديو، فجم ملفات الصوت والصور معا يقلل كثيرا من ملفات الفيديو مما يؤدي سرعة حمل الصفحة (نهى جعفر سر الختم: 2014، 87).

ولكن ما تلاحظه الباحثة هو غياب إذاعة على مواقع الصحف الالكترونية مجال الدراسة، ففتح راديو عبر الانترنت على موقع الصفحة يزيد من فرصة عدد الزوار، فلإذاعة سحرها حيث يشغل الزائر ويدعها تشغل فكرة أثناء تصفحه للموقع دون أن يحس بتعب أو ملل، مما يحجب إليه الموقع أكثر، ويقضي فيه فترات طويلة دون أن يبالي بعنصر الوقت فهي عنصر مدعم للتخفيف من أعباء الحياة اليومية وإرخاء الأعصاب، كما تزيد من المتعة والشوق إلى تصفح اكبر عدد من صفحات الموقع.



جدول رقم (54): يوضح احترام معايير عنصر الصوت في مواقع الصحف الإلكترونية مجال الدراسة

المجموع الكلي		الخبر أون لاین		النهار أون لاین		الشروق أون لاین		الموقع الإلكتروني
النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	الاختيارات
21.08	31	21.05	12	21.21	7	21.05	12	تمكين المستخدم من التحكم في الملفات الصوتية
19.04	28	17.54	10	21.21	7	19.29	11	الابتعاد عن استخدام الصدى كموثر
21.08	31	21.05	12	21.21	7	21.05	12	عدم الإسراف في استخدام الرموز الصوتية
17.68	26	19.29	11	15.15	5	17.54	10	تجنب الأصوات المتقاربة
21.08	31	21.05	12	21.21	7	21.05	12	تخفيض صوت المؤثرات الصوتية في حالة توفر تعليق صوتي
100	147	100	57	100	33	100	57	المجموع

لكل عمل أو بناء مقاييس ومعايير تضبط مؤشرات وتحقق أعلى فرص النجاح والثبات، واحترام هذه المعايير يعمل على الحصول على نتائج مرضية للمنتج والعميل في نفس الوقت، وعن احترام معايير وضع الصوت في مواقع الدراسة تبين أن هناك نسب معتبرة من حيث:

- تمكين المستخدم من التحكم في الملفات الصوتية وعدم الإسراف في استخدام الرموز الصوتية وتخفيض صوت المؤثرات الصوتية في حالة توفر تعليق صوتي بنسب متساوية قدرت بـ 21.08%.

- الابتعاد عن استخدام الصدى كموثر بنسبة 19.04%.

- تجنب الأصوات المتقاربة بنسبة 17.68%.

وقد لاحظت الباحثة إن استخدام مسجلات الصوت كان بنسبة قليلة مقارنة بباقي العناصر الأخرى وقد غلبت عليه صبغة إحداث التفاعلية مع المستخدم من خلال الخطاب والمضمون الصريح والموجه مباشرة إليه، يحاول دفع المستخدم إلى الاشتراك في الحديث أو الموضوع المسجل.



جدول رقم(55):بوضوح وظائف الفيديو في مواقع الصحف الإلكترونية مجال الدراسة.

المجموع الكلي		الخبر أون لاين		النهار أون لاين		الشروق أون لاين		الموقع الإلكتروني
النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	الاختبارات
31.42	253	28.78	57	31.40	76	38.70	120	تتيح الفيديوهات المنشورة فعالية ومشاركة المستخدم
26.21	211	25.75	51	26.44	64	30.96	96	تستخدم الفيديوهات كعنصر جذب للجمهور
24.72	199	22.22	44	25.20	61	30.32	94	تقدم الفيديوهات معلومات إضافية مهمة
17.63	142	23.23	46	16.94	41	17.74	55	يستخدم الفيديو لإثارة عواطف المستخدم
100	805	100	198	100	242	100	310	المجموع

تبين نتائج الجدول أعلاه أن الوظيفة الأولى والمهمة من استخدام الفيديو في مواقع الصحف الإلكترونية مجال الدراسة ترجع بنسبة 31.42% كعنصر لإحداث التفاعلية وإشراك المستخدم، وهذا بنسب مختلفة ومتباينة في النسب من الشروق أون لاين بـ 38.78% والنهار أون لاين بـ 31.40% والخبر أون لاين بـ 28.78%، فلقطات الفيديو الحية المصحوبة بالصوت هي أقوى وسائل الوسائط المتعددة، وأكثرها تأثيرا في العملية التفاعلية، إذ تحتوي على كل العناصر من النص والصوت والصورة فضلا عن الحركة، وقد تأكدت الباحثة من خلال تواجدها مع الصحفيين في فترة الدراسة الميدانية أنه تتم رقمنة الفيديو وتنقيحه وتحويله إلى تتابعات مختلفة، وعندما يصبح لتتابعات الفيديو كافة العناوين المطلوبة والانتقالات من مشهد إلى آخر يجري ضغط الفيلم استعدادا لعرضه من قرص متراس (CDROM)، أو يتم تسجيله بشكله الأصلي لنسخه في أنواع من وسائط التخزين.

وفي المرتبة الثانية يستغل الفيديو كعنصر جمالي وجذاب للجمهور بنسبة 26.21%، حيث أن توزيعه يجب أن يراعى فيه عنصر الاتساق والتوازن مع بقية العناصر الثقيلة الأخرى حتى لا تظهر المواقع وكأنها حشو فقط لمكونات معينة وتعم الفوضى على مظهرها، فهو عنصر جذب من خلال الحركة ودرجة الوضوح في الألوان ودقة تتابع وتسلسل اللقطات، كما أن الخبر كلما صاحبه فيديو ولقطات مصورة أحدث أثر ورغبة في المشاهدة وأثار الفضول لدى المتصفح لتصفحه، وقد لاحظت الباحثة -أن عناوين الفيديو دائما تكون جذابة ومصاغة بطريقة غريبة ومدهشة، حيث نشرت النهار أون لاين خبر مزود بفيديو تحت عنوان "... السنوات العجاف في الجزائر" وقد كان أكثر فيديو تحصل على تفاعل من طرف المستخدمين، وقد أثار إعجابهم وانتباههم لأنه يمس صالح العامة فمن



دولة مصدرة للبترول منتجة للنفط إلى دولة فقيرة تنتظر الإغاثة والرشد.. فأين الخلل؟ خصوصا وأن عنوانه له رابط ديني يوحى بقصة سيدنا يوسف عليه السلام. مما أثار الانتباه وجعله ذو تصفح ونسبة مشاركة ساحقة.

هذا لم يمنع الفيديو من تقديم معلومات مهمة إضافية بنسبة 24.72% فهو في بعض الحالات يمثل خبرا جديدا في حالة استخدامه بمفرده، أما إذا صاحب نص أو تعليق فإنه يكون مكملا له، حيث لا يعيد المعلومات التي قبلت لكن يؤكد لها ويضيف أخرى بدرجة تأثير الحركة (الصوت والصورة) لما له من درجة كبيرة في الإقناع، فالفيديو يجسد الأحداث وينقل المستخدم إلى جو الحدث ويجعله يتفاعل معه وكأنه جزء منه.

وكوظيفة رابعة للفيديو فيمكن رصد إثارته لعواطف المستخدم بنسبة 17.63% خصوصا عن طريق المؤثرات الصوتية والموسيقى، وقد أوضحت ذلك سلفا عندما شرحت نوعية الفيديو بأمتثلة من كافة مواقع الدراسة.



جدول رقم (56): يوضح معايير فيديو الوسائط المتعددة في مواقع الصحف الإلكترونية مجال الدراسة.

المجموع الكلي		الخبر أون لاين		النهار أون لاين		الشروق أون لاين		الموقع الإلكتروني
النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	الاختيارات
25.55	253	25.00	57	21.16	76	26.08	120	استخدام ملفات فيديو صغيرة الحجم
21.61	214	21.49	49	23.50	71	20.43	94	استخدام ملفات الفيديو مع الموضوعات المهمة
25.55	253	25.00	57	25.16	76	26.08	120	ملفات الفيديو ذات مرئية وسمعية عالية
25.55	253	25.00	57	25.16	76	26.08	120	الفيديو يناسب المصدر
1.71	17	3.50	8	0.99	3	1.30	6	هناك معلومات كافية عن الفيديو
100	990	23.03	228	30.50	302	46.46	460	المجموع

يعتبر الفيديو مادة اتصالية متطورة يجمع ما بين الصوت والصورة والحركة والمؤثرات الخاصة فهو يقدم المعرفة والمهارة والخبرات بشكل يجذب الانتباه وفق تسلسل الأحداث، مما يساعد ويحفز على المتابعة بدون جهد كبير، وكذلك يوفر الوقت على الناشر والمستخدم.

ومن خلال معايير نشر الفيديو في مواقع الصحف الإلكترونية الجزائرية الشروق أون لاين، النهار أون لاين والخبر أون لاين تبين أن:

استخدام ملفات الفيديو صغيرة الحجم وملفات الفيديو ذات جودة مرئية وسمعية عالية وكذلك الفيديو مناسب للمصدر كانت أولى المعايير الواضح اتباعها بنسبة 25.55% للمعايير الثلاث، وهذا ما يسهل ويسرع عملية التحميل من جهة وزيادة فاعلية المشاهدة من جهة أخرى، لاسيما أن الفيديو يعد من أقوى عناصر الجذب حالياً، لاحتوائه على خصائص الصوت والصورة والحركة متجمعة في شكل إخراجي واحد.

وقد سجلت الباحثة سهولة فتح ملفات الفيديو مباشرة بعد النقر عليها، ولكن أحيانا ونظرا لتذبذب نسبة التدفق في الانترنت يحدث هناك انقطاعات في استمرارية المشاهدة وأحيانا تكون متكررة بصفة متقاربة، مما يحدث ملل وتذمر لدى المستخدم، ويجعله يصرف الانتباه عن المتابعة.

وقد لاحظت الباحثة كذلك أن الفيديوهات المستخدمة تكون دائما في صميم الموضوع ولا تخرج عن إطارها، حتى وإن كان الفيديو مقتطف إلا أنه يعبر بكل موضوعية عن الجهة الصادر عنها



والموضوع المقصود، حيث سجل حضور الفيديو في المواضيع المهمة نسبة 21.61%، وهذا على حسب أجندة الأحداث المتبعة في كل موقع من المواقع الصحفية الثلاث عينة الدراسة، ولكن الباحثة ترى أن الفيديو لم يقتصر فقط على المواضيع المهمة، فقد أدرج كذلك كعنصر مسلي وللتخفيف عن أعباء المستخدم بإدراجه في لقطات رياضية مضحكة مثلما فعلت الشروق أون لاين، حيث قامت في إحدى التسجيلات الفيديوية بنشر اللقطات المضحكة التي تعرض لها اللاعبين في كأس الجزائر، كما نشرت المواقع الأخرى لقطات فيديوية لبعض الأفلام السينمائية الكوميدية الجزائرية لعثمان عليوات المفتش الطاهر، وهذا بغرض إعطاء فرصة للراحة بعد العرض المستمر والمحدث للأحداث والأخبار الواقعية التي تجهد المستخدم وتتعب تفكيره.

بينما سجل معيار توفير معلومات كافية عن المصدر استعمال ضعيف قدر ب 1.71%، حيث لم تولي الصحف الإلكترونية أهمية كافية لهذا المعيار، رغم أنه مهم جدا في عملية التوثيق، وهذا ما يؤكد نتائج الجدول رقم (28)، حيث أكد على عدم اهتمام المواقع الصحفية الثلاث بتدوين معلومات عن مصادر الوسائط، مما يثير الشك والريبة أحيانا لدى المستخدم ويجعله يقع في عدم الثقة والمصادقية في المعلومات المتضمنة، خصوصا أن التكنولوجيا الرقمية الحالية توفر سهولة الفبركة لبعض الملفات، وتزوير التركيب عن طريق المعالجات الرقمية، فما الذي يثبت للمستخدم صحة المعلومات الخاصة بمثل هذه الفيديوهات والمعلومات المنشورة.

ولا ننسى أن الصحف الإلكترونية عينة الدراسة تحتوي على البث الحي، حيث لاحظت أن الشروق أون لاين هي الأحسن في هذا الجانب عن طريق سهولة فتح البث المباشر المرتبط بقناتها لكن النهار أون لاين رغم أنها تدرج رابطها الخاص بالقناة إلا أنه غير مفعل وصعب الفتح، فيما غاب هذا الخيار عن الخبر أون لاين رغم امتلاكها لقناتها الخاصة K B C .



جدول رقم (57): يوضح الهدف من استخدام الرسوم في مواقع الصحف الإلكترونية مجال الدراسة.

المجموع الكلي		الخبر أون لاين		النهار أون لاين		الشروق أون لاين		الموقع الإلكتروني الاختيارات	
النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار		
15.38	14	24.00	6	8.33	3	17.24	5	عرض العناوين المهمة في صفحة البدء	الرسوم المتحركة
0	0	0	0	0	0	0	0	عرض عناوين الأخبار والموضوعات في الصفحات الداخلية	
7.69	7	12.00	3	5.55	2	6.89	2	عرض مجموعة من الصور المتتابعة حول حدث معين	
15.38	14	24.00	6	8.33	3	17.24	5	جذب الانتباه عن طريق الحركة وإحداث التفاعلية	
19.78	18	16.00	4	22.22	8	20.68	6	تحقيق شخصية ثابتة ومميزة للصحيفة	الرسوم الثابتة
19.78	18	12.00	3	27.77	10	17.24	5	خلق التفاعل لدى القارئ	
7.69	7	04.00	1	8.33	3	6.89	2	المساعدة على التذكر	
14.88	13	8.00	2	19.44	7	13.79	4	خلق التوازن مع العناصر الثقيلة في التصميم	
100	91	100	25	100	36	100	29	المجموع	



تهدف مواقع الصحف الإلكترونية من استخدام الرسوم بنوعها إلى:

**أولاً: الهدف من استخدام وتوظيف الرسوم المتحركة:** تشير النتائج المحصل عليها في الجدول أعلاه أن أهم هدف توضع لأجله الرسوم المتحركة هو:

1- عرض العناوين المهمة في صفحة البدء، وكذا جذب الانتباه عن طريق الحركة وإحداث التفاعلية بنسبة 15.38%.

2- عرض مجموعة من الصور المتتابعة حول حدث معين بنسبة 7.69%.

فالرسوم المتحركة تعد عنصراً أساسياً من عناصر تصميم الوسائط المتعددة، فهي تعطي انطباعاً خاصاً أكثر جاذبية وتأثيراً وخاصة في تقديم نوعية محددة من المعارف والمهارات، وهذه الرسوم تكون في صور ورسومات متشابهة متتابعة في تسلسلها يتم عرضها بصورة سريعة توحى بالحركة، حيث يوجد اختلاف بسيط بين كل إطار للرسم والإطار الذي يليه، فهي في واقع الأمر رسوم غير متحركة لكن يتم إظهارها وكأنها تتحرك عن طريق برامج الرسوم المتحركة، وقد حاولت الباحثة معرفة تفسير ذلك مقارنة بالإدراك البشري فوجدت أن الرسوم المتحركة لديها علاقة بنظرية بقاء الرؤية (Persistence of vision)، والمقصود بها أن العين تحتفظ على الشبكية بالصورة الثابتة بعد أن تزول من أمامها لمدة 10/1 من الثانية، فإذا ما تلاقت مجموعة من الصور الثابتة التي تختلف عن بعضها اختلافات بسيطة أمام العين بسرعة ما بين 10 إلى 14 صورة في الثانية، فهي لن تستطيع أن تفصل الصورة السابقة عن الصورة التي تأتي بعدها في أقل من هذا الزمن، وعندها تتخذ العين، وتتخيل ما تراه هو حركة متصلة دون أي فاصل بينها، وذلك لأنها تستمر في رؤية كل صورة بعد اختفائها من أمامها وأثناء فترة حلول الصورة التالية محلها.

وكما وضحت الباحثة سابقاً في الجدول رقم 20 أن استخداماً في الصحف الإلكترونية محل الدراسة كان في الإعلانات بصورة كبيرة كإعلانات لعملاء الهاتف النقال، وقد تركز موقعها إما في أعلى الصفحة أو في الأسفل أو على الجانب الأيسر للصفحة، وسجلت الباحثة نقطة مميزة وإيجابية وهو عدم إدراجها من صفحة الدراسة في منتصف الصفحة، مما يؤثر على مجال الرؤية لدى الزائر فلا يستطيع متابعة القراءة المستمرة للنص نتيجة لإحساسه بالحركة.

**ثانياً: الرسوم الثابتة:** وفيما يخص سعي الصحف الإلكترونية عينة الدراسة لتوظيف الرسوم الثابتة فقد سجلت النتائج كما هي مدونة إلى:



1 - خلق انطباع التفاعل لدى القارئ وتحقيق شخصية ثابتة ومميزة للصفحة بأكبر نسبة قدرت ب 19.78%.

2 - خلق التوازن مع العناصر الثقيلة في التصميم بنسبة 14.28%.

3 - المساعدة على التكرار بنسبة 07.69%.

ومن هنا فإن الرسوم الثابتة الخطية هي إحدى وسائل الاتصال في بيئة الاعلام الإلكتروني التي تفيد في إحداث التفاعلية للمستخدم، فهي أكثر فاعلية من الصور في تحقيق بعض الأهداف، حيث يرى الطوجي "أن الرسوم والتكنولوجيا الخطية عبارة عن وسائل تختصر مضمون الرسالة، ليسهل إدراكها وفهمها بواسطة قطاعات كبيرة من الجماهير رغم اختلاف أعمارهم وثقافتهم ومجتمعاتهم" (هاشم عبد الله الخاتم: 2015، 103)، فهي رموز بصرية تلخص معلومات وتفسرها بأسلوب علمي مختصر، وتهدف إلى خلق فهم مشترك ما بين القائم بالاتصال في المؤسسة والمستخدم الموظف للمعلومة.

وقد خلص الطوجي في دراسة له سنة 2001 أن أهمية الرسوم المتحركة في المواقع تتجلى في:

- إثارة اهتمام المتلقي وتشويقه.
  - تساعد على تذكر المعلومات وتفسيرها.
  - التعبير عن الأشياء الخطرة.
  - إتاحة الفرصة للاستجابات والتصورات الحرة.
  - تطور القدرة على القراءة البصرية والتعبير.
  - فيما حدد أريك هوليسنجر أهداف الرسوم المتحركة في:
    - توضيح العلاقات بين الموضوعات والأفكار.
    - تمثيل نتائج التفاعلات.
    - اختصار الوقت.
    - جذب الانتباه وتحسين الاتجاهات (هاشم عبد الله الخاتم: 2015، 103).
- فعلى الصحف الإلكترونية الجزائرية إذن توظيفها بمهارة حتى تؤدي أدوارها، وتحقق من خلالها أعلى مستويات التفاعل والمشاركة من الجماهير بصفقتها عنصر جذب.



جدول رقم (58): يوضح معايير وضع الرسوم المتحركة في مواقع الصحف الإلكترونية مجال الدراسة.

المجموع الكلي		الخبر أون لاين		النهار أون لاين		الشروق أون لاين		الموقع الإلكتروني
النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	الاختيارات
15.71	11	17.24	5	13.33	2	15.38	4	عدم وضع الرسوم في منتصف الصفحة
14.28	10	13.79	4	13.33	2	15.38	4	وضع الرسوم في مناطق تحظى بدرجة انتباه عالية
7.14	5	6.89	2	6.66	1	7.69	2	التوازن مع العناصر الأخرى
7.14	5	3.44	1	13.33	2	7.69	2	اختيار الرسوم ذات التفاصيل الأقل
20.00	14	20.68	6	20.00	3	19.23	5	إضافة إطار خاص بكل رسم
15.71	11	17.24	5	13.33	2	15.38	4	المحافظة على النسب الطبيعية في الرسم
20.00	14	20.68	6	20.00	3	19.23	5	عدم الإكثار من استخدامها
100	70	41.42	29	21.42	15	37.14	26	المجموع

إن احترام معايير واعتبارات وضع عنصر معين يؤدي إلى نتائج إيجابية بالنسبة للاتجاهين، يعود بالفائدة والربح لصاحب المؤسسة والرضا للعميل الزائر، وقد أوضحت نتائج الجدول أن الصحف الإلكترونية من الشروق أون لاين والنهار أون لاين والخبر أون لاين يهتمون بـ :

1 - عدم الإكثار من استخدامها ووضع إطار خاص بكل رسم بنسبة 20%، فيجب أن يكون استخدام الرسوم واضحاً ومحدداً في صفحة الويب، فهذه الرسوم قدرة هائلة على جذب انتباه الزائر، بحيث يتجاهل خلالها أي شيء آخر في الصفحة، ويجب أن تحتوي الصفحة على عنصر متحرك واحد فقط. فكثر الحركة تشتت انتباه الزائر، ولاسيما إذا كانت الصفحة تحتوي على نصوص كثيرة تحتاج إلى تركيز أثناء القراءة أو أخبار ذات أهمية أكبر، كما أن للرسوم جانب جمالي، فيفضل وضعها في إطار لفصلها عن بقية العناصر وتقريبها من العناصر المكونة لها، حتى تبدو كعنصر واحد بما يحقق وحدة الموضوع وجمالية الصفحة.

2 - عدم وضع الرسوم في منتصف الصفحة بنسبة 15.71%، فكما ذكرت سابقاً أن الرسوم في منتصف الصفحة يعد تشويشاً ومشتتاً لعقل المتصفح مما يؤثر على مجال الرؤية لدى المستخدم، فلا يستطيع تصفح نص ما، أو التركيز في موضوع وحدث معين بسبب الحركة التي تقطعه من حيث



لآخر، كما أن الحركة في منتصف الموضوعات تؤثر على عين المستخدم، حيث تشكل له زغلة في الرؤية مما يجعله ينصرف عن الموضوع بعد فقدانه التركيز في معلوماته.

3 - المحافظة على النسب الطبيعية للرسم بنسبة 15.71%، حيث تقرب المتصفح من المواقع لرؤية الأشياء على طبيعتها، فالوضوح قاعدة ذهبية لجذب المتصفح وجعله يمضي أكبر وقت ممكن مع معلومات الموقع، حيث يحس بالألفة بسبب صبغة الأحداث والرسوم والألفة، فيدرك المعلومات وكأنها جزء منه وبذلك تزيل الغرابة .

4 - وضع الرسوم في أماكن تحظى بدرجة انتباه عالية بنسبة 14.28%، فرغم أن على الصفحة الإلكترونية يجب أن تخصص للعنصر الأهم في الصفحة كوسيلة لإبرازه، إلا أن الصحف الجزائرية لم تهتم بهذا الجانب، واستعملت الرسوم خصوصا المتحركة منها للإعلانات ووضعتها في أماكن تحظى بانتباه في الصفحة، وهذا يدل على ما للإعلان من أهمية لدى الصحف الإلكترونية كمول ومدمع اقتصادي لتحقيق الربح وتحقيق الاستمرارية للصحيفة، كما أنه أسلوب لجلب ممولين جدد والحفاظ على المعلنين القداماء، فهل يعني هذا أن الإعلان في الصحافة الإلكترونية الجزائرية هو أهم عنصر ومحتوى على صفحاتها؟، فقاعدة وضع الرسوم على الصفحة لتسهيل الاستخدام والتعرض واختصار الزمن نجدها بوضع الرسم على أحد جانبي النص المكتوب، فإذا كان الغرض عرض الرسم على يسار النص، فإن المستخدم يفحص الرسم مثل قراءة النص، وهذا الوضع يناسب للصحف الأجنبية بلغات أخرى التي تقرأ من اليسار إلى اليمين، وفي حالة عينتها يوضع الرسم يمين النص، أو أعلاه أو أسفله ولكن يجب تجنب عرضه بين أجزاء النص.

5 - التوازن مع العناصر الأخرى واختيار الرسوم ذات تفاصيل أقل بنسبة 7.14%، فيفضل الرسوم البسيطة غير المعقدة حتى تفهم بسهولة تامة، وحتى نحقق الراحة للمستخدم أثناء تصفحه لصحيفتنا فنحن في عصر المنافسة والبدائل، فإذا فقدنا زائر معين، فسوف يجد متنفسا آخر له في صحيفة أخرى، كما يفضل الرسوم بطيئة الحركة، بحيث لا تتحرك أكثر من مرتين أو ثلاث مرات، فالحركة السريعة تزعج الزائر، وكذلك الحركة المتكررة أو المستمرة.



المحور الثالث: استخدامات الوسائط المتعددة في الصحف الالكترونية الجزائرية.

جدول رقم (59): يوضح وظائف عناصر الوسائط المتعددة في مواقع الصحف الالكترونية مجال الدراسة.

الموقع الالكتروني	الشروق أون لاين		النهار أون لاين		الخبر أون لاين		المجموع الكلي	
	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة
عرض الحقائق	2714	29.2	2410	26.95	2101	24.64	7225	26.97
الإثارة والتهويل	344	3.69	681	7.61	501	5.87	1526	5.69
أرقام وإحصائيات	334	3.58	221	2.47	687	8.05	1242	4.63
التسلية والترفيه	724	7.76	564	6.30	731	8.57	2019	7.53
إحداث التفاعلية	2879	31.00	2487	27.81	2175	25.51	7559	28.22
الاختصار في المحتوى	321	3.44	924	10.33	634	7.43	1879	7.01
زيادة قوة العرض	1524	16.35	1430	15.99	975	11.43	3929	14.66
تدعيم الأفكار	461	4.94	225	2.51	720	8.44	1406	5.24
المجموع	9319	34.79	8942	33.38	8524	31.82	26785	100

إن الوسائط المتعددة هي وسيلة من وسائل إنتاج وتقديم المنتج الإعلامي تمزج بين المواد المنتجة بتكنولوجيا النص والصوت والصورة ولقطات الفيديو والرسوم في المنتج الواحد. وتعد الوسائط المتعددة إحدى التكنولوجيات الحديثة التي تساهم في زيادة فاعلية الاتصال الانساني وتحقق سهولة ويسر الاتصال، خاصة وأنها قد جمعت بين خصائص وسمات وسائط الاتصال التقليدية، وجمعت النصوص التي تميز الصحافة المطبوعة والأصوات التي تميز الراديو والصور الثابتة والمتحركة التي تميز التلفزيون، وبالتالي فإننا يجب أن ننظر إليها على أنها إحدى وسائط الاتصال، وهي وسيلة لتحسين المنتج الإعلامي وزيادة فاعليته، تسمح للمتلقي بالتفاعل معه وليست غاية في حد ذاتها.

كما تبين نتائج الجدول أن الصحف الالكترونية الشروق أون لاين، النهار أون لاين والخبر أون لاين توظف عناصر الوسائط المتعددة في محتوى مواقعها لإحداث التفاعلية بالدرجة الاولى ما مثل نسبة 28.22%، ويمكن تأكيد نتائج الجدول بما توصلت إليه نتائج الجداول رقم (50) (53) (55) (57)، حيث تم الاثبات أن الغاية الرئيسية والأولى من استعمال كل عنصر من العناصر النص الصوت، الصورة، الفيديو والرسوم هو لإحداث التفاعلية وإشراك المستخدم، فالوسائط المتعددة هي أفضل التصورات لما يجب أن تكون عليه نتائج الخدمات المقدمة للمستخدمين، وذلك من خلال الاهتمام بمشاركتهم الايجابية، والافادة من مميزات كل وسيلة ضمن الخدمة المستخدمة من الوسائل



فالتفاعلية تمثل الانتصار الديمقراطي الكبير للمعلوماتية، حيث أصبح بإمكان الآلة الاستجابة لنا وتحقيق رغباتنا، فبمجرد الضغط على إحدى أجزاء الشاشة نحصل على المعلومات التي نريد.

ونلمس هذه الخاصة في مواقع الصحف عينة الدراسة في إدراج مساحات للتعليق وإبداء الرأي بكل حرية، والدليل الأكثر ظهورا هو جزء "الأكثر تفاعلا"، حيث يظهر فيه تفاعل القراء مع المواضيع المنشورة من خلال صفحة الموقع، وقد لاحظت الباحثة أن هذه المواضيع تكون دائما إما مزودة بالصور أو على شكل فيديو.

ولا ننسى كذلك استخدام الصحف خاصية مواقع الصور التشاركية من خلال السماح للمستخدم بتحميل الصور وكتابة التعليق عليها وتبادلها بين آلاف الأشخاص، وكذلك استخدام الفيديو التشاركي عن طريق السماح للمستخدمين بتوثيق الأحداث وإرسالها إلى المؤسسة ليتم بثها، وأحيانا اعتمادها مصدر الأخبار، وبالتالي يلعب الجمهور دور المرسل والمستقبل معا، والدليل الواضح على تفاعلية هذه الخدمة هو أن الفيديو التشاركي لعب دورا ملموسا خلال الثورات العربية في نقل ما يحدث في تلك البلدان، باستخدام الهاتف المحمول في التصوير والتسجيل ونقله إلى مواقع الفيديو، كما ان الصحف مجال الدراسة توفر المجال للتفاعل عن طريق مواقع التواصل الاجتماعي من فيسبوك وتويتر واليوتيوب وكذلك المدونات وهذا عن طريق كافة عناصر الوسائط المتعددة، فقد أصبحت هذه الشبكات مصدرا مهما للتفاعلية والمشاركة الايجابية بل والمنفعة المتبادلة بين المتلقي والوسيلة، فالمتلقي تمكن من نقل آرائه والتفاعل مع قضاياها، والوسيلة استفادت من نقل الآراء وشغلت برامجها دون أن تكلف كثيرا كالبرامج التي تقوم على استطلاع آراء الناس حول قضايا معينة، وبالتالي فقد ساهمت في دخول عناصر جديدة لتقديم الرسالة الإعلامية التي تعد مقصورة فقط على القائم بالاتصال، كذلك فإن توفر الانترنت والهواتف الذكية ساعد في توفير المواد الإعلامية سواء كانت نصوصا أو صورا أو فيديو، بل إن الهواتف الذكية كانت مصدرا حيويا في كثير من الأحداث المهمة التي كانت السلطات فيها تمنع وسائل الإعلام من التصوير، فأهم ميزة للوسائط المتعددة إذن هي التفاعلية والسرعة في إيصال المعلومة للجمهور، ومن هنا تمكن الصحف الإلكترونية من تعديل محتواها وتتفاعل مع تعليقات قراءها.

ومن جهة أخرى أثبتت النتائج ان استخدام الوسائط المتعددة كان من أجل عرض الحقائق، وكل الجداول التي سبقت تؤكد أن عناصر الوسائط المتعددة استخدمت للدليل على شرعية الأحداث ومصدقيتها، وأنها نقلا للواقع وليس تزييفا ونسجا للخيال، خصوصا ونحن في عصر المعالجات



الرقمية، والدليل على ذلك عدم تلقي الصحف الإلكترونية شكاوي عن أخطاء علمية تم ارتكابها نتيجة نشرت نصوص أو صور أو فيديوهات أو تسجيلات أو رسومات كاذبة، وإنما أدى ذلك إلى زيادة التصفح، والدليل على ذلك هو شرعيتها وسمعتها بين الأوساط الجماهيرية، وتصنيفها ضمن المراتب الأولى جزائريا وحتى عربيا ودوليا، فمثلا صحيفة الخبر فإن السبب الرئيسي في تحولها إلى النشر الإلكتروني طلب الجالية في بلدان مختلفة منها ذلك، للحصول عليها ومعرفة الأخبار المنشورة عبرها. حيث نجد أن الصحف عينة الدراسة تقوم بتقديم مستخلصات للمواد والقصص الإخبارية فيه قد تسبق القصص الخبرية الكاملة، حيث أكد جدول تقصي الموضوعية رقم (25) أن الصحف مجال الدراسة تغيب فيها الانتماءات الإيديولوجية ولا تعالي في الشعارات والإشارات الخاصة بالانتماءات أو الخلفيات، وإنما تقدم الأخبار كما حدثت وتزيد من رفع الثقة في أخبارها بتضمينها عناصر الوسائط المتعددة.

أما عن زيادة قوة العرض فقد احتل المرتبة الثالثة نظرا لخاصية الجاذبية والديناميكية التي تتمتع بها عناصر الوسائط المتعددة، مما يزيد في جلب انتباه المستخدم، فالمظهر الجرافيكي الجذاب هو أحد عوامل إطالة فترة بقاء المتصفح أو الزائر في الموقع، فكلما كان زمن بقاء المتصفح في الموقع أطول كلما زادت نسبة التأثير عليه، ما يعني زيادة احتمالات تقبله للمضامين المطروحة في الموقع، وطول زمن بقاء المتصفح في الموقع يعني مدى قدرة الموقع الناجحة على الجذب عبر عناصر تفاعلية مع المستفيد أو العكس صحيح أيضا، فكلما كان الموقع طارد للمتصفحين والزائرين عبر عدم انتظام وحداته البصرية، وعدم اتضاح نوع التصنيف المتبع في توزيع تلك الوحدات البصرية الحاملة للموضوعات والمواد الإعلامية كلما أسهم الأمر في تشتيت انتباه المتصفح، واقترب موعد انتقاله عن الموقع.

كما أكد الجدول أن الوسائط المتعددة تقوم بعدة وظائف، ولكن بدرجات مختلفة نوردتها مرتبة فيما يلي:

- التسلية والترفيه بنسبة 07.53%.
- الاختصار في المحتوى بنسبة 07.01%.
- الإثارة والتهويل بنسبة 05.69%.
- تدعيم الأفكار بنسبة 05.24%.
- تقديم أرقام وإحصائيات بنسبة 04.63%.



ويجب التنويه على أن يكون الهدف من استخدام تلك التطبيقات هدفا إعلاميا لا لمجرد الاستعراض، لذا على المسؤول المصمم أن يفكر فيما إذا كانت القصة الخبرية تحتاج الوسائط المتعددة لتأكيد فهم هدف الرسالة، والأهم من ذلك هل يمكن توصيل الرسالة بشكل كفاء دون اللجوء إلى استخدام الوسائط المتعددة أم لا ؟، فإذا كانت الإجابة عن السؤال الأول بلا والثاني بنعم، فيمكن للمصمم اتخاذ قرار استخدام الوسائط المتعددة بالرغم من المشكلات التقنية التي تثيرها مثل دفع المستخدم إلى استخدام برامج مضافة (plug - in)، فيجب تثبيتها على الجهاز أولا حتى يمكنه تشغيل الوسائط المتعددة، الأمر الذي يعطل المستخدم عن متابعة الموضوع إذا لم يتوافر لديه تلك البرامج ، ولكل صيغة ملفات الوسائط المتعددة برنامجها المضاف، والجدول التالي يوضح هذه الصيغ والبرامج المضافة التي تحتاجها.

صيغة الوسائط المتعددة	النوع	البرنامج المضاف
Flash	حركة	Flash player Shockwave player
Shockwave	حركة	Shockwave
Apple quick time	صوت وفيديو متدفقان	quick time pluge -in
Microsoft windows Media	صوت وفيديو متدفقان	Windows media plyer
Real Media	صوت وفيديو متدفقان	Real plyer
Adobe Acrobat	وثائق نصوص	Acrobat Reader

ويجب الحذر عند استخدام الوسائط المتعددة لأنه يمكن إفساد الهدف من استخدامها عند حدوث أي أمر من شأنه إحباط المستخدم أو مضايقته، فيجب التحكم في خبرة المستخدم عند استعماله هذه الوسائط وتوفير أي بدائل قد يحتاجها، فحقيقة الوسائط المتعددة هي تقنيات معجزة تضيف على المواقع سمات بين الجدية والترفيه، فيها ما يغذي الفكر من معلومات، وما يروح عنه ويخرجه عن الروتين كفواصل استراحة تفيد في الترفيه.



جدول رقم (60): يوضح ثبات مساحة الهوية في مواقع الصحف الالكترونية مجال الدراسة.

المجموع الكلي		الخبر أون لاين	النهار أون لاين	الشروق أون لاين	الموقع الالكتروني الاختيارات
النسبة	التكرار				
0	0	×	×	×	ضعف المساحة
100	3	1	1	1	ملائمة المساحة
0	0	×	×	×	تشتت المساحة
100	3	1	1	1	المجموع

إن تصميم الصحف الالكترونية يهدف بالدرجة الأولى تحقيق يسر الاستخدام Usability، فقد اهتمت معايير تصميم الصحف الالكترونية بتحقيق هذا الهدف، وأصبح تحقيقه معيارا هاما في تحديد مدى جودة التصميم في مواقع الصحف الالكترونية، وقد عرفه جاكوب نيلسن وهو رائد دراسات الاستخدام بأنه "سمة من سمات الجودة التي تقيم إلى أي مدى تعد واجهات المستخدم سهلة الاستخدام كما يشير المصطلح إلى السبل التي تبكر لتيسير الاستخدام خلال عملية التصميم"، فهو عبارة عن تقييم يعني من خلاله رصد رجوع صدى المستخدم خلال تجوله في الموقع، كما يعكس لنا مفاهيم الكفاءة والفعالية والاندماج والقدرة على تحمل الأخطاء وسهولة التعامل، والتي تحدد متطلبات المستخدم لنجاح المنتج والرضا عنه" (منار فتحي محمد: 2011، 208-209).

ومن بين مؤشرات القياس نجد ثبات مساحة الهوية والعناصر المكونة لها، حيث يظهر من خلال الجدول أعلاه أن مواقع الصحف الالكترونية عينة الدراسة تشهد ثبات مساحة الهوية وعناصرها المكونة لها بنسبة 100%، وهذه ميزة ايجابية وعاملا مهما في تحقيق الألفة لدى المستخدم، الذي يعتاد على هذه المكونات والشعارات، وتغييرها يؤدي إلى تغيير صورة الموقع لديه، فكان لا بد من تحقيق الثبات في مكونات الهوية لدى الواجهة لتعريف الموقع.

ويطرق عليها كذلك بالهوية البصرية التي تميز موقع عن غيره فتكون أشبه بالدالة التي يميز من خلالها المتصفح الموقع عن غيره من المواقع الأخرى، وهذه الهوية البصرية تكون في الترويسة أو نمط توزيع ألوان الخطوط أو الخلفيات وألوان القوائم والمنسدلات، مع التعريف بالموقع الخدمي والفريق التقني للمواقع، مع ضرورة أن يكون البريد الالكتروني نشطا عند ظهوره كنص.

ف نجد مثلا صفحة الشروق أون لاين تقع ضمن بوابة الشروق، فمجرد فتحها نجد أن بداية الصفحة تحتوي على كافة أقسام البوابة مثل الشروق السياسي، الشروق الرياضي، جواهر، الشروق الساحر الشروق TV...، ثم يأتي عنوان الموقع بوابة الشروق أمامها زر للقوائم المنسدلة وما تحويه من



الجانب الأيمن، يقابله من الجانب الأيسر مكان مخصص للبحث، وكل هذا في إطار أزرق اللون لا يتغير في كافة الأعداد، ليأتي فيما بعد البارز المخصص للإشهار اليومي ومن طرف المؤسسة يضم من تحته تاريخ اليوم، ثم يتم عرض محتويات الصفحة، وفي الأخير نجد المعلومات المتعلقة بالوسيلة في إطار من نحن، والاتصال بنا يبرز عنوان الموقع البريدي والعادي (المكان) مع أرقام الهاتف، ونلاحظ ان شعارها هو نفس شعار النسخة الورقية بلون أبيض على شريط أزرق.

في حين نجد أن النهار أون لاين بنفس شعار النسخة الورقية النهار الجديد كعنوان مع شعاره الرسمي يلحقه العدد والتاريخ، ثم محتويات الموقع من أيقونات تتمثل في: أخبار عربية، الحدث الرياضة، الوطن، سوق النهار، المنتدى البث المباشر، الأرشيف، لتتوالى بعدها عرض أخبار الصفحة لتصل في نهاية الصفحة لوضع معلومات عن المؤسسة في إطار من نحن والاتصال بنا، يضم نفس محتويات الشروق أون لاين من العنوان البريدي والموقع الجغرافي والبريد الإلكتروني، وكذلك أرقام الهاتف مع تعريف مختصر للشركة وأهداف الموقع... الخ.

أما الخبر أون لاين وبعد فتح الموقع مباشرة نجد شريط بلون أزرق غامض، يضم كل فروع الخبر مع شعاراتها: اليومي، الرياضي، الطقس، ركن الاعلانات، منتديات الخبر في الجهة اليمنى، يقابله في الجهة اليسرى تاريخ اليوم ثم عنوان الخبر: الصدق والمصادقية وهو نفس الاسم والشعار الخبر المكتوب، يقابله مكان خصص للإشهار مكتوب عليه إشهارك هنا، بعدها يدرج شريط متحرك لاهم وآخر الأخبار بعنوان آخر الأخبار، ليأتي في إطار من بعده مكونات الموقع: الرئيسية، صفحات أخرى، أحوال الناس، أخبار الوطن، اقتصاد العالم، ثقافة، رياضة، سياسة، اسلاميات، أرشيف. ليقابله في الجهة اليسرى المكان المخصص للبحث، أما عن معلومات الموقع فهي تعتمد نفس الطريقة الصحيفتين السابقتين.

وتتميز الصحف الإلكترونية مجال الدراسة بوحدة الهوية البصرية التي لا تتغير مع الأعداد والأيام كما أن طريقة كتابة عنوانها وشعارها مستمدة ومكتوبة بنفس الطريقة، إذا ما قورنت بالنسخة المطبوعة فهي جميعا موضوعة في الأعلى مع بداية الصفحة، وما يمكن تسجيله على هوياتها البصرية أنها:

1 - تأتي في مقدمة الصفحة يضم جميع المعلومات في شريط واحد، مما يسمح بظهور أكبر قدر ممكن من المعلومات المهمة بالشاشة الأولى، كما يضمن هذا الإجراء بتوفير مساحة بالصفحات



لوضع الموضوع دون أن يعوق المستخدم أية روابط تحول فيما بعد بينه وبين النص، أي أن هذه الصحف تراعي حركة العين وعدم اجهادها.

2 - يتم عرض كتلة بنفس الحجم وطرق المعالجة في كافة الأعداد مما يعطي إحساسا بوحدة صفحات الموقع، وهذا ما يحقق الألفة بين الصحيفة والمستخدم وزيادة الولاء لها، وقد أكدت دراسة (2000 gefen) أن الألفة والاعتیاد يمكن أن تلعب كآلية ذاتية تقلل الشك كنتيجة للتطوير الحادث في مستويات ثقة الفرد في الموقع المعتاد عليه، وإذا أخذنا في الاعتبار الدراسات والادبيات المتخصصة في تحليل ألفة المستهلك لاسم تجاري، سيكون من المبرر افتراض أن الشخص الذي يظهر ألفة أكبر للشركة ما، وفي حالتنا هنا موقع الصحيفة الإلكترونية يكون أكثر ولاء لها، وهو ما أشار إليه murray and Haul سنة 2002 بما يعرف على الانترنت بظاهرة الحبس الإدراكي cognitive lock-in، ووفقا لهذه الظاهرة يفضل الأفراد المواقع المعروفة بالنسبة لهم، لذا نقل البدائل المتاحة بشكل كبير (منار محمد فتحي: 2011، 315).

3 - تفاوت مواقع الصحف المبحوثة في مستوى التعريف بمواقعها وبرسالتها وأهدافها التي كانت على شكل أيقونة مكتوب بداخلها "من نحن" "الاتصال بنا"، يتضمن المعلومات المتعلقة بها، بحيث يتوفر للمستخدم خلفية واضحة وشاملة عن الموقع، كما يختصر له الجهد والوقت في البحث عن أهداف الموقع والخدمات التي يقدمها، وقد أكدت على أهمية ذلك وثيقة معايير المنظمة الدولية للتوحيد القياسي الأيزو (ISO) الخاصة بتصميم المواقع الإلكترونية وقابلية استخدامها، كما اعتبرته معيارا لتصميم تلك المواقع (كاملة بنت علي بن سعد الترك الكثيري: 2016، 166).

وبالتالي فإن المواقع تمتلك شروط نجاح الموقع الإخباري، والتي لخصها الباحثون في:

- امتلاك هيئة تحرير وشبكة مراسلين كبيرة تنتشر على امتداد خريطة العالم لتوصيل الأخبار والمعلومات إلى الجماهير.
- أن يكون للموقع هدفا واستراتيجية ورسالة واضحة للتأثير في القارئ.
- اللغة الهادفة والمفهومة من طرف المتلقي لإحداث التفاعل معه.
- تزويد الموقع بالوسائط المتعددة بدمج الصوت والصورة والفيديو من أجل إحداث التفاعل وجذب المتلقي.

4 - حرصت جميع الصحف المدروسة على شعارها LOGO لمواقعها، وقد لاحظت الباحثة اتسامه بالوضوح والشفافية، وقد عمدت على تثنيته في صفحاتها، كما التزمت جميعها باعتماد شعار واضح



يتطابق مع شعار النسخة الورقية لها، وحرصت على وحدة الشعار ضمن حساباتها على شبكات التواصل الاجتماعي على شبكة الانترنت، وتتفق نتائج الدراسة وما أكده ببيرد 2010 , Beairad حول أهمية وجود الشعار على المواقع الإلكترونية، إذ يعد أساسيا يمثل هويتها، مما يزيد الاعتراف بعلامة مؤسستها والجهة المسؤولة عنها، بالإضافة إلى الأهمية التي يكتسبها من خلال تثنيته على جميع صفحات الموقع، إذ يعد وسيلة لتمكين المستخدم من معرفة أنه يطالع صفحات من نفس الموقع (كاملة بنت علي بن سعد الترك الكثيري: 2016، 166).



جدول رقم(61): يوضح ثبات مساحة الإبحار في مواقع الصحف الإلكترونية مجال الدراسة.

المجموع الكلي		الخبر أون لاين	النهار أون لاين	الشروق أون لاين	الموقع الإلكتروني الاختيارات
النسبة	التكرار				
0	0	×	×	×	ضعف المساحة
100	3	1	1	1	ملائمة المساحة
0	0	×	×	×	تشتت المساحة
100	3	1	1	1	المجموع

تعد الملاحة من أهم مميزات الصحف الإلكترونية إذ توفر سهولة الإبحار والتنقل داخل الصحيفة ونجد أن سهولة الإبحار داخل الموقع الإلكتروني مرتبط بالصفحة الرئيسية للموقع، فهي كالفهرس تتضمن محتويات الصحيفة، لذلك ينبغي أن تكون صفحة الاستقبال متكاملة وشاملة لكل ما هو متوافر على الموقع، حتى يتسنى للمستخدم أخذ فكرة عامة وشاملة عن الموقع.

وقد تبين من خلال الجدول أن مساحة الإبحار في الصحف المدروسة هي ساحة ثابتة ومستقرة طوال فترة الدراسة ذات مكان مستقر تحت عنصر الهوية، ويمكن تحديد خصائص الملاحة ضمن الصحف المدروسة في النقاط التالية:

1 - برز من خلال نتائج الدراسة أن مواقع الدراسة قدمت نمودجا كاملا لكافة أشكال أنظمة الملاحة navigation systems، كما اتضح أنها قد تفاوتت في ما بينها بتكامل تلك الأنظمة، وتوظيفها بشكل يفي بحاجة المستخدم وتسهيل مهمة استخدامه للمواقع.

2 - استخدام مواقع الدراسة الملاحة العامة general navigation والموجود في أعلى الصفحات الرئيسية لمواقعها، إذ اشتملت على روابط بالأقسام والصفحات الرئيسية لمواقعها، بالإضافة إلى صندوق البحث، كما تفاوتت في استخدامها للقوائم المنسدلة ضمن شريط الملاحة العامة، والتي تعرض من فروع الأقسام الرئيسية لموقع الجرائد، وهي من أكثر الأساليب شيوعا واستخداما في نظام الملاحة على المواقع، وقد ظهرت في مواقع الدراسة كالتالي:

- الشروق أون لاين: يحتوي على أقسام الصحيفة من الرئيسية، الوطني، الاقتصاد، الدولي الرياضة، الرأي، أقسام خاصة، آخر الأخبار، أحداث العالم العربي، وأيضاً زر للقوائم المنسدلة، وفي الجانب الأيسر مكان مخصص للبحث موضوعة في إطار أزرق لا يتغير في كافة الأعداد.



- النهار أون لاين: يحتوي كذلك على أقسام الصحيفة تتمثل في: أخبار عربية، الحدث الرياضية، الوطني، سوق النهار، المنتدى، البث المباشر، الأرشيف.

- الخبر أون لاين: يتضمن هو الآخر: صفحات الرئيسية، صفحات أخرى، أحوال الناس، أخبار الوطن، اقتصاد، العالم، ثقافة، رياضة، سياسة، اسلاميات، أرشيف يقابله في الجهة اليسرى مكان مخصص للبحث.

3 - اعتماد جميع مواقع الصحف للملاحة التكميلية supplementary navigation والتي ظهرت أسفل الصفحة الرئيسية للمواقع، إذ اشتملت على بعض الاقسام الفرعية والخدمات المكملة لشريط الملاحة العامة أعلى الصفحة، وقد تضمن في جميع مواقع الصحف عينة الدراسة معلومات عن الصحيفة "من نحن" "اتصل بنا"، يضم معلومات عن العنوان البريدي والمكان الجغرافي للمؤسسة ومكانتها، وكذلك البريد الإلكتروني وأرقام الهاتف مع تعريف مختصر للمؤسسة وأهداف واستراتيجية الموقع...الخ.

4 - توفر صحف الدراسة على شريط الملاحة النفعية utility navigation مع تفاوت واضح في تنظيمها وعرضها حيث نجده:

- في الشروق أون لاين: يتصدر أعلى الصفحة الرئيسية يتضمن : أقسام البوابة مثل الشروق السياسي، الشروق الرياضي، الشروق جواهر، الشروق الساحر، الشروق V .

- في النهار أون لاين يأتي بعد شريط الملاحة العامة في الجانب الأيسر على شكل أيقونتين لرياضة، آخر الأخبار.

- في الخبر أون لاين: يعتمد نفس طريقة الشروق أون لاين، حيث يتصدر أعلى الصفحة الرئيسية داخل إطار أزرق اللون يضم: كل فروع الخبر مع شعاراتها مثل: الخبر اليومي الخبر الرياضي، الطقس، ركن الإعلانات، منتديات الخبر.

5 - حققت الصحف المدروسة الإبحار عن طريق النص الفائق ولو كان ذلك بنسبة قليلة، فقد أتاحت للقارئ الإبحار في الموقع للبحث عن المعلومات أو الأخبار التفصيلية باستخدام روابط متعددة المستويات، تحيل القارئ إلى موضوعات داخل صفحات أخرى من الموقع لإعطاء القارئ معلومات إضافية.



6 - استخدام الصحف عينة الدراسة لأيقونات مصورة Icons لتمثيل فعل معين تمثلت على العموم في ايقونات مواقع التواصل الاجتماعي، التي تتيح للقارئ الملاحظة والتفاعل حول معلومات وأخبار الصحف.

وعلى العموم فإن هذه النتائج تتفق مع نتائج الباحثة حسينة بن رقية في قياسها لثبات مساحة الإبحار في دراستها، حيث وجدت ان عناصر الإبحار تظهر كليا بالنسبة لمواقع الدراسة ضمن مقاس شاشة (1366/667 بكسل) وهو نقطة إيجابية في تصميم واجهة هذه المواقع، بحيث أنها تسهل عملية التصفح بالنسبة لمستخدمي شاشة (1366/677 بكسل)، وأن المتصفحين يجدون دليلا للتنقل عبر المواقع بمجرد الصفحة، ولا يضطرون للنزول إلى أسفل أو الانتقال يمينا وشمالا للبحث عنه فهو متوفر أمامهم.



جدول رقم(62): يوضح ثبات مساحة العرض الخاص في مواقع الصحف الالكترونية مجال الدراسة.

المجموع الكلي		الخبر أون لاين	النهار أون لاين	الشروق أون لاين	الموقع الالكتروني الاختيارات
النسبة	التكرار				
0	0	×	×	×	ضعف المساحة
100	3	1	1	1	ملائمة المساحة
0	0	×	×	×	تشتت المساحة
100	3	1	1	1	المجموع

يوضح الجدول أعلاه مساحة العرض الخاص بالنسبة للصحف الالكترونية مجال الدراسة ويتضح أن هناك نسبة ملائمة واستقرار 100% في كافة المواقع، مع تفاوت في العرض أين خصصت أماكن واضحة كل مرة لنشر إعلانات خدمات المؤسسات مثل: عروض الأرشيف الخاص بالنسبة الورقية والإعلان عن اطلاق موقع آخر له مثل ما فعلت النهار أون لاين عن إعلان لفتح صحيفة الكترونية ثانية تبدأ في النشر على الساعة الخامسة مساءً تسمى بالنهار الجديد، وكذلك إعلان الشروق أون لاين عن البث المباشر لقنواتها الفضائية مثل الشروق TV، الشروق News وبنة.

كما تعلن عن صفحاتها على مواقع التواصل الاجتماعي وأنشطتها عبر الشريط الإخباري لزيادة التفاعلية من جهة، وتوسيع دائرة التعريف بالموقع من جهة اخرى، ويرجع السبب في تخصيص صحف الدراسة مساحات كبيرة لعرض خدمات المؤسسة إلى قلة الإعلانات في الواجهة، وهو مشكل تعاني منه العديد من الصحف وقد يؤدي لغاية زوالها وحجبها، فتجد المؤسسة الحل في الإكثار من إعلانات عن المؤسسة وخاصة الاشتراك في الموقع، ووضع الأرشيف في أعلى الواجهة بهدف جذب انتباه المستخدم لهذه العروض.

وفي نهاية تحليل بعد سهولة الاستخدام بمؤشراته الثلاث : ثبات مساحة الهوية، ثبات مساحة الإبحار وثبات مساحة العرض الخاص، ولتحقيق هذا البعد ومؤشراته في الصحف مجال الدراسة الشروق أون لاين، النهار أون لاين والخبر أون لاين يجب الالتزام بعدة اعتبارات إضافية منها:

1 - بالرغم من أن الهدف الأول من موقع الصحف الالكترونية هو الحصول على المعلومات فإن المستخدم لا يميل للقراءة بل يقوم بمسح الكلمات فقط. لذا يجب أن يكون المضمون مركزا، فيجب التخلص من نصف المعلومات المكتوبة بالصحيفة المطبوعة وذلك بإعادة تحرير المواد المطبوعة إذا ما أريد إعادة نشرها على الويب، فعادة ما يسبب الإفراط في عرض المعلومات إرباك ومضايقة المستخدم الذي يقرر في النهاية الانسحاب من الصفحة بغلاقها .



2 - وضع توقعات المستخدم بالنسبة لوظيفة تفاعلية الصور والخرائط في الحسبان، حيث يغير المستخدم أي صورة بارزة رابط يمكن النقر عليه، الأمر الذي يسبب مشكلة للمصمم عندما يستخدم الصور لمجرد التزيين، وبالرغم من أن الروابط النصية أصبح من المتوقع أن يراها المستخدم كنصوص تحتها خط أو ملونة بلون مختلف عن باقي النص، لكن ما تزال الروابط المستخدمة في الصور والخرائط التفاعلية غير محددة الشكل، لذا يظل الحل الوحيد الذي أمام المستخدم هو اكتشاف هذه الروابط بنفسه معتمدا على التجربة والخطأ في تحريك الفأرة على الخريطة، لذا يصبح من المفيد استخدام المصمم لمعالجات ثابتة لمثل تلك العناصر، الأمر الذي يسهل على المستخدم التعرف على الروابط بسهولة وتوقع أملكها.

3 - تجنب وضع النصوص المهمة بجوار عناصر متحركة، لأنها تجذب انتباه المستخدم وتصرفه عن النص المنافس لها، ما يدرك المستخدم العناصر المتحركة على أنها روابط يمكن النقر عليها.

4 - توفير التحكم الكامل للمستخدم في الوسائط المتعددة سواء كانت لقطات فيديو أو ملفات صوت أو مواد متحركة، وذلك من خلال أزرار للتشغيل والتوقف وإعادة التشغيل، كما يجب التأكد من وضع آلية لتشغيل وإيقاف الصوت أو الفيديو، فإن تشغيل الملف تلقائيا يفاجئ المستخدم مما يجعله يبحث عن زر إغلاق الصوت أو الخروج من الصفحة بمجرد الضغط على زر الرجوع بالمتصفح.

## جدول رقم(63) يوضح زمن التحديث في مواقع الصحف الإلكترونية مجال الدراسة.

المجموع الكلي		الخبر أون لاین	النهار أون لاين	الشروق أون لاين	الموقع الإلكتروني الاختيارات
النسبة	التكرار				
100	3	1	1	1	تحديث فوري لأقل من ساعة
100	3	1	1	1	تحديث من ساعة إلى ساعتين
33.33	1	×	×	1	تحديث مرة في اليوم
0	0	×	×	×	تحديث بعد مرور أيام
58.33	7	2	2	3	المجموع

تتصدر الجودة والحدثة القيم الإخبارية التي تسعى الصحف الإلكترونية إلى إبرازها، وهو امر لا بد منه لصحافة الانترنت، التي عرف عنها سرعتها في نقل الأحداث وتغطيتها وبخاصة ما يستجد منها. وقد أثبتت نتائج الجدول فيما يخص عملية التحديث أن هناك:

**1 - تحديث فوري (أقل من ساعة):** وذلك في كافة الصحف عينة الدراسة وبنفس الدرجة والثبات في كافة الأعداد، وهو ما ساعد على سرعة انتشار ومواقع الصحف على الانترنت، وهي الخاصية التي تحدد وجودها واستمرارها على الشبكة، فالصحف المدروسة تقوم بتحديث مادتها بما في ذلك الأخبار التي تتراوح أوقات تحديثها ما بين دقائق معدودة وساعة، وهي ميزة تدل على أن الصحف الإلكترونية في حالة حركة وأنها متصلة (online) بقراءها على الدوام.

حيث تقوم بتحديث مادتها تبعا للمتغيرات المختلفة على مدار اليوم، وتنتشر الاخبار والصور الإخبارية والتقارير المرتكزة على ما نشر من تطورات للأحداث والأخبار، وخصوصا عندما تكون اجتماعات وحوارات بين أطراف ذات وزن وفاعلية في المجتمع، مثلما حدث مع مسألة التعليم واضرابات الأساتذة وردود أفعال أولياء التلاميذ، ومقابلة الوزيرة للفاعلين الاجتماعيين (النقابات)، وما يصدر من قرارات، وتعتمد في ذلك الصحف على جهاز تحرير مستقل ومراسلين يمدون الصحف بالأخبار التي تنتشر في مواقعهم ومن طرف مصادرهم، أو خدمات وكالات الأنباء العالمية والعربية أو على ما تنتشره الصحف العالمية والعربية.

وقد رصدت الباحثة أسلوبين لتحديث المحتوى الإخباري وتحقيق الفورية (immediacy) في الصحف الإلكترونية المدروسة، وهما توثيق التاريخ بالساعة والدقيقة وخدمة الأخبار العاجلة، والذي يرد على هيئة عنوان يمكن عرضه فور وقوع الحدث، ويكون حجم النص فيه في حدود 5 إلى 10 كلمات ويتم بثه مباشرة ريثما إعداد المادة الإخبارية الأساسية للحدث نفسه.



**2 - تحديث من ساعة إلى ساعتين:** إن ما يميز الصحف الإلكترونية عن بقية المواقع على شبكة الانترنت هي خاصية الآنية، وذلك من خلال تحديثها المستمر لمعلوماتها وموادها الإخبارية على مدار الساعة دون قيود زمنية مرتبطة بالطباعة والنشر.

وقد لاحظت الباحثة في هذا النوع من الأحداث أنها تحديث لمواضيع بثت في الأغلب عبر الشريط الإخباري، وهي أحداث لنتائج المباريات والمباحثات أو لمظاهر التفجيرات التي عرفها العالم في تلك الفترة وعدد الوفيات والجرحى... الخ.

**3 - تحديث مرة واحدة في اليوم:** وكما بينه الجدول وقد كان لصحيفة الشروق أون لاين أين بلغت نسبة المؤشر 33.33%، وهذا يدل على مهنية واحترافية الشروق أون لاين، واهتمامها بتقديم الجديد في الموضوعات مهما كانت، وينبغي التأكيد أنها مواضيع ثانوية، وتدخل في إطار الترفيه فهي ضمن الأحداث الباردة التي لا تضيف الكثير لمعلومات المتصفح.

**4 - تحديث بعد مرور أيام:** وقد شهد هذا المؤشر غياب نهائي من على المواقع وهذا يدل أن المواقع ذات أخبار فورية، وليست ممتدة وهذه هي سمة شبكة الانترنت، فهذا النوع من التحديثات يصلح مع الصحف ذات الأصل المطبوع على شكل نسخة PDF، وليست مع الصحف الإلكترونية بتقنية التحديث.

ويمكن أن نستنتج أن الصحف المدروسة:

**1 -** تقدم خدمات التحديث تبعا لتطورات الأحداث، لاسيما عن طريق ما تبثه في شريط الخبر العاجل، واتضح أنه لا يتم الاعتماد على توقيتات محددة في نشر الأخبار بطريقة آنية، إنما حسب تجدد الأحداث كمعايير تعتمد في تحديث الأخبار .

**2 -** هناك معايير تعتمد في تحديث المادة الإخبارية وتصدرها الجدة والحداثة، وهو أمر لابد منه لصحافة الانترنت، ثم مسألة القرب إذ تسعى المواقع لتقديم الأخبار ذات الصلة في الأفراد في مجتمعاتهم الأضيقة، ولأجل ذلك جرى إفراة أبواب ومساحات خاصة لأخبار الوطن المحلية وأبواب خاصة لدول المنطقة، ثم العالمية تتضمن أخبارها وتطورات الأحداث فيها.

**3 -** إن التحديث لم يقتصر فقط على النصوص الإخبارية، وإنما شمل الصور الإخبارية المتعلقة بالحدث وتطوراته وحتى الفيديوهات، وكما كانت التحديثات تمس جميع الأنواع الصحفية وكافة المضامين من سياسية واجتماعية واقتصادية وغيرها، وقد كان ذلك مرفقا بتوثيق المعلومات المتعلقة بالتوثيق مما يزيد من المصداقية والثقة في معلومات المواقع.



وتقرب نتائج الدراسة الحالية مع نتائج دراسة نشرت عام 2003 ، حيث سجلت أن أكثر من 76% من الصحف العربية في الانترنت كانت تقوم بتحديث مادتها بما في ذلك الأخبار بعد مرور 24 ساعة وأشارت دراسة أخرى أن الصحف الالكترونية الأمريكية كانت تقوم بتحديث محتواها الإخباري أكثر من مرة يوميا. إلا أنها تفتقر عما توصلت إليه دراسة لمها عبد المجيد التي أشارت إلى ان محتوى المعروض في معظم المواقع الالكترونية جاء مجرد تكرار للمادة المطبوعة، وحاولت قلة قليلة جدا من الصحف العربية على الانترنت أن تلتزم بتحديث مادتها الإخبارية يوميا(جلیلة عبد الله خلف: 2014 (382

ويمكننا القول أن الصحف الالكترونية الجزائرية من الشروق أون لاین، النهار أون لاین والخبر أون لاین أتاحت للقارئ فرصة للاطلاع، ومعاودة قراءة الأخبار في أثناء مدة زمنية متعددة قد تساعده على الإلمام بالكثير من الأحداث والتطورات والقضايا المطروحة في المحتوى الإخباري والمعلوماتي فالتحديث في المواقع يؤكد أن الخبر في الانترنت لا يموت فتكرار الحدث قد يدل على أهميته.



جدول رقم(64): يوضح طبيعة الأرشيف في مواقع الصحف الالكترونية مجال الدراسة.

المجموع الكلي		الخبر أون لاین	النهار أون لاین	الشروق أون لاین	الموقع الالكتروني الاختيارات	
النسبة	التكرار				أرشفة المادة من خلال الملفات الخاصة	أرشفة صفحات الصحيفة الالكترونية حسب التخصصات المختلفة
33.33	1	1	×	×	أرشفة المادة من خلال الملفات الخاصة	أرشفة الالكتروني
0	0	×	×	1	أرشفة صفحات الصحيفة الالكترونية حسب التخصصات المختلفة	
100	3	1	1	1	أرشفة للنسخة الورقية	
55.55	5	2	1	2	المجموع	

تأتي خدمة الأرشيف على جانب كبير من الأهمية ولاسيما في مجال النشر الالكتروني للصحف الالكترونية، فتقديم الموضوعات المختلفة داخل الموقع إضافة إلى خدمة الأرشيف وإمكانية البحث يقدم للمستخدم سياقاً شاملاً عن الموضوع الحالي الذي يتعامل معه ويستخدمه، كما أنه يعد في حد ذاته مصدر للبحث، وفي الصحافة الالكترونية باتت عملية الأرشيف والحصول على المعلومات واستدعائها سهلة وميسورة، لأنها أتاحت العديد من الطرق التي تمكن المستخدم من الحصول على المعلومات كافة عبر خدمة الأرشيف الالكتروني، الذي يضم أشكالاً مختلفة من المعلومات مثل: المواد الصوتية، ولقطات الفيديو الحية والصور إلى جانب المواد النصية المكتوبة، مما يحقق نوعاً من التكامل والثراء في عرض المعلومات.

وتبين المعطيات الإحصائية للجدول أن الصحف الالكترونية الجزائرية المدروسة تختلف في الأرشيف الالكتروني فيما بينها، رغم سماحها للمستخدمين بالحصول على الأرشيف دون دفع مبالغ مالية مثلما هو معتمد ومحدد في بعض الصحف الالكترونية العربية والأجنبية، ويظهر أن مجال الأرشيف الالكتروني يوضح بـ:

- حققت أرشفة المادة من خلال الملفات الخاصة نسبة 33.33% ممثلة فقط في الخبر أون لاین حيث يقدم أرشيفا كاملاً، ويتيح فيه خدمة البحث في شكل رزنامة يختار المتصفح تاريخ العدد الذي يريد ويقوم بالضغط، ليحصل على نتيجة مضمونها ما تنشر على الموقع من المعلومات في ذلك التاريخ.
- حققت أرشفة صفحات الصحيفة الالكترونية حسب التخصصات المختلفة نسبة 33.33% متمثلة في الشروق أون لاین على غرار بقية الصحف المدروسة، حيث يوفر أرشيفا



للكاريكاتير، فإمكان أن يرجع المتصفح بسهولة إلى كاريكاتير الأعداد السابقة، وهو طريقة مبتكرة للأرشفة حسب قالب الصحفي.

- حققت توفر أرشيف النسخة الورقية بنسبة 100% ولكافة مواقع الدراسة وبنفس الدرجة، حيث تأكد وجود الأرشيف للنسخة المطبوعة عن طريق الضغط على أيقونة الأرشيف ليعطيك الموقع خيار على شكل رزنامة شهرية تسجل فيها تاريخ العدد المطلوب، ويعطيك مباشرة ذلك العدد، وهذا ما يدل على ضعف اهتمام الصحف المدروسة بالأرشفة الإلكترونية.

وقد يعود السبب كذلك إلى :

1- ارتفاع التكاليف لوضع أرشيف الكتروني على الموقع، ومقارنة ذلك بالجانب المادي للموقع.

2- عدم امتلاك الكفاءات المهنية الكافية للقيام بالأرشفة المعلوماتية، فالعاملون في الأرشيف الإلكتروني يحتاجون إلى دورات تدريبية.

3- تخصصات الصحفيين العاملين لا تسمح لهم بالأرشفة الإلكترونية، فتخصصهم الأكاديمي يقتضي في مجال إدارة المعلومات، وتوثيقها والقدرة على التعامل مع مصادر المعلومات بشتى أنواعها، فعليهم اتقان المهارات التطبيقية التالية: إدارة نظم المعلومات، حفظ وتنظيم السجلات، الفهرسة والتحليل الموضوعي وإعداد الكاشفات والمستخلصات، التعامل مع الوثائق وسجلات الأرشيف الإلكتروني، إدارة الأرشيف الصحفي، الانترنت واستخداماته وتطبيقاته المختلفة، التوثيق الإلكتروني، تصميم قواعد البيانات والتعامل مع قواعد البيانات الإعلامية العالمية، إدارة الملفات الشخصية وما شبه ذلك من مواد التخصص في إدارة وتنظيم الأرشيفات الإلكترونية المتعارف عليها على المستويين الأكاديمي والتطبيقي، إضافة إلى مجموعة من الدورات في الحفظ الرقمي ودورات مهارات في مجال تكنولوجيا المعلومات والشبكات.

وتتمثل أهداف الأرشيف الصحفي الإلكتروني ووظائفه في :

- تطوير ورفع كفاءة العمل والأداء المهني في مراكز المعلومات، وذلك عن طريق استخدام مختلف أنواع تكنولوجيا الاتصالات والمعلومات.

- تأمين وتوفير المعلومات الدقيقة المطلوبة والحديثة، وفي أسرع وقت ممكن بغرض دعم اتخاذ القرار، وإنجاز المهمات الصحفية المطلوبة.



- أصبح بالإمكان المشاركة في تبادل المعلومات الأرشيفية بسهولة، ومن دون قيود في ضوء حرية تداول المعلومات والمشاركة بها.

وعلى أساس ما تقدم فإن الأرشيف الإلكتروني يعد وسيلة مهمة لكل مؤسسة صحفية وإعلامية، ولذا فقد أصبح لزاما عليها أن تواكب العصر وتتحول إلى الأرشفة الإلكترونية، وذلك تحقيقا لمصلحتها ومصالح المستخدمين.

**جدول رقم (65): يوضح سرعة تحميل الصفحة الرئيسية في مواقع الصحف الإلكترونية مجال الدراسة.**

الخبر أون لاين	النهار أون لاين	الشروق أون لاين	الموقع الإلكتروني الأيام
62.37	10.11	5.24	اليوم الأول
85.71	09.46	6.17	اليوم الثاني
45.23	4.33	5.32	اليوم الثالث
70.16	4.67	7.21	اليوم الرابع
86.02	8.91	3.32	اليوم الخامس
54.24	7.44	3.71	اليوم السادس
66.31	16.71	3.84	اليوم السابع
76.91	44.21	4.15	اليوم الثامن
78.71	10.35	4.27	اليوم التاسع
20.61	12.12	6.10	اليوم العاشر
48.07	18.96	0.24	اليوم الحادي عشر
15.03	09.61	0.95	اليوم الثاني عشر
709.37	156.88	50.52	المجموع
59.11	13.07	4.21	متوسط سرعة التحميل

إن سرعة التحميل في الموقع تدل على الجودة والاحترافية في تصميم الموقع وعدم تعرضه للأخطاء، لأن بطئ التحميل يؤدي إلى زيادة انتظار المستخدم مما يعني ضياع وقته، وقد يصرفه هذا إلى موقع آخر أسرع منه، وتعد سرعة التحميل في دراستنا هذه من معايير معرفة قابلية وسهولة استخدام الموقع وفائدة الوسائط المتعددة في هذا العنصر، وقد أكدت النتائج أن هناك اختلاف وتفاوت نسبي في تحديد سرعة التحميل بين مواقع الدراسة، حيث احتلت صحيفة الشروق أون لاين المرتبة



الأولى وبلغت متوسط سرعة التحميل 4.21 ثانية، مما يعني أن هناك سرعة في تحميل الموقع، ثم يتبعه النهار أون لاين بمعدل 13.07 ثانية، وهي كذلك سريعة مقارنة بصحيفة الخبر أون لاين التي قاربت الدقيقة بـ 59.11 ثانية.

وقد تم قياس سرعة التحميل بالاعتماد على موقع wadson-addy لقياس سرعة تحميل الصفحات الإلكترونية، وقد حددنا نحن له في هذه الدراسة الصفحة التمهيديّة للحساب منذ النقر على عنوانها إلى غاية تحميلها وهذا طيلة فترة الدراسة أي لمدة 12 عدد ليتم في النهاية بحساب المتوسط، والذي وجدناه كما حدده الجدول متفاوت بين عناصر العينة، ويمكن إرجاع السبب في ذلك إلى عدة متغيرات من بينها:

- جودة واحترافية تصميم الموقع، والإمكانات المادية له، حيث أنه كلما تضمن الموقع مكونات تكنولوجية ومتطلبات معلوماتية أكثر أدى إلى نقص وبطء عملية التحميل، خصوصا تقنية java script التي تتطلب وقتا لإظهارها وتحليل شفرتها لتنفيذها وبالتالي عرض الصفحة.
- نسبة الوسائط المتعددة المتضمنة في الموقع فكثرة الصور والفيديو والرسوم... الخ تؤدي إلى بطء تحميل الصفحة، وهذا ما يفسر احتلال صحيفة الخبر أون لاين الموقع الأخير، فالنظر إلى الجدول رقم 21 نجد تفوق صحيفة الخبر أون لاين في توظيفها للوسائط المتعددة بنسبة 34.55% مقارنة بالنهار أون لاين 32.57% والشروق أون لاين 32.87%، وهذا ما يعكس الترتيب العكسي للمواقع في متوسط سرعة التحميل.

ولكن هذا الشرح لا يعني أنه كلما كان الموقع بطيء التحميل كان أفضل، لأن سرعة التحميل تدل كذلك على زيادة التعرض للموقع والاكتظاظ عليه من طرف المستخدمين، والتعرض لأخبار ومحتوياته وزيادة التفاعل مع مضامينه، وبالتالي فإن سرعة التحميل عند بداية التحميل ينبغي أن تكون مناسبة كما يجب ان تكون الفترة الزمنية للتنقل بين الصفحات لا تستغرق وقتا طويلا نسبيا، وفي حالة وجود صور أو مواد وسائط أخرى فينبغي مراعاة عدم تأخرها في التحميل من قبل التقنيين المصنعين للموقع عبر اعتماد سرعة تحميل مناسبة حتى ولو كانت مكلفة، وعند استخدام مواد الوسائط المتعددة (أفلام فيديو، كليات، تسجيلات صوتية..) لتوثيق الأخبار، ينبغي أن يتيح الموقع خاصية الوصول إلى تلك المواد دون الحاجة إلى فتح برامج معينة أو متطلبات خاصة بالشبكات عند استخدام المستفيد لها كما ينبغي أن لا تصرف مواد الوسائط تلك انتباه المستفيد أو المتصفح تماما عن المحتوى المراد



الاستشهاد به، ولأن تكون بديلة عن ذلك المحتوى فينبغي أن تكون هناك معايير دقيقة في هذا الجانب.

جدول رقم(66): يوضح البناء العام للمواقع الالكترونية مجال الدراسة.

المجموع الكلي		الخبر أون لاين	النهار أون لاين	الشروق أون لاين	الموقع الالكتروني	
النسبة	التكرار				الاختيارات	
100	3	1	1	1	وضع شعار الموقع في مكان بارز في الموقع	الشعار
100	3	1	1	1	وضع شعار بالموقع على صفحات الموقع	
0	0	×	×	×	وضع شعار الموقع على الصفحة الأولى فقط	
0	0	×	×	×	الموقع يتطلب التسجيل	عرض الموقع
100	3	1	1	1	وجود تعريف للموقع	
100	3	1	1	1	وجود تواريخ النشر في المقالات المنشورة	
100	3	1	1	1	وجود خارطة بلانحة الأقسام والصفحات	خارطة الموقع
66.66	1	1	×	×	ظهور رسالة الخطأ	
100	3	1	1	1	فتح أي صفحة داخل الموقع	
100	3	1	1	1	المسؤول في الموقع	الثقة في الموقع
0	0	×	×	×	تفسير طريقة البحث وكيفية جمع المعلومات	
100	3	1	1	1	نطاق الموقع	
69.44	25	9	8	8	المجموع	

أثبتت نتائج الجدول في الأعلى أن نسبة الاندماج والتوافق في البناء العام للموقع قد حققت بنسبة 69.44% وبدرجات متفاوتة بين مواقع الدراسة وبين عناصر البناء العام.

1 - الشعار: يعد الشعار وعنوان الصحيفة الالكترونية عنصر هاما جدا لتحديد هوية الصحيفة الالكترونية، وقد نالت المؤشرات التابعة له نسب:

- وضع شعار الموقع في مكان بارز بنسبة 100%.

- وضع شعار الموقع على كل صفحات الموقع بنسبة 100% .

وهذه النسب تدل على اهتمام مواقع الدراسة، وبالرغم وكما اوضحت سالفا في الجدول (60) أن الشعار الموضوع في هذه المواقع هو نفسه الموضوع في النسخ المطبوعة، كما يدل كبر حجمه على

أن الصحف مجال البحث لم تحقق الشهرة المطلوبة بعد، لأن المتعارف عليه أن تصميم الشعار في المواقع الشهيرة جدا يكون بحجم صغير.

2 - عرض الموقع: وقد حددت فيه النسب كالتالي:

- وجود تعريف للموقع وذلك بنسبة 100%.

- وجود تواريخ النشر في المقالات المنشورة بنسبة 100%.

حيث تدل النتائج على ثبات واستقرار في تنظيم المواقع، حيث نجد أن هناك معلومات عن الموقع فقد خصصت المواقع مكان في أسفل الصفحة من أجل الإشارة للقائم على نشر الموقع (المسؤول الفكري للموقع) وما نوعه (مؤسسة منظمة)، وتعريف موجز عنها مع الإشارة إلى استراتيجية الموقع والهدف من إنشائها، كما توفر الموقع معلومات نشر المقالات بتحديد التواريخ وزمن عرض الخبر وتحديثه، لأن معرفة اسم المصدر المستقاة منه المادة الإعلامية وتاريخ المعلومة يعتبر أولى أساسيات العمل الاخباري الإعلامي، لما له من صلة بتوفير عنصر الإقناع والمصادقية لدى المستخدم، ولذا بات لزاما إحالة جميع الأخبار المستقاة إلى مصادرها المنقولة عنها التزاما بالأمانة العلمية وبأساسيات العمل الإعلامي، ما يشكل بالمحصلة مؤشرات تدل على مدى الحفاظ على الموقع بشكل نشط وفاعل مع وجود إشارات للتحديث باستمرار، إحياء للقارئ بتجديد المعلومات في المواقع باستمرار دلالة على عدم سكونه وحركيته وتفاعليته.

3 - خارطة الموقع: وتعد بمثابة أداة تجول للمستخدم، فهي تعطي للقارئ نظرة شاملة عن بناء الموقع

الكلي. وقد كان استخدامها في مواقع الدراسة بـ:

- وجود خارطة بلائحة الأقسام والصفحات بنسبة 100%.

- ظهور رسالة الخطأ بنسبة 66.66%.

- فتح اي صفحة داخل الموقع بنسبة 100%.

وقد لاحظت الباحثة أن موقع الصحف مجال الدراسة تعتمد على خرائط الموقع النصية (Textual site Maps)، وهي من أبسط أنواع خرائط الموقع وأسرعها تحميلا، وأسهلها من ناحية البناء والتحديث والتذكر، تحتوي على أقسام وأبواب الموقع موضوعة في أعلى الصفحة يمكن من خلالها التصفح والابحار السريع داخل محتويات الموقع.

4 - الثقة في الموقع: وذلك من خلال:

- تحديد المسؤول في الموقع بنسبة 100%.
  - تحديد نطاق المواقع بنسبة 100%، وذلك نستخلصه من عنوان المواقع والتي تبدو بأنها محلية وعالمية.
- فيما غابت طريقة تفسير البحث وكيفية جميع المعلومات، فكل ما هو متوفر نطاق للبحث فقط في أعلى الصفحة دون توجيهات لتسهيل ذلك.
- وما ينبغي تحديده في إطار تنظيم البناء العام للموقع أن يكون هناك تمظها أكثر تنسيقا في طريقة عرض المعلومات والمواد الإعلامية، وتفاعلية القوائم والمنسدلات وهيئة جاذبة خلال استظهارها، كما يجب أن يتم توزيع القوائم الجانبية الرئيسية وعناوين المنسدلات العلوية في قسم الشاشة الأول وعلى شكل أيقونات مختارة بدقة، مع مراعاة مخطط التتبع البصري الذي توصل إليه (jakob Nielsen) المعروف بمخطط (F) في توزيع الموضوعات والقوائم المهمة، ووصفها في الأماكن التي تحظى بأطول زمن مشاهدة من قبل المتصفحين، كما يجب ملاحظة حسن اختيار الأيقونات والأشكال والصور والألوان التي تتناسب الموضوع، طبقا لنوعية وفئات الجمهور المستهدف بالموقع.
- ومن المؤكد أن النص يجب أن يكون مكتوبا بطريقة جيدة وبلغة غير عسيرة وخالية من الأخطاء النوحية والإملائية، كما أن نوع الخط المستخدم يجب أن يكون ذا حجم ولون مناسبين، ومن المهم أيضا أن تكون هناك خيارات متاحة لاختيار طرق عرض النص بصورة أفضل، وضرورة أن تكون أرضية الموقع بيضاء اللون مع بعض المساحات المناسبة بين أزرار الوظائف أو القوائم تحقيقا لرؤية مريحة وإبصار غير مربك لأعين الزائرين، يتيح تركيزا مستقرا عند المطالعة وأثناء التنقل البصري بين الوحدات النصية في الموقع.



المحور الرابع: استخدام أساليب التفاعلية عبر الوسائط المتعددة في مواقع الصحف الإلكترونية الجزائرية.

جدول رقم(67): يوضح أساليب والمستويات وأنماط التفاعلية في برامج الوسائط المتعددة.

المجموع الكلي		الخبر أون لاين	النهار أون لاين	الشروق أون لاين	الموقع الإلكتروني	
النسبة	التكرار				الاختيارات	
100	3	1	1	1	متابعة العرض بأكمله من البداية إلى النهاية	أساليب التفاعلية في عروض الوسائط المتعددة
100	3	1	1	1	الاختيار لمشاهدة أجزاء محددة من العرض	
100	3	1	1	1	اختيار جزئية فرعية من أحد البدائل في قائمة الخيارات ومشاهدتها	
100	3	1	1	1	الإبحار العشوائي داخل العرض بكامله	
100	12	4	4	4	المجموع الجزئي	
0	0	×	×	×	مستوى المشاهدة والتلقي مع امكانية التحكم في تتابع العرض	مستويات التفاعلية في عروض الوسائط المتعددة
100	3	1	1	1	مستوى العرض والمشاهدة والتلقي للمعلومات فقط	
100	3	1	1	1	مستوى المشاهدة والتفاعل من خلال لوحة المفاتيح	
66.66	6	2	2	2	المجموع الجزئي	أنماط التفاعلية في عروض الوسائط المتعددة
0	0	×	×	×	الانتقال من مشهد لآخر باستخدام أحد الأزرار الموجودة على الشاشة	
100	3	1	1	1	الانتقال من مشهد لآخر بالضغط على أحد الأيقونات	
100	3	1	1	1	التفاعل باستخدام القوائم المسدلة	
100	3	1	1	1	التفاعل باستخدام الهيبر تكست	
75.00	9	3	3	3	المجموع الجزئي	المجموع الكلي
81.81	27	9	9	9		

يشير التفاعل في مجال الوسائط المتعددة إلى الفعل ورد الفعل بين المستخدم وبين ما يعرضه الحاسب، ويتضمن ذلك قدرة المستخدم على التحكم فيما يعرض عليه وضبطه عند اختيار زمن العرض وتسلسله والخيارات المتاحة من حيث القدرة على اختيارها والتجوال فيما بينها، لذا فإن التفاعل

هو العلاقة المتبادلة بين المستخدم من جهة والبرنامج من ناحية أخرى، وكلما زاد كم التفاعل المطروح في البرنامج كلما زادت كفاءة البرنامج، وكذلك زادت رغبة المستخدم في التعامل معه والتعلم من خلاله.

وقد تبين من الجدول أعلاه أن مواقع الصحف الالكترونية الشروق أون لاين، النهار أون لاين والخبر أون لاين تتيح أساليب ومستويات وأنماط التفاعلية بنسبة 81.81% بنسب متفاوتة بين المواقع ومن حيث المؤشرات.

1 - أساليب التفاعلية في عروض الوسائط المتعددة: إن بمقدور الوسائط المتعددة أن تصبح أقوى الأشكال في البحث عن المعلومة، ونقل الأفكار الجديدة لأي وسيط اتصالي تم تطويره، فبرنامج الوسائط المتعددة يستطيع فعليا توفير تجربة أكثر واقعية مع تطبيقات الانترنت الأخرى عن طريق التفاعلية، وذلك بإنهاء فكرة الاتصال الخطي ومشاركة المتلقي في العملية الإعلامية، بمشاركة تتجاوز حدود التلقي والتفسير إلى المشاركة الإيجابية والنشطة، والتحكم في بناء المحتوى واختياره والسيطرة على المخرجات، أي أنها ترى في دور المتلقي إلى المشاركة في العملية الإعلامية عن طريق الاختيار الحر من المحتوى بمقدار حاجاته واهتماماته، حيث تبين أن المواقع حققت:

- متابعة العرض بأكمله من البداية إلى النهاية بنسبة 100%.
- الاختيار لمشاهدة أجزاء محددة من العرض بنسبة 100%.
- اختيار جزئية فرعية من أحد البدائل في قائمة الخيار ومشاهدتها بنسبة 100%.
- الإبحار العشوائي داخل العرض بكامله بنسبة 100%.

وهذا ما يدل على اهتمام مواقع الدراسة بعنصر التفاعلية من خلال الوسائط المتعددة بإتاحتها لكافة الأساليب التي تسهل على المستخدم التفاعل مع المحتوى المقدم، ويجعله العنصر المسيطر على العملية الإعلامية، فهي تمثل أفضل التصورات لما يجب أن تكون عليه نتائج الخدمات المقدمة، وذلك من خلال الاهتمام بمشاركتهم الإيجابية وانتقائهم الحر، فمثلا عند استخدام الفيديو نجد أن هناك علامتين واحدة على شكل تساوي = والثانية على شكل مثلث تمنح للمستخدم الاختيار، إما بمتابعة المادة أو الخروج عنها والعودة إليها فيما بعد، كما نجد في أسفل الفيديو شريط به سهم متحرك يسمح للمستخدم التحكم في المحتوى (إلى أي مدى أو كم وقت البث والمشاهدة)، كما تتيح المواقع حرية التحكم في حجم الخط وتعديله...الخ.

2 - مستويات التفاعلية في عروض الوسائط المتعددة: إن مواقع الدراسة تبقى نفسها على نظام معلوماتي متكامل تتيح للمستخدم الاستفادة من مادتها المعروضة من إمكانيات الصوت والصورة...الخ، فهي مجموعة متساوية من الوسائط الإعلامية، إذ لا تعتمد على النص فقط ولا على الصوت فقط ولا على الصورة فقط. بل تهتم بالاستخدام المتناسق لميزات كل وسيط، ويبدو جليا اعتماد مواقع الدراسة على مستويات التفاعلية في عروض الوسائط المتعددة، وذلك بنسبة 66.66% وذلك من خلال:

- مستوى العرض والمشاهدة والتلقي للمعلومات فقط بنسبة 100%.
  - مستوى المشاهدة والتفاعل من خلال لوحة المفاتيح بنسبة 100%.
  - فيما غاب مستوى المشاهدة والتلقي مع إمكانية التحكم في نتائج العرض ممثلا 0%.
- حيث نجد أن مواقع الدراسة أعطت مستويات عديدة تسهل وتيسر استخدام المواقع عن طريق عروض الوسائط المتعددة، مما يزيد من قوة العرض وبالتالي زيادة عدد المستخدمين، وبفائهم أطول فترة ممكنة لمشاهدة العرض عبر المواقع مجال الدراسة، وهذا ما يؤكد قول حسين شفيق: يمكننا أن نعطي تعريف موجزا لعنصر التفاعلية فنقول بأنها "عملية الدمج الآني أو المتأني في أسلوب الاتصال والتواصل بين المرسل والمرسل إليه، تكون المادة أو الرسالة هي محور هذا الدمج بغرض توصيل الفكرة أو الإقناع بها، أو الاستدراك حولها ويشمل الخدمة الملحقة بأي وسيلة إعلامية تتيح للجمهور أن يشارك برأيه، وهو بهذا ليشمل تعقيبات القراء على المواد في المواقع الإلكترونية".

3 - أنماط التفاعلية في عروض الوسائط المتعددة: تحقق من خلال توفر أنماط التفاعلية في مواقع الدراسة ما يعرف بالقيمة المضافة يتدخل الجمهور في صياغة المواد الإعلامية، فالصحافة الإلكترونية هي شبكة يشارك في إدارتها وملكيته وصياغة سياستها جميع المستخدمين، حيث أصبح يراعى في البرامج اتجاهات الجمهور ومواقفه، وكذلك إعطاءه مساحة كبيرة في المشاركة والتعبير، وقد يصل الأمر إلى المشاركة الفعلية والفنية في التخطيط والتقييم والمراجعة، وقد تحقق هذا المعيار بنسبة 75% في كافة المواقع من خلال:

- الانتقال من مشهد لآخر بلا ضغط على أحد الأيقونات بنسبة 100%.
- التفاعل باستخدام الهيبر تكست بنسبة 100%.

حيث تلاحظ الباحثة تنوع وسائل تحقيق التفاعلية من خلال برامج الوسائط المتعددة، فكل المواقع خلقت مساحات للحوار والمناقشة والتفاعل حيال ما ينشر من مضمون ومحتوى، مما يزيد من قوة تأثير الوسيلة وزيادة تموقع المستخدم.

جدول رقم(68): يوضح تعدد الخيارات المتاحة أمام المستخدم.

المجموع الكلي		الخبر أون لاین	النهار أون لاين	الشروق أون لاين	الموقع الالكتروني الاختيارات	
النسبة	التكرار				حفظ	المساعدات
66.66	2	1	×	1	تعدد اللغات	
66.66	2	1	×	1	محركات البحث	
100	3	1	1	1	حفظ	المساعدات
100	3	1	1	1	طباعة	
66.66	2	1	×	1	إرسال	
100	3	1	1	1	أخرى	
100	3	1	1	1	التحكم بحجم اللون والخط	
85.71	18	7	4	7	المجموع	

من خلال متابعة الجدول أعلاه يتضح أن مواقع الصحف الالكترونية الجزائرية الممثلة في عينة الدراسة تتيح ما نسبته 85.71% من الخيارات التفاعلية المتاحة أمام المستخدم، وقد توزعت على النحو التالي:

1 - **تعدد اللغات:** حققت الصحف الالكترونية المدروسة ما نسبة 66.66% في هذا المجال، حيث أن تعدد اللغة يتيح الخيار بتوسيع مجال المقروئية خصوصا على شبكة الانترنت ذات الانتشار اللامحدود والشامل، حيث سجلت الباحثة توفر الخيار في الشروق أون لاین التي توفر نسختين بالفرنسية والانجليزية، وهذا ما يسجل كخطوة إيجابية للصحافة الالكترونية الجزائرية في محاولة منها للوصول إلى أعلى درجات الاحترافية والعالمية وخصوصا أن نطاقها دولي ومحلي، وهو ما يسهل من إمكانية انتشارها واتساعها بشكل كبير، ونفس الشيء نلاحظه على صحيفة الخبر أون لاین التي توفر هي الأخرى نسخة باللغة الفرنسية، خصوصا وأنها مطلوبة بقوة من الجالية بالخارج للتقرب أكثر من

الوطن بمعرفة ما يدور حوله من أخبار وأحداث، فيما غاب هذا الخيار عن النهار أون لاين التي اكتفت فقط بنسختها العربية.

كما لاحظت الباحثة خصوصا في الشروق أون لاين نشرها المواضيع باللغة الفرنسية على نسختها العربية مثل *boudiaf le projet*، وكذلك *l'ambassadeur russe tue en Turquie* وهذا من أجل كسر الروتين بكسر الوحدة البصرية المتعلقة بالخط، وكذلك الاهتمام بالجمهور المتفاعل حول الأحداث، والذي يتمثل في كل الجنسيات والأعراف، مما يزيد من حدة التفاعل والمشاركة.

**2 - محركات البحث:** يمثل وجود وسيلة البحث عن المعلومات في الموقع الإخباري أهمية قصوى للحصول على الأخبار والمعلومات المختلفة بسرعة، وتجنب البحث عبر الصفحات الذي يستغرق وقتا إلى تقع عين المستخدم على مبتغاه، وربما لا يحصل عليه بهذه الطريقة، وقد سهلت الصحف عينة الدراسة على مستخدميها مهمة البحث عن المعلومات بنسبة 66.66%، وذلك باستخدام نوعين من البحث:

**أ - محركات البحث الداخلية:** لقد سجلت كل من الشروق أون لاين والخبر أون لاين اعتمادهما على محرك البحث البسيط الداخلي والمتواجد في أعلى الصفحة الرئيسية داخل إطار مخصص لذلك، حيث يتيح لنا البحث في المعلومات المتاحة على موقع الصحيفة (مقالات، تقارير، قصص إخبارية صور...)، وهو خيار لا يتواجد في صحيفة النهار أون لاين التي لم تبد اهتمامها بهذا الشأن، إضافة إلى توفر الأرشيف الالكتروني على صفحات هذه الصحف الذي يسهل عملية بحث واسترجاع المعلومات، فضلا عن إمكانية استرجاع الأعداد السابقة وقراءتها في أي وقت، عن طريق التكشيف أو الكشاف الذي يعد أحد أدوات الاسترجاع، فهو دليل مرتب وفق طريقة للمحتويات الفكرية لأوعية المعلومات باستخدام مؤشر لفظي أو رمزي للمحتوى، ومؤشر مادي لمكان المعلومات المرغوبة، فهذا الأسلوب يؤثر بالإيجاب على مدى الإفادة من مواد ومعلومات الأرشيف، ومن ثم تعزيز علاقة الارتباط بين القارئ والموقع من جهة، بما تتيحه من معلومات وأخبار، كما تسهل عمل المحررين من جهة ثانية، إذ أصبح الأرشيف أو ما يعرف بالمكتبة الالكترونية من التقاليد الأساسية التي يجب أن يعود إليها المحرر في أثناء إعداد مادة الصحيفة، وذلك لاستكمال بعض المعلومات أو التأكد من صحة بعضها الآخر أو للتعرف على ما سبق نشره حول موضوع معين، ومن هنا يجب أن تميز المكتبة الالكترونية بالسرعة والشمول، مما يدعم من كفاءة وفاعلية التحرير.

ب - محركات بحث خارجية: والتي تتفرد بها صحيفة الشروق أون لاين التي توفر خدمة البحث عبر محرك البحث "غوغل بلوس" + Google كإضافة متميزة ونوعية على صفحتها التمهيدية، وهو مؤشر يضيف صفة الربط مع الشبكة الإعلامية العالمية للصحيفة ذاتها، والذي يمنح المستخدم الاستفادة من التصنيف والتبويب عبر شبكة الويب، كما يمكنه من الاطلاع على أدلة معلومات الدقيقة والاستفادة من معلوماتها المصنفة عبر إجراءات العمليات المنطقية Boolean operations باستخدام الكلمات المفتاحية المقترحة والتي تعطي نتائج أكثر دقة وشمولية.

وإجمالاً يمكن القول أن المواقع - موضوع الدراسة - تستخدم محركات بحث مختلفة، وأرشيف الكروني منظم مما يسمح للمستخدم بالوصول إلى المضمون الذي يبحث عنه في أسرع وقت ممكن.

**3 - الخدمات المساعدة:** حيث توفر الصحف الثلاث في مواقعها خيار خدمات المساعدة بنسب متفاوتة كالتالي:

- خدمة الحفظ بنسبة 100% لكافة المواقع.
  - خدمة الطباعة 100% لكافة المواقع.
  - خدمة الإرسال بنسبة 66.66% نستثنى منها صحيفة النهار أون لاين.
  - خدمات مساعدة أخرى بنسبة 100% لكافة المواقع.
- ونعني بالخدمات المساعدة الخدمات التي تقدمها الصحف الإلكترونية إلى جانب المواد الإعلامية لمستخدميها مستفيدة من الإمكانيات التقنية الكاملة للانترنت، للوصول إلى أكبر قدر من المستخدمين وتعد تقديم خدمات الحفظ والطباعة والإرسال من أبرز الخدمات وأكثرها استعمالاً من طرف المستخدم والتي حرصت المواقع على توفيرها من أجل:
- حفظ المواد الإعلامية من أجل الرجوع إليها وقت الحاجة دون طباعتها في خضم هذا الزخم الكبير من المعلومات عبر الانترنت، والتي أصبحت تقاس بالتيرا بايت موزعة بين ما هو اجتماعي وسياسي واقتصادي ومعلوماتي... الخ.
  - التشابه في المعلومات قد يشتت ذهن المتلقي لهذا يفضل حفظه حين استكمال عمليات بحثه حول المعلومات.
  - طباعة المواضيع لقراءتها على راحة وبعيدا عن تأثير البيئة التكنولوجية وأشعة الحاسب وزخم المعلومات.



- طباعة المواضيع المستلزمة على شكل أوراق وحملها بكل سهولة ومراجعتها بدون تأثير عوامل البيئة، ومن أمثلتها انقطاع تدفق الانترنت وبطئه.
- الاستفادة من المواضيع وتشاركها مع الزملاء بإرسالها عبر مواقع التواصل الاجتماعي أو البريد الإلكتروني.

أما فيما يخص خدمات المساعدة فقد لاحظت الباحثة وجودها بنفس الطريقة بين مواقع الدراسة حيث تساوي في تقديم خدمات حالة الطقس، مواقيت الصلاة، وأحيانا خدمة الوظائف والمسابقات وعروض العمل، في حين لم تتجح المواقع في توفير خدمة التسوق الإلكتروني أو خدمة القواميس والمعاجم عن طريق الوصلات الداخلية، أو ما يعرف بروابط المعلومات الداعمة **supporting information links** .

4 - **التحكم بحجم اللون أو الخط:** حيث توفر الصحف الإلكترونية الجزائرية هذه الخدمة بنسبة متكاملة في مواقع الدراسة 100%، والذي يتيح للمستخدم كافة التصرف اتجاه المضامين فيما يخص هذا البعد، مما يساعده على توفير راحته الشخصية بتوفير المحتويات حسب رغبته هو وذوقه الشخصي ووفق اهتماماته وحاجياته، وهو ما يدعم ألفته ويزيد من موثوقيتة بالموقع. وإجمالاً ينبغي التنويه أن توفير نسبة 85.71% في خيار تعدد الخيارات المتاحة أمام المستخدم يدل على تطور الصحف الإلكترونية الجزائرية واهتمامها بالمستخدم كأول أهدافها، يسمح لها بتموقع مركز لا بأس به ضمن منظومة الوسائل الإعلامية الإلكترونية العالمية.

جدول رقم (69): يوضح الجهد المبذول قبل المستخدم في الصحف الالكترونية مجال الدراسة.

المجموع الكلي	الخبر أون لاین	النهار أون لاین	الشروق أون لاین	الموقع الالكتروني الاختيارات	
				التكرار	النسبة
100	3	1	1	1	دليل الفهرس
100	3	1	1	1	خدمة الأخبار العاجلة (شريط متحرك)
66.66	2	1	×	1	خدمة الرسائل القصيرة عبر الهاتف المجهول (sms)
100	3	1	1	1	خدمة RSS
91.66	11	4	3	4	المجموع

يبين الجدول أعلاه الجهد المبذول من قبل المستخدم في الصحف الالكترونية ممثلا بنسبة 91.66% وهي نسبة جد مرتفعة، حيث سجل اهتمام مواقع الدراسة الثلاث بتوفير دليل الفهرس وهذا بنسبة 100%، وهذا لإعطاء مظهر أكثر تنظيما وتناسقا للصفحة مباشرة بعد فتحها، فالتبويب على شكل فهرس يقرب القارئ من منظومة فكره التقليدية وهو الكتاب، مما يحبب الفكرة لديه وينطبع عنده انتظام الموقع وترتيبه.

**1- خدمة الأخبار العاجلة (الشريط المتحرك):** وتسمى كذلك بخدمة التلخيص المركز للموقع أو البث الملخص لمحتوى الموقع كإبحار لأهم وآخر الأخبار والأحداث، والتي توفرها المواقع بنسبة 100% وهذا لإعطاء المستخدم نظرة سريعة لأهم المجريات من جهة، وتحقيق السبق والريادة الصحفية للموقع من جهة أخرى.

**2- خدمة RSS:** وهي خدمة جديدة حققت على المواقع كذلك نسبة 100% تمكن زوار الموقع الالكتروني من الحصول على آخر الأخبار فور ورودها على الموقع بعد الاشتراك بها، وتشتمل الملقاة بهذه الطريقة في أبسط صورها على عنوان الخبر، ومختصر لنص الخبر ووصلة أو رابط للنص الكامل للخبر على موقع منتج الخبر.

**3- خدمة الرسائل القصيرة عبر الهاتف المحمول (SMS):** والتي كشفت عن استخدامها مواقع الدراسة بنسبة 66.66% متضمنة الشروق أون لاین والخبر أون لاین كتكريس لفكرة الإعلام المتحرك مقابل لنظام إعلام المكان، وهو مفهوم جديد دفع إليه التقدم التكنولوجي الذي استفادت منه كل وسائل



الإعلام الجديدة، يسعى إلى لفت الانتباه وجذب الجمهور إليه، وبهذا استفادت مواقع الصحف الالكترونية من وسيط آخر تفاعلي محمول وسريع يشكل إضافة وميزة لهذه المواقع. وبعد تقييم الجهد المبذول من قبل المستخدم في الصحف الالكترونية مجال الدراسة اتضح أنه مفعّل وبشكل يزيد من قيمة ومهنية واحترافية هذه المواقع، واتجاهها نحو إعلام متعدد الاتجاهات many to many أصبح الجمهور فيه جزء مهما من منظومة المحادثة والحوار الإعلامي. جدول رقم (70): يوضح أدوات بعد استجابة المواقع الالكترونية مجال الدراسة للمستخدم.

المجموع الكلي		الخبر أون	النهار أون	الشروق أون	الموقع الالكتروني	
النسبة	التكرار	لاين	لاين	لاين	الاختيارات	
33.33	1	×	×	1	الأكثر تعليقا	عرض المواد
66.66	2	1	×	1	الأكثر قراءة	على تقييم
0	0	×	×	×	الأكثر إرسالاً	المستخدمين
100	3	1	1	1	الالكتروني	طرق الاجابة
0	0	×	×	×	أقسام الموقع	على تساؤلات
0	0	×	×	×	استجابة بشرية	المستخدمين
33.33	6	2	1	3	المجموع	

توضح معطيات الجدول أدوات بعد استجابة المواقع الالكترونية عينة الدراسة، حيث تم رصد النتيجة النهائية بنسبة 33.33%، وهي نتيجة ضعيفة مقارنة بأبعاد التفاعلية المسجلة سابقاً، وتتحصر أدوات بعد استجابة المواقع الالكترونية في الدراسة من خلال تقييم:

#### 1 - عروض المواد بناء على تقييم المستخدمين: وذلك عن طريق:

- أ- الأكثر تعليقا بنسبة 33.33% ممثلة في الشروق أون لاين فقط.
- ب- الأكثر قراءة: بنسبة 66.66 متضمنة الشروق أون لاين والخبر أون لاين.
- ت- الأكثر إرسالاً: حيث لم تسجل أي نسبة لتوظيفها في المواقع.

يجدر بنا التنويه إلى أن قياس عدد القراءات في موقع الصحيفة هو إحدى العمليات الأساسية لفهم سلوكيات إبحار القراء في بيئة الصحافة الالكترونية، وهناك اتفاق على نطاق واسع في أن قياس عدد زوار موقع مازال يعد مسألة تحد، لذلك ليس هناك اتفاق في إجراءات عمل الشبكة حول الطريقة التي يمكن بها معرفة جمهور الصحيفة بشكل دقيق.

وبما أن هناك تقسيمات للمواد المعروضة من خلال المقروئية والتعليق والإرسال، فهذا ببداية عهد انتشار الصحافة الالكترونية في الجزائر وقبولها كمستحدث جديد في بيئة اتصالية رقمية جديدة، فكما يقول روجرز "إن نشر الأفكار المستحدثة يعتبر أساس التغيير الاجتماعي سواء كان ذلك في قبول المستحدث أم رفضه، ولأن نشر هذه الأفكار يعتمد أساسا على الاتصال المباشر، يمكن أن يقال أن التغيير الاجتماعي هو إحدى نتائج عملية الاتصال". وهذا ما يبرر تغيير سلوك المستخدم من الإعلام المطبوع نحو الالكتروني في اعتراف منه بوجود مبتكر جديد غير الظروف المحيطة به عن طريق خلق فضاء تفاعلي من خلال معالجة مواضيع عديدة، وهذا ما يبرر خلق الصحف الالكترونية الجزائرية لمساحات التعليق والمشاركة والتفاعل.

خصوصا فترة التحليل شهدت العديد من الأحداث في مختلف الميادين، منها السياسية في قرارات تعيين مسؤولي الحكومة والمعارضات السياسية للسلطة الحاكمة والاجتماعية من خلال تصاعد الجرائم والاختطافات خاصة الأطفال والاعتصام والاختلاسات، والاجتماعية كانتشار الأمراض وقضايا السكن واحتجاجات المواطنين، وتعالى هتافاتهم بزيادة المشاريع التنموية والاقتصادية المتمثلة خصوصا في انخفاض أسعار النفط وقرارات الحكومة بزيادة الأسعار وأزمة التقشف، وما صحبه من ضعف القدرة الشرائية للمواطن والرياضية الخاصة بالتحضيرات لكان الغابون لكأس إفريقيا وتحضيرات المنتخب الوطني... الخ، فهذه الأحداث وأخرى عملت على إثارة المستخدمين، ودفعهم للتطلع على المعلومات الخاصة بها ثم إبداء آراءهم حولها، حيث طرحها الصحف الالكترونية بكل موضوعية وتجاوب المستخدمين معها بقراءاتهم وتعليقاتهم، فكانت بذلك ساحات للحوار والتفاعل تحولت فيها مشاركة القراء من التفاعلية الإبحارية أو الإرشادية Navigation interactivity إلى تفاعلية تشاركية ووظيفية Functional interactivity ممثلة بذلك قفزة تكنولوجية للقارئ المتفاعل.

**2 - طرق الإجابة على تساؤلات المستخدمين:** حيث مثلت الإجابة الالكترونية نسبة 100%، إجابة عن طريق أقسام الموقع 0%، الاستجابة البشرية الفورية 0%.

وقد دعمت المواقع - وبشكل واضح - نوع الاتصال عن طريق البريد الالكتروني الخاص بالموقع ككل، وذلك لتوفير الوقت والجهد وتفاذي الأسئلة المكررة من طلب المستخدمين لإرسال الإجابات باستخدام بريد الكتروني للموقع واحد فقد صدفه:

- إمكانية إرسال إلى عدة متلقين.

- السرعة في إرسال الرسالة والإجابة عن الانشغالات بأسرع وقت.

- طريقة آمنة، حيث تبقى على المعلومات سرية ومحفوظة من فضول الغير.

وبهذا فإن الباحثة قد رصدت ضعفا كبيرا في أدوات بعد استجابة المواقع الالكترونية، حيث تعادلت النسب بين العناصر الفاعلة وغير الفاعلة، حيث اختبرت الباحثة ست مؤشرات، ثلاث مؤشرات أثبتت فعاليتها، وثلاث حالات حازت على نسبة 0 %، وهذا ما ينبغي أن تعيد الصحف الالكترونية التفكير بشأنه والرفع من مستوى أداءه، خصوصا فيما يتعلق بجانب التعليقات والمشاركات التي اقتصر على النص المكتوب فقط وألغت كافة الوسائط الأخرى.

جدول رقم (71): يوضح استخدام مواقع الدراسة لأدوات بعد امكانية الاتصال من قبل المستخدمين.

المجموع الكلي		الخبر أون	النهار أون	الشروق أون	الموقع الالكتروني	
النسبة	التكرار	لاين	لاين	لاين	الاختيارات	
33.33	1	×	×	1	إدارة الموقع	البريد الالكتروني
0	0	×	×	×	أقسام الموقع	
100	3	1	1	1	محرر المادة	
100	3	1	1	1		المنتديات
0	0	×	×	×		عرض بيانات المعلقين
46.66	7	2	2	3		المجموع

تتيح عناصر التفاعلية لمستخدم الصحيفة الالكترونية إمكانية التحوار المباشر مع مصممي الموقع والنقاش معهم عن طريق أدوات لتسهيل الاتصال، حيث تمثل في مواقع الدراسة بنسبة 46.66% توزع على ثلاث مستويات للتفاعل هي:

1 - البريد الالكتروني: يعتبر البريد الالكتروني إحدى وسائل تبادل الرسائل بين المستخدمين والقائمين على الصحف الالكترونية بسرعة وكفاءة وفعالية كبيرة، عن طريق استغلال خاصية إرسال رسالة واحدة لعدد كبير من المشتركين، وتمكن أهميته كأداة تفاعلية في المواقع الالكترونية في كونه وسيلة اتصال بين المواقع وزواره وبين محرري الأخبار في الوقت ذاته، وزادت أهميته مؤخرا نظرا لتطبيقاته المتعددة خاصة في اجهزة الهواتف الذكية، فقد أصبح بالإمكان التفاعل مع أي شخص وفي أي وقت دونما الحاجة لتنسيق مسبق مع الطرف الآخر سواء بالنصوص أو الصور أو الرسومات أو التسجيلات الصوتية والفيديوية، وبأقل التكاليف، وقد سجلت الدراسة أن هناك تفاعل حقيقي وواضح

بين المستخدم ومحرري المواد الصحفية بنسبة 100%، وهذا ما يدل على اهتمام الصحفيين بالمواد التي ينشرونها ومتابعة ردود الأفعال حولها من أجل معرفة الاتجاه حول مضامين الموقع، والتي يتم اتخاذ قرارات على إثرها سواء بتعديل معلومات أو لتخصيص النشاط في مجال معين، وهذا ما يسمح ببناء أجنحة إعلامية للوسيلة تتماشى وأجنحة المستخدمين بمعرفة اتجاهاتهم ومتطلباتهم، وهذا ما يعطي للمستخدم الإحساس بدرجة أهميته في صياغة الرسالة الإعلامية لدى المواقع الصحفية، وأنه عنصر فعال لإنجاح المواقع مما يزيد من موثوقية الصلة معه.

وفيما يخص إيراد بريد الكتروني للموقع فقد سجل فقط نسبة 33.33%، وبالنسبة لموقع واحد فقط هو الشروق أون لاين والتي تعتمد عليه في:

- تلقي المقترحات والشكاوي.
- مساعدة المحررين خصوصا في جانب المواد الإعلامية لإبداء الرأي في تسديد آراءهم وبناءها على قاعدة متينة مبنية على أفكار ميدانية وحجج وبراهين واقعية مستوحاة من كتابات وتعليقات القراء.
- تقييم محتويات ومضامين الموقع، وكذلك تصميمه بكل موضوعية مما يساعد القارئ عليه بتطويره وتحسين خدماته.
- تسهيل الوصول إلى الصحيفة الإلكترونية وحصولها على إعلانات الكترونية في أسرع وقت وبطريق مختصر.
- التنبيه إلى معيقات أو أخطاء في الموقع لم يتم الانتباه إليها.

**2 - المنتديات:** تعد المنتديات إحدى أهم تطبيقات الإعلام الجديد من حيث التفاعل والمشاركة، حيث لخص روجرز مفهومه للتفاعلية في: "قدرة المشاركين في العملية الاتصالية على تبادل الأدوار والسيطرة والتحكم في خطابهم المشترك" (بورقة سمية: 2015، 314)، ولقد تدعمت الصحف الإلكترونية الجزائرية بهذا المبتكر التفاعلي التشاركي، ووفرت على موقعها العديد من المنتديات بنسبة 100% حيث لاحظت الباحثة تشارك المواقع في العديد من تسميات المنتديات كالمنتدى الإسلامي منتدى الأسرة والمجتمع، منتدى العلوم والعلوم السياسية، المنتدى الرياضي، المنتدى الأدبي، المنتديات العامة، منتدى الإعلانات، منتدى التكنولوجيا والمعلوماتية، وغابت بعضها وانحصرت في أخرى كإنفراد صحيفة الخبر أون لاين بمنتدى عالم السيارات والماركات ومنتدى الصحة، ومنتدى الدراسات



الجامعية، ومنتدى القنوات الفضائية، منتدى العلوم العسكرية والأمنية، وانفردت الشروق أون لاین بالمنتدى الترحيبي، منتدى السياحة والفندقة، منتدى الأقسام المتميزة، أما النهار أون لاین فقد افردت بمنتدى الجرافيكس والتصميم ومنتدى أصحاب المواقع ومنتدى اللغات.

وقد لاحظت الباحثة أن منتديات المواقع الالكترونية الجزائرية من الشروق أون لاین والنهار أون لاین والخبر أون لاین، والتي بلغ عددها 47 منتدى(16 منتدى للشروق أون لاین، 14 منتدى للنهار أون لاین، و17 منتدى للخبر أون لاین)، فقد تنوعت مواضيعها بين السياسية، الأدب، التاريخ الرياضة، العلوم والتكنولوجيا... الخ، وهذا لتغطية متطلبات الجمهور، وتوفير احتياجات أكبر فئة مستخدمين من خلال مواقع افتراضية تؤمن لهم الشعور بالرفقة والمزيد من الاهتمام.

**3 - عرض بيانات المعلقين:** تحافظ مواقع الصحف الالكترونية الجزائرية بكل سرية وأمانة على بيانات المعلقين والمشاركين وذلك تفاديا لأي خطأ أو حروب كلامية وما ينجر عنها فيما بعد، كما أن التعليق في مواقع الصحف هو متاح بكل حرية، وهذا ما دفع المستخدم يتخلى عن الوسائل القديمة للتخلص من مقص الرقيب، فهذا المجال يوفر له ليس فقط حرية المشاركة والتعليق، وإنما كذلك فرصا للمشاركة والتعبير، فهو متنفس حقيقي من ظاهرة السلطة الواضحة للقرارات في الإعلام المطبوع الذي تحتفي فيه مثل هذه المساحات، فالإعلام الجديد وبمساحات إبداء الرأي هو إعلام اللاسلطة واللاقرار فلا يتحكم فيه أي عنصر من عناصر الضبط الاجتماعي بشقيه القهري الذي يمثله القرارات واللوائح والقوانين، والمقنع القائم على التفاعل الاجتماعي للفرد والتزاماته بأعراف المجتمع وقيمه، فالمستخدم من خلال أدوات الانترنت الجديدة يبني لنفسه عالما ومجتمعاً جديداً يتحكم فيه، ويشكله كيفما شاء. كما يشكل خصائص وأوجه تفاعله مع تلك البيئة الجديدة، ولكن هذا يدفعنا نتساءل من جهة عن مصير أخلاقيات العمل الإعلامي ومواثيق الشرف فيما يقصد بالخصوصية وما يعرف بالخطوط الحمراء السياسية.

جدول رقم (72): يوضح استخدام مواقع الدراسة لأدوات تسهيل الاتصال مع المستخدمين.

المجموع الكلي		الخبر أون لاين	النهار أون لاين	الشروق أون لاين	الموقع الإلكتروني	
النسبة	التكرار				أدوات تسهيل الاتصال مع المستخدم	
0	0	×	×	×	المؤتمرات السمعية البصرية	أدوات الاتصال المتزامن
0	0	×	×	×	المشاركة في جماعات النقاش	
0	0	×	×	×	مؤتمرات الفيديو	
100	3	1	1	1	خدمات نقل الملفات	أدوات الاتصال
100	3	1	1	1	لوحة النشر	
33.33	1	1	×	×	المدونات	غير المتزامن
0	0	×	×	×	غرف الدردشة	
33.33	1	×	×	1	مكان مخصص لأعمال الجمهور	
33.33	8	3	2	3		المجموع

تتنوع أدوات الاتصال مع المستخدمين في مواقع الصحف الإلكترونية وتختلف، وقد أوضحت المعطيات أعلاه أن نسبة استخدام هذه الأدوات بلغت 33.33%، وهذا يدل على ضعف هذه المواقع في الاستفادة من هذه الأدوات وتوظيف خدماتها لصالحها، حيث لم تستفد مواقع الدراسة من أدوات الاتصال المتزامن نهائياً في مواقعها، وهذا يدل على عدم اهتمامها بمثل هذه التقنيات.

في حين قدمت بعض أدوات الاتصال غير المتزامن من خلال خدمة نقل الملفات ولوحة النشر متكاملة أي 100%، والمدونات والمكان المخصص لأعمال الجمهور بنسبة 33.33% .

وكنتيجة نهائية نرصد عدم اهتمام مواقع الدراسة وضعف توظيفها لأدوات الاتصال المتزامن الذي يحقق الربط والتواصل المباشر مع المستخدمين، في حين اهتمامها بأدوات الاتصال المباشر بنسبة كبيرة، وإن هذا التفاوت يقترب من نتائج إحدى الدراسات العربية التي تعرضت إلى التفاعلية في المواقع الإخبارية، وأشارت النتائج إلى أن الصحافة العربية في الانترنت لا تستثمر الإمكانيات التي

تتيحها الثورة الرقمية، وأن غالبيتها لا تهتم بإقامة وسيلة اتصال ثنائية الاتصال بينها وبين المتلقي، بل تكتفي بنشر آراء محرريها دون الاهتمام بآراء الجمهور، وأن مستوى التفاعلية بين القارئ ونص المادة الخبرية أو المعلومات المتاحة في الموقع الإخباري في أدنى مستوياته بسبب لجوئها إلى إعادة نشر النسخة المطبوعة من الجريدة الورقية.

جدول رقم(73): يوضح استخدام مواقع الدراسة لبعد سهولة إضافة معلومات من قبل المستخدم.

المجموع الكلي		الخبر أون لاین	النهار أون لاین	الشروق أون لاین	الموقع الإلكتروني	
النسبة	التكرار				بعد سهولة إضافة معلومات	
100	3	1	1	1	الاستفتاءات	
100	3	1	1	1	التعليق	
100	3	1	1	1	فيسبوك	مواقع التواصل الاجتماعي
100	3	1	1	1	تويتر	
100	3	1	1	1	أخرى	
100	3	1	1	1	تقييم أعجبنى/ لم يعجبنى	
0	0	×	×	×	إضافة مادة تحريرية	المشاركة في المادة المنشورة
100	3	1	1	1	إضافة صورة	
100	3	1	1	1	إضافة فيديو	
0	0	×	×	×	إضافة صوت	
80.00	24	8	8	8	المجموع	

فقد أتاحت تكنولوجيا الاتصال الحديثة توسيع قاعدة مشاركة الجمهور وإيجاد أدوات تمكنه من أن يصبح مشاركا في صنع مادة الموقع، وإمكانية إسهامه بشكل مباشر في عملية التحرير عن طريق التعليق أو التصويت أو بتقديم الرأي المختلف أو بالحوار المباشر مع هيئة تحرير الموقع أو مع الشخصيات العامة المرتبطة بالحدث أو مع المستخدمين الآخرين، وتوفيرها خدمات الاتصال التفاعلي المباشر كغرف الحوار والدرشة والاستفتاءات والتعليق.

وتبين المعطيات الإحصائية للجدول أعلاه حول أدوات سهولة إضافة المعلومات من خلال مواقع الصحف الإلكترونية الجزائرية مجال الدراسة، أنها متوفرة بنسبة 80.00% وهي نتيجة تؤكد أن التفاعلية في المواقع تأتي في مقدمة الأسباب التي تساعد على جذب الجمهور، وعلى بناء علاقة تقوم

على الثقة والمصداقية بين الموقع وجمهوره، كما يعد تقديم الخدمات التفاعلية واحدا من أبرز مصادر تدعيم صناعة النشر الصحفي.

وتشمل التفاعلية والمشاركة في إطار سهولة إضافة معلومات من المستخدم فيما يلي:

**1 - الاستفتاءات أو استطلاعات الرأي:** وهي خدمة تفاعلية موجودة ضمن خدمات مواقع الصحف الإلكترونية عينة الدراسة بنسبة 100% وبصفة دائمة ومتساوية، وبعناوين عدة مثل: استفتاء الرأي شارك برأيك، الاستفتاءات، وغالبا ما تكون الأسئلة مغلقة تتضمن الإجابة عليها بنعم أو لا.

وقد لاحظت الباحثة أن استطلاعات الرأي في الصحف المدروسة تميزت بالتجديد ومواكبة تطور الأحداث، فقد كانت تركز على ما يستجد من أخبار وأحداث وتطورات سياسية واقتصادية واجتماعية ورياضية وفنية على المستوى المحلي والعالمي، وتثير النقاش حول أهمها وأبرزها تداولا، حيث يتضح جهد المحررين بالمواقع فهم يبذلون جهدا كبيرا لانقضاء أكثر القضايا أهمية وجاذبية للقراء، ويختار الزاوية التي يعالج منها السؤال بحيث تخرج النتائج أدق تعبيراً عن اتجاهات الزائر.

وقد وجدت الباحثة جليلة عبد الله خلف أن صندوق التصويت في البوابات الإلكترونية في دراستها لا يسمح بالتصويت لأكثر من مرة، إلا أنه يمكن التصويت من جديد عند إعادة الدخول إلى الموقع بعد مدة من الوقت، والأمر اللافت للانتباه أن صندوق التصويت في البوابات فيه ذاكرة، إذ يوجد أرشيف يمكن للمتصفح عن طريقة معرفة موضوعات الاستطلاعات السابقة ونسبتها.

**2 - التعليق:** في هذا الصدد تشير نتائج التحليل أن مواقع الصحف الإلكترونية عينة الدراسة تتيح لمستخدميها إضافة تعليقات، وإبداء آراءهم حول ما يتم عرضه من مواضيع بنسبة 100%، وقد رصدت الباحثة عدة أشكال للتعليق يمكن إدراجها في:

**أ - التعليق على النصوص:** وذلك بالتعليق على كافة المضامين والقصص الإخبارية مستخدما لغة النص في التعبير.

**ب - التعليق على الصور:** وذلك بالتعليق المصاحب لبعض الصور على الموقع.

**ج - استمرارية التعليقات:** حيث لاحظت الباحثة تكرار المساهمة والمشاهدة من المستخدم ذاته، مما يمثل مستوى مرتفع من التفاعلية، وإدراك أفضل لأهميتها، وزيادة تأثيرها في خلق الترابط بين الصحيفة والمستخدم.

وتؤكد الباحثة أن تكرار التعليقات هذه مرتبطا بما قاله مارتين مايدغر "إرادة الإرادة والتي تعني أن الجواهر الميتافيزيقي للتقنية يفسره شعور الإنسان، بأن إرادته تتجاوز أشياء من صنع يديه، حيث يتيح له ذلك خيارين: إما تطويعها وإما أن يصبح مقيدا ضمن حدودها" (سمية بورقعة: 2015، 323)، أي أن تكرار التعقيبات من قبل المستخدمين أنفسهم لما ينشر يتحول إلى سلوك ديناميكي مرتبط بحياتهم اليومية، يربطهم بفضاءات للتعبير التي تشركهم في العملية الاتصالية، وتثري واقعهم ذلك أن الإرادة الإنسانية تتدخل لتطوع النظرية العلمية في تعديل الأشياء، وتغيير الواقع خاصة وأن التقنية تتطور بشكل مستمر وسريع.

كما لاحظت الباحثة تكرار أسماء المعقبين على الموضوعات بشكل عام ولكن بأسماء مستعارة مثل: بنت بلادي، الرياضي، أبو فراس، أم محمد... الخ، وهذا يدل على أن التفاعلية في الجزائر شأنها شأن باقي الوطن العربي، مازالت خجولة لدرجة كبيرة في الإعلان عن ذاتها وشخصيتها الحقيقية مراعاة لظروف ما قد تكون مرتبطة بالمكانة الاجتماعية، أو بسبب حساسية الموضوع وأحيانا بالعادات والتقاليد وشرائع المجتمع.

كما لاحظت الباحثة أن التعليق في المواقع يكون مرتبطا بالتسجيل للدخول على مواقع التواصل الاجتماعي، وهذا يعد عائقا حيث يتطلب من المستخدم وقتا لذلك، مما يؤدي إلى صرف النظر، وما يمكننا قوله أن أهم مميزات الصحف الإلكترونية مجال الدراسة هو إتاحتها لمشاركة الجمهور مع ضمان حرية التعبير دون أي تدخل رقابي، فهذه الميزة تتيح للقارئ أن يكون مشاركا (participant) في العملية الاتصالية بدلا من حالته كمراقب (observer) في الإعلام التقليدي، أين أتيح له تجاوز حدود التلقي والتفسير، إلى المشاركة الإيجابية والنشطة والتحكم في بناء المحتوى واختياره والسيطرة على المخرجات، وهي تجسد بوضوح في أشكال وأدوات الاتصال الجديدة.

**3 - مواقع التواصل الاجتماعي:** هي الأخرى خدمة تفاعلية غيرت مبدأ الإعلام التقليدي القائل بأن حرية التعبير هي ملك الذين يملكون المطبعة، حيث أتاحت للمستخدمين المشاركة والتعبير عن اهتماماتهم وحاجاتهم بكل حرية، واتضح أن مواقع الصحف الإلكترونية الجزائرية عينة الدراسة تتيح هذه الخدمة بنسبة 100% وفي كافة الحسابات مثل تويتر وفيسبوك وأخرى أي share، والتي تضم مواقع تواصل اجتماعي أخرى هي: reddit, tumbler , google + , blogger , skyrock

فهي تشكل فضاءا رحبا وواسعا للنقاش الافتراضي، وتشكل تجارب اجتماعية يكون فيه السلطة للفرد المطلقة في إنشاء موضوعات والتعليق على اخرى، حيث تستفيد منها الصحف في توطيد علاقتها بالمستخدمين وضمان استمرارية خدماتها، وتشير نسبة التفاعلية 100% إلى تقبل وتبني المستخدمين لهذا المستحدث والمبتكر الجديد " الشبكات الاجتماعية"، وكما يقول روجرز "إن العوامل التي ترتبط بالشيء المستحدث تأتي أولا من الفائدة النسبية، وهي درجة إدراك الفرد المستحدث بأنه أفضل وأنفع من الأفكار السابقة، ويمكن قياس هذا الأمر من خلال عوامل منها العوامل الاقتصادية المكانة الاجتماعية، إرضاء الأفراد، وكلما زادت عملية إدراك الفرد للفوائد النسبية للمستحدث كلما زادت سرعة تبينه".

ويمكن شرح هذه المقولة من خلال اعتبار الإعلام الجديد هو إعلام للقيم الديمقراطية، حيث حقق ما فشل أن يفعله الإعلام الرسمي بشقيه التقليدي والالكتروني وهو التحدث بلغة الشعب، واتباع أسلوب الحوار المتبادل والتفاعل الحقيقي مع الخبر، فالإعلام الجديد وثيق الصلة بقيم الديمقراطية فقد نجح في أدق التفاصيل في العديد من القضايا، وساهم أيضا في بث الوعي بين الأفراد والشباب وصناعة الرأي العام بصورة عززت النقاش الحر بين الناس، فهو كما يقول الباحث جانكويسكي (jankowski) " إن استخدام الشبكات مرتبط بدور التكنولوجيا في إعادة إحياء العلاقات الاجتماعية التي اتجهت إلى الابتعاد عن مراكز تجمعها مثل العائلة لاختلاف ظروف الحياة وعادات المطالعة والاستماع أو البحث عن المعرفة بالتعرض لوسائل الإعلام الحديثة ومبتكراتها" (حسنين شفيق: 2010 197).

وهذا ما يبرهن اعتماد الصحف الالكترونية عليها، فهي تعد مصدرا أساسيا من مصادر المعلومات، والكشف عن القضايا والمشكلات الغائبة والتعبير عن الآراء ووجهات النظر، وأنه كلما زاد استخدام هذه المواقع بين أفراد المجتمع أدى ذلك إلى ارتفاع مستويات المشاركة والمساهمة واتساع دائرة التعبير عن الرأي، ويترتب عن ذلك اختفاء ظاهرة الاعتقاد بهيمنة الرأي السائد عبر وسائل الإعلام التقليدية واختفاء ظاهرة التزام الصمت خوفا من العزلة، ففي هذا الواقع تحول كل مواطن منتجا إلى الخبر وصانعا للحدث ومشكلا لرأي عام.

**4 - تقييم أعجبي j'aime :** وهو أسلوب جديد لإبداء الرأي بنقرة واحدة على أيقونة البدء للتأكيد على وجهة نظر المستخدم حول الموضوع المنشور سواء كان نصا أو صورة أو فيديو أو... الخ.



وتلاحظ الباحثة أن هذا الأسلوب لا يستخدم بكثرة في مواقع الصحف الإلكترونية الجزائرية، رغم تحصيله على نسبة 100%، حيث يفضل المستخدمون تعليقات الفيسبوك وتغريدات التويتر واستطلاعات الرأي للتعبير بصفة أكبر بمساحة أكبر.

5 - المشاركة في المادة المنشورة: وذلك إما بتعليق نصي أو صورة أو فيديو أو تسجيل صوتي وتشير المعطيات أنه تحصل على 50% من تمنح للتعليق بالصورة والفيديو فقط دون التدخل في المواد المعروضة.

لقد ساهمت الصحافة الإلكترونية الجزائرية ممثلة في صحف الدراسة في توفير مجال واسع جدا للتفاعلية يسمح للمستخدمين بالتعليق والنقاش دون مقص الرقيب.

جدول رقم (74): يوضح الخدمات الإلكترونية التي تقدمها مواقع الصحف مجال الدراسة باستخدام الوسائط المتعددة.

المجموع الكلي		الخبر أون لاین	النهار اون لاین	الشروق أون لاین	الموقع الإلكتروني	
النسبة	التكرار				الاختيارات	
100	3	1	1	1	نص	خدمة البحث
0	0	×	×	×	صورة	
0	0	×	×	×	فيديو	
0	0	×	×	×	صوت	
0	0	×	×	×	رسوم	
25	3	1	1	1	المجموع الجزئي	
100	1	1	1	1	نص	خدمات التواصل
100	1	1	1	1	صورة	
100	1	1	1	1	فيديو	
100	1	1	1	1	صوت	
100	1	1	1	1	رسوم	
100	15	5	5	5	المجموع الجزئي	
100	3	1	1	1	نص	خدمات البث و النشر
100	3	1	1	1	صورة	
66.66	2	×	1	1	فيديو	
33.33	1	×	×	1	صوت	
0	0	×	×	×	رسوم	
60.00	9	2	3	4	المجموع الجزئي	
100	3	1	1	1	نص	خدمات المساعدة والتوجيه
100	3	1	1	1	صورة	
33.33	1	1	×	×	فيديو	
33.33	1	1	×	×	صوت	



0	0	×	×	×	رسوم	
53.33	8	4	2	2	المجموع الجزئي	
100	3	1	1	1	نص	خدمات
66.66	2	1	×	1	صورة	
66.66	2	1	×	1	فيديو	
33.33	1	×	×	1	صوت	
0	0	×	×	×	رسوم	أخرى
53.33	8	3	1	4	المجموع الجزئي	
61.33	46	15	12	16	المجموع	

تبين المعطيات الإحصائية للجدول أن الصحف الإلكترونية الجزائرية توفر نسبة 61.33% من الخدمات الموجودة على شبكة الانترنت لمستخدميها، وهذا يدل على مهنية واحترافية هذه الصحف وجهود مصمميها على جذب أكبر عدد ممكن من المستخدمين، ويمكن التمييز بين مجموعة الخدمات التالية:

1 - خدمة البحث: والتي حددت نسبتها 25% وكما أشرت سابقا فإن البحث في الصحف المدروسة تركز فقط في صحيفتي الشروق أون لاين والخبر أون لاين عن طريق البحث الداخلي وتميز الشروق بالبحث الخارجي أو المتقدم لاشتراكهما في google +، بالإضافة إلى خدمة البحث في الأرشيف المتوفرة في كافة العينة، وينبغي التأكيد أن أكبر عنصر من عناصر الوسائط المتعددة الذي يتم البحث بواسطته هو النص بنسبة 100%، وذلك لكون نوع البحث هو البحث الداخلي البسيط، كما أن الصحف مجال الدراسة لم تول اهتمامها الكبير لتطوير هذا العنصر، فنجد أن رابط البحث في الشروق يتعطل أحيانا، كما نلمس غياب البحث في الأرشيف الإلكتروني كقفة تكنولوجياية نحو البيئة الرقمية الجديدة.

2 - خدمات التواصل: عن طريق البريد الإلكتروني وكذلك مساحات التعليق والاستفتاءات، والتي أكد استخدامها الجدول السابق بقوة من طرف المستخدمين، وفعلها هذا الجدول بنسبة 100% وبنسب متساوية عن طريق استخدام كافة عناصر الوسائط المتعددة، وهو ما يدل على حرص الصحف على توفير عناصر تفاعلية تسمح للمستخدمين بالاتصال بالموقع بوسائل مختلفة، فيما سجلت الباحثة غياب غرف المحادثة في الصحف الثلاث، وتعلل الباحثة ذلك بتركيز هذه الصحف على منتديات الحوار كمجال منافس وبديل لها شكلت حضورا متميزا واستخداما كبير من طرف المستخدمين، فهي وسيط وبيئة تسمح بالتفاعل والاتصال وإبداء الرأي والنقاش، وهي إضافة تفاعلية متاحة على صفحات الصحف الإلكترونية الجزائرية بكل تفاصيلها وخياراتها.

3 - **خدمات البث المباشر:** والتي تتمثل في خدمة البث التلفزيوني المباشر وإعداد نسخة PDF وتقنية RSS، وهي الأخرى سجلت حضورا بقوة كبيرة قدرت بـ 60% وذلك من خلال وسيط النص والصورة بصفة كبيرة قدرت بـ 100% ثم الفيديو بنسبة 66.66% وأخيرا الصوت بـ 33.33%، وهذه النتيجة منطقية بالنظر إلى تفسير وجود الوسائط المتعددة على الصحف المدروسة في الجدول (كافة الوسائط)، التي يظهر فيه استخدام النص بأكثر نسبة، تلتها الصورة ثم الفيديو ... الخ.

4 - **خدمات المساعدة والتحميل:** والمتمثلة في خريطة الموقع والمساعدة Help معلومات عن الصحيفة، خدمة الأخبار العاجلة، حيث تم اعتمادها من طرف الصحف الإلكترونية الجزائرية مع الوسائط المتعددة بنسبة 53.33%، وذلك بالاعتماد على عنصري النص والفيديو كأعلى نسبة استخدام تقدر بـ 100% ثم الفيديو والصوت بنسبة 33.33%، ويمكن إرجاع ذلك إلى كون أن هذه الخدمات تقدم إلى الجمهور المستخدم، لهذا من المفترض تقديمها في أبسط صورها حتى تضمن فهمها واستعمالها الصحيح والصائب، فإذا نجح المستخدم في استخدام وتطبيق هذه الخدمات فإن ذلك يعد امتيازاً حقيقياً وربحاً إضافياً للصحيفة، تحسن من سمعة خدماتها وسهولتها وتزيد من مستخدميها ويعد النص والصورة أبسط وأكبر وسيلة لتحقيق ذلك.

5 - **خدمات أخرى:** حيث تشتمل التسوق، أحوال الطقس، مواقيت الصلاة، الإعلانات، وذلك بنسبة 53.33% باستعمال النص بنسبة 100%، الصور والفيديو بنسبة 66.66%، وأخيرا الصوت بنسبة 33.33%.

ويلاحظ عدم استخدام الرسوم نهائياً كأيقونات للخدمات تطبيقاتها.

وما ينبغي التأكيد عليه في هذا المحور أن التفاعلية كمستحدث تكنولوجيا على صفحات الصحف الإلكترونية مجال الدراسة لم تقتصر على مواقع التواصل الاجتماعي فقط، وإنما البريد الإلكتروني كذلك والمدونات والمنتديات والرسائل القصيرة عبر الهاتف المحمول وخدمة RSS... الخ.

كما ترى الباحثة أن هناك ثمة أمور ينبغي التأكيد عليها تتمثل في:

- تعتبر الأدوات التفاعلية هي المدخل الرئيسي لقياس تفاعل أي موقع إلكتروني مع زواره، وهذه الأدوات في تطور متزايد بتطور التكنولوجيا وتقنيات الاتصال.

- يلاحظ أيضا أن تحقيق التفاعلية عبر مواقع التواصل الاجتماعي (فيسبوك، تويتر ويوتيوب..الخ)، أصبح يحظى باهتمام كبير ومتزايد من القائمين بالاتصال في المواقع لسرعتها وسهولة نشرها وتفعيلها في أي زمان وفي أي مكان.
- بقدر اهتمام المواقع الإلكترونية بالأدوات التفاعلية بقدر ما كان الموقع جاذبا للجمهور، وقادرا في نفس الوقت على قياس مدى تفاعل جمهوره مع ما يطرحه من مواد إعلامية متنوعة.

### 3- عرض تحليل بيانات الدراسة الميدانية:

#### 3-1- المحور الأول: البيانات السوسيوديموغرافية.

(75): يبين عدد الصحفيين العاملين في الصحف الإلكترونية الجزائر حسب متغير الجنس

الجنس								الموقع الإلكتروني الاختيارات
المجموع الكلي		الخبر أون لاين		النهار أون لاين		الشروق أون لاين		
النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	
41.66	20	46.66	7	40.00	6	38.88	7	ذكر
58.33	28	53.33	8	60.00	9	61.11	11	أنثى
100	48	100	15	100	15	100	18	المجموع

تبين من خلال النتائج المتحصل عليها أن عدد الصحفيات يفوق عدد الصحفيين، حيث بلغ عدد من 28 صحفية مقابل 20 صحفي وهو ما يمثل على التوالي 25.33% مقابل 41.66%، وهذا يدل على أن مهنة الصحافة لم تعد حكرا على الرجال كما كان عليه في الوضع السابق، بل أن المرأة اقتحمت عالم الإعلام وأثبتت وجودها بجدارة.

ولعل اكتساح المرأة الواضح لسوق العمل في الجزائر ما هو إلا صورة مصغرة عن حقيقة التغيير والنمو الديموغرافي الذي حدث في الجزائر خلال السنوات الأخيرة لمصلحة تزايد عدد فئة الإناث الكثير مقارنة بالتراجع الملحوظ في عدد الذكور من حيث النسبة المئوية، حيث بلغ عدد سكان الجزائر حسب الإحصائيات 4042016 مليون نسمة، وأكد المدير المكلف بالمحاسبة الوطنية في الديوان الوطني للإحصاء أن نسبة الذكور تفوق الإناث بفارق ضئيل، حيث بلغ تعداد الذكور في الجزائر 2023500 مليون مقابل 1972800 للإناث (www.stynewsarabia.com)، فالفارق ضئيل جدا يمكن أن يتلاشى إلى حد المساواة.

ويمكن تفسير النتائج بالنظر إلى تقرير حول المرأة في الجزائر أجراه المعهد الأورو متوسطي، أن النساء في الجزائر يمثلن 19% من الطبقة الشغيلة الناشطة الإجمالية، حيث تشتغل بمختلف

القطاعات قرابة 23 مليون امرأة، وهو تطور ملحوظ لنسبة مشاركة المرأة في النشاط الاقتصادي وعالم الشغل، وتطرق التقرير أيضا لمستوى التأهيل المهني للمرأة العاملة في الجزائر، وتبين من خلاله أن نسبة النساء الحائزات على شهادة جامعية من بين إجمالي عدد النساء العاملات تمثل 71%، وأكد كذلك على ارتفاع نسبة الجامعيات ضمن الطبقة الشغيلة الإجمالية لتكافؤ الفرص الذي وفرته البلاد في مجال التعليم منذ الاستقلال بين المرأة والرجل، وقدم التقرير أرقاما تشير لوصول سنة تلميذة في التعليم الجامعي في الجزائر بـ 58% من إجمالي عدد المتدربين في هذا القطاع، بينما أصبح العنصر النسوي حاضرا بقوة في التعليم العالي ووصلت نسبته 60%، وهو ما يفسر استحواد الحائزات على دبلوم جامعي على 70% من مناصب الشغل في الجزائر (www.wakteldjazair.com).

وترجع هذه الذاكرة إلى العمل في سن مبكرة بدل الدراسة، لعدم إيمانهم بالمستقبل المدرسي في الجزائر، وكذلك عدم اقتناعهم أن الشهادة الجامعية يمكنها أن تؤسس لمستقبل يروونه غامضا في البلاد. وهذا ما نتج عنه وجود واقعا جديدا بالنسبة لقطاع العمل في الجزائر خصوصا أن واجب أداء الخدمة الوطنية يكون عائقا أمام المتخرجين الجدد في الجامعات الجزائرية فيما تتوجه المرأة مباشرة للعمل.

جدول رقم (76): يبين عدد الصحفيين العاملين في الصحف الإلكترونية الجزائرية حسب متغير السن.

السن								الصحيفة الإلكترونية الفئات
المجموع الكلي		الخبر أون لاين		النهار أون لاين		الشروق أون لاين		
النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	
68.75	33	66.66	10	73.33	11	66.66	12	[32-22]
29.16	14	26.66	4	26.66	4	33.33	6	[43-33]
2.08	1	6.66	1	0	0	0	0	[ لأكثر من 43 ]
100	48	100	15	100	15	100	18	المجموع

تشير نتائج الجدول أعلاه أن غالبية الصحفيين هم من فئة الشباب الذين تتراوح أعمارهم ما بين [32-22] سنة، حيث بلغت نسبتهم 68.75% من مجموع المبحوثين بواقع 33 مفردة (تكرار)، وتلاها في المرتبة الثانية الصحفيين الذين ينتمون لفئة العمرية من [43-33] بواقع 14 تكرار أي بنسبة 29.16%، بينما احتلت الفئة 43 فما فوق المرتبة الثالثة والأخيرة بنسبة 11.11% الأمر الذي يدل على أن الشباب هم الفئة العمرية الأقدر على التعامل مع معطيات التكنولوجيا الاتصالية الحديثة.

كما أنه إذا رجعنا إلى تركيبة المجتمع الجزائري نجد أن فئة الشباب هي الفئة المسيطرة والغالبة في المجتمع، حيث أن الإحصائيات تقسم بأن نسبة الأفراد الذين يقل أعمارهم 20 سنة تقد بـ 1% ونسبة الأفراد أصحاب الأعمار من 30-39 بـ 24.75% لتأتي في الأخير نسبة 8.1% ممثلة أعمار الأفراد الأكثر من 40 سنة ([www.djelfe.info](http://www.djelfe.info)).

وبحكم أن مهنة الصحافة هي مهنة المتاعب فهي تحتاج إلى جهد عضلي كبير بجانب الجهد الفكري، فالحركة والنشاط عاملان ضروريان لأي صحفي، لأن الأخبار الساخنة ذات التأثير البالغ تموت بسرعة، كما أن السرعة في تحقيق السبق تقتضي الحيوية والحركة وهذه من صفات الشباب وهذا ما يفسر سياسة الاعتماد على الشباب في الميدان الإعلامي. كما أن الجانب الصحفي تبنى في الآونة الأخيرة مبدأ إعطاء الفرصة للصحفيين الجدد، وهذا ما رأته الباحثة طيلة فترة تواجدها بالمكان حيث أن أقسام الصحف الإلكترونية الثلاث الشروق أون لاين، النهار أون لاين والخبر أون لاين شبيهة بخلية النحل، يمثل الشباب عنصره الأساسي الفاعل.

وعامل آخر يمكن إدراجه يتمثل في هجرة الصحفيين ذو الكفاءة والخبرة والأقدمية في العمل، وهذا ما نشهده في الواقع، مما دفع الصحف الإلكترونية إلى تعويضهم وإدخال صحفيين جدد لشغل أماكنهم والقيام بأعمالهم .

أما عن أسباب الهجرة فقد حصرتها الصحفية فاطمة بن حوحو التي تركت عملها عام 1991 متجهة إلى قناة BBC بلندن في النقاط التالية([www.alwatan.com/graphics](http://www.alwatan.com/graphics)):

- الصحافة الجزائرية لم تقيم صحفييها ولم تعترف بأقلامهم.
- عامل المرتب والمستوى الاجتماعي والاقتصادي والمعيشي للصحفي.
- الرقابة الكبيرة الممارسة على الصحفي، والتي لا تساهم في بلورة أفكار الإعلامي، ولا تساعد على كشف الحقائق وتحقيق التطور.
- غياب هامش الحرية، فالإعلام الرسمي والحكومي لا يوفر للصحفي جو مناسب لحرية التعبير.

جدول رقم (77): يوضح عدد العاملين في الصحف الالكترونية الجزائرية حسب متغير الخبرة في العمل.

الخبرة في العمل								الموقع الالكتروني الاختيارات
المجموع الكلي		الخبر أون لاين		النهار أون لاين		الشروق أون لاين		
النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	
54.16	26	53.33	8.00	60.00	9	50.00	9	[ 5 - 1 ]
29.16	14	26.26	4	26.66	4	33.33	6	[ 10 - 6 ]
16.66	8	20.00	3	13.33	2	16.66	3	أكثر من 10
100	48	100	15	100	15	100	18	المجموع

يمثل الجدول أعلاه مدة الخبرة في العمل، وتشير النتائج إلى أن خبرة الصحفيين تتراوح معظمها بين [1-5] سنوات وهو ما يمثله 26 صحفي من 48 صحفي أي ما نسبته 54.16%، تليها نسبة الصحفيين الذين تتراوح مدة توظيفهم بين [6-10] سنوات، ثم أكثر من 10 سنوات بنسبة 29.16 % 16.66% على التوالي.

وهو ما يؤكد ما ذكر سابقا في الجدول رقم (76)، حيث أن معظم الصحفيين شباب مبتدئين، كما يدل هذا في رأي الباحثة على التجديد والابتكار في طريقة العمل، وبداية القضاء على أسلوب احتكار العناصر القديمة ذات الخبرة الكبيرة على المناصب، ومنح فرص للشباب المتخرجين حديثا على إظهار قدراتهم وبالتالي الاستفادة من أفكارهم المتماشية في معظم الأحيان مع أفكار العصر في تطوير العمل الإعلامي.

كما أن الاحتكاك بين الجيلين سيحدث لنا نخبة إعلامية ممتازة، هجينة بين الأفكار الحديثة والخبرة الطويلة والكفاءة القديمة، فالصحف الالكترونية ومن خلال النتائج احتفظت بكادرها منذ نشأتها وأتاحت فرصة لتوظيف الكفاءات الجديدة، مما يدل على حرص إدارة القناة على العاملين فيها، وقبول عناصر جديدة تفيدهم وتساعدهم على القيام بعملهم.



فالشباب يمكنهم بعث روح الحيوية في أعمالهم، ففي تصريح لجان كي مون اكد فيه أن "الشباب ربما أكثر من غيرهم يفهمون كيف تساعد تكنولوجيا المعلومات والاتصالات في صنع الفارق في حياة الناس، وأضاف رأينا في السنوات الأخيرة كيف ساعدت مواقع التواصل الاجتماعي التي تقوم عليها الشباب في نشر الأفكار وتوليد قوة الدفع من أجل التغيير".

جدول رقم (78): يوضح عدد العاملين في الصحف الالكترونية الجزائرية وفق متغير اللغة المتقنة.

اللغة المتقنة								
المجموع الكلي		الخبر أون لاين		النهار أون لاين		الشروق أون لاين		الموقع الالكتروني
النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	الاختيارات
40.67	48	42.85	15	41.66	15	38.29	18	العربية
40.47	48	42.85	15	41.66	15	38.29	18	الفرنسية
18.64	22	14.28	5	40.00	6	0.23	11	الانجليزية
100	118	100	35	100	36	100	47	المجموع

تشير النتائج أعلاه أن كل الصحفيين يجيدون اللغة العربية بالدرجة الأولى بنسبة 100%، تليها نسبة الصحفيين الذين يجيدون اللغة الفرنسية والانجليزية بنسبة 40.67% و 18.64% على التوالي.

ويمكن تفسير النتائج السابقة على أساس أن الصحفي كعضو في المجتمع يرتبط بلغته الطبيعية كثيرا، فهي الترجمان المباشر لفكره وعقله، وتجربته في الحياة، فاللغة العربية بالنسبة للمجتمع الجزائري هي محور الذاتية والانتماء للحضارة والتاريخ والوطن والقومية. كما أنها تعتبر من أهم مقومات الثقافة ومرتكزاتها ومظاهرها الفكرية النظرية والتطبيقية، وهذا ما يعد طبيعيا باتقان كامل الصحفيين للغة العربية فهي اللغة الأم في المجتمع الجزائري، أما عن اللغات الأجنبية فيعود إتقان الصحفيين للغة الفرنسية أكثر من اللغة الانجليزية رغم أنها تعتبر الأولى عالميا من حيث التداول إلى العامل الاستعماري، حيث أن طغيان اللغة الفرنسية يتضح من خلال التعاملات الاجتماعية والإدارة الجزائرية وهذا ما تمت ملاحظته كذلك في مؤسسات الصحف الالكترونية الجزائرية مجال الدراسة.

فإتقان اللغات الأجنبية ضروري جدا خصوصا مع توفر نسخ باللغة الفرنسية والانجليزية للصحف الالكترونية الجزائرية من الشروق أون لاين، النهار أون لاين والخبر أون لاين، كما أنه من مؤهلات ومميزات الصحفي الناجح الإتقان والإلمام بعدة لغات، وهذا ما يعد ضروريا خصوصا أثناء الترجمة واستعمال بعض التكنولوجيات، فعلى سبيل المثال أكثر من 80% من صفحات الشبكة العنكبوتية

وتطبيقاتها تكون باللغات الأجنبية، ولا ننسى كذلك تعدد مصادر الحصول على الأخبار الوطنية والدولية.

المحور الثاني: استفادة الصحف الالكترونية من تواجدها على شبكة الانترنت.

جدول رقم (79): يوضح رأي الصحفيين العاملين في الصحف الالكترونية الجزائرية في التحول من الإعلام التقليدي إلى الالكتروني.

المجموع الكلي		الخبر أون لاين		النهار أون لاين		الشروق أون لاين		الموقع الالكتروني
النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	الاختيارات
93.75	45	86.66	13	100	15	94.44	17	نعم
6.25	1	13.33	2	0	0	05.55	1	لا
100	48	100	15	00	15	100	18	المجموع

من خلال ما توصل إليه الجدول حول رأي الصحفيين العاملين في الصحف الالكترونية الجزائرية في التحول من النشر المطبوع إلى النشر الالكتروني اتضح أن هناك اتجاه جد إيجابي، حيث بلغت نسبة الصحفيين الذين أكدوا على نعم بـ 93.75 % أي ما يعادل 45 مفردة من 48 صحفي عدد العينة، وهذا يدل على أن هناك وعي وتقبل للأفكار الجديدة، وتبني مقبول لها نظرا للنتائج المحققة في الصحف العالمية الكبيرة وذيوع صيتها وشهرتها بعد الدخول إلى مجال الإعلام الالكتروني، وما حققته من زيادات في التوزيع وإثبات جدارة الاحترافية وتحسن مهارات صحفييها، كما ان بعض الصحفيين أكدوا حضورهم ووجودهم في الجانب الالكتروني أفضل من المكتوب الذي نجد توجه الصحف فيه إلى اعتماد أفلام مشهورة لاستقطاب أكبر حد من القراء، في حين وجد البعض الآخر المجال الالكتروني ساحة جديدة لإثبات الوجود والتخلص من ضغط المكتوب.

في حين تأكد من النتائج أن 6.25 % أي ما يعادل 03 صحفيين كان رأيهم بالسلب، ولم يعجبهم تحول صحفهم من المطبوع إلى الالكتروني، وهم من الصحفيين أصحاب الخبرة أكثر من 10 سنوات وفئة السن أكثر من 43 سنة المناصرين للصحافة المكتوبة التي تدل حسب رأيهم على المستوى الثقافي الرفيع، والتي تمثل الصحافة الاستقصائية وليس صحافة ما وراء المكاتب، أي تموت روح البحث عن المعلومات والتأكد من شرعيتها ومصداقيتها.

ومن هنا نؤكد ما تطرقنا إليه في النظري من خلال أوجه العلاقة بين الصحافة المكتوبة والالكترونية، بظهور اتجاهين: اتجاه الكتروني مدعم للإعلام الالكتروني، وسرعة نقله للأحداث من خلال نشر القصص الإخبارية المزودة بالوسائط المتعددة لحظة وقوعها، فهو يعاصر الآنية والحدث ساعة حدوثه وأينما حدث، واتجاه يؤمن بسلطة الصحافة المطبوعة التي تمثل نمط اتصالي استجاب للحاجات التي فرضتها الثورة الصناعية لها بريقها الخاص، حيث تتميز بالتغطية الإخبارية والشاملة المتعلقة للأحداث، فهي وثيقة ثقافية تاريخية حقيقية.

وكخلاصة يمكنني القول أن لكل وسيلة جمهور وخصائص انفرادية، ويبقى الإعلام الآني الصادق الموضوعي مقياس الاختيار، كما أكد أن أية وسيلة اتصال مستحدثة في المجتمع إنما تمر بمراحل ثلاث للتبني والاستخدام سواء مكتوبة أو الكترونية تتمثل في:

- **مرحلة الصفوة:** حيث تستخدم فقط من طرف صفوة المجتمع لأسباب اقتصادية أكثر شيء.
  - **مرحلة التخصص:** حيث تبدأ في الانتشار على مستويات معينة حسب معيار التخصص العلمي والاقتصادي.
  - **مرحلة التوسع الجماهيري:** حيث تبدأ في الانتشار وسط قطاعات الجماهير عامة ل: سهولة الاستعمال، رخص التكلفة، أو بعبارة أخرى الإنتاج الجماهيري للوسائل.
- ويبقى التمييز بين الإعلام المكتوب والالكتروني هو المحتوى المتميز ونسبة الاستفادة منهما وينبغي التأكيد في النهاية أن وسائل الإعلام لم تلد مكتملة البناء، بل تنمو وتتطور في شكلها ومضمونها ضمن مسار التأثير والتألق.



جدول رقم(80): يوضح ايجابيات وسلبيات الإعلام الإلكتروني من وجهة نظر صحفي الصحف الإلكترونية الجزائرية.

المجموع الكلي		الخبر أون لاين		النهار أون لاين		الشروق أون لاين		الموقع الإلكتروني	
النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	الاختيارات	
20.73	45	22.41	13	22.05	15	22.97	17	سهل التعامل بين الجمهور و المحررين	إيجابيات الإعلام الإلكتروني
18.89	41	17.24	10	20.58	14	22.97	17	السرعة في العمل	
3.68	8	0	0	2.94	2	8.10	06	الدقة في المعلومات	
20.73	45	22.41	13	22.05	15	22.97	17	زيادة التفاعلية	
19.35	42	22.41	13	17.64	12	22.97	17	الشهرة والعالمية	
16.58	36	15.51	09	14.70	10	22.97	17	امتلاك واستخدام التكنولوجيا	
<b>100</b>	<b>217</b>	<b>100</b>	<b>58</b>	<b>100</b>	<b>68</b>	<b>100</b>	<b>74</b>	<b>المجموع الجزئي</b>	
0	0	0	0	0	0	0	0	الإعلام الإلكتروني صعب التعامل والممارسة	سلبيات الإعلام الإلكتروني
0	0	0	0	0	0	33.33	01	الإعلام الإلكتروني شيء إضافي	
50.00	3	50.00	2	0	0	33.33	01	الإعلام الإلكتروني قلل من مناصب العمل	
50.00	3	50.00	2	0	0	33.33	01	الإعلام الإلكتروني ألغى الخبرة والمهارات في العمل	
<b>100</b>	<b>6</b>	<b>100</b>	<b>4</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>100</b>	<b>03</b>	<b>المجموع الجزئي</b>	

يبدو من خلال النتائج المتحصل عليها أن السبب الرئيسي والأول في ولوج الصحف الجزائرية إلى عالم الشبكة المعلوماتية ودخولها النشر الالكتروني هو عنصر التفاعلية، حيث تؤكد إجابات الصحفيين أن الإعلام الالكتروني حقق للمؤسسة والعاملين فيها زيادة التفاعلية بنسبة 20.73% أي بواقع تكرار 45 صحفي، وفي نفس الوقت سهل التعامل بين الجمهور والمحررين بنسبة 20.73% كذلك. ثم حقق الشهرة والعالمية بنسبة 19.35% أي بواقع تكرار 42 مفردة، ليأتي بعدها نتيجة السرعة في العمل بنسبة 18.89%، وفي المراتب الأخيرة يأتي اختيار امتلاك واستخدام التكنولوجيا والدقة في المعلومات بنسب 16.58% ، 3.68% على التوالي.

ويمكن تفسير اختيار الصحفيين لاختيار زيادة التفاعلية وسهولة التعامل بين الجمهور والمحررين كون أن شبكة الاتصال شبكة اتصال حديثة أتاحت للمستخدمين إبداء رأيهم بكل حرية حول الأخبار والمعلومات، التي تنشرها الصحف الالكترونية في ظرف وجيز وجد قياسي وهي ما يعرف بالتفاعلية حيث أن التكنولوجيا الجديدة غيرت من مهام المتلقي، وأكسبته خاصية المشاركة في الفعل الاتصالي مثله مثل المرسل، حيث أصبح فاعلا في العملية الاتصالية، فالتفاعلية إذن وثيقة الصلة بمفاهيم الحرية والديمقراطية والمشاركة والحوار، فبالنسبة للحرية فهي تسير إلى ما أصبح يتمتع به المستعمل من حرية اختيار ما يريد من الوسائل، وما يرغب من المحتويات في أي وقت وبأي مكان على عكس وسائل الاتصال التقليدية، وهذا ما عبر عنه ليسان سفيز (sfesz lucien) بقوله "الحرية... تتجسد عن طريق التفاعلية الناتجة عن تقديم آلات الاتصال، والتي تترك للإنسان ولل فرد حرية التدخل أمام حتمية الآلات" (ماهر عودة الشمالية وآخرون: 2015، 97).

ويمكن إدراج عملية التفاعلية في الإعلام الالكتروني، والتي تزيد من فرص تسهل التعامل بين الصحفيين والجمهور في العناصر التفاعلية التالية:

- 1- تعدد الاختيارات أمام الجمهور على الصفحة.
- 2- إمكانية قيام الجمهور بالاتصال بالقائم بالاتصال من خلال بريد الكتروني.
- 3- إمكانية التعامل مع النص ويشتمل ذلك على: استخدام لغة الهايبرتكست لربط المادة التحريرية بغيرها داخل نفس الموقع .
- 4- الانتقال من نص مختصر إلى نص آخر أكثر تفصيلا.

5- إيجاد آلية البحث أو قاعدة بيانات على الموقع يتيح للمتلقي البحث عن نوع محدد من المعلومات على الموقع.

6- استخدام الوسائط المتعددة: وتشمل الملفات الصوتية، الملفات الفيديوية الحية، ملفات الرسوم المتحركة.

7- سهولة إضافة معلومات من قبل المترددين على الموقع وتشمل وجود مساحات للحوار واستطلاعات الرأي.

8- تحديث الموقع. (حسين علي ابراهيم الفلاحي: 2017، 54)

وبالنسبة لعامل الشهرة والعالمية فهذه النتيجة منطقية، لأن أي تغيير يحاول المسؤولون إحداثه يراد بها دائما دفع المؤسسة نحو الأفضل فمن التطابق المحلي إلى الدولي، أي التوسع والتغلب على كافة عوامل التوزيع فيما سبق، أما عن السرعة في العمل وكما تقول الصحفية الأمريكية "ماري ويست" أن المجتمع يحتاج إلى الأخبار كما يحتاج إلى الإبصار"، وشبكة الانترنت هي المكان المثالي للحصول على أحدث المعلومات والصور والأخبار العالمية منها والوطنية، والشيء الذي ساعدها في ذلك هي خصائصها المتمثلة في (محمود علم الدين: 1999، 234):

- سرعة انتشار المعلومات والأخبار والصور، وذلك يساعد في تحقيق سبق الصحفي.
- سهولة الاستعمال.
- سهولة الحصول على المعلومات والأخبار والصور وتخزينها واسترجاعها ونقلها من مكان لآخر.
- توفير الوقت والجهد و المال.
- ديمقراطية الوصول إلى المعلومات.
- حداثة المحتوى (أخبار، معلومات، صور، تقارير...).
- لغة النص الفائق.

وبالنسبة لامتك و استخدام التكنولوجيا فإن رأي الصحفيين يتفق ورأي الدكتورة الباحثة كارولين ديانا لويس حينما قالت "أن مستقبل المادة الإخبارية ستحدد الطبعة المذهلة للتكنولوجيا الحديثة وليست المقننات الصحفية الجادة، حيث أصبحت الانترنت معيار التطور الرقمي"، لكن امتلاك الأجهزة لا يعني بلوغ الاحترافية إذا لم يوجد من يتقن الاستخدام ويستفيد منها، لأن الأجهزة لا تعمل

بمفردها. فصحیح أن الانترنت حققت الانتشار الواسع للصحف الالكترونية الجزائرية الشروق أون لاین، النهار اون لاین والخبر أون لاین وأدت إلى تطور كمي وكيفي، حيث توفرت السرعة والدقة وسهولة الاستخدام والكفاية والاکتمال وتطوير الأداء المهني، ولكنها تبقى مجرد أداة ووسيلة للنشر الالكتروني تسير وتسهل نقل، تبادل وتخزين المعلومات، فمواقع الصحف الالكترونية إذا أجاز التعبير هي الناقل والحامل، بينما المعلومات والأخبار هي المحتوى المنقول، ومهما كان التأثير فالأداة لا تخرج عن طوعها أداة، أما العمل الإعلامي المحترف فتحكمه عوامل أخرى، أهمها العوامل البشرية المؤطرة بالدرجة الأولى، فالانترنت لم تغير مهنة الصحافة بقدر ما غيرت في أدواتها وأساليبها وشروطها. وبالنظر إلى دراسة فيصل خالد فرحان المخلافي بعنوان المؤسسات الإعلامية في عصر تكنولوجيا المعلومات دراسة لواقع المؤسسات الصحفية اليمنية(فيصل علي خالد فرحان المخلافي: 2005، 234) فإن المؤسسات الإعلامية اليمنية استفادت من شبكة الانترنت وطورت عملها الإعلامي وذلك لأنها:

- استطاعت أن تتواصل مع الجمهور بشكل أفضل بنسبة 62.8%.
  - السرعة في الحصول على المعلومات وسرعة نشرها بنسبة 62.8%.
  - استطاعت المؤسسة أن تتعاون مع المؤسسات الأخرى في العمل الإعلامي نسبة 40% .
- أما فيما يخص إيجابيات الصحفيين الراضين لمبدأ الإعلام الالكتروني فيرون أن الإعلام الالكتروني قلل من مناصب العمل بنسبة 50% أي بواقع تكرار 03 مفردات، كما أنه ألغى الخبرة والمهارات الإعلامية في العمل كذلك بنسبة 50% أي بواقع تكرار 03 مفردات.
- لأن من مميزات الإعلام الالكتروني أن لا يحتاج مساحات كبيرة وأقسام كثيرة يؤدي على تقنية واحدة، فالإعلام الجديد وعن طريق مزج كل خصائص المؤسسات الإعلامية الأخرى من نص، صوت وصورة ومشهد اتصالي، قد أثار انقلابا في العمل الإعلامي وتزوجا في المؤسسات الإعلامية ملغيا كافة الفروقات بينها ساريا بها في إطار التكامل، أين أظهر اتجاه جديد في صناعة المضامين الإعلامية داخل المؤسسات الإعلامية ذاتها في إطار ما يعرف بمفهوم أقسام الأخبار المدمجة، أو ذات الوسائط المتعددة *intergraded cross media mushroom convergence*، وهو مفهوم جديد ظهر مع توجه بعض المؤسسات الإعلامية التي تضم عدة وسائل مطبوعة وتلفزيونية ومواقع على الانترنت نحو تكوين أقسام إخبارية، وهذا المفهوم تطبقه بعض المؤسسات الإعلامية بالفعل في

الولايات المتحدة الأمريكية وأوروبا، فمفهوم cross media يشير إلى تلك العملية التي يشارك من خلالها عدة وسائل إعلامية في إنتاج المضمون في نفس الوقت، وهذا ما يتطلب تغييرا في ثقافة العمل الصحفي وإداراته، وقد تطور هذا المفهوم في ضوء توجه بعض المؤسسات الإعلامية إلى رقمنة الإنتاج الإعلامي (السيد بخيت: 2011، 94).

ومن جهة أخرى فقد مثلت هذه السمة تحد بالمؤسسات الأخبار، وتهديدا لثقافة الأخبار التي تفضل الفردية، التطور، الخبر ومجموعة التفكير على العمل الجماعي وتبادل المعارف، وتتحدى تكنولوجيا الإعلام أهم أعمدة الصحافة، وهو الصحفي المهني الذي يحدد للجمهور ما يرى ويسمع عن العالم. وهناك العديد من الانتقادات المهنية للصحافة منها كتاب الصحفي نيك ديفتر الأخبار السطحية للأرض "flat earth News" الصادر عام 2008 ثقافة الأخبار الإدارية المسيطرة على غرف الأخبار والصحفيين، الذين يجلسون خلف مكاتبهم ويقومون بإعادة تدوير الأخبار بدلا من ثقافة الصحافة الاستقصائية (وسام كمال: 2014، 74).

ولكن مهما كانت النتائج إلا أن الصحف الجزائرية مرغمة على مواكبة الاتجاه العالمي إلى النشر الإلكتروني لتبقى في جو المنافسة، أما عن النتائج فهذا يرجع لعوامل أخرى هي: مدى استشراف الإدارة المسؤولة ومفهومها للإعلام الإلكتروني، ودرجة الوعي لدى الصحفيين الإلكترونيين العاملين بها وبلورة هذا الوعي في أعمالهم، تحقيق الكفاءة العالية والحرفية المهنية.

جدول رقم(81): يوضح السمات الشكلية المميزة للصحف الالكترونية الجزائرية من وجهة نظر الصحفيين.

المجموع الكلي		الخبر أون لاین		النهار أون لاین		الشروق أون لاین		الموقع الالكتروني
النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	الاختيارات
18.94	36	21.05	12	16.39	10	19.44	14	مراعاة الذوق العام
15.26	29	10.56	6	18.03	11	16.66	12	مراعاة أسس وقواعد التصميم
25.26	48	26.31	15	24.59	15	25	18	التفاعلية
17.36	33	21.05	12	18.03	11	13.88	10	التعبير عن الشخصية المميزة
23.15	44	21.05	12	22.95	14	25.00	18	جودة توزيع العناصر
100	190	100	57	100	61	100	72	المجموع

تبين المعطيات الإحصائية أعلاه أن الصحف الالكترونية الجزائرية يتميز بإخراجها بـ:

1 - تحقيق التفاعلية: وذلك بنسبة 25.26%، وهي السبب الرئيسي في دخول الصحف الالكترونية الجزائرية للويب، وهذا ما أكدت عليه نتائج المحور الأخير من الدراسة التحليلية والجدول السابقة من الدراسة الميدانية باعتبارها عنصرا مهما في إشراك الجمهور في صناعة الخبر والمشاركة برأيه وأفكاره مما يعطي للصحيفة دافعا للاستمرار في النشر، بصفة التجاوب وحكم الحيوية المطروحة على صفحاتها عن طريق وسائل التفاعلية المتاحة من ساحات الحوار ومنتديات الحوار، وكذلك مساحات التعليق والاستطلاعات.

وتعد التفاعلية من أهم خصائص الإعلام الجديد التي قدمتها تكنولوجيا الاتصال الحديثة، وهذه الخاصية أحدثت نوعا من العلاقة بين المرسل والمستقبل، حيث تمكنت من خلالها الصحف الالكترونية الجزائرية عينة الدراسة من خلق نوعا من التفاعل الفوري مع الجمهور.

وإدراكا لأهمية هذه الخاصية يعمد العاملون في الإعلام الجديد إلى البحث عن ما هو جديد ومتطور في تكنولوجيا الوسائط المتعددة لمزيد من التفاعلية، وكذلك الاهتمام بتطوير الجانب المهني فلم تعد العملية التفاعلية مع الجمهور قائمة على مجرد حذف أو تهذيب أو عدم نشر التعليقات، وإنما التواصل من خلال البريد الالكتروني والرد على بعض الإيضاحات والاستفسارات التي يبعث بها

المتلقي، وهو يخلق نوعا من العلاقة بين الطرفين تبقى المتلقي متواصلا ومتفاعلا مع وسيلته الإعلامية.

وإذا كان الإعلام والاتصال قد مر عبر تاريخ البشرية بمراحل متعددة بدأت بالإشارات ثم التخاطب ثم الكتابة، ثم الطباعة ثم وسائل الإعلام التقليدية ثم البث الفضائي والالكتروني، فإنه يعيش الآن مرحلة التفاعلية. فلا تكاد تجد وسيلة إعلامية اليوم لا تحاول توفير هذه الميزة لمستخدميها.

2 - **جودة توزيع العناصر:** وذلك بنسبة 23.15% وهو ما يحقق الجاذبية نحو الوسيلة ورسائلها أين ينبغي أن يكون هناك تظهرا أكثر تنسيقا في طريقة عرض المعلومات والمواد الإعلامية وتفاعلية القوائم وكافة العناصر، حيث تعمل الوسائط المتعددة على توفير مجموعة من العناصر التي تساعد على توضيح المعلومات والمعارف وترتيبها، فاقتراب محتوى الوسائط المتعددة من بعض على موقع واحد يوحي بالاتفاق على تقديم خدمة واحدة من المعلومات والأفكار والايخبار، مما يؤدي إلى تأكيد المعنى والدلالة، وتحقيق حاجات المتلقين في التعرض لاهتماماتهم بخصائص المحتوى، وتدعيم المعنى والعمليات المعرفية خصوصا في إطار المحافظة على الوحدة البصرية، وعدم إرهاق عين القارئ، وبالتالي عدم تشتيت انتباهه وتحقيق أعلى مستويات الاستفادة والإفادة، وذلك عن طريق التوزيع الجيد للعناصر من نصوص، صور، فيديو، تسجيلات صوتية، رسوم بطريقة منظمة واحترام قواعد التحرير والإخراج سواء في الخطوط ودرجة وضوح الألوان وطبيعتها، وحسن التباين مع الخلفيات واستخدام الإطارات والجداول بشكل معقول في مكانها، أي استعمال العناصر بما يحقق مبدأ التوزيع الهادف للعناصر، وليس بغرض حشو الصفحة لإظهار مدى حركيتها وحيويتها، مما يجعلها تسير في اتجاه الفوضى دون قصد في ذلك.

3 - **مراعاة الذوق العام:** يعد المستخدم الهدف الأول والأخير للصحف الالكترونية الجزائرية، فهو في حالة عرض سلعة للسوق يشكل الطلب عليها نقطة قوتها، وتعد الصحف الالكترونية مشروع دراسة السوق لمعرفة جماهيرها الخاصة والعامة على حد سواء، فكلما حددت لهم مطالبهم وحققت لهم احتياجاتهم ورغباتهم زيادة الثقة أكبر، فالجاذبية وتحقيق الأذواق ليس فقط في المضمون فحتى الشكل كعنصر له دور كبير في بناء علاقة متينة مع الجمهور، لذا فإن الصحف الالكترونية الجزائرية تهتم بإثارة المستخدم بعد جذبته ودفعه كي يتصفح العدد، وذلك بأن يكون في التصميم ما يساعد على تسهيل التصفح وتيسيره ما أمكن، وإلا انصرف إلى صحيفة أخرى.

4 - التعبير عن الشخصية المميزة: واهتمت الصحف الالكترونية الجزائرية بتفردتها في التصميم عن غيرها بنسبة 17.36%، حيث تعطي أهمية مميزة للصحيفة وتميزها عن غيرها من باقي الصحف خصوصا وأن البيئة التكنولوجية الجديدة تعطي الفرص لكافة الصحف في المنافسة والظهور، مما يجعل أمر الاحترافية والعالمية أمرا صعبا، مما يزيد من صعوبة هذه المهمة لدى الصحف، حيث يجب عليها أن تبدو مختلفة ومتميزة قدر المستطاع، ولا تبدو شاذة وخارجة عن المألوف، مما يزيد من صعوبة المسؤولية في تحقيق هذه المعادلة بين التفرد والتميز في التصميم من جهة، وعدم الخروج عن المألوف من جهة أخرى عن طريق تخليصها من الرتابة والملل والتكرار.

5 - مراعاة أسس وقواعد التصميم: وهي الوظيفة الخامسة والأخيرة والتي عمدت الصحف الالكترونية الجزائرية توفيرها بنسبة 15.26%، حيث نستنتج أن الصحف المدروسة تولي كافة اهتماماتها للجمهور في محاولة منها لجذبه وتحقيق التفاعل والمشاركة مع معلوماتها، مما يؤدي إلى بناء علاقة مبنية على الثقة والمصادقية مع هذا الجمهور، حتى وإن اضطر المصمم إلى كسر قواعد التصميم وأسسه، فالكل في الصحافة الالكترونية مجند لدفع المستخدم إلى التفاعل، وذلك عن طريق تحقيق:-الوحدة : حيث تبدو كافة العناصر وكأنها تنتمي إلى بعضها البعض ومجموعة برابط واحد لتصفح بالمتصفح إلى بناء شكل موحد ومندمج.

- الحركة: وهي أقوى مظهر مرئي للانتباه، وتظهر حركة العين على الصفحة في قفزات تحقق عندها طويلا أو قصيرا تبعا لما يجذبها من انتباه، والحركة على الصفحة توحى بالديناميكية والحيوية مما يعني أن الأخبار تخضع للتحديث والآنية.

- التوازن: ومعناه التحكم في الجاذبيات المتعارضة على الصفحة عن طريق التوزيع الجيد للعناصر، يعطي شعورا بترباط كافة العناصر وانتمائها لمحتوى واحد .

- التناسب: وهو العلاقة بين الحجم والمساحة والكم، ويستطيع المصور تخفيف التناسب بين طول الصورة وطول المقال وعرضه وطول العنوان وارتفاعه، كما لا تعتبر الأحجام والمساحات للصفحة أو الصورة أو الإطار أو حتى سطر المتن هو الجانب الوحيد من تحقيق عملية التناسب، فإنه يمكن تخفيفه من خلال توزيع عناصر الوسائط المتعددة ودرجة الألوان كذلك.

- **التباين:** حيث يسعى إلى تنسيق المعلومات على الصفحة مما يساعد عين القارئ في انسيابية الرؤية موضحا المسالك التي يمكن التوجه إليها للعين أثناء التصفح.

**جدول رقم(82): يوضح مقارنة إخراج الصحف الإلكترونية الجزائرية بالعالمية.**

المجموع الكلي		الخبر أون لاين		النهار أون لاين		الشروق أون لاين		الموقع الإلكتروني
النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	الاختيارات
72.91	35	93.33	14	60.00	9	66.66	12	نعم
27.08	13	6.66	1	40.00	6	33.33	6	لا
100	48	100	15	100	15	100	18	المجموع

يتبين من خلال إجابات الصحفيين أن إخراج الصحف الإلكترونية الجزائرية يرقى إلى المستوى المطلوب عالميا بنسبة 72.91%، بينما بلغت نسبة الصحفيين الذين يرون بأن مستوى الإخراج في الصحف الإلكترونية الجزائرية لا يرقى إلى المستوى العالمي بـ 27.08% .

ويمكن تفسير ميول الأغلبية الكبرى إلى القول بارتفاع وصول الإخراج الصحفي الإلكتروني الجزائري إلى العالمية بالرجوع إلى الجدول السابق(81)، الذي نجد من خلاله أن الإخراج في مواقع الدراسة حقق التفاعلية والذوق العام للجمهور، توزيع جيد للعناصر، مراعاة أسس التصميم، إكساب الصحف شخصيات مستقلة، مما أتاح لها القدرة على المنافسة الإعلامية التي تعد من أبرز المظاهر الإعلامية الحالية التي تثبت جدارة الصحيفة الإلكترونية، ومدى توفرها على التطبيقات التكنولوجية خاصة مع وجود مساحة من الحرية والتدقق المعلوماتي.

كما لا ننسى اعتماد هذه الصحف على معايير يسهل وسهولة الاستخدام كشرط رئيسي في عمل المحرر والمصمم، والذي يقابله يسهل القراءة، وهذا ما بررته وأثبتته نتائج التحليل للمواقع فيسهل الاستخدام يدل على:

- **التفكير في كيف ولماذا يستخدم الفرد المنتج:** حيث تركز الكتابة التقنية الناجحة مثل تصميم

تفاعلي جيد على أهداف المستخدم، وتتمثل الخطوة الأولى لإنتاج منتج سهل الاستخدام في فهم تلك الأهداف في سياق بيئة المستخدم، وتشكيل التصميم وفقا لتلك الحاجات، وجعل هذه الحاجات تشكل التصميم.

- يسر الاستخدام يعني التقييم: يعتمد يسر الاستخدام على رجع صدى المستخدم خلال تقويم أكثر من اعتماده على خبرة المصمم وممارسته، فيعكس اختيارات قبول البرمجيات التقليدية يعتمد يسر الاستخدام على مشاهدة مستخدم حقيقي أثناء استخدامه للمنتج أو النموذج الأصلي له prototype، وتوظيف هذه المشاهدات في تطوير المنتج.
  - يسر الاستخدام يعني أكثر من مجرد سهولة الاستخدام: تعكس مفاهيم الكفاءة efficient الفعالية effective والاندماج engaging، سهولة التعلم easy to learn، والقدرة على تحمل الأخطاء error tolerant، والتي تعرف بـ ES 5، أو الأوجه المتعددة ليسر الاستخدام، والتي يمكن تقويم الواجهات من خلالها.
  - يسر الاستخدام يعني التصميم المركز على المستخدم: يكون المستخدم راضيا عندما يركز تصميم الواجهة عليه، فنجد أهدافه ومهامه ومتطلباته في تصميم واضح وسهل وجذاب، مما يساعد على التذكر وتحقيق أكبر نسبة من الانتفاع (منار فتحي محمد: 2011، 209).
- وكذلك هناك معايير لتقييم جودة الأداء الإخراجي حددها الباحثون، وإذا طبقناها على صفحات الصحف الالكترونية المدروسة نجد أنها متوفرة وبنسب جيدة (بالرجوع لتحليل المواقع )، وتتمثل في:
- وحدة التصميم واستمراريتها من عدد لآخر.
  - التنوع في الإخراج في إطار الوحدة التصميمية.
  - حداثة المعلومات.
  - توظيف البياض بين السطور والخلفيات والألوان.
  - توظيف عناصر الوسائط المتعددة .
  - التباين بين مكونات المحتوى.
- أما عن عدم رضى الصحفيون عن مستوى الإخراج في الصحف الالكترونية الجزائرية، فيجب التمييز في البداية بين شيئين هما (التطوير والرقي)، ففعلا أن دخول الصحف مجال النشر الالكتروني يعد تطورا وخطوة إيجابية توضح الرغبة في مسايرة التطورات الحاصلة في ميدان الإعلام والاتصال وتوظيف التكنولوجيا في الجداول السابقة، لكن لم يصل بعد إلى المستوى الاحترافي العالمي الذي وصلت إليه بعض الصحف الالكترونية العالمية، والمتمثل في غياب العديد من الخدمات مثل خدمة



البودكاست أو التسويق الالكتروني، وغرف الدردشة بالإضافة إلى غياب الأرشيف الالكتروني وبطء عملية التحميل...الخ.

فهنا يجب التوضيح بأن امتلاك التكنولوجيا لا يعني بلوغ الحرفية والعالمية، إلا إذا تم إسقاطها على بيئة الصحف بالنظر مع احتياجات واهتمامات المستخدمين، فكما قال افرت روجرز: أن عملية انتشار المستحدثات مرتبطة بطبيعة النظام الاجتماعي، فإما أن يساعد على انتشارها أو يعيقها وفقا لمعايير الحداثة أو التقنية السائدة في المجتمع.



جدول رقم (83): يوضح أسباب احترافية الإخراج الصحفي الإلكتروني في الصحف الإلكترونية الجزائرية وعدمه

المجموع الكلي		الخبر أون لاين		النهار أون لاين		الشروق أون لاين		الموقع الإلكتروني	
النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	الاختيارات	
27.27	33	27.27	12	27.27	9	27.27	12	استخدام عناصر الوسائط المتعددة	احترافية
14.62	31	22.72	10	27.27	9	27.27	12	الإخراج مريح لعين القارئ ونفسيته	الإخراج
19.83	24	22.72	10	18.18	6	18.18	08	مراعاة أسس الإخراج العالمية	الصحفي
27.27	33	27.27	12	27.27	09	27.27	12	الاستجابة لاهتمامات ومتطلبات المستخدمين	الإلكتروني
<b>79.60</b>	<b>121</b>	<b>100</b>	<b>44</b>	<b>100</b>	<b>33</b>	<b>100</b>	<b>44</b>	<b>المجموع الجزئي</b>	
6.45	02	33.33	1	0	0	7.69	1	تعد الصحف الإلكترونية نسخة للمطبوع	عدم
41.93	13	33.33	1	40	6	46.15	6	عدم وجود متخصصين في الإخراج الإلكتروني	احترافية
22.58	07	0	0	26.66	4	23.07	3	التوزيع غير المنظم لعناصر الإخراج	الموقع
29.03	09	33.33	1	33.33	5	23.07	3	عدم مراعاة أسس الإخراج العالمي	
<b>20.39</b>	<b>31</b>	<b>100</b>	<b>3</b>	<b>100</b>	<b>15</b>	<b>100</b>	<b>13</b>	<b>المجموع الجزئي</b>	
<b>100</b>	<b>152</b>	<b>100</b>	<b>47</b>	<b>10</b>	<b>48</b>	<b>100</b>	<b>57</b>	<b>المجموع الكلي</b>	

تبين الإحصائيات المبينة في الجدول أعلاه معايير تصنيف الصحف الالكترونية الجزائرية، حيث أكد الصحفيون المؤيدون لاحترافية مواقع الصحف مجال الدراسة وبلوغهم العالمية آراءهم بنسبة 79.60 %، وذلك من خلال النظر إلى المعايير التالية:

1 - يعتبر استخدام عناصر الوسائط المتعددة والاستجابة لاهتمامات ومتطلبات المستخدمين كأول معيار مطلوب لبلوغ الاحترافية، حيث تحقق كلاهما بنفس الدرجة بلغت 27.27%، فاعتماد الصحف الالكترونية على الوسائط المتعددة ساعدها على زيادة قوة العرض وخبرة المتلقي باقل تكلفة وأقل وقت حيث أصبحت فكرة الدمج بين هذه العناصر وتكاملها أسلوبا جديدا جذابا ومقنعا لتقديم الأخبار والمعلومات في قوالب وأنماط صحفية جديدة، تقترب من واقع الإنسان وتدعم حواسه، فالنشر بواسطة الوسائط المتعددة يوفر بيئة تلقى متنوعة يجد فيها كل مستخدم ما يناسبه، ويكون ذلك عن طريق مجموعة من البدائل والخيارات لكل مستخدم.

2 - الإخراج مريح لعين القارئ ونفسيته: لأن النشر الالكتروني أول ما يعتمد عليه هو المجال البصري، فكان لابد من الاهتمام بالعين وإراحتها حتى تكون سببا وعونا في بقاء المستخدم لأطول وقت ممكن، وهو ما تؤكدته الدراسات بتركيزها على المركز البصري الذي يعد أهم نقطة في الصفحة الأولى، حيث لا يتركز في جذب انتباه القراء وإثارة اهتماماتهم بسرعة للوحدة الرئيسية فقط، وإنما يمكن أن يعمل على قيادة سلوك القراء البصري نحو الوحدات الأخرى الأقل أهمية، فالمستخدمين لا يتوجهون مباشرة إلى الوحدات المنشورة في لجزء العلوي فقط، وإنما يتجه اهتمامهم كذلك إلى الوحدات على ضوء قدرتها على جذب اهتماماتهم على اختلاف أماكنها، وذلك بالاعتماد على عناصر إبراز باستخدام صور مختلفة والألوان وأشكال الحروف وأحجامها، ولهذا وجب الاهتمام بالإخراج الصحفي في هذا الجانب لأن القراءة العادية تختلف عن التصفح على الويب.

وقد توصل إلى هذا الباحث جاكوب نلسن (Jakob Nielsen) الخبير في فهم سلوك المستخدم ومتابعة حركة العين البشرية أثناء القراءة على الحاسوب، حيث توصل إلى أن سلوك القارئ على الشاشة يختلف عن سلوكه أثناء القراءة العادية، فهو لا يقوم بالقراءة وإنما عملية مسح للمواضيع. وأرجع أسباب اعتماد الويب على القراءة المسحية بدل القراءة العادية إلى:

- القراءة عبر شاشات الكمبيوتر متعبة للعين، حيث أن سرعة العين تصبح بطيئة بـ 25% أقل من القراءة العادية من الورق.

- الويب وسيط يقوده المستخدم ( User driven Medium ) حيث يشعر الأشخاص أن عليهم التحرك للضغط على الأشياء، وقد عبر أحد الأشخاص ممن شملتهم الأبحاث بقوله "إذا بقيت لأطلع المقال كاملا، فلن أكون فعالا".
- كل صفحة تتصارع مع ملايين الصفحات على الويب لتثبت جدارتها في شد انتباه المستخدم فهو لا يعرف حقا إذا كانت الصفحة التي يطلع عليها تستحق القراءة فعلا، أو قد تكون هناك صفحات أخرى أفضل.
- فأغلب الصفحات في حقيقة الأمر لا تستحق جل وقت المستخدم، لذلك التجربة تدفعه إلى ما أسماه نلسن الحض في المعلومات (information foraging)، ويدل بذل الكثير من الوقت في صفحة واحدة، تجده يتحرك بين العديد من الصفحات محاولا الحصول على أفضل ما فيها (WWW . UNIVERSALUSABILITY.COM).
- 3 - مراعاة أسس الإخراج العالمية:** وهو سبب آخر جعل من الصحفيين يؤكدون على احترافية الإخراج الالكتروني الجزائري من خلال الصحف مجال الدراسة وذلك بنسبة 19.83%، وهذا ما يثبت الجدول السابق من حيث الوحدة، الحركة، التوازن، التناسب، التباين، الإيقاع.
- في حين بلغت نسبة الصحفيين المعارضين لفكرة احترافية الإخراج الصحفي في الصحف مجال الدراسة نسبة 20.39%، وذلك اعتبارا للمعايير التالية:
- 1 - عدم وجود متخصصين في الإخراج الصحفي الالكتروني: حيث بلغت نسبة اختيار هذا البعد 41.93% وقد يعود هذا إلى عدة مشاكل منها :
- عدم وضوح رؤية القائمين على الصحف الالكترونية بخصائص الجمهور المستهدف بهذا النوع من الإصدارات.
- محاكاة النسخ المطبوعة في عملية الإخراج، ونلمس هذا في اختيار الاسم والشعار وكتابتها بنفس الطريقة وبنفس إخراج المطبوع، وهذا ما يسير بها بعيدا عن السعي لتلبية اهتمامات الجمهور الالكتروني، الذي قد يختلف في سماته واهتماماته عن جمهور المطبوع.
- وبالتالي فإن وجود متخصصين في الإخراج الالكتروني هو عامل جد مهم وأساسي لإحداث الأسباب الأخرى التي اختارتها الدراسة وهي:
- 2-عدم مراعاة أسس الإخراج العالمي بنسبة 20.39% .



3-التوزيع غير المنظم لعناصر الإخراج بنسبة 22.58% .

4-النسخ الالكترونية هي نسخة بصيغة ويب للمطبوع بنسبة 6.45% .

وعلى الرغم من المؤشرات السابقة التي يمكن الاستدلال بها لإثبات الاتجاهين، إلا أن الباحثة ترى أن إخراج الصحف الجزائرية الالكترونية له عدة جوانب إيجابية منها:

-ثبات الأشكال الأساس للصحف لفترات طويلة، وهو ما ظهر من الدراسة التحليلية التي لم تكشف سوى عن تغيرات محدودة في تصميم الصحف التي تمت دراستها، والتي ترجع إلى اعتبارات منها الاعتبارات المهنية والاجتماعية، أو التحولات المهمة للأحداث التي شهدتها الصحف، بما يجعل التغيير أمرا مطلوباً، ولعل ثبات الشكل الأساس للصحف الالكترونية الجزائرية يتسق مع ما تنادي به الأدبيات العلمية في هذا المجال، والتي تؤكد على أهمية تصميم الصحف الالكترونية بالثبات ويربطها بقارئها.

-سعي الصحف الالكترونية الجزائرية لتسهيل الاستخدام والتعرض من خلال استخدام جميع الصحف للعلامات الإرشادية التي توفر الوقت والجهد على المتلقي، حيث استخدمت جميع صحف الدراسة العلامات الإرشادية مثل الأيقونات الخاصة بالانتقال إلى أعلى الصفحة أو أسفلها أو العودة إلى الصفحة الرئيسية أو طباعة النص وحفظه.

جدول رقم(84): يوضع معايير اختيار المصممين المتميزين في الصحف الالكترونية الجزائرية.

		الخبر أون لاين		النهار أون لاين		الشروق أون لاين		الاختيارات
41.66	20	46.66	7	46.66	7	33.33	6	الممارسون للتصميم من
27.08	13	20.00	3	13.33	2	44.44	8	الممارسون للتصميم من
31.25	15	33.33	5	40.00	6	22.22	4	الممارسون للتصميم من الموهبة
100	48	100	15	100	1155	100	18	

تبين نتائج الجدول حول معايير اختيار المصممين المتميزين في الصحف الالكترونية الجزائرية أن

هناك اختلاف في هذه المعايير، حيث تؤكد آراء الصحفيين أن:

1 - المصممين الأكثر نجاحا وتميزا هم الذين يمارسون التصميم على أسس الخبرة بنسبة 41.66% حيث يجب أن توفر لديهم مجموعة من المعارف والمهارات والإجراءات والاتجاهات للقيام بعملية التصميم بأقل قدر من الكلفة والجهد، وبنجاح مبهز، وقد بينت نتائج الجدول الخاص بالخبرة أن كافة العاملين في الصحف الالكترونية الجزائرية هم أفراد ذوي خبرة في المجال، مما يترجم أعمالهم على شكل جهد فني وعلمي مخطط ومنظم، هدفه تنمية المهارات وقدرات الكوادر البشرية العاملة.

واختيار الصحفيين عنصر "الخبرة" بالدرجة الأولى دليل على وعيهم بأهميتها كعنصر فعال يستفيد منه العاملين في الموقع، فكلما زادت الخبرة زادت المهارات وقلت المشاكل والتعقيدات.

2 - المصممين الأكثر نجاحا وتميزا هم الذين يمارسون التصميم من خلال الموهبة: بنسبة 31.25% فالموهبة تصنع المعجزات، وهو يعني تميز أشخاص في مجال معين عن طريق حب اكتشافه واستثمار كافة طاقات الفرد وميولاته من أجل إثبات نفسه، وإنجاح مشروعه في مجال معين.

وتطبيق هذا الفضول وحب ميدان العمل على التصميم يوصلنا إلى تصميم صفحات مواقع متميزة فلا يخفى علينا أن التميز هو من صفات النجاح، وكسر الجمود المعتاد في إخراج الصحف، فهو يخرج الصحف عن التصميم الروتين ويجذب المستخدم إلى تصميم مبدع يقدم المعلومات والأخبار بشكل منفرد، وهذا ما تبحث عنه كافة الصحف الالكترونية، إخراج متميز ونسبة استخدام عالية.

3 - المصممين الأكثر نجاحا وتميزا هم الذين يمارسون عملية التصميم بناء على التخصص بنسبة 27.08%، وهذا ما يؤكد عدم ثقة الصحفيين في التخصص واعتباره شرطا من شروط الحصول على

المنصب وأداء المهام، فالخبرة والموهبة قد يوجد بهما ما يفتقره المتخصص، وهذا من جهة يعني عدم ثقة الفرد الجزائري في التعليم الجزائري من جهة، فكما هو معروف ان سنوات التحصيل العلمي هي فصول نظرية أكثر منها تطبيقية، وخصوصا أن جدول (76) يبرز ان أكبر نسبة عاملة في الصحف الالكترونية الجزائرية هي من فئة الشباب، معناه التوجه من التعليم مباشرة إلى العمل، أين يواجه الصحفي في هذه الحالة صعوبات لتطبيق ما تعلمه من محصول نظري على عمل ميداني، في حين ليس لديه الوقت للتدريب والاستفسار، لأنه دخل مباشرة أجواء العمل والممارسة .

وما يمكننا قوله هو أن الدمج بين العناصر الثلاث "الخبرة، الموهبة، والتخصص" سيولد لنا جيل قادر على إنجاز تصميمات في غاية التميز، تساعد على تحقيق التفاعلية مع المستخدم، مع امكانية عالية من سهولة ويسر الاستخدام.

جدول رقم(85): يوضح معايير اختيار برامج التصميم في الصحف الالكترونية الجزائرية.

		الخبر أون لاين		النهار أون لاين		الشروق أون لاين		الاختيارات
95.25	48.00	60	15	53.57	15	64.28	18	بالنظر إلى عالمية البرامج
4.93	4.00	04	01	7.14	02	3.57	01	على حسب بيئة العمل الصحفي بالصحيفة
7.40	6.00	08	02	7.14	02	7.14	02	على حسب قدرات المصممين في اختيار البرامج
28.39	23.00	28	07	32.14	09	25.00	07	
100	48	100	25	100	28	100	28	

يتضح من خلال النتائج المسجلة في الجدول أن الصحف الالكترونية الجزائرية تعتمد على معايير

لاختيار برامج التصميم المعتمد فيها، حيث يمكن حصر هذه المعايير في:

1- اختيار البرامج بالنظر إلى عالميتها: وقد تحصل هذا المعيار على نسبة موافقة قدرت ب 59.25%، لأن كلما يكون هناك برنامج جديد فهو ذو قدرات وتطبيقات تفوق التي سبقتها، بما يخوله من أداء العديد من الوظائف التي عجزت البرامج التي سبقته في تطبيقها والقيام بها، فمثلا بين برنامج الفوتوشوب وبرنامج الفوتوشوب ج.ج (Photoshop et Photoshop c c) فارق كبير، مع أنهما ينتميان لنفس البرنامج والمجموعة لمعالجة الصور بطريقة رقمية، وإنشاء التصاميم البصرية المتنوعة والبنارات، وإنشاء الصور المتحركة والتعديل على مقاطع الفيديو في الإصدارات الحديثة، غير أن الفوتوشوب ج ج ظهر فيه بعض الخصائص التي لم تكن موجودة في الإصدارات السابقة ومن أهمها:

تعديل الاهتزاز في الصورة، تغيير الشعار والسرعة في التشغيل، القيام بالتعديلات على الواجهة وكذلك احتواءه لتطبيق refine edges، وهي خاصية جديدة تتيح للمستخدم التحكم الكامل في مساحة الاختيار، وكذلك الدقة والجودة العالية في تحويل الصور وتحويل الألوان.

فكلما اعتمدنا على تقنيات أفضل تحصلنا على منتج إعلامي بتصميم جذاب وجيد، ولكن اختيار البرامج بالنظر لعالميتها قد يكون له اضرار على الموقع في حد ذاته، منها:

1- لا يجب تطبيق التكنولوجيا لمجرد المعرفة بها، لأن تقنيات الويب تقدم لنا عدة خيارات وأدوات لبناء المواقع، ولا يعد توفر التكنولوجيا والقدرة على تطبيقها مبررا لاستخدامها، فيعوق أحيانا استخدام التكنولوجيا أداء المستخدم على الموقع، وقد يصل الأمر إلى دفعه إلى ترك الموقع، ويعد النص الومض blinking text ابرز مثال لهذه النقطة، لذا يجب أن يسأل المصمم نفسه قبل تطبيق اي تقنية هل تضيف التقنية أي فائدة للموقع، أم أنها مظهر للتجديد فقط.

2- عدم الاعتقاد بأن هناك مسلمات في التصميم، فما يصلح لموقع ما قد لا يصلح لموقع آخر فمثلا استخدام النص الومض في التسعينات أثار استياء المستخدمين، في حين نجد استخدامه الآن يحقق وظيفة مهمة، فاستخدام التكنولوجيا وتطبيقاتها يخضع بالدرجة الأولى لنوع الموقع وخدماته، فما يحتاجه الموقع الإخباري قد لا يعتمد كأساسيات في الموقع التجاري وهكذا.

3- التكنولوجيا ليست معيار الاحترافية وبلوغ العالمية، حيث نجد أن البعض يرجع التطور للتكنولوجيا مثل الدكتور الباحثة كارولين دينا لويس التي قالت: "أن مستقبل المادة الإخبارية ستحدده الطبعة المذهلة للتكنولوجيا الحديثة، وليست المقترضات الصحفية الجادة" (ديانا كارولين لويس: 1993 203) فهي تجعل من امتلاك التكنولوجيا معيارا للتطور الرقمي حيث تربط بين المستوى الإخباري العالمي وامتلاك التكنولوجيا، مما يسمح لأي قناة بتقديم خدمات إخبارية ذات جودة عالية وبسرعة فائقة، لكن امتلاك الأجهزة لا يعني بلوغ الاحترافية إذا لم يوجد من يتقن الاستخدام، باعتبارها مجرد أدوات ووسائل تسير وتسهل نقل وتبادل المعلومات وترتيبها، ومهما كان نوع البرمجيات فهي مجرد أدوات ونواقل فقط، أما العمل الإعلامي من غاية التصميم إلى البث والنشر فتحكمه عوامل أخرى أهمها الكادر البشري.

2 - اختيار البرامج بالنظر إلى ثمنها: حيث يؤكد الصحفيين في الصحف الإلكترونية الجزائرية المدروسة أن هذا المعيار يمثل نسبة 28.39% من اختياراتهم، فشراء التقنيات والبرامج يتمشى مع

ميزانية المؤسسة وهذا شيء منطقي، حتى لا تقع في عجز ميزانيتها، وهذا الشيء ملموس ويمكننا ملاحظته، فالمؤسسة المتطورة والتي تشهد استقرارا في جانبها الاقتصادي نجدها نفتنتي أهم وأحدث البرمجيات والعكس صحيح، أما عن مجال دراستنا فقد لاحظت الباحثة تكافؤ المؤسسات الثلاث في البرامج المعتمدة.

3 - اختيار البرامج بالنظر إلى قدرات المصممين: ورغم أهمية هذا العنصر إلا أنه احتل المرتبة الثالثة وبنسبة ضعيفة قدرت ب 7.40%، فمهما كانت البرامج بسيطة أو معقدة فهي لا تعمل بمفردها إذ يجب من يسيرها، فالبرنامج هو ناقل وحامل فقط بينما المصمم هو المسير والمفعل، ويمكن أن نؤكد على هذا العامل من خلال الجدول السابق، حيث أكد الصحفيين بعدم احترافية الإخراج الالكتروني الصحفي الجزائري بسبب عدم وجود متخصصين في الإخراج الالكتروني بنسبة 41.93%، وهذا ما يؤكد على ضرورة تحقيق الاحترافية للعامل البشري وليس الناقل التقني.

وعند التحدث عن القائم بالاتصال بالموقع، ترى الباحثة- من خلال تواجدها بالميدان- انه يمكن تقسيمه إلى ثلاثة مستويات: المسؤول عن الموقع webcaster وهو الشخص المسؤول عن كل ما يتعلق بالموقع من النواحي التقنية والفنية، فهو المسؤول عن تصميم وتطوير الموقع والمحافظة عليه واستمراره وتسويقه، والمطور web developer وهو المسؤول عن برمجة صفحات الموقع، وهو المعني بكيفية عمل الصفحة لا كيف يبدو شكلها، والمصمم web designer وهو المسؤول عن تصميم الصفحة وإعطائها مظهرا وإحساسا بوجه عام. ومن المهارات الواجب توفرها في المصمم نجد:

-المهارة التقنية: الإلمام بمعرفة كافة مجالات تكنولوجيا المعلومات، حيث إنه في كثير من الأحيان يكون هو المسؤول عن تصميم وتطبيق وقبول المستخدم للموقع النهائي، لذا يفضل أن يكون لديه فهم لنظم التشغيل وعلوم الحاسوب، ولديه خلفية عن نظم المعلومات أو إدارة الأعمال.

-المهارة الاتصالية: المتمثلة في القدرة على التحدث والقراءة والكتابة، فهو حلقة وصل بين النواحي التحريرية والإدارية والتقنية للموقع، وقد أجمع الصحفيون في المواقع كافة على أهمية هذا الدور من خلال التحدث مع الباحثة، الذي يزيد من روابط التواصل بين كافة العاملين بالموقع وتوصيل متطلبات العمل الصحفي إلى المبرمجين والمصممين لانتاج نظام يقابل احتياجاتهم ومتطلباتهم وفي الوقت نفسه واضح وسهل الاستعمال، فطالما كانت هناك فجوة بين الطرفين كان لها تأثيرا كبيرا على نجاح الموقع.



-المهارة المعرفية: بحل المشكلات التي تواجه الموقع كتلك التي يبلغ المستخدمين عنها من خلال رسائلهم الالكترونية الموجهة إلى الموقع.

4 - على حسب بيئة العمل الصحفي بالصحيفة: وذلك بنسبة 4.93% ، مع أنه المعيار المنطقي إذا قورن مع باقي المعايير، إلا أنه صنف هو الأخير كاختيار رابع لأنه الأشمل فبيئة العمل الصحفي تضم: عالمية البرامج، قدرات الصحفيين، ميزانية المؤسسة، مع التصنيف والتقدير، فإذا كانت هذه المعايير جيدة فإن بيئة العمل الصحفي ممتازة والعكس صحيح، ولا ننسى كذلك نوع السلطة المسيرة للموقع.

جدول رقم(86): يوضح هدف الصحف الالكترونية الجزائرية من الاعتماد على الوسائط المتعددة.

		الخبر أون لاين		النهار أون لاين		الشروق أون لاين		الاختيارات
29.62	48	30.61	15	30.61	15	28.12	18	والتفاعل مع المواضيع
20.98	34	22.44	11	20.40	10	20.31	13	
22.22	36	20.40	10	22.44	11	24.59	15	إضافة الجمالية على
27.16	44	26.53	13	26.53	13	28.12	18	لمعايير التقييم
100	162	100	49	100	49	100	64	

تبين المعطيات الإحصائية للجدول أن أهداف الصحف الالكترونية الجزائرية من اعتمادها على الوسائط المتعددة كثيرة ومتباينة من ناحية الأهمية، وقد اتضح اعتمادها لتحقيق الأهداف التالية:

1 - رفع درجة المشاركة والتفاعل مع المواضيع: وذلك بنسبة 29.62، حيث أتاحت الوسائط المتعددة فرصا كثيرة للمستخدمين لإبداء آراءهم، والمشاركة في صناعة الأخبار والمحتويات الإعلامية من خلال منتديات وغرف الحوار والاستطلاعات والتعليق على الأخبار، مما يضفي ديناميكية أكبر على المواقع الالكترونية، كما أن وجود الوسائط المتعددة لوحدها في المواقع يعطي إحساسا بالمشاركة والحيوية، مما يعد عنصر جذب للمستخدم لتصفح الموضوعات الإعلامية والتحاور عنها، وإدراكا لأهمية هذه الخاصية يعهد العاملون في الصحف الالكترونية الجزائرية مجال الدراسة إلى البحث عن ما هو جديد ومتطور في تكنولوجيا الوسائط المتعددة لمزيد من التفاعلية، وكذلك الاهتمام بتطوير الجانب المهني للصحف، فلم تعد العملية التفاعلية مع الجمهور قائمة على مجرد حذف أو تهذيب أو عدم نشر التعليقات، وإنما التواصل من خلال البريد الالكتروني والرد على بعض الإيضاحات

والاستفسارات التي يبعث بها المتلقي، وهو ما يخلق نوعا من العلاقة بين الطرفين، تبقى المتلقي متوصلا ومتفاعلا مع وسيلته الإعلامية .

2 - **استجابة لمعايير التقييم الصحفي الرقمي:** وذلك بنسبة 27.26%، وهو ما أثبتته من قبل جدول رقم (85)، حيث أن امتلاك التكنولوجيا والعمل بها يفيد في تحسين سمعة المؤسسة ودخولها العالم الرقمي دليل على احترافيتها، وهو ما يسير في اتجاه مارشال ماكلوهان حينما اعتبر أن الوسيلة هي الرسالة، ففي ظل التقدم والتطور في مجال المعلومات والاتصال تتبدل الظروف باستمرار، حيث يؤكد مارشال ماكلوهان أن استخدام تقنية اتصالية جديدة يؤدي تدريجيا إلى خلق بيئة حضارية جديدة، فلا يمكن النظر إلى مضامين الإعلام بمعزل عن التقنيات التي تستخدمها الوسائل، لأن التقنيات تؤثر على مضمون الرسالة.

3 - **إضفاء الجمالية على الموقع:** وذلك بنسبة 22.22 %، حيث يشهد التكامل الذي يحدث من خلال مزج مكونات الوسائط المتعددة من النص والصورة والصوت والفيديو والرسوم إلى إنشاء مضامين إعلامية تزيد من جاذبية الموقع وجماله من خلال الحفاظ على طبيعة المضامين، ودرجة وضوح الألوان التي تعكس المحتوى وتقربه إلى الانتاجات الواقعة.

4 - **الخروج عن الرتابة والجمود:** وهو الاختيار الأخير عند الصحفيين والممثل بنسبة 20.98% حيث أن الوسائط المتعددة ميزة إيجابية جاءت بها شبكة الانترنت جعلتها تمثل عصر الرقمنة والقوة في إنتاج البرامج والمضامين الإعلامية خلافا لما سبق، حيث ألغت الوسائط المتعددة الفروق بين الوسائل الإعلامية، أين مزجت بين النص والصوت والصورة في مشهد حضاري واحد فاق كل ما تحقق في قرون سابقة، ملغية في إطارها العديد من المفاهيم والنظريات والمبادئ التقليدية بين الوسائل الإعلامية، أين حصل التقارب الإعلامي وتجاوزت القصة الحدود في التقديم على موقع الشبكة باستخدام اثنين أو أكثر من أشكال الوسائل، وتحول معها استخدام الوسائط من التوظيف في غرف الأخبار إلى التسويق والترويح المتبادل، وإعادة التوزيع ودعم التفاعلية مع المتلقين انطلاقا من العديد من الوسائل كمواقع التواصل الاجتماعي والبريد الإلكتروني.

وفي هذا الجانب تحاول الباحثة عمل إسقاط لنظريات الاستخدامات والاشباع بمحاولة للكشف عن سيكولوجية الوسائط المتعددة، حيث يمثل هذا الجانب عاملا هاما في استيعاب محتوى الوسائط المتعددة، حيث تمثل حاجات المستخدم (Needs) ودوافعه (Motives) وغيرها من العوامل

السيكولوجية، دورا هاما في تحديد وتوجيه سلوك المستخدم نحو المحتوى، فدوافع الفرد تظهر نتيجة ظهور حاجاته التي يسعى إلى إشباعها، وبمعنى أن الحاجات الإنسانية هي التي تخلق الدوافع إلى السلوك الذي يستهدف إشباع هذه الحاجات، وهي ما يسعى مصمم الوسائط إلى تحقيقه.

فأكثر التصاميم في الوسائط المتعددة تتفق مع ما صادف من نفسية المستخدم ولمس وترا حساسا من حاجاته النفسية، وهذا ربما هو السبب الرئيسي لإقبال الأطفال على أفلام الرسوم المتحركة animation، والتي تهتم بالخيال العلمي وفعل الأشياء الخارقة، فتكون لهم مأوى لإشباع حاجاتهم النفسية.

فالوسائط المتعددة تعطي معنى للأحاسيس، فالإحساس هو الأثر النفسي الذي ينشأ من تعرض حاسة من الحواس لمثير خارجي، وعملية الإدراك بين عناصر الوسائط المتعددة تترجم الإحساسات وتعطيها معنى في ضوء خبرات المستخدم لتبني بذلك سلوكا وموقفا معينا، ولذلك لا بد من أن يتصف برنامج الوسائط المتعددة بالبساطة والتنوع والتشويق في محتوياتها.

وفيما يتعلق كذلك بالاستخدامات المتعددة بالوسائط المتعددة فلقد أثبتت بعض الدراسات ان الملفات الصوتية والصور التي توفرها المواقع الإلكترونية، تساعد على تذكر الإعلانات المقدمة في تلك المواقع بشكل أفضل، كما أشارت إحدى الدراسات التي طبقت على عدد من المستخدمين لمقارنة الانطباعات التي يتركها الموقع الإلكتروني الإخباري الذي يحتوي على نصوص فقط، مقابل النصوص والصور والصوت والفيديو أشارت إلى أن التقييم السلبي للمواقع التي تحتوي على وسائط متعددة سببه خيارات المستخدمين السابقة، والتي قارن مقاطع الصوت ولقطات الفيديو في المواقع الإلكترونية بجودة الصوت والفيديو المقدمة في التلفزيون الكابلي ومحطات راديو FM، ربما هذه الدراسة تعود إلى فترة زمنية سابقة، حيث أتاحت حاليا الوسائط المتعددة عرض الملفات الصوتية والمرئية بإمكانية جد عالية ذات تأثير عظيم لدى المستخدمين (الزبير يسن ابراهيم محمد: 2012، 99).

جدول رقم (87): تعامل الصحفيين مع الوسائط المتعددة.

		الخبر أون لاين		النهار أون لاين		الشروق أون لاين		الاختيارات
19.23	10	20.00	3	26.66	4	16.66	3	جيد
16.15	24	73.33	11	46.66	7	33.33	6	
34.61	18	73.33	5	26.66	4	50.00	9	ضعيف
<b>100</b>	<b>52</b>	<b>100</b>	<b>15</b>	<b>100</b>	<b>15</b>	<b>100</b>	<b>18</b>	

تبين المعطيات الإحصائية للجدول أعلاه، أن هناك تباين في درجة استخدام وتعامل الصحفيين مع الوسائط المتعددة، حيث تبين أن نسبة الذين أجابوا بمقبول تمثل نسبة أعلى تقدر بـ 46.15% تليها نسبة الصحفيين الذين أجابوا بضعيف بنسبة 34.61%، ثم جيد بنسبة 19.23% .

تتسم المؤسسات الصحفية بدرجة كبيرة من التعقيد نسبة إلى تعقد نظام العمل بداخلها والمراحل التي يمر بها للوصول بالمنتج الصحفي إلى شكله النهائي، كذلك في عدد الإدارات التي تنقسم العملية الإنتاجية للوصول بها المنتج إلى القارئ، وقد رافق ظهور الانترنت تطور في الأدوات والأساليب والتقنيات التي يمكن استخدامها في التعامل مع المعلومات ومن ثم إيصالها إلى المستفيدين، وتعد تقنية الوسائط المتعددة من أهم هذه التقنيات التي أتاحت التعامل مع المعلومات الجديدة، كما أتاحت قدرات أكبر على استكمال المواد الصحفية من مصادرها الرئيسية.

إن الصحف الإلكترونية الجزائرية قد توجهت بقوة إلى مجال التسيير الإلكتروني مع تحقيق الحضور الدائم والمستقر، حيث تحررت من التقليد والرتابة (الاستاتيكية) إلى التفاعلية والحيوية والمرونة (الديناميكية)، حيث يتشارك النص المكتوب والصورة الثابتة والمتحركة والصوت في تكوين الحدث، ووجب على الصحفيين التكيف مع هذه البيئة الرقمية الجديدة بإتقان أبجدياتها. وتعد الوسائط المتعددة إحدى أبجدياتها ومتطلبات العمل داخلها لما لها من قوة في التأثير على المتلقي، وزيادة



متصفح المستخدم وتحقيق قوة العرض، وخصوصا أن معظم صحفيي الموقع هم شباب بنسبة 68.75%، فهو من عصر تكنولوجيا المعلومات والاتصال المعروف باستخداماتهم المكثفة للوسائل الالكترونية، وهذا ما جعل استغلالهم وتوظيفهم للوسائط المتعددة في مجال عملهم بالأمر الهين، كما أن روح المنافسة بين طاقم العمل تحتم عليهم استغلال كافة الإمكانيات المتاحة من بينها الوسائط المتعددة لإنجاز أعمالهم بكل حرفية، تحقق جذب للقارئ ورضا للمؤلف والكاتب، ويمكننا التميز بين من قالوا مقبول بنسبة 46.15% وتفوقهم على من أفادوا بجيد بنسبة 19.23% كون أنهم من خريجي الإعلام بدرجة كبيرة، مما برز اهتماماتهم ومهاراتهم في الجانب التحريري الإعلامي أكثر من الجانب التقني، خصوصا ونحن نعلم أن الجامعة لا تضمن تدريس مقاييس تقنية بصفة ميدانية كمقياس مخصص لتصميم الوسائط المتعددة للصحف الالكترونية الجزائرية على الويب، مما ينقص من مهارة إتقانها بحرفية تامة.

أما الذين أفادوا بمستوى ضعيف فيرجع ذلك لعدة أسباب نوجزها في:

- عدم التدريب على استخدامها.
- يفضلون التعامل مع مصادر المعلومات التقليدية على الاتجاه إلى البيئية.
- عدم وجود علاقات قوية تحكم بيئة العمل، مما جعل نسبة الاستفادة من المهارات و التعاون بين الفريق ضعيفة.
- اعتبار الوسائط المتعددة قيمة مضافة على العمل الإعلامي وإعطاء أهمية أكبر للجانب التحريري المهني.
- التغيير المستمر في تقنيات توظيف الوسائط المتعددة، وما يصاحبه من التزام دائم للمعرفة من أجل التمكن من استغلالها بأفضل الطرق وسط عالم كبير من المسؤوليات.

جدول رقم (88): اعتماد الصحفيين على الوسائط المتعددة في انجاز العمل الإعلامي.

		الخبر أون لاين		النهار أون لاين		الشروق أون لاين		الاختيارات
87.5	42	80.00	12	93.33	14	88.88	16	
12.5	06	20.00	03	06.66	01	11.11	02	
0	0	0	0	0	0	0	0	
0	0	0	0	0	0	0	0	
100	48	100	15	100	15	100	18	

نتيجة للتطور التكنولوجي تزايد اعتماد الوسائل والمؤسسات الإعلامية مع الوسائط المتعددة التي تقدم نظم إدارة المحتوى وتوفر الاستخدام الموازي لقواعد البيانات التي تشمل النصوص والصور والصوت، ما يحتم التوسع في التعليم والتدريب في برامج بيئة الوسائل الجديدة، حيث أنه المدخل الأساسي إلى التقارب في مهارات التطور التكنولوجي منها مهارة الاستخدام الأمثل والجيد للوسائط المتعددة، حيث كانت إجابات الصحفيين متباينة أكدت فيها الأغلبية على اعتمادهم على الوسائط المتعددة في إنجاز عملهم الإعلامي بنسبة 87.5% وبصفة دائمة، بينما أكدت نسبة 12.5% على استخدامهم لها بصفة غالباً.

وهذا من وجهة نظر الباحثة بوعد بوجود تقبل ميداني لهذه التكنولوجيا كوسيلة ضرورية وحتمية في عالم البيئة الرقمية وفي خضم المنافسات والتزايد اللامتناهي للصحف الالكترونية، أين يظهر اهتمام الصحفيين بها وإدراكهم لأهمية هذا العنصر الوسيط في إبراز المواد الصحفية، وتحقيق جمالية للموقع فقد أتاح التطور في بناء نظم وبرمجيات الكمبيوتر في مجال الإعلام استخدام الوسائط المتعددة في بناء الرسائل الاتصالية، أو في إنتاج الملفات الخاصة بالوسائل مثل الصور والفيديو والموسيقى التي تعد من مكونات الرسائل والبرامج الإعلامية، وما ظهور مفاهيم صحافة الوسائط المتعددة والإعلام



المتعددة إلا ترجمة لأهميتها واستخداماتها العديدة وتطورها من مجرد التعدد في الاستخدام إلى فكرة الدمج والتكامل، وأضحت وسائل الإعلام الالكترونية مزيجا من المواد الإعلامية التي تعلم المتلقي بخبر أو معلومة، ووسيلة من وسائل إنتاج وتقديم المنتج الاتصالي، كما أن المادة المستندة للوسائط المتعددة أصبح بمقدورها أن تصبح أقوى الأشكال في البحث عن المعلومات، وتقل تجربة أكثر واقعية للمستخدم من خلال الاستشهاد بعناصر تقترب أكثر من حواس الإنسان، ما يدعم الثقة بين المستخدم والموقع، ويضفي التفاعل حول الأحداث والمعلومات بشكل قوي، يجعل من المستخدم ليس فقط قيمة مستهدفة، وإنما صفة منتجة لأعمال قد تفيد المواقع في تحقيق السبق الصحفي عن طريق فرص إرسال الصور والفيديوهات والتعليقات.

ويمكن إجمال التأثيرات وأبعاد الوسائط المتعددة فيما يلي:

-أتاحت تكنولوجيا الوسائط المتعددة الانتشار والتعدد في الموقع.  
-أضفت المزيد من التفاعلية والجاذبية على صفحات الويب.  
-أسهت في دخل الصحف الالكترونية عالم الرسوم المتحركة والصوت والفيديو، وإدخال لغة الواقع الافتراضي ( V R M L ) virtual reality modeling language التي تتيح لمصممي الويب بناء عوالم ثلاثية الأبعاد.

-أسهمت تكنولوجيا الوسائط المتعددة في بروز أدوات جديدة تخدم العمل الصحفي، وتساعد الصحفيين على إنشاء المحتوى بشكل احترافي وببسر وسهولة، حيث وجد الصحفيين أنهم أمام وسيلة جديدة تفرض عليهم تطويعها لخدمة مواقعهم الصحفية وارتياها كمجال جديد، وهكذا بدؤوا في التكيف تدريجيا مع العالم الرقمي الجديد، ومن هنا جاء اهتمام الصحف بآليات وأدوات تقنية الوسائط المتعددة في العملية الإعلامية بأكملها لتطوير أساليب الممارسة الصحفية.

جدول رقم(89): الصحفيين وإستراتيجية التعامل مع الوسائط المتعددة في العمل الصحفي.

		الخبر أون لاين		النهار أون لاين		الشروق أون لاين		الاختيارات
78.72	37	66.66	10	7.33	11	88.88	16	يكفي على الصحفي تعلم قواعد تشغيل الوسائط
21.27	10	33.33	5	26.66	04	11.11	02	يجب معرفة قواعد مع فهم جوهر التعامل مع الوسائط
<b>100</b>	<b>47</b>	<b>100</b>	<b>15</b>	<b>100</b>	<b>15</b>	<b>100</b>	<b>18</b>	

تبين معطيات الجدول الإحصائية أعلاه أن إستراتيجية التعامل مع الوسائط المتعددة في العمل الصحفي من طرف الصحفيين تنتوزع بين اتجاهين اثنين:

- 1 - إستراتيجية الاكتفاء بتعلم قواعد وأساليب إدارة وتشغيل الوسائط المتعددة بنسبة 78.72%.
- 2 - إستراتيجية فهم جوهر الوسائط المتعددة وأساليب التعامل معها وتأثيراتها بجانب تعلم قواعد كيفية الاستخدام بنسبة 21.27% .

يمثل الصحفي وحدة التحليل الأصغر في الإجابة عن الأسئلة الخاصة بمسؤولية إنتاج الرسائل الإعلامية، ويعتبر أحد المفاهيم الخاصة بالعلاقات التنظيمية داخل المؤسسة الإعلامية، ويمتد هذا المفهوم ليشير إلى كل من يعمل في بناء أو تشكيل الرسالة الإعلامية مهما اختلفت الأدوار والمواقع حيث يقوم بتقديم الخدمات الإعلامية في شكل صحفي مستفيدا من إمكانيات التكنولوجيا وخصائصها لتلبية احتياجات جمهوره من المعرفة والتواصل، ويتضمن ذلك معرفته كيفية إنتاج رسالة متعددة الوسائط، وأن يتفاعل مع الجمهور عبر الإمكانيات المتاحة والمتجددة، فضلا عن وجوب معرفته

بأساليب حماية موقعه من الاختراق والسرقة والتدمير، وتملك مهارات الملاحظة على الشبكة والاستفادة من فيضها المعلوماتي .

والصحفي حسب هذا المحور نعني به المستقبل الإعلامي وكيفية استثماره لصياغة مشروع الإعلام المتكامل، بإدارة الحوارات الإعلامية وإنتاج مواد إعلامية تحظى بانتشار واسع من خلال توظيف الوسائط المتعددة، إذ تركز الفلسفة الحديثة لتعلم الصحافة على جوهر الثورة التكنولوجية الجديدة والنظريات الاتصالية والإطار العام للمجتمع الذي يتحرك فيه الصحفي، حتى يتسنى الخروج برؤية وفكر للتعبير، لأن يكون مجرد شخص يستوعب جوهر الاتصال دون أن يمتلك خاصية أدواته التقنية، فالفلسفة الجديدة لتعليم الصحافة تهدف إلى الجمع بين جانبيين هما:

**1 - الجانب الأول:** يتضمن المهارات القابلة للنقل بشكل آني، وهي تتعلق بعمليات الكتابة والتحرير والتصميم والإخراج واستخدام أجهزة الوسائط المتعددة وتوظيف عناصرها، أي فهم الاتصال كتقنية وأداة، فهي تدعم الاتجاه الأول القائل بـ 78.72% بنعم تعلم قواعد وأنظمة التشغيل فقط أي أن الإعلام هو تقنية فقط.

**2 - الجانب الثاني:** يتمثل في أساس نظري وفكري وفلسفي واتصالي يركز على جوهر عملية الاتصال بالجمهور، وبعدها الاجتماعي والإنساني، فلا يكفي أن يتعلم الصحفي فقط كيف يستخدم هذه المعدات، ولكن ينبغي أن يتعلم جوهر هذه المعدات ومتطلباتها وانعكاساتها في إطار عملية الاتصال بالجمهور عن طريق مزج النص بالصورة والصوت في شكل إعلامي بغية تحقيق أهداف معينة.

فهي استراتيجية ترمي إلى تعليم الصحفيين لكي ينجحوا في استيعاب جوهر وظيفتهم الاتصالية والإعلامية، ودورهم الإعلامي والتفسيري من خلال تزويدهم بالمعارف وتدريبهم على المهارات، فهي تركز على جانبي الفكر والقيم والأداء والمعارف والأداء التقني، والعقلية الإعلامية النظرية والعقلية الحرفية المتمكنة.

وقد ركزت المجالات البحثية الجديدة لدراسة الصحفي على المدخل الوظيفي، الذي يرى أن الحتمية التكنولوجية متطلب أساس لتطوير قيم القائم بالاتصال ودوره ومهاراته، وثبتت بعض الدراسات المدخل النقدي الذي يركز على البعد الاجتماعي أكثر من البعد الإعلامي، ويتجاوز حالة الانبهار بالتطور التكنولوجي إلى تحليل المعوقات التنظيمية والاقتصادية التي تحول دون قيام الصحفي بدوره.

فالتحدث عن التصور المستقبلي لاستخدام أدوات الوسائط المتعددة يجب أن يكون وفقا للقدرات والإمكانات، ويقول جوزيف بولتزر "إن كل ذكاء في حاجة لمن يتعهده، وإن الصفات الخلفية لأزمة الصحفي الناجح تنمو بالعلم والتجربة، وأن الصحفيين الذين لم يؤهلوا إنما يتعلمون من مهنتهم على حساب الجمهور، ولا يكفي أن يكون صحفي الغد متعلما تعليما جامعا عاما، بل لابد من إعداد لمهنته الجديدة إعدادا خاصا، وأن الصحافة هي أكثر المهن حاجة إلى أوسع المعارف وأعمقها" (وسام كمال 2014، 101).

وبذلك فإن الاستغلال الأمثل لتحقيق قفزة في عالم الإعلام بالاعتماد على الوسائط المتعددة يكمن في فهم جوهر هذه التقنية، وإدراك مفهومها بالبعد الشمولي والحديث، وهو ما لم يستوعبه الصحفيين الالكترونيين الجزائريين.

### جدول رقم(90): الاعتماد على الوسائط المتعددة ضروري لإنجاح مواقع الصحف الالكترونية الجزائرية

		الخبر أون لاین		النهار أون لاین		الشروق أون لاین		الاختيارات
95.83	46	93.33	14	%100	15	94.44	17	
04.16	02	06.66	01	00	00	05.55	01	
<b>100</b>	<b>48</b>	<b>100</b>	<b>15</b>	<b>100</b>	<b>15</b>	<b>100</b>	<b>18</b>	

يتبين من خلال نتائج الجدول أن الصحفيين في مواقع الصحف الالكترونية الثلاثة: الشروق أون لاین، النهار أون لاین والخبر أون لاین يؤكدون نسبة كبيرة واصلت 95.83% على ضرورة الاعتماد على الوسائط المتعددة لإنجاح مواقعهم، فيما رفضت نسبة 4.16% هذه الفكرة باعتبار أن الوسائط المتعددة عنصر غير ضروري لإنجاح مواقعهم.

ويمكننا القول أن تبني تكنولوجيا جديدة في المواقع لا يتم بطريقة عشوائية، وإنما وفقا لأسس ومعايير بموجبها وعلى أساسها تستطيع أن تدخل المواقع تلك التطورات في المجال الصحفي الالكتروني، وتتلخص تلك الأسس في النقاط التالية:

1 - تفضيل التكنولوجيا المنتجة التي تحتاج إلى العمل الإبداعي المقنع بدلا من العمل الروتيني بمعنى آخر تفضيل التكنولوجيا التي تعتمد على الإنسان في العمل بدلا من جعله غريبا عنه.

- 2 - تفضيل التكنولوجيا المنتجة التي تكون فيها الآلات عاملا مساعدا و ليست عاملا مسيطرا.
- 3 - مدى وفرة أو ندرة عنصر العمل ورأس المال في ضوء السوق.
- 4- مدى توافر الخبرات العلمية والتقنية والتكنولوجية القادرة على استخدام وتطوير التكنولوجيا.
- 5 - استخدام التكنولوجيا غير المكلفة وفي الوقت ذاته التي تتصل بتحقيق الأهداف المرجوة من العملية الاتصالية.

6 - إن انتقال الموقع من التكنولوجيا والتقنيات التي نستخدمها إلى التقنيات الجديدة لا بد أن يكون تدريجيا، كأن تستغل خطة إحلال وتجديد الآلات، وإدخال العناصر التكنولوجية الجديدة بالتوازي مع تكوين الكوادر وتدريبهم على استخدامها. فعلى الصحف الالكترونية مجال الدراسة أن تكون قرارات تبنيتها لمستحدثات معينة مبنية على خطط ودراسات شاملة لكافة عناصر العملية الإنتاجية والإعلامية من إدارة الموقع إلى الكادر البشري وحتى الجمهور، بتحديد درجات استفادته من هذه المستحدثات لأنه الهدف النهائي لأي عملية إعلامية.

وفي هذا الإطار يؤكد الدكتور فايز عبد الله الشهري الباحث في شؤون الصحافة الالكترونية وتطبيقات الانترنت "أن الحقيقة المؤكدة هي أن كل منجز الكتروني يوظف في أي إنتاج صناعي يؤثر على تقاليد المهنة وطريقة أدائها، وفي إطار الحديث عن صناعة الصحف بشكل خاص، يمكننا القول أيضا أن تطورات تقنيات النشر الالكتروني الحديثة أثبتت بشروطها ومحدداتها الفنية والمهنية معها ومن جهة أخرى قد لا تكون مسألة تبني التقنية الحديثة سواء بالنسبة للناشر أو الصحفي مسألة اختيار، بل ربما وجد هؤلاء أنفسهم وقد فرضت التقنية عليهم واقعا، خاصة في ظل الاستخدام (الانتشار) الجماهيري لهذه التقنية، وعند الحديث عن المستقبل فرما الأجدى إعادة طرح جدلية "الحتمية التكنولوجية"، وهي نظرية تقول ضمن محاورها بأن التقنية تملك قوة تلقائية لتغيير المجتمعات، ورغم أن مثل هذه النظرة تواجه معارضة كبيرة لأنها عند البعض تعزل التقنية عن المتغيرات الاجتماعية المهمة من حولها، إلا أنها ضمن الأطروحات التي تثار، وهناك من حاول قلب المعادلة بما يسمى بنظرية الحتمية الاجتماعية، حيث نعكس الوضع ليصور المجتمع بأنه هو من يمتلك القوة التلقائية التي تغير التقنية وتحدد وظيفتها، وهكذا فإن تبني الصحف للتقنية لا يمكن فصله عن مثل هذه المعادلة المعقدة بطرفيها المجتمع والتقنية، فوفقا لنظرية الحتمية التكنولوجية فإن التقنية

الحديثة ستحسن من إنتاج الصحف، ووفقا لنظرية الحتمية الاجتماعية تقول ذات العبارة "التقنية الحديثة" سوف تساعد على تحسين إنتاج الصحف" (صفاء محمد خليل: 2015، 139)

أوضح إيكهولز وروجرز إطار عمل للتعرف على أشكال رفض المستحدثات التكنولوجية كما يلي (وليد سالم محمد حفاوي: 2006، 52)

التبرير المتوقع			
المعلومات ليست متاحة لي بسهولة ويسر	ليس لديه علم أو وعي	أو عدم الدراية	1 – الرفض للجهل
مدى يمكن اعتبار المستحدث جيد أو فعالا قبل أن أجرب استخدامه	ينتابه الشك أو التردد في	البيانات و المعلومات المتاحة ليست مقنعة أو منطقية	2 – الرفض بتعليق الحكم
<ul style="list-style-type: none"> <li>الأشياء والأساليب</li> <li>والفاعلية والكفاءة.</li> <li>تنظيمات ولوائح</li> <li>استخدام هذا</li> <li>للمغاية بدلالة الوقت</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>يعقد مقارنات</li> <li>يتخذ موقفا دفاعيا</li> <li>يشعر بالحرمان</li> </ul>	البيانات و المعلومات المتاحة ليست مقنعة عمليا	3 – الرفض لمواقف معينة
<ul style="list-style-type: none"> <li>لا أعلم هل في استطاعتي تشغيل</li> <li>إنني أعرف تماما أنه ينبغي أستخدم هذا المستحدث ولكن ليس</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>يشعر بالذنب أو التقصير</li> <li>يخشى أن يحل المستحدث محله</li> </ul>	البيانات و المعلومات المتاحة ليست مقنعة نفسيا	4 – شخصية



للقيام بذلك. يحل محلنا .			
-----------------------------	--	--	--



المحور الثالث: استخدامات الوسائط المتعددة في الصحافة الالكترونية الجزائرية.

جدول رقم(91): إيجابيات وسلبيات الوسائط المتعددة بالنسبة للصحفيين من وجهة نظر الصحفيين.

المجموع الكلي		الخبر أون لاين		النهار أون لاين		الشروق أون لاين		الموقع الالكتروني	
النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	الاختيارات	
22.74	46	26.92	14	26.31	15	26.98	17	تتيح الوسائط المتعددة الإبداع الصحفي	إيجابيات
22.67	39	23.07	12	21.05	12	23.80	15	طورت من أساليب الكتابة	العمل
23.83	41	23.07	12	26.31	15	22.22	14	تعد وسيلة إقناع ناجحة إخباريا	بالوسائط
26.74	46	26.92	14	26.31	15	26.98	17	نقل الأفكار في أكثر من وسيلة	المتعددة
<b>95.55</b>	<b>172</b>	<b>100</b>	<b>52</b>	<b>100</b>	<b>57</b>	<b>100</b>	<b>73</b>	<b>المجموع الجزئي</b>	
25	02	20	01	00	00	20	01	تراجع عنصر الإبداع في العمل	سلبيات
25	02	20	01	00	00	20	01	عدم التميز بين الصحفيين والهواة	العمل
25	02	20	01	00	00	20	01	التعارض بين الإبداع والمعالجة الرقمية	بالوسائط
25	02	20	01	00	00	20	01	إشكاليات التلاعب و التحريف	المتعددة
<b>4.44</b>	<b>08</b>	<b>100</b>	<b>04</b>	<b>00</b>	<b>00</b>	<b>80</b>	<b>04</b>	<b>المجموع الجزئي</b>	
<b>100</b>	<b>180</b>	<b>100</b>	<b>57</b>	<b>100</b>	<b>57</b>	<b>100</b>	<b>67</b>	<b>المجموع الكلي</b>	

بناء على قرارات الجدول السابق، يقرر الصحفيين أن إيجابيات الوسائط المتعددة أكبر بكثير من سلبياتها، حيث قرروا نسبة إيجابياتها 95.55%، في حين أكدوا أن سلبياتها تقدر بنسبة 4.44%.  
**أولا : إيجابيات العمل بالوسائط المتعددة:** في ظل التقدم والتطور في مجال المعلومات والاتصال تتبدل الظروف باستمرار، فيتغير وجه العالم ويدفع إلى نشوء وظائف جديدة لهذا النسق أو ذاك، مما يبعث على بروز بيئي جديدة، ومن هنا فإن النسق يحفز على التقدم وعلى مواصلة التطور، هو ذلك النسق القادر على التوظيف المؤتمر، بما يتلاءم والظروف المستجدة أو القادر على جمع المعلومات القيمة وترسيخها، وقد أدت تكنولوجيا الوسائط المتعددة إلى:

**1 - نقل الأفكار من الوسيلة مع زيادة الإبداع الصحفي:** حيث حقق هذان العنصران الاختيار الأول بنسبة 26.74% على التوالي، حيث ترى الباحثة أنه لا يمكن إغفال مدى إسهام الوسائط المتعددة في تطوير مهارات الصحفيين في البحث والتحليل، وتنمية مهارات البحث الذاتي عن المعلومة، والتمحيص والتدقيق والتحقق من مصداقيتها وقيمتها، والبعد الذي أتاحتها في القيام بالتغطيات الفورية والسريعة والاتصال المباشر بصناع الأحداث، وإجراء الحوارات وتنفيذ التحقيقات والموضوعات الجديدة من خلال الجماعات الإخبارية والبريد الالكتروني.

وقد أتاحت التكنولوجيا الجديدة للصحفي تعدد المهارات التي أسهمت في التقارب بين الوسائل الإعلامية المختلفة، عبر إنتاج قوالب صحفية وغير صحفية، ومن هذه المهارات نجد:

**أ - المهارة التقنية للصحفي:** يقول الدكتور فريد مصطفى "هناك مهارات يجب أن يمتلكها أي صحفي، وهي مهارات تقنية وفكرية وأكاديمية، بل يمكن القول إن دفع الصحفي إلى التحكم في الإدارة التكنولوجية الناقلة للمادة الإعلامية والعارضة أو الناشرة لها أصبح من الملمات، ولا يوجد أي شخص سواء من الممارسين أو المدربين أو من الباحثين يعترض على هذا الأمر، فالتكنولوجيا الحديثة المستخدمة في العمل الصحفي تؤثر في الجانب الفكري في تكوين الصحفيين، لذلك ينبغي تأطير التعامل مع التكنولوجيا الجديدة وتوجيهه في قطاع الصحافة، فقد باتت وسائل أداء المهنة أكثر تعقيدا مما سبق، حيث أصبحت المعرفة الفنية جزءا لا يتجزأ من مضمون العمل الصحفي(صفاء محمد خليل: 2015، 186).

**ب - مهارة البحث في شبكة الانترنت:** أين أتيج للصحفيين فرص الحصول على المعلومات من مصادر متعددة، أصبحت أدوات البحث على الانترنت من اهم مصادر المعلومات لدى الصحفيين

(محركات البحث والروابط التشعبية)، ما حتم تدريب الصحفيين على استخدام معلومات الانترنت والمفاضلة بينها والتحقق من مصداقيتها، فالهدف من التعدد والتنوع في توظيف الوسائط المتعددة واستخدامها هو نقل الأفكار في أكثر من وسيلة تدعم الفكرة والمعنى في مزيج واحد، وتعمل على استثارة الحواس وتنشيط العمليات المعرفية التي تهدف في النهاية إلى الكسب المعرفي أكثر.

**2 - تعد وسيلة إقناع ناجحة إخباريا:** وحسب رأي الصحفيين أن الوسائط المتعددة بإثبات استخدامها تحقق إقناع المستخدم بالمعلومات بنسبة 23.83%، فالوسائط المتعددة غيرت في طرق جمع الأخبار والمعلومات وعملية بثها وتداولها، أين أصبحت عملية متابعة الأخبار وصناعتها تضم فريقا، وليست عملا يعتمد على فرد واحد، فالخبر الصحفي لم يعد مجرد وصف اعتيادي لحدث معين يحظى بالاهتمام، بل أصبح صناعة صحفية مميزة دخلت وتفاعلت مع عوامل عدة، أسهمت في تطوير أساليبها ووسائلها وطرق نقلها إلى الجمهور، فتكامل النص مع الصوت والصورة في مضمون إعلامي واحد يعد قوة للمضمون في حد ذاته، حيث أنها بمثابة شواهد شرعية حقيقية بقوة المصادقية عن ثبوت المجريات وإزالة اللبس عن وقائعها.

**3 - طورت من أساليب الكتابة:** بنسبة 22.67%، فلم تعد الكتابة مجرد نقل حرفي معد للقراءة فالصحف الإلكترونية أصبحت تعتمد على الاختصار في الكتابة المعدة للتصفح حسب خصائص الوسيلة من جهة، وحسب تطلعات واهتمامات الجمهور من جهة أخرى، فاختصار الكتابة دعمته الصور والفيديوهات والتسجيلات الصوتية، كما أن الكتابة للمواقع هي كتابة محدثة تبعا لتغيرات الوقائع والمجريات، ولعل ما أضافته الوسائط المتعددة للنشر الصحفي تجاوز مسألة توظيف التقنية لتطوير الصحف الإلكترونية إلى تقديم حلول شاملة في مجالات جمع الأخبار والمعلومات، وتحريرها ونشرها وإيصالها إلى الجمهور في بيئة الكترونية متكاملة أتاحت أمام المستخدم خيارات إعلامية متعددة، فطبيعة تأثير هذه التقنية حسب رأي الدكتور الجحني "هو إيجابي لسبب بسيط هو أن التقدم التقني أتاح للصحفي وسائل أسرع وأدق وأكثر كفاءة من حيث المعالجة والتحرير والإخراج وكافة الفنون الصحفية" (صفاء محمد خليل: 2015، 186).

**ثانيا: سلبيات العمل بالوسائط المتعددة:** فكما نعلم جميعا بأن أي تكنولوجيا هي سلاح ذو حدين إيجابي وسلبى، وتتجلى سلبيات الوسائط المتعددة في العمل الصحفي في:

**1 - تراجع عنصر الإبداع في العمل:** بنسبة 25 %، فعن طريق توفر كافة عناصر الوسائط المتعددة بالإنترنت أصبح الصحفي يبتعد كثيرا عن الميدان مما جعل الصحافة مهددة في جوهرها، ولم يعد الصحفي أول من يكون في موقع الميدان ليصف الأحداث، وإنما صار يعتمد على روايات الغير نقلا عن مصادر غير موثوق بها أحيانا، فلم تعد الصحافة مهنة استقصائية، وإنما هي صحافة المكاتب وإعادة تدوير الأخبار عن طريق الشاشة.

**2 - عدم التمييز بين الصحفيين والهواة:** بنسبة 25% وهي معضلة حقيقية تواجه الصحافة اليوم والتي أصبحت تعتمد بقوة على صور وتعليقات المستخدمين كأخبار متضمنة في مواقعها، حيث قال في هذا الشأن شاين برومان وكريس ويليس "أننا في بداية حقبة ذهبية للصحافة، هي صحافة جديدة لم نعهدها من قبل"، وقد تنبأ الكثير من الخبراء في مجال المستخدم أن 50% من الإنتاج الصحفي، سيتم بواسطة المواطنين بحلول عام 2021. (DAN GILLMOR : 2004, 118) .

وقد لاحظت الباحثة اهتمام الصحفيين بالتقنية أي مهارات الاستخدام وتوظيف الوسائل والوسائط المتعددة على اهتمامهم بالتحليل، وكيفية ترتيب المعلومات وصياغتها ووضعها في قالب صحفي، كما أن الاتجاه القادم لا يتطلب شروط الالتحاق بالعمل في الصحف الإلكترونية الجزائرية تخصص إعلام بقدرة، ما يثبت شرط إتقانه التكنولوجية للوسائط المتعددة.

**3 - إشكاليات التلاعب والتحريف:** وبنسبة 25%، كذلك فمعظم الوسائط المتعددة تخضع للمعالجة سواء في الصوت أو الصورة أو في درجة الألوان، وهنا إما يجعل الرسالة تحيد على هدفها، وبالتالي تضيع الموضوعية في تقديم المعلومات، وتقع في مشكلة أخرى وهي التعارض بين الإبداع والمعالجات الرقمية بنسبة 25%، فهي مسائل مترابطة. فقد أتاحت تكنولوجيا الوسائط المتعددة برامج وإمكانيات تقنية سهلت التلاعب بالصورة الصحفية من حذف وإضافة ودبلجة، ما يحتم تفعيل أخلاقيات المهنة وضرورة الالتزام بها.

وكخلاصة تطرح ترى الباحثة أنه في ظل الوضع السليم يظل الصحفي هو الصحفي لأن أصول المهنة الصحفية لم تتغير بشكل كبير، والصحفي الناجح هو الذي يجدد مهاراته ويصقلها مواكبا للتقنيات الحديثة، وبالطبع أن يتم ذلك بتخطيط ودعم من مؤسسة الصحافة، فالتكنولوجيا لا تزال تسير قدما، وستكون الأجهزة الحديثة بمثابة قنوات للمواقع، وستتعدد الوسائط التي يمكن يتمتع فيها المواطن بالوصول إلى الصحافة العظيمة، فالوسائط المتعددة قد تساعد الصحف الإلكترونية الجزائرية في



التحرر من شكلها التقليدي الذي يعبر عن محدودية الطموح والكسل الفكري والإبداع، تقودها نحو مزيد من الاهتمام بالمتلقي والتفاعل معه، فقد يعتقد بعض الصحفيين أن إنتاج الوسائط المتعددة تبديلا خارج نطاق مهمته ومهنته، ولكن لو فكر قليلا واستجاب لحتمية التدريب على هذه المهارات، سيجد أنه بهذا يخدم رسالته ويصل بها إلى أعلى عدد من الجمهور، ويجعلها تحظى بأكبر قدر من التفاعلية والتقدير والاهتمام منهم، وهذا هو المطلوب.

جدول رقم(92): يوضح تفاعل الصحفيين مع المستخدمين في الصحف الإلكترونية الجزائرية.

		الخبر أون لاين		النهار أون لاين		أون لاين		الاختيارات
81.25	31	66.66	10	86.66	13	88.88	16	
18.75	09	33.33	05	13.33	02	11.11	02	
<b>100</b>	<b>48</b>	<b>100</b>	<b>15</b>	<b>100</b>	<b>15</b>	<b>100</b>	<b>18</b>	

تبين المعطيات الإحصائية أن هناك اهتمام بعنصر التفاعل من الصحفيين في علاقاتهم بالمستخدمين، وذلك بنسبة 91.25%، بواقع تكرار 39 مفردة، في مقابل عدم اهتمام 8.75% بواقع تكرار 09 مفردات بإحداث التفاعل مع المستخدم.

تأتي التفاعلية كأهم وأقوى الملامح المميزة للنشر الفوري، حيث قدمت الانترنت البيئة اللازمة لظهور الإعلام الإلكتروني بشكل لم يكن متاحا بنفس القوة والفاعلية، حيث استطاع نموذج الإعلام الرقمي على شبكة الانترنت أن يتبنى نظاما أكثر قدرة على تنمية مشاركة المستخدم، وتحقيق درجة أعلى من التفاعلية والتحكم في الاتصال، فالإنترنت تمهد الطريق لعصر جديد يعتمد على الوسائط المتعددة في تقديمه للمضمون، وعلى التفاعلية في أساليب الاتصال بالجمهور، وذلك في ظل التقنية الرقمية، وفي مجال تصميم الصفحات على شبكة الانترنت، حيث تعد الوسائط المتعددة من أهم العوامل التي أدت إلى انتشار الويب بالشكل الذي نراه اليوم.

فالوسائط المتعددة لها دور كبير في عرض المعلومات بطرق جذابة متميزة لجلب اهتمام المستخدم وزيادة فاعليته.

وقد يرجع سبب عدم اهتمام 8.75% بعنصر التفاعل إلى:

-عدم الوثوق بالمعلومات المدلى بها.



-أصبح مجال التفاعل فضاءا للتسلية والترفيه، بدل استعماله في إثراء المحتوى والنقاش حول مسائل هامة.

-الخوف من السرقة الأدبية والعلمية لبعض المحتويات المنشورة.

-اعتبار مساحات التفاعلية فضاءات بيضاء بفضل استغلالها في نشر المحتويات الإعلامية.

-مضيعة وقت الصحفي الذي لا يجد وقتا حتى للحاق بركب التحديثات المتعلقة بالأحداث ومجرباتها.

-التعليقات الموضوعة من طرف المستخدمين ليست موضوعية وعلمية فلا تستند لأي حجة منطقية أو

بناء عقلي.



جدول رق(93): طرق التفاعل بين الصحفيين والمستخدمين في الصحف الإلكترونية الجزائرية.

المجموع الكلي		الخبر أون لاين		النهار أون لاين		الشروق أون لاين		الموقع الإلكتروني	
النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	الاختيارات	
21.08	39	23.25	10	22.03	13	20.51	16	إرسال تعليقات على الأخبار والمقالات المنشورة	طرق التفاعل
21.08	39	23.25	10	22.03	13	20.51	16	التعليقات على الصور ولقطات الفيديو	
16.75	31	16.27	07	16.94	10	17.94	14	إرسال وتحميل صور ولقطات الفيديو	
14.59	27	13.95	06	16.94	10	14.10	11	المشاركة في النقاشات الحية	
26.48	49	23.25	10	22.03	13	20.51	16	المشاركة في استطلاعات الرأي	
<b>100</b>	<b>185</b>	<b>100</b>	<b>43</b>	<b>100</b>	<b>59</b>	<b>100</b>	<b>78</b>	<b>المجموع الجزئي</b>	
61.53	08	66.66	04	66.66	02	50.00	02	عدم اهتمام الإدارة لآراء المستخدمين	أسباب عدم التفاعل
00	00	00	00	00	00	00	00	عدم توفر مساحات التعليق	
38.46	05	33.33	02	33.33	01	50.00	02	المشاركة في المنتديات شكليا فقط	
<b>100</b>	<b>13</b>	<b>100</b>	<b>06</b>	<b>100</b>	<b>03</b>	<b>100</b>	<b>04</b>	<b>المجموع الجزئي</b>	

نستنتج من خلال المعطيات الإحصائية في الجدول أعلاه تعدد أدلة واختيارات الصحفيين الذين أكدوا على ضرورة التفاعل مع المستخدم، ومن اعتبروه زيادة لا تفرضها العالم الإلكتروني.

أولاً: طرق تفاعل الصحفيين مع المستخدمين:

**1 - المشاركة في استطلاعات الرأي:** وذلك بتحقيق نسبة 26.48%، حيث تعد استطلاعات الرأي واحدة من أهم وأقوى الوسائل لمعرفة توجهات الجماهير، خصوصاً فيما يعرف بقضايا الرأي العام والتي لها صدى وأهمية كبيرة في إحداث تحولات للمجتمعات، وهذا ما أكدت عليه الدراسة التحليلية حيث وجدت اهتمام، ومشاركة كبيرة من الجماهير في استطلاعات الرأي بسبب الحرية الكاملة في إبداء الرأي والتعبير عنه بعيد عن أي إكراهات أو ضغوطات، لأن الإعلام الإلكتروني يضمن التستر والتخفي، وهذا ما جعل منه منبراً مهماً للنقاش والتحاور في غياب مراقبة السلطة والخوف من العقاب.

**2 - التعليق على الأخبار والمقالات المنشورة وإرسال البريد الإلكتروني:** حيث احتلت هاتان الوسيلتان المرتبة الثانية وبنفس النسبة 21.08%، وهي وسائل تتيح للصحفي معرفة مدى نجاح رسالته في إقناع المستخدمين بمحتواها، ومدى قوة العناصر المكونة لها في اجتذاب هذا المستخدم، وتكمن أهمية البريد الإلكتروني كأداة تفاعلية في المواقع المدروسة في كونه وسيلة اتصال بين الموقع وزواره مما يمكنهم من إيصال مقترحاتهم وشكاويهم، وحتى بين المحررين في الموقع نفسه وزادت أهميته في الآونة الأخيرة، نظراً لتطبيقاته المتعددة وبخاصة في أجهزة الهواتف النقالة، مما يحقق الآنية والفورية في إيصال الرسالة.

**3 - إرسال وتحميل صور ولقطات الفيديو:** حيث يستخدمها الصحفيون بنسبة 16.75% أي بواقع 31 صحفي، وهذا الخيار زادت فعاليته خصوصاً مع إدراج الصحف مجال الدراسة في قوائم اختياراته ألبوم الفيديو، وألبومات الصور، والتي أصبحت تحظى بدرجة مشاهدة واستخدام كبير.

**ثانياً: أسباب عدم التفاعل بين الصحفي والمستخدم:** وقد اختار بعض الصحفيين عدم التفاعل مع المستخدمين في قراراتهم رغم تقبلهم لفكرة الإعلام الجديد، وعنصر الوسائط المتعددة كتقنيات حديثة لتطوير العمل الإعلامي، وهذا راجع لعدة أسباب حددها في:

**1 - عدم اهتمام الإدارة لآراء المستخدمين:** وذلك بنسبة 61.53%، حيث أكد الصحفيون أنه وبالرغم من وضع مساحات للتفاعل مع الجمهور إلا أن هذه المساحات لا تعتبر سوى عن التحسن الرقمي التقني للموقع، وهذا ما أثبت في جداول سابقة باعتبار امتلاك التقنية مقياس للتقدم والرقي، وهذا ما

تصبو إليه المواقع الصحفية الشروق أون لاين، النهار أون لاين والخبر أون لاين، فحقيقة هذه المساحات شكلية والتعليق المتضمنة بداخلها لا تعبر إلا عن آراء أصحابه، في إطار تقنية تتيح له التعبير عن أفكاره بكل حرية، فالإدارة في هذه المواقع لا تأخذ ما يرسل من تعليقات بعين الاعتبار وذلك لعدة أسباب:

- ضغوط العمل لا تساعد على النظر فيما أرسل ونشر.
- الخوف من أي مسائلة قانونية تتجم عن نشر مواد المستخدمين.
- ضعف المواد المقدمة من قبل الجمهور لا يشجع مع نشرها.
- عدم تماشي ما يرسله مع معايير النشر في المواقع لا يساعد على نشرها .
- عدم وجود تصور صحيح لدى المشرفين على الموقع حول مفهوم الصحافة الالكترونية.
- صعوبة التأكد من دقة المعلومات المقدمة من المستخدمين يقلل من فرص نشرها.
- التعليقات والآراء المنشورة على المواقع لا تساعد على إثراء الحوار.

في حين ترى الباحثة أن المضامين المرسله من قبل الجمهور قد تكون ذات قيمة حيث:  
-أنها شكلت في كثير من الأحيان مصادر معلومات مهمة لأحداث صورتها فقط، كاميرات المواطنين والهواة، مما ساعد المواقع على تحقيق سبق صحفي كبير .  
-وقد تكون في كثير من الأحيان بمثابة إشهار وإعلان عن مدى علو سقف حرية التعبير في الموقع مما يزيد من عدد الزوار .

**2 - المشاركة في المنتديات شكليا فقط:** حيث ترى نسبة كبيرة من الصحفيين تقدر نسبتهم بـ 38.4% أن اشتراك المستخدمين في المواقع، وبالضبط في الخدمات التفاعلية هي مشاركات شكلية فقط، مرتبطة بالتسجيل الأولي ودخول مجال التفاعل الخاص بامتلاك اسم ورقم سري دون العودة مرة ثانية لتفعيل النقاشات، ويتضح ذلك حسب بعض الصحفيين من خلال نسيان معظمهم لأرقامهم السرية في التسجيل، فهذا دليل على عدم الدخول والمشاركة الفعالة.

وبالرغم ما للتفاعلية من هفوات، إلا أنها تعد الأسلوب الأمثل لدفع المستخدم إلى زيارة الموقع والتعلق به، فالفتوحات الواسعة لتكنولوجيا الإعلام والاتصال أفصحت عن تجليات حالة النظام الذي يشهده العالم من تطور وتغير سريعين، وذلك يتمثل فيما يتحقق في مستوى البيئة الإعلامية والاتصالية على أنه استجابة طبيعية لباحثين ومتخصصين عملوا على أن يشهدوا عالما تكون فيه المضامين



المكتوبة والسمعية البصرية متاحة لكل الفئات الاجتماعية، عالم تفاعلي ينتهي في حدوده دور الجمهور السلبي.

ولكن هذا العلم على ما فيه من تطور تكنولوجي عميق بدأ يغير من القيم والسلوك ولا يخلو من وجود حالة فوضى مزدوجة، حيث لم يعد بإمكان العالم اليوم وقد سعى منذ عقود إلى مضاعفة سرعة الرسائل والمضامين التي تمثل محور قوته الإنتاجية، لم يعد بإمكانه الانفصال عن الشروط الإلكترونية لنظام المعلومات لأن قصته بناء المعرفة التي تشغل بال المفكرين والباحثين في مختلف التخصصات العلمية ليست مرتبطة بالمعلومة في بعديها المعرفي والاستراتيجي، إنما هي بالصيغة التي يطرحها نظام دمج الوسائط، فهي قضية تكيف مع الوسائط في حد ذاتها، فالطريقة الموصلة إلى المعلومات غمرتها اليوم مسالك تقنية في غاية التعقيد يستوجب معرفة تطبيقاتها للتحكم فيها.

ويرى دايل بسكين وأندرو ناتشن المدير المشارك ومدير مركز وسائل الإعلام في ولاية فرجينيا بالولايات المتحدة الأمريكية "يرى أن الابتكار في تكنولوجيا المعلومات قد دفعت بالمجتمع الإنساني إلى حقبة من وسائل الإعلام الديمقراطية، يمكن فيها لكل فرد تقريبا أن يحصل فورا على الأنباء والمعلومات، وأن يصبح من مؤسسي المشروع الصحفي والمساهمين فيه، ونتيجة لذلك أمست الأخبار تنقل بطرق غير معتادة وتفرز نتائج لا يمكن التنبؤ بها" (الزبير يسن ابراهيم محمد: 2012، 101).

جدول رقم(93): يوضح مستويات التفاعل على مواقع الصحف الإلكترونية الجزائرية.

		لاين		النهار أون لاين		الشروق أون لاين		الاختيارات
29.09	32	23.07	06	27.77	10	33.33	16	التفاعل بين المستخدم
35.45	39	38.46	10	36.11	13	33.33	16	التفاعل بين المستخدم وغيره من المستخدمين
35.45	39	38.46	10	36.11	13	33.33	16	التفاعل بين المستخدم الصحفية
<b>100</b>	<b>110</b>	<b>100</b>	<b>26</b>	<b>100</b>	<b>36</b>	<b>100</b>	<b>48</b>	

بعدما تأكدنا من وجود التفاعلية واهتمام الصحفيين بها واعترافهم بأنها وسيلة فعالة للتحدث مع المستخدم، يوضح لنا الجدول أعلاه مستويات هذا التفاعل من خلال تجديد ثلاث مستويات، وهي كالتالي:

**1 - التفاعل بين المستخدم وغيره من المستخدمين:** وذلك بنسبة اختيار قدرت بـ 35.45% أي بواقع تكرار 39 مرة، حيث يتحقق هذا الأسلوب في التفاعلية من خلال التحوار حول المادة الإعلامية من خلال التعليقات والتعليق على هذه التعليقات، البريد الإلكتروني وكذلك من خلال تقييم J'aime والمنتديات ومواقع التواصل الاجتماعي.

**2 - التفاعل بين المستخدم والمادة الصحفية:** وذلك بنسبة اختيار قدرت بـ 35.45% بواقع تكرار 39 مفردة، حيث يتحقق هذا الأسلوب في التفاعلية عن طريق التعليق تحت الصور والنصوص، والضغط على النصوص الفائقة، وكذلك اختيار التحكم في حجم ولون الخط، وعن طريق أيقونة الحفظ والطباعة كذلك.

**3 - التفاعل بين المستخدم والمحرر:** وذلك بنسبة 29.09% أي بواقع تكرار 32 صحفي، ويمكن تفعيل هذا النمط من خلال البريد الإلكتروني للمحرر أو عن طريق استطلاعات الرأي، والمنتديات ومواقع التواصل الاجتماعي.

فالتفاعلية شرط أساسي لمواكبة التطور الحاصل في المؤسسات العالمية الكبرى، باعتبار المستخدم وآراءه محور لبناء التصميم، قائما على احتياجاته واهتماماته وأدواته.

المحور الرابع: معوقات استخدام الوسائط المتعددة في الصحف الإلكترونية:

جدول رقم (94): تأييد الصحفيين العمل بالوسائط المتعددة كضرورة حتمية.

		الخبر أون لاين		النهار أون لاين		الشروق أون لاين		الاختيارات
100	48	100	15	100	15	100	18	
00	00	00	00	00	00	00	00	
<b>100</b>	<b>48</b>	<b>100</b>	<b>15</b>	<b>100</b>	<b>15</b>	<b>100</b>	<b>18</b>	

تبين المعطيات الإحصائية للجدول أعلاه، تأييد الصحفيين العاملين في صحيفة الشروق أون

لاين والنهار أون لاين والخبر أون لاين العمل بالوسائط كضرورة حتمية بنسبة 100%.

وهذا ما يدل على فهم الصحفيين بضرورة الاعتماد عليها من أجل إيصال المعلومة في أسرع وقت

وبطرق فنية جذابة تزيد من نسبة تصفح الموقع، فهي تتيح إلى:

**1- تفاعلية:** حيث توفر الوسائط إمكانية التفاعل بينها وبين مستخدميها باختيار الموضوع وطريقة

عرض المحتويات والانتقال من موضوع إلى آخر، وإيجاد أنواع مختلفة من التفاعل بين المستخدم

والبرنامج.

**2- متنوعة:** حيث توفر عروض الوسائط المتعددة بيئة تلقي متنوعة يجد فيها كل مستخدم ما يناسبه

ويكون ذلك عن طريق مجموعة من البدائل والخيارات لكل مستخدم.

**3- متزامنة:** يراعى فيها التوافق بين سرعة العرض وإمكانات المستخدم ومراعاة التزامن، مما يساعد

على تحقيق خاصيتين هما التكامل والتفاعل.

**4- موحدة:** وتعني أن الوسائط المتعددة تتجمع معاً، وتتحذ في وحدة كلية واحدة لتحقيق هدف مشترك

لأن تأثير الكل المتحد من عناصر الوسائط المتعددة أكثر فعالية من تأثير عرض وسيط بمفرده.

**5- الجمالية:** حيث يتوفر فيها كافة العناصر من مقروءة وسمعية وبصرية تثير حواس الإنسان

ومدركاته، منشورة في إطار جمالي يحدث التباين مع الخلفية بدرجة وضوح بارزة، وألوان عالية.

**6- المعلوماتية:** حيث تتجمع كافة عناصر الوسائط المتعددة لتقديم معلومات وأفكار وأخبار في شكل

مغري يبعث عن إتمام التصفح وترقب التحديث.



جدول رقم (95): طرق استغلال الوسائط المتعددة لتحقيق النجاح للموقع الالكتروني.

		الخبر أون لاين		النهار أون لاين		الشروق أون لاين		الاختيارات
28.07	48	29.41	15	30.00	15	25.71	18	الإكثار من استخدامها
23.39	40	19.60	10	28.00	14	22.85	16	التدريب على تطبيقها
23.39	40	21.56	11	22.00	11	25.71	18	إبرازها بشكل اكبر
25.14	43	29.41	15	20.00	10	25.71	18	جعل الموقع يميل للسمعي
<b>100</b>	<b>171</b>	<b>100</b>	<b>51</b>	<b>100</b>	<b>50</b>	<b>100</b>	<b>70</b>	

تبين معطيات الجدول أن استخدام الوسائط المتعددة ضروري جدا لنجاح الموقع الالكتروني، ويمكن تحقيق ذلك بعدة طرق نذكر:

**1 - الإكثار من استخدامها:** حيث أكد الصحفيون بنسبة 28.07% على ضرورة الاعتماد على الوسائط المتعددة بشكل كبير، مع الحرص على التنوع بين العناصر حيث يعتبر مبدأ التنوع اتجاها جديدا في تكنولوجيا الاتصال وأساسيا في تطبيقات الوسائط المتعددة، خصوصا أن الدراسة التحليلية أثبتت اعتماد مواقع الصحف الالكترونية الجزائرية المدروسة على عنصر النص بشكل كبير جدا مقارنة مع باقي العناصر، وكننتيجة نهائية بإثبات استخدام العناصر ككل وجد أن استخدامها في المواقع مجتمعة ضعيف بنسبة 34.55% للخبر أون لاين و 32.87%، و 32.57% للشروق أون لاين والنهار أون لاين على التوالي.

وهذا ما يبرز اختيار الصحفيون واقتراحهم الإكثار من استخدامها في المرتبة الأولى بين العناصر ولكن يراعى دائما مبدأ التوازن، فالإكثار من الاستخدام يعني إتاحتها في الوقت الذي يحتاج فيه المستخدم إلى التعامل معها.

**2 - التدريب على تطبيقها:** حيث حرز على الاقتراح على 23.39% من اختيارات الصحفيين، فكما عرفنا سابقا أن معظم الصحفيون كان استخدامها لعناصر الوظائف المتعددة مقبول بنسبة 46.15% ثم ضعيف بنسبة 34.61%، ولهذا يرى الصحفيون ضرورة التركيز على التدريب بشكل يسمح لهم القدرة على استخدامها بحرفية تامة، مما يعود على حرفية الموقع وتصميمه بشكل يضمن سهولة التعرض ويسر الاستخدام بعناصر جذابة تحققها الوسائط المتعددة، كما أن التدريب على استخدامها يعطي للصحفي ثقة أكثر في تحكمه بأحد مسلمات البيئة الرقمية الجديدة حيث تتيح له الإبداع، ويعمد

إلى صقل مواهبه وتطويرها بشكل يسمح له من التمكن في توزيع العناصر في إطار متكامل وموحد لخدمة المحتويات على الموقع.

**3 - إبرازها بشكل أكبر:** وهو الآخر اختياره الصحفيون بنسبة 23.39%، وهو يعني التحكم في توزيعها على مساحة الصفحة في الموقع، مع إحداث التباين بينها وبقية العناصر المكونة للموقع كوضعها في إطار أو إبرازها بلون مختلف أو التسطير تحتها مع ضرورة تحقيق التباين مع الأرضيات والخلفيات لأن الشكل ضروري جدا في التصميم، والمظهر الجرافيكي الجذاب هو أحد عوامل إطالة فترة بقاء المتصفح في الموقع، فتحقيق الراحة البصرية ووضوح التصنيف والترتيب المتبع في توزيع الوحدات البصرية الحاملة للمضامين والمواد الإعلامية تزيد في قوة تركيز المستخدم وتذكره للمعلومات.

**4 - جعل الموقع يميل للسمعي البصري:** وقد حقق نسبة اختيارات الصحفيين له بـ 25.15% وهذا ما يدل على أن الصحفيين لديهم شعور بأن مواقع عملهم الصحفية متوفرة لعناصر الوسائط المتعددة السمعية البصرية بصفة كبيرة، وهو ما يؤكد النتائج التي وصلت إليها الباحثة بعد تحليل المواقع وتثبيتها بعدما وجدنا اعتمادها على النص بصفة كبيرة جدا وصلت 55.53% من بين العناصر، ثم الصورة بـ 40.37% يليها الفيديو والرسوم والصوت على التوالي بنسب 3.25%، 0.43%، 0.39% وهذا يمكن إرجاعه كما قلنا سابقا إلى اعتماد المواقع على النسخة الورقية، وقلة التدريب وسرعة العمل وهذه النقطة تسجل كميزة سلبية للمواقع الدراسية، فعروض الوسائط المتعددة تؤدي إلى بعث الحيوية والديناميكية على المواقع في حالة حسن استغلالها وتوظيفها.

وعلى العموم يجب أن يعي الصحفيون أن الوسائط المتعددة هي عنصر مهم لإنجاح المواقع الإخبارية الإعلامية في وقتنا الراهن، فبواسطتها حقق التقارب بين وسائل الإعلام، واندمجت غرف الأخبار وزالت الفروق بين المهن والوظائف. ويتجلى لنا بوضوح مدى وعي المبحوثين العاملين بالصحف الإلكترونية الجزائرية الشروق أون لاين، النهار أون لاين والخبر أون لاين بأهمية تكنولوجيا الوسائط المتعددة في تطوير الممارسة الصحفية في شكل وأسلوب وإخراج وعرض المواد الصحفية ومن حيث الطرح وتنوع طرق انتشارها والتداول، وما يمكن أن تحتويه من إمكانات إبداعية وخيارات متعددة، التي تتيحها لاسيما في مجال الكتابة والتصوير والإخراج الإلكتروني، مما ينعكس على شكل وإخراج وعرض صحفهم.





جدول رقم(108): البيئة التكنولوجية المعتمدة في الصحف الإلكترونية الجزائرية.

المجموع الكلي		الخبر أون لاين		النهار أون لاين		الشروق أون لاين		الموقع الإلكتروني		الاختيارات
النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار			
33.33	16	26.66	4	33.33	5	38.88	7	نعم		
66.66	32	73.33	11	66.66	10	61.11	11	لا		
<b>100</b>	<b>48</b>	<b>100</b>	<b>15</b>	<b>100</b>	<b>15</b>	<b>100</b>	<b>18</b>	<b>المجموع الجزئي</b>		
72.22	13	57.14	4	55.55	5	33.33	4	توجد تقنيات متطورة لتبادل المعلومات بين أقسام الصحيفة	توفر البيئة التكنولوجية للعمل الصحفي	
66.66	12	42.85	3	33.33	3	50	6	هناك استراتيجية شاملة للتدريب العملي والعلمي		
16.66	03	00	00	11.11	01	16.66	2	هناك اتفاقيات مع مؤسسات أجنبية لتبادل الخبرات		
<b>100</b>	<b>18</b>	<b>00</b>	<b>07</b>	<b>100</b>	<b>09</b>	<b>100</b>	<b>12</b>	<b>المجموع الجزئي</b>		
18.98	15	17.24	5	17.39	04	22.22	6	عدم جودة برامج التصميم	غياب البيئة التكنولوجية للعمل الصحفي	
8.86	07	10.34	3	8.69	02	7.40	2	عمل الصحفي في أكثر من وسيلة يقلل الابتكار		
40.50	32	37.93	11	43.47	10	40.74	11	ضعف التدريب العملي		
31.64	25	34.48	10	30.43	07	29.62	8	تدخل السياسة التحريرية في العمل		
<b>100</b>	<b>79</b>	<b>100</b>	<b>29</b>	<b>100</b>	<b>23</b>	<b>100</b>	<b>27</b>	<b>المجموع الجزئي</b>		



إن البيئة التكنولوجية المتضمنة داخل المؤسسة الإعلامية لها دور كبير في رفع كفاءة العمل داخله وتسريعه، وتطوير مهارة الصحفيين العاملين به، فهي أدوات وتقنيات مساعدة للإنتاج بأقل تكلفة وأسرع وقت، وقد بين الجدول أعلاه أن الصحف الإلكترونية الجزائرية مجال الدراسة لا تتوفر بها بيئة إعلامية بنسبة 56.66%، فيما أكد 33.33% من الصحفيين أن صحفهم الإلكترونية هي هدف ذات بيئة تكنولوجية .

أولاً: البيئة التكنولوجية في الصحف الإلكترونية الجزائرية المدروسة:

**1 - وجود تقنيات متطورة لتبادل المعلومات بين أقسام الصحيفة:** وذلك بـ 72.22% ووفق تواجد الباحثة فقد رأت أن الصحف قد انتقلت إلى مرحلة الصف الإلكتروني أو البيئة الإلكترونية، حيث يقوم المحرر بجمع مادته وإرسالها إلى رئيس القسم الذي يقوم بدوره بإرسالها إلى الجهة التحريرية الأعلى إلى أن تصل إلى سكرتير التحرير ثم مدير التحرير من خلال شبكة داخلية، حيث توجد بالصحف صالة تحرير إلكترونية ومكتب فني يضم عددا من أجهزة التصميم.

**2 - وجود استراتيجية شاملة للتدريب العملي والعلمي:** فتجهيز المؤسسات الصحفية بالتكنولوجيات لا يعني إهمال الكادر البشري المسير والمفعل لهذه التقنيات، وقد وافق الصحفيين على تواجد هذا العامل بـ 66.66% بواقع تكرار 12 مفردة، التي استفادت من التدريب في المجال وتحصلت على فرصة الاستفادة المعقدة لمعظم التقنيات، فالتدريب هو جهد علمي مخطط ومنظم هدفه تنمية المهارات، وقد رأت الكوادر البشرية العاملة في مجال الإعلام الإلكتروني، ويكون هذا التدريب إما في مراكز التدريب أو عن طريق إقامة اتفاقيات مع مؤسسات أجنبية لتبادل الخبرات والاستفادة من تجارب الآخر في المجال أين تحصل هذا العامل على 16.66% من اختيارات، 3 صحفيين كان لهم ميزة الحضور والاستفادة في هذا المجال .

ثانياً: أسباب عدم وجود بيئة تكنولوجية في الصحف الإلكترونية المدروسة: بالرغم من توفر الصحف المدروسة على بيئة إلكترونية من دخولها عالم النشر الإلكتروني، والذي يمكنه الجمع بين المؤثرات الحيوية التي تميز الإعلام المرئي وماله من تأثير فعال ينعكس على المتلقي، وكذلك التحكم في عرض المادة الإعلامية عن طريق الأدوات المساعدة للحاسب الآلي والتصميم الإلكتروني وعرض رسائل وتقارير صوتية، إلا أن الصحف الإلكترونية المدروسة تعاني من البيئة التكنولوجية المحتواة فيها وذلك لعدة أسباب:

**1 - ضعف التدريب العملي:** وتلاحظ الباحثة أن هذا العنصر جد متكرر في إجابات الصحفيين فيمكن اعتبار أن الصحف الإلكترونية الجزائرية مجال الدراسة لم تستطع بعد من الاستفادة من الوسائط المتعددة بالصورة المثلى بسبب عدة مشكلات في مقدمتها عدم الاهتمام بالتدريب، وبالتالي غياب الوعي بأهمية تكنولوجيا الوسائط المتعددة في العمل الصحفي من قبل القائمين على أمر المؤسسات الصحفية، وعدم



السعي لتوفير بيئة تكنولوجية للعمل الصحفي، فالكادر الصحفي يعاني من ضعف المهارات التكنولوجية عدا بعض الحالات الفردية التي تسعى للتطوير الذاتي.

**2 - تدخل السياسة التحريرية في العمل:** حيث أكد 25 صحفي بنسبة 31.64% عن عدم رضاهم عن تدخل السياسة التحريرية في العمل، فهي صحيح تمثل محدد من محددات العمل بالمؤسسات الصحفية، ولكنها في نفس الوقت تشكل عائقا أما العمل المهني في الصحف بما تفرضه من قيود وأوامر تحد فكرة الإبداع الالكتروني، التي من المفروض تعد في هذه المرحلة لأننا في بيئة جديدة مغايرة تماما للبيئة القديمة، بيئة الكترونية غيرت معها مفاهيم العمل الإعلامي ونظرياته وأدبياته وفنونه فمن المفروض يجب أن تكتمل الرؤية بتغيير محدداته وضوابطه لأنه أصلا ناشئ في عالم بدون قيود.

**3 - عدم جودة برامج التصميم:** وذلك بنسبة 18.98%، حيث أن البرامج القديمة شأنها تأخير العمل والحصول على عمل غير منظم وغير واضح، وعلى الصحف الالكترونية الجزائرية تغيير كافة وسائلها وبرمجياتها بما يضمن سرعة الوسيلة التي تحقق جودة الأداء والمنتج.

ومهما يكن التكنولوجية السائدة في مكان العمل، فإننا لا يمكن فصلها عن العنصر البشري المستخدم لها، فيجب تأطير الكادر من أجل الحصول على أفضل النتائج، حيث يقول في هذا الصدد الصحفي محمد الطاهر الزين الفوال الصحفي في صحيفة الدار السودانية "أن الوسائط المتعددة غيرت من وظيفة الصحافة من مجرد جمع وبيث الأخبار إلى مرحلة ما وراء الخبر، أي التحليل العميق والشرح والتفسير" (صفاء محمد خليل: 2015، 97).



		الخبر أون لاين		النهار أون لاين		الشروق أون لاين		الاختيارات
21.33	48	21.42	15	20.83	15	21.68	18	الصحفية
21.33	48	21.42	15	20.83	15	21.68	18	بشكل علمي يرفع درجة الاحترافية
20.00	45	18.57	13	19.44	14	21.68	18	تكنولوجيا الوسائط المتعددة
21.33	48	21.42	15	20.83	15	21.68	18	
16.00	36	17.14	12	18.05	13	13.25	11	تكنولوجيا الوسائط المتعددة تتيح المنافسة
100	225	100	70	100	72	100	83	

يتضح من الجدول أعلاه أن الصحفيين في الصحف الالكترونية الجزائرية مجال الدراسة، ذو اتجاهات إيجابية نحو أبعاد توظيف الوسائط المتعددة في العمل الصحفي ما يعني اقتربهم من فهم جوهر أساليب التكنولوجيا الجديدة، كما يوافقون على أن التعامل مع الوسائط المتعددة يعد من مقومات تطور الممارسة الصحفية، وأن استخدام الوسائط المتعددة في العمل الصحفي يمكن أن يعدل ويغير من وضع مهنة الصحافة، فالمبحوثين يوافقون على أن هناك أبعاد لاستخدام الوسائط المتعددة في الممارسة الصحفية تتجلى في:

- 1 - التعامل مع الوسائط المتعددة من مقومات تطور الممارسة الصحفية بنسبة 21.33% بواقع تكرار 48 مفردة.
- 2 - استخدام الوسائط المتعددة شكل علمي قد يرفع من درجة احترافية الموقع بنسبة 21.33% بواقع تكرار 48 مفردة .
- 3 - حققت الوسائط المتعددة الاندماج والتقارب بنسبة 21.33% بواقع تكرار 48 مفردة.
- 4 - تكنولوجيا الوسائط المتعددة تؤثر في صناعة المحتوى الصحفي بنسبة 20% بواقع تكرار 45.
- 5 - تكنولوجيا الوسائط المتعددة تتيح المنافسة بنسبة 16% بواقع تكرار 36 مفردة.

إن الوسائط المتعددة تعد ثراء حقيقيا في يد الصحفي، حيث تتعدد لديه أوعية تقديم المادة الصحفية بين المكتوب والسمعي البصري، مما ينتاسب مع كافة الأذواق وتلبي كافة الاحتياجات، كما أدت إلى زيادة الإبداع الصحفي وتطوير أساليب الكتابة الصحفية عبر البيئة الرقمية بطريقة انعكست بالإيجاب على الممارسة الصحفية، حيث طورت الأداء الصحفي والإنتاج الفكري ما يثري العملية الصحفية الإبداعية ويسهم



في تطويرها، ويوسع نطاق الثراء الفكري من خلال الاستفادة القصوى من أدوات تكنولوجيا الوسائط المتعددة، وبرامجها المتقدمة في التحرير والمعالجة الفنية والتصوير والجمع والإرسال والنشر، وفي تنظيم وإدارة المؤسسة الصحفية، حيث تتيح الوسائط المتعددة سبلا جديدة لنقل ورواية القصص الإخبارية من خلال توظيف الخصائص التقنية لهذه الوسيلة الجديدة، إذ يمكن للصحفيين تقديم موضوعات متنوعة عبر تلك الوسائل وتسخيرها في تجويد الرسالة الصحفية.

فالوسائط المتعددة قلبت موازين الإعلام والمبادئ السائدة فيه لعدة قرون من خلال اندماج وتقارب المؤسسات الإعلامية *media convergence*، أين تم الحول من أحادية وسائل الإعلام إلى هيكل الوسائط المتعددة، ليتم تجاوز فكرة تقارب المنصات إلى التقارب في الحرفة ليكون الصحفي قادرا على إنتاج الصور والفيديو والتخطيط والإدارة والتحكم بالألوان، والكتابة الجيدة وصار تصميم الموقع في صلب صناعة الصحافة الجديدة.



جدول رقم(98): عوائق الاستفادة من عناصر الوسائط المتعددة في العمل الصحفي.

		لاين		النهار أون لاين		الشروق أون لاين		الاختيارات
30.18	48	30.00	15	30.61	15	30.00	18	عدم الاهتمام بتدريب الكادر الصحفي على التكنولوجيا الحديثة
30.18	48	30.00	15	30.61	15	30.00	18	عدم الوعي بأهمية الوسائط
30.18	48	30.00	15	30.61	15	30.00	18	ضعف المهارات التكنولوجية
09.43	15	10.00	05	08.16	04	10.00	06	ليست بالجودة العالية
<b>100</b>	<b>159</b>	<b>100</b>	<b>50</b>	<b>100</b>	<b>49</b>	<b>100</b>	<b>60</b>	

تبين المعطيات الإحصائية للجدول أن استخدام الوسائط المتعددة في الصحف الالكترونية الجزائرية

مجال الدراسة يلاقي الكثير من العوائق من بينها:

**1 - ضعف المهارة التكنولوجية لدى الكادر الصحفي:** وذلك بنسبة 30.18% بواقع تكرار 48 مفردة أي بموافقة كافة المبحوثين، فعلى الرغم من الأهمية المتزايدة للتكنولوجيا في مجال العمل الإخباري إلا أن العصر البشري سيبقى الحلقة الأساسية في عملية جمع الأخبار ونقلها، ثم فإن صقل مهارة هذه العناصر واجب للتوظيف الأمثل للتكنولوجيا، حيث تبرز الحاجة على تعديل الملامح المهنية لعمل الصحفيين، وزيادة جرعة المهارة المتعددة التي يتطلبها العصر الحالي حتى يستطيع الصحفيون التكيف مع المستجدات في صناعة الإعلام، وأصبح المحرر أو الصحفي مطالب باستيعاب أساليب استخدام الحاسبات الالكترونية بكافة تجهيزاتها، وأساليب إرسال واستقبال المواد والمعلومات الصحفية من مختلف المصادر، ما يعرض الصحفي لضغط متجدد في بيئة العمل الالكترونية نظرا لأنها غير ثابتة، وتتطلب تجردا مستمرا وتطلعا دائما إلى مواكبة التطورات التكنولوجية المتلاحقة، والمزيد من المشاركة والتأثير، ولا ينفصل العاملون في مجال العمل الإعلامي عن منظومة التطوير لأن عملهم يرتبط بتطورات تقنية سريعة التغير، وقيم وضوابط مهنية تحكم مسار العمل تحتاج إلى إعادة بناء.

**2 - عدم الاهتمام بتدريب الكادر الصحفي على التكنولوجيا الحديثة:** ينبغي التمييز الآن والتأكيد على مفهوم الصحفي في ظل انتشار الانترنت ومواقع الصحف الحرة والتابعة للهواة، وفي ظل التفاعلية في النشاط الإعلامي التي قضت على العلاقات العمودية التي كانت قائمة بين الصحفي والمتلقي، والتي تدفع إلى إعادة التفكير في مفهوم الجمهور ومكانته في المعادلة الإعلامية والاتصالية؟ إن الإجابة على هذه الأسئلة تحدد أفق تكوين الصحفيين لتلبية حاجاته الأكاديمية والفنية.



فبشكل عام إن البيئة الالكترونية تتطلب صحفيين على مقدرة في التعامل مع الكمبيوتر مجال الانترنت، وتوفر فرصا للصحفيين لتطوير مهاراتهم في البحث والتحليل والتغطية، كما تسمح لهم الوصول إلى كم كبير من المعلومات بسرعة، ومن مصادر متعددة تعمق أبعاد الموضوعات الصحفية. ومن بين الإيضاحات التي تقدمها الانترنت في مجال تعلم المهارات الصحفية، فضلا عن المساعدة في تعليم الفنون الصحفية وطرق جمع المادة الصحفية، وإجراء الحوارات والتحقيقات والتعامل مع الأخبار ومصادر الأخبار والمعلومات، مما تتطلبه الانترنت من ضرورة تعلم مهارة البحث الذاتي عن المعلومات والبيانات والتحقق من مصداقيتها وتقييمها مقارنة بالمعلومات الأخرى المتوفرة، واستخدام عدة ضوابط ومعايير للاختيار من بين المصادر والمعلومات المتاحة بكثرة، وكذلك ضرورة الاهتمام بتحليل المعلومات والاتصال المباشر بصناع الأحداث، فضلا عن استحداث أشكال صحفية واتصالية جديدة مثل عقد المؤتمرات عن بعد، وهي مهارات أساسية في تعليم الصحافة وممارستها فضلا عن أن دراسة الانترنت في حد ذاتها يتطلب إجادة مهارات استنقاء المعلومات، وجمعها والتأكد من صحتها ودقتها وموضوعيتها، وهي من الصفات الأساسية في التعليم الصحفي المهني، ولاشك أن الثقافة الالكترونية هذه تتطلب إبداعا لغويا جديدا، إبداعا مغايرا في فن كتابة النصوص حتى تتألف وتتصهر في شبكة الوسائط المتعددة مع اتساق الرموز الأخرى من الصور وأصوات، وإعادة النظر في أشكال الكتابة الصحفية وقوالب التعبير، والالتزام بالرواية النقدية لأنواع الصحفية، بدل الاكتفاء بالسرد التاريخي للكتابة الصحفية، وتأسيس الصحفيين إلى التحرير وفق مذاق النص المتشعب. وعلى وفق ما تقدم يتضح أن التكنولوجيا الحديثة في العمل الصحفي أثرت وتوثر في تكوين المهارات التقنية للصحفيين، إذ طرحت ضرورة إدخال بعض المواد التي تجمع الجانب الفكري الذي يؤثر التعامل مع التكنولوجيا الحديثة ويوجهه، كما أن بروز التفاعلية كمعطى أساسي في المعادلة الإعلامية برفض إعادة النظر في دراسة سيكولوجيا الجمهور.

وتقترح الدكتورة مي العبد الله سنو: تأهيل الصحفيين وفق 4 محاور أساسية هي:

- 1 - المعرفة المهنية: في السيطرة على التقنيات وأدوات التعبير والعمل قصد الإنتاج والخلق والإبداع.
- 2 - المعرفة الأكاديمية والنظرية: والتي تمكن من السيطرة الفعلية على التكنولوجيا بتفهم فلسفتها وتحليل أبعادها وانعكاساتها على المجتمع.
- 3 - المحور الاقتصادي: بالنظر إلى حياة المؤسسات الإعلامية وكيفية تسيير الصحفيين للمؤسسات في خضمها.

4 - مبادئ أخلاقية: تتعلق بالممارسة المهنية من ناحية المضمون واحترام الجمهور (مي العبد الله سنو: 2008، 234-235).



3 - عدم الوعي بأهمية الوسائط المتعددة في العمل الصحفي: وهذا بنسبة 30.18% ويرجع عدم الوعي بأهميتها بالنظر إلى استراتيجية التعامل معها عندما اختار الصحفيون استراتيجية العمل بها دون الاهتمام بجورها، فهذا يضعف استخدامها وجوانب التوظيف بها وإثبات هذه النتيجة قد حققتها الدراسة التحليلية لمواقع الدراسة حينما أثبت ضعف استغلالها، وقد يرجع كذلك عدم الوعي بأهميتها إلى عدم اكتساب الصحفيين معلومات هامة عنها، وطرق التوظيف الأمثل لها لاستخدامها بكل حرفية ويرجع هذا إلى نقص التدريب والكفاءات المهنية في هذا الجانب.

ومن وجهة نظر الباحثة تؤكد أن المشكل الرئيسي يكمن في العثور على الصحفي المحرر المصمم القادر على ترك القواعد التقليدية للعمل وتبني طرق جديدة في التفكير والتحرير، بما يشمل ذلك اشتراك الصوت والصورة والنص المتشعب في إنتاج القصص الخبرية، كما أن التكلفة المادية وسرعة الدخول والتصفح تقف أمام محدودية انتشار استخدام الوسائط المتعددة، ولذلك يمكنني القول أن تطور الوسائط المتعددة واستخداماتها وتطبيقاتها في مواقع الصحف الالكترونية الجزائرية، سيؤثر بعاملين هما تطور تكنولوجيا الكمبيوتر، وتأثير هذه التكنولوجيا في ثقافة الصحافة الالكترونية.



جدول رقم(99): تلقي الدورات التكوينية من طرف الصحفيين في ميدان الوسائط المتعددة.

		الخبر أون لاين		النهار أون لاين		الشروق أون لاين		الاختيارات
33.33	16	26.66	4	33.33	5	38.88	7	
66.66	32	73.33	11	66.66	10	61.11	11	
<b>100</b>	<b>48</b>	<b>100</b>	<b>15</b>	<b>100</b>	<b>15</b>	<b>100</b>	<b>18</b>	

يظهر الجدول أعلاه عدد الصحفيين الذين تلقوا دورات تكوينية في مجال الوسائط المتعددة، وكانت النتيجة أن الذين قالوا "بعدم تلقيهم للدورات التكوينية في المرتبة الأولى بنسبة 66.66%، أما الذين تلقوا دورات تكوينية فنسبتهم تقدر 33.33%، ونفس النتيجة تم التوصل إليها من خلال الجدول عند التقصي عن البيئة التكنولوجية، وهذا ما يوضح أهمية هذه الدورات والمعلومات المتواجدة فيها.

فنقص الدورات التكوينية رغم أهميتها والحاجة إليها، إلا أنه هناك من تلقى دورات تكوينية إلا أن نسبتهم قليلة 16 صحفي فقط، وهذا يعني قلتها أو عدم تقسيمها بالتساوي، فالعالم يتطور وكل شيء يتغير، والصحفي يظل على ما هو عليه من استلامه العمل في تقاعده، فإذا لم يطعم بالدورات فإنه يبقى بعيد كليا عن مستوى التطور في مجال العمل مما يعود بنتائج سلبية على الموقع.

وعدم الاهتمام بالدورات التكوينية هو الذي دفع المواقع الالكترونية لعدم بلوغ الاحترافية العالمية فرغم حصولها على أحسن التقنيات وأجود أنظمة التصميم إلا أنها تعاني تدني المستوى، وهذا يفسر أن المشكل يكمن في العنصر البشري غير المؤهل وغير المدرب.



جدول رقم(100): يوضح أسباب عدم تلقي الدورات التكوينية للصحفيين في مجال الوسائط المتعددة.

		الخبر أون لاین		النهار أون لاین		الشروق أون لاین		الاختيارات
00	00	00	00	00	00	00	00	
53.70	29	57.89	11	47.05	08	52.63	10	التكوين دائما وفق المحسوبية والوساطة
40.74	22	42.10	08	41.17	07	36.84	07	عدم اهتمام الإدارة بالتكوين
05.55	03	00	00	11.76	02	05.26	01	للتدريب لا يكفي لأعداد كبيرة
00	00	00	00	00	00	00	00	لم يحن دورك بعد
<b>100</b>	<b>54</b>	<b>100</b>	<b>19</b>	<b>100</b>	<b>17</b>	<b>100</b>	<b>18</b>	

توضح المعطيات الإحصائيات للجدول أعلاه أسباب عدم تلقي الدورات التكوينية في مجال الوسائط

المتعددة، حيث أكد الصحفيين المبحوثين أن:

**1 - الدورات التدريبية تكون دائما وفق المحسوبية والوساطة:** وذلك بإفادة 29 صحفي أي نسبة 53.70%، وهذه المشكلة تلاقي جميع مجالات العمل في الجزائر، فرغم مجهودات الدولة في الفضاء على مشكلة الفساد الإداري والبيروقراطية إلا أن آثارها لا تزال ظاهرة، وبالتالي عدم الاستفادة من مهاراتهم بشكل كلي، مما يكثف الضغط على عناصر ويرفعها على أخرى، كما أن مثل هذه القرارات قد تعود بالنتائج السلبية على الموقع، فبقدر ما تزداد المنافسة لإظهار درجة الكفاءة وإثبات النفس بقدر ما تسوء العلاقات بينهم، حيث تسود الكراهية بين فريق العمل، وهذا ينعكس سلبا على العمل في المواقع لأن العمل بداخلها تعاوني وتكاملي بدرجة كبيرة.

**2 - عدم اهتمام الإدارة بالتكوين:** وذلك بنسبة 40.74% فعدم وعي أصحاب القرار والعاملين في القطاع هو بمثابة مرحلة الصفر التي بدونها لا يمكن التحرك في هذا المجال، وإن بات من الصعب اليوم وجود مسؤول لا يقر بأهمية الوسائط المتعددة، إلا أنهم لا يولون أهمية لمسألة الأعداد المستمر والتدريب، ولا يخططون لذلك الأعداد رغم اضطرارهم لتغيير معداتهم، لأنهم يمارسون سياسة قصيرة المدى، تفاجئهم فيها المعدات والتقنيات الجديدة، فنجدهم لا يتمكنون من السيطرة عليها.

**3 - مبالغ التدريب لا تكفي لأعداد كبيرة:** وذلك بنسبة اختيار من طرف الصحفيين قدرت بـ 5.55% كما أن كلفة التجهيزات والبرامج الباهظة وقصر مدة حياتها بحكم التطور الهائل والسريع يلغي فكرة التدريب، وهذه الظاهرة تنعكس على محتويات المواقع نفسها، فكيف يمكن الملائمة بين التعديل المتواصل وحتمية تركيز البرامج والمعدات والنفقات.



		الخبر أون لاين		النهار أون لاين		الشروق أون لاين		الاختيارات
87.50	42	73.33	11	100	15	88.88	16	جيد
12.50	6	26.66	04	00	00	11.11	02	ضعيف
<b>100</b>	<b>48</b>	<b>100</b>	<b>15</b>	<b>100</b>	<b>15</b>	<b>100</b>	<b>18</b>	

يبرز الجدول أعلاه مستقبل الصحف الالكترونية المدروسة في ظل الاعتماد على الوسائط المتعددة، حيث ترى نسبة 87.50% أن الصحف المدروسة إذا ما اتجهت نحو توظيف الوسائط المتعددة بصفة كبيرة سوف تحسن من مستواها، وتزيد من درجة جذب الجمهور ومن زيادة عدد المستخدمين بسبب خصائص الوسائط كتقنية للعرض المرئي، التي تثير على المواقع الحركة والديناميكية متخطية حاجز الجمود والرقابة في الصحافة المطبوعة، إضافة إلى تقريبها للأفكار من ذهن المستخدم ومخيلته، باستشارة الحواس وخلق عوالم افتراضية شبيهة بالعالم الحقيقي، كما أنها تستطيع إيصال الأفكار في أكثر من وسيلة تبعا لأذواق المستخدمين واهتماماتهم وحاجياتهم.

في حين أكدت نسبة 12.50% بأن لا مستقبل للصحف الالكترونية في ظل الوسائط المتعددة وقد يعود ذلك إلى إشكاليات التلاعب والتحريف، وصعوبة التحقق من مصداقية بعض الصور والمواد المرسله من المستخدمين، إضافة إلى كثرة صحافة الهواة التي لم يعد للمستخدم القدرة فيها على التميز بين الصحفي المحترف والهواوي العابر، كما أن استغلالها قد يوحى إلى إعطاء مظهر التسلية وعدم الجدية في محتويات الموقع.



جدول رقم(102): يوضح التقييم الايجابي لمستقبل الصحف الالكترونية في ظل الوسائط المتعددة.

		الخبر أون لاين		النهار أون لاين		الشروق أون لاين		الاختيارات
27.63	42	26.82	11	28.30	15	27.58	16	الجمهور في صناعة المضامين الإعلامية
25.65	39	21.95	09	26.41	14	27.58	16	
26.31	40	26.82	11	28.30	15	24.13	14	إتاحة الفرصة للجيل الجديد
20.39	31	24.39	10	16.98	09	20.68	12	إحداث نظم اتصالية جديدة مغايرة للإعلام التقليدي
<b>100</b>	<b>152</b>	<b>100</b>	<b>41</b>	<b>100</b>	<b>53</b>	<b>100</b>	<b>58</b>	

تبين المعطيات الإحصائية للجدول أعلاه أن تقييم الصحفيين لمستقبل الصحف الالكترونية الجزائرية في

ظل الوسائط المتعددة سيرقى ويكون جيد بدرجة كبيرة جدا، وذلك عن طريق:

**1 - دخول حضارة مشاركة الجمهور في صناعة المضامين الإعلامية،** وذلك بنسبة 27.63% بواقع تكرار 42 مفردة عن طريق إحداث التفاعلية، إذ تعد وثيقة الصلة بمفاهيم الحرية الديمقراطية والمشاركة والحوار، وهي تسير إلى ما أصبح يتمتع به المستعمل من حرية اختيار ما يريد من الوسائل، وما يرغب من المحتويات في أي وقت بأي مكان على عكس وسائل الاتصال الأخرى، وهذا ما عبر عنه بان حرية المستخدم تتجسد عن طريق التفاعلية الناتجة عن تقدم آلات الاتصال، والتي تترك للإنسان ولل فرد حرية التدخل أمام حتمية الآلات.

فالإعلام الجديد أدى الى بناء جسور التواصل بين القائم بالاتصال ومستقبل الرسالة، مما كان له بالغ الأثر في تفاعل كل من الجانب مع الآخر، وأصبح الجمهور يعبر عن رأيه حول المادة المقدمة أي تحول الاتصال إلى نمط اتصال متعدد الاتجاهات (Many To Many) .

**2 - إتاحة الفرصة للجيل الجديد في العمل:** بنسبة 26.31% فتكنولوجيا الوسائط المتعددة هي تكنولوجيا العصر الحالي، فيتعذر ألا يوجد شخص في وقتنا الراهن لا يتقن مهاراتها ولا يحسن استغلالها، وهذا ما أصبح أملا بيد هذه الفئة في إيجاد عمل في وقت أصبح المنصب فيه حلما بعيد المنال.

**3 - إزالة احتكار قطاع إعلامي لآخر:** وذلك بنسبة 25.65%، فبقدر ما كانت المنافسة شديدة بين المؤسسات الإعلامية، إلا أن اندماج خصائص وعناصر الوسائط المتعددة في مظهر واحد، قد أزال الفروق بين المؤسسات الإعلامية التي كانت كل واحدة تركز على خاصيتها وتنميتها، وتعمل على تطويرها، فمثلا الصحافة المكتوبة" الكلمة"، "الإذاعة" "الصوت"، "التلفزيون" " الصوت والصورة"، فقد لخصت الصحافة الالكترونية الطريق ووفرت العناء في هذا الجانب، ودمجت كل المميزات في مواقعها.



4 - إحداهن نظم اتصالية جديدة مغايرة للنظام التقليدي: وهي بنسبة 20.39%، وهذا طبيعي ومنطقي فكل وسيلة لها خصائصها وأساليبها وتقنياتها وصحفيها.

فالوسائط المتعددة هي الحل المناسب لتأكيد الذات والهوية، واكتساب مكانة قوية في عالم اختفت فيه حدة المنافسة بين الوسائل، وأصبحت المنافسة للرسائل ومضامينها، وما تحمله عن عناصر تدعم المحتوى وتقدمه في أبسط صورة، اختصار، إقناع، جذاب

جدول رقم(103): أسباب تدني مستقبل الصحف الالكترونية الجزائرية في ظل الوسائط المتعددة.

		الخبر أون لاين		النهار أون لاين		الشروق أون لاين		الاختيارات
30.00	06	33.33	04	00	00	25	2	الاستثمارات الإعلامية ذات جانب ترويجي وليس مهني
20.00	04	16.66	02	00	00	25	2	معالجات مهنية
25.00	05	25.00	03	00	00	25	2	مقابل تقليص الكادر المهني
25.00	05	25.00	03	00	00	25	2	قتل المنافسة بين وسائل
<b>100</b>	<b>20</b>	<b>100</b>	<b>12</b>	<b>00</b>	<b>00</b>	<b>100</b>	<b>8</b>	

يبين الجدول التالي الأسباب التي ارتكز عليها الصحفيين في حكمهم على رداءة مستقبل الصحف

الالكترونية الجزائرية في خضم العمل بالوسائط المتعددة، وتبين النتائج أن الأسباب تعود إلى:

1 - الاستثمارات الإعلامية أصبحت ذات توجه ترويجي وليس مهني: وهذا أكده الصحفيون بنسبة 30%، حيث أن المواقع الالكترونية في نظرهم هي تجارة وليست إعلام، ويمكن تدعيم فكرتهم من خلال أن الإعلان يمثل عامل مهم في تدعيمها، كما أن المهام إذا ما ركزت على الوسائط المتعددة بدرجة أولى على نجاح الموقع واجتذاب الجمهور، فإن الحكم يصبح تغليب الشكل على المضمون أي تحول المواد إلى سلع للبيع دون الاهتمام بمحتواها.

2 - الاتجاه إلى الربح المادي مقابل تقليص الكادر المهني: وذلك بنسبة 25%، حيث أنه من المشاكل التي أثرت في مسألة الاعتماد على الوسائط المتعددة بصفة خاصة وعلى الانتقال إلى العالم الالكتروني بصفة عامة، هو خوف الصحفيين من التخلي عن خدماتهم، بسبب تقليص مساحات العمل وعدم الحاجة إلى مكان كبير وطاقم عمل كبير بسبب تعويض الآلة للكثير من المهام، فالإنترنت الآن فتحت الفرصة للتسويق على مستوى كبير افتراضي وعالم لا متناهي في مقابل يد عاملة قليلة بسيطة ومؤهلة.



**3 - قتل المنافسة بين وسائل الإعلام:** بسبب ما قلته سابقا إحداث التقارب والاندماج بين الوسائل وهذا ما أكده الصحفيين بنسبة 25%، حيث أصبحت أخبار المواقع الصحفية الالكترونية الثلاث نسخ طبق الأصل لا يوجد ما يميز بعضها عن الآخر، وهذا بسبب إهمال الصحافة الاستقصائية الميدانية والتحول إلى صحافة الانترنت والوسائط، أين يتحصل الصحفي على طبق جاهز في شكل إعلامي حيث تحد من العمل الإبداعي الصحفي وتقيد به بما هو موجود، مما قتل روح المنافسة والفضول، لأن الوسائط بقدر ما تثير خيال المستخدم بقدر ما تعطل القدرات الذهنية للعقل البشري المنتج.

**4 - الارتكاز على المادة الخام دون القيام بالمعالجات المهنية:** حيث أكد الصحفيون بنسبة 20% على أن السرعة في المواقع الالكترونية دفعتهم إلى نشر المواد الخيرية بصورة مواد خام من أجل السبق الصحفي، وهذا ما يؤدي إلى تدني مستوى الكتابة الصحفية وحرفية المضامين الإعلامية، وعدم التأكد من مصداقيتها.



#### 4- النتائج العامة للدراستين التحليلية والميدانية:

**4-1- النتائج العامة للدراسة التحليلية:** لقد سمحت لنا الدراسة التحليلية للصحف الالكترونية الجزائرية المتمثلة في الشروق أون لاين، النهار أون لاين والخبر أون لاين بالحصول على العديد من المعلومات الخاصة بمحتوى المواد الإعلامية للصحف الجزائرية من جهة، واستخدامات الوسائط المتعددة في هذه الصحف من جهة أخرى .

وتجلت نتائج هذه الدراسة فيما يلي:

**1 -** أظهرت الدراسة أن مواقع الصحف الالكترونية الجزائرية تعتمد على النص بدرجة كبيرة، إذ لا يزال يشكل الوسائط الأساسية والفعالة في اتصال المعلومة للمتلقي إضافة إلى الوسائط الأخرى المرافقة له، وقد كان استخدامه بصفة جد متقاربة بين الصحف عينة الدراسة، حيث احتل الخبر أون لاين المرتبة الأولى بنسبة استخدام 33.53%، يليها موقع صحيفة الشروق أون لاين بنسبة استخدام قدرت بـ 33.32%، أما المرتبة الثالثة فهي لصحيفة النهار أون لاين بنسبة 33.14%، وهذا ما يدل على أنه فضاء رحب للعلم والمعرفة، بإمكانه الاندماج مع بقية العناصر ليقدم الأحداث بكل سهولة ويسر .

**2 -** أثبتت الدراسة أن هناك استخدام معتبر للصورة في العمل الإعلامي الالكتروني، ويحتل موقع الخبر أون لاين المرتبة الأولى من ناحية التوظيف بنسبة 36.93%، وتعد الصورة واحدة من أهم استخدامات الوسائط المتعددة لما تضيفه من حقائق وجمالية، وقد كانت أنواع الصور بين نوع GIF و JPG وذلك لصغر حجمها، وبالتالي تجميلها وجودة ظهورها على مواقع الصحف الالكترونية، كما انها لا تحتل مساحة كبيرة، وبالتالي توفر مساحات على الشاشة بوضع أكبر عدد من الأخبار والمعلومات.

**3 -** أظهرت الدراسة أن هناك استعمال متباين لعنصر الفيديو من طرف الصحف محل الدراسة، وقد تمثل الاستخدام الأكبر لدى صحيفة الشروق أون لاين بنسبة 47.43%، يليها صحيفة النهار أون لاين بنسبة 30.03% ثم صحيفة الخبر بنسبة استخدام قدرت بـ 22.52%. ويعد الفيديو من بين أقوى عناصر الوسائط المتعددة في جذب المتلقي والحصول على تفاعله مع المنتج الإعلامي، فهو وسيلة لإثبات المصداقية في المعلومات، وقد جاءت لقطات الفيديو مختلفة من حيث مضامينها بين المواد السياسية، الاقتصادية، الاجتماعية والرياضية.

**4 -** إذا تعمقنا في نتائج الدراسة التحليلية نجد أن هناك استخداما ضئيلا جدا للصوت وينسب متفاوتة بين الصحف مجال الدراسة قدرت بـ 38.70% بواقع 12 تكرار للشروق والخبر أون لاين، 22.58% أي بواقع 07 تكرارات للنهار أون لاين تمركزت معظم استخداماته في الصفحات الداخلية التي لها روابط على الصفحة التمهيدية، وهذا ما يؤكد اعتماده كعنصر ثانوي جدا في تقديم الأخبار والتحليلات والشروحات.



5 - فيما يخص عنصر الرسوم فقد أكدت نتائج الدراسة التحليلية أن استخدامه في المواقع عينة الدراسة ضعيف جدا، احتلت النهار أون لاين المرتبة الأولى بنسبة 38.23% بواقع تكرار 13 رسما وقد توزعت الرسوم بين نوعين الرسوم الثابتة والتي تركز اعتمادها في 3 أنواع هي المواضيع الاقتصادية، المواضيع الرياضية والمواضيع السياسية، وهذا بالرجوع للأحداث التي سادت الساحة الجزائرية في فترة العينة من تدني أسعار النفط وما صاحبه من إعلان الحكومة لأزمة النقشف وارتفاع الأسعار مقارنة بالقدرة الشرائية للمواطن في الميدان الاقتصادي، وتصفيات الكان والبطولة الاحترافية الأولى في الميدان الرياضي، ومواضيع السياسة بالنسبة للصحراء الغربية والكوريتين، أما النوع الثاني فهي الرسوم المتحركة والتي برزت في الإعلانات بشكل كبير جدا.

6 - أثبتت النتائج التحليلية للدراسة أن الصحف الإلكترونية مجال الدراسة تتبنى إستراتيجية واحدة تفيد في استقطاب أنظار المستخدم مباشرة بعد دخوله الموقع الإلكتروني، أين يشعر المستخدم بأن هناك حركة وديناميكية كبيرة في الصفحة، وأنها تعج بالأخبار والأحداث باستخدام كافة عناصر الوسائط المتعددة وإدراجها في أعلى الصفحة وبالضغط في الوسط، فقد احتل جانب التوزيع في أعلى الصفحة بنسبة 36.23% مقابل 34.56% في وسط الصفحة و 29.20% في أسفل الصفحة.

7 - تحرص كل من صحيفة الشروق أون لاين والنهار اون لاين والخبر أون لاين في تغطية موادها الإعلامية على الخبر الصحفي، مقارنة نسبيا بالفنون الصحفية الأخرى لما يحمله هذا القالب من ميزة تقديم المعلومات والأحداث المستجدة بطريقة سريعة وآنية باستخدام النص والصورة والصوت، وقد بلغ استعماله 81.55% بين بقية الفنون الأخرى، احتلت فيها الخبر أون لاين المرتبة الأولى بنسبة 32.16% بتكرار قدر بـ 2041 خبر، ويعد عنصر النص الأكثر بروزا واستخداما بين بقية عناصر الوسائط الأخرى في كافة الأنواع الصحفية، وفي مجال الصحف الإلكترونية الثلاث بنسبة 59.78% بالنسبة لإجمالي الوسائط المتعددة.

8 - أكدت نتائج الدراسة تنوع المضامين الإعلامية المقدمة من طرف الصحف الإلكترونية الجزائرية فهي مزيج من المواضيع الاجتماعية والسياسية والاقتصادية والثقافية والرياضية، وهذا ما يدل محاولتها لإرضاء جميع الأنواع، وتلبية مختلف الاحتياجات والتوجهات، وقد شهدت المضامين الاجتماعية الحضور الأكبر والأقوى مقارنة بباقي المواد الإعلامية الأخرى وهذا بنسبة 38.26% وبواقع تكرارات 2977 مادة اجتماعية يسجل فيها النص الاستعمال الأكبر في الطرح والتحليل بنسبة 60.09%، وقد يعود سبب هذا الاهتمام بقضايا الشؤون الاجتماعية المحلية إلى ارتفاع وتصاعد وتيرة الأحداث الاجتماعية التي طغت على الساحة الجزائرية خلال المدة التي غطتها الدراسة ( من فيفري 2016 إلى جانفي 2017) من قضايا الفساد، والجرائم



والاختطافات الكثيرة للأطفال، وهذا ما يجسد الفكرة الإعلامية في محاولة الإعلام من خلال الأخبار والأحداث المقدمة بتقريب المواطن من بيئته الاجتماعية القريبة منه.

**9 -** تفيد نتائج الدراسة التحليلية أن مواقع الصحف الالكترونية تحقق معايير جودة المحتوى المقدم بامتياز كبير، حيث أثبتت احترامها وتحقيقها لمعيار الموضوعية بنسبة 83.33% ومعيار الدقة بنسبة 40% . ومعيار التغطية بنسبة 100%، ومعيار السلطة الفكرية بنسبة 50% فحصل الصحفي على ثقة الجمهور هو أساس الصحافة الجيدة، وهذا ما عملت على تحقيقه الصحف عينة الدراسة، إذ أثبتت تحيزها في وضع الأفكار والتأكد من سلامتها ودقتها، ومحاولة تغطية كل جوانب المواضيع مع ذكر مسؤولية الصحيفة والتعريف بها لتحمل المسؤولية.

**10 -** أفادت نتائج الدراسة التحليلية أن جميع مواقع الصحف الالكترونية الجزائرية الشروق أون لاين النهار أون لاين والخبر أون لاين تهتم بهيكله الموقع، وطريقة تقسيم الخدمات التي يقدمها لتوفير طريقة سهلة لتصفح الموقع بهدف مساعدة المستخدم للوصول إلى المعلومة المطلوبة بسرعة، بحيث يشعر بالراحة خلال زيارته للموقع، وقد حققت هذه الصحف نسب عالية جدا في معايير جودة التنظيم مثل معيار الفهرس بنسبة 100%، معيار الاتساق 100%، معيار الروابط والوصلات بنسبة 73.33% .

**11 -** تتيح التكنولوجيا الجديدة في خضم البيئة الرقمية العديد من الاختيارات للصحفي في تقديم مواد الإعلامية، وبالتالي تقديم أكثر من طريق لإرضاء المستخدم وجلب انتباهه، ولكل عنصر من عناصر الوسائط الإعلامية أنواع يمكن من خلالها تقديم الأحداث وبأسرع الطرق، فمثلا في عنصر النص هناك العديد من الاختيارات، حيث حقق النص مع صورة ثانية أعلى نسبة استخدام بنسبة 32.86% بين بقية الأنواع الأخرى، أما في عنصر الصورة فقد كانت أعلى نسبة استخدام للصورة الثابتة بنسبة 44.41% بواقع تكرار 1359 صورة، وفيما يخص عنصر الفيديو فتعود الأولوية لعنصر الفيديو لوحده بنسبة 60.86% بواقع تكرار 154 فيديو، والصوت لوحده بنسبة 61.29%، أما الرسوم فيعود استخدام رسوم بسيطة ثابتة المرتبة الأولى بنسبة 58.82% أي بواقع تكرار 20 تكرار.

**12 -** أكدت الدراسة بكافة فصولها على أن تكنولوجيا الوسائط المتعددة تعد أرقى أنواع التكنولوجيا تم فيها المزج بين الثقافة المرئية والمسموعة والمرئية بشكل جذاب، يحقق لمتصفح الانترنت التكاملية في عرض النصوص والإعلانات من خلال عناصر الموسيقى والحركة والفيديو، وقد أثبتت الدراسة أن الصحف الالكترونية الجزائرية من الشروق أون لاين، والنهار أون لاين والخبر أون لاين تستخدم الوسائط المتعددة بنسب متوسطة ومتفاوتة حسب العناصر، يتصدرها النص في أعلى مستويات ونسب الاستخدام والتوظيف، حيث مثل 55.53% من استخدامات المواقع بواقع 4321 تكرار من 7780 تكرار للوسائط المتعددة، حيث



احتل الخبر أون لاين المرتبة الأولى بنسبة 33.35% ، ثم الشروق أون لاين والنهار أون لاين بنسب 33.32% و 33.14% على التوالي، تلاه في المرتبة الثانية الصورة بنسبة استخدام 40.37% أي ما يعادل 141 تكرار، وفي المرتبة الثالثة نجد عنصر الفيديو بنسبة 3.25% اي ما يعادل 253 فيديو، وفي المرتبة الرابعة الرسوم بنوعها بنسبة 0.43% أي بواقع 34 رسما وفي المرتبة الخامسة والأخيرة عنصر الصوت، حيث كانت نسبة الاستخدام بين مواقع الصحف الالكترونية الجزائرية مقدرة بـ 0.39% أي 31 تسجيلا صوتيا، فهذا يؤكد على أن استخدام الوسائط المتعددة في هذه المواقع هو نظام معلوماتي متكامل يتيح للمستخدم الاستفادة من المادة المعروضة بأسرع الطرق.

**13 -** يكتب النص في الصحف الالكترونية مجال الدراسة وفق معايير كتابة النص الالكتروني، حيث تتوفر فيه صحة اللغة المستعملة وتبدو الكلمات واضحة، مما يمكن المستخدم من فهم المقصود بكل بساطة ووضوح خصوصا مع استخدام أحجام مختلفة من الخطوط في الموقع، تتميز بها مكونات المواد الإعلامية بكل سهولة، أي أن نمط الكتابة في المواقع الصحفية يخضع لمفهوم التحرير الالكتروني، حيث يسود نوع من التجريب لأشكال عديدة في كتابة الأخبار والتقارير، فضلا عن أساليب الصياغة وأساليب المزج بين النص العادي والهايبرتكست (رغم الاستخدام الكبير للنص العادي بنسبة 88.24%).

**14 -** تم الكشف عن استخدام أكثر من 4 ألوان في الموضوع الواحد، حيث اعتمدت صحف الدراسة على اللون الأسود لكتابة العناوين مع الاختلاف في درجة الإيضاح بالأسود، مع خلفيات رمادية للعناوين وخلفيات بيضاء في باقي الصفحة، وفي هذا الجانب يستخدم المصمم الألوان لجذب انتباه الزائر للموضوعات أكثر أهمية في الصفحة في إطار عمليات متدرجة ومتسلسلة. فالتباين يؤدي إلى جذب الانتباه الذي يؤدي هو الآخر إلى إثارة الاهتمام نحو عنصر معين، كما أن الألوان المستخدمة هدفت إلى التمييز بين العناصر المختلفة باستخدام لون مميز لكل فئة، والربط بين العناصر المختلفة باستخدام لون موحد بدرجات متقاربة، فالألوان عنصر دعم بجانب الأفكار والمعلومات، وقد يتحدث بشكل جد واضح عن نفسها إذا عرف المستخدم دلالاتها وسياقاتها.

**15 -** ميزت الدراسة بين نوعين من الفواصل والجداول المدرجة على مواقع الصحف الالكترونية عينة الدراسة تمثلت في الفواصل التنظيمية التي تعمل على ترتيب وتنظيم المضمون مثل الجداول والإطارات والخطوط، والفواصل الجمالية التي أضفت على الصفحة لمسة جمالية وتنظيمية تمثلت في الأيقونات والعناوين والخلفيات والصور. وقد أكدت أن الفواصل والجداول هي المسؤولة عن تحديد المساحات وتنظيم الفراغات وتكوين حدود فاصلة بين الموضوعات المختلفة، غير أن إعدادها على الصفحات يواجهه بعض



المشاكل مثل الإسراف في استخدامها وتجاوزها على الموقع، وهذا ما يبعث على القلق بشأن طريقة التصميم الالكتروني في الصحف الالكترونية الجزائرية.

**16 -** تحاول الصحف الالكترونية الجزائرية مواكبة التطور الحاصل في وسائل الإعلام الالكترونية الأجنبية من خلال ربط المتصفح بالواقع، مما يضيف على الموقع وأخباره ميزة المصداقية ويحقق الثقة لدى المستخدم، حيث تعتمد على الصور الحية بنسبة 98.24%، وقد أكدت نتائج الدراسة أن الصور المستخدمة على درجة عالية في الوضوح، والواقعية مع إمكانية كتابة تعليقات الصور بشكل واضح وصريح. فتوظيف الصور بالشكل الصحيح يعكس لنا إدراك قيمتها كوسيلة اتصال ومصدر إخباري مما يعطي الجمهور الإحساس بالمشاركة عن طريق التفاعلية كما تؤكد صحة المعلومات.

**17 -** يعتبر الصوت من أهم عناصر الوسائط المتعددة لما له من قدرة على توضيح الأفكار وتقديم المعلومات، وتركز الصحف الالكترونية على اللغة المنطوقة بنسبة 77.41%، تستعمل الشروق أون لاين منها 83.33%، ثم الخبر أون لاين 75% والنهار أون لاين 71.42%، ويستعمل الصوت ضمن عناصر الوسائط المتعددة لتحقيق العديد من الوظائف والمهام، أهمها إحداث التفاعلية بنسبة 32.29%، حيث أن الصوت يثير حواس الإنسان ويشركه في العمل الإعلامي المسجل من خلال إطلاق عنان الخيال، بالإضافة للإقناع عن طريق المؤثرات الصوتية والتنبيه للمواضيع المثيرة.

**18 -** تمثل لقطات الفيديو الحية أقوى الوسائط المتعددة وأكثرها تأثيرا في العملية التفاعلية، إذ تحتوي على كل العناصر من النص والصورة والصوت فضلا عن الحركة، كما أنه عنصر جمالي وجذاب للجمهور من خلال الحركة ودرجة الوضوح في الألوان، والنقاء في الصوت والدقة والتتابع في اللقطات فضلا عن كونه مصدرا للمعلومات، حيث أن يجسد الأحداث وينقل المستخدم إلى جو الحدث، ويجعله يتفاعل معه وكأنه جزء منه، فالفيديو يمثل مادة اتصالية متطورة يقدم المعرفة والمهارة والخبرات بشكل جذاب وفق تسلسل للأحداث، مما يساعد ويحفز المستخدم على المتابعة بدون جهد كبير وخصوصا إذا كان في حجم صغير يسهل عملية فتح ومتابعته دون انقطاع.

**19 -** تعد الرسوم المتحركة عنصرا أساسيا من عناصر تصميم الوسائط المتعددة، فهي تعطي انطباعا خاصا أكثر جاذبية وتأثيرا خاصة في تقديم نوعية محددة من المعارف والمهارات، كما أنها عنصرا هاما في الدعم المالي المادي للموقع، حيث تستغل بدرجة كبيرة لتصميم ونشر الإعلانات مما يحفز المعلين من جهة ويجذب المستهلكين من جهة أخرى، كما أن الرسوم الثابتة الخطية هي إحدى وسائل الاتصال في بيئة الإعلام الالكتروني التي تفيد في إحداث التفاعلية للمستخدم من خلال اختصار المعلومات ومضمون



الرسائل، ليسهل إدراكها وفهمها بين قطاعات كبيرة من الجماهير رغم اختلاف أعمارهم وثقافتهم ومجتمعاتهم

**20 -** تعد الوسائط المتعددة إحدى التكنولوجيات الحديثة التي تساهم في زيادة فاعلية الاتصال الإنساني وتحقيق سهولة ويسر الاتصال، خاصة أنها جمعت بين خصائص وسمات الاتصال التقليدية، وتؤكد الدراسة التحليلية على مواقع الصحف الالكترونية الجزائرية من الشروق أون لاين النهار أون لاين والخبر أون لاين أن استخدام عناصر الوسائط المتعددة في مضامين رسائلها كان الهدف الرئيسي منه هو إحداث التفاعلية بنسبة 28.22%، وثلتمس هذه الخاصية في إدراج مساحات التعليق وإبداء الرأي حول الصور والنصوص والتسجيلات الصوتية والفيديوية، وكذلك من خلال مواقع الصور والفيديو التشاركية التي تسمح بتحميل الصور والفيديوهات والتعليقات وتبادلها بين آلاف الأشخاص، بالإضافة إلى الاعتماد في عرض الحقائق واختصار المحتوى، وزيادة قوة العرض وتدعيم الأفكار، فالوسائط المتعددة إذن هي إحدى وسائط الاتصال، وهي وسيلة لتحسين المنتج الإعلامي وزيادة فاعليته تسمح للمتلقي بالتفاعل معه، وليست غاية في حد ذاتها.

**21 -** إن تصميم الصحف الالكترونية يهدف بالدرجة الأولى إلى تحقيق يسر وسهولة الاستخدام (Usability)، فقد اهتمت الصحف الالكترونية الجزائرية مجال الدراسة بتحقيقه، فهو تقويم يعني من خلاله رصد رجوع صدى المستخدم خلال تجوله في الموقع، كما يعكس لنا مفاهيم الكفاءة والفعالية والاندماج والقدرة على تحمل الأخطاء وسهولة التعامل، وقد عمدت الصحف على ثبات مساحة الهوية ومساحة الإبحار والعرض الخاص بكميزات إيجابية لهذه الصحف، وعاملا هاما في تحقيق الألفة لدى المستخدم ورضاه على المواقع.

**22 -** تؤكد لنا نتائج الدراسة التحليلية أن الجودة والحدثة هما من بين القيم الإخبارية التي تسعى الصحف الالكترونية إلى إبرازها، وهو أمر لا بد منه لصحافة الانترنت التي عرفت عنها السرعة في نقل الأحداث وتغطيتها، حيث كانت نسبة التحرير الفوري في أقل من ساعة حاضرة 100% يتم التحديث للمتغيرات المختلفة على مدار اليوم، خصوصا عن طريق خدمة الأخبار العاجلة.

**23 -** أثبتت نتائج الدراسة التحليلية أن البناء العام للمواقع يراعى فيه خصوصية معايير ومقاييس هذا البناء بدرجة عالية من الاندماج والتوافق قدرت ب 69.44% وبدرجات متقاربة، احتوت على الشعار ووضعها في مكان بارز وتكراره في كافة صفحات الصحيفة، وكذلك عرض الموقع أين توفر تعريف للموقع وطاقمه ومكان تواجده وأهدافه واستراتيجياته، بالإضافة إلى توفر خارطة للموقع تضم لأقسام وصفحات الموقع، وتعطي نظرة شاملة عن بناء الموقع الكلي.



**24 -** تبين من خلال نتائج الدراسة التحليلية أن مواقع الدراسة تتيح أساليب ومستويات وأنماط التفاعلية بنسبة 81.81%، حيث حققت أساليب التفاعلية في عروض الوسائط المتعددة 100% تتضمن فيها إمكانية متابعة العرض بأكمله، أو لاختيار مشاهدة أجزاء محددة أو الإبحار العشوائي داخل العرض بكامله، مما يؤدي إلى إنهاء فكرة الاتصال الخطي ومشاركة المتلقي في العملية الإعلامية بمشاركة تتجاوز حدود التلقي والتفسير إلى المشاركة الايجابية والنشطة، والحكم في بناء المحتوى واختياره والسيطرة على المخرجات، أي تكيف اختيار المتلقي من المشاهدة على حسب حاجاته واهتماماته، كما حققت مستويات التفاعلية في عروض الوسائط المتعددة نسبة 66.66% تتضمن مستوى العرض والمشاهدة والتلقي للمعلومات ومستوى المشاهدة والتفاعل من خلال لوحة المفاتيح، وهذا ما يزيد من قوة العرض، وبالتالي زيادة عدد المستخدمين وبقائهم أطول فترة ممكنة لمشاهدة العرض، فضلا عن توفير أنماط التفاعلية في عروض الوسائط المتعددة بنسبة 75% تتضمن الانتقال من مشهد لآخر بالضغط على أحد الأيقونات، التفاعل باستخدام القوائم المسلة والتفاعل باستخدام الهيبرتكتست، وهذا يعطي فرصة أكبر للجمهور في المشاركة والتعبير.

**25 -** توظف الصحف الالكترونية الجزائرية على شبكة الانترنت خدمات وتطبيقات تفاعلية متنوعة وإن ظهرت نتائج الدراسة تفاوتت في الاستخدام أو توظيف من صحيفة لأخرى، وبين كل بعد وآخر لكنه يعطي مؤشرا مقبولا في ظل حداثة تعامل وسائل الإعلام الجزائرية مع الانترنت مقارنة بدول أخرى، إضافة إلى أن هذه الصحف الالكترونية توجه للمستخدمين من القراء، وهي معطيات تدعم الرأي في الاتجاه الحديث لمواقع الصحف الالكترونية نحو الجمهور والمشاركين معا لقياس التفاعلية بين الموقع والمستخدم مثل توفر مساحات إبداء الرأي، واستطلاعات الرأي، المدونات، المنتديات والبريد الالكتروني وهي معطيات تهدف إلى حرص المواقع لمعرفة اتجاهات وتفضيلات الجمهور.

**26 -** إن التفاعلية في مواقع الصحف الالكترونية الجزائرية كما مثلتها عينة الدراسة تشكل عاملا مهما في تجديد أشكال الممارسة الإعلامية، وذلك بسبب تعدد المشاركين في تداول مضامينها والنقاش الذي تثيره، ويزيد في عدد قراءها لأنه يمتد إلى شبكات اجتماعية أخرى ذات صلة بالشبكات المرتبطة بالمواقع المدروسة، فيما يرتبط علاقة المستخدم بالمواد الإعلامية فقط من حيث إضافة الصور والفيديو.

**27 -** أكدت نتائج الدراسة أن الصحف الالكترونية الجزائرية مجال الدراسة تقدم خدمات الكترونية كبيرة باستخدام عناصر الوسائط المتعددة قدرت نسبتها بـ 61.33%، كانت الأولوية لخدمات التواصل بنسبة 100%، تلتها خدمة البث والنشر بنسبة 60%، ثم خدمة المساعدة والتحميل وكذلك الخدمات الأخرى بنسبة 53.33%، وفي الأخير خدمة البحث بنسبة 25%، وقد برز النص كعنصر هام جدا في تقديم كافة



الخدمات، وهذا إن دل فإنما يدل على مهنية واحترافية هذه الصحف وجهود صحفييها على جذب أكثر عدد ممكن من المستخدمين بتوفير أعلى نسبة من الخدمات التي تستهويهم وتلبي احتياجاتهم .

**28 -** إن اهتمام الصحف الالكترونية الجزائرية في عينة الدراسة ينصب في اتجاه توفير أو توظيف أنواع الخدمات التفاعلية، لكن ذلك يقتصر على جوانب دون أخرى، مثل اهتمام بتوفير التحديث الصور ووجود تعدد اللغات أو خيارات البحث والأرشفة والتحميل بنسب عالية ومقبولة والخدمات الفيديوية، وتعزز الباحثة مثل هذا التفاوت كون أن الخدمات التفاعلية التي توفرها الملتيميديا تحتاج إلى قدرات وإمكانات فنية ومالية عالية تتطلب جهد إضافي، ودعم مالي كبير من طرف مواقع الصحف الالكترونية الجزائرية على شبكة الانترنت.

**29 -** يميل المفهوم الحديث للوسائط المتعددة إلى الاعتماد على الرسوم المتحركة التي تنتج بواسطة برمجيات متخصصة مثل (flash و director و Dreamweaver)، والميزة الإيجابية لهذه الرسوم هو مرونة استخدامها وتحميلها وتنزيلها، غير أنها تحتاج إلى مجهود كبير في التصور ووضع السيناريو story boarding والرسم الفني، الأمر الذي يتطلب من الصحف الالكترونية الجزائرية أن تكون ملمة بالجوانب الفنية والضمنية الكفيلة بإنتاج الرسوم المتحركة، كشكل من أشكال الوسائط المتعددة التي تدمج الحركة من الرسم واللون والنص والصوت أو بعضا منها، وقد يكون هذا من بين أسباب تواجد الرسوم المتحركة في مواقع الصحف الالكترونية المدروسة.

**30 -** ينقص المواقع الالكترونية الجزائرية الصحفي الالكتروني، فمن خلال الملاحظة والمراقبة لما ينشر فإن المحررين يتعاملون مع نص وصورة ثابتة فقط، كما في الصحافة الورقية دون التعامل مع الوسائط المتعددة التي على وفقها يحزر خبره وقصته الإخبارية الالكترونية، فالإعلام الالكتروني لم يتوقف على النص والصورة فقط، بل تعدى ذلك ليكون النص مرفقا بصورة وصوت وفيديو ورسوم.

**4-2- النتائج العامة للدراسة الميدانية:** توصلت الدراسة الميدانية بعد البحث والتدقيق والتمحيص في مختلف المراجع والأدبيات والدراسات السابقة حول موضوع دراستنا استخدامات الوسائط المتعددة في الصحافة الالكترونية الجزائرية، وبعد التوجه الى الميدان المتمثل في مراكز مواقع الدراسة من الشروق اون لاين، الخبر أون لاين والنهار أون لاين إلى مجموعة من النتائج نرصدها كالتالي:  
أولا : استفادة الصحف الالكترونية الجزائرية من تواجدها على شبكة الانترنت:



- 1 - كشفت الدراسة أن هناك اتجاه ايجابي لآراء الصحفي حول التوجه من النشر المطبوع إلى النشر الالكتروني، حيث بلغت نسبة الصحفيون الذين أجابوا بنعم 93.75% أي ما يعادل 45 مفردة، في مقابل 6.25% كان لهم اتجاه سلبي عن هذا التحول، وهذا يعني أن هناك وعي وتقبل للأفكار الجديدة وتبنيها.
- 2 - أظهرت الدراسة الميدانية بأن السبب الرئيسي والأول في ولوج الصحف الالكترونية إلى عالم النشر الالكتروني هو تحقيق التفاعلية مع المستخدم، وذلك بنسبة 20.73% كون أن شبكة الانترنت أتاحت الفرصة من خلال مساحات التعليق وإبداء الرأي والاستطلاعات ومواقع التواصل الاجتماعي ومنتديات الحوار.. الخ، أن يعبر عن أفكاره بكل حرية وأصبح المستخدم بذلك شريكا في صناعة الخبر، أين تحول من منظور الاتصال من اتجاه عمودي إلى متعدد الاتجاهات.
- 3 - أكدت نتائج الدراسة أن رفض الصحفيين مبدأ التحول إلى عصر النشر الالكتروني مبنيا على قرار تقليل مناصب العمل، وذلك بنسبة 50%، وكذلك إغائه للخبرات والمهارات الإعلامية بنسبة 50% كذلك، فالإعلام الجديد وعن طريق مزج كل خصائص المؤسسات الأخرى من نص وصوت وصورة قد أثار انقلابا في العمل الإعلامي بالنسبة للصحفيين، فبتسريحهم من العمل وإحلال الآلة محل الإنسان أو على صعيد المهنة والمؤسسة بالاتجاه نحو الأقسام الإخبارية المدمجة وصحافة المكاتب بدل الصحافة الاستقصائية .
- 4 - تؤكد نتائج الدراسة الميدانية على ان الإخراج الصحفي الالكتروني للصحف المدروسة يهدف إلى زيادة التفاعلية مع المستخدم بنسبة 25.26%، وجودة توزيع العناصر بنسبة 23.15% مما يزيد من جاذبية الموقع من جهة، ويعطي انطبعا عن درجة التنظيم وترتيب الموقع وعرضه للمعلومات، حيث تعمل الوسائط المتعددة على توفير مجموعة من العناصر التي تساعد على توضيح المعلومات والمعارف وترتيبها، فاقتراب محتوى الوسائط من بعض على موقع واحد يوحي بالاتفاق على تقديم خدمة واحدة من المعلومات، مما يؤدي إلى تأكيد المعنى والدلالة.
- 5 - أكد البحث أن إخراج الصحف الالكترونية الجزائري يرقى بنسبة 72.91%، إلى المستوى المطلوب عالميا، حيث تمكنت الصحف الالكترونية الجزائرية عن طريقة تحقيق مستوى من المنافسة الإعلامية، التي تعد من أبرز المظاهر الإعلامية الحالية التي تثبت جدارة الصحيفة الالكترونية ومدى توفرها على التطبيقات التكنولوجية، خاصة مع وجود مساحة من الحرية والتدفق المعلوماتي، وهو ما رفضته نسبة 27.08% بالتميز بين التطوير والحرفية.
- 6 - أظهرت نتائج الدراسة أن استخدام عناصر الوسائط المتعددة والاستجابة لمتطلبات واهتمامات المستخدمين هو أول معيار لبلوغ الاحترافية، وهذا ما تم رصده من خلاله إجابات الصحفيين وإقناعهم بأن الإخراج الالكتروني في الصحف الالكترونية المدروسة هو إخراج ذو مستوى عالمي، فاعتماد الصحف



الالكترونية على الوسائط المتعددة ساعدها على زيادة قوة العرض، وتثبيت خبرة المتلقي بأقل تكلفة وأقل وقت، حيث أصبحت فكرة الدمج بين هذه العناصر وتكاملها أسلوبا جديدا وجذابا ومقنعا لتقديم الأخبار في قوالب وأنماط صحفية جديدة فالنشر عن طريقها يوفر بيئة تلقي متنوعة يجد فيها كل مستخدم ما يناسبه، ويكون ذلك عن طريق مجموعة من البدائل والخيارات لكل مستخدم.

**7 -** تشير نسبة 20.39% من الصحفيين إلى أن الإخراج الصحفي الالكتروني للصحف عينة الدراسة غير محترف، وذلك بسبب عدم وجود متخصصين في الإخراج الصحفي الالكتروني بنسبة 41.93%، والذي يرجع بدوره إلى عدم وضوح رؤية القائمين على الصحف بخصائص الجمهور المستهدف ومحاكاة إخراج النسخة المطبوعة، وهنا يستوجب إعادة النظر في هذه النقائص، واستكمالها لتطوير الإخراج في الصحف إلى مستوى أعلى وأحسن.

**8 -** تؤكد الدراسة على أن المصممين الأكثر نجاحا وتميزا هم الذين يمارسون التصميم على أساس عنصر الخبرة، وذلك بنسبة 41.66%، حيث يجب أن تتوفر لديهم مجموعة من المعارف والمهارات والإجراءات والاتجاهات للتصميم بأقل قدر من التكلفة والجهد وبنجاح مبهز، ومع ذلك لا بد أن نهتم بعنصري التخصص والموهبة لصقل مهارة التصميم بشكل يتيح التميز والتفاعلية ويسر الاستخدام للموقع .

**9 -** يتضح من خلال النتائج المحصل عليها أن اختيار برامج التصميم في الصحف الالكترونية الجزائرية الشروق أون لاين، النهار أون لاين والخبر أون لاين، يتم بالنظر إلى عالمية البرامج بنسبة 59.25%، ثم اختيارها بالنظر إلى ثمنها بنسبة 28.39%، ثم اختيارها بالنظر إلى قدرات المصممين بنسبة 7.40%، وهذا ما يدل على الاهتمام بالمظهر الشكلي دون القيام بالترميم الجوهري، أي اقتناء البرامج دون معرفة قدرات منفذي ومسيري هذه البرامج، مما يضعف من الهمة ويؤدي إلى تصميم غير فعال وغير مناسب لمحتويات الموقع.

**ثانيا: استخدامات الوسائط المتعددة في الصحافة الالكترونية من وجهة نظر الصحفيين:**

**01 -** تبين نتائج الدراسة أن هناك تباين في درجة استخدام وتعامل الصحفيين مع الوسائط المتعددة انقسمت فيها التوجهات بين مقبول بنسبة 46.15%، تليها ضعيف بنسبة 34.61% وأخيرا جيد بنسبة 19.23%، بمعنى أن هناك تبني جيد لهذه التكنولوجيا بين أوساط الصحفيين خصوصا وأن نسبة 68.75% بينهم شباب، مما ساعدهم على سهولة التعلم والتوظيف الأمثل والمحترف، يحقق جذب القارئ ورضا المؤلف والمحرر، فنحن في عصر تكنولوجيا المعلومات والصحفيين عندهم استعداد لتعلم كافة أساسيات ومهارات البيئة الإعلامية الالكترونية بشكل يرفع من درجة احترافية الموقع.



**02 -** يرى الصحفيون في مواقع الصحف الالكترونية الجزائرية أن اعتمادهم على الوسائط الإعلامية في مواقع عملهم ضروري وحتمي في إطار التفاعل والاقتراب من المستخدم، وذلك بصفة دائمة بنسبة 87.5%، حيث أن المادة المستندة للوسائط المتعددة أصبح بمقدورها أن تصبح أقوى الأشكال في البحث عن المعلومات، ونقل تجارب أكثر واقعية للمستخدم من خلال الاستشهاد بعناصر تقترب أكثر من حواس الإنسان.

**03 -** تبين معطيات الدراسة أن الصحف في تعاملهم مع الوسائط المتعددة يتبنون استراتيجية الاكتفاء لتعلم قواعد وأساليب إدارة وتشغيل الوسائط المتعددة بنسبة 78.72%، خلافا لاستراتيجية فهم جوهر الوسائط المتعددة وأساليب التعامل معها وتأثيراتها، بجانب تعلم قواعد وكيفية الاستخدام وذلك بنسبة 21.27%، وهو ما يعبر عن إدراكهم لأهمية الوسائط المتعددة دون وعيهم بجورها في العمل الصحفي، أي فهمها كتقنية وأداة نتعلم وأنظمة تشغيلها فقط دون معرفة متطلباتها، وانعكاساتها في إطار عملية الاتصال بالجمهور، فهي أداة ترمي إلى صقل مهارة الصحفيين في استيعاب جوهر وظيفتهم الاتصالية والإعلامية والتفسيرية، من خلال تزويدهم بالمعارف وتدريبهم على المهارات، فهي تركز على الفكر والقيم.

**04 -** أكدت نتائج الدراسة أن هدف الصحف الالكترونية الجزائرية من الاعتماد على الوسائط المتعددة في المواقع هو رفع درجة المشاركة والتفاعل مع المواضيع، وذلك بنسبة 29.62% حيث أتاحت الوسائط المتعددة فرصا كثيرة للمستخدمين لإبداء آراءهم والمشاركة في صناعة الأخبار والمحتويات الإعلامية من خلال منافذ التفاعلية المتاحة على الموقع، مما يضفي حيوية وديناميكية على الموقع، وإدراكا لأهميتها عمد مسؤولوا الموقع على البحث عما هو جديد في تكنولوجيا الوسائط المتعددة لمزيد من التفاعلية والحوار مع المستخدم.

**05 -** تثبت الدراسة على أن تكنولوجيا الوسائط المتعددة أصبحت ضرورة حتمية في مواقع الصحف الالكترونية الجزائرية بنسبة 95.83%، حيث أنها تساعد على نقل الأفكار في أكثر من وسيلة مع زيادة الإبداع الصحفي، حيث لا يمكننا إغفال مدى إسهام الوسائط المتعددة في تطوير مهارات الصحفيين في البحث والتحليل، وتنمية مهارات البحث الذاتي عن المعلومة، والتمحيص والتدقيق والتحقق من مصداقيتها وقيمتها.

**06 -** رصدت الدراسة أن الوسائط المتعددة أدت إلى تراجع عنصر الإبداع في العمل الصحفي بنسبة 25%، فعن طريق توفر كافة عناصر الخبر بالإنترنت أصبح الصحفي يبتعد كثيرا عن الميدان، وهذا ما جعل الصحافة مهددة في جوهرها، خصوصا وأنا نلاحظ مشكل عدم التمييز بين الصحفيين والهواة بنسبة 25% وهي معضلة حقيقية تواجه الصحافة اليوم، فما الذي يثبت بأن هذا إنتاج صحفي أو إنتاج هاوي، مما



يفضي إلى نتائج التلاعب والتحرير بمضامين القصص الإخبارية بنسبة 25% كذلك، وما ينجر عنه من صعوبة التوثيق للمعلومة والتحقق من مصداقيتها.

**7 -** تؤكد الدراسة أن هناك تفاعل بين المستخدم والصحفي بنسبة 91.25%، فشبكة الانترنت تمهد الطريق لعصر جديد يعتمد على الوسائط المتعددة في تقديمه للمضمون، وعلى التفاعلية في أساليب الاتصال بالجمهور، وذلك باعتماد المشاركة في استطلاعات الرأي بنسب 26.48% أو التعليق على الأخبار والمقالات المنشورة وإرسال البريد الالكتروني بنسبة 21.08%، وهي وسائل تتيح للصحفي معرفة مدى نجاح رسالته في إقناع المستخدمين بمحتواها، ومدى قوة العناصر المكونة لها في اجتذاب هذا المستخدم.

**8 -** تشير الدراسة أن 8.75% من الصحفيين لا يجيدون طرق التفاعل بسبب عدم اهتمام الإدارة لآراء المستخدمين بنسبة 61.53%، فعلى الرغم من توفر فضاءات التفاعل إلا أن هذه الفضاءات لا تعبر سوى عن التحسن والرقى التقني للموقع، ويرجع سبب عزوف الإدارة عن اهتمامها لآراء المستخدمين إلى ضغوطات العمل، والخوف من مشاكل الملكية والمسائلات القانونية وضعف المواد المقدمة من قبل الجمهور.

### ثالثا: معوقات استخدام الوسائط المتعددة في الصحافة الالكترونية الجزائرية:

**1 -** تدل معطيات الدراسة على فهم الصحفيين بضرورة الاعتماد على الوسائط المتعددة من أجل إيصال المعلومة بأسرع وقت وبطرق فنية وجذابة، وذلك بطريقة حتمية بلغت نسبة 100% حيث اقترح الصحفيون للصحف الالكترونية المدروسة ضرورة الإكثار من استخدامها مع العرض على التنوع بين عناصرها، حيث يعتبر مبدأ التنوع اتجاها جديدا في تكنولوجيا الاتصال وأساسيا في تطبيقات الوسائط المتعددة التي تلعب دورا هاما في تطوير الممارسة الصحفية في شكل وأسلوب وإخراج وعرض المواد الصحفية، ومن حيث الطرح وتنوع طرق انتشارها، وما يمكن أن تحتويه من إمكانيات إبداعية وخيارات متعددة.

**2 -** أكدت الدراسة على أن البيئة التكنولوجية في المؤسسة الإعلامية لها دور كبير في رفع كفاءة العمل داخلها وتسريعه، وتطوير مهارات الصحفيين العاملين بها، وقد أقر الصحفيين بتوفرها بنسبة 33.33% فيما نفى النص الأكبر وجودها بنسبة 66.66%، وذلك يعود لضعف التدريب العملي، حيث يعاني الكادر الصحفي من ضعف المهارات التكنولوجية لأداء عملهم بالصورة المطلوبة.

**3 -** تشير نتائج الدراسة أن هناك اتجاهات ايجابية نحو أبعاد توظيف عناصر الوسائط المتعددة في العمل الصحفي، مما يعني اقترابهم من فهم جوهر أساليب التكنولوجيا الجديدة، كما يوافقون على أن التعامل معها يعد من مقومات تطور الممارسة الصحفية، وأن استخدام الوسائط المتعددة في العمل الصحفي يمكن أن يعدل ويغير من وضع مهنة الصحافة.



4 - أكدت الدراسة أن هناك عوائق تحول دون الاستفادة القصوى من عناصر الوسائط المتعددة في العمل الصحفي يأتي في مقدمتها ضعف المهارة التكنولوجية لدى الكادر الصحفي بنسبة 30.18% وينبغي التأكيد أنه على الرغم من الأهمية المتزايدة للتكنولوجيا في مجال العمل الإخباري، إلا أن العنصر البشري يبقى الحلقة الأساسية في عملية جمع الأخبار ونشرها، ومن ثم صقل مهارة هذه العناصر واجب للتوظيف الأمثل للتكنولوجيا، حيث برزت الحاجة إلى تعديل الملامح المهنية لعمل الصحفيين، وزيادة جرعة المهارات المتعددة التي يتطلبها العصر الحالي حتى يستطيع الصحفيون التكيف مع المستجدات في صناعة الإعلام.

5 - أفادت نتائج الدراسة بنقصان الدورات التدريبية للصحفيين، حيث أن 66.66% منهم لم يتلقوا دورات تكوينية، ويرجع ذلك إلى عامل الوساطة والمحسوبية والبيروقراطية بنسبة 53.70% إضافة إلى عدم اهتمام الإدارة التكوين بنسبة 40.74%، كما أن الميزانية المادية لا تسمح بتغطية نفقات التدريب بنسبة 5.55%.

6 - يرى الصحفيون من خلال الدراسة الحالية أن مستقبل الصحف الالكترونية الجزائرية في ظل الوسائط المتعددة سيكون جد مبهر بنسبة 87.50%، حيث تتيح لها دخول حضارة مشاركة الجمهور في صناعة المضامين الإعلامية بنسبة 27.63%، حيث أنها أدت إلى بناء جسور التواصل بين القائم بالاتصال والمستخدم، مما كان لها بالغ الأثر في تفاعل كل من الجانبين مع الآخر، وسيتحول بذلك نمط الاتصالي من اتصالي عمودي بسلطة حارس البوابة إلى اتصال متعددة الاتجاه يتبادل الأدوار.

7 - يشير الصحفيون في الدراسة أن 12.50% لا ينتظرون من الوسائط المتعددة تقديم الكثير وذلك كون أن الاستثمارات الإعلامية أصبحت ذات توجه ترويجي بعيد كل البعد عن التوجه المهني الإعلامي، يسعى للريح المادي عن طريق جذب الزبون إلى المواقع الإعلامية المفعمة بالإعلانات المتحركة، في مقابل تقليص حجم الكادر المهني صاحب الخطوات العلمية الأكاديمية للاحترافية.

3-4 نتائج الدراسة على ضوء الفرضيات: لقد سعت الدراسة إلى اختبار عدة فرضيات بأسلوبين هما الدراسة التحليلية والدراسة الميدانية، وتكمن فرضيات الدراسة التحليلية في:

1 - تفقر الصحف الالكترونية الجزائرية إلى استخدام الوسائط المتعددة بكيفية فعالة

2 - يعد النص العنصر الأكثر استخداما بين بقية عناصر الوسائط المتعددة الأخرى من طرف الصحف الالكترونية الجزائرية.

3 - تستخدم الصحف الالكترونية الجزائرية الوسائط المتعددة بهدف رفع درجة المشاركة والتفاعل مع موضوعاتها وبرامجها.

4 - تستخدم مواقع الصحف الالكترونية الجزائرية أساليب التفاعلية عبر الوسائط المتعددة مع الموضوعات المطروحة بدرجة كبيرة.



أما فرضيات الدراسة الميدانية فتتمثل في:

- 1 - ليس هناك وعي كافي لدى الصحفيين بالمفهوم الشمولي والحديث للوسائط المتعددة، وبالتالي عدم معرفة أهميتها في إحداث الرسائل الاتصالية الفعالة.
- 2 - يجب على الصحف الالكترونية الجزائرية تأطير كادرها البشري بشكل يسمح بالتوظيف الأمثل للوسائط المتعددة في إعداد الرسائل الاتصالية الفعالة.

ومن خلال النتائج التي انتهت إليها الدراسة، يمكن تقييم الفرضيات كما يلي:

1 - إذا كانت الدراسات السابقة أكدت صحة هذه الفرضية في عينات دراساتهم، إذ أكدوا ضعف استخدامها في وسائل الإعلام الالكترونية العربية، فإن دراستنا هي الأخرى تدعم هذه النظرة، حيث يظهر ضعف توظيف الوسائط المتعددة في مواقع الصحف الالكترونية الجزائرية التي لم تجد حظها الوافر من الاهتمام داخل المواقع، بسبب تطور مفهومها وجدته وحاجته إلى المزيد من العناصر البشرية المدربة والمبدعة، ولكن هذا لا يعطي الصحف الالكترونية الجزائرية المبرر الكافي للتخلف عن الركب المتسارع والاستفادة من إمكانيات شبكة الانترنت في تحقيق التواصل الفعال.

2 - تشير نتائج الدراسة التحليلية صحة الفرضية الثانية، حيث يعد النص العنصر الأكثر استخداما في مواقع الصحف الالكترونية الجزائرية، فلا يزال معظمها يسهب ويطنيل في كتابته متجاهلين ما يجب أن يكون عليه التحرير وفق القوالب الفنية الخاصة بالتحرير الالكتروني المستندة بالوسائط المتعددة، والتي بعرضها يمكن أن تختصر من النص المكتوب وتضيف له الواقعية والمصدقية وذلك كون أن المتصفح الجزائري مازال يعتمد على النص في شرح وقراءة الخبر أكثر من باقي الوسائط الأخرى الذي يعدها مكمل وساندة لها، بالإضافة إلى امتداد الصحف المدروسة لنسختها الورقية التي تعتبر النص مالك المحتوى (Text the king of content)، فهو الخطوة الأولى في أي تكنولوجيا جديدة باعتباره الوسيلة الأساسية والأسهل في تمرير المعلومات وعرض الأخبار والأحداث، ولكن هذا لا يمنع الصحف الالكترونية الجزائرية من التعدد في استخدام الوسائط المتعددة حيث يشترط التزاوج بين عنصرين أو أكثر في نشر الأخبار، فهي نظام تكاملي وتعددي لها دور كبير في إحداث تغيرات فكرية وإيديولوجية عبر تناقل وتصدير المعلومات في أكثر من وسيلة وشكل، وهذا هو سر جاذبية المواقع الالكترونية الصحفية.

3 - بالنظر إلى نتائج الدراسة التحليلية فقد أثبت صحة الفرضية الثالثة القائلة بأن تستخدم الصحف الالكترونية الجزائرية الوسائط المتعددة بهدف رفع درجة المشاركة والتفاعل مع موضوعاتها وبرامجها حيث تعتبر التفاعلية في العصر الحالي الهدف الأساسي من بناء مواقع على شبكة الانترنت والوسائط المتعددة هي وسيلة من وسائل إنتاج وتقديم المنتج الإعلامي تمزج بين المواد المنتجة بتكنولوجيات النص والصوت



والصورة ولقطات الفيديو والرسوم في منتج واحد، وتعد الوسائط المتعددة إحدى التكنولوجيات الحديثة التي تساهم في زيادة فاعلية الاتصال الإنساني، وتحقيق سهولة ويسر الاتصال خاصة، وأنها جمعت بين كافة وسائل الاتصال التقليدية لتحسين المنتج الإعلامي، وزيادة فاعلية المتلقي بأكثر من طريقة وشكل ووسيلة، فهي أفضل التصورات لما يجب أن تكون عليه نتائج الخدمات المقدم للمستخدمين، وذلك من خلال الاهتمام بمشاركتهم الايجابية والإفادة من ميزات كل وسيلة ضمن الخدمة المستخدمة من الوسائل، فالنفاذية تمثل لنا الانتصار الديمقراطي الكبير للمعلوماتية، حيث أصبح بإمكان الموقع الاستجابة للمتلقي وتحقيق رغباته، فبمجرد الضغط على إحدى أجزاء الشاشة تحصل على المعلومات التي تريد، كما أن البناء العام للمواقع يعمل على توفير طرق سهولة ويسر استخدام المستخدم بدرجة تسمح له بالبقاء لأطول مدة ممكنة على الصفحة، فهي تزيد من قوة العرض وتدعم المتلقي لتحويله إلى غاية ووسيلة لتفعيل الحركة على الموقع، من خلال ردود أفعاله وتعليقاته وإرسال وتحميل المواد الإعلامية سواء نص أو صوت أو صورة.

**4 -** تؤكد النتائج المتحصل عليها من هذه الدراسة على صحة الفرضية القائلة "تستخدم مواقع الصحف الالكترونية الجزائرية أساليب التفاعلية عبر الوسائط المتعددة مع الموضوعات المطروحة بدرجة كبيرة، حيث يشير التفاعل في مجال الوسائط المتعددة إلى الفعل ورد الفعل بين المستخدم وبين ما يعرض على الشاشة، ويتضمن ذلك قدرة المستخدم على التحكم فيما يعرض عليه وضبطه عند اختيار زمن العرض وتسلسله، والخيارات المتاحة من حيث القدرة على اختيارها والتجوال فيما بينها لذلك فإن التفاعل هو العلاقة المتبادلة بين المستخدم من جهة والبرنامج من جهة أخرى، فبمقدور الوسائط المتعددة أن تصبح أقوى الأشكال في البحث عن المعلومة ونقل الأفكار الجديدة لأي وسيط اتصالي ثم تطويره، فبرامج الوسائط المتعددة تستطيع فعليا توفير تجربة أكثر واقعية مع تطبيقات الانترنت الأخرى، وذلك بإنهاء فكرة الاتصال الخطي ومشاركة المتلقي في العملية الإعلامية بمشاركة تتجاوز حدود التلقي والتفسير إلى المشاركة الإيجابية والنشطة، والتحكم في بناء المحتوى واختياره والسيطرة على المخرجات، أي أنها ترقى بدور المتلقي إلى المشاركة في العملية الإعلامية، عن طريق الاختيار الحر من المحتوى بقدر حاجاته واهتماماته، كما أن وجود الوسائط المتعددة يعطي إحساسا بالمشاركة والحيوية، يخرج الصحف من دائرة الرقابة والجمود الكلاسيكي.

أما فيما يخص تقييم فرضيات الدراسة الميدانية فهي كالتالي:

**1 -** أكدت نتائج الدراسة الميدانية كذلك صحة فرضية "ليس هناك وعي كافي لدى الصحفيين بالمفهوم الشمولي والحديث للوسائط المتعددة، وبالتالي عدم معرفة أهميتها في إحداث الرسائل الاتصالية الفعالة، وذلك من خلال تبنيهم لإستراتيجية تعلم قواعد التشغيل دون فهم جوهر التعامل من خلال الوسائط المتعددة، فهي نظرة تؤكد فهم الاتصال كتقنية وكأداة، يكمن سر النجاح في امتلاك هذه الوسيلة دون الاهتمام بالأساس



النظري والفكري والفلسفي والاتصالي الذي يركز على جوهر الوسيلة وأبعادها، وهذه نظرة خاطئة لدى الصحفيين. فلا يكفي أن يتعلموا كيفية الاستخدام فحسب ولكن ينبغي عليهم تعلم جوهر هذه المعدات ومتطلباتها وانعكاساتها في إطار عملية الاتصال بالجمهور عن طريق المزج بين عناصر الوسائط المتعددة، ونفهم أن الإستراتيجية المتبناة من الصحفيين هي التي أبعدتهم عن التوظيف الأمثل لتكنولوجيا الوسائط المتعددة في مواقع الصحف الالكترونية الجزائرية، فعليهم أن يتزودوا بالمعارف ويتدربوا على المهارات لكي ينجحوا في استيعاب جوهر وظيفتهم الاتصالية والإعلامية ودورهم الإعلامي والتفسيري .

**2 -** تم تثبيت الفرضية الثانية في الدراسة الميدانية، حيث انه "يجب على الصحف الالكترونية الجزائرية تأطير كادرها البشري بشكل يسمح لهم بالتوظيف الأمثل للوسائط المتعددة في إعداد الرسائل الاتصالية الفعالة"، فعلى الرغم من الأهمية المتزايدة للتقنية في مجال العمل الإخباري، إلا أن العنصر البشري سيبقى الحلقة الأساسية في جمع المعلومات وتصميمها، ومن ثم فإن صقل مهارة هذه العناصر واجب التوظيف الأمثل للتكنولوجيا، حيث تبرز الحاجة إلى تعديل الملامح المهنية لعمل الصحفيين وزيادة جرعة المهارات المتعددة التي يتطلبها العصر الحالي حتى يستطيع الصحفيون التكيف مع المستجدات في صناعة الاعلام، فالمشكل الحقيقي لاستثمار تكنولوجيا الوسائط المتعددة لتحقيق أقصى منفعة للصحف هو العثور على الصحفي المصمم القادر على ترك القواعد التقليدية للعمل وتبني طرق جديدة في التفكير والتحرير، بما يشمل ذلك اشراك الصورة والصوت والنص والفيديو في إنتاج القصص الخبرية، ويعود السبب في نقص التدريب إلى سياسة المؤسسة الإعلامية المعتمدة في اختيار المتدربين المبنية أساسا على المحسوبة والوساطة وعدم اهتمام الإدارة بالتكوين.



# خاتمة

# خاتمة

إن التطورات المتلاحقة والمذهلة لمختلف أنواع تكنولوجيا الاتصال والمعلومات قد أفرزت العديد من التقنيات الحديثة، ولعل أهم إفرازات ثورة المعلوماتية التي يشهدها العالم اليوم يسمى بالوسائط المتعددة وأهميتها في وقتنا الحاضر. حيث يرى البعض أن الوسائط المتعددة كانت السبب في إعادة رسم مكونات العملية الاعلامية، حيث أن الارسال يتم عبر الشبكات، والرسائل تتم صياغتها وفقا لمفهوم النص الفائق وتكامل الأجزاء من صوت وصورة وفيديو، وعلى مستوى العلاقة مع المستخدم ظهر مفهوم التفاعلية، وكسرت حواجز المكان(العولمة) والزمان (الواقع الافتراضي)، واللغات والثقافة(الترجمة الالية) وذلك على البنية الاتصالية.

فلم تعد المعلومات في الإعلام الجديد استرسالا لعلاقات حاملة لمعان يحددها مؤلف النص ليؤولها القارئ الذي تحدد حريته وقدرته على التأويل، بل أصبحت متشابكة يتحكم في صياغة علاقتها المستخدم عن طريق تقنية النص الحي أو النشاط، ولم تعد عملية النقل مشاهدة، استماع أو قراءة خطية، بل ملاحظة نشطة وتفاعلية.

فالإعلام الجديد هو إعلام تفاعلي متعدد الوسائط، والمعلومات يتم عرضها في شكل مزيج من النص والصورة والفيديو، مما يجعل المعلومة أكثر قوة وتأثيرا، فالوسائط المتعددة قد أضفت على العمل الصحفي ميزات تنافسية، مما جعله أكثر فعالية وجذبا للمتلقي العصري، الأمر الذي يستدعي تغييرات جذرية في دور الإعلام ووظائفه، فمكنت مجتمع المعلومات من تحقيق أهدافه عبر ميزات المتعددة، لاسيما وأن هذا المجتمع يعتمد على المعلومات الوفيرة كمورد استثماري وكسلعة إستراتيجية، وكخدمة وكمصدر للدخل وكمجال للقوى العاملة.

فالوسائط المتعددة تضيف على العمل الصحفي حيوية مما يزيد من قوة العرض، ويزيد من خبرة المتلقي، فالتعدد والتنوع في توظيف الوسائل المتعددة هدفه هو نقل الأفكار في أكثر من وسيلة، تدعم الفكرة والمعنى في مزيج واحد، وتعمل على استثارة الحواس وتنشيط العمليات المعرفية، أين تزيد حدود التفاعل الذي يعتبر الهدف الأساسي من بناء المواقع الإعلامية، والذي توفره الوسائط المتعددة، وتتيحه شبكة الانترنت عن طريق البريد الالكتروني، جماعات الأخبار

وقد بينت الدراسة أن استخدام الصحف الالكترونية الجزائرية للوسائط المتعددة ضعيف جدا بالنسبة لغيرها من الصحف، يمثل النص العنصر الأكثر بروزا واسترسالا، وأغلبها يسهب ويطنيل في النص، متجاهلين خصائص التحرير الالكتروني المستند في البناء على الوسائط المتعددة وما يمكنها أن تضيفه على العمل



الصحفي من واقعية ومصداقية، تتطلب من الصحفي أن يتسلح بالعلم والمهارة، وأن يحصل على الكفايات المطلوبة لأداء الرسائل وبلوغ أهدافها. خصوصا أن ثورة المعلومات والتكنولوجيا الحديثة جعلت العالم قرية واحدة، تتنافس فيها الوسائل بتقديم أكبر كم من المعلومات الحديثة، ولذا أصبح لزاما على اختصاصي الاتصال أن يتزود بالكثير من المعارف والخبرات والاتجاهات، ليتمكن من صقل كفاياته التكنولوجية، ويصبح قادرا علميا وتقنيا على مواكبة تلك التطورات التكنولوجية الحديثة، وأن ينفعل ويتفاعل بصورة ايجابية وفاعلة. وفي الاخير نركز أن استخدامها في المواقع الاعلامية يجب أن يحترم مبدأ تعدد الوسائط وتنوعها وتكاملها في عرض الرسالة وفي جميع المجالات، لان عزل هذه الخصائص الثلاث عن بعضها يخرج بها بعيدا عن المفهوم، ويعيدنا إلى مفهوم وسائل الاتصال الجماهيري في الخصائص والوظائف المنفردة لكل وسيلة وعلاقتها بالجمهور الخاص.

تم بعون الله والحمد لله كثيرا

## التوصيات والمقترحات:

بحثت هذه الدراسة في الصحافة الالكترونية الجزائرية واستخداماتها للوسائط المتعددة، فقد أصبحت التكنولوجيا ذات صلة وثيقة بصناعة واحتراف الإعلام في جميع وسائطه ووسائله وأفرزت التطورات الراهنة في تكنولوجيا الإعلام والاتصال نمطا اتصاليا جديدا هو نمط الاتصال المنقول عبر وسائل تقنية حديثة أبرزها الانترنت، فالأساليب الإعلامية المستخدمة الآن بشكل واسع هي نتاج للتقدم العلمي في مجال الاتصالات والمعلومات، فالعلاقة بين التطور التكنولوجي والعمل الصحفي هي علاقة طردية، أي كلما زاد التقدم التكنولوجي زاد حجم التقدم في الأداء الإعلامي في مختلف المجالات، ويتحدث الباحثون عن مقياس التقدم في المستقبل سوف يكون مرتبطا بمن يمتلك التكنولوجيا ومن يطورها، ومن يطور تطبيقاتها بما يتناسب واحتياجاته وحاجات العصر المتنامية، فمما لا شك فيه أن الاندماج المتسارع للصحافة بالانترنت، كان له تأثير كبير على فنونها، وأن الارتقاء بها يكون في حسن قراءة المستقبل للوسائط المتعددة وملحقاتها التقنية، وتوظيفها في خدمة الصحافة بعقلية مستبيرة ومرنة، قادرة على استيعاب معطيات التقنية والاستجابة لمتطلباتها التطبيقية واحتياجات الجمهور المتلقي.

ومن ثم يمكن أن تتجح الصحف الالكترونية كوسيط اتصالي متقدم وليس كمؤسسة أو شركة صحفية، إذا ما تم التحول نحو التكنولوجيا الجديدة بدراية ووعي لماهية الوسائط المتعددة، ففي محاولة من الباحثة لتوصيف واقع الصحافة الالكترونية الجزائرية وقراءة المستحدث في مجال تكنولوجيا صحافة النت، ظهر جليا أن تكنولوجيا الوسائط المتعددة أحدثت نقلة كبرى في مجال صناعة الصحافة والعمل الصحفي داخل صالة التحرير، إذ غيرت من قواعده وأساليبه وطرائقه بل وحتى في منهجيات التفكير الصحفي على مستوى الإدارة والتحرير والإخراج والأساليب الإنتاج والنشر.

وفي خاتمة هذه الدراسة يمكنني إعطاء جملة من التوصيات التي تساعد الصحف الالكترونية الجزائرية من الاستفادة من تقنية الوسائط المتعددة على تحسين أداء مهامها، وهي كما يلي:

- 1 - على المواقع الالكترونية الجزائرية أن تواكب التكنولوجيا في وسائل الإعلام والاتصال وتستثمرها في أن تتجاوز حدودها الضيقة نحو تنويع خيارات المحتوى التقليدي إلى محتوى صوتي وصورتي ومرئي.
- 2 - من أجل إعلام الكتروني متكامل لا بد من المواقع الالكترونية الجزائرية استخدام الوسائط المتعددة بجميع مزاياها، لما لها من أهمية في جعل الموقع الالكتروني أكثر قبولا وجذبا للمتلقي بما تقدمه من معلومات وأخبار وترفيه.

- 3 - إن الوسائط المتعددة تتيح لوسائل الإعلام الجزائرية فرصا محدودة للارتقاء والمنافسة ليس فقط في المحافظة على جمهورها، بل لجذب جمهور جديد وعريض تصل إليه شبكة الويب في كافة أرجاء المعمورة،



كما أن الوسائط المتعددة قد تساعد وسائل الإعلام الجزائرية في التحرير من شكلها التقليدي، الذي يعبر عن محدودية الطموح والكسل الفكري والإبداعي، وتقودنا نحو مزيد من الاهتمام بالمتلقي والتفاعل معه.

4 - السعي الحثيث لاستيعاب الوسائط المتعددة والتعرف على الإمكانيات التواصلية التي يتيحها في ظل عولمة التواصل، وتزايد الاهتمام بالمتلقي باعتباره عماد العملية التواصلية.

5 - ضرورة الاهتمام بالوسائط المتعددة وتوظيفها في الصحف الالكترونية الجزائرية باعتبار أن الوسائط المتعددة تعتبر من أبرز السمات الايجابية لشبكة الانترنت.

6 - اعتماد الصحفي الالكتروني أصبح ضروريا للمواقع الالكترونية لما تحتاجه من تنوع عند تناول المعلومة، فالنص وحده ليس كافيا في الإعلام الالكتروني، وإنما يجب أن تداخل معه الصورة والصوت والرسوم، وهذا يتطلب أن يكون هناك صحفي الكتروني محترف، يعرف كيف يتعامل مع الوسائط المتعددة بشكل يجعل المعلومة تصل للمتلقي ويتفاعل معها.

7 - توفير روابط تعريفية على الرئيسية لمواقع الصحف الالكترونية الجزائرية، تعرف بأهداف الموقع وخدماته ورسالته، وتوفير بيان بالمعايير المهنية والمادية والمعنوية للموقع، وذلك بإدراج روابط واضحة ضمن الصفحة الرئيسية تتضمن بيانات بالمسؤولية (الملكية الفكرية)، وبخصوص الموقع وقوانين استخدامه، بالإضافة إلى بيان بالسياسة التحريرية للصحيفة.

8 - ينبغي من مطوري مواقع الصحف المدروسة التقليل من الفترة الزمنية اللازمة لتحميل محتواها وذلك عن طريق التقليل من حجم الرسوم الجرافيكية، واعتماد الروابط النصية text Links بدلا من الروابط الصورية image links، التي تتميز بسرعة تحميلها، ولا تحتاج وقتا طويلا لتمييزها بما يساعد على سرعة الوصول إلى محتواها.

9 - التحقق من دقة محتوى مواقع الصحف المبحوثة والجزائرية بصفة عامة وحدائته بالاهتمام بالآتي:

أ - التدقيق اللغوي لمحتواها وضمان خلوها من الأخطاء اللغوية والإملائية.

ب - حداثة الروابط وفعاليتها التي تمثل مؤشرا على دقة المعلومات على مواقع الصحف الالكترونية الجزائرية، فينبغي التأكد من حالة الروابط النصية وتحديثها باستمرار.

ج - الاهتمام بتوثيق المعلومات المتاحة لمصادرها الأساسية، وتوفير روابط للمصادر باستمرار.

د - الإشارة إلى محرري موضوعات محتوى الصحيفة وتوفير روابط بجميع مقالاتهم، بالإضافة إلى الحرص على توفير معلومات توضح خبراتها في مجال وطريقة التواصل معهم، مما يعزز الدقة والموضوعية لدى المستفيد.



هـ - ينبغي تحديث مواقع الصحف الجزائرية بانتظام والحرص على تحديث معلوماتها، وتوثيق التوقيت الزمني اللازم لتحديثها، إذ لوحظ أنها قليلة الاهتمام بهذا الأمر.

10 - الاهتمام بالبحوث من حيث تمويلها والترويج لها -الرامية إلى تسليط المزيد من الأضواء على واقع الوسائط المتعددة في الإعلام الجزائري-، والسبل الكفيلة بإدماج الوسائط المتعددة في العملية التواصلية حفاظا على المتلقي المحلي، وجذبا للمتلقي الخارجي والبحث عن إمكانيات التميز والتفرد انطلاقا من الحضارة العربية الإسلامية.

11 - السعي الحثيث لاستيعاب مفهوم الوسائط المتعددة والتعرف على الإمكانيات التواصلية التي تتيحها في ظل عولمة التواصل، وتزايد الاهتمام بالمتلقي باعتباره عماد العملية التواصلية.

12 - تدريب القائمين بالاتصال الجزائريين على ممارسة التواصل الفعال عبر واجهة الوسائط المتعددة، وذلك بمعرفة السبل المثلى في الكتابة وصياغة الرسائل التواصلية الفاعلة.

13 - أن تحرص الصحف الالكترونية الجزائرية على الاستفادة من ميزة النصوص المتشعبة في مواقعها الالكترونية، لإحاطة جمهورها بخلفيات ومستجدات وتطورات الأحداث عن طريق الإبحار في النص الفائق.

14 - الاستفادة من المداخل النظرية المختلفة لدراسة الانترنت في صياغة الأسئلة البحثية والعمل على تطوير العديد من النظريات الاتصالية، بما يتلاءم مع الطبعة الخاصة للانترنت كوسيلة اتصالي الكترونية حديثة، تختلف بشكل جذري عن وسائل الإعلام التقليدية.

15 - إعادة تأهيل أقسام وكليات الاتصال والإعلام تقنيا من حيث التصميم الهندسي والمعدات المستخدمة للمساعدة في التطوير والوصول إلى الغابات المنشودة لمواكبة الطفرة التكنولوجية في العالم والاستفادة منها.

16 - الاهتمام بتدريب الكادر البشري للصحف الالكترونية لاستخدام الوسائط المتعددة باستمرار وانتظام، وإتاحة الفرصة لكافة العاملين عن طريق تفعيل دورات تدريبية مستمرة، وإنشاء مراكز للتدريب الإعلامي الآتي المباشر (online training center) لاستخدام الوسائط المتعددة على غرار هيئة الإذاعة البريطانية BBC .

17 - نشر الوعي بثقافة وأهمية تبني التكنولوجيا الحديثة للارتقاء بالرسالة الصحفية عبر الدورات التدريبية والندوات، وذلك من خلال التعاون مع الهيئات والمنظمات والوزارات والمؤسسات الإعلامية المعنية بالجوانب التكنولوجية.

18 - تطوير مهارات مهنية جديدة للصحافيين من خلال تدريبهم على الاستفادة القصوى من تكنولوجيا الوسائط المتعددة (منظومة ملتيميديا متكاملة) وتوظيفها لتجويد وترقية الرسالة والأداء.



# قائمة المراجع



# قائمة المراجع

## I. المراجع العربية

### 1. الكتب العربية:

- 1- إبراهيم إمام: فن العلاقات العامة والإعلام، دار الفكر العربي، القاهرة، 1986، ص320.
- 2- أحمد بدر: الاتصال بال جماهير بين الإعلام والتطويع، دار قباء للنشر والتوزيع، القاهرة 1998.
- 3- أحمد بن مرسل: مناهج البحث العلمي في علوم الإعلام والاتصال، ديوان المطبوعات الجامعية الجزائر، 2003.
- 4- السيد بخيت: الجديد في بحوث الصحافة، ط1، دار الكتاب الجامعي، الإمارات العربية المتحدة، 2011.
- 5- السيد بهنسي: ابتكار الأفكار الإعلانية، عالم الكتب، القاهرة، ط1، 2007.
- 6- الشحات سعد محمد عثمان: الوسائل التعليمية وتكنولوجيا التعليم، ط1، مكتبة نانسى دمياط مصر، 2016.
- 7- أشرف فهمي خوخة: التوثيق الإعلامي وتكنولوجيا المعلومات، دار المعرفة الجامعية للنشر والتوزيع، الاسكندرية، 2008.
- 8- باية سيفون: الانترنت والصحافة الالكترونية-دراسة في طبيعة العلاقة والتاثير-، دار الخلدونية، الجزائر، 2016.
- 9- بسام عبد الرحمان مشاقبة: نظريات الاتصال، دار أسامة للنشر والتوزيع، الأردن، 2015.
- 10- برهان شاوي: مدخل إلى الاتصال الجماهيري ونظرياته، دار الكندي، الأردن، 2003.
- 11- جليلة عبد الله خلف: الوظيفة الإخبارية للبوابات الالكترونية، ط1، دار الكتاب الجامعي الإمارات العربية المتحدة، 2014.
- 12- جمال عبد ناموس القيسي: الأخبار في الصحافة الالكترونية، ط1، دار النقاش للنشر والتوزيع، الأردن، 2013.
- 13- جودت أحمد سعادة وعادل فايز السرطاوي: استخدام الحاسوب والانترنت في ميادين التربية والتعليم، ط1، الشروق للنشر والتوزيع، عمان، 2007.
- 14- حارث عبود: الإعلام والهجرة إلى العصر الرقمي، ط1، دار الجاهد للنشر والتوزيع عمان، 2016.



- 15- حسن عبد الجبار: اتجاهات الإعلام الحديث والمعاصر، ط1، دار أسامة للنشر والتوزيع الأردن، 2009.
- 16- حسن عماد مكاوي، ليلي حسين السيد: الاتصال ونظرياته المعاصرة، ط1، الدار المصرية اللبنانية، القاهرة، 2003.
- 17- حسين حسن موسى: استخدام الوسائط المتعددة في البحث العلمي، دار الكتاب الحديث القاهرة، 2009.
- 18- حسين علي ابراهيم الفلاحي: ط1، دار الكتاب الجامعي، الامارات العربية المتحدة الامارات، 2017.
- 19- حسني نصر: الفن الصحفي في عصر المعلومات، تحرير وكتابة التحقيقات والأحاديث الصحفية، دار الكتاب، القاهرة، 2005.
- 20- حسني محمد نصر-سناء عبد الرحمان: التحرير الصحفي في عصر المعلومات- الخبر الصحفي، دار الكتاب الجامعي، العين، 2004.
- 21- حسنين شفيق: حاسبات الوسائط المتعددة والانترنت، ط2، دار الكتب العلمية، القاهرة 2005.
- 22- حسنين شفيق: الوسائط المتعددة وتطبيقاتها في المجال الإعلامي، رحمة برس للطباعة والنشر، 2006.
- 23- حسنين شفيق: الإعلام الإلكتروني، بين التفاعلية والرقمية، رحمة برس للطباعة والنشر 2007.
- 24- حسنين شفيق: الإعلام التفاعلي، رحمة برس للطباعة والنشر، القاهرة، 2008.
- 25- حمدي حسن: الوظيفة الإخبارية لوسائل الإعلام، دار الفكر العربي، مصر، 1991.
- 26- خالد وليد محمود: شبكات التواصل الاجتماعي وديناميكية التغيير في العالم العربي، دار مدارك للنشر، بيروت، 2011.
- 27- خليدة صديق: مناهج البحث في الإعلام الجديد، ط1، الإعصار للنشر والتوزيع، عمان 2016.
- 28- خليل صابات وجمال عبد العظيم: وسائل الاتصال: نشأتها وتطورها، ط9، مكتبة الأنجلو المصرية، القاهرة، 2001.
- 29- رحيمة عيساني: مدخل إلى الإعلام والاتصال، المفاهيم الأساسية والوظائف الجديدة في عصر العولمة الإعلامية، مطبوعات الكتاب والحكمة، باتنة، الجزائر، 2007.
- 30- رضا عبد الواجد أمين: الصحافة الإلكترونية، ط1، دار الفجر للنشر والتوزيع، القاهرة 2007.
- 31- رضوان مفلح العلي وآخرون: مدخل إلى وسائل الإعلام الإلكتروني والفضائي، ط1، دار الحامة للنشر والتوزيع، عمان، 2016.



- 32- زكي حسين الوردي، جميل لازم المالكي: المعلومات والمجتمع، ط1، الورق للنشر والتوزيع الأردن، 2006.
- 33- زهير إحدادن: مدخل لعلوم الإعلام والاتصال، ديوان المطبوعات الجامعية الجزائر.
- 34- زيد منير سليمان: الصحافة الالكترونية، دار أسامة للنشر والتوزيع، عمان، ط1، 2001.
- 35- سالم محمد صالح: العصر الرقمي وثورة المعلومات: دراسة في نظم المعلومات وتحديث المجتمع، الهرم عين للدراسات والبحوث الانسانية والاجتماعية، 2002.
- 36- سعود صالح كاتب: الإعلام القديم والإعلام الجديد، مكتبة الشروق السعودية 2003.
- 37- سهير جاد: وسائل الإعلام والاتصال الاقناعي، مطابع الهيئة المصرية العامة للكتاب ط1، 2003.
- 38- درويش اللبان: الصحافة الالكترونية، دراسة في التفاعلية وتصميم المواقع، الدار المصرية اللبنانية، القاهرة، 2005.
- 39- شهيناز محمد طلعت: وسائل الإعلام والتنمية الاجتماعية، ط2، دراسة نظرية مقارنة وميدانية في المجتمع الريفي مكتبة الأنجلو مصرية، القاهرة، 1986.
- 40- صالح بن زيد بن صالح العنزي: إخراج الصحف السعودية الالكترونية في ضوء السمات الاتصالية لشبكة الانترنت، سلسلة الرسائل الجامعية، السعودية، 2007.
- 41- صالح خليل أبو الأصبع: الاتصال والإعلام في المجتمعات المعاصرة، ط4، دار الأيام الأردن، 2004.
- 42- عاطف عدلي العيد: مدخل إلى الاتصال والرأي العام، الأسس النظرية والإسهامات العربية، دار الفكر العربي القاهرة، 1997.
- 43- عامر ابراهيم قنديلجي: الإعلام والمعلومات والانترنت، دار البازوري للنشر والتوزيع عمان، 2013.
- 44- عامر إبراهيم قنديلجي: الإعلام الالكتروني، ط1، دار المسيرة للنشر والتوزيع والطباعة عمان، 2015.
- 45- فنديلجي عامر ابراهيم وآخرون: مصادر المعلومات من عصر المخطوطات إلى عصر الانترنت، دار الفكر، عمان، 2002.
- 46- عباس مصطفى صادق: الإعلام الجديد، المفاهيم والوسائل والتطبيقات، ط1، دار الشروق للنشر والتوزيع، الأردن، 2008.
- 47- عباس ناجي حسن: الصحفي الالكتروني، دار صفاء للنشر والتوزيع، ط2، 2014.
- 48- عباس ناجي حسن: الوسائط المتعددة في الإعلام الالكتروني، ط1، دار الصفاء للنشر والتوزيع، عمان، 2016.



- 49- عبد الأمير فيصل: الصحافة الالكترونية في الوطن العربي، ط1، دار الشروق للنشر والتوزيع، الأردن، 2006.
- 50- عبد الأمير فيصل: مدخل الى صحافة الانترنت، دار الكتاب الجامعي، الامارات العربية المتحدة، 2008.
- 51- عبد الأمير فيصل: دراسات في الاعلام الالكتروني، دار الكتاب الجامعي، الامارات العربية المتحدة، 2014.
- 52- عبد الحق طه: مدخل إلى المعلوماتية: العتاد والبرمجيات، قصر الكتاب، البليدة، 2000.
- 53- عبد الحميد بسيوني: تأليف واستخدام الوسائط المتعددة، دار الكتاب العلمية، القاهرة 2004.
- 54- عبد الرزاق محمد الدليمي: الصحافة الالكترونية والتكنولوجيا الرقمية، ط1، دار الثقافة للنشر والتوزيع، 2011.
- 55- عبد الرزاق الدليمي: آفاق الإعلام في القرن الواحد والعشرون، ط1، دار البازوري العلمية للنشر و التوزيع، عمان، 2005.
- 56- عبد العظيم كامل الجميلي وثناء إسماعيل العاني: الإعلام الجديد وإشكاليات التواصل الرقمي، ط1، دار الأيام للنشر والتوزيع، عمان، 2016.
- 57- عبد العزيز خالد الشريف: الاعلام الالكتروني، دار الكتاب، القاهرة، 2014.
- 58- عبد العزيز شرف: الإعلام الإسلامي وتكنولوجيا الاتصال، دار قباء، القاهرة، 1998.
- 59- عبد الفتاح علي كنعان: تطور الإعلام وفق تكنولوجيا الاتصال الحديث، دار الأيام للنشر والتوزيع، الأردن، 2014.
- 60- عبد الفتاح علي كنعان: الصحافة الالكترونية، دار اليازوري العلمية للنشر والتوزيع، عمان 2014.
- 61- علي عبد الفتاح علي كنعان: الصحافة الالكترونية في الوطن العربية، دار اليازوري للنشر والتوزيع، عمان، 2014.
- 62- عبد الفتاح علي كنعان: مستقبل الإعلام: تطوير الإعلام وفق تكنولوجيا الاتصال الحديث دار الأيام للنشر والتوزيع، عمان، 2014.
- 63- عبد الفتاح علي كنعان: الإعلام الالكتروني، دار الأيام للنشر والتوزيع، عمان، 2015.
- 64- عبد الله إبراهيم الفقي: إنتاج برامج الوسائط المتعددة، ط1، دار الثقافة للنشر والتوزيع، عمان 2011.
- 65- عبد الله محمد عبد الرحمن: سوسيولوجيا الاتصال والإعلام، دار المعرفة الجامعية الإسكندرية، 2006.



- 66- عبد الملك ردمان الدناني: الوظيفة الإعلامية لشبكة الانترنت، ط1، دار الراتب الجامعية بيروت، 2001.
- 67- عبد الهادي محمد فتحي: مقدمة في علم المعلومات، دار غريب للنشر، القاهرة، 1998.
- 68- عبير الرحباني: الإعلام الرقمي الإلكتروني، ط1، دار أسامة للنشر والتوزيع، الأردن 2012.
- 69- علي عقلة نجادات: الاخراج الصحفي-اتجاهاته، مبادؤه والعوامل المؤثرة فيه وعناصره- مؤسسة حمادة للدراسات الجامعية والنشر والتوزيع، الاردن، 2002.
- 70- عواطف عبد الرحمن: النظرية النقدية لبحوث الاتصال، دار الفكر العربي، القاهرة، 2002
- 71- غالب عوض النوايسية: الانترنت والنشر الإلكتروني، ط1، دار الصفاء للنشر والتوزيع عمان، 2011.
- 72- فؤاد الألوسي: الصحفي والنشر الإخباري، ط1، دار أسامة للنشر والتوزيع، عمان 2012.
- 73- فؤاد الساري: وسائل الإعلام: النشأة والتطور، دار أسامة للنشر والتوزيع، عمان، 2015.
- 74- فؤادة عبد المنعم البكري: الاتصال الشخصي في عصر تكنولوجيا الاتصال، عالم الكتب للنشر والتوزيع والطباعة القاهرة، 2003.
- 75- فادية حجازي: أسس ومعايير تصميم البرمجيات باستخدام الوسائط المتعددة، ط1، دار النهضة العربية، لبنان، 2006.
- 76- فارس حسن الخطاب: الفضاءات الرقمية وتطبيقاتها الإعلامية، ط1، دار أسامة للنشر والتوزيع، الأردن، 2012.
- 77- فرنسوا ليسلي ونقولا ماكاريز: ترجمة فؤاد شاهين: وسائل الاتصال المتعددة (المليتيديا) ط1، عويدات للنشر والتوزيع، بيروت، 2001.
- 78- فريال مهنا: علوم الاتصال والمجتمعات الرقمية، ط1، دار الفكر، سوريا، 2002.
- 79- فريد مصطفى: تكنولوجيا الفن الصحفي، ط1، دار أسامة للنشر والتوزيع، عمان، 2010.
- 80- فضيل دليو: تاريخ الصحافة الجزائرية المكتوبة 1830-2013، ط1، دار هومة، الجزائر 2014.
- 81- فهمي سليم الغزوي: المدخل إلى علم الاجتماع، ط1، دار الشروق للنشر والتوزيع، عمان 2006.
- 82- فوزي شريطي مراد: التدوين الإلكتروني والاعلام الجديد، ط1، دار أسامة للنشر والتوزيع الأردن، 2015.
- 83- فيصل أبو عشة: الإعلام الإلكتروني، دار أسامة للنشر والتوزيع الأردن، 2014.
- 84- فيكي عبد الستار: الألفية الثالثة: عصر المنحطات من ثورة غوتتبرغ إلى غزو الانترنت دار الصياد أنترناسيونال، بيروت، 2000.



- 85- كاملة بن علي بن سعيد الترك الكثيري وعبد المجيد صالح بوعزة: منهجية تقييم محتوى المواقع الالكترونية وقابلية استخدامها، دار صفاء للنشر والتوزيع، عمان، 2016.
- 86- ماجد سالم تريان: الانترنت والصحافة الالكترونية، ط1، الدار المصرية اللبنانية، القاهرة 2008.
- 87- ماهر عودة الشمالية وآخرون: الصحافة الالكترونية الرقمية: ط1، دار الإعصار الإعلامي للنشر والتوزيع، عمان، 2015.
- 88- ماهر عودة الشمالية وآخرون: الإعلام الرقمي الجديد، ط1، دار الإعصار الإعلامي للنشر والتوزيع، عمان، 2015.
- 89- مجبل لازم المالكي: التطورات الحديثة في أساليب الخدمة المرجعية واتجاهاتها، مؤسسة الوراق، عمان، 2000.
- 90- محمد بن مسعود: قادة الرأي في المجتمع، دار هومة للنشر والتوزيع، الأردن، 2012.
- 91- محمد حسين بصيوص وآخرون: الوسائط المتعددة-تصميم وتطبيقات-، دار البازوري العلمية للنشر والتوزيع، عمان، 2010.
- 92- محمد عبد الحميد: نظريات الإعلام واتجاهات التأثير، ط2، عالم الكتب، القاهرة، 2000.
- 93- محمد عبد الحميد: البحث العلمي في الدراسات الإعلامية، ط1، عالم الكتب، القاهرة 2004
- 94- محمد عبد الحميد: الاتصال والإعلام على شبكة الانترنت، عالم الكتب، القاهرة، 2006.
- 95- مروى عصام صلاح: الإعلام الالكتروني- الأسس وآفاق المستقبل-، ط1، دار الإعصار العلمي للنشر والتوزيع، عمان، 2015.
- 96- محمد فلحي: صناعة العقل في عصر الشاشة، ط1، الدار العلمية الدولية للنشر والتوزيع عمان، 2000.
- 97- محمد فلحي: النشر الالكتروني- الطباعة والصحافة الالكترونية والوسائط المتعددة، دار المناهج، عمان، 2005.
- 98- محمد لعقاب: الانترنت وعصر ثورة المعلومات، دار هومة الجزائر، 1999.
- 99- محمد العقاب: وسائل الاعلام والاتصال الرقمية، ط1، دار هومة، الجزائر، 2007.
- 100- محمد محمد عمر الطنوبي: نظريات الاتصال، دار الفكر العربي، مصر، 2001.
- 101- محمود أحمد مزيد: التلفزيون والطفل، ط1، الدار العالمية للنشر والتوزيع، مصر، 2008.
- 102- محمود علم الدين: الصحافة الالكترونية، ط1، دار السحاب للنشر والتوزيع، القاهرة 2008.



103- مرزوق عبد الحكم العادلي: الإعلانات الصحفية: دراسة في استخدامات والاشباكات ط1، دار الفجر القاهرة 2004.

104- مرفت الطرابيشي، عبد العزيز السيد: نظريات الاتصال، دار النهضة العربية، القاهرة 2006.

105- مصطفى يوسف كافي: عولمة الإعلام والاقتصاد الرقمي، دار منهاج للنشر والتوزيع عمان، 2016.

106- معن النقري: المعلوماتية والمجتمع - مجتمع ما بعد الصناعة ومجتمع المعلومات، ط1 المركز الثقافي العربي المغرب، 2001.

107- منار فتحي محمد: تصميم مواقع الصحف الإلكترونية، دار العالم العربي، القاهرة، 2010

108- منال عبد القادر مبارز وسامح سعيد اسماعيل: تطبيقات تكنولوجيا الوسائط المتعددة ط1، دار الفكر للنشر والتوزيع، عمان، 2010.

109- منال هلال المزاهرة: تكنولوجيا الاتصال والمعلومات، ط1، دار المسيرة للنشر والتوزيع والطباعة، عمان، 2014.

110- منى سعيد الحديد وسلوى إمام على: الإعلام والمجتمع، ط1، الدار المصرية اللبنانية 2004.

111- مي عبد الله: نظريات الاتصال، ط1، دار النهضة العربية، بيروت، لبنان، 2006.

112- نسيم خوري: الإعلام العربي وانهيار السلطات اللغوية، مركز دراسات الوحدة العربية بيروت، 2005.

113- وسام كمال: الإعلام الإلكتروني والمحمول بين المهنية وتحديات التطور التكنولوجي ط1، دار الفجر للنشر والتوزيع، 2014.

114- وليد سالم محمد الحلقاوي: مستحدثات تكنولوجيايات التعليم في عصر المعلوماتية، ط1 دار الفكر، عمان، الأردن، 2006.

115- ياسر خضير البياني: مقدمة في الصحافة - من عصر الصحافة المنسوخة إلى عصر الصحافة الإلكترونية، الآفاق المشرقة للنشر والتوزيع، الامارات العربية المتحدة، 2012.

## 2- المعاجم والموسوعات:

1- محمد منير حجاب: المعجم الإعلامي، دار الفجر للنشر والتوزيع، القاهرة، 2004.

2- محمد جمال الفار: المعجم الإعلامي، دار أسامة للنشر والتوزيع ودار المشرق الثقافي عمان 2006.

3- محمد منير حجاب: الموسوعة الإعلامية، دار الفجر للنشر والتوزيع، المجلد6، القاهرة 2003.



### 3- الرسائل الجامعية:

- 1- أحلام باي: الاخراج الصحفي في الجزائر-دراسة تحليلية مقارنة للصحف اليومية الجزائرية- رسالة دكتوراه غير منشورة، كلية علوم الاعلام والاتصال والسمعي بصري، جامعة قسنطينة3 الجزائر، 2016.
- 2- لونيس باديس: جمهور الطلبة الجزائريين والانترنت- دراسة على عينة من الطلبة-، رسالة ماجستير منشورة، كلية العلوم الانسانية والاجتماعية، جامعة منتوري قسنطينة- الجزائر، 2008.
- 3- بلقاسم بن روان: المنظومة الإعلامية وعلاقتها بالقيم في الجزائر، أطروحة دكتوراه في علوم الإعلام والاتصال، جامعة الجزائر، الجزائر، 2005.
- 4- حسينة بن رقية: واقع الصحافة الالكترونية الجزائرية-دراسة تحليلية مقارنة بين الصحف الورقية والصحف الشبكية، رسالة دكتوراه في علوم الإعلام والاتصال، جامعة قسنطينة 03 الجزائر، 2016.
- 5- سمية بورقعة: الصحافة الالكترونية في الجزائر-دراسة تحليلية ميدانية للتفاعلية في الصحافة الالكترونية الجزائرية، رسالة دكتوراه في علوم الاعلام والاتصال، جامعة قسنطينة3، الجزائر 2015.
- 6- على قسايسية: المنطلقات النظرية والمنهجية لدراسة التلقي- دراسة نقدية تحليلية لأبحاث جمهور الجزائر - أطروحة دكتوراه في علوم الإعلام والاتصال، جامعة الجزائر، الجزائر، 2006.
- 7- محمد لطف على الحميري: التقنيات المعاصرة في الاتصال المستحدثات والاستخدامات -نموذج مركز البحث في الإعلام العلمي والتقني cerist-، دكتوراه دولة في علوم الإعلام والاتصال، جامعة الجزائر، الجزائر، 2002.
- 8- نور الدين هادف: التكنولوجيات الحديثة للإعلام والاتصال-الاستخدامات والاشباعات- رسالة مكملة لنيل شهادة الماجستير في علوم الإعلام والاتصال، جامعة الجزائر، الجزائر 2008.
- 9- نور الدين هميسي: أنماط الإعلان في الصحافة الجزائرية المكتوبة-دراسة وصفية تحليلية لصحيفة الخبر-، دراسة ماجستير غير منشورة، قسم علوم الاعلام والاتصال، جامعة منتوري - قسنطينة - الجزائر، 2007.

### 4- المجلات والجراند:

- 1- ابراهيم بختي: الانترنت في الجزائر-دراسة احصائية-، مجلة الباحث، العدد الاول، كلية الحقوق والعلوم الاقتصادية، جامعة ورقلة، 2002.
- 2- أسامة عبد الرحيم علي: العلاقة بين فنون الكتابة الصحفية والعمليات الإدراكية لدى جمهور قراء الصحف الالكترونية، جامعة القاهرة ، كلية الاعلام ، المجلة المصرية لبحوث الرأي العام المجلد الثالث، العدد الثاني، 2003.



- 3- حفيظ صوالي: الجزائر تحتل الرتبة 10 عالميا بنسبة قرصنة تصل إلى 85% جريدة الخبر العدد 5261، ليوم 2008/03/11.
- 4- سامية بهيج: هيشور يوافق على الشراكة مع مزودي الانترنت، جريدة الحوار، العدد 329 2008/04/19.
- 5- شريف درويش اللبان: الاتجاهات العالمية الحديثة في استخدام الوسائل التكنولوجية في الإخراج الصحفي، المجلة المصرية لبحوث الإعلام القاهرة، جامعة القاهرة، كلية الاعلام، العدد السابع، جانفي - جويلية، 2006.
- 6- عبد الوهاب بوكروح: هيشور بعد تخفيضات لتكلفة الربط بالانترنت، مجلة اتصالات الجزائر العدد 01 فيفري 2008.
- 7- علي قسايسية: مدخل لإشكالية جمهور الويب، المجلة الجزائرية الاتصال، العدد 18، جامعة الجزائر، جوان 2004.
- 8- عماد بشير: الصحافة العربية اليومية في العصر الرقمي، ندوة الثقافة العربية وآفاق النشر الالكتروني، مجلة العربي، العدد 591، الكويت، 21-22 نيسان، 2001.
- 9- فوزي عبد الغني: العناصر البنائية في الصحف العربية الالكترونية- دراسة تحليلية مقارنة- الأهرام، الأنوار، والشرق الأوسط، مجلة كلية الآداب، جامعة الزقازيق، العدد الثامن 2000.
- 10- فيصل الياس: صحافة العالم ومقروئية الصحف السعودية، مجلة الانترنت والمجتمع العدد 07، 2002.
- 11- محمد العوضي: تصميم المواقع في الصحافة الالكترونية، مجلة الدراسات الإعلامية العدد 16، الكويت، 2002.
- 12- محمد شومان: الصحافة الالكترونية العربية، دراسة تطبيقية على صحيفة إيلاف، المجلة المصرية لبحوث الإعلام، العدد 20، جامعة القاهرة، كلية الإعلام، تشرين الثاني، كانون الأول 2003.
- 13- محمد مصطفى حسن: تقييم جودة المواقع الالكترونية، مجلة تكريت للعلوم الإدارية الاقتصادية، المجلد 6، العدد 18، 2010.
- 14- كاظم المقدادي: المخاطر المرتبطة بأخلاقيات العمل الإعلامي، مجلة الباحث الإعلامي العدد، 3، حزيران 2007.
- 15- نجوى فهمي عبد السلام: تجربة الصحافة الالكترونية المصرية والعربية- الواقع والآفاق المستقبل، المجلة المصرية لبحوث الإعلام، عدد 44، 1998.



- 16- نجوى فهمي عبد السلام: التفاعلية في المواقع الاخبارية العربية في شبكة الانترنت، المجلة المصرية لبحوث الرأي العام، المجلد الثاني، العدد الرابع، أكتوبر- ديسمبر 2001.
- 17- نور الدين بومعيزة، ماجد حجار: الانترنت: مفهومها وتحليلها والآثار المترتبة على استخدامها، مجلة العلوم الاجتماعية والانسانية، ع 12 ، جامعة باتنة، الجزائر، جوان 2005 18-نوال الصفتي: القائم بالاتصال في ظل تكنولوجيا الاتصال في ظل تكنولوجيا الاتصال الحديثة، جامعة القاهرة، كلية الاعلام، مجلة بحوث الإعلام ، العدد 12، أيلول، 2001.
- 19- هاني راهب: مجلة العربي، العدد 443، أكتوبر 1995، ص 66.

#### 5- الدراسات والبحوث والمؤتمرات:

- 1- أحمد مجدي شفيق: استخدام الوسائط المتعددة في المواقع الالكترونية للفضائيات، متوفر على الرابط التالي: [www.repository.sustech.edu/23.04/2016](http://www.repository.sustech.edu/23.04/2016).
- 2- الزبير يسن ابراهيم محمد: فاعلية الوسائط المتعددة في تشكيل الرأي العام-دراسة تطبيقية على مستخدمي موقع الفيسبوك من طلاب الجامعات، 2012، متوفر على الرابط التالي: [www.repository.sustech.edu/25.04.2016](http://www.repository.sustech.edu/25.04.2016)
- 3- الصادق الحمامي: الوسائط المتعددة: محاولة في تحديد المفهوم، مجلة الإذاعات العربية ص 71، متاح على الرابط التالي: [www.asbu.net/17.05.2014](http://www.asbu.net/17.05.2014).
- 4- الصادق حمامي: الإعلام الجديد مقارنة تواصلية، مجلة اتحاد الإذاعات العربية، العدد(47) 2006، متاح على الرابط التالي:-[www.asbu.net/asbutext/pdf2006-04](http://www.asbu.net/asbutext/pdf2006-04)
- 6- جمال بوعجيمي، بلقاسم بن روان: الصحافة الالكترونية في الجزائر، واقع وآفاق، مؤتمر صحافة الانترنت، الشارقة، 22-23 نوفمبر 2005.
- 7- ست البنات حسن أحمد: اتجاهات التحول نحو الصحافة الالكترونية في العالمي العربي دراسة وصفية تحليلية على عينة من الصحف العربية - 2012-2013، متاح على الرابط التالي: [REPOSITORY.SUSTECH.EDU/25.03.2015](http://REPOSITORY.SUSTECH.EDU/25.03.2015)
- 8- شايب ذراع ثاني بنت النبي: أهمية المدونات الالكترونية في تطوير النشر الإلكتروني، متاح على الرابط التالي: [REPOSITORY.SUSTECH.EDU/19.07.2016](http://REPOSITORY.SUSTECH.EDU/19.07.2016).
- 9- شريف درويش اللبان: الضوابط المهنية والاخلاقية والقانونية للإعلام الجديد، متاح على الرابط التالي: [www.alttihad.ae/15.02.2015](http://www.alttihad.ae/15.02.2015)



10- صفاء محمد خليل: الوسائط المتعددة ودورها في تطوير الممارسة الصحفية، 2016، متاح على الرابط التالي: .REPOSITORY.SUSTECH.EDU/23.12.2016.

11- عباس مصطفى صادق: التطبيقات التقليدية والمستحدثة في الصحافة العربية في الانترنت مؤتمر صحافة الانترنت في الوطن العربي- الواقع والتحديات ، جامعة الشارقة 22-23 نوفمبر 2005 متاح على الرابط: <http://units.imamu.edu.sa/13.04.2015>

12- عباس مصطفى صادق: أخلاقيات العمل الاعلامي: دراسة مقارنة بين البيئة الإعلامية الرقمية والتقليدية، متاح على الرابط التالي: <http://www.jadeedmedia.com/2012-04-22>

13- نهى جعفر سر الختم: أسس معايير تقييم جودة المواقع الإلكترونية، 2014، متاح على الرابط التالي: .REPOSITORY.SUSTECH.EDU/07.12.2014

14- محمد الأمين موسى: توظيف الوسائط المتعددة في الإعلام الإلكتروني العربي، مؤتمر صحافة الانترنت في الوطن العربي، الواقع والتحديات، جامعة الشارقة، 22-23 نوفمبر 2005 متاح على الرابط التالي: [www.arabicmediastudies.net/06/07/2015](http://www.arabicmediastudies.net/06/07/2015)

15- محمد جاسم فلحي: اتجاهات إعلامية معاصرة، متاح على الرابط التالي: [www.aacademy.org/11/05/2015](http://www.aacademy.org/11/05/2015).

16- هاشم عبد الله خاتم: كفايات الوسائط المتعددة لاختصاصي الاتصال، 2015، متاح على الرابط التالي: .REPOSITORY.SUSTECH.EDU/24/8/2016

17- وداد هارون محمد أرياب بعنوان "فعالية تطبيقات الوسائط المتعددة في الصحافة الإلكترونية"، دراسة تحليلية على عينة من مواقع الصحف الإلكترونية العربية، بحث لنيل درجة الدكتوراه في الصحافة والنشر، سنة 2012 متاح على الرابط التالي [www.repository.sustech.edu/25.02.2016](http://www.repository.sustech.edu/25.02.2016)

## 6-المواقع الإلكترونية:

1- أحمد علي البلوشي: الصحافة المكتوبة في عصر الوسائط المتعددة، بحث منشور على الانترنت على الرابط التالي: [www.itknonledge.com/11.06.2015](http://www.itknonledge.com/11.06.2015)

2- الصادق الحمامي: تجديد الإعلام: فرضيات حول هوية الصحافة الإلكترونية، متاح على الرابط التالي: <http://iugazza.edu.ps/jdalon/files/2013/03>



- 3- الصادق رايح: الوسائط المتعددة: محاولة في تحديد المفهوم، مجلة الإذاعات العربية، متوفر على الرابط التالي: <http://www.asbu.net/13.06.2015>
- 4-جمال محمد غيطاس: الصحافة الالكترونية، متاح على الرابط التالي <http://www.geocites.com/23.08.2014>
- 5- زكي حسين الورددي: صحافة المدونات الالكترونية على الانترنت، متاح على الرابط التالي [www.iasj.net/17.04.2015](http://www.iasj.net/17.04.2015)
- 6-سعاد ولد جاب الله: الهوية الثقافية العربية من خلال الصحافة الالكترونية، متاح على الرابط التالي: [www.ccdz.cerist.dz/14-10-2016](http://www.ccdz.cerist.dz/14-10-2016)
- 7- شريف درويش اللبان: الضوابط المهنية والاخلاقية والقانونية للإعلام الجديد، متاح على الرابط التالي: [www.alttihad.ae/04.01.2014](http://www.alttihad.ae/04.01.2014)
- 8- عبد الرحيم صقر: مشروع لغة الشبكات العالمية، المجلة العربية للعلوم، العدد 34، السنة 17 تونس 1999، متاح على الرابط التالي: [www.geocites.ws/10.11.2015](http://www.geocites.ws/10.11.2015)
- 9- عبد المالك حداد: واقع قطاع تكنولوجيا الاعلام والاتصال الحديثة في الجزائر، متاح على الرابط: [Http://chihab.net/16.03.2014](http://chihab.net/16.03.2014)
- 10- عماد بشير: الخدمات الصحافية العربية على الانترنت، متوفرة على الرابط التالي <http://www.arabin.net/18.03.2016>
- 11- عظيم كامل زريزب الجميلي: مقروئية الصحافة العراقية في الوسط الأكاديمي المتخصص بحث منشور على الانترنت [www.iasj.net/18-11-2014](http://www.iasj.net/18-11-2014)
- 12- فضيلة بوهاني: النشر الالكتروني في الجزائر واقع وتطلعات، ص6 متاح على الرابط التالي: [marcomacademy.co.uk/10.12.2015](http://marcomacademy.co.uk/10.12.2015)
- 13- فهد العرابي الحارثي: الإعلامي الجديد ومستقبل إعلامه، مركز أسبار للدراسات والبحوث والإعلام، متاح على الرابط التالي: [www.asbar.com/ar/centent/17.06.2014](http://www.asbar.com/ar/centent/17.06.2014)
- 14- فايز عبد الله الشهري: الإعلام الالكتروني ولد حرا فاتركوه، مقالة منشورة على الرابط التالي: [fayez@abriyadh.com](mailto:fayez@abriyadh.com)
- 15- لطفي لطفي: قانون جديد يحدد ويعاقب خمسة أشكال من جرائم الانترنت، متاح على الرابط التالي: [www.djazaires.com/23.09.2013](http://www.djazaires.com/23.09.2013)
- 16- محمد العابد: دور الصحافة الالكترونية في قضايا الإصلاح وحقوق النساء، متاح على الرابط التالي: <http://www.mabaneus.net/18.08.2015>



- 17- محمد شومان: المعهد العربي للثقافة العمالية وبحوث العمل بالجزائر، موقع جريدة الحياة متاح على الرابط التالي: [www.daralhayat.com/17.11.2014](http://www.daralhayat.com/17.11.2014).
- 18- معز عكس الريح: الفروق بين الصحافة الورقية والالكترونية، متاح على الرابط التالي <http://palestinemedia.wordpress.com/12.02.2015>.
- 19- نادية شينوي: الجيل الثالث في الجزائر: حلم مجتمع مدمن على الانترنت، متاح على الرابط التالي: [www.djazaires.com/20.02.2016](http://www.djazaires.com/20.02.2016).
- 20- مليوناً عدد مستخدمي الانترنت في العالم العربي بحلول 2018، متاح على الرابط: [www.youm7.com/story/2016/3/30](http://www.youm7.com/story/2016/3/30).
- 21- عدد مستعملي النت، متاح على الرابط التالي: [superards-net/26.03.2016](http://superards-net/26.03.2016).
- 22- نحو 1.6 مليون مشترك انترنت بالجزائر وأكثر من 3 ملايين في الهاتف الثابت في 2014- متاح على الرابط التالي: [www.radioalgerie.dz/26.01.2016](http://www.radioalgerie.dz/26.01.2016).
- 23- أكثر من 8 مليون مشترك في خدمة 3G بالجزائر خلال 2014 متاح على الرابط [www.android-dz.com/24.05.2016](http://www.android-dz.com/24.05.2016).
- 24- الجيل الثالث في الجزائر: متاح على الرابط التالي. [echalgerie.blogspot.com/16.02.2016](http://echalgerie.blogspot.com/16.02.2016).
- 25- اتصالات الجزائر شركة ذات أسهم - التاريخ والإنجازات - متاح على الرابط التالي [www.Algeriatlecom.dz/25.04.2015](http://www.Algeriatlecom.dz/25.04.2015).
- 26- الصحافة الالكترونية تفرض نفسها: متاح على الرابط [sawtlahrar.net/20/06.2016](http://sawtlahrar.net/20/06.2016).
- 27- موقع الشروق: الجزائر في المرتبة 16 عربيا في سرعة تدفق الانترنت، متاح على الرابط التالي: [www.echoroukonline.com/07.04.2015](http://www.echoroukonline.com/07.04.2015).
- 28- جريدة البلاد: فتح قطاعات الاتصالات أمام الخواص مسألة وقت فقط، متاح على الرابط التالي: [www.elbilad.net/1.05.2015](http://www.elbilad.net/1.05.2015).
- 29- [www.Wikipedia.org/22.04.2015](http://www.Wikipedia.org/22.04.2015)
- 30- [www.daralhayat.com/18.09.2015](http://www.daralhayat.com/18.09.2015)
- 31- [abriyadh.com/27/07/2016](http://abriyadh.com/27/07/2016)
- 32- [marcomacademy.co.uk/09.01.2015](http://marcomacademy.co.uk/09.01.2015)
- 33- [www.alttihad.ae/19.10.2015](http://www.alttihad.ae/19.10.2015)



## II-المراجع الأجنبية:

### -les ouvrages -:

- 1- Alain Joannes: le journalisme à l'ère électronique, librairie Vuibert Paris. 2007.
- 2- Armand et Michele Mattelart : histoire des théories de la communication découverte, Paris, 1997.
- 3- Beird Jason, the principales of beautiful web design, site point Pty Ltd, Australia, 2007.
- 4- Billal.LARB : l'internet et le monde des études, info soir 07/04/2008 N° :1444.
- 5- David Richards and Owen Diana : New media and American politics New York Oxford University Press, 1998.
- 6- Djamel Bouadjimi : nouvelle technologie de pluralisme en pluralisme médiatique, l'expérience algérienne, Fiches des sciences politiques et de l'information, université d'Alger, 2004.
- 7- Deuze Mark : online journalism : Modelling the first generation of news media on the world wide web. 2001.
- 8- D.J. Losica, video-comes to the web American journalism. Review available on: [www.well.com/user/jd](http://www.well.com/user/jd).
- 9- Dodd'sph : digital multimedia cross – industry guide, Butterworth Heimeman, Washington, 2008.
- 10- Eberhardt Christine: les réseaux. Simon et Schuster Macmillan, Paris 1995.
- 11- Everett Rogers and Shoemaker Floyd: communication of a cross cultural approach. Second edition. The Free Press. New York. 1971.
- 12- Hardt Hanno : the end of journalism, media and newspapers, the public journal of the European, Institut for communication, and culture 1996.
- 13- Honeycutt Jerry, Pike Maryann: Internet, Simon et Schuster Macmillan, Paris 1997.
- 14- Jean François: comprendre la bourse sur internet, édition d'organisation Paris, 2001.



- 15- Jean Iohisse: media introduction à la presse, la radio, la télévision ellipses paris, 1995.
- 16- Jean Meunier: introduction aux theories de la communication bruxelles, boek university 2<sup>eme</sup> edition, 2004.
- 17- Kaye Barbara and Medoff Norman, the world wide web, a mass communication perspective, mayfield publishing company, california 1999.
- 18- Ian B. Field and the design for New Media : interaction design of Multimedia and the web, pearson education limited, England 2004.
- 19- Lister and others : new media : artical introduction, routledge, 2003.
- 20- Parsons Talcott: le système des sociétés modernes trad, millerag dunced paris, 1973.
- 21- Régine Chamias : l'audience un puissance artefac, HERNES 37.2003.
- 22- Steve Heath : MultiMedia and communication on tecnology, the british library, London 1996.
- 23- Ward M : online journalism, focal press, newyork .2002.
- 24- Yannik Estinne : le journalisme après internet, l'harmattan, paris 2007.
- 25- W. Barnett Pearce and Vernon : cronen communication, action, and meaning, the creation of social realities, New York, 1980.



# الملاحق

### الملخص باللغة العربية

**1-اشكالية الدراسة:** يشكل الفضاء الافتراضي أهم انجازات ثورة المعلومات والاتصال، فقد أدى التطور المذهل في شبكة الانترنت، وانتشار تقنياتها الحديثة وزيادة تطبيقاتها في المجال الإعلامي والاتصالي إلى ميلاد الإعلام الالكتروني، والذي أدى بدوره إلى التقارب والتكامل بين وسائل الاعلام والاتصال، واندماجها في صورة إعلامية متكاملة الوظائف والادوار والاهداف، مما اتاح التبادل والانتقال الحر للمعلومات والآراء بين أطراف العملية الاتصالية في حركة ثنائية دائرية تفاعلية.

ولم تقف وسائل الإعلام الجزائرية بكافة أنواعها المقروء والمسموع والمرئي مكتوفة الأيدي أمام الإعلام الالكتروني الجديد بوسائطه وتقنياته المتطورة، بل كانت السبابة في دخول هذا الميدان، إذ أسست معظم الصحف الورقية مواقعها الكترونية خاصة بها، وهذا الإقبال على الإعلام الالكتروني بتنوع مواقع حمله القائمين عليه أن يطوروا من أساليب التصميم والإخراج واستخدام الوسائط المتعددة، وإضافة الجمالية والتفاعلية عليها.

وقد جاءت هذه الدراسة لتتعمق في البحث عن تكنولوجيا الوسائط المتعددة كوسيط جدي في صحافة النت الجزائرية، مرتكزة على جملة من التساؤلات نوردتها فيما يلي:

**ما هي استخدامات الصحف الالكترونية الجزائرية للوسائط المتعددة؟ وما هو رأي الصحفيين في ذلك؟.**

وانطلاقا من الإجابة عنه نطرح أسئلة الدراسة التحليلية التالية:

- ما مدى توظيف الصحف الالكترونية الجزائرية لتطبيقات الوسائط المتعددة؟.
- ما هي أكثر عناصر الوسائط المتعددة اعتمادا من طرف الصحف الالكترونية الجزائرية؟.
- كيف تدعم الوسائط المتعددة محتوى مواقع الصحف الالكترونية الجزائرية؟.
- هل تستخدم الصحف الالكترونية الجزائرية أساليب تتيح التفاعل عبر الوسائط المتعددة مع الموضوعات المطروحة من خلالها؟.

أما عن أسئلة الدراسة الميدانية فهي تتمثل في:



- هل هناك وعي لدى صحفيي الصحف الالكترونية الجزائرية بالمفهوم الشمولي والحديث للوسائط المتعددة، وبالتالي معرفة أهميتها لإحداث التواصل الفعال؟.

- ما هي السبل الكفيلة التي يجب إتباعها لكي تواكب الصحف الالكترونية الجزائرية التطور الهائل في توظيف الوسائط المتعددة في إعداد الرسائل التواصلية الفعالة؟.

**2- الاجراءات المنهجية الدراسة:** تتدرج هذه الدراسة ضمن بحوث الشكل، حيث تعد الدراسة الوصفية لاتجاهات التصميم والبناء الشكلي للصحف أحد اتجاهاتها الاساسية، وقد حددت الباحثة لهذه الدراسة منهج المسح الوصفي التحليلي، حيث سيتم إجراء مسح لمحتوى الصحف الجزائرية الالكترونية، نركز فيه على طريقة إبراز وتوظيف عناصر الوسائط المتعددة على صفحات هذه الصحف الالكترونية من أجل معرفة وظائفها الفعلية ودورها الحقيقي، باعتبارها مكونا أساسيا من مكونات التصميم الالكتروني الصحفي، إضافة إلى الدراسة الميدانية الخاصة بالمسح الشامل لآراء القائمين بالاتصال في الصحف المدروسة، بهدف تحديد درجة الاعتقاد والتبني لهذه التقنيات الحديثة في مجال العمل الإعلامي الالكتروني الجديد، وبالتالي معرفة وعيهم لدرجة أهميتها في تحديد هوية الصحيفة الالكترونية وفعاليتها في إعداد الرسائل التواصلية الفعالة، التي تدعم اتجاهات الصحف محل الدراسة في خضم المنافسة الإعلامية الحالية لكسب أكبر عدد ممكن من المستخدمين، كما سأحاول فهم جوانب القصور في عدم فهم إيجابيات وأهمية الوسائط المتعددة لدى القائمين بالاتصال.

**3- عينة الدراسة:** حددت الباحثة عينة الصحف مجال الدراسة في الصحف الالكترونية لكل من الشروق أون لاين، الخبر أون لاين والنهار أون لاين، خلال الفترة الممتدة من السبت 04 فيفري 2016 إلى الخميس 26 جانفي 2017، اخترنا منها عينة بطريقة "الأسبوع الصناعي". وقد حصلنا بعد المعاينة على 48 مفردة ممثلة لكل الصحف، بتقدير 12 عدد لكل صحيفة. أما فيما يخص القائمون بالاتصال فقد قمنا بالمسح الشامل لمجموع القائمين بالاتصال حيث قدر عدد الصحفيين في الصحف مجال الدراسة 48 صحفي موزعين على النحو التالي: 18 صحفي في الشروق أون لاين 15 صحفي في النهار أون لاين و الخبر أون لاين.

**4- نتائج الدراسة:** أفضت الدراسة إلى النتائج التالية:

**1- ضعف الاستفادة من عناصر الوسائط المتعددة على مواقع الصحف الالكترونية الجزائرية، والتي لم تجد حظها الوافر من الاهتمام داخل المواقع، بسبب تطور مفهوما وحاجته إلى المزيد من العناصر البشرية المدربة والمبدعة، ولكن هذا لا يعطي الصحف الالكترونية الجزائرية المبرر الكافي للتخلف عن الركب المتسارع والاستفادة من امكانيات شبكة الانترنت في تحقيق التواصل الفعال.**



2- يعد النص العنصر الأكثر استخداما في مواقع الصحف الالكترونية الجزائرية، فلا يزال معظمها يسهب ويطيل في كتابته متجاهلين ما يجب أن يكون عليه التحرير وفق القوالب الفنية الخاصة بالتحرير الإلكتروني المستندة بالوسائط المتعددة، والتي بعرضها يمكن إضافة الواقعية والمصداقية.

3- تستخدم الصحف الالكترونية الجزائرية الوسائط المتعددة بهدف رفع درجة المشاركة والتفاعل مع موضوعاتها وبرامجها، فالوسائط المتعددة هي وسيلة من وسائل انتاج وتقديم المنتج الاعلامي وزيادة فاعلية المتلقي بأكثر من طريقة وشكل ووسيلة.

4- تستخدم الصحف الالكترونية الجزائرية أساليب التفاعلية عبر الوسائط المتعددة مع الموضوعات المطروحة بدرجة كبيرة، حيث يشير التفاعل في مجال الوسائط المتعددة إلى الفعل ورد الفعل بين المستخدم وبين ما يعرض على الشاشة، ويتضمن قدرة المستخدم على التحكم فيما يعرض عليه وضبطه عند اختيار زمن العرض وتسلسله، والخيارات المتاحة من حيث القدرة على اختيارها والتجوال فيما بينها، فبرامج الوسائط المتعددة بإمكانها توفير تجربة أكثر تفاعلية وواقعية مع تطبيقات الانترنت الاخرى.

5- ليس هناك وعي لدى الصحفيين بالمفهوم الشمولي والحديث للوسائط المتعددة، وبالتالي عدم معرفة أهميتها لإحداث الرسائل الاتصالية الفعالة، فكل الاهتمام منصب فقط على اتقان الاستخدام دون فهم جوهر التعامل من خلال الوسائط المتعددة.

6- يجب على الصحف الالكترونية الجزائرية تأطير كادرها البشري بشكل يسمح لهم بالتوظيف الأمثل للوسائط المتعددة في اعداد الرسائل الاتصالية الفعالة، حيث تبرز الحاجة الى تعديل الملامح المهنية لعمل الصحفيين، وزيادة جرعة المهارات المتعددة التي يتطلبها العصر الحالي، حتى يستطيع الصحفيون التكيف مع المستجدات في صناعة الاعلام. فاعتماد الصحفي الإلكتروني أصبح ضروريا لهذه المواقع لما تحتاجه من تنوع عند تناول المعلومة.



## **Résumé en langue française**

**1- Problématique de l'étude** : L'espace virtuel constitue l'une des plus importantes réalisations de la révolution de l'information et de la communication, puisque le développement incroyable du réseau Internet et le développement de ses techniques nouvelles et la prolifération de ses applications dans le domaine de l'information et de la communication ont donné naissance à l'information électronique, qui a provoqué à son tour une révolution dans ce domaine, en conduisant au rapprochement et à la complémentarité entre les moyens d'information et de communication et leur fusion sous forme d'images d'information, avec des fonctions, des rôles, et des objectifs complémentaires, ce qui a permis l'échange et le transfert libre des informations et des opinions entre les parties de l'opération communicative dans un mouvement bi-circulaire interactif.

Les différents médias Algériens de tous types, qu'ils soient lus, ou audiovisuels ne sont pas restés à l'écart de la nouvelle information électronique, avec ses moyens et techniques développées, ils ont même étaient parmi les pionniers à intégrer ce domaine notamment à cause des nombreux avantages qu'il présente, tel que le moindre coût et le peu de personnel nécessaire comparé aux entreprises informations traditionnelles, de plus il dépasse les frontières géographiques et



celles de la censure, puisque la plupart des journaux possèdent désormais des sites sur le net et ceci est dû à l'attrait qu'exerce l'information électronique avec la diversité de ses sites, et c'est ce qui a poussé les acteurs de ce domaine à développer leurs méthodes de conception, de réalisation et d'utilisation des Multimédias, tout en y additionnant l'esthétique et l'interactivité.

Cette étude vient approfondir la recherche concernant la technologie des Multimédias comme intermédiaire sérieux dans la presse algérienne du Net, en se focalisant sur un ensemble des questions qui sont les suivantes :

**Quelles sont les utilisations par les journaux électroniques Algériens des Multimédias ? Et quel est l'avis des journalistes sur la question ?**

Et à partir de la réponse à cette question nous posons les questions de l'étude analytique suivante :

- à quel point les journaux électroniques Algériens utilisent-ils les applications des Multimédias ?
- Quels sont les éléments des Multimédias les plus utilisés par les journaux électroniques Algériens ?
- Comment les Multimédias soutiennent-ils le contenu des sites des journaux électroniques Algériens ?
- Est-ce que les journaux électroniques Algériens utilisent des moyens qui leur permettent l'interactivité à travers les Multimédias avec les sujets posés par leur biais

Et concernant les questions de l'étude sur le terrain elles sont comme suit :

- y a-t-il une prise de conscience chez les journalistes des journaux électroniques Algériens du concept global et moderne des Multimédias, et ont-ils donc conscience de son importance pour la création d'une communication efficace ?

- Quelles sont les procédés nécessaires qui doivent être adoptés pour que les journaux électroniques Algériens puissent suivre le développement énorme dans l'emploi des Multimédias pour l'élaboration de messages communicatifs efficaces ?

**2- Méthodologie de l'étude :** cette étude entre dans les recherches à approche formelle, puisqu'elle consiste en une étude descriptive des directions de conception



et de construction formelle des journaux et qui est l'une de ses orientations fondamentales, et la chercheuse a fixé pour cette étude la méthode de synthèse descriptive analytique, puisque il sera procédé à la synthèse du contenu des journaux électroniques Algériens, où nous nous focaliserons sur la méthode qui fera ressortir et employer les éléments des Multimédias sur la page de ces journaux électroniques pour en connaître les fonctions effectives et le rôle réel, en le considérant comme un élément essentiel des éléments de conception électronique journalistique. A cela s'ajoute l'étude sur le terrain qui se rapporte à l'étude globale des opinions des chargés de communication dans les journaux étudiés, pour déterminer à quel point ces nouvelles techniques sont adoptées dans le secteur du nouveau travail d'information électronique, et par conséquent pour déterminer le degré de conscience de leur importance dans la détermination de l'identité du journal électronique et de son efficacité à élaborer des messages communicatifs efficaces, qui soutiendraient les orientations des journaux objet de l'étude, au sein de la compétition actuelle dans le secteur de l'information, pour attirer le plus grand nombre possible d'utilisateurs, comme j'essaierai également de cerner les aspects de défaillance dans l'incompréhension des points positifs et l'importance des Multimédias chez les opérateurs de communication.

**3- échantillon d'étude** : la chercheuse a déterminé comme échantillon d'étude les journaux électroniques Echourouk online, El Khabar online et Ennahar online, au cours de la période s'étalant du samedi 4 février 2016 au jeudi 26 janvier 2017, et nous avons choisi l'échantillon selon la méthode « la semaine industrielle ». Nous avons obtenu après constatation 48 unités représentant chaque journal, à raison de 12 numéros pour chaque journal. Et concernant les chargés de communication nous avons procédé à la synthèse globale de tous les chargés de communication et qui sont au nombre de 48 journalistes dans les journaux objet de l'étude réparti comme suit : 18 journalistes dans Echourouk online, 15 journalistes dans chacun de : Ennahar online et El Khabar Online.

**4- Résultats de l'étude** : l'étude a conclu aux résultats suivants :



01- une faible rentabilisation des éléments des Multimédias sur les pages des journaux électroniques Algériens, auquel l'intérêt suffisant n'a pas été accordé sur le site.

02- Le texte est l'élément le plus utilisé sur les sites des journaux électroniques Algériens, puisque la plupart d'entre eux continue à rédiger de longs contenus sans tenir compte des règles d'art de la rédaction électronique qui s'appuie sur les Multimédia, qui peuvent apporter plus de réalisme et de crédibilité

-03- les journaux électroniques Algériens utilisent les multimédias avec pour objectif d'augmenter le degré de participation et d'intérêt avec les sujets et programmes proposés, puisque les Multimédias sont un moyen de production et de présentation du produit d'information et d'augmentation de l'efficacité du récepteur de plus d'une forme ou manière.

04- Les journaux électroniques Algériens utilisent des moyens interactifs à travers les Multimédias avec les sujets proposés à grande échelle, puisque l'interactivité dans le domaine des Multimédias indique l'action et la réaction entre l'utilisateur et ce qui est projeté sur l'écran, et comportent la capacité de l'utilisateur à maîtriser ce qui lui est projeté et sa régulation lorsqu'il choisit le moment, la suite des programmes, et les choix qui lui sont proposés à travers la capacité à les choisir et à *zapper* entre eux, puisque les Multimédias peuvent assurer une expérience plus interactive et plus réaliste avec les autres applications du Net.

05- Les journalistes n'ont pas conscience du concept global moderne des Multimédias, et n'ont donc pas connaissance de l'importance de la création de messages communicatifs efficaces, puisque tout l'intérêt est porté uniquement sur la bonne utilisation sans comprendre l'essence même de l'interaction à travers les Multimédias.

06- les journaux électroniques Algériens doivent encadrer leur ressources humaines de manière à leur permettre d'employer les Multimédias de la meilleure des façons, dans l'élaboration des messages communicatifs efficaces. Il y a nécessité de modifier l'aspect professionnel du travail des journalistes, il y a du également besoin de qualifications multiples à plus grande échelle selon l'exigence



de l'ère contemporaine, pour que les journalistes puissent s'adapter aux nouveautés de l'industrie de l'information. Le recours au journalisme électronique est devenu une nécessité pour ces sites à cause de la diversité qu'ils nécessitent pour traiter l'information. \*\*\*\*\*

### English language summary

**1- Problematic of the study** : The virtual space represents one of the most important achievements of the revolution of information and communication, as the incredible development of the Internet network and the development of its new techniques and the proliferation of ITS applications in the field of information and communication technologies have given birth to the electronic information, which has resulted in its turn in a revolution in this field, leading to the connection and the complementarity between the means of information and communication and their fusion in the form of an information image, with complementary functions, roles, and objectives, which has enabled the exchange and free transfer of information and opinions between the parties of the communicative operation in a bi-interactive circular movement.

The various Algerian media of all types, be they read or visual media, did not remain on the sidelines of the new electronic information, with its means and developed techniques, they even were among the pioneers to integrate this particular area because of its many benefits, such as the lower cost and the little number of necessary staff compared to traditional information businesses, in addition to the possibility of going beyond geographic borders and those of the censorship, since most of the newspapers do have websites now and this is due to the attractiveness of the electronic information with the diversity of its sites, and it this is what has pushed the actors in this area to develop their methods for the



design, implementation and use of multimedia, while adding aesthetic and interactivity to it.

This study comes to deepen research concerning the multimedia technology as a serious intermediate in the Algerian internet press, by focusing on a set of questions which are the following :

**What are the uses of multimedia by the Algerian electronic newspapers?  
And what is the opinion of the journalists about the question?**

And from the answer to this question we ask the questions of the analytical study:

- To what extent do the Algerian electronic newspapers use the multimedia applications?
- What are the elements of multimedia that are most used the Algerian electronic newspapers?
- How do the Multimedia elements support the contents of the Algerian electronic newspapers websites?
- Do the Algerian electronic newspapers use means to allow them the interactivity through multimedia with the topics they propose?

And concerning the questions of the field study, they are as follows:

- Is there awareness among the journalists of Algerian electronic newspapers of the overall and modern concept of multimedia, and are they therefore aware of their importance for the creation of an effective communication?
- What are the necessary processes that must be adopted to ensure that the Algerian electronic newspapers can follow the enormous development in the employment of multimedia for the development of effective communicative messages?

**2- Methodology of the study:** This study counts among the researches to formal approach, since the descriptive study of the orientations of formal design and construction of newspapers is one of its fundamental guidelines, and the researcher has set for this study the method of analytical descriptive synthesis, since it will be proceeded to the synthesis of the content of Algerian electronic newspapers, where we will focus on the method that will highlight and use the elements of multimedia on the page of these electronic newspapers to know their actual functions and real



role, given that they are considered as an essential element of the electronic design journalism. Added to this, is the field study that relates to the comprehensive study of the opinions of the communication managers in the studied newspapers, to determine to what extent these new techniques are adopted in the sector of the new work of electronic information, and therefore to determine the degree of awareness of their importance in the determination of the identity of the electronic journal and its effectiveness to develop effective communicative messages, which would support the guidelines of the Newspapers object of the study, within the current competition in the sector of information, to attract the largest possible number of users, as I will also try to identify the aspects of failure in the misunderstanding of the positive points and the importance of Multimedia Among communication managers.

**3- Sample of study:** the researcher has determined as sample of study the electronic newspapers Echourouk online, El Khabar online and Ennahar online, during the period from Saturday February 4, 2016 to Thursday, January 26, 2017, and we have selected the sample according to the method the " industrial week ". And we have obtained after the findings : 48 units representing all the newspapers, at an average of 12 numbers for each journal. And concerning the persons in charge of communication we proceeded to the overall synthesis of all communication managers and which are of the number of 48 journalists in the newspapers object of the study divided as follows: 18 journalists in Echourouk Online, 15 journalists in each of: Ennahar online and El Khabar Online.

**4- Results of the study:** The study concluded to the following results:

01- The poor use of the elements of multimedia on the pages of Algerian electronic newspapers, to which the sufficient interest has not been granted on the site,

02- The text is the most used element on the Algerian electronic newspapers websites, since most of them continue to write long content without taking into account the rules of art of the electronic drafting which builds on the multimedia, which can bring more realism and credibility.



03- The Algerian electronic newspapers use multimedia with the objective of increasing the level of participation and interest towards their topics and proposed programs, since the multimedia are among the means for the production and presentation of the information product and to increase the efficiency of the receiver in more than one manner or form.

04- The Algerian electronic newspapers use interactive means through multimedia with the proposed subjects at a large-scale, since the interactivity in the field of multimedia indicates the action and the reaction between the user and what is projected on the screen, and include the ability of the user to control what is projected to him and its regulation when he chooses the time, the suite of programs, and the choices which are offered through the capacity to choose and to navigate between them, since the Multimedia can ensure a more interactive and more realistic experience with the other applications of the Net.

05- Journalists were not aware of the overall concept of modern multimedia, and therefore they do not have knowledge of the importance of the creation of effective communicative messages, since all the interest is focused only on the good use without understanding the essence of the interaction through the multimedia.

06- The Algerian electronic newspapers must supervise their human resources in a way to allow them to use the multimedia in the best ways, in the development of effective communicative messages. There is a need to change the professional aspect of the work of the journalists, there is also a need for multiple qualifications at larger scale according to the requirement of the contemporary era, so as the journalists will be able to adapt to the new features of the information industry. The use of the electronic journalism has become a necessity for these sites because of the diversity that they require to process the information.

\*\*\*\*\*

