مجلة

البحوث الإعلامية

دورية علمية محكمة تصدر عن جامعة الأزهر

داخل العدد

- الإعلام العربى فى مواجهة تشويه صورة العرب والمسلمين « رؤية مستقبلية »
- الخطاب الصحفى حول حوار الحضارات فى الطبعة الإلكترونية لصحيفتى الأهرام والشرق الأوسط عام ٢٠٠١م.
- اتجاهات الطلاب نحو البرامج التدريسية فى تخصص العلاقات العامة والإعلان بالجامعات المصرية « دراسة ميدانية مقارنة بين الجامعات الحكومية والخاصة »
- إصدارات الصحف السعودية المطبوعة على الانترنت في ضوء السمات الاتصالية للصحافة الإلكترونية. (دراسة تقويمية)
- معالجة الصحف القومية لقضايا الفساد « دراسة تحليلية لعينة من القضايا المنشورة بجريدة الأهرام عام ٢٠٠٢ ».
- آراء الإعلاميين السعوديين نحو جامعة الملك عبد العزيز « دراسة ميدانية »
- اتجاهات القائمين بالاتصال فى السينما نحو أخلاقيات ممارسة العمل السينمائى فى مصر. « دراسة ميدانية »
- تغطية الصحافة الفلسطينية لقضايا الطفل فى انتفاضة الأقصى « دراسة تحليلية مقارنة لعينة من الصحف اليومية ».
- استخدام الشباب الجامعى للانترنت وعلاقته باتجاهاتهم نحو بعض المفاهيم السلوكية.
- دور الاتصال فى صناعة القرار السياسي الأمريكى « دراسة تطبيقية على قرار ضرب أفغانستان فى أكتوبر ٢٠٠١ »

العدد
التاسع عشر
يناير ٢٠٠٣م

قواعد النشر

تقوم المجلة بنشر البحوث والدراسات ومراجعات الكتب والتقارير والترجمات وفق القواعد التالية :

- أن لا يكون البحث قد سبق نشره فى أى مكان آخر .
- أن يكون مطبوعًا على الكمبيوتر وخاليًا من الأخطاء اللغوية .
- لا يقل البحث عن خمسة آلاف كلمة ولا يزيد عن عشرة آلاف كلمة .
- يزود الباحث المجلة بثلاث نسخ من البحث على أن يكتب اسم الباحث وعنوان البحث على غلاف مستقل .
- أن توضع قائمة المصادر والمراجع التى اعتمد عليها الباحث فى آخر الدراسة أو البحث لا فى أسفل الصفحة .
- يعتمد النشر على رأى اثنين من المحكمين المتخصصين فى تحديد صلاحية المادة للنشر .
- ترد الأبحاث التى لا تقبل النشر لأصحابها .
- تحتفظ المجلة بكافة حقوق النشر ، ويلزم الحصول على موافقة كتابية قبل إعادة نشر مادة نشرت فيها .
- بالنسبة للبحوث المحكمة والصالحة للنشر تلتزم المجلة بإشعار الباحث بصلاحية بحثه للنشر خلال أسبوعين من استلام ردود المحكمين .

دار البيان

للطباعة
والنشر
والتوزيع

٧،٤ عمارات الجبل الأخضر

أمام نادى السكة الحديد

مدينة نصر

تليفاكس : ٣٤٢٥٤٨٧

ت : ٣٤٢٦٣٢٧

رقم الإيداع :

٦٥٥٥

العدد التاسع عشر

٢٠٠٣م

بسم الله الرحمن الرحيم

مجلة

البحوث الإعلامية

دورية علمية محكمة تصدر عن جامعة الأزهر

رئيس مجلس الإدارة

الأستاذ الدكتور: أحمد عمر هاشم

رئيس التحرير

أ.د. محيي الدين عبد الحليم

مدير التحرير

أ.د. شعبان أبو اليزيد شمس

رئيس قسم الصحافة والإعلام

سكرتير التحرير

د. أحمد منصور هيبة

توجه باسم الدكتور/مدير التحرير على العنوان التالي

المراسلات

جامعة الأزهر - كلية اللغة العربية بالقاهرة قسم الصحافة والإعلام

تليفون: ٥١٠١٤٦٦

هيئة تحكيم المجلة

أ.د. جيهان رشتي

أ.د. فاروق أبو زيد

أ.د. علي عجوة

أ.د. محيي الدين عبد الحليم

أ.د. ماجي الحلواني

أ.د. عدلي رضا

أ.د. حمدي حسن محمود

أ.د. أشرف صالح

أ.د. محمود يوسف مصطفى

أ.د. شعبان أبو اليزيد شمس

جميع الآراء الواردة في هذه المجلة تعبر عن رأي صاحبها ولا تعبر عن رأي المجلة.

العدد

التاسع عشر يناير ٢٠٠٣م

إصدارات الصحف السعودية المطبوعة على الإنترنت
في ضوء السمات الاتصالية للصحافة الإلكترونية
دراسة تقويمية

د. عبدالله بن ناصر الحمود

عميد كلية الدعوة والإعلام بجامعة الإمام محمد بن سعود الإسلامية

د. فهد بن عبدالعزيز العسكر

الأستاذ المشارك ورئيس قسم الإعلام بجامعة الإمام محمد بن سعود الإسلامية

تمهيد:

تمثل الصحافة الإلكترونية أحد أهم مظاهر التطور التي عرفتها صناعة الاتصال الحديث، ولقد جاء هذا التطور، الذي تحقق بفعل الإفادة من معطيات شبكة المعلومات العالمية الإنترنت، نتيجة التوجه نحو تقديم خدمات صحفية تفيد من التقنيات الحديثة وتستجيب للتغيرات التي عرفتها بيئة الاتصال الحديث، وبخاصة تطور وسائل الاتصال الإلكترونية، مثل التلفزيون، الذي تمكن بفعل اعتماده على الاتصال المرئي من تسهيل متطلبات التعرض إليه.

وتتمثل أهم العوامل التي أسهمت في ظهور الصحافة الإلكترونية وانتشارها إلى جانب التفاعلية التي اتاحها اتصال الأجهزة الحاسوبية بالخدمات الهاتفية في استخدام هذه الأجهزة لأداء بعض مهام الأجهزة التلفزيونية وبخاصة عرض الصور الحية، إضافة إلى التطورات التي عرفها مجال الوسائط المتعددة multimedia.

وتتميز الصحف الإلكترونية بعدة سمات اتصالية تستند إلى ما تتيحه شبكة الإنترنت من إمكانات غير محدودة، وتتمثل أهم هذه السمات في: التفاعلية، المباشرة، العمق، الاختصار والتركيز، استخدام الوسائط المتعددة، إضافة إلى إتاحة فرص التجول الحر أمام المتصفحين.

وانطلاقاً من سعي الصحف المطبوعة لمسايرة التطورات التقنية الحديثة فقد عملت على دخول مجال النشر الاليكتروني عبر شبكة الإنترنت، ولكن العديد من هذه الصحف (تبعاً لتأثيرات ظروف عدة منها: عدم إدراك القائمين عليها للطبيعة الخاصة بالصحافة الإلكترونية، إضافة إلى عدم توافر تلك الصحف على الإمكانات التحريرية والتقنية اللازمة) اكتفت بمجرد نشر نسخ إلكترونية من إصداراتها المطبوعة بعد معالجتها إليكترونياً من حيث الشكل وتزويدها ببعض الخدمات الإضافية فقط، دون السعي لتبني أنماط وأساليب اتصالية جديدة

تستهدف تقديم خدمات صحفية متميزة بشكل يتناسب مع الطبيعة الخاصة بشبكة الإنترنت، باعتبارها وسيطاً اتصالياً جديداً له سماته الخاصة.

ونظراً لتوسع الصحف السعودية اليومية المطبوعة في نشر إصداراتها على شبكة الإنترنت، حيث تنشر الآن أربع صحف مطبوعة، هي: الجزيرة والرياض والوطن وعكاظ إصداراتها على الشبكة، تأتي هذه الدراسة لتحاول تقويم تجربة الصحف السعودية في مجال النشر الإليكتروني، في ضوء السمات الاتصالية المميزة للصحف الإلكترونية، بهدف الخلوص إلى مدى تمكن الصحف السعودية من الإفادة من هذا الوسيط الحديث بما يتفق مع سماته الاتصالية المميزة.

مشكلة الدراسة:

حيث يمكن القول بأن السائد لدى المسؤولين عن الصحف المطبوعة، في بداية معرفة هذه الصحف بالنشر الإليكتروني، أن النسخ الإلكترونية من الصحيفة المطبوعة تعد بمثابة الخدمة للإصدار المطبوع[١]، حيث يفاد من هذه النسخ في توسيع نطاق انتشار الإصدار المطبوع، فقد كان البعض يعتقد أن "قراءة نسخة الصحيفة عبر الكمبيوتر يزيد في الواقع من قراءة نسخة الصحيفة التقليدية"[٢]، إلا أن تزايد الوعي المهني بماتوفره شبكة الإنترنت من قدرات اتصالية وما تتوافرعليه من سمات، إضافة إلى تفوق الوسائل التقنية للاتصال وقدرتها على اجتذاب الأجيال الجديدة من قراء الصحف[٣]، أدى إلى إعادة النظر في مدى اتساق النسخ الإلكترونية التي تقدمها الصحف المطبوعة مع السمات الاتصالية للصحافة الإلكترونية التي باتت تتميز بالعديد من السمات المتعلقة بالطبيعة الخاصة بشبكة الإنترنت، باعتبارها الوسيط الذي تقدم من خلاله الصحافة خدماتها للجماهير المستهدفة، وفي هذا الاتجاه تتحدد مشكلة هذه الدراسة في تقويم مدى اتسام الإصدارات الإلكترونية للصحف السعودية اليومية المطبوعة بالسمات المميزة للصحافة الإلكترونية.

أهمية الدراسة:

١ــ الحاجة لتقويم استخدامات الصحف السعودية لشبكة الإنترنت في نشر إصدارت إليكترونية، لاسيما بعد مضي حوالي ٥ سنوات على بدء إفادتها من هذا الوسيط.

٢ــ أهمية التأكد من تناسب الخدمات المقدمة في إصدارات الصحف السعودية المطبوعة على الشبكة مع السمات الاتصالية الخاصة بالصحافة الإلكترونية، وبخاصة في ظل الإقبال المتزايد الذي تلقاه الصحف العربية المنشورة على شبكة الإنترنت من مستخدمي الشبكة باللغة العربية، حيث يزور٥٥% منهم مواقع الصحف العربية[٤].

٣ــ قلة الدراسات التي تناولت الصحافة الإلكترونية العربية وبخاصة السعودية منها.

هدف الدراسة:

الهدف الرئيس لهذه الدراسة: تقويم مدى تناسب الخدمات الصحفية المقدمة في إصدارات الصحف السعودية اليومية المطبوعة على الإنترنت مع الطبيعة الاتصالية الخاصة بالصحافة الإلكترونية، وانطلاقاً من هدفها الرئيس تسعى الدراسة لتحقيق الأهداف الفرعية التالية:

١ــ تحديد السمات الاتصالية المميزة للصحافة الإلكترونية.

٢ــ التعرف على الأهداف التي تسعى إليها إصدارات الصحف السعودية اليومية المطبوعة على الإنترنت.

٣ــ التعرف على مدى التزام إصدارات الصحف السعودية اليومية المطبوعة على الإنترنت بالسمات الاتصالية المميزة للصحافة الإلكترونية.

الدراسات السابقة:

تتوأعم الدراسات التي تناولت تجربة الصحف السعودية على شبكة الإنترنت من حيث الكم مع حداثة إفادة الصحف من هذا الوسيط الجديد، حيث تنحصر

الدراسات التي تناولت تجربة الصحف السعودية على شبكة الإنترنت، واطلع عليها الباحثان في دراستين، أولهما: دراسة نجوى فهمي التي تمت حول تجربة الصحافة الإلكترونية المصرية والعربية الواقع وآفاق المستقبل، وأجريت خلال المدة ١/٦-١٠/٨/١٩٩٨م[٥]، وتناول بشيء من الاختصار تجربة الإصدار الإليكتروني لجريدة الجزيرة، وقد جاء هذا التناول في وقت مبكر من عمر هذا الإصدار، حيث لم يكن قد مضى على إصدار جريدة الجزيرة لطبعتها الإلكترونية، التي تعد أول الإصدارات الإلكترونية للصحف السعودية، عند إجراء الدراسة سوى أقل من أربعة عشر شهراً، حيث صدرت النسخة الإليكترونية من صحيفة الجزيرة في ١٦/٤/١٩٩٧م،[٦] وهي مدة قد لا تمكن من تبلور التجربة بحيث يمكن تقويمها، كما جاء تناول الدراسة لهذا الإصدار قبل دخول الإنترنت للملكة، حيث لم تبدأ خدمات الإنترنت فعلياً في المملكة إلا في ١/١/١٩٩٩م[٧]، كما أن هذه الدراسة وعلى الرغم من ريادتها إلا أنها وتبعاً لحداثة المجال الذي تتناوله -نظراً لحداثة تجربة الصحف العربية على الشبكة- فقد اتسمت " في جزئها الأول بالطابع الاستطلاعي الاستكشافي..."[٨] وحاولت توضيح مفهوم الصحافة الإلكترونية والكتابة الإلكترونية والأدوات المستخدمة فيها إضافة إلى عناصر التصميم، وما تتيحه الصحافة الإلكترونية من مزايا، كما عملت على وصف الأساليب التي اتبعتها الصحف المصرية وبعض الصحف العربية في إصدار طبعتها الإلكترونية ومقارنة ذلك بما هو سائد في الصحافة الإلكترونية العالمية.

وإلى جانب هذه الدراسة جاءت دراسة FAYZ.ALSHEHRI للصحف العربية على شبكة الإنترنت، والتي تمت في شهر يوليو ٢٠٠٠م[٩]، وتناولت الإصدار الإليكتروني لجريدتي الجزيرة والرياض ضمن ٢٧إصداراً إليكترونياً عربياً، وقد اتبعت الدراسة لتحقيق أهدافها مدخلي: مسح أساليب الممارسة القائمة في هذه الصحف إضافة إلى مسح طبيعة تعرض الجمهور لها، ولذلك فقد تضمنت

الدراسة استطلاعاً لآراء القائمين على الصحف العربية الإلكترونية حول عمليات إنتاج هذه الصحف، ومصادر تمويلها، ومدى رضاهم عما تقدمه من خدمات، كما عملت الدراسة إلى جانب ذلك على تحليل مضمون، وشكل المواد المقدمة في هذه الصحف، إضافة إلى استطلاع آراء قراء هذه الصحف حول مدى رضاهم عما تقدمه من خدمات.وتتفق هذه الدراسة مع الدراسة السابقة في عدم تقويمها لمدى التزام إصدارات الصحف السعودية اليومية المطبوعة على الإنترنت، بالسمات الاتصالية المميزة للصحف الإلكترونية، إضافة إلى عدم اقتصارها على الإصدارات الإلكترونية للصحف المطبوعة.

وتبعاً لما سابق، يعرض الباحثان فيما يلي لما تنفرد به هذه الدراسة:

١ــ تنطلق هذه الدراسة من قناعة الباحثين بأن هناك فروقاً جوهرية بين الصحف الإلكترونية والنسخ الإلكترونية من الصحف المطبوعة المنشورة على شبكة الإنترنت، ولذلك تسعى هذه الدراسة للتحقق من تبعية الإصدارات الإلكترونية للصحف السعودية المطبوعة لأي من النوعين.

٢ــ اختلاف المدخل الخاص بالمعالجة فبينما اعتمدت الدراسة الأولى على مدخل استكشافي وصفي للتعرف على طبيعة التجربة المطروحة في الإصدارات الإلكترونية العربية، وحاولت الدراسة الثانية مسح أساليب الممارسة القائمة في الإصدارات الإلكترونية من الصحف العربية المطبوعة، إضافة إلى عملها على مسح طبيعة التعرض لهذه الإصدارات، تأتي هذه الدراسة التي تلتزم مدخلاً تقويمياً لتحدد مدى التزام إصدارات الصحف السعودية اليومية المطبوعة على الإنترنت بالسمات الاتصالية المميزة للصحف الإلكترونية.

٣ــ في حين اقتصرت الدراسة الأولى على الإصدار الإليكتروني لجريدة الجزيرة وأضافت إليه الدراسة الثانية الإصدار الإليكتروني لجريدة الرياض، تشمل هذه الدراسة بالتحليل والتقويم جميع الإصدارات الإلكترونية للصحف السعودية اليومية

المطبوعة التي تنشر حالياً طبعات إليكترونية على الإنترنت، وهي صحف: الجزيرة، الرياض، الوطن، عكاظ[١٠].

تساؤلات الدراسة:

تسعى الدراسة للإجابة عن التساؤلات التالية:

١- متى بدأت الصحف السعودية اليومية المطبوعة في نشر إصداراتها على شبكة الإنترنت؟

٢- ما لأهداف التي تسعى لتحقيها الصحف السعودية اليومية المطبوعة من نشر إصداراتها على الإنترنت؟

٣- ما مدى مراعاة الخدمات الصحفية المقدمة في إصدارات الصحف السعودية اليومية المطبوعة على الإنترنت، لخصائص الصحافة الإلكترونية في جانبي: المضمون واللغة الصحفية؟

٤- ما مدى إتاحة إصدارات الصحف السعودية اليومية المطبوعة على الإنترنت للاتصال التفاعلي، وما المستويات المستخدمة لتحقيق ذلك، (مباشر/غير مباشر)؟

٥- ما مدى إفادة إصدارات الصحف السعودية اليومية المطبوعة على الإنترنت، من الوسائط المتعددة في تقديم خدماتها الصحفية؟

٦- ما توقيت نشر الإصدارات الإلكترونية اليومية للصحف السعودية، وما مدى التزام الصحف بتحديث موادها الإخبارية؟

الإطار المرجعي للدراسة:

- الصحافة على الإنترنت:

رغم أن الصحافة الإلكترونية عرفت في منتصف عام ١٩٧٠م، عبر استخدام تقنية الفيديوتكست، إلا أن هذا المجال لم يلق الاهتمام المطلوب من الباحثين إلا بحلول عام ١٩٨٠م[١١]، ولقد جاء ظهور الصحافة الإلكترونية في شكلها الحديث، استجابة للتغيرات التي شهدتها بيئة الاتصال الجماهيري، بظهور

شبكة الإنترنت التي عرفت في الولايات المتحدة الأمريكية عام ١٩٦٩م[١٢]، وما ترتب على هذه الشبكة من استخدامات إعلامية ضخمة، أثرت في معطيات الوسائل التقليدية، وبخاصة الصحافة المطبوعة، مهنياً واقتصاديا، خاصة بعد أن استطاعت شبكة الإنترنت في فترات ازدهارها ،التي بدأت في النصف الثاني من العقد الماضي، أن تؤسس لنفسها قاعدة كبيرة من جماهير الجيل الجديد.

وتعد صحيفة "هيلزنبورج إجبلاد" السويدية أول صحيفة إليكترونية تصدر على الإنترنت[١٣]، أعقبها صدور العديد من الصحف في تنامي مطرد فبينما لم يكن عدد هذه الصحف يزيد عن ١٠ صحف مع مطلع عام ١٩٩٠م [١٤]تضاعف هذا الرقم بشكل مذهل حتى بلغ ٢٢٠٠ صحيفة بحلول عام ١٩٩٦م[١٥]، مع تضاعفه مرة أخرى ليصل في شهر إبريل من عام ٢٠٠٠م إلى ٤٥٠٠ صحيفة،[١٦]يتركز أغلبها في الولايات المتحدة الأمريكية وكندا واستراليا[١٧].

ومن جهتها فقد سعت الصحف العربية المطبوعة للإفادة من شبكة الإنترنت في نشر نسخ إليكترونية من إصداراتها المطبوعة، وقد تم ذلك بدءاً من شهر سبتمبر من عام ١٩٩٥م، حيث ظهرت النسخة الإلكترونية من صحيفة الشرق الأوسط في التاسع من الشهر نفسه[١٨]، تلتها صحيفة النهار اللبنانية في الأول من شهر فبراير عام ١٩٩٦م[١٩]، ثم توالى صدور هذه النسخ لتبلغ في منتصف عام ٢٠٠٠م ٢٦ نسخة[٢٠]، وتعد صحيفة الجزيرة أول صحيفة سعودية تنشر نسخة إليكترونية من إصدارها المطبوع على الإنترنت وكان ذلك بتاريخ ١٦ إبريل ١٩٩٧م

ـ بواعث إصدار الصحف المطبوعة لنسخ إليكترونية:

شهدت صناعة الصحافة المطبوعة خلال السنوات الأخيرة جملة من التحديات الاقتصادية والبيئية، إضافة إلى تأثرها المباشر بالتغيرات التي عرفتها بيئة الاتصال الجماهيري الحديث، التي أدت إلى سيادة الأنماط الإلكترونية وتمكنها من كسب قطاعات من جماهير الوسائل التقليدية، فقد ارتفعت تكلفة المواد الأساسية اللازمة لإنتاج الصحف: الورق، الأحبار ، وآلات الطباعة بشكل كبير جداً[٢١]، كما ارتفعت في الوقت نفسه تكلفة التجهيزات التقنية اللازمة لإنتاج هذه الصحف[٢٢]، وباتت الصحف المطبوعة تواجه العديد من التحديات البيئية مثل التأثيرات السلبية لصناعة الورق ومخلفات صناعة الصحافة على البيئة الطبيعية، كما أدت التغيرات التي عرفتها الصحافة المطبوعة إلى ظهور عدد من المؤشرات، من أهمها:

- انخفاض التوزيع

من المؤكد أن التغيرات التي شهدتها علاقة الجماهير بالوسائل الاتصالية قد أدت إلى تناقص أعداد قراء الصحف في مختلف أنحاء العالم، وبالذات في الدول المتقدمة التي تتوافر على خيارات اتصالية متعددة، فعلى سبيل المثال ظل الرقم الإجمالي لتوزيع الصحف الأمريكية اليومية مستقراً عند حوالي ٥٩مليون نسخة، خلال المدة١٩٦٠- حتى اوئل عام ١٩٩٥م، رغم ارتفاع عدد سكان الولايات المتحدة الأمريكية من١٨٠ إلى ٢٦٠ مليوناً خلال المدة نفسها[٢٣]، مع انخفاض هذا الرقم ليبلغ ٥٦مليون نسخة يومياً بنهاية العام نفسه[٢٤]، وعلى الصعيد الفردي للصحف الأمريكية تشير أرقام الهيئة المهنية الأمريكية لمراقبة النشر إلى أن جريدة New York Times لوحدها فقدت ٤,٢% من قرّاء عددها اليومي، و ٥,٨% من قرّاء عددها الأسبوعي خلال عام ١٩٩٧/٩٦م[٢٥]، وفي الاتجاه ذاته يشير تقرير مركز الصحافة الأوربية إلى أن معدل القراء في أوروبا

يتناقص، ولذلك فقد خسرت الصحافة الأوربية خلال عام ١٩٩٧م وحده ١,٢ مليون قارىء[٢٦].

- تراجع العائدات الإعلانية

أدى انخفاض أرقام توزيع الصحف المطبوعة إلى انخفاض ملحوظ في إقبال المعلنين على الإعلان فيها وتوجههم إلى الإعلان في الوسائل الإلكترونية التي تعد أكثر جاذبية للجماهير المعاصرة ، حيث بلغ الدخل الإعلاني لشبكة الإنترنت خلال عام ١٩٩٨م ملياري دولار[٢٧]، وتتوقع دراسة اقتصادية أعدتها شركة E marketer، أن يتضاع ف الانفاق الإعلاني على شبكة الإنترنت ليصل إلى ٨,٢ مليارات دولار في عام ٢٠٠٢م، مع تزايد هذا الرقم ليصل إلى ٩,٢ مليارات دولار خلال العام التالي ٢٠٠٣م، وتتوقع الدراسة ذاتها أن حجم الإنفاق الإعلاني على الشبكة سيصل بحلول عام ٢٠٠٥ م إلى ١٣,٥ مليار دولار[٢٨] وتبعاً لتطور الإنفاق الإعلامي على الشبكة تتوقع دراسة أعدتها مؤسسة New Media Research أن يخسر الإعلام المطبوع ١٨% من حصته الإعلانية[٢٩].

ولقد تحولت هذه التحديات - إضافة إلى سعي الصحف المطبوعة للإفادة من توصيات الدراسات الحديثة الداعية لوجوب الاهتمام بكسب الجيل الجديد من الجماهير الذي اجتنبته الأنماط الاتصالية التقنية الحديثة[٣٠]- إلى محفزات دفعت هذه الصحف للإفادة من الاتصال الإليكتروني الذي أتاحته شبكة الإنترنت، عبر إصدار صحف أو نسخ إليكترونية من إصداراتها المطبوعة. ولعل هذا يتأكد مما انتهت إليه إحدى الدراسات التي أجريت عام ١٩٩٧م، من أن ٧٧% من الصحف الأمريكية المطبوعة تنشر نسخاً إليكترونية من إصداراتها المطبوعة[٣١].

- السمات الاتصالية للصحافة الإلكترونية:

تتسم الصحافة الإليكترونية بعدة سمات اتصالية تنطلق من القدرات التي تتيحها شبكة الإنترنت، وتعد هذه السمات بمثابة المعالم المميزة للنشر على هذه الشبكة، ولذلك فإن نجاح الإصدارات الصحفية على شبكة الإنترنت يقتضي فهم هذه السمات والعمل على الإفادة الوظيفية منها لتقديم نمط اتصالي جديدة يتناسب مع الطبيعة الحديثة للنشر الإليكتروني، وتتمثل أهم السمات في:

١- الاتصال التفاعلي:

يتمثل هذا النمط من الاتصال في المواقف الاتصالية التي ينتج عنها تبادل الأدوار بين المشاركين فيها، وتأثر كل طرف بمعطيات الطرف أو الأطراف الأخرى[٣٢]، وتعد الصحف الإلكترونية إحدى أهم وسائل الاتصال الجماهيري التي باتت تتوافر على الاتصال التفاعلي الذي كان يعوز الممارسات التقليدية لهذه الوسائل، على رغم تأخر إفادتها من هذه السمة مقارنة بمواقع تقديم الخدمات الإخبارية على الشبكة[٣٣]، ولقد تحقق هذا البعد للصحف الإلكترونية بفضل إفادتها من إمكانات الربط الإليكتروني التي أتاحتها شبكة الإنترنت بين الشبكات الرئيسة لهذه الصحف وأجهزة القراء الحاسوبية.

وعلى رغم صعوبة التحديد الدقيق للمقصود بالاتصال التفاعلي الذي تتيحه الصحافة الإلكترونية، إضافة إلى صعوبة القطع بأساليب محددة لتحقيقه، إلا أن من المؤكد أن ما تقدمه الصحافة الإلكترونية في هذا المجال يمثل نقلة كبيرة تستهدف السماح للقراء للتعبير عن آرائهم من خلال اتصالهم بالمحررين والكتاب عبر العديد من الأنماط التفاعلية التي تتيحها هذه الصحف لقرائها، ولعل في هذا ما حدا بأحد الباحثين إلى التأكيد على أن تطبيقات الاتصال التفاعلي، المتاحة في الصحافة الإلكترونية الحديثة، تمكن القراء من المشاركة الفاعلة في صنع المادة الصحفية المنشورة عبر الشبكة، وليس مجرد التعرض لها[٣٤].

ووفقاً لما سبق وعلى رغم عدم القدرة على القطع بالأساليب المستخدمة لتحقيق الاتصال التفاعلي في الصحافة الإلكترونية إلا أنه يمكن تقسيم التفاعلية التي تتم في هذا النمط من الاتصال إلى قسمين رئيسين هما:

أ - الاتصال التفاعلي المباشر :

وهو النمط الذي تتحقق فيه التفاعلية بشكل مباشر، ويتم عبر مشاركة القراء في غرف الحوار (Chat Room) التي تنشئها الصحف لتبادل الحوار بين المحررين والقراء حول القضايا المختلفة التي تطرحها للنقاش، كما تتيح بعض الصحف، من خلال هذا الغرف، الفرصة للقراء للتحاور حول القضايا المطروحة وتبادل الآراء فيما بينهم، [٣٥] مع عمل الصحف على نشر ما يدور من نقاشات عبر مواقعها، كما تعمل بعض الصحف الإلكترونية على تحقيق الاتصال التفاعلي المباشر من خلال خدمة المرسال، Messenger التي تسهم في تحقيق الاتصال المباشر بين مسؤولي الصحيفة ومحرريها ومراسليها، كما تتيح للمحررين إمكانية الاتصال المباشر بمصادرهم لإجراء الأحاديث الصحفية مثلاً، حيث يكتب المحرر أسئلته لتظهر مباشر على شاشة المصدر الذي يجيب عنها بشكل مباشر وتظهر أمام الصحفي على الشاشة، ولقد أفادت الصحف العربية الإلكترونية من هذه الخدمة[٣٦]، كما يمكن للصحف الإلكترونية الإفادة من خدمة الاجتماع على الشبكة Netmeeting، التي تمكن من الاتصال المباشر بمصدر أو أكثر في الوقت نفسه، بشكل مرئي وغير مرئي، كما يمكن الإفادة من هذه الخدمة التفاعلية في عقد الاجتماعات الإلكترونية بين المحررين.

ب - الاتصال التفاعلي غير المباشر:

ويقصد بهذا النوع: الاتصال الذي يتم بين الصحيفة وقرائها ومحرريها بشكل غير مباشر، بحيث تستقبل الرسائل ثم يتم الرد عليها بعد ذلك، وتتمثل أهم خدمات الاتصال غير المباشر التي تتيحه الصحف الإلكترونية في البريد الإليكتروني e-mail الذي يعد من أقدم تطبيقات الإنترنت، حيث عرف في بداية

السبعينات، ويسمح البريد بإرسال القراء رسائل إليكترونية تحمل تساؤلات أو انتقادات أو تعليقات أو طلبات إلى الصحف الإلكترونية التي يتعرضون لها، ثم تعمل الصحف على الرد على ما ورد في هذه الرسائل بشكل آلي وقد تنشر ما ورد في بعضها في مواقع معينة من صفحاتها، كما تتيح خدمة البريد الإليكتروني مشاركة القراء في الاستفتاءات التي تطرحها بعض الصحف، وإلى جانب هذه الخدمة يمكن لقراء الصحف الإلكترونية التواصل غير المباشر مع صحفهم من خلال المشاركة في المنتديات الحوارية التي تطرحها الصحف حول بعض المجالات ذات العلاقة باهتمامات قرائها، وتعمل هذه المنتديات وفق تقنية Bulletin Board System، التي تتيح للصحف التحكم في المشاركات الواردة إليها بالتعديل أو الحذف إن لزم الأمر، وتعمل بعض الصحف الإلكترونية على تحقيق التفاعل غير المباشر مع قرائها ومحرريها ومصادرها عبر القوائم البريدية Mailing list، مثلما يحصل في صحيفة New York Times ، مثلاً التي تعمل على تزويد المشتركين فيها عبر البريد الإليكتروني بعناوين الموضوعات التي تطرحها وتتلقى منهم بالطريقة نفسها ملحوظاتهم وتساؤلاتهم ومشاركاتهم وطلباتهم حول هذه الموضوعات.

٢- العمق المعرفي:

تتميز الخدمات الصحفية المقدمة في الصحف الإلكترونية بالعمق والشمول ويتهيأ ذلك من اتساع المساحة المتاحة لهذه الصحف، حيث لا ترتبط الصحف الإلكترونية، شأنها في ذلك شأن كل المواقع الإلكترونية، بقيد المساحة كما في الصحف المطبوعة[٣٧].

وإلى جانب توافر المواد الصحفية المنشورة في الصحف الإلكترونية على قدر معرفي مناسب تعمل هذه الصحف عبر ما تقدمه من خدمات إضافية على تقديم عمق معرفي إضافي للمواد المنشورة فيها، وتستهدف الخدمات الإضافية تقديم خلفيات الأحداث وربطها بالقضايا أو الموضوعات المتعلقة بها، ويتم ذلك من خلال سماح النمط الإليكتروني المستخدم في تصميم الصحف الإلكترونية، بانتقال

القراء بمجرد الضغط على أيقونة خاصة بذلك إلى خدمات معرفية أخرى تقدمها الصحيفة نفسها، يتمثل أهمها في:

- تصفح موضوعات صحفية أخرى مقالات، تحليلات،... ، ذات علاقة بالموضوعات التي يطالعونها.
- العودة لأرشيف الصحيفة، حيث تتيح بعض الصحف إمكانية استعادة أعدادها الماضية لمدة تصل إلى ٥سنوات.
- النفاذ لمركز المعلومات الخاص بالصحيفة للاستزادة حول بعض المواد المنشورة في العدد نفسه.
- الإطلاع على عدد من الطبعات التي تصدرها الصحيفة، وبخاصة التي لها أصل مطبوع، حيث تنشر بعض الصحف طبعاتها المحلية إلى جانب طبعاتها الدولية أو المركزية ليتسنى لقرائها في كل مكان الاطلاع على طبعاتها المختلفة [٣٨].

وبالإضافة إلى هذه الخدمات تتيح الصحف الإلكترونية عدة روابط تتناسب مع اهتمامات هذه الصحف وتلبي حاجات قرائها، ويتأتى ذلك لصحف الإلكترونية تبعاً للمرونة التي تتوافر عليها شبكة الإنترنت ولضخامة ما تضمه من مواقع بلغت أكثر من بليون موقع خلال عام ٢٠٠٠م[٣٩]، تتنوع خدماتها بين المكتبات ومراكز المعلومات الإلكترونية الحكومية والخاصة حول العالم ، إضافة إلى عدد من المواقع المتخصصة في تقديم الخدمات المالية، والرياضية، والهاتفية، وأحوال الطقس،....

٣- **المباشرة والتحديث المستمر:**

ويقصد بذلك تقديم الصحف الإلكترونية خدمات إخبارية آنية Online، تستهدف إحاطة متصفحيها بالتطورات الحالية في مختلف المجالات، وينطلق عمل الصحف الإلكترونية على تحديث خدماتها الإخبارية بشكل مستمر طوال اليوم

من رغبتها في مسايرة الطبيعة الخاصة بالإنترنت، التي تعد المباشرة إحدى أهم سماتها، وتفترض علاقة الوقت بطبيعة المحتوى المقدم في الصحف الإلكترونية نشر المعلومات واستكمالها وتحديثها بشكل دائم "فتتحول بذلك المادة الصحفية إلى تاريخ متطور... "[٤٠].

وعلى هذا يفترض النشر على شبكة الإنترنت تحديث الخدمات الصحفية المقدمة وبخاصة الإخبارية منها في مدى زمني لا يتجاور الساعة الواحدة[٤١]، وفي هذا الاتجاه تعمل الخدمة الإلكترونية لمحطة CNN التلفزيونية،CNN Interactive التي تحدث موادها الإخبارية كل عشر دقائق فقط، وتشير مع كل تحديث إلى التوقيت الذي تم فيه ذلك[٤٢]، كما تعمل النسخة الإلكترونية لصحيفة New York Times على تقديم خدمات إخبارية تتضمن متابعات مستجدة للأحداث المتغيرة طوال اليوم، حيث تقدم الصحيفة مثلاً تغطيات فورية متعمقة للأسواق المالية مع انفراد هذه النسخة بتقارير حديثة تتضمن ما ورد من مواد صحفية عقب إغلاق صفحات النسخة الورقية للطباعة [٤٣]

٤- تعدد خيارات التصفح

وترتبط هذه السمة بدور شبكة الإنترنت في توسيع المجتمع المعلوماتي[٤٤]، وإسهامها بالتالي في إحداث نظرات جديدة تدعو لمراجعة المفاهيم التقليدية للاتصال فقد أسهمت هذه التقنية في تضييق الحدود الفاصلة بين الشأن الشخصي والهم الجماهيري، حيث أدى تعدد مجالات النشر الإلكتروني على الشبكة إلى أن تجد المجموعات الإنسانية مهما قل عددها، وضاقت اهتماماتها، ما تتطلع إليه من خدمات إخبارية ومعلوماتية، حيث تسمح القدرات الحديثة للوسائط الإلكترونية لكل فئة من القراء بالحصول على مواقع إليكترونية تتضمن بيانات ومعلومات خاصة تلبي الحاجات الاتصالية لهذه الفئة[٤٥]، وذلك في "تحول جديد لوسائل الإعلام والاتصال من توجه عدد قليل من الرسائل إلى العديد من الجماهير Few

to many، إلى توجه العديد من وسائل الإعلام إلى العديد من الجمهور Many to many ، .... "[٤٦]، إضافة إلى أنه أصبح بإمكان الأفراد تلبية حاجاتهم الاتصالية بالاستفادة من خدمات الصحف التي تقدم المواد الصحفية بالطلب، والتي يطلق عليها Newspapers on Demand، كما قد يطلق عليها الصحف الافتراضية، وهي الصحف التي تتحدد المواد التي تنشرها بناء على الحاجات الاتصالية الخاصة بقرائها[٤٧].

ويتأتى للنشر الإليكتروني القدرة على إتاحة التصفح الحر أمام القراء انطلاقاً من استخدامه لنظامي الكتابة الإلكترونية ،الهيبرتكست و الهيبرميديا، اللذين يتيحان قدرات عالية من المرونة، والتنوع، إضافة إلى قابليتهما للدمج والتحول، بما يساعد على ربط النصوص المنشورة بأجزاء متعلقة بها في مواقع أخرى من الشبكة[٤٨].كما أسهم تضمن الأجهزة الحاسوبية الحديثة بشكل مجاني لبرامج التصفح عبر الإنترنت، مثل : Internet Explorer, Netscape، في تسهيل تصفح الجمهور للمواقع المختلفة عبر الشبكة[٤٩].

وتتأكد حرية التصفح التي يتيحها النشر الالكتروني في مجال الصحافة الالكترونية، من خلال ما يراه أحد الباحثين من أن أهمية الصحيفة الإلكترونية لا تتوقف عند حد ما تتوافر عليه من مضامين صحفية بقدر ما يتصل ذلك بما تتيحه من إمكان الاستزادة حول ما تقدمه من مضامين عبر التصفح غير المحدود ووفقاً لذلك فالصحيفة الإلكترونية تستهدف تقديم خبرات عريضة لقرائها أكثر من عملها على تقديم منتج إعلامي محدود[٥٠]، ولقد أدت حرية التصفح إلى أن يشعر عدد من القراء بأن ثمة جديدا في كل موضوع يطلعون عليه في هذه الصحف، حتى وإن سبق تعرضهم لموضوعات مشابهة له في صحف أو مواقع أخرى، ولذلك فإن ما يطلع عليه قراء الصحف الإلكترونية من موضوعات لا يعد بالنسبة

إليهم نهاية المطاف وإنما قد يكون نقطة بداية جديدة للبحث المتعمق عما وراء هذه الموضوعات[٥١].

٥- سهولة التعرض:

تعد سهولة التعرض أحد أهم عوامل تفضيل الجمهور للوسائل، ولذلك فإن إقبال الجماهير يزداد على الوسائل التي يقل ما يجب أن يبذلوه من جهد جسدي وعقلي لفهم واستيعاب ما تتوافر عليه من مواد، وتبعاً لما تتيحه الصحف الإلكترونية من مزايا عديدة تستهدف تسهيل عمليات التعرض لها فقد أصبحت الخيار الاتصالي المفضل للجيل الجديد من القراء الشباب ذلك أن أفراد هذا الجيل "يهتمون بالإنترنت ويميلون لتلقي الأخبار من الشاشة أكثر من الورق"[٥٢].

وتتحقق سهولة التعرض التي تتسم بها الصحف الإلكترونية من خلال التزام مضامينها بسمات تحريرية مميزة تركز على الوضوح والاختصار ة، إضافة إلى إفادة هذه الصحف من الوسائط المتعددة لدعم ما تقدمه من مضامين، وذلك وفقاً لما يلي:

- لغة تحرير الصحف الإلكترونية:

نظرا لعدم انطباق المعايير التقليدية للتحرير الصحفي على تحرير الصحف الإلكترونية، إذ "ليس من السهل نقل فضائل الدقة والتوازن، والوضوح، إلى وسيلة تقوم على أساس الإيصال السريع للأخبار وقت حدوثها"[٥٣] فإنه من المهم تميز اللغة الصحفية المستخدمة في تحرير هذه الصحف بالبساطة والوضوح والاختصار، وذلك استجابة للطبيعة الخاصة بالإنترنت القائمة على السرعة وتعدد الخيارات، وتتأكد أهمية توافر مضامين الصحف الإليكترونية على الاختصار والوضوح تبعاً لعدم توافر القراء المعاصرين، على الوقت الكافي لاستيعاب وإدراك المعاني التي قد تقدم في صياغات تقليدية تتسم بالطول والتعقيد، إضافة إلى كون قراء الصحف الإلكترونية،

وهم في الغالب من القراء صغار السن، لا يحتاجون إلى شرح الأحداث وربطها بسياقاتها التاريخية، ناهيك عن أن المعلومات تحيط بهم من كل جانب، ولذلك فإن هذا النوع من القراء يحتاج لمعلومات سريعة وبسيطة(٥٤)، وهو ما يتحقق من خلال تبسيط واختصار المضامين المنشورة في الصحف الإلكترونية.

ولتحقيق الاختصار والوضوح للمضامين المنشورة تقتضي السمات الخاصة بتحرير الصحف الإلكترونية تقسيم الرسائل الطويلة إلى رسائل قصيرة في عبارات مركزة، ولذلك ينصح الخبراء "بضرورة التأكد من عدم اضطرار المستخدم إلى النظر في غير مساحة الشاشة التي أمامه"(٥٥)، مع التنبه إلى ضرورة ألا يكون اختصار النصوص على حساب ما تؤديه من معاني، كما تقتضي هذه السمات ضرورة ارتباط العناوين بالموضوعات التي تعبر عنها بشكل دقيق، إضافة إلى أهمية تجانس العناوين المنشورة في الصحيفة مع بعضها، بما يؤدي لتفعيل دور هذه العناوين كأدوات يمكن استثمارها في مساعدة القراء على فهم النصوص وفي التنقل المنظم بين مختلف أجزاء المضامين المنشورة في هذه الصحف(٥٦).

- **استخدام الوسائط المتعددة:**

ينطلق استخدام الصحافة الإلكترونية للوسائط المتعددة، الصور المتحركة Video والثابتة Still photo، الأصوات Audio (٥٧)، المؤثرات السمعية والبصري Special effects ، من مفهوم الاتصال المصورVisual Communication

- استخدام العناصر المرئية في التعبير عن المعاني المتضمنة في الرسائل الإعلامية المقدمة-، ولقد تزايد اعتماد الصحف الإلكترونية على الوسائط المتعددة نظراً لإسهام هذه الوسائط بشكل رئيس في تسهيل التعرض لهذه

الصحف، ولذلك فقد أصبح استخدام الوسائط المتعددة أحد أهم السمات الاتصالية المميزة للصحافة الإلكترونية[٥٨].

وتكتسب الوسائط المتعددة، وبخاصة العناصر المرئية منها، أهميتها من سيادة الأنماط المرئية في مختلف أوجه الحياة، ذلك إن ٨٠% من الإطار المرجعي المتكون لدى الأفراد المعاصرين يرد من مصادر مرئية[٥٩]، كما يكتسب استخدام هذه العناصر في تصميم الصحف الإلكترونية أهمية خاصة، ترتبط بدور العناصر المرئية في تسهيل متطلبات التعرض للوسائل المختلفة، حيث تسهم الصور والألوان في تقليل الجهود التي يتعين أن يبذلها القراء لتلقي الرسائل المتضمنة في هذا النمط من الاتصال، على العكس مما يتطلبه التعرض للنصوص المكتوبة من الحاجة إلى التخيل وشكيل أجواء النص. كما تسهم الأصوات التي تستخدم في عرض مضامين الصحف الإلكترونية، مسامع من أحداث، كلمات، أعمال موسيقية أو تمثيلية،...، في دعم هذه المضامين من خلال إضافة بعض الإبعاد التأثيرية الجديدة[٦٠].

ولتحقيق الوسائط المتعددة لأدوارها الهادفة لتسهيل تعرض القراء لمضامين الصحف الإلكترونية واستيعابهم لما تقدمه من مضامين فإن من المهم، وفقاً لما أكدته إحدى الدراسات، مراعاة العادات النفسية والإدراكية للقراء عند استخدام هذه الوسائط في تصميم صفحات الصحف الإليكترونية[٦١].

وتبعاً للعرض السابق للسمات الاتصالية المميزة للصحف الإلكترونية يمكن القول بأن الإصدارات الإلكترونية على شبكة الإنترنت تنقسم بحسب مدى التزامها بهذه السمات إلى نوعين،هما:

الأول: الصحف الإلكترونية:

ويضم هذا النوع، الصحف التي تصدر عن مؤسسات صحفية لها إصدار مطبوع، ومع ذلك لا يشترك الإصدار الإليكتروني مع الإصدار المطبوع إلا في

الاسم والانتماء للمؤسسة الصحفية فقط، والصحف التي تصدر بشكل إليكتروني مستقل دون الارتباط بإصدار مطبوع بحيث تؤسس الصحيفة على أنها إليكترونية.

الثاني: النسخ الإلكترونية من الإصدارات المطبوعة:

وهي النسخ التي تصدر عن مؤسسات صحفية لها إصدار مطبوع، وبالتالي فهي بمثابة إعادة نشر ما سبق نشره في الإصدارات المطبوعة، حيث درجت بعض الصحف على الاكتفاء بتكييف نسخها المطبوعة مع متطلبات العرض على شاشات الحاسبات الآلية[٦٢]، ولم يفلح بعضها في ذلك تبعاً لعدم استيعابها لمتطلبات النشر على الشبكة مقارنة بتمكنها من النشر المطبوع[٦٣].وتنقسم هذه النسخ إلى: النسخ التي تعد بمثابة النقل الحرفي للإصدار المطبوع بعد تحويله إلى الشكل الإليكتروني، والنسخ التي تهتم فقط بالنشر الإليكتروني لموضوعات مختارة من الإصدار المطبوع.

وحتى يتحقق للنسخ الإلكترونية، التي تصدر عن مؤسسات صحفية لها إصدار مطبوع، النجاح باعتبارها صحفاً إليكترونية فإن من المهم أن تعمل هذه الصحف على مراعاة السمات الاتصالية والشكلية للصحافة الإلكترونية وأن يتسم أداؤها بأعلى درجات الوظيفية، ويقتضي ذلك أن يكون لهذه النسخ جهاز تحريري وإنتاجي مستقل، كما يتطلب ذلك انطلاق ممارساتها المهنية من:

١ــ الوعي بطبيعة الوسيلة

لما كانت الصحف الإلكترونية، التي تصدر مستقلة عن الإصدارات المطبوعة، تعد وسيلة جديدة لها سماتها الاتصالية والشكلية الخاصة، ولها جماهيرها الخاصة التي تتطلع إلى خدمات صحفية تشبع حاجاتها الاتصالية، فإن من المهم أن يعي القائمون على هذه الوسيلة أنها تتوجه لجماهير محددة، تختلف في سماتها الديموغرافية، وحاجاتها الاتصالية عن جماهير الصحف المطبوعة، ولذلك يتعين

علـيهم أن يعملوا وفقاً لما يراه مارك نشوت، مدير الإعلام الجديد في صحيفة The News & Observer "للوصول إلى أناس ليسوا من قرّاء الورق"(٦٤)، بما يقتضـية ذلـك مـن ضرورة مراعاة طبيعة الوسيلة والعمل على تحقيق أعلى درجـات الوظيفـية للإمكانات الاتصالية والشكلية التي تتيحها، مع العمل على التعرف الدقيق على الحاجات الاتصالية لجماهير الصحافة الإلكترونية، ثم العمل على تلبيتها.

١ـ السعي لكسب أسواق إعلانية جديدة:

انطلاقاً من توجه الخدمة الصحفية المقدمة في الصحف الإلكترونية لفئات جديدة مـن الجماهـير فـإن مـن المهم أن تنظر الصحف الإلكترونية، التي لها أصل مطـبوع، إلى نسختها الإلكترونية باعتبارها وسيلة إعلانية قائمة بذاتها وبطبيعة خاصـة تختلف عن الإعلان في النسخة الورقية، من حيث: الانتشار، التفاعلية، الوسائط المتعددة،... ، وذلك على العكس مما تعتقده بعض الصحف الإلكترونية التـي ما تزال تعمل بمنطق أن الإعلان في نسخها الإلكترونية يعد بمثابة القيمة المضافة للمعلنين في النسخ الورقية(٦٥)

٣- التوجه نحو تكاملية الأداء مع الصحافة المطبوعة:

نظـراً لتميز الصحافة الإلكترونية بسمات اتصالية وشكلية خاصة، فإن متطلبات نجاحهـا تتطلب توجهها نحو تحقيق التكاملية مع معطيات الصحافة المطبوعة، حيـث يسـهم العمل الإعلامي الإليكتروني والمطبوع في تقوية بعضه البعض، فيمكـن للنسـخة المطـبوعة مثلاً توجيه القراء لمتابعة تطورات الأحداث حول موضـوع ما من خلال النسخة الإلكترونية، كما يمكن للنسخة الإلكترونية الإفادة مـن العمـق الذي تتوافر عليه المواد الصحفية المنشورة في النسخة المطبوعة، وبالإضـافة لذلـك يـتحقق التكامل بين النسختين الإلكترونية والمطبوعة، التي تصـدرهما مؤسسـة واحـدة، من خلال الإفادة المشتركة من مصادر الأخبار

والصـــور والتحلـــيلات مثلاً، كما يتيح امتلاك المؤسسة لأكثر من بديل اتصالي تقوية العلاقة مع المعلنين وكسبهم للإعلان في النسخ المطبوعة والإلكترونية على حـــد ســـواء، ولعـــل هذا يقتضي نقل اتجاه العمل بين النسختين من التنافس إلى التكامل.

الدراسة التطبيقية:

- منهج الدراسة وأدوات الحصول على المعلومات:

تعد هذه الدراسة ضمن الدراسات الوصفية التقويمية، حيث عملت على التحليل الكيفي للنسخ الإلكترونية لصحف الدراسة الأربع: الجزيرة، الرياض، الوطن، عكاظ، خلال أسبوع كامل في المدة من ٢٣-١٤٢٣/١/٢٩هـــ، وقد استهدف التحليل رصد ما تتوافر عليه هذه الإصدارات من محتويات صحفية وما تقدمه من خدمات، إضافة إلى ما تتيحه من أبعاد اتصالية، وذلك بهدف التحقق من مدى التزام هذه الإصدارات بما تفرضه الطبيعة الخاصة بالصحافة الإلكترونية.

ولتحقيق متطلبات التحليل تم تصميم صحيفة تحليل كيفي اشتملت على السمات الاتصالية للصحافة الإلكترونية، وللتعرف على أهداف الإصدارات الإلكترونية لصحف الدراسة والأساليب التي تتبعها هذه الصحف لتحقيق أهدافها، إضافة إلى مدى اتساق واقع هذه الإصدارات مع ما تفترضه الطبيعة الاتصالية للصحف الإلكترونية من وجهة نظر القائمين بالاتصال فيها، فقد عمل الباحثان على مسح آراء المسؤولين عن الإصدارات الإلكترونية في الصحف الأربع، عبر إجراء مقابلات مقننة [٦٦] مع المسؤولين المباشرين عن هذه الإصدارات[٦٧].

عرض نتائج الدراسة:

ظهور النسخ الإلكترونية للصحف السعودية وأهدافها:

سبقت الإشارة إلى أن صحيفة الجزيرة هي أول الصحف السعودية التي أصدرت نسخة إليكترونية من إصدارها المطبوع، وقد تم ذلك في١٦ إبريل عام ١٩٩٧م،

وقد مرت النسخة الإلكترونية من الصحيفة بعدة تطورات أهمها تحول تحميل مواد النسخة على الشبكة من صيغة الصور إلى صيغة النصوص بعد توافر أنظمة دعم اللغة العربية على نطاق واسع، وبخاصة في الدول غير العربية، كما تمت إضافة العديد من المواقع الفرعية للنسخة[٦٨]، وتعد صحيفة الرياض ثاني الصحف السعودية التي تصدر نسخة إليكترونية وكان ذلك في الأول من شهر مارس ١٩٩٩م، وقد مرت النسخة بتسع مراحل تطورية خلال سنوات عمرها الثلاث واستهدفت هذه المراحل إضافة مواقع جديدة للنسخة إضافة إلى استحداث بعض الخدمات التفاعلية وتعمل الصحيفة حالياً على إعداد تطوير لنسختها الإلكترونية يشمل الخدمات، والشكل، إضافة إلى آليات العمل[٦٩]، وفي اطراد لصدور النسخة الورقية لصحيفة الوطن، التي تعد أحدث الصحف السعودية، جاء صدور النسخة الإلكترونية للصحيفة في الأول من شهر نوفمبر عام ٢٠٠٠م، وقد مرت النسخة رغم حداثتها بتطويرين استهدفا إضافة أرشيف الصحيفة واستحداث خدمة استطلاعات الرأي، وتعتزم الصحيفة تطوير نسختها الإلكترونية كل عام[٧٠]، وأخيراً أصدرت صحيفة عكاظ نسخة إليكترونية من إصدارها المطبوع بدءاً من اليوم الأول من عام ٢٠٠١م، وقد تمت إضافة أرشيف الصحيفة في فترة تالية [٧١].

وتتركز أهداف صدور النسخ الإلكترونية من الصحف السعودية، على العكس مما تفترضه الطبيعة الخاصة بالصحف الإلكترونية من تقديم نمط اتصالي جديد، في خدمة الإصدار المطبوع والترويج له، حيث تستهدف جميع النسخ التواصل مع قراء النسخ المطبوعة من الصحف السعودية داخل المملكة وخارجها، وخدمتهم عبر تسهيل حصولهم على الصحيفة، في أوقات مبكرة من اليوم، إضافة إلى تغطية النقص في بعض مناطق التوزيع داخل المملكة وخارجها[٧٢]، وإلى جانب خدمة إصداراتها المطبوعة تستهدف النسخ الإلكترونية للصحف

السعودية مواكبة تقنيات النشر الإلكتروني الحديثة، إضافة إلى تقديم بعض الخدمات التفاعلية التي لا يمكن توفيرها عبر النسخ المطبوعة[٧٣]، وتنفرد صحيفة الرياض باستهداف تحقيق عائد مادي من النسخة الإلكترونية عبر نشر الإعلانات التجارية[٧٤].

الخدمات الإخبارية للنسخ: مباشرتها وتحديثها:

كشفت الدراسة التحليلية أن النسخ الإلكترونية من الصحف السعودية، لا تتوافر على المباشرة، من حيث نشر الأحداث وقت وقوعها، وتبعاً لمدى تحديث هذه النسخ طوال اليوم فقد كشفت الدراسة التحليلية عن عدم توافر الصفحات الرئيسة للنسخ الإلكترونية للصحف السعودية على ما يشير إلى عمل هذه النسخ على تحديث خدماتها الإخبارية، وتبعاً لذلك فلا تتضمن هذه النسخ ما يشير إلى مواعيد التحديث. وعلى العكس مما كشفت عنه الدراسة التحليلية يؤكد مسؤولو هذه النسخ، باستثناء صحيفة الوطن، عمل صحفهم على تحديث خدماتها طوال اليوم وبمعدلات متفاوتة، ما بين تحديث صحيفة الرياض لخدماتها على مدار الساعة من خلال موقع "الرياض إكسبرس[٧٥]، وثلاث مرات يومياً كما في صحيفة الجزيرة، مع عمل الصحيفة على التحديث الدائم لأسعار الأسهم والعملات والنفط.

وتبعاً لإشكاليات التحديث، ولكون النسخ الإلكترونية تستهدف في المقام الأول دعم الإصدارات المطبوعة، تبدو المواعيد اليومية لتحميل هذه النسخ مرتبطة بمواعيد الانتهاء من طباعة الطبعات الأخيرة من الإصدارات المطبوعة ووصولها للأسواق، وفي هذا الاتجاه وعلى رغم تميز صحيفة الجزيرة بكونها الأسرع في تحميل نسختها الإلكترونية على الشبكة حيث يتم ذلك قبل الساعة الثانية عشرة مساءً، بتوقيت المملكة، إلا أن تصفح هذه النسخة يقتصر على القراء خارج المملكة، في حين لا تتاح هذه النسخة للقراء داخل المملكة إلا عند

السابعة صباحاً، ولذلك تعد النسخة الإلكترونية من صحيفة عكاظ أسرع النسخ الإلكترونية من حيث إتاحتها للقراء داخل المملكة حيث يحمل عددها اليومي عند الساعة الواحدة صباحاً، تليها صحيفة الرياض التي تحمل عددها اليومي عند الساعة الثالثة صباحاً تقريباً، ثم النسخة الإلكترونية لصحيفة الوطن التي تحمل على الشبكة في الخامسة صباحاً.

العمق المعرفي الذي تتيحه النسخ:

استهدفت الدراسة التعرف على العمق المعرفي الذي تتيحه الإصدارات الإلكترونية للصحف السعودية موضوع الدراسة، وما تتيحه هذه الإصدارات من وسائل وخدمات صحفية تستهدف تعميق معرفة القراء بالموضوعات التي تنشرها، وقد جاءت النتائج على النحو التالي:

أ- العمق المعرفي المقدم:

ظهر للباحثين، من خلال المقابلات التي تمت مع المسؤولين عن هذه الإصدارات، أن هناك تشابهاً كبيرا بين العمق المعرفي الذي تقدمه الصحف لقرائها، حيث تبين أن ما تقدمه جميع الإصدارات الإليكترونية، موضوع الدراسة، من خدمات معرفية لا يختلف عن ما يقدم في النسخة المطبوعة من هذه الصحف.وذلك على رغم أهمية تميز النسخ الإلكترونية بمضمون خاص يتميز بعدم محدودية اهتماماته، ولذلك فقد أكدت الدراسة التحليلية، أن المضمون المنشور في النسخ الإلكترونية من الصحف السعودية يتسم بالإغراق في المحلية، نتيجة إعادة نشر هذه النسخ للموضوعات نفسها المنشورة في النسخ المطبوعة بشكل حرفي، فما ينشر في النسخة الإليكترونية من صحيفة الجزيرة مثلاً هو كل ما تنشره الصحيفة في إصدارها المطبوع عدا الإعلانات التجارية، إضافة إلى بعض المواد الأخرى الخاصة بالنسخة الإلكترونية، والمتمثلة في بعض الخدمات

السابعة صباحاً، ولذلك تعد النسخة الإلكترونية من صحيفة عكاظ أسرع النسخ الإلكترونية من حيث إتاحتها للقراء داخل المملكة حيث يحمل عددها اليومي عند الساعة الواحدة صباحاً، تليها صحيفة الرياض التي تحمل عددها اليومي عند الساعة الثالثة صباحاً تقريباً، ثم النسخة الإلكترونية لصحيفة الوطن التي تحمل على الشبكة في الخامسة صباحاً.

العمق المعرفي الذي تتيحه النسخ:

استهدفت الدراسة التعرف على العمق المعرفي الذي تتيحه الإصدارات الإلكترونية للصحف السعودية موضوع الدراسة، وما تتيحه هذه الإصدارات من وسائل وخدمات صحفية تستهدف تعميق معرفة القراء بالموضوعات التي تنشرها، وقد جاءت النتائج على النحو التالي:

أ- العمق المعرفي المقدم:

ظهر للباحثين، من خلال المقابلات التي تمت مع المسؤولين عن هذه الإصدارات، أن هناك تشابهاً كبيرا بين العمق المعرفي الذي تقدمه الصحف لقرائها، حيث تبين أن ما تقدمه جميع الإصدارات الإليكترونية، موضوع الدراسة، من خدمات معرفية لا يختلف عن ما يقدم في النسخة المطبوعة من هذه الصحف.وذلك على رغم أهمية تميز النسخ الإلكترونية بمضمون خاص يتميز بعدم محدودية اهتماماته، ولذلك فقد أكدت الدراسة التحليلية، أن المضمون المنشور في النسخ الإلكترونية من الصحف السعودية يتسم بالإغراق في المحلية، نتيجة إعادة نشر هذه النسخ للموضوعات نفسها المنشورة في النسخ المطبوعة بشكل حرفي، فما ينشر في النسخة الإليكترونية من صحيفة الجزيرة مثلاً هو كل ما تنشره الصحيفة في إصدارها المطبوع عدا الإعلانات التجارية، إضافة إلى بعض المواد الأخرى الخاصة بالنسخة الإلكترونية، والمتمثلة في بعض الخدمات

الإعلانية الخاصة بالنسخة الإليكترونية، إضافة إلى بعض الخدمات الصحفية التي سيأتي ذكرها لاحقاً.

ولا يمكن بحال اعتبار ذلك تميزا للمضمون الصحفي الإلكتروني للصحيفة. وبخاصة إذا ما أضفنا لذلك ما ذكره مسؤول النشر الإلكتروني في الصحيفة من أن المهام التحريرية لجهاز إنتاج النسخة الإليكترونية في الصحيفة تقتصر على تحرير الموضوعات التقنية والمعلوماتية.

وفي صحيفة الرياض، ووفقاً للمسؤول عن النسخة الإليكترونية للصحيفة فإن جهاز إعداد النسخة الإلكترونية يتولى إعادة صياغة بعض العناوين فقط بما يتناسب مع النشر الالكتروني، كما يقوم هذا الجهاز بدمج الأخبار التي تتقارب مضامينها، وانطلاقاً من هذه النتيجة يتبين عدم تميز النسخة الإليكترونية بمضامين خاصة حيث يبلغ المضمون المنشور في النسخة الإلكترونية ٧٥ % من مضمون النسخة الورقية، حتى أن الأخبار تنشر كاملة.

وتأكيداً لعدم تميز النسخة الإليكترونية من صحيفة عكاظ بمضامين خاصة بها يرى المسؤول عن هذه النسخة أن المهام التحريرية التي يقوم بها جهاز إعداد النسخة تنحصر في تبسيط واختصار مضامين النسخة المطبوعة لتتناسب مع طبيعة قارئ النسخة الإلكترونية. وفي صحيفة الوطن لا يتولى جهاز إعداد النسخة الإلكترونية أي مهام تحرَيرية، مما يشير إلى أن مهمة النسخة الإليكترونية النشر الحرفي لمضمون النسخة المطبوعة.

ب ــ وسائل تعميق المعرفة:

يعتقد الباحثان أن الإنترنت تتيح إمكانية عالية جدا لتعميق المعرفة بالأشياء التي تنشر عبرها. وذلك انطلاقا من الطبيعة المرنة والسهلة للتنقل عبر عدد من الروابط من موقع إلى آخر ومن صفحة إلكترونية إلى أخرى دون أن يأخذ ذلك مساحات كثيرة في الصفحات الرئيسة التي تتضمن تلك الروابط. ولهذا، يمكن

القـول إن القـدرة على تعميق المعرفة تعد واحدة من سمات النشر الإليكتروني عبر الشبكة، الذي يتيح إمكانية تعميق المعرفة حول الموضوعات المنشورة من خلال وسائل كثيرة أهمها:

- الربط بموضوعات صحفية أخرى (مقالات، تحليلات، أحاديث ...) ذات علاقة بالموضوعات المنشورة.
- إتاحـة إمكانـية البحث في محتويات العدد نفسه والأعداد الأخرى، من خلال الأرشيف، عن موضوعات ذات علاقة بالموضوع المنشور.
- الـنفاذ لمركـز المعلومات الخاص بالصحيفة ودعم المعرفة بالموضوع المنشور.
- الإطلاع على عدد من الطبعات التي تصدرها الصحف.

غير أن الدراسة التحليلية للنسخ الإليكترونية للصحف السعودية المطبوعة تشير إلـى أن هـذه النسـخ لم تستغل هذه الخاصية الاستغلال الأمثل، حيث تبين أن الوسيلة المستخدمة في جميع الصحف موضوع الدراسة يمكن قصرها على إتاحة إمكانية البحث في محتوى العدد أو أعداد أخرى، مع تفاوت بين تلك الصحف في تقديم هذه الوسيلة. فصحيفة الجزيرة تتميز بإتاحتها لخدمتي البحث في العدد نفسه وفي الأرشيف والتفريق بينهما بشكل واضح، مع مدى زمني يبلغ أقل من سنتين بالنسبة للبحث في أرشيف الصحيفة، وتشاركها في ذلك صحيفة عكاظ ولكن دون الإشارة إلى إمكانية البحث في العدد نفسه. وتتيح صحيفة الرياض إمكانية البحث دون التفريق كذلك بين العدد نفسه أو الأرشيف. ويبلغ المدى الزمني للبحث أكثر من ثلاث سنوات. أما صحيفة الوطن فتتيح البحث في الأرشيف أيضا لمدة زمنية تقل عن عام واحد.

بالإضـافة لما ذكر هناك تميز محدود للنسخة الإليكترونية من صحيفة الرياض، في وسائل تعميق المعرفة التي تتيحها، حيث تضع الصحيفة رابطاً بجانب بعض

المقالات، يعمل على التعريف بكاتب المقال وبتقديم عدد من كتاباته السابقة، مع عدم إتاحة هذا الرابط خدمة ربط القراء بموضوعات ذات علاقة بالمقال المنشور.

ج- الخدمات الصحفية:

تميزت الصحف موضوع الدراسة بتوافر نسخها الإلكترونية على عدد من المضامين الهادفة لتقديم خدمات صحفية أخرى غير ذات علاقة مباشرة بالموضوعات المنشورة فيها، ولعل الملاحظ، في هذا الإطار، هو تفاوت الصحف من حيث نوع وطبيعة تلك الخدمات. وهذا الأمر أظهر تميزا لإحدى الصحف في جانب، بينما تميزت صحف أخرى في جوانب أخرى. فصحيفة الجزيرة تتيح للمتصفح خدمة إرسال معلومات من النسخة مباشرة إلى (صديق) على عنوانه الإلكتروني. كما تعمل الصحيفة على تمييز المواد المنشورة فيها بألوان معينة تدل على الطبعات التي نشرت فيها هذه المواد في النسخة المطبوعة، كما تتميز صحيفة الجزيرة بتقديم خدمة (جديد موقعنا) التي تستهدف التعريف بالخدمات المستحدثة التي تقدمها النسخة، غير أن الدراسة التحليلية أشارت إلى تقادم المعلومات المتاحة في هذه الخدمة حيث يتضمن هذا الموقع الإشارة إلى تقديم الصحيفة لخدمة متعلقة بمناسبة دينية مضى عليها أكثر من خمسة أشهر حين إعداد هذه الدراسة[٧٦]. وتقدم الجزيرة عددا من الخدمات الأخرى: القرية الإلكترونية، حالة الطقس والأسهم دون الإشارة إلى مدى تحديث المعلومات المتعلقة بهما، المعقب الإلكتروني (وهو موقع يعرف الجماهير بالإجراءات الرسمية المتبعة في عدد من الدوائر الحكومية المحلية)، كما تتميز هذه الصحيفة بتقديم خدمة الإعلانات المبوبة المجانية، وخدمات الربط ببعض المواقع المشهورة: ياهو، أين، مايكروسوفت...

وتقدم النسختين الإليكترونية لصحيفتي الرياض وعكاظ خدمة الربط بمواقع أخرى يمكن للمتصفح الإفادة منها في تعميق معرفته بالعديد من المجالات تشمل الموضوعات المنشورة في الصحيفة وغيرها، حيث تقدم صحيفة عكاظ مواقع لعدد من المصالح الحكومية والمجلات مع إمكانية إضافة المستخدم لمواقع أخرى، بعد إجازة الصحيفة لها، إضافة إلى تقديم الصحيفة لعدد من الخدمات هي: أرسل ملاحظاتك، كتاب عكاظ ، كما تربط الصحيفة زوار موقعها بمواقع مجلة النادي، وصحيفة سعودي جازيت، إضافة إلى الموقع العام لمؤسسة عكاظ للصحافة والنشر.

أما صحيفة الرياض فتقدم خدمة الربط بموقع صحيفة Riyadh daily ، إضافة إلى خدمات أخرى تشمل: أسعار النفط والأسهم (بعرض متحرك دون الإشارة إلى مدى تحديث المعلومات المتضمنة في هذه الخدمة)، و أخبار الطقس. أما النسخة الإليكترونية من صحيفة الوطن فتتميز بعرضها لصورة متحركة للصفحة الأولى للإصدار المطبوع بشكل يتوسط الموقع، مما يمكن معه القول بأن هذه الخدمة تضيف شيئا من إحساس القارئ بالطبيعة الورقية للإصدار الإلكتروني. كما تقدم الصحيفة خدمة الاستفتاء حول بعض القضايا والموضوعات المتغيرة، وسجل الزوار.

مدى إتاحة النسخ للاتصال التفاعلي:

سبقت الإشارة إلى أن المقصود بالاتصال التفاعلي في هذه الدراسة مدى إتاحة الصحف لخدمة التفاعل مع القراء بشكل مباشر أو غير مباشر. وقد كشفت الدراسة، في هذا الإطار عن النتائج التالية:

أ ـ الاتصال المباشر:

على الرغم من أن الطبيعة الخاصة بشبكة الإنترنت تتميز بإتاحتها لإمكانية الاتصال التفاعلي المباشر بين المستخدم والمواقع الموجودة على الشبكة، وأن

هذا التميز يعد واحدا من أهم سمات وخصائص النشر الإلكتروني، إضافة إلى أهمية تميز العمل الصحفي بالآنية والمباشرة في تلقي ونقل الأخبار والمعلومات وتبادلها مع الأطراف ذات العلاقة، إلا أن الدراسة التحليلية للصحف موضوع الدراسة كشفت عن الغياب الكامل للاتصال التفاعلي المباشر الذي يتم عبر الإفادة من خدمات غرف الحوار، Chat ، المرسال، Messenger ، الاجتماع على الشبكة، Netmeeting. وذلك على رغم ما يشير إليه مسؤول النسخة الإليكترونية لصحيفة عكاظ، من أنه يتم توظيف الاتصال التفاعلي (إلى حد ما) في النسخة عبر غرف الحوار، فقد أثبتت الدراسة التحليلية عدم استخدام الصحيفة لغرف الحوار. والشيء نفسه ينطبق على بقية الصحف التي لم تستفد من خدمات الاتصال التفاعلي المباشر.

ب- الاتصال غير المباشر:

تتميز النسخة الإليكترونية من صحيفة الرياض بتقديم خدمة (منتدى الكتاب) التي تتيح إمكانية إطلاع القراء على المقالات المنشورة فيها مفهرسة بحسب الكاتب أو الموضوع، مع إمكانية رد القراء إلكترونياً على ما تتضمنه هذه المقالات، مع نشر الردود أسفل المقال الأصل ليمكن الإطلاع عليها من قبل القراء. أما النسخ الأخرى من الصحف السعودية فيقتصر تفاعلها مع القراء على البريد الإلكتروني، وعلى رغم إمكانية استخدام البريد الإليكتروني من قبل القراء لإرسال بعض المشاركات الصحفية أو الاقتراحات أو الاستفسارات، إلا أن رد الصحف على ما يرد فيها يتم بطريقة غير مباشرة تخضع للتحكم عبر (The Webmaster)، مما يعني فقد المباشرة والآنية في هذه الخدمة.

ولعل في النتيجتين السابقتين ما يدل على أن الإصدارات الإليكترونية للصحف السعودية لم تعطي أهمية خاصة للطبيعة الخاصة بالشبكة التي تتيح

مجالات رحبة واسعة للتواصل والتفاعل المباشر وغير المباشر، حيث لاحظ الباحثان غياب أنماط كثيرة أخرى للاتصال غير المباشر على نحو المنتديات في معظم الصحف، وكذلك القوائم البريدية للقراء التي يمكن من خلالها التفاعل مع جمهور الصحيفة أولا بأول ولو بطريقة غير مباشرة. وذلك على رغم أهمية هذا الأمر، واحتياج الصحف الإليكترونية إليه.

مدى سهولة تعرض للنسخ :

أ ـ اللغة الصحفية:

تمت الإشارة في الإطار المرجعي للدراسة إلى بعض الاعتبارات المهمة عند صياغة مضامين الصحف الإلكترونية. وقد أشارت الدراسة التحليلية إلى نتائج مهمة مرتبطة باللغة الصحفية المستخدمة في النسخ الإلكترونية للصحف المدروسة، فقد دلت النتائج على أن اللغة الصحفية اتسمت بسمات مشتركة بشكل كبير. وشمل ذلك العناوين المستخدمة من حيث مناسبة طولها ومدى سهولتها، من ناحية، ومن ناحية ثانية، المتون الصحفية من حيث مناسبة طولها ومدى سهولتها. فقد أشارت تلك النتائج إلى أن العناوين، بشكل عام، تعد مناسبة من حيث الطول وسهلة من حيث الصياغة، فيمكن قراءة العناوين كاملة دون الحاجة إلى تحريك مستوى الشاشة من أي اتجاه، كما اتسمت العناوين بسمات الصياغة الصحفية السهلة التي تتناسب مع الطبيعة الخاصة بالنشر الإليكتروني، تلك الإيجابية في صياغة العناوين لا تنطبق، من وجهة نظر الباحثين، على المتون، ففي حين يمكن القول بسهولة الصياغة الصحفية لمتون الأخبار والمواد المنشورة إلا أن تلك المتون تتسم بسمتين مهمتين:

الأولى: كونها في معظم الأحيان نسخة كاملة من النص المنشور في النسخة الورقية، وفي هذا دلالة واضحة على عدم مراعاة الخصائص والسمات الخاصة

بالنشر الإلكتروني، من حيث ضرورة التركيز والاختصار والمباشرة في نقل الفكرة.

الثانية: أدت السمة الأولى المشار إليها إلى بروز سمة أخرى تتعلق بطول النصوص المنشورة في صحف الدراسة، وخاصة في التقارير والتحقيقات والأحاديث الصحفية، حيث يزيد المتن ليصل إلى ثلاثة أو أربعة أضعاف مساحة شاشة الحاسب مما يعني ضرورة تحريك النص على الشاشة لإكمال قراءته.

وتبعاً لذلك، يمكن القول بأن، متون المواد الصحفية المنشورة في النسخ الإليكترونية للصحف السعودية طويلة، بشكل عام، فيما عدا متون الصفحة الرئيسة للنسخة. وقد لاحظ الباحثان أيضا، أن متون الصفحة الأولى (والتي تستخدم غالبا كمؤشرات للموضوعات المنشورة في النسخة بحيث يتم الانتقال منها عبر رابط معين لقراءة هذه الموضوعات كاملة)، تأتي مبتسرة في معظم الصحف المدروسة، ومنقوصة، ولا تعتمد على رؤية مهنية قائمة على الاختصار والتركيز، بحيث يمكن للقارىء الاكتفاء بها، أو الانتقال للرابط للاستزادة، بل هي غالبا ما تكون الأسطر الأولى من النص، وبالتالي فلا تقدم المعلومة كاملة على الإطلاق.

ب- استخدام الوسائط المتعددة:

تعد الإصدارات الإليكترونية للصحف السعودية فقيرة، بشكل واضح، من حيث استخدام الوسائط المتعددة وتوظيفها لخدمة العمل الصحفي الذي تقدمه. فمع إمكانية القول بأن الإنترنت تعد بيئة ملائمة للعديد من الوسائط المرئية والمسموعة فقد تبين من الدراسة التحليلية للنسخ المنشورة، إضافة إلى ما أفاد به المسؤولون عن الإصدارات الإليكترونية للصحف السعودية من أن استخدامهم للوسائط المتعددة في تصميم هذه الإصدارات ليس بالشكل المطلوب، ولذلك فقد اتضح من الدراسة التحليلية أن استخدام الوسائط المتعددة في صحف الدراسة اقتصر على استخدام الحروف، والصور الفوتغرافية، الرسوم إضافة إلى بعض

المؤثرات الخاصة المرئية فقط، ويتركز ذلك في تحريك بعض النصوص (مثلما تفعل صحيفة الرياض في تحريك بعض العناوين والإعلانات في صفحتها الرئيسة) أو الصور (كما تفعل صحيفة الوطن في تحريك صورة الصفحة الأولى لنسختها الورقية التي تنشرها عادة في أعلى وسط صفحتها الرئيسة). ويعتقد الباحثان أن هذا القصور في توظيف الوسائط المتعددة ربما يعود لطبيعة الإصدارات الإليكترونية للصحف السعودية والتي يمكن اعتبارها نسخاً إلكترونية من الإصدارات المطبوعة أكثر من كونها صحفاً إلكترونية مستقلة، ولا يعتقد الباحثان ضرورة المبالغة في استخدام الوسائط المتعددة، نظرا للطبيعة الخاصة بالشبكة المتعلقة بالبطء في تنفيذ أوامر تلك الوسائط بشكل عام والتي لا تزال تعيق التوجه نحو التوظيف الكامل للإمكانيات المرئية والمسموعة التي تتيحها الحاسبات الآلية. ولكن المقصود هنا هو توظيف الوسائط بما يمكن من دعم الوظيفة الصحفية بالقدر الذي لا يتعارض مع سهولة التصفح.

الخلاصة والتوصيات:

يرى الباحثان بعد استعراضهما لإجابات المسؤولين عن النسخ الإلكترونية التي تصدرها صحف الجزيرة، الرياض، الوطن، عكاظ، وبعد تحليلهما للإصدارات الإلكترونية لهذه الصحف أنه على رغم تميز تجارب الإصدارات الإلكترونية للصحف السعودية في هذا المجال، نظراً لحداثة دخول الصحف العربية لمجال النشر الإليكتروني، حيث لم يمض على أولى التجارب العربية أكثر من سبعة أعوم، إضافة إلى سعي هذه الإصدارات لتقديم خدمات اتصالية حديثة، إلا أن هذه الإصدارات وعند تقويمها، وفقاً للسمات الاتصالية المميزة للصحافة الإلكترونية، تعد بمثابة النسخ الإلكترونية التي تم تكييفها مع النمط التقني الجديد لتقديم الخدمة الصحفية نفسها المقدمة في النسخ المطبوعة، ولذلك يصعب، كما يرى الباحثان، تصنيفها ضمن الصحف الإلكترونية، وذلك للاعتبارات التالية:

١ــ عدم تناسب أهداف الإصدارات الإلكترونية للصحف السعودية مع الطبيعة الاتصالية المميزة لشبكة الإنترنت، حيث تتركز الأهداف الرئيسة لهذه الإصدارات على تسويق الإصدارات المطبوعة من هذه الصحف، ولعل ذلك ما يتعارض مع الطبيعة الخاصة بالصحافة الإلكترونية باعتبارها نمطاً اتصالياً جديداً ومستقلاً له

أداؤه المهني الخاص، كما يتوجه لجماهير ذات سمات خاصة تختلف عن جماهير الإصدارات المطبوعة، إضافة إلى أنه يجب النظر من قبل المؤسسات الصحفية السعودية للصحف الإلكترونية باعتبارها مشروعات استثمارية مستقلة عن الاستثمار في الصحف المطبوعة(٧٧).

٢ـ محدودية المهام التحريرية التي تؤديها أجهزة إنتاج الإصدارات الإلكترونية للصحف السعودية(٧٨)، حيث تقتصر المسؤوليات التحريرية لهذه الأجهزة، في الغالب، على تلخيص بعض الموضوعات أو إعادة صياغة عناوينها ، دون العمل على إعداد موضوعات خاصة بالإصدارات الإلكترونية، بل على العكس من ذلك، يعمل محررو الإصدارات الإلكترونية على إعداد بعض المواد الصحفية للإصدار المطبوع(٧٩)، وهذه مهمة لا علاقة لها بتحرير الإصدارات الإلكترونية.

٣ـ عدم مراعاة المضمون المنشور في هذه الإصدارات للطبيعة الاتصالية الخاصة بالصحافة الإلكترونية، ويتضح ذلك مما يلي:

أ- طغيان المضمون المحلي، نتيجة لإعادة النشر الموضوعات المنشورة في النسخ المطبوعة بشكل حرفي. وهو ما لا يتفق مع سمات النشر على شبكة الإنترنت التي تتميز بتذويب الحدود وباتساع اهتمامات جماهيرها.

ب-طول متون الموضوعات المنشورة وبخاصة: التقارير، التحقيقات، الأحاديث الصحفية،...، وهو مالا يتناسب مع سمات تحرير الصحافة الإلكترونية التي تستدعي الاختصار والتركيز وعدم إرهاق القارئ بمتابعة المضمون بالتنقل بين أكثر من شاشة(٨٠).

١ـ عدم اكتمال الخدمات اللازمة لتعميق المعرفة حول الموضوعات المنشورة، حيث لا تتيح الإصدارات الإلكترونية للصحف السعودية خدمة الربط المباشر بالموضوعات المتصلة ببعضها، كما لا تمكن من النفاذ لمركز المعلومات الخاص بالصحيفة للحصول على معلومات إضافية حول الموضوعات المنشورة.

٢ـ قلة المواد الإعلانية المنشورة في هذه الإصدارات، حتى أن بعض هذه الإصدارات لا تنشر سوى إعلانات ترويجية للإصدار نفسه أو للإصدار المطبوع، الأمر الذي قد يشير إلى عدم قدرة هذه الإصدارات على الاستقلالية

بنفسها، إضافة إلى عدم قدرتها على إقناع المعلنين بتميزها كإصدار مستقل عن الإصدار المطبوع.

٣ـ ضعف خدمات الاتصال التفاعلي المتاحة في هذه الإصدارات، حيث لاوجود لخدمات الاتصال التفاعلي المباشر مثل: غرف الحوار ((Chat Room، المرسال، Messenger، الاجتماع على الشبكة Netmeeting، ولذلك تتركز استخدامات الإصدارات الإلكترونية للصحف السعودية على الاتصال غير المباشر وبخاصة البريد الإليكتروني، الذي تستخدمه جميع الصحف في تلقي مشاركات واستفسارات القراء، وفي التسجيل في سجل الزوار، أو المشاركة في الاستفتاءات كما يحصل في صحيفة الوطن، مع تميز صحيفة الرياض بوجود منتدى يجمع قراء الصحيفة بكتابها.

٤ـ عدم تحديث الإصدارات اليومية، حيث لا يوجد في النسخ الإلكترونية ما يشير إلى قيام الصحف بتحديثها ولا إلى الوقت الذي تم فيه آخر تحديث.

٥ـ عدم إفادة الصحف من الوسائط المتعددة وبخاصة الصور المتحركة والأصوات، حيث تقتصر العناصر المستخدمة في تصميم إصدارات الصحف السعودية على الحروف، والصور الفوتغرافية، الرسوم، إلى جانب استخدام بعض المؤثرات الخاصة مع العناوين والصور فقط.

ولتحقيق أعلى درجات الوظيفية للإصدارات الإلكترونية للصحف السعودية، بحيث تبدو أكثر قدرة على مواكبة الأداء المهني للصحف الإلكترونية المتقدمة يوصي الباحثان بما يلي:

١ـ ضرورة النظر إلى النشر الإليكتروني باعتباره نمطاً اتصالياً مستقلاً عن النشر المطبوع، من حيث مضامينه، وجماهيره، وباعتباره مجالاً استثمارياً جديداً، ويقتضي ذلك:

أـ عمل الصحف السعودية على تأصيل ممارساتها للنشر الإليكتروني من خلال إعادة النظر في أهداف وسياسات إصداراتها الإلكترونية بما يراعي الطبيعة الخاصة بهذه الوسيلة ويعمل على تحقيق أعلى الدرجات الوظيفية للإمكانات الاتصالية والشكلية التي تتيحها.

ب ــ انطلاقاً من الطبيعة الخاصة بالإصدارات الإلكترونية، يوصي الباحثان بضرورة العمل على استقلالية الأجهزة التحريرية والإنتاجية للإصدارات الإلكترونية للصحف السعودية، مع ضرورة السعي لتحقيق تكاملية الأداء الصحفي داخل المؤسسات الصحفية السعودية التي تنشر إصدارات مطبوعة وأخرى إليكترونية، حيث يمكن للإصدارات الإلكترونية الإفادة من الإمكانات التحريرية للإصدارات المطبوعة، مثل: المراسلين، والمندوبين، الكتاب، وكالات الأنباء، ومراكز المعلومات،... .

٢ــ أهمية عمل الصحف السعودية على تطوير إمكاناتها المعلوماتية، من خلال إنشاء مراكز معلومات حديثة، إلى جانب تطوير القائم منها حالياً، وذلك لتتواكب خدماتها المعلوماتية مع التطورات التقنية التي عرفها هذا المجال، وليتم الإفادة من المعلومات التي تتوافر عليها هذه المراكز في دعم العمق المعرفي للموضوعات المنشورة في إصداراتها الإلكترونية، بحيث يتاح لقراء هذه الإصدارات النفاذ المباشر لمراكز المعلومات الصحفية للاستزادة حول الموضوعات المنشورة.

٣ــ على رغم اتسام خدمات شبكة الإنترنت في المملكة بالبطء، فإن من المهم أن تعمل الصحف على تطوير القدرات التقنية لأجهزة إنتاج إصداراتها الإلكترونية، لتكون قادرة على الاستخدام الوظيفي للوسائط المتعددة، وبخاصة صور الفيديو، الصوت، بالقدر الذي يسهم في تسهيل تعرض القراء لهذه الإصدارات.

٤ــ سعياً لدعم خدمات الاتصال التفاعلي في الإصدارات الإلكترونية للصحف السعودية، يوصي الباحثان بضرورة تطوير الخدمات التفاعلية التي تتوافر عليها هذه الإصدارات وبخاصة المباشر منها، ويتحقق ذلك من خلال: الإفادة من غرف الحوار في إثارة النقاشات بين القراء حول القضايا والموضوعات الصحفية المهمة، ثم العمل على نشر ما يتم في هذه النقاشات، كما يوصي الباحثان بأهمية إفادة الصحف السعودية من خدمة المرسال للاتصال بمحرريها ومصادرها، إضافة إلى أهمية تفعيل خدمة الاجتماع على الشبكة لعقد لقاءات تجمع محرري الصحيفة وكتابها بقرائهم.

٥ــ وصولاً إلى المباشرة والتحديث المستمر لخدمات الإصدارات الإلكترونية للصحف السعودية، يوصي الباحثان بأهمية عمل هذه الإصدارات على تحديث

خدماتها الإخبارية بمعدل أربع مرات على الأقل يومياً، أي بواقع إضافات جديدة كـل ٨ساعات، مع أهمية الإشارة إلى توقيت آخر تحديث للنسخة في مكان بارز من الصفحة الرئيسة للإصدار.

٦ـ أهمية العمل على التعرف الدقيق على جماهير الإصدارات الإلكترونية للصحف السعودية، من حيث: سماتهم، وعاداتهم القرائية، وحاجاتهم الاتصالية، .... ، وذلك بغية إعداد مضامين وأشكال هذه الإصدارات بناء على معرفة دقيقة بالجماهير المستهدفة بعملها المهني، مع أهمية مبادرة الصحف لاستخدام أحدث أساليب وأدوات قياس مقروئية الصحف الإلكترونية.

الهوامش والمراجع:

١ ــ درويش شريف اللبان: تكنولوجيا النشر الصحفي: الاتجاهات الحديثة (القاهرة:الدار المصرية اللبنانية، ٢٠٠١) ص ١٢٣

٢ ــ يرى ذلك روبير جريديني ، المدير العام لجريدة الحياة ومجلة الوسط نقلا عن بعض المختصين ، في مداخلة له في مؤتمر التحرير السنوي الخامس لجريدة الحياة ومجلة الوسط ، بيروت ٢٩ / ١١ – ٢ / ١٢ ١٩٩٩م ، أنظر : مجلة الوسط ، العدد ٤١١ ، ١٣ / ١٢ / ١٩٩٩م ، ص ٣٠ – ٣٢ .

٣ ــ درويش شريف اللبان: تكنولوجيا النشر الصحفي: الاتجاهات الحديثة، مرجع سابق، ص ١٢٣.

٤ ــ خالد بن فيصل الفرم: "شبكة الإنترنت وجمهورها في مدينة الرياض: دراسة تطبيقية في ضوء نظرية الاستخدامات والاشباعات"، رسالة مكملة للحصول على درجة الماجستير في الإعلام، قسم الإعلام بجامعة الملك سعود ، الرياض، محرم ١٤٢٢هـ.ص ٧

٥ ــ نجوى عبدالسلام فهمي: "تجربة الصحافة الإلكترونية المصرية والعربية: الواقع وآفاق المستقبل"، المجلة المصرية لبحوث الإعلام، العدد الرابع، ديسمبر ١٩٩٨م، ص ص ٢٠٣-٢٤١.

٦ــ م.عبداللطيف بن سعد العتيق نائب رئيس تحرير صحيفة الجزيرة، والمسؤول عن النشر الإليكتروني في الصحيفة، في إجابة خاصة بالباحثين، الرياض، ١٤٢٣/٢/١١هـ.

٧ محمد المصري: مجلة الإنترنت، العدد ٢٢،مايو- يونيو ١٩٩٩م.

٨ ــ نجوى عبدالسلام فهمي، مرجع سابق، ص٢٠٦.

٩- Fayez A.ALshehri :Electronic Newspaper On The Internet: Astudy of the production And onsumption of Arab dailies on the world wide web, thesis of Doctor, Department Of Journalism Studies, University of Sheffield, UK. July٢٠٠٠.

١٠ ــ على رغم بدء صدور النسخة الإلكترونية من صحيفة اليوم إلا أنها لا تزال تحت الإنشاء و لم تطلق رسمياً بعد.

١١ Fayez A.Alshehri, : op. Cit., p ٣٨.

١٢ــ علي محمد شمو: التكنولوجيا الحديثة والاتصال الدولي والإنترنت (جدة: الشركة السعودية للأبحاث والنشر، ١٩٩٨م) ص ٢٣٢.

١٣ــ درويش شريف اللبان: تكنولوجيا النشر الصحفي: الاتجاهات الحديثة، مرجع سابق، ص ١٢٤.

١٤- Fayez A.Alshehri, : op. Cit., p ٥٤.

١٥ــ شريف درويش اللبان : تكنولوجيا الطباعة والنشر الإليكتروني : ثورة الصحافة في القرن القادم (القاهرة: العربي للنشر والتوزيع، ١٩٩٧م)، ص ١٢.

١٦- Fayez A.Alshehri, : op. Cit., p ٥٤.

١٧ـ محمد عهدي فضلي: تكنولوجيا الصحافة: أنظمة المعلومات والاتصال (القاهرة: بدون ناشر، ٢٠٠٢م) ص ٣٨.

١٨ـ درويش شريف اللبان: تكنولوجيا الاتصال: المخاطر والتحديات والتأثيرات الاجتماعية (القاهرة: الدار المصرية اللبنانية، ٢٠٠٠) ، ص ٧٦.

١٩ـ السيد بخيت: الصحافة والإنترنت (القاهرة: العربي للنشر والتوزيع، ٢٠٠٠م) ص ٧.

٢٠- Fayez A.Alshehri, : op. Cit., p ٢٣٩.

٢١ـ درويش شريف اللبان: تكنولوجيا النشر الصحفي: الاتجاهات الحديثة، مرجع سابق، ص ١٢٣.

٢٢ـ محمود علم الدين، مرجع سابق، ٢٨٨.

٢٣ـ درويش شريف اللبان: تكنولوجيا النشر الصحفي: الاتجاهات الحديثة، مرجع سابق، ص ١٢١-١٢٢.

٢٤- Guido H.Stempel III, Thomas Argrove & Joseph P.bernt: (Relation On Of Growth Of Use Of The Internet To Changes In Media Use From ١٩٩٥-١٩٩٩), J&CM Quartarly, Volvv, No.١, Spring ٢٠٠٠, . pv١.

٢٥ـ جريدة عكاظ، العدد ١١٣٨٥، ١٤١٨/٦/١٧هـ ، ص٩ .

٢٦ـ درويش شريف اللبان: تكنولوجيا النشر الصحفي: الاتجاهات الحديثة، مرجع سابق، ص ١٢٥.

٢٧ـ جريدة الرياض، العدد ١١٢٣٠، ١٤١٩/١٢/٧هـ، ص ٣٠ .

٢٨ـ جريدة الرياض، العدد ١٢٣٣٤، ١٤٢٣/١/١٨هـ، ص ٤٣ .

٢٩ـ التجارة الإلكترونية أبرز تطورات الإنترنت، مجلة الكمبيوتر والاتصالات والإليكترونيات، عدد خاص بمناسبة معرض جيتكس ٩٩، نوفمبر ١٩٩٩م، ص ١٠٨-١٠٩.

٣٠- Guido H.Stempel III, Thomas Argrove & Joseph P.bernt, : op. Cit., p ٧٢.

٣١ـ درويش شريف اللبان: تكنولوجيا النشر الصحفي: الاتجاهات الحديثة، مرجع سابق، ص ١٢٤

٣٢ـ محمود علم الدين، مرجع سابق، ص ٢٩٠.

٣٣- Fayez A.Alshehri, : op. Cit., p ٥٤.

٣٤ - http://www.alriyadh.com.sa/rnet/tah.html.٢٠٠١/٣/٢٨.

٣٥ـ عبد اللطيف ديبان العوني و عادل سراج مرداد: زمن المستقبل والعالم العربي: دراسة في مواجهة المعلوماتية والاتصال، (الرياض، دون ناشر، ١٤١٨هـ) ص٥٩-٦٠ .

٣٦ـ يشير عمار بكار الرئيس تحرير موقع باب الإليكتروني (سابقاً)، إلى استفادتهم في نشرة باب الإلكترونية من هذه الخدمة في الاتصال بمراسليهم في العديد من الدول حول العالم، مثل فلسطين التي لم يكمن من المتيسر الاتصال بها هاتفياً، كما يفيد بأنه سبق لهم الاستفادة من هذه الخدمة في إجراء حوارات عدة مع عدد من مصادرهم الصحفية:

- عمار بكار: رئيس تحرير موقع باب الإليكتروني (سابقاً)، في إجابة خاصة للباحثين حول الاتصال التفاعلي في الصحافة الإلكترونية العربية، الرياض، ١٤٢٣/٢/٩هـ.

٣٧ - Fayez A.Alshehri, : op. Cit., p ٢٤.

٣٨ ـ جريدة الشرق الأوسط ، العدد ٧٧٢٦ ، مرجع سابق ، ص ١٠.

٣٩- Fayez A.Alshehri, : op. Cit., p ٣٠.

٤٠ـ نجوى عبدالسلام فهمي، مرجع سابق، ص٢١٦.

٤١- http://www.press.umich.edu/jep/١-٤/thiel.html.

٤٢ـ نجوى عبدالسلام فهمي، مرجع سابق،٢٠٤

٤٣ـ جريدة الحياة ، العدد ١٣٤٤٠ ، ٢٥ / ١٢ / ١٩٩٩م ، ص ١٢ .

٤٤ـ خالد بن فيصل الفرم، مرجع سابق، ص ٥٨.

٤٥ـ محمد حمدي : الإعلام والمعلومات: دراسة في التوثيق الإعلامي، سلسلة بحوث ودراسات تليفزيونية ١٧ (الرياض: جهاز تلفزيون الخليج، ١٤١٦هـ)، ص٤٤ .

٤٦ـ محمود علم الدين: الصحافة في عصر المعلومات: الأساسيات والمستحدثات (القاهرة: بدون ناشر، ٢٠٠٠م) ص ٢٩١.

٤٧ـ المرجع السابق، ص ٢٩١.

٤٨ـ نجوى عبدالسلام فهمي، مرجع سابق ،ص ٢٠٨-٢٠٩.

٤٩- Fayez A.Alshehri, : op. Cit., p ٣٠.

٥٠ - http://www.press.umich.edu/jep/١-٤/thiel.html.

٥١- http://www.press.umich.edu/jep/١-٤/thiel.html

٥٢- Fayez A.Alshehri, : op. Cit., p ٣٢.

٥٣- www.middle-est.online.com

٥٤- http://www.press.umich.edu/jep/١-٤/thiel.html.

٥٥ـ فايز بن عبدالله الشهري: "استخدامات شبكة الإنترنت في مجال الإعلام الأمني" مجلة البحوث الأمنية، كلية الملك فهد الأمنية، الرياض، العدد ١٩، شعبان ١٤٢٢هـ. ص ٢٠١.

٥٦ـ نجوى عبدالسلام فهمي، مرجع سابق، ص ٢١٣.

٥٧ـ علي محمد شو، مرجع سابق، ص٢٤١.

٥٨- Fayez A.Alshehri, : op. Cit., p ٣٢.

٥٩ - Arthur Burger : Seeing is Believing : Introduction to visual communication (California : Mayfield publishing Co.).

٦٠ـ نجوى عبدالسلام فهمي، مرجع سابق،٢١١.

٦١- Vaugham,Misha Walker: Identifying regularities in users conception of information spaces: designing for structural genre conventions & mentel representations of structure for web-based newspaper, humanitties & social sciences, vol ٦١ (٢-A), aug ٢٠٠٠, p٤٠٨.

٦٢ـ جريدة الشرق الأوسط ، العدد ٧٧٢٦ ، ١٣ / ١ / ٢٠٠٠م ، ص

٦٣- Ivinski Pamela: unfit to print, Print, Vol. ٥١ Issue ٦, Nov/Dec٩٧. http://www.epnet.com/titlelists.

٦٤- Holliday, Heather: Papers, TV stations extend war to Web, Advertising Age,Vol.٧٢ Issue١٨, ٣٠/٤/٢٠٠١. http://www.epnet.com/titlelists.

٦٥- Op. cit.

٦٦ـ تم أعداد دليل المقابلة المقننة، وجرى إثباته في ملاحق الدراسة، إلى جانب استمارة التحليل الكيفي.

٦٧ـ تم إجراء مقابلة مباشرة مع المسؤولين في صحيفتي الجزيرة والرياض، فيما تم إرسال أسئلة المقابلة للمسؤولين في صحيفتي الوطن وعكاظ وتلقي الإجابات عبر البريد الإليكتروني.

٦٨ـ م.عبداللطيف بن سعد العتيق، نائب رئيس تحرير صحيفة الجزيرة، والمسؤول عن النشر الإليكتروني في الصحيفة، مرجع سابق.

٦٩ـ محمد المصري، مسؤول النسخة الإلكترونية في صحيفة الرياض، في إجابة خاصة بالباحثين، الرياض، ٢/٨/ ١٤٢٣هـ.

٧٠ـ حسام الدين صلاح، مطور ومشرف النسخة الإلكترونية لجريدة الوطن، في إجابة خاصة بالباحثين عبر البريد الإليكتروني، ١٢/٢/١٤٢٣هـ.

٧١ـ محمد المختار مسؤول النسخة الإلكترونية لجريدة عكاظ، في إجابة خاصة بالباحثين عبر البريد الإليكتروني، ١٠ /٢/١٤٢٣هـ.

٧٢ـ يرى محمد المختار مسؤول النسخة الإلكترونية لجريدة عكاظ إن ذلك يعد أحد أهداف النسخة الإلكترونية من جريدة عكاظ، ويضيف إن النسخة تستهدف اطلاع الزوار من غير القراء الدائمين لصحيفة عكاظ على محتويات الصحيفة ليكون لهم الخيار في شراء النسخة الورقية من عدمه، المرجع السابق.

٧٣ـ تتفق في ذلك صحيفتي الجزيرة والرياض.

٧٤ـ محمد المصري، مسؤول النسخة الإلكترونية في صحيفة الرياض، مرجع سابق.

٧٥ـ محمد المصري، مسؤول النسخة الإلكترونية في صحيفة الرياض، مرجع سابق. ويفيد كذلك أن الصحيفة تسعى لإحداث تطوير سيتم من خلاله تحديث الخدمات الإخبارية عبر الموقع الرئيس للصحيفة.

٧٦ـ تعد الصحيفة إمساكية شهر رمضان لعام ١٤٢٢هـ، من أبرز المستحدات التي تقدمها للقراء.

٧٧ـ بحسب إجابات المسؤولين عن الإصدارات، فإن هذه الإصدارات لاتستهدف تحقيق الربح من خلال نشر الإعلانات التجارية، باستثناء الإصدار الإليكتروني لصحيفة الرياض الذي يعد نشر الإعلانات التجارية أحد أهدافه، محمد المصري، مرجع سابق.

٧٨ـ سبقت الإشارة إلى اقتصار مهام جهاز إنتاج النسخة الإلكترونية في جريدة الوطن على الدعم الفني فقط.

٧٩ـ يحصل هذا في صحيفتي الجزيرة والرياض، وبخاصة الموضوعات المتخصصة في التقنية، الإنترنت،...،.

٨٠ـ تتطلب اللغة الخاصة بتحرير الصحف الإلكترونية عدم نشر الموضوعات الطويلة تجنباً لإرهاق القراء بمتابعة المتون الطويلة، للاستزاده، أنظر:

- فايز بن عبدالله الشهري، مرجع سابق، ص٢٠٠-٢٠١.

مواقع الصحف التي خضعت للدراسة:

جريدة الجزيرة http://www.al-jazirah.com

جريدة الوطن http://www.alwatan.com.sa

جريدة الرياض http://www.alrivadh-np.com

جريدة عكاظ http://www.okaz.com.sa

ملاحق الدراسة

الملحق رقم (١)

دليل المقابلة المقننة للمسؤولين
عن النسخ الإليكترونية للصحف السعودية المطبوعة
أداة الحصول على المعلومات الرئيسة لدراسة بعنوان:
إصدارات لصحف لسعودية لمطبوعة على الإنترنت
في ضوء لسمات الاتصالية للصحافة الإليكترونية
دراسة تقويمية

إعداد
د.عبدالله بن ناصر الحمود
عميد كلية الدعوة والإعلام بجامعة الإمام محمد بن سعود الإسلامية
د. فهد بن عبدالعزيز العسكر
الأستاذ المشارك ورئيس قسم الإعلام بجامعة الإمام محمد بن سعود الإسلامية

إبريل
٢٠٠٢م

المكرم الأخ/ المسؤول عن النسخة الإليكترونية في الجريدة حفظه الله.

السلام عليكم ورحمة الله وبركاته.

حيث نعمل على إعداد دراسة للمشاركة في مؤتمر يعقد قريباً في جمهورية مصر العربية حول التطورات التقنية للصحافة العربية، نأمل التكرم بالإجابة عن التساؤلات المرفقة، من واقع تجربة صحيفتكم الموقرة في مجال النشر الإليكتروني، مع الرجاء بسرعة الإجابة، على البريد الإليكتروني التالي:

alhumood@mail.com

وشكراً لاهتمامكم سلفاً.

الباحثان

أولاً: معلومات حول نشأة النسخة الإليكترونية وأهدافها:

١- متى تم نشر النسخة الإليكترونية من الصحيفة على الإنترنت؟

٢- ما الأهداف التي تسعى النسخة الإليكترونية من الصحيفة لتحقيقها ؟

٣- ما لتطورات التي مرت بها النسخة الإليكترونية ؟

٤- هل تعتقدون أن النسخة الإليكترونية من الصحيفة حققت أهدافها؟

٥- هل النسخة متاحة للتصفح مجاناً؟

( ) نعم ( )لا

٦- إذا كانت الإجابة (نعم)هل هناك خطط مستقبلية لفرض رسوم على تصفح النسخة؟

ثانياً: معلومات حول موعد صدور النسخة وتحديثها:

٧- متى تحمل النسخة الإليكترونية من الجريدة على الشبكة عادة؟

٨- هل تحدث النسخة أثناء اليوم؟

( ) نعم ( )لا،

٩- إذا كانت الإجابة (نعم)، ماذا يشمل تحديث النسخة؟

١٠- كم مرة في اليوم تتم عملية التحديث؟

ثالثاً: معلومات حول المضمون المنشور والخدمات المقدمة في النسخة الإليكترونية:

١١- هل يتولى جهاز إعداد النسخة الإليكترونية أي مهام تحريرية؟

( ) نعم ( )لا

١٢- إذا كانت الإجابة نعم فيم تتمثل هذه المهام؟

١٣- ما علاقة جهاز إنتاج النسخة الإليكترونية بالجهاز التحريري للنسخة المطبوعة؟

١٤- ماذا يشمل المضمون المنشور في النسخة الإليكترونية؟

١٥- هل تخص النسخة الإليكترونية بمضامين خاصة؟

( ) نعم ( )لا

١٦- إذا كانت الإجابة نعم ما هذه المضامين؟

١٧- هل يختلف تحرير النسخة الإليكترونية عن النسخة المطبوعة في الصياغة، الأسلوب، تحرير العناوين،... .؟

( ) نعم ( )لا

١٨- إذا كانت الإجابة نعم فيم يتمثل هذا الاختلاف؟

١٩- هل تقدم النسخة الإليكترونية خدمات أخرى غير المادة الصحفية؟

( ) نعم ( )لا

٢٠- إذا كانت الإجابة نعم فيم تتمثل هذا الخدمات؟

رابعاً: معلومات حول التفاعلية واستخدام الوسائط المتعددة:

٢١- هل النسخة الإليكترونية تفاعلية Interactive ؟

( ) نعم ( )لا

٢٢- إذا كانت الإجابة (نعم) ما لأنماط التفاعلية المستخدمة في النسخة الإليكترونية، البريد الإليكتروني، غرف الحوار،.... ؟

٢٣- ما مدى استخدام النسخة الإليكترونية للوسائط المتعددة Multi Media ، صور فيديو، صوت،...؟

( ) نعم ( )لا

٢٤- إذا كانت الإجابة (نعم) فيم تتمثل الوسائط المستخدمة؟

الملحق رقم (٢)

استمارة تحليل

النسخ الإليكترونية للصحف السعودية المطبوعة

أداة الحصول على المعلومات الخاصة بدراسة:

إصدارات لصحف لسعودية لمطبوعة على الإنترنت

في ضوء لسمات الاتصالية للصحافة الإليكترونية

دراسة تقويمية

إعداد

د.عبدالله بن ناصر الحمود

عميد كلية الدعوة والإعلام بجامعة الإمام محمد بن سعود الإسلامية

د. فهد بن عبدالعزيز العسكر

الأستاذ المشارك ورئيس قسم الإعلام بجامعة الإمام محمد بن سعود الإسلامية

إبريل

٢٠٠٢م

الصحيفة		
العدد		
الاتصال التفاعلي		
مدى إتاحة الاتصال التفاعلي		( ) نعم ( ) لا
مستوى التفاعلية	مباشر	Chat ( ) Netmeeting ( ) Messenger ( )

التفاعلية	غير مباشر	E-mail ( ) Forums ( ) Mailing list ( )
العمق المعرفي		
مدى إتاحة وسائل تعميق المعرفة بالموضوعات المنشورة	( ) نعم	( ) لا
الوسائل المتاحة لتعميق المعرفة ( ) الربط بموضوعات صحفية أخرى مقالات، تحليلات،... ، ذات علاقة بالموضوعات. ( ) البحث في محتويات العدد نفسه. ( ) البحث في أرشيف الصحيفة/ المدى الزمني الممكن: ( )النفاذ لمركز المعلومات الخاص بالصحيفة. ( )الإطلاع على عدد من الطبعات التي تصدرها الصحيفة. ( ) أخرى تذكر،.....		
الخدمات الصحفية المقدمة في النسخة الإليكترونية		

ثالثاً: المباشرة والتحديث المستمر		
مدى تقديم الخدمات الصحفية المباشرة	( ) نعم	( ) لا
مدى وجود ما يشير إلى تحديث النسخة	( ) نعم	( ) لا
مدى تحديد وقت التحديث	( ) نعم	( ) لا

رابعاً: سهولة التعرض			
اللغة الصحفية	طول المتون	( ) مناسب	( ) غير مناسب
	سهولة المتون	( ) سهلة	( ) غير سهلة
	طول العناوين	( ) مناسب	( ) غير مناسب
	سهولة العناوين	( ) سهلة	( ) غير سهلة
الوسائط المتعددة	مدى استخدام الوسائط	( ) مستخدمة	( ) غير مستخدمة
	الوسائط المستخدمة ( ) صور متحركة Video ( ) أصوات Audio ( ) مؤثرات خاصة Special effect ، نوعها: ( ) أخرى، تذكر:		
ملاحظات			