مجلة
البحوث الإعلامية

دورية علمية محكمة تصدر عن جامعة الأزهر

رئيس مجلس الإدارة :

الأستاذ الدكتور / أحمد عمر هاشم

رئيس التحرير :

الأستاذ الدكتور / حمدى حسن محمود

سكرتيرو التحرير :

د / محمود عبد العاطى مسلم

د / عبد العظيم إبراهيم خضر

د / محمد شعبان وهدان

د / أحمد منصور هيبه

المشرف الفنى

محمود حسن الليثى

المراسلات

توجه باسم الأستاذ الدكتور / رئيس التحرير على العنوان التالى :

جامعة الأزهر - كلية اللغة العربية بالقاهرة قسم الصحافة والإعلام - تليفون ٥١٠١٤٦٦

هيئة المحكمين

الأستاذة الدكتورة/ جيهان رشتى

الأستاذ الدكتور/ فاروق أبو زيد

الأستاذ الدكتور/ محيى الدين عبد الحليم

الأستاذ الدكتور/ كرم شلبى

الأستاذ الدكتور/ على عجوه

الأستاذة الدكتورة/ ماجى الحلوانى

الأستاذة الدكتورة/ ليلى عبد المجيد

الأستاذ الدكتور/ أشرف صالح

الأستاذ الدكتور/ عدلى رضا

الأستاذ الدكتور/ حسن عماد

جميع الآراء الواردة فى هذه المجلة تعبر عن رأى صاحبها ولا تعبر عن رأى المجلة

العدد التاسع

يوليو ١٩٩٨

مقومات تعايش الصحافة المطبوعة مع واقع الاتصال الجماهيرى الحديث

دكتور

فهد بن عبد العزيز بن العسكر (*)

تمهيد :

تطرح هذه الدراسة رؤية نظرية تستشرف قدرة الصحافة المطبوعة على التعايش مع واقع الاتصال الجماهيرى الحديث الذى عرف تغيرات عدة فرضتها التطورات التقنية التى أفادت منها وسائل ووسائط الاتصال الإلكترونية وما ترتب على ذلك من ظهور العديد من الخيارات الاتصالية التى تتسم بالتنوع وسهولة التعاطى ويتمثل المنطلق الأساس لهذه الرؤية فى ما تتوافر عليه الصحافة المطبوعة من مقومات اتصالية وشكلية تهيأ لها سبل التعايش مع الواقع الحديث للاتصال الجماهيرى . وحتى تستبين هذه الرؤية فإن الدراسة ستسعى للإجابة عن التساؤلات التالية :

١ - ما التغيرات التى شهدتها بيئة الاتصال الجماهيرى الحديث ؟

٢ - ما انعكاسات التغيرات التى عرفتها بيئة الاتصال الحديث على الصحافة المطبوعة ؟

٣ - ما مدى قدرة الصحافة المطبوعة على التعايش مع التغيرات التى شهدتها بيئة الاتصال ؟

٤ - ما المقومات الأساسية التى تمكن الصحافة المطبوعة من التعايش مع واقع الاتصال الجماهيرى الحديث ؟

وستنتظم الرؤية التى تطرحها الدراسة فى المحاور التالية :

- واقع الاتصال الجماهيرى الحديث .
- قدرة الصحافة المطبوعة على التعايش مع واقع الاتصال الجماهيرى الحديث .
- مقومات تعايش الصحافة مع واقع الاتصال الجماهيرى الحديث .

(*) أستاذ الإعلام المساعد بجامعة الإمام محمد بن سعود الإسلامية .

أولاً : واقع الاتصال الجماهيرى الحديث :

شهد واقع الاتصال الجماهيرى خلال السنوات الأخيرة من هذا القرن تغيرات عدة من حيث البدائل الاتصالية المتاحة وطرق تعاطيها ، وقد جاءت هذه التغيرات نتيجة للتطورات التقنية التى سادت فى هذا المجال ، حيث أدت التقنيات الحديثة إلى ازدهار وسائل الإعلام الإليكترونية وبالذات التليفزيون ، إضافة إلى انتشار الوسائط الإليكترونية لنقل المعلومات على غرار شبكة المعلومات العالمية إنترنت ، مع تلاشى الحدود الفاصلة بين أجهزة التليفزيون والأجهزة الحاسوبية حيث بدأ التليفزيون يقدم خدمات تفاعلية مكنت من استخدامه فى بعض مهام أجهزة الحاسب وفى الوقت ذاته أصبحت الأجهزة الحاسوبية تؤدى بعض مهام الأجهزة التليفزيونية من خلال عرض الصور الحية .

وباتجاه التكامل بين وسائل الاتصال الإليكترونى ووسائطه ، يأتى الاندماج الذى تم بين شركة Time Warner التى تمتلك العديد من وسائل الإعلام الأمريكية الكبرى مثل شبكة c.n.n الإخبارية كذلك شبكتى Web,T.b.c network إضافة إلى مجلة Time وشركة America onlin التى تعد أكبر الشركات الأمريكية التى تقدم خدمات الإنترنت ليمثل خطوة كبيرة تستهدف المزاوجة بين الإعلام التقليدى والطرق السريعة للمعلومات ، حيث سيؤدى هذا الاندماج إلى عرض شركة Time warner لمنتجاتها الإعلامية على شبكة الإنترنت كما سيتيح لمستخدمى شركة America onlin الإفادة من شبكة كابلات التليفزيون المدفوع الخاص بشركة Time للاتصال السريع بشبكة الإنترنت [١] .

ولقد أدت هذه المظاهر وغيرها إلى إحداث العديد من التغيرات فى بيئة الاتصال الجماهيرى وبخاصة ما يتصل بالوسائل الإليكترونية التى اتسمت بالتنوع وتعززت قدراتها الأمر الذى دعم مستويات تفضيلها لدى الجماهير ، إضافة إلى إسهام هذه التغيرات فى إحداث بعض المراجعات للمفاهيم التقليدية للاتصال لاسيما فى ظل قدرة وسائل الاتصال الجماهيرى الحديثة على الأداء التفاعلى الذى كان يعوز الممارسات التقليدية فى هذا المجال .

كما انعكست التغيرات التى شهدتها بيئة الاتصال الجماهيرى فى شكل تهديدات تواجه مستقبل الصحافة المطبوعة وذلك نظراً لعدم قدرة الصحافة المطبوعة - بالنظر إلى خصائصها الشكلية والاتصالية - على الإفادة من التقنيات الحديثة بالقدر الذى تحقق للوسائل الإليكترونية ، ويعرض الباحث فيما يلى لأهم التغيرات التى عرفتها بيئة

الاتصال الجماهيري الحديث ، ثم يتناول التهديدات المباشرة التي باتت تواجه الصحافة المطبوعة بفعل التطور التقني الذي عرفته وسائل الاتصال الإليكترونية .

التغيرات التي شهدتها بيئة الاتصال الجماهيري الحديث :

١ - تعدد البدائل الاتصالية وتزايد قدراتها :

لم تعد الخيارات الاتصالية بتلك المحدودية التي كانت عليها قبل ظهور شبكات المعلومات الحديثة وتطور قدرات أجهزة التليفزيون وانتشار أنظمة البث الفضائي . فقد تمكنت الوسائل الاتصالية الحديثة من إيجاد بيئة اتصالية متميزة يتم فيها تقديم خدمات إعلامية بصورة سريعة وسهلة . وتتمثل السرعة في قدرة هذه الوسائل على متابعة الأحداث حال وقوعها وبخاصة عبر الاستفادة من الشبكات الحاسوبية عبر البث التليفزيوني الفضائي العابر للحدود ، إضافة إلى ظهور نظم البث الإذاعي الفضائي الذي عرف في منتصف العام ١٩٩٨م عبر إطلاق شركة word specs co. لقمرها الصناعي أفريستار الذي يعد أحد أربعة أقمار تهدف لبث قنوات إذاعية تمتاز بنوعية صوت عال الجودة بحيث يمكن استقبالها في عدة مناطق من العالم عبر استخدام أجهزة راديو محمولة خاصة باستقبال البث الفضائي [٢] .

كما يتصل بتزايد البدائل وسعيها لتحقيق أعلى معدلات السرعة في تقديم الخدمات الاتصالية ظهور شبكات جديدة للمعلومات مثل شبكة إبلين التي أجريت الاختبارات الأولية لاستخدامها في الولايات المتحدة الأمريكية خلال عام ١٩٩٨م [٣] . وتتميز هذه الشبكة التي تربط حالياً حوالي ١٥٠ جامعة أمريكية ببعضها بسرعة فائقة في نقل المعلومات بمعدل يفوق السرعة العادية للمودم بمقدار ٤٥ ألف ضعف مما يعني إمكانية إرسال محتويات عشر موسوعات إلى مختلف دول العالم في أقل من ثانية واحدة. كما تتسم هذه الشبكة بقدرتها الفائقة على العرض الدقيق لصور الفيديو المتحركة والبرامج الصوتية بشكل يفوق ما تتيحه شبكة إنترنت ، حيث تضمن قدرات الشبكة الجديدة بث الصوت والصورة بلا تأخير أو ارتعاش الأمر الذي يمهد الطريق أمام استخدام شبكات المعلومات في مجال البث التليفزيوني [٤] .

وعلى صعيد آخر فقد تمكنت وسائل الاتصال الجماهيري الحديثة وعبر إفادتها من التطورات التقنية التي عرفتها مجالات الاتصال المختلفة أن ترفع من قدراتها حيث ظهرت أجهزة التليفزيون عالي الوضوح ، كما ظهرت الأجهزة المجسمة (ثلاثية الأبعاد) مع تواصل

الجهود لإنتاج أجهزة التليفزيون التي تعمل بأشعة الليزر ، والتي تتسم بكبر أحجام شاشاتها حيث تصل إلى تلك المستخدمة في العروض السينمائية [٥] ، وفي مجال زيادة وضوح حروف الصحف المنشورة على شبكة إنترنت تعمل شركة Microsoft حالياً على إنتاج تقنية جديدة تعزز وضوح هذه الحروف بما يجعلها تكاد تماثل الحروف المطبوعة على الورق [٦] ، وإلى جانب ما سبق فإن من أهم القدرات التي ستضيفها التقنيات الحديثة لوسائل الاتصال الجماهيري الحديث ما ستتيحه تقنيات البث التليفزيوني من قدر المشاهدة على النفاذ المباشر إلى نظم النقل الحي للأحداث لاختيار اللقطات التي يرغب في مشاهدتها [٧] .

٢ - تغيير المفاهيم التقليدية للاتصال :

أحدثت التقنيات الاتصالية الحديثة نظرات توجب مراجعة المفاهيم التقليدية للاتصال وبخاصة في ظل تلاشي الحدود الفاصلة بين نمطي الاتصال الشخصي والجماهيري ، الذي تحقق بفعل القدرات التقنية التي ترتبت على الاندماج التام بين وسائط الاتصال الإلكتروني ووسائله .

وتتمثل أهم التغيرات التي توجب النظرات الحديثة للعمل في هذا المجال في قدرة الفرد على الحصول على خدمات إعلامية خاصة باهتماماته الاتصالية من الرسائل الجماهيرية ، حيث أصبح بإمكان المشاهد مثلاً الحصول على خدمات تليفزيونية خاصة من المحطات التي يشترك في خدماتها من خلال طلبه للمواد التليفزيونية التي يرغب في مشاهدتها دون أن تفرض عليه المحطات التليفزيوني هياكل برامجها من المرسل إلى المستقبل .

كما أدت التقنيات الحديثة إلى وجوب مراجعة ما كان يوجه لوسائل الاتصال الجماهيري من انتقادات تتعلق بعدم توافرها على البعد التفاعلي ، حيث هيئ الاندماج الكامل بين وسائط الاتصال ووسائطه الفرصة لمشتركي التليفزيون السلكي للتعبير المباشر عن آرائهم تجاه المواد المعروضة وهو الأمر الذي سيؤدي إلى تطوير الأداء المهني في هذا المجال حيث سيسمح بتقويم أداء القائمين بالاتصال ، كم سيوفر للجماهير الفرصة لاختيار البدائل التي تبدو أكثر استجابة لحاجاتهم الاتصالية ، لاسيما وأنه وفقاً لما سبقت الإشارة إليه سيصبح بإمكان جماهير التليفزيون السلكي المشاركة في صنع المادة الإعلامية التي يرغبون في مشاهدتها من خلال قدرتهم على اختيار اللقطات التي يرغبون مشاهدتها ، حيث سيصبح المشاهد بمثابة المخرج الذي يتنقل بالكاميرا من منزله لاختيار اللقطات التي يرغب الاطلاع عليها .

وإلى جانب توافر البث التليفزيونى على البعد التفاعلى فقد أتاحت النظم الحاسوبية المستخدمة فى بعض الصحف المتقدمة مثل مجلة time الأمريكية إمكانية اطلاع القراء على قائمة الموضوعات الصحفية التى ستنشرها المجلة فى أعدادها القادمة مع إمكانية استقبال مشاركاتهم حول هذه الموضوعات بما يكفل معالجة الموضوعات وفقاً لرؤى القراء واتجاهاتهم (٨) .

ومن جانب آخر فقد فرضت التطورات التقنية الحديثة مراجعة ما يتعلق بالمزايا الاتصالية التى كانت تنفرد بها الوسائل المطبوعة وبخاصة ما يتعلق بالسيطرة على ظروف التعرض - التحكم فى وقت القراءة وإمكانية الاحتفاظ بالوسيلة - حيث أصبح بإمكان جماهير التليفزيون السلكى أن يختاروا الأوقات المناسبة للمشاهدة مع إمكانية احتفاظهم بالمواد التليفزيونية لمشاهدتها فى أوقات أخرى وفى هذا الاتجاه يأتى الجهاز الذى أنتجته شركة web tv. Network والذى يتيح استخدامه إمكانية الاحتفاظ وبشكل تلقائى بآخر ثلاثين دقيقة من المادة المشاهدة بحيث يمكن للمشاهد إيقاف المشاهدة والعودة للمادة المسجلة وذلك بسرعة تصل إلى ٣٠٠ ضعف عن السرعة المعتادة . كما يمكن لهذا الجهاز الذى يصل التليفزيون بشبكة إنترنت استقبال ما بين ٣٠٠ إلى ٥٠٠ قناة تليفزيونية فضائية . إضافة إلى قدرته على تسجيل حوالى ١٢ ساعة من البث التليفزيونى على أشرطة ممغنطة (٩) .

التهديدات التى باتت تواجه الصحافة المطبوعة :

١ - تناقص أعداد القراء :

أسهمت التطورات التقنية التى عرفتها الوسائل والوسائط الإليكترونية فى تغيير نظرة الجماهير للوسائل الاتصالية حيث اجتذبت هذه الوسائل العديد من جماهير الوسائل التقليدية وبالذات الصحافة . كما أدت إلى نشوء جيل جديد من الجماهير تعود على الأنماط الإليكترونية وأصبحت الخيار الاتصالى المفضل لهم . وترتبط تفضيلات الجماهير لوسائط الاتصال الإليكترونية على وجه الخصوص بما تتيحه من قدرات مستجدة تتوائم مع الحاجات الاتصالية المتزايدة للجماهير الحديثة . حيث يرى بيتر ديبرا عميد كلية الصحافة بجامعة ويسترن أونتاريو بكندا أن القدرات الحديثة للوسائط الإليكترونية ستسمح لكل فئة من القراء بالحصول على صحف إليكترونية خاصة بها تلبى حاجاتها الاتصالية الخاصة عبر ما تتضمنه من مواد صحفية تتناسب مع تركز اهتمامات أفرادها فى نواح معينة (١٠) .

ومن 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 . وفي هذا الإطار تشير أرقام الهيئة المهنية الأمريكية لمراقبة النشر إلى أن جريدة New York Times وحدها فقدت ٢ . ٤٪ من قراء عددها اليومي ، و ٨ . ٥٪ من قراء عددها الأسبوعي خلال عام ١٩٩٧/٩٦م [١١] .

٢ - انخفاض عائدات الصحف الإعلانية :

نظراً للانعكاسات المباشرة لأعداد القراء على اقتصاديات صناعة الصحف من خلال ارتباط إقبال المعلنين على الصحف بمعدل قرائها فقد أدى تناقص أعداد القراء إلى انخفاض ملحوظ في إقبال المعلنين على الإعلان في الصحف المطبوعة وتوجههم إلى الإعلان في الوسائل الإليكترونية التي تعد أكبر جاذبية للجماهير المعاصرة . حيث بلغ الدخل الإعلاني لشبكة Internet خلال عام ١٩٩٨م ملياري دولار [١٢] . وتتوقع الدراسات التي أعدتها مؤسسة New Media Research أن يواصل الإقبال الإعلاني على شبكة Internet - وبخاصة في قطاع البيع المباشر للسلع والخدمات - حيث يتوقع أن تصل قيمة هذه الإعلانات عام ٢٠٠٤م إلى ٣٣ مليار دولار . ونتيجة لذلك تتوقع الدراسات أن يخسر الإعلام المطبوع ١٨٪ من حصته الإعلانية [١٣] .

ثانياً - قدرة الصحافة على التعايش مع واقع الاتصال الجماهيري الحديث :

إنطلاقاً من التهديدات التي تواجه الصحافة المطبوعة ظهرت العديد من التوقعات المتشائمة حول قدرتها على البقاء في ساحة المنافسة جنباً إلى جنب مع الوسائل والوسائط الإليكترونية للاتصال التي تتوافر على العديد من المزايا القادرة على جذب واستثارة الجماهير [١٤] ، ولعل من أكثر التوقعات تشاؤماً تجاه مستقبل الصحافة ما يراه بيل غيتس مؤسس شركة مايكروسوفت Microsoft من أن هذا العام ٢٠٠٠م سيشهد بداية النهاية للصحافة بخاصة ولصناعة النشر المطبوع بعامة [١٥] . وهو أمر لا يسلّم به الباحث الذي يرى أن الصحافة المطبوعة - وبالرغم من هذه التوقعات - ستظل قادرة على التعايش مع واقع الاتصال الجماهيري الحديث برغم التغيرات التي طالت علاقة الجمهور بالوسائل ، وهي قدرة ترتبط بما يلي :

١ - **ما أثبته الواقع من خطأ نظرية الإحلال التقني :** حتمية اختفاء المظاهر التقليدية لبعض الصناعات بفعل ظهور بدائل تقنية متقدمة - وبخاصة في مجال وسائل الاتصال الذي يشهد تعايشاً تاماً بين الوسائل الحديثة والتقليدية ، حيث لم يعرف هذا المجال

أن ظهور وسيلة متقدمة تقنياً أدى إلى القضاء على الوسائل السائدة ، فلم يترتب على ظهور الإذاعة مثلاً خروج الصحافة من ساحة المنافسة كما أن التليفزيون ورغم انتشاره وقدراته التأثيرية العالية لم يلغ الإذاعة ولم يقض على السينما [١٦].

٢ - **ما تتوافر عليه الصحافة المطبوعة من سمات اتصالية وشكلية مميزة:** لعل أبرز الاعتبارات التي تدعم قدرة الصحافة المطبوعة على البقاء تتمثل فيما تتوافر عليه هذه الوسيلة من خصائص شكلية واتصالية متميزة قادرة على جذب الجماهير المعاصرة وتهيئة متطلبات التلقي لهم .

وتتمثل أهم هذه الخصائص في ارتباط الوسائل المطبوعة بالقراءة وهي العادة التي ما تزال تلقى القبول من قطاعات كبيرة من الجماهير بحكم التعود ، ولعل ذلك يتضح بشكل كبير مما أكدته العديد من الدراسات الحديثة التي أجريت في هذا المجال ، حيث تشير نتائج دراسة أجريت مؤخراً في بريطانيا على ٥٠ ألفاً من البالغين أن القراءة ما تزال عادة مفضلة لقطاعات كبيرة من الجماهير رغم تعدد البدائل الاتصالية ولذلك وبحسب المكتبات البريطانية العامة التي أشرفت على هذه الدراسة فإن نتائجها تعد « ضربة قاصمة للأفكار الرائجة القائلة أن الكتاب وهواية القراءة في تقهقر بسبب الإنترنت » [١٧] .

وتأسيساً على هاتين الحقيقتين وانطلاقاً مما تتوافر عليه الصحافة المطبوعة من مقومات أساس فإنها قادرة على التعايش مع الوسائل الإليكترونية للاتصال ، مع التأكيد على أن قدرة الصحافة هذه رهن بمدى نجاحها في التفاعل الإيجابي مع ما تفرضه بيئة الاتصال الحديث من تغيرات في الطرح والمعالجة على صعيدي الشكل والمضمون ، ويتأتى للصحافة ذلك عبر استثمارها الفاعل لمقوماتها المميزة بما يمكنها من التكيف مع الوضع الجديد والتعايش مع متطلباته الأمر الذي يهيئ لها فرصة تقديم نفسها بالطريقة التي تقنع الجماهير التي تشتريها أو الحكومات التي تدعمها [١٨] ، إضافة إلى أن تفاعل الصحافة الإيجابي مع التغيرات الاتصالية يتيح لها فرصة الوصول إلى فئات جديدة ومختلفة من الجماهير [١٩] .

ثالثاً - مقومات تعايش الصحافة المطبوعة مع واقع الاتصال الجماهيري الحديث:

تتمثل أهم المقومات التي تعزز فرص تعايش الصحافة المطبوعة مع ما طرأ على بيئة الاتصال الجماهيري من تغيرات في :

أولاً - الطبيعة الاتصالية الخاصة بالصحافة المطبوعة القائمة على العمق والشمولية في التناول :

يعد التناول المتعمق لما وراء الأحداث عبر نشر التحليلات والمراجعات أحد أبرز السمات الاتصالية التي تميز الصحافة المطبوعة عن غيرها من الوسائل ، وترتبط قدرة الصحافة على القيام بذلك بما يتوافر لديها من وقت يسمح بإعداد المواد التحليلية والدراسات الصحفية وغيرها من أشكال الكتابة الصحفية المتعمقة ، إضافة إلى ما تتوافر عليه من مساحات ورقية تمكنها من إصدار ملاحق أو طبعات خاصة ترجه لمتابعة الجوانب المستجدة في بعض الموضوعات التي تهم القراء .

ويتحقق للصحف توفر الخدمات الصحفية المتعمقة من خلال إفادتها من تقنيات الحصول على المعلومات وتوثيقها واسترجاعها وذلك عبر اتصالها المباشر بشبكات وبنوك المعلومات ، الأمر الذي يمكنها من الحصول على المواد الصحفية المستجدة .

ويسهم تركيز الصحف على تقديم الخدمات الصحفية المتعمقة في إشباع حاجات القراء الاتصالية المرتكزة على الرغبة في الحصول على خدمات صحفية شاملة ومتعمقة للأحداث مع أهمية أن تتسم هذه المتابعات بالتركيز والاختصار والتنويع في الأشكال والأساليب بما يؤدي إلى إحداث التشويق المطلوب لكسب القراء الذين تقدمهم الوسائل الاتصالية الحديثة بخيارات اتصالية متعددة [٢٠] ، على أن هذا الأمر لا يعني انجراف الصحافة إلى مسايرة الأنماط الاتصالية القائمة على السرعة والحركة التي تعد إحدى أهم السمات المميزة لوسائل ووسائط الاتصال الإليكترونية ، حيث لا يمكن للصحافة مما أوتيت من قدرات تقنية أن تتفوق على الوسائل الإليكترونية في هذا المجال وبخاصة في جانب السبق الصحفي ، بل إن سعي الصحافة المطبوعة للمنافسة في تقديم الخدمات الإخبارية محكوم عليه بالفشل المسبق نظراً لما تتيحه الطبيعة الخاصة بالوسائل الإليكترونية من الوصول السريع إلى مواقع الأحداث ثم البث المباشر للتغطيات من هناك ، مع تضاعف قدرات الوسائل الإليكترونية في هذا المجال تبعاً للتقنيات المستحدثة التي أتيحت لها خلال الفترة القليلة الماضية ، ولذلك فإن الطبيعة الخاصة بالصحافة المطبوعة تقتضي في أن تتكامل الصحافة مع التليفزيون مجال الخدمات الإخبارية لا أن تتنافس معه [٢١] ، وبخاصة في المجالات السياسية والاقتصادية ، مع تركيزها على تقديم التغطيات والمتابعات المتعمقة التي تعوز التليفزيون « بسبب افتقاره إلى صفحة ثانية » كما يرى بذلك المعلق الصحفي آرت بوكوالد [٢٢] .

ويرى الباحث أن قدرة الصحافة المطبوعة على استثمار تميزها في مجال تقديم الخدمات الإعلامية المتعمقة يقتضي :

١ - **الاتجاه نحو التخصص** : من خلال إصدار صحف أو طبعات وملاحق متخصصة تتناسب مع الاهتمامات التخصصية التي باتت تميز جماهير هذه المرحلة ، حيث أدى تطور المجالات المختلفة إلى بروز اتجاهات تخصصية تجمع بعض أفراد المجتمع بما يؤكد أهمية سعي الصحف لتلبية الحاجات الاتصالية المستجدة لأفراد هذه الفئات .

٢ - **التركيز على البعد المعلوماتي** : في الخدمات الصحفية المقدمة وذلك في مسايرة تامة للاتجاهات الحديثة في فنون التحرير الصحفي القائمة على الاستفادة من تقنيات البحوث العلمية حيث يتعين وفقاً للاتجاهات الحديثة أن تتوجه الصحافة إلى مزيد من الدقة في أدائها المهني من خلال ضرورة ارتكاز المواد الصحفية التي تنشرها على عمق معلوماتي يقوم على حقائق مؤكدة ومعلومات محددة ، مع أهمية استناد التحليلات والاستنتاجات المنشورة بخصوص الوقائع والأحداث الحالية والمستقبلية على دراسات علمية يمكن الوثوق فيما تتوصل إليه [٢٣] .

ثانياً - قدرة الصحافة على مزاوجة طبيعتها الخاصة بما تفرضه التطورات الحادثة في بيئة الاتصال :

تتوافر الصحافة المطبوعة على قدرة عالية في مجال المزاوجة بين ما تقوم به خدماتها الصحفية وما تفترضه التغيرات التي عرفتها بيئة الاتصال الجماهيري الحديث ، حيث يمكن للصحف عبر تفعيلها للأداء الوظيفي للإخراج الصحفي أن تدعم قدرتها على أداء الوظيفة الكلية للصحافة المتمثلة في تقديم خدمات صحفية تلبي حاجات القراء بطريقة سهلة جذابة ومشوقة [٢٤] . بما يؤدي في النهاية إلى تعزيز إمكان تعايشها مع الواقع الاتصالي الحديث الذي شهد تنافس الوسائل المختلفة في مجال جذب الجماهير وتسهيل متطلبات تلقيهم لما تقدمه من خدمات إعلامية . ويعتقد الباحث أن تفعيل الصحف للأداء الوظيفي للإخراج الصحفي يقتضي :

١ - الإفادة من الاتصال المرئي :

تعد الأبعاد الاتصالية المرئية Visual dimintions أحد أهم المتغيرات التي تميز وسائل الاتصال ووسائطه الإليكترونية الحديثة [٢٥] ، وتنطلق هذه الأبعاد من مفهوم

الاتصال المصور Photographic communication الذي يقوم على استخدام الصور والألوان في التعبير عن المعاني المتضمنة في الرسائل الإعلامية المقدمة في هذه الوسائل بما يؤدي إلى سهولة إدراك الجماهير لها .

وتكتسب الأبعاد المرئية أهميتها من الخصائص المميزة للعناصر المرئية ، حيث يمكن للجماهير إدراك ما تتضمنه هذه العناصر بمجرد الاطلاع عليها دون الحاجة إلى إعمال الذهن في القراءة والتخيل وتشكيل أجواء النص كما يحصل عند سعي القراء لاستيعاب النصوص المكتوبة فقط ، كما يكتسب أهميته من سيادة الأنماط المرئية في مختلف أوجه الحياة ، إذ إن ٨٠٪ من الإطار المرجعي المتكون لدى الأفراد المعاصرين يرد من مصادر مرئية (٢٦) .

وانطلاقاً مما أثبتته الدراسات من أن الأسباب الظاهرية لتفضيلات القراء للوسائل الاتصالية تعتمد على مدى سهولة تعرضهم لهذه الوسائل ، يمكن القول إن تفضيلهم يتجه إلى الوسائل التي لا يحتاج إدراك وتفسير المواد المعروضة أو المنشورة فيها إلا لقليل من الجهد الذهني والبدني ، ولذلك - وبحكم اعتماد وسائل ووسائط الاتصالية الإليكترونية على العناصر المرئية - فقد أصبحت الأكثر قدرة على جذب القراء بحكم تفوقها في مجال تسهيل متطلبات التلقي .

ولم يقتصر تفوق الأنماط الإليكترونية في اجتذابها للجماهير فقط وإنما تعدى ذلك للتأثير في طرق إخراج الصحف المعاصرة حيث اتجهت أغلب صحف العالم إلى استخدام الصور والألوان لتبدو أكثر قدرة على منافسة التليفزيون الذي تمكن بفضل ما يقدمه من أنماط مرئية من أن يرسخ هذا النمط الاتصالي بين جماهير الوسائل المختلفة (٢٧) .

وتبعاً لما سبق وانطلاقاً مما يراه القراء المعاصرون من أن استخدام الصحف للعناصر المرئية وبالذات الألوان يجعلها تبدو « أكثر واقعية وتشويقاً وإمتاعاً وإثارة وجرأة وقوة كما أنها تبدو سارة بدرجة أكبر » (٢٨) من الصحف التي لا تستخدم الألوان ، فقد سعت الصحف الحديث - عبر إفادتها من تقنيات إنتاج ومعالجة العناصر المرئية - إلى ترسيخ نمط جديد من الاتصال عبر الصحف يعتمد بشكل رئيس على استخدام الأبعاد المرئية في تجسيد المعاني المنشورة ، وهو توجه من شأنه - كما يرى الباحث - تفعيل الأداء الوظيفي للإخراج الصحفي بما يسهم في دعم الوظيفة الكلية للاتصال عبر الصحافة كما سبقت الإشارة .

وتتمثل أهم قدرات الأبعاد المرئية التى أمكن للصحافة الإفادة منها لتأكيد قدرتها على التعايش مع الوسائل الإليكترونية فى :

(أ) قدرة الأبعاد المرئية على جذب القراء وإثارة اهتمامهم :

يسهم سعى الصحف لإيجاد أبعاد مرئية فى صفحاتها فى إثارة اهتمام القراء بهذه الصحف بما يدفعهم للإقبال عليها ، وذلك بالاتساق مع ما أثبتته الدراسات التى ظهرت بدءاً من عام ١٩٩٠م من أن إقبال القراء على صحف معينة يعتمد على مدى قدرة المراكز البصرية المنشورة فيها على جذبهم [٢٩] ، وتتعاظم أهمية إيجاد هذه المراكز فى حال الصحف التى تعرض فى الطرقات والأكشاك .

وتعد الصور الظلية والخطية والألوان أهم العناصر الطباعية التى تتكون منها المراكز البصرية القادرة على الجذب ، وتنطلق قدرة الألوان على جذب القراء من درجات تفضيلهم العالية لها حيث أثبتت دراسة أجريت لاكتشاف تأثير الألوان على القراء أن الصحف الملونة تتفوق فى جاذبيتها على الصحف غير الملونة بنسبة تصل إلى ٨٠٪ ، وتزداد قدرة الألوان على جذب القراء المحتملين - وهم بلا شك النسبة الغالبة من القراء - فى حال بيع الصحف فى الشوارع ، ووفقاً لما يراه مدير تحرير جريدة Sun Deego Tribeun فإن اللون يسهم فى تسويق الصحف فى الشوارع شأنه فى ذلك شأن العناوين الكبيرة [٣٠] .

(ب) إسهام الأبعاد المرئية فى تسهيل متطلبات التلقى :

سبقت الإشارة إلى ارتكاز تفضيلات الجماهير للوسائل على مدى سهولة تعاطى ما ينشر أو يعرض فى هذه الوسائل ولذلك فقد تعاظم انتشار الوسائل الإليكترونية وتزايد إقبال الجماهير عليها ، وانطلاقاً من سعى الصحافة المطبوعة للاستجابة لتفضيلات الجماهير بما يجعلها قادرة على كسبهم فقد سعت للإفادة من العناصر المرئية فى تسهيل متطلبات تلقيها خاصة وأن القراء المعاصرين لم يعد لديهم الاستعداد لبذل المزيد من الجهود لاستيعاب ما تتضمنه الصحف من مواد بسبب ضيق الوقت المتاح لهم إضافة إلى توافر البدائل الإليكترونية التى لا يحتاج تعاطى ما تعرضه من مواد للجهد نفسه الذى يجب بذله فى حال التعرض للإعلام المطبوع .

ويتأكد دور العناصر المرئية إلى تزايد اعتماد الصحف المعاصرة عليها فى تسهيل عمليات تلقى الصحف مما خلصت إليه الدراسات الحديثة من أن القراءة أصعب من المشاهدة وذلك لتعقد العمليات الجسدية والعقلية المطلوبة للتعامل مع النصوص المقروءة .

وتتمثل أهم الانعكاسات المباشرة لاستخدام العناصر المصورة بهدف تسهيل عمليات تلقي القراء للمواد الصحفية في دور الصور والألوان وبخاصة الصور الخطية في توضيح بعض الجزئيات الصعبة في الوقائع المنشورة ، وذلك في اتساق تام مع الاتجاهات التي ترى أن فرص استيعاب القراء لهذه الجزئيات تبدو أسهل في حال تقديمها مكتوبة مع تزويدها ببعض الصور الخطية التوضيحية أو التعبيرية الهادفة إلى تبسيط المعاني المنشورة ، ورغم الإشارة السابقة إلى ضرورة مسايرة الصحافة المطبوعة للأنماط المرئية التي باتت تميز الوسائل الإليكترونية إلا أن العديد من الشواهد تشير إلى أن الصحافة المطبوعة صاحبة ريادة في استخدام بعض العناصر المرئية المميزة مثل الصور الخطية بنوعيها التوضيحية والتعبيرية والتي لم تعرف الوسائل الأخرى استخدامها إلا حديثاً رغم أهميتها الاتصالية حيث درجت بعض القنوات التليفزيونية مؤخراً على استخدام الصور الخطية في تقديم المواد التليفزيونية التي تتضمن معلومات صعبة أو معقدة مثل مؤشرات الأسهم وأرقام الميزانيات وغيرها .

أما الصور الظلية فتتمثل إسهاماتها في تسهيل التلقي في تقديم جوانب مميزة من الأحداث ، إضافة إلى قدرة الصور على إثارة بعض المعاني الكامنة التي لا يمكن الوصول إليها بالاعتماد على الكلمات فقط .

وتسهم الألوان في تسهيل التلقي من خلال قدرتها على تبيان حدود المواد المنشورة، ويتحقق ذلك للألوان عبر قدرتها على الاستحواذ على انتباه القراء ومنع أعينهم من التحول عن الموضوعات الملونة بسهولة [٣١] . كما يمكن للألوان - من خلال امتلاكها لقيمة تذكرية عالية تبقى معها أكثاء الألوان بما تعبر عنه من تفصيلات في أذهان القراء لفترات طويلة - أن تساعد القراء في تذكر الجزئيات الصعبة من المواد الصحفية التي سبق لهم التعرض لها في الصحف من خلال تذكرهم للألوان التي طبعت بها هذه المواد .

وتبعاً لدور العناصر المرئية في تسهيل إيصال التفاصيل الدقيقة للجماهير تنشر العديد من الصحف العالمية صفحة يومية ملونة لأحوال الطقس تحتوي على عدد من الصور الخطية التوضيحية الهادفة إلى بسط أحوال الطقس ودرجات الحرارة ، كما أدى ذلك إلى ظهور العديد من المؤسسات المتخصصة في إنتاج خرائط الأحوال الجوية الملونة وبيعها على الصحف .

(جـ) إسهام الأبعاد المرئية في تحسين أساليب العرض :

يمكن للصحف الحديثة الإفادة من الأبعاد المرئية في تحسين أساليب عرض موادها الصحفية بما يؤدي إلى تسهيل القراءة وهو هدف رئيسي يسعى الإخراج الصحفي لبلوغه [٣٢] . ويتأتى إسهام العناصر المرئية وبخاصة الصور بتوعيها في تحسين أساليب العرض من خلال مساعدتها على الأخذ بالاتجاهات الأفقية في عرض الوحدات الطباعية ، وتتأكد أهمية ما درجت عليه الصحف المتقدمة من الاعتماد على الاتجاهات الأفقية التي تساعد اتجاهات الحركة في الصور على تحقيقها مما أثبتته نتائج الدراسات من أن أعين القراء تتحرك في اطلاعها على محتويات الصفحات في مسرى أفقي من اليمين إلى اليسار أو من اليسار إلى اليمين بحسب اللغة المستخدمة . ولذلك فإن أخذ الصحف الحديثة بهذه الاتجاهات أسهم في تقديم صفحات سهلة التنظيم تريح نظر القراء من خلال اتساقها مع حركة أعينهم [٣٣] . أما إسهام الألوان في تحسين أساليب العرض فيتم من خلال قدرة الوحدات الملونة على تكوين مراكز بصرية قادرة على أن تكون بمثابة نقاط البدء في القراءة points of entry ، كما يمكن الإفادة من الألوان في توجيه نظر القراء للوحدات الأخرى المنشورة في الصفحة حيث يُسهّل استخدام الألوان انسياب حركة القراء البصرية visual traffic بين مواقع الصفحة المختلفة ، بما يضمن اطلاع القراء على الوحدات التي تتوافر على أهمية معينة [٣٤] .

وإلى جانب إسهام العناصر المرئية في مراعاة اتجاهات حركة العين ، فقد تمكنت الصحف الحديثة عبر استثمارها لهذه العناصر من إضفاء المزيد من الحيوية على العمل الصحفي الذي تقدمه ، حيث تتيح العلاقة التلازمية التي تنشأ بين الصور والألوان المستخدمة في التعبير عن الأحداث إمكانية إيجاد واقع يقترب من الواقع الحقيقي لهذه الأحداث [٣٥] .

كما يمكن للصحف الإفادة من العناصر المرئية في إضافة معان جديدة للمواد الصحفية المنشورة ، وبتهيأ ذلك عبر قدرة التفاصيل غير المنظورة في الصور الظلية وبخاصة الإخبارية والموضوعية على تقديم أبعاد إضافية للمواد المنشورة ، كما يتهيأ ذلك عبر إفادة الصحف من الصور الخطية الساخرة ، الكاريكاتورية والكارتونية - التي تلقى درجات عالية من تفضيلات القراء - في التعبير غير المباشر عن مواقفها واتجاهاتها نحو القضايا المثارة .

ويتحقق إسهام الألوان فى تحسين أساليب العرض من خلال ما تحدثه من تأثيرات نفسية تؤدى إلى أن تنسجم ردود أفعال القراء مع الهدف المراد من استخدامها . ولعل مما يؤكد ذلك أن القدرات التأثيرية للألوان قد تبدو أقوى حتى من المعانى التى تستخدم فى التعبير عنها (٣٦) .

وحتى تتحقق للصحافة المطبوعة الإفادة التامة من التداعيات المهنية والفنية للعناصر المرئية بما يقوى قدرتها على التعايش مع وسائل الاتصال الجماهيرى الحديث فإنها معنية بما يلى :

١ - توفير الأنماط التقنية التى تسمح بإعطاء أفضل النواتج حيث من المؤكد أن إنتاج العناصر المرئية يتأثر بعمليات الطباعة والخدمات المستخدمة فيها مثل الورق والأحبار، إضافة إلى تأثره بالعمليات التى تتم فى مرحلة ما قبل الطباعة لإعداد الأسطح الطابعة ، وتعود أهمية مرحلة ما قبل الطباعة التى أصبحت تعد - عبر ما يستخدم فيها من تقنيات لاستقبال ومعالجة وفرز ألوان العناصر المرئية - المتغير الأساس الذى يحدد مدى العناصر المرئية المنشورة فى الصحف تعود إلى تقارب التجهيزات والخامات المستخدمة فى عمليات الطباعة فى أغلب الصحف (٣٧) .

٢ - القناعة التامة بأن الأهمية التطبيقية للتقنيات الحديثة الخاصة بإنتاج الصحف تتمثل فى كونها ليست مجرد أدوات جاهزة للاستخدام الآلى حيث يحتاج التعامل معها إلى توفير واقع مهنى يسهم فى إحداث الأثر المتوقع من استخدامها ويتطلب ذلك فى مجال استخدام العناصر الطباعية المرئية :

(أ) تهيئة جيل جديد من المحررين الذين يدركون كيفية إيجاد الأبعاد المرئية ، مع إدراكهم التام للوظائف الاتصالية المهنية والجمالية التى تؤديها العناصر المستخدمة لتجسيد هذه الأبعاد بما يسهم فى تكون الأطر المرجعية التى تؤدى بالمتلقين إلى تفسير الأحداث وفقاً لما تريده الصحف .

(ب) الإعداد التقنى للكفايات العامة فى هذا المجال بما يمكنها من التعامل مع التقنيات الموفرة وبهيئتها لاستيعاب ما تتوافر عليه من قدرات ، ولعل هذا هو المدخل الصحيح للاستخدام الوظيفى لتقنيات إنتاج العناصر المرئية مع استشراف الأدوار المستقبلية للتقنيات المنتظرة فى هذا المجال .

(جـ) إيجاد واقع مهني يقوم على التكامل والتنسيق بين العاملين في مختلف مجالات إنتاج الصحف ، بما يضمن التوظيف الصحيح للعناصر المرئية ويقضي على القلق المعلوماتي Information Anxiety الذي قد ينتج عن التقدير غير الصحيح للعلاقة بين المتون وما يستخدم لتجسيدها من عناصر مرئية [٣٨] .

٢ - التوسع في إنتاج نسخ إليكترونية من الصحف المطبوعة :

يتطلب سعي الصحف المطبوعة للاستجابة للواقع الاتصالي الجديد الذي فرضته التطورات الإلكترونية التي سادت هذا المجال وبخاصة الانتشار الكبير لشبكة إنترنت أن تتوسع في إنتاج نسخ إلكترونية من إصداراتها المطبوعة لتبث على الشبكة .

ولقد أدركت أغلب صحف العالم أهمية الإفادة من قدرات الشبكة العالمية وسعت لاستثمار معطياتها في زيادة انتشار ما تقدمه من خدمات صحفية حيث تزايد عدد الصحف التي تنشر صفحاتها عبر شبكة Internet بحلول عام ١٩٩٦م لتصل إلى ٢٢٠٠ صحيفة ، متفوقة بذلك على ما كان عليه الحال خلال العام السابق بمقدار سبع مرات حيث لم يكن عدد الصحف المنشورة عبر الشبكة يزيد عن ٣٠٠ صحيفة [٣٩] مع تزايد هذه الأرقام خلال السنوات الثلاث الأخيرة بشكل كبير .

وبالرغم من الإشارة السابقة إلى أهمية سعي الصحف المطبوعة لإنتاج نسخ إليكترونية من إصداراتها المطبوعة إلا أنه من المهم التأكيد على أن هذه النسخ لا تعد بديلاً عن الإصدارات المطبوعة حتى وإن توافرت لها بعض الخصائص الاتصالية المميزة للصحافة المطبوعة مثل العرض والاسترجاع الانتقائي ، وعلى هذا فإن إفادة الصحافة المطبوعة من فرص النشر الإلكتروني لا يمكن أن تقلل من مكانة الإعلام المطبوع وقدرته على التعايش مع البدائل الاتصالية الحديثة ، ذلك أن ما تنشره الصحف المطبوعة على الشبكة ليس سوى نسخ إلكترونية من إصداراتها المطبوعة وتعد هذه النسخ بمثابة الوسيط الاتصالي الذي يمكن الإفادة منه في توسيع نطاق انتشار الإصدارات المطبوعة ، حيث يمكن أن تحمل النسخ الإليكترونية إشارات حول المواد الصحفية المنشورة في الإصدارات المطبوعة بما يدفع القراء للسعي للتعرض لها وذلك في اتساق تام مع ما يراه البعض من أن « قراءة نسخة الصحيفة عبر الكمبيوتر يزيد في الواقع من قراءة نسخة الصحيفة التقليدية » [٤٠] .

ومن جانب آخر فإنه لا يمكن للنسخ الإلكترونية أن تستوعب جميع الصفحات اليومية للإصدارات المطبوعة والتي تصل في بعض الصحف إلى ٢٦٠ صحيفة وذلك لعدم قدرة الذاكرات الحاسوبية على استيعاب ما تتضمنه هذه الصفحات من عناصر طباعية وبخاصة ما يتعلق بالعناصر المرتبة المختلفة ، إضافة إلى صعوبة تحميل جميع صفحات الصحف المطبوعة على الشبكة حيث يحتاج ذلك إلى إعادة إخراجها لتتناسب مع الطبيعة الخاصة بالنشر الإلكتروني ، مع الإشارة إلى المحاولات العديدة الهادفة إلى تسهيل ذلك عبر إنتاج برامج للإخراج الصحفي قادرة على تحميل الصفحات المطبوعة على شبكة Internet بشكل مباشر بعد الانتهاء من تجهيز هذه الصفحات للطباعة مثلما يحدث الآن في العديد من البرامج ومنها باللغة العربية برنامج Power Publisher الذي يمكن من نشر الصفحات على الشبكة مباشرة بصيغة HTML دون الحاجة إلى إعادة تصميمها بما يوفر الكثير من الجهد والوقت والتكاليف [٤١] .

وبالرغم من التأكيد على أهمية إفادة الصحف من فرص النشر الإليكتروني بما يقوى من قدرتها على التعايش مع الواقع الاتصالي الحديث إلا أنه من المهم النظر إلى الطبيعة الخاصة بهذا الوسيط الاتصالي الجديد بحيث يتوجب استغلال النسخ الإليكترونية في تقديم متابعات إخبارية مستجدة حول الأحداث التي تتضمنها الإصدارات المطبوعة ولعل هذا ما وعته الصحف المتقدمة في إطار سعيها للتفاعل مع الواقع الجديد لوسائل الاتصال الجماهيري حيث تعمل جريدة Newyork Times الآن مثلاً ومن خلال نسختها الإليكترونية على تقديم تغطيات فورية متعمقة للأسواق المالية مع سعيها لأن تخص هذه النسخة بتقارير حديثة تتضمن ما ورد من مواد صحفية عقب إغلاق صفحات النسخة الورقية للطباعة [٤٢] . كما تقدم بعض الصحف المعروضة على الشبكة خدمات إضافية لجماهيرها حيث تتيح لهم فرصة النفاذ لمركز المعلومات الخاص بها للاستزادة حول بعض المواد المنشورة، كما تنشر صحف أخرى طبعاتها المحلية إلى جانب طبعاتها الدولية أو المركزية ليتسنى لقرائها في كل مكان الاطلاع على طبعاتها المختلفة [٤٣] . ولعل هذا يعني أن نجاح الصحافة المطبوعة في الإفادة من قدرات شبكة إنترنت في توسيع نطاق انتشارها رهن بمدى استجابتها لمتطلبات النشر على هذه الشبكة ، حيث يقتضي ذلك ألا تكون

النسخ الإليكترونية مجرد تكرار لما ينشر في الإصدارات المطبوعة . وذلك حتى لا يترسخ مادرجت عليه بعض الصحف التي اكتفت بمجرد تكييف نسخها المطبوعة مع متطلبات العرض على شاشات الحاسبات الآلية [١٤٤] بما يفقدها فرصة تقديم خدمات اتصالية تتراكب مع ما تفرضه البيئة الاتصالية الحديثة .

وبالإضافة إلى ذلك فإنه من المهم أن تولي الصحف عناية خاصة لإخراج وتصميم صفحات إصداراتها الإليكترونية مع دعمها بالعناصر المرئية على النحو الذي يمكنها من الاستجابة لتفضيلات الجماهير .

الهوامش

١ - جريدة الرياض : العدد ١١٥٢٤ - ٥ / ١٠ / ١٤٢٠هـ - ص١٧ .

٢ - جريدة الرياض : العدد ١١٠٨٧ - ١٢ / ٧ / ١٤١٩هـ - ص٣٩ .

٣ - جريدة الرياض : العدد ١١٢٠٩ - ١٥ / ١١ / ١٤١٩هـ - ص٣٨ .

٤ - مجلة المجلة : العدد ١٠٣٤ - ٥ - ١١ / ١٢ / ١٩٩٩م - ص٧٦ .

٥ - جريدة الحياة : ٣ / ٨ / ١٩٩٥م - ص٢٤ .

٦ - جريدة الرياض : العدد ١١٥٢٧ - ٨ / ١٠ / ١٤٢٠هـ - ص٢١ .

٧ - جريدة الشرق الأوسط : العدد ٧٧٢٣ - ٢٠ / ١ / ٢٠٠٠م ص٢١ .

٨ - عبد الله الطويرقي : صحافة المجتمع الجماهيري (الرياض : مكتبة العبيكان ، ١٤١٨هـ) ص٥٣،٥٤ .

٩ - جريدة الشرق الأوسط : العدد ٧٧١٤ - ١١ / ١ / ٢٠٠٠م ص١٦ .

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

١١ - جريدة عكاظ : العدد ١١٣٨٥ - ١٧ / ٦ / ١٤١٨هـ ، ص٩ .

١٢ - جريدة الرياض - العدد ١١٢٣٠ - ٧ / ١٢ / ١٤١٩هـ ، ص٣٠ .

١٣ - التجارة الإليكترونية : أبرز تطورات الإنترنت ، مجلة الكمبيوتر والاتصالات والإليكترونيات ، عدد خاص بمناسبة معرض جيتكس ٩٩ - نوفمبر (تشرين الثاني) ١٩٩٩م ، ص١٠٨ ، ١٠٩ .

١٤ - كرم شلبي : الإعلام في عصر التكنولوجيا : مستقبل وسائل الإعلام في عالم بلا ورق ، مجلة الدراسات الدبلوماسية ، المعهد الدبلوماسي بوزارة الخارجية ، الرياض، العدد السادس ، ١٤١٠هـ ، ص١٠٥ .

١٥ - جريدة الرياض - العدد ١١١٨٤ - ٢٠ / ١٠ / ١٤١٩هـ ، ص٤٣ .

١٦ - جريدة الشرق الأوسط : العدد ٧٧٥٦ - ٢٢ / ٢ / ٢٠٠٠م ، ص٢٠ .

١٧ - جريدة الشرق الأوسط : العدد ٧٦٥٨ - ١٦ / ٦ / ١٩٩٩م ، ص أولى (٢) .

١٨ - ملفين ل . دوفلير ، وساندرا بول روكيتش : نظريات وسائل الإعلام ، ترجمة : كمال عبد الرؤوف (القاهرة : الدار الدولية للنشر والتوزيع ، د . ت) ص٤ .

١٩ - الصادق رابح : الفضاء الصحفي وتحدي الإنترنت : الإعلام المكتوب بين عاشقي التجديد وعبدة القديم ، جريدة الشرق الأوسط : العدد ٧٧٢٠ ، ١٧ / ١ / ٢٠٠٠م ، ص١٠ .

٢٠ - فهد بن عبد العزيز العسكر : التقنيات الصحفية الحديثة وأثرها على الأداء المهني للصحف المعاصرة (الرياض : دار عالم الكتب ، ١٤١٩هـ) ص١١٢ .

٢١ - جريدة الشرق الأوسط : العدد ٧٦٥٨ - ٨ / ٨ / ١٤٢٠م ، ص أولى (٢) .

٢٢ - جريدة الحياة : العدد ١٣٤٤٠ ، ٢٥ / ١٢ / ١٩٩٩م ، ص١٢ .

٢٣ - محمود علم الدين : التطورات الراهنة في صناعة الصحافة وتأثيرها على الفن الصحفي ، كتاب المجلس الأعلى للصحافة (القاهرة : المجلس الأعلى للصحافة ، ١٩٩١م) ص٤٥ - ٤٦ .

٢٤ - فهد بن عبد العزيز العسكر : الإخراج الصحفي : أهميته الوظيفية واتجاهاته الحديثة (الرياض : مكتبة العبيكان ، ١٤١٩هـ) ص٩٠ .

25 - Emst hands : American newspaper in the 1989, 2 ed ed, (New York : Hasting House pub. 1977) p128 .

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

٢٧ - شريف درويش اللبان : تكنولوجيا الطباعة والنشر الإليكتروني : ثورة الصحافة في القرن القادم (القاهرة : العربي للنشر والتوزيع ، ١٩٩٧م) ص١٠١ .

٢٨ - عصام الدين سيد عبد الهادي : الإخراج الصحفي للعناصر الثابتة واللون في الجريدة اليومية (القاهرة : تليستار للمطبوعات الإعلامية ١٩٩٦م) ص٨٦ .

29 - Mario Garsia : Contemporary Newspaper design, 3 ed ed., (Newjersey : Prentice Hall, 1993), p 133.

٣٠ - عصام الدين سيد عبد الهادي : مرجع سابق : ص ٧٦ .

٣١ - شريف درويش اللبان : الطباعة الملونة : مشكلاتها وتطبيقاتها في الصحافة (القاهرة : العربي للنشر والتوزيع ، د.ت) ص١٩ .

٣٢ - فهد بن عبد العزيز العسكر : التقنيات الصحفية الحديثة ، مرجع سابق ص٩٧ .

33 - Mario Garsia op. Cit., p 134 .

٣٤ - عصام الدين سيد عبد الهادي : مرجع سابق ص٧٩ - ٨٠ .

٣٥ - سمير صبحي : صحيفة تحت الطبع (القاهرة : دار المعارف ١٩٧٤م) ص٨٨ .

٣٦ - شريف درويش اللبان : الطباعة الملونة : مرجع سابق ص٤٤ .

37 - Steven Ames : Elements of newspaper design (New York : praeger, 1989), p 250 - 251 .

38 - Daryl Moen : Newspaper layout & design, 3 Ed, ed., (Iowa : Iowa State University press, 1995), p IX. .

٣٩ - شريف درويش اللبان : تكنولوجيا الطباعة والنشر الإليكتروني : مرجع سابق ص١٢ .

٤٠ - يرى ذلك روبير جريدني ، المدير العام لجريدة الحياة ومجلة الوسط نقلاً 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 ، ٣٠ - ٣٢ .

٤١ - جريدة الشرق الأوسط : العدد ٧٥٤٦ ، ٢٧ / ٧ / ١٩٩٩م ص٢٩ .

٤٢ - جريدة الحياة : العدد ١٣٤٤٠ ، ٢٥ / ١٢ / ١٩٩٩م ص١٢ .

٤٣ - جريدة الشرق الأوسط : العدد ٧٧٢٦ ، مرجع سابق ، ص١٠ .

٤٤ - جريدة الشرق الأوسط : العدد ٧٧٢٦ ، ١٣ / ١ / ٢٠٠٠م ص١٠ .