

القضايا والرهانات في الصحافة الإلكترونية

وجدي دمرجي وسيلة

باحثة دكتوراه بقسم علوم الاعلام والاتصال ، كلية العلوم الاجتماعية ، جامعة مستغانم

مقدمة:

يرتكز مفهوم الإعلام أساسا على مهمة توجيه الرسائل من المرسل إلى المستقبل، وقد آن لهذا التوجه أن يتغير في ظل تكنولوجيا المعلومات، ليصبح تواصل لا مجرد إعلاما أحادي الإتجاه، يصب رسائله على مستقبله، فعلى الرغم من إستفادة الصحافة المكتوبة من تكنولوجيا الإتصال، والمتمثلة في صناعة الطباعة منها الطباعة الرقمية، والتي أحدثت ثورة حقيقية في مجال الطباعة، خاصة في توفير عاملي الوقت والجهد، مع تحقيق الجودة العالية، إلا أنه في ظل التحدي الذي أفرزته شبكة الأنترنت، فرضت الصحافة الإلكترونية نفسها على الساحة الإعلامية العالمية والعربية بوجه عام، وظهرت في شكل أكسبها صبغة المنافس القوي للصحافة الورقية، نظرا لما تتميز به من مميزات كثيرة، فقد تراجع توزيع الصحف وتقلص عدد قرائها، خاصة بين الشباب، وأضحت هذه الوسيلة -أقدم وسيط إعلامي- تواجه موقفا صعبا أمام هذه التحديات فما مدى تأثير الصحافة الإلكترونية على شبكة الأنترنت كأحدث ما توصلت إليه التكنولوجيا الحديثة على مقروئية الصحف الورقية؟ وماهي أهم الخدمات التي تقدمت مواقع الصحف الإلكترونية للجمهور؟

حاول العديد من الباحثين في دراستهم للظاهرة الإتصالية الجديدة (الصحافة الإلكترونية) باعتبارها منشور إلكتروني دوري يحتوي على الأحداث الجارية، سواء المرتبطة بموضوعات عامة، أو موضوعات ذات طبيعة خاصة، ويتم قراءتها من خلال جهاز الكمبيوتر، وهي تشمل ايضا الصحف المطبوعة التي يتم اصدارها ونشرها على شبكة الأنترنت وقواعد البيانات⁽¹⁾ التفرقة بينها وبين نظيرتها الورقية، بناء على عناصر الإتصال فبالنسبة للقائم بالاتصال في الصحافة الإلكترونية يجب عليه أن يلم بكيفيات إستخدام الكمبيوتر وجميع البرامج المتطورة المتعلقة باستخدام شبكة الأنترنت⁽²⁾، أما المحرر في الصحيفة المطبوعة فيكفيه فقط التحرير على الورقة، وليس بالضرورة معرفته استخدام الكمبيوتر والأنترنت، أما الرسالة بصفتها عنصرا مهما في العملية الإتصالية، فإن مضمونها لا يختلف كثيرا في الصحافة الإلكترونية، لكن الفرق يكمن في سهولة التعامل معها والوصول إليها كذا حفظها وتخزينها، وذلك كونها غير حاملة مدعومة بصور ثابتة ومتحركة وحتى الصوت والرسوم المتحركة، فيما تبقى نصية جامدة في الجريدة المطبوعة⁽³⁾.

والشكل الذي تصدر فيه الصحيفة التقليدية بصفتها الوظيفة التي تؤديها في المجتمع الحديث أي كونها رسالة تستهدف خدمة المجتمع والإنسان، والتي تتصل بطبيعة الواقع الاجتماعي والاقتصادي في المجتمع الذي تصدر فيه الصحيفة، ونوعية النظام السياسي والاجتماعي القائم فيكون في صيغة مطبوعة على الورق على شكل نصوص وصور ثابتة فقط، أما الصحافة الإلكترونية فتعتمد على تقنية إخراج متطورة، باعتمادها على مستويات عديدة، وفيما يتعلق بالمستقبل كطرف أساسي في العملية الاتصالية، فإن المعطيات المتاحة في الصحيفة الإلكترونية بشكلها المتطور تمكن من تخطي مشكلة القراءة، فبإمكان المتلقي الإستعانة بتقنيات جهاز الحاسوب لقراءة مضمون المادة الصحفية داخل النسخة الإلكترونية بمجرد إستخدام لوحة المفاتيح⁽⁴⁾، زيادة على ذلك فإن التغذية العكسية في الصحيفة الإلكترونية تكون مرئية منقولة بالصوت والصورة، ومباشرة بين المرسل والمستقبل، عكس المطبوعة التي يتم فيها فقط نقل المعلومة من المصدر إلى الجمهور.

جمهور الصحافة الإلكترونية:

لقد تنوعت التعريفات التي تناولت مفهوم الجمهور، واختلفت باختلاف السياق الذي نشأ فيه هذا الأخير، الذي إرتبط تارة بالحدث الثقافي من خلال العروض المسرحية، وتارة أخرى بالسوق، ولعل أهم سياق نشأ فيه الجمهور هو ذلك المتعلق بنشأة وسائل الإعلام والإتصال على إختلاف مراحلها، من صحافة مكتوبة ورايو وتلفزيون إلى الأنترنت بكل ما حملته من مستجدات على وسائل الإعلام، فمفهوم جمهور وسائل الإعلام بصفة عامة، لايزال يستمد مفهومه من الأصل التاريخي لمصطلح **Audience**، حيث كانت فكرة الجمهور تعني مجموعة من المتفرجين على عرض درامي أو لعبة أو أي إستعراض عام يستقطب عددا من الناس⁽⁵⁾ وهو في الاصل جماعة تنشأ إستجابة لنشاط إعلامي محدد تقوم به وسائل الإعلام⁽⁶⁾، ومما لا شك فيه أنه بظهور أية وسيلة إعلامية جديدة، فذلك سيغير حتما في علاقة

الجمهور بالوسيلة، وحتى في خصائصه، فجمهور الصحف المطبوعة يختلف عن جمهور الإذاعة وحتى التلفزيون، كما أن جمهور الأنترنت له ما يميزه من عادات وخصائص، ومن هنا فحتى جمهور الصحافة الإلكترونية يختلف عن جماهير وسائل أخرى ومن أهم خصائصه⁽⁷⁾:

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

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

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

ومن الخصائص التي تميز جمهور الصحف الإلكترونية هو أنه جمهور شبابي، حيث تشير أغلب الدراسات المنجزة إلى أن أفراد الصحف الإلكترونية في الغالب هم من فئة الشباب، حيث يشكل الطلبة والمهاجرون العرب حول العالم نسبة كبيرة منهم، وأن قراءة نصفهم للصحف الإلكترونية يشكل ركيزة يومية من حياتهم، وكل هذا لأنها متوفرة طوال اليوم، ولا تحتاج إلى دفع رسوم، كما أنها تمكنهم من متابعة الأخبار من أي مكان وعن أي بلد كان، مهما تباعدت مواقعهم، لإحتواء الشبكة العنكبوتية على أزيد من خمسة آلاف صحيفة إلكترونية تشمل بلدان العالم المختلفة، وفي هذا السياق يرى بعض الباحثين، وعلى رأسهم الباحثة **Agliette Jacqueline** أن سلوكيات جمهور وسائل الإعلام تغيرت نتيجة لتطور العرض المقدم على مستوى وسائل الإعلام، ومع ذلك تم بشكل بطيء، إلا أن الحقيقة تكشف بأنه تم خلق نوعا آخر من الجمهور الذي لفت إنتباه الباحثين في مجال الإعلام والاتصال، فكان من الضروري دراسته والبحث عن خصائصه، ومميزاته وسلوكياته الجديدة، وكيفية تفاعله مع الرسائل الإعلامية، خاصة أن دراسات الجمهور لا تزال تحتل مكانة هامة في إقتصاديات وسائل الإعلام.

الخدمات التي تقدمها مواقع الصحف الإلكترونية.

تعد مواقع الصحف الإلكترونية من أكثر المواقع المتواجدة على شبكة الأنترنت جذبا للقراء، وهذا ما أكدته دراسة أعدتها مجموعة رستون، أن مواقع الصحف العالمية ومواقع المعلومات هي الأكثر نموا وحركة بين مواقع الأنترنت، وهي نتيجة لم تكن متوقعة، خاصة وأن هناك تقارير تحدثت أن المواقع الإلكترونية للصحف لن تكون بذات الأهمية والتأثير على الصحف المطبوعة، ووجدت لدراسة أن عشرة صحف أمريكية استأثرت بالنصيب الأكبر للزوار، حيث تضاعف عدد زوارها إلى الضعف في ستة أشهر، متجاوزة بذلك مواقع عالمية شهيرة، وأوضحت أنها وجدت من قبل الزوار إستعدادا لإنفاق المزيد من الأموال في سبيل الحصول على المعلومات من تلك المواقع، إلا أنها أشارت إلى أن قراءة النسخة الإلكترونية سيؤثر على مبيعات الصحيفة المطبوعة نفسها، وتقوم الصحافة الإلكترونية بتقديم عدد من الخدمات للجمهور المتلقي ومنها⁽⁸⁾:

خدمة البحث: حيث تتيح الصحيفة الإلكترونية لمستخدميها خدمة البحث داخلها، وبعض الصحف تتيح هذه الخدمة لفترة زمنية محددة، وتقدم بعض الصحف رؤوس الموضوعات ثم تطالب بالحصول على رسوم مالية محددة إلى تفاصيل الموضوعات، وتتفاوت قوة وكفاءة خدمة البحث من صحيفة إلكترونية إلى أخرى.

خدمة البحث في الأرشيف: وتنصب هذه الخدمة على أرشيف الصحيفة الورقية في المقام الأول، وهي تختلف بذلك عن خدمة البحث التي تنصب على البحث داخل الصحيفة الإلكترونية، وتتعاون خدمات الأرشيف التي تقدمها الصحف الإلكترونية سواء من حيث المدة الزمنية التي يمكن البحث فيها، أو من حيث التكلفة المادية للمادة التي يريد المتصفح الوصول إليها.

خدمة قراءة عدد اليوم أو الأمس من النسخة المطبوعة: وتقتصر هذه الخدمة على الصحف الإلكترونية الكاملة (المختلفة عن الصحيفة الورقية) إذ يتيح الموقع للمستخدم إمكانية مطالعة النسخة الورقية، وما بها من موضوعات مختلفة إلى حد كبير عن محتويات الصحيفة الإلكترونية، فعلى سبيل المثال تقدم صحيفة **USA Today** الأمريكية هذه الخدمة، تحت عنوان **Print Edition** ضمن ما قدم من خدمات مرتبطة بالصحيفة الورقية ويتيح فيها تصفح عدد اليوم والأمس.

خدمة البريد الإلكتروني Electronic mail: وتختلف هذه الخدمة من صحيفة إلى أخرى، فالصحف الصغيرة يقتصر الأمر فيها على إتاحة الفرصة للمستخدم لتوجيه رسائل إلكترونية إلى المحررين، أما الصحف الإلكترونية الكبيرة فإنها توسع من نطاق هذه الخدمة لتقديم خدمة إنشاء بريد إلكتروني شخصي على الموقع، كما تقدم نشرة إخبارية يتم إرسالها يوميا على بريد المستخدم، وتهدف من وراء ذلك إلى ربط المستخدم بالموقع أطول فترة ممكنة خلال الاستخدام، حتى لا يغادره للقيام بأنشطة البريد الإلكتروني من مواقع أخرى .

خدمة مجموعات الحوار: وهي خدمة تقدمها الصحيفة للقراء للتعبير عن آرائهم في القضايا والموضوعات، التي يهتمون بها، من حوار حول آخر الموضوعات المنشورة في العدد الأخير وحوار حول موضوعات أخرى غير مرتبطة بعدد اليوم، وموزعة وفقا للأقسام الرئيسية للصحيفة، مثل: الأخبار، الاقتصاد، الرياضة، التكنولوجيا وغيرها .

خدمة الإرشاد إلى الأخبار الجديدة والموضوعات الهامة: وتقدم للمستخدم عناوين أهم الأخبار من وجهة نظر الصحيفة، التي يمكن أن يطالعها على الفور، ودون الدخول في تفاصيل الموقع.

خدمة خريطة الموقع Sit map: وتعني هذه الخدمة بتقديم محتويات الموقع بطريقة مبسطة وسهلة للمستخدم خاصة إذا كان الموقع مزدحما بالتفاصيل والخدمات، مثل: مواقع الصحف الإلكترونية الكبيرة.

خدمة الإجابة عن الأسئلة الأكثر طرحا FREQUENTLY ASKED QUESTION : وتتضمن الإجابة عن الأسئلة التي يمكن أن يطرحها المستخدم حول طريقة الإستعراض أو المشكلات التي قد يواجهها أثناء إستعراض الموقع.

خدمة الربط بالمواقع الأخرى: وفي هذه الخدمة تقترح الصحيفة على المستخدم عددا من المواقع التي تراها مهمة له، وغالبا ما تكون هذه المواقع ذات صلة بالصحيفة، أو بينها وبين الصحيفة إتفاق على تبادل إقتراح المواقع على المستخدمين.

خدمة الإشهارات المبوبة: وتشمل هذه الخدمة إستثمارات السيارات والمزادات، وإشهارات العقارات، وخدمات التسوق.... إلخ⁽⁹⁾

التفاعلية في الصحافة الإلكترونية:

إن التفاعلية تمثل التفاعل القائم على أساس تبادل الرسائل أو التغذية العكسية، **Feedback** وهي عنصر أساسي من عناصر الإتصال المؤثر ، والتفاعلية يراد بها، من جهة التفاعل بين المصدر أو المرسل وبين المستقبل (القارئ) ، ومن جهة أخرى، التفاعل بين المستخدمين أو الجمهور أنفسهم، سواء تم ذلك بواسطة المصدر ومشاركته أو بدوره، فهذه الخاصية من أهم الفروق بين الوسيطتين، فالصحافة الإلكترونية تسمح بمستوى مسبوق من التفاعل، الذي يبدأ بالبحث في مجموعة من النصوص والإختيار فيما بينها ، وينتهي بإمكانية توجيه الأسئلة المباشرة والفورية، أي أنها تفتح المجالات للحوار والمناقشات للقارئ⁽¹⁰⁾.

وإذا ما نظر للصحافة التقليدية، يجد أنها لا توفر فرصا مباشرة وحقيقية للتفاعل، أما الصحافة الإلكترونية، فإنها تتميز بمدى واسع من التفاعلية، بل أن هذه الميزة باتت تمثل أحد أهم الخصائص المهمة والأساسية لهذا النوع من الصحافة؛ فهي تجعل من القارئ ليس مستخدما فقط، وإنما مساهما ومشاركا في صنع الخبر والمعلومة وهذا بدوره يجعل المبادرة ليس في يد ناشر أو منتج الصحف الإلكترونية كما هو عليه الحال بالنسبة للصحافة التقليدية.

ورغم ذلك فإن بعض الباحثين يرون بأن إطلاق سمة التفاعلية على الصحافة الإلكترونية بصورة عامة ومطلقة لا يمد من الجانب التطبيقي، للواقع بصله، إذ ليس كل إتصال في الأنترنت هو إتصال تفاعلي، لأن البعض من مستقبلتي الرسائل قد يردون عليها وقد لا يفعلون ذلك⁽¹¹⁾، وهناك بعض المواقع توفر الإتصال التفاعلي الكامل والأخرى فيها قدر معين من التفاعلية.

وهناك من يعتقد بأن التفاعلية في الصحافة الإلكترونية يمكن النظر إليها من خلال مدرستين؛ الأولى ترى بأن التفاعلية هي عبارة عن خيارات يقدمها الناشر لتوسيع تجربة القارئ وتحكمه وإضافته للمحتوى، مثل التعليق على الأخبار والمقالات، في الجزء المخصص تحت كل خبر أو موضوع والثانية وهي التي ترى بأن التفاعلية الحقيقية، تتطلب من الإثنين؛ "الناشر والمستخدم"، أن يكونا على مستوى وقدرا متكافئ من حيث التحكم بالمحتوى⁽¹²⁾ ويشتمل تعريف التفاعلية على ستة أبعاد تتناسب والوضع في الصحف على الأنترنت وإمكاناتها التفاعلية هي⁽¹³⁾:

تعدد الاختيارات المتاحة أمام المستخدمين:

يدرك مُصممو الصحف على الأنترنت بأن كلما زادت الوصلات الفائقة على الموقع، كلما زادت إختيارات المستخدمين للإبحار خلال موقع الصحيفة، ولذا فإن هذه الإختيارات المتعددة مهمة لإحداث التفاعلية، كما أن مُصممو المواقع الإلكترونية يدركون جيدا بأن المستخدمين يفضلون الإختيار ما بين تصفح النصوص والصور الثابتة والمتحركة، أو إستقبال المعلومات باللغة التي يريدونها، هذا بالإضافة إلى الخيارات التي تتعلق بقنوات الإتصال مثل النص الفائق والفيديو والحركة وغيرها.

إمكانية الإتصال بين المستخدمين ومسؤولي الصحيفة ومحرريها: ويساعد على ذلك توافر عناوين البريد الإلكتروني التي يمكن أن تُسهل عملية الإتصال بين المستخدمين من جهة، والمسؤولين في الصحف على الأنترنت من جهة أخرى، وكذلك إمكانية إتصال المستخدمين بمحرري القصص الإخبارية على موقع الصحيفة على الأنترنت.

إمكانية الإتصال الشخصي: ويقصد به إمكانية الإتصال بين المستخدمين للوسيلة الإتصالية الواحدة بعضهم البعض، ويساعد على ذلك توافر منتديات أو غرف الدردشة ومجموعات النقاش التي تساعد على جذب القراء إلى موقع الصحيفة لفترة أطول، إضافة إلى وجود استطلاعات رأي القراء إتجاه أهم القضايا والأحداث الجارية⁽¹⁴⁾.

المراقبة المستمرة للموقع: ويعني توفر أداة أو أكثر لمراقبة موقع الصحيفة بحيث يمكن للموقع أن يسجل كل من زار الموقع وأي جزء من الموقع قام بزيارته، وأكثر الموضوعات قراءة وتحميلا وتعليقا من قبل المستخدمين، وتُعد إتاحة المراقبة المستمرة للموقع من الوسائل التي تجعل الموقع أكثر قدرة على تلبية احتياجات المستخدمين، كما أنها تُعد وسيلة فعالة لتقييم الموقع.

إمكانية البحث عن المعلومات: ويساعد على ذلك توفر وسائل أو محركات البحث أمام المستخدمين، سواء البحث عبر موقع الصحيفة أو البحث عبر الأنترنت، إضافة إلى وجود أرشيف للصحيفة، بما يسمح بالاطلاع والبحث في الأعداد السابقة من الصحيفة على الأنترنت.

إمكانية إضافة المعلومات: بحيث يصبح المستخدم بمثابة مراسلا لمحرر الموقع، إذ يجب على مواقع الصحف على الأنترنت تسهيل عملية إضافة المعلومات على الموقع من قبل المستخدمين، وبعض الصحف على الأنترنت تسمح للمستخدمين بإضافة الأنواع التالية للمعلومات⁽¹⁵⁾.

ويتضح من الأبعاد الستة السابقة أن هذا التعريف للتفاعلية ينظر إلى التفاعلية من خلال تدفق المعلومات من كلا الجانبين أو أكثر من إتجاه، إذ أن أربعة من الأبعاد الستة تؤكد على دور المستخدم بشكل واضح وتُعظم من دوره في العملية الإتصالية.

الصحف الالكترونية بديلا عن الصحف الورقية :

عادة ما تثار عدة مناقشات وقضايا كلما ظهرت وسيلة إعلامية جديدة، ففي مثل هذه الأحوال غالبا ما يكون هناك شك في صمود القديم أمام الجديد، ومع انتشار مفاهيم النشر الالكتروني بأنواعه المختلفة أثّر قلق واسع النطاق بشأن الصحافة المطبوعة، ويقوم هذا الاتجاه على أساس أن الصحف الالكترونية تمثل بديلا مهما عن الصحف الورقية، وسوف تحل محلها⁽¹⁶⁾، وهناك عدة مبررات من يؤيد هذا الاتجاه حيث تشهد مجمل البلدان أزمات الصحافة المكتوبة الورقية التي تعاني من تراجع ملحوظ في التوزيع، وفي حصص الاشهار وفي إعراض القراء الشباب عنها (نسبة قراءة الصحف تقل بمقدار الضعف عند أولئك الذين تقل أعمارهم عن ثلاثين عاما) أو في تراجع أهميتها أمام الأنترنت؛ الشبكة التي تسرق جماهير هذه الوسائل مجتمعة أي انها تسرق جمهور الصحافة والهاتف والتلفزيون، ومنذ سنوات وليست بعيدة كان يسود خوف قوامه إن الانترنت تحضر قبل الصحافة المكتوبة⁽¹⁷⁾.

فالمصاحفة الورقية المطبوعة تواجه عدة تحديات خطيرة من أكثرها إلحاحا التحدي الاقتصادي المتمثل في ارتفاع أسعار الورق والتجهيزات الإلكترونية على شبكات المعلومات، والتحدي البيئي المتمثل في دعاة الحفاظ على البيئة، تحدي المنافسة الإعلامية والاتصالية من باقي الوسائل الأخرى وكذلك تحدي المصادقية، وفي هذا الصدد فقد نظر إلى هذه الخدمة في البداية كخدمة مكملية لما تقدمه النسخة المطبوعة، ثم أثير نقاش كبير حول فكرة ان تكون المصحفة الإلكترونية بديلا للمصحفة المطبوعة.

فبالرغم من أن الجريدة مازال لها بريق خاص لأسباب تاريخية وثقافية عند الأجيال الحالية، لكن يثار سؤال حول ما إذا كان هذا البريق سيستمر مع أجيال الشباب ؟ والدراسات الميدانية على وسائل الاتصال في الولايات المتحدة الأمريكية وغيرها، أكدت على أن الجريدة اليومية لم تعد الوسيلة المفضلة لديهم للحصول على المعلومات، صباح كل يوم مثلما كان في الماضي، إضافة إلى ذلك ارتفاع تكاليف الإنتاج الطباعي وأسعار الورق.

وقد انتقد "تيرنر" رجل الأعمال الأمريكي ومالك شبكة CNN المصحفة الورقية، وأشار إلى أن أيامها كحبر وورق باتت معدودة، ويرى اندحار المصحفة الإلكترونية وبأن العالم سيشهد آخر صحيفة ورقية في عام 2018، نظرا لأن السمات الأساسية للمصحف الإلكتروني تفوق السمات الأساسية للمطبوعة، وتمثل هذه السمات في الاستفادة من ثروة المعلومات، من خلال الأنظمة الرقمية التي تعمل في ظلها المصحفة الإلكترونية والنشر كذلك تقنية النص الفائق حيث تسمح لقراءها بالتعليق فيما وراء النص، والانتقال من موقع لآخر داخل الشبكة بالإضافة إلى الملتيميديا* والانتقائية التي تتيح للقارئ اختيار المواد الصحفية التي تتفق واهتماماته وحاجته بدرجة أكبر وأوسع مما هو متاح في المصحفة الورقية زيادة على ميزة الحالية والآنية التي تتصف بها مضامينها⁽¹⁸⁾، فالمصحفة الإلكترونية هي وسيلة إتصال متدفقة ومتحركة لا تعرف موعدا للتوزيع أو القراءة.

المصحف الإلكتروني منافسا للمصحف المطبوعة :

يقوم أصحاب هذا الإتجاه على أن المصحف الإلكتروني بالرغم من الإعتراف بكل مميزاتها فإنها لا تشكل بديلا عن وسائل الإتصال التقليدية خاصة المصحف المطبوعة، ويتبنى هذا الإتجاه أكاديميون، وصحفيون يعملون في المصحف المطبوعة، وهناك كثير من المبررات تدعم موقفهم منها، فهم يرون أن المصحفة الإلكترونية، تحتاج إل سنوات عديدة حتى يصبح لها تأثير يماثل المصحفة المطبوعة، ويرفضون تماما المقارنة بينها وبين المصحفة الورقية، لأن هذه الأخيرة هي الأقوى، والأكثر تأثيرا، لأن الأنترنت لا تزال غير متاحة للجميع، والمعوقات أمام المصحفة الإلكترونية كثيرة ومتعددة، كما أن المصحف الإلكتروني تعتمد على المصحف المطبوعة في الإعلان عنها، والوصول إلى المستفيدين الجدد⁽¹⁹⁾ إضافة إلى عدم وجود بنية معلوماتية حقيقية في أي مكان في العالم، وأن المواطن يثق أكثر بالخبر المنشور في المصحفة الورقية، حتى ولو كانت محدودة التوزيع كما ان المصحفة الورقية هي الأكثر تأثيرا، وتأثرا بين وسائل الإعلام، وخاصة بين فئة المتعلمين فبالرغم من ثورة المعلومات، والانفجار الإعلامي الذي يعيشه العالم، فإن المصحف اليومية هي التي تحفز المتعلمين على المشاركة في الحياة المدنية، وليس جهاز التلفزيون وبرامجه، أو الأنترنت ومعلوماته⁽²⁰⁾، حسب دراسة أجرتها جامعة أوهايو - الأنترنت ليست باستطاعة كل الناس إستخدامه، أو إقتنائه بالإضافة إلى أن الأنترنت يزيد من إنتشار المصحفة، والمصحفة التي تقرأ عبر الأنترنت هي المصحفة الورقية، وتظل القراءة عبر الورق أسهل، وأيسر، وأكثر عمقا من الأنترنت. وبذلك ستبقى المصحفة التقليدية لها دورها الإجتماعي والثقافي طالما تمكنت بتطوير نفسها بصورة مستمرة.

وفي الإطار نفسه يؤكد بعض الخبراء والأكاديميين أن المصحفة الإلكترونية لن تحل محل المصحفة التقليدية المطبوعة، وذلك باعتبار أن تاريخ وسائل الإتصال يؤكد أنه ما من وسيلة جديدة استطاعت القضاء على الوسائل السابقة عليها، وإنما تعايشت معها في ظل خصوصية كل واحدة، والمصحفة المطبوعة يمكن أن تعظم إستفادتها من الإنترنت، وتجعل من هذه الشبكة قناة للإرتقاء بالعمل الصحفي، وقناة للترويج، والوصول إلى أسواق جديدة من خلال إقامة مواقع لها على الشبكة.

ولازالت الدراسات في هذا المجال تؤكد أن إستخدام الأنترنت لم يؤثر بدرجة ملموسة على معدلات قراءة المصحف المطبوعة في مختلف أنحاء العالم، مثلا المصحف المطبوعة الإيطالية لا زالت تلقى رواجاً كبيراً رغم تضاعف استخدام الأنترنت في إيطاليا بمعدل (23) مرة في السنوات الأخيرة⁽²¹⁾.

الصحف الإلكترونية مكملًا للصحف المكتوبة :

إنه في تاريخ وسائل الإتصال منذ نشأتها وحتى الآن لم تلغ وسيلة إتصال متطورة الوسيلة القديمة بل تستوعبها وتطورها، وينتج عن تفاعل الوسيطتين وسيلة جديدة، تتيح إمكانيات جديدة ومتعددة للجمهور في الإتصال وتبادل المعلومات. وشبكة الانترنت بإعتبارها الطليعة في عصر وسائل الإعلام والإتصال الحديثة، والتي تتميز بمزايا عظيمة، لكن ماهي إلا إحدى عناصر التكنولوجيا الحديثة المساهمة في الإزدهار والتطور⁽²²⁾، وإن الآلاف من الخمسة ملايين موقع على الشبكة الموجودة، قد تم تكوينها بواسطة الإعلام التقليدي، وأن المؤسسات الإعلامية التقليدية قد تحولت إلى الشبكة لإنشاء شبكات داخلية ثرية في المعلومات للإستخدام في داخل مكاتبها، والعديد منها يستطيع الوصول إلى مجموعات من السجلات العامة أو المعلومات الخلفية بالنسبة لعدة موضوعات⁽²³⁾.

يذكر "جيرارد تيري" في تقرير له إلى رئيس وزراء فرنسا عن طريق الإعلام السريع، أن الصحافة المكتوبة الورقية، وهي من أهم وأقدم مصدر للأخبار والمعلومات سوف تنتفع إنتفاعا متزايدا بالشبكات الجديدة، حالما تكون حولت بالكامل عملياتها الإنتاجية إلى أرقام، وفي حين أن الشبكات الإلكترونية الجديدة تنمي المنافسة التي تعمل بمثابة حافز إقتصادي، فإنها أيضا تتيح للصحافة فرصة كبيرة، بحيث تزيد من تنوع محتوياتها وتنمية خدمات مستحدثة⁽²⁴⁾، وإنه في شأن بقاء الصحافة التقليدية بعد ظهور الجريدة الإلكترونية فإنه أمر مضمون، لأن الواقع قد أثبت هذا مع جل الوسائل التي ظهرت بعد الصحافة المكتوبة، والتي لم تقض على بريقها وتميزها، لأنه لكل وسيلة جاذبيتها وسحرها وإمكاناتها التي قد تحول دون الإقلاع تماما عن إستخدامها، فكل وسيلة يمكنها البقاء إلى جانب غيرها من الوسائل، بشرط أن تكون قادرة على التجديد، والابداع، والتمتع بالجرأة والخيال اللازمين لمنافسة سواها من الوسائل⁽²⁵⁾، وبشأن الشك في صمود الصحيفة المطبوعة أمام الصحيفة الإلكترونية، فإن الخبراء والإعلاميين يجيبون أن الصحافة الإلكترونية لن تقضي على الصحافة الورقية، لأنه ليست المرة الأولى التي تواجه فيها الصحافة التقليدية مثل هذه التحديات، فمن قبل أعلن الكثيرون عن موت الصحافة مع بدء الإرسال التلفزيوني، ورغم ذلك إزدهرت في وجوده إزدهارا لم تشهده من قبل، حتى أن عدد الصحف التي صدرت في الولايات المتحدة الأمريكية بلغ في يوم من الأيام، 1550 صحيفة، وفي هذا الموت الوشيك للصحافة التقليدية قد حل محله إدراك الناس الذين يعانون من كثرة المعلومات والفرق فيها بأنهم سيتعطشون للحقيقة، وإن الجمهور يحتاج أكثر من أي وقت مضى إلى جامعين جدد ومهرة ليفرزوا كل هذا الخلط والفوضى في مجتمع المعلومات....

يرى هذا الإتجاه أن العلاقة بين الصحيفة الإلكترونية والورقية علاقة تكاملية، وهم لا يشاطرون تلك المواقف التي ترى بأن عهد الصحافة التقليدية آيل للزوال، ويؤكدون على أن المواقع الإلكترونية ما هي إلا جزء من العملية الصحفية الحديثة، ولا يعقل أن توزع صحيفة مكتوبة اليوم دون أن يكون لها موقعا إلكترونيا يستجيب للعادات الجديدة في مجال القراءة.

وفي الأخير نخلص إلى أن هناك اختلاف واضح بين الباحثين من حيث تقييمهم لأداء وسائل الاعلام التقليدية والحديثة، وفي اطار تحديدهم لطبيعة وحجم التأثيرات التي تمارسها الصحافة الرقمية التفاعلية على مقروئية واستمرارية الصحافة المكتوبة مستندين في ذلك على التبريرات المختلفة لتفسير هذه النتائج التي توصلوا اليها من خلال الأبحاث، التي تباينت منها ما يؤكد فعالية الصحافة الالكترونية في السيطرة على اتجاهات الافراد وفي قدرتها على جلبهم واستقطابهم، واخرى ترى ان هذه الوسيلة الالكترونية تحتاج إلى سنوات عديدة حتى تبلغ تأثير الصحافة المكتوبة، وفي مقابل ذلك دراسات أثبتت ان مستقبل الصحافة الورقية مضمون، وما الصحافة الالكترونية الا مكملًا للمكتوبة. فإذا كانت الصحافة الإلكترونية تختلف عن الوسائل الإعلامية الأخرى في العديد من الأمور الجوهرية فإن القاسم المشترك بين إهتماماتها، يتمثل في المضامين التي تعتبر مؤشر نجاح الأنباء، فسيظل دائما هو صاحب الأهمية الأولى⁽²⁶⁾، وعليه فإن ما ينبغي ان يميز الجرائد الإلكترونية في الجزائر هو تقدم أكثر المعلومات شمولا، وأفضل الوسائل للوصول إليها، وهذا كونها تعد من الوسائل الأكثر إستفادة من الحدود الجغرافية للعالم بأسره، وبانت تعني القمة في التعبير عن حرية الرأي، بعيدا عن مقص الرقيب وقوانين المطبوعات والنشر.

الهوامش:

1. محمود علم الدين، الصحافة في عصر المعلومات، ط1، العربي للنشر والتوزيع، القاهرة 2000، ص 271.
2. جون ميل، رالف لويسنتاين، الاعلام وسيلة ورسالة، (تر) ساعد خضر العراي الجارثي، الرياض، ص 70.
3. زيد منير سليمان، الصحافة الالكترونية، ط1، دار اسامة للنشر، عمان، 2009، ص 55.

4. نجوى عبد السلام: تجربة الصحافة الإلكترونية المصرية والعربية، المجلة العلمية لبحوث الإعلام، القاهرة، جامعة القاهرة، كلية الإعلام، ديسمبر 1998، ص 204.
5. الطاهر بن خرف الله وآخرون، الوسيط في الدراسات الجامعية ج1، دار هومة لنشر والتوزيع، الخواثر، 2002، صص 49، 51.
6. سامي الشريف، الإذاعات والقنوات المتخصصة، ط1، دون ذكر دار النشر القاهرة، 2009، ص 6.
7. محمد عبد الحميد، دراسات الجمهور في بحوث الإعلام، ط1، عالم الكتب، القاهرة 1993، ص 36.
8. حسين محمد نصر، الأنترنت والإعلام، الصحافة الإلكترونية، العين، مكتبة الفلاح للنشر والتوزيع، 2003، ص 123.
9. المرجع نفسه، ص 110.
10. ماجد سالم تريان، الأنترنت والصحافة الإلكترونية، ط1، الدار المصرية اللبنانية، مصر، 2008، ص 129.
11. Morris Ogan, "The Internet as mass Medium, Journal of Communication, 46(1); (1996). p.p 39-50.
12. جاسم محمد الشيخ جابر، الصحافة الإلكترونية العربية، المعايير الفنية والمهنية، دراسة تحليلية لعينة من الصحف الإلكترونية العربية، أنجاث المؤتمر الدولي، الإعلام الجديد: تكنولوجيا جديدة.. لعالم جديد، جامعة البحرين، 7-9 أبريل 2009، صص 399، 398.
13. سعيد محمد الغريب النجار، التفاعلية في الصحف العربية على الإنترنت، مرجع سبق ذكره ص 366.
14. المرجع نفسه، ص 367.
15. المرجع نفسه صص 368، 369.
16. ماجد سالم تريان، مرجع سبق ذكره، ص 280.
17. Sophie boukharie, internet ,le grand bouleversement de paysage médiatique culture et société ,rfi,n 199,4 fevrier 1998 p2.
18. مروءة محمد كمال الدين، مستقبل طباعة الصحف العربية رقمياً¹، ط1، الدار المصرية اللبنانية، دون ذكر مكان النشر ماي 2007، ص 274.
- تقنية الوسائط الفائقة، تتيح هذه التقنية تقديم الأخبار، والمعلومات بأشكال ووسائل عديدة من صوت وصورة .
19. Yannick estienne, le journalisme après l'internet ,preface d erik neveu ,l harmattan :communication et civilisation 2007,p 140.
20. ماجد سالم تريان، مرجع سبق ذكره، ص 228.
21. محمد عبد الهادي، تكنولوجيا المعلومات في المكتبات، ومراكز المعلومات العربية بين الواقع والمستقبل، وقائع المؤتمر العربي الثامن للمعلومات، القاهرة، الدار المصرية اللبنانية، ص 309.
22. سمير محمود، الحاسب الآلي وتكنولوجيا صناعة الصحف، دار الفجر للنشر والتوزيع، دون ذكر مكان النشر، 1997، ص 29.
23. محمد تيمور عبد الحسيب، تكنولوجيا ومستقبل طباعة الصحف، القاهرة، مجلة الدراسات الاعلامية، 1990، ص 59.
24. سمير محمود، مرجع سبق ذكره، ص 29.
25. جون ماكسويل هاملتون، جورج كيرميسكي، (تر) احمد محمود، صناعة الخبر في كواليس الصحف الامريكية، ط2، دون ذكر مكان النشر، دار الشروق 2010، ص 10.
26. فرانك كليش، ثورة الانفوميديا، الوسائط المتعددة وكيف تغير عالمنا وحياتنا؟، (تر) حسام الدين زكرياء، مجلة عالم المعرفة، العدد 253، يناير 2000، ص 407.