



جامعة محمد خيضر - بسكرة -
كلية العلوم الإنسانية و الاجتماعية
قسم: العلوم الإنسانية
شعبة: علوم الإعلام والاتصال



عنوان الأطروحة:

الاتجاهات الإخراجية في الصحافة الإلكترونية الجزائرية
دراسة وصفية تحليلية مقارنة لصحيفتي "الشعب أونلاين" و "TSA"

أطروحة مقدمة لنيل شهادة دكتوراه الطور الثالث LMD في علوم الإعلام والاتصال
تخصص: صحافة مكتوبة

إشراف الأستاذ الدكتور:

جفافة داود

إعداد الطالب:

بلعبي معمر

السنة الجامعية: 2024/2023

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

كلمة شكر و عرفان

إن الحمد لله أولاً وأخيراً أما بعد:

أتوجه بالشكر الجزيل والعرفان للأستاذ البرفيسور "جفافلة داود" الذي أشرف على

توجيهي ونصحي لإنجاز هذه الأطروحة، كما أشكر أيضاً كل من ساهم من قريب وبعيد

في مساعدتي لإكمال هذا البحث.

الإهداء

أهدي هذا العمل البسيط إلى والدي المتوفي -رحمه الله-

إلى عائلتي الكبيرة: والدتي أطال الله في عمرها، أخي، وأخواتي.

إلى عائلتي الصغيرة: زوجتي الغالية وإبنتي "روح الروح" والعزيزة "تسنيم".

إلى كل مقاوم ومجاهد من أهل غزة الجريحة والثائرة.

إلى كل من يهوى ويعشق طلب العلم.

الفهارس

1- فهرس الموضوعات

2- فهرس الجداول

3- فهرس الأشكال

1. فهرس الموضوعات

الصفحة	عنوان الموضوع
1	الإهداء
2	شكر وتقدير
4	الفهارس
4	فهرس الموضوعات
13	فهرس الجداول
15	فهرس الأشكال
19	مقدمة
الفصل الأول : موضوع الدراسة وإجراءاتها المنهجية	
27	1. موضوع الدراسة وإجراءاتها المنهجية
27	1.1. إشكالية الدراسة
30	2.1. تساؤلات الدراسة
30	3.1. ضبط مفاهيم الدراسة
40	4.1. أسباب اختيار الموضوع
41	5.1. أهمية الدراسة
42	6.1. أهداف الدراسة
42	7.1. الدراسات السابقة والمثابفة
69	8.1. المدخل النظري للدراسة
76	9.1. نوع الدراسة ومنهجها
76	1.9.1. نوع الدراسة
76	2.9.1. منهج الدراسة

77	10.1. مجتمع الدراسة وعينتها
77	1.10.1. مجتمع الدراسة
78	2.10.1. عينة الدراسة
81	3.10.1. أدوات جمع البيانات
81	1.3.10.1. الملاحظة
82	2.3.10.1. المقابلة غير المقننة
82	3.3.10.1. تحليل لغة المصدر
83	4.3.10.1. تحليل المضمون
96	11.1. أسلوب العد والقياس
97	12.1. اختبار الصدق والثبات
97	1.12.1. صدق الأداة
98	2.12.1. ثبات الأداة
الفصل الثاني : الصحافة الإلكترونية..مقاربة نظرية	
96	أولاً: ظهور وتطور الصحافة الإلكترونية
96	1. علاقة النشر الإلكتروني بميلاد الصحافة الإلكترونية
104	2. ظهور وتطور الصحافة الإلكترونية في الدول الغربية
109	3. ظهور وتطور الصحافة الإلكترونية في الدول العربية
114	4. ظهور وتطور الصحافة الإلكترونية في الجزائر
118	ثانياً: الصحافة الإلكترونية: جمهورها، أنواعها، خدماتها وخصائصها
118	1. جمهور الصحافة الإلكترونية
118	1.1. مفهوم الجمهور الإلكتروني
120	2.1. خصائص جمهور الصحافة الإلكترونية
121	3.1. تطور خاص بالقارئ
123	2. أنواع الصحف الإلكترونية

123	1.2. النسخ الإلكترونية للصحف المطبوعة
124	2.2. الصحف الإلكترونية البحتة
126	3. خدمات الصحافة الإلكترونية
126	1.3. خدمات التواصل
129	2.3. خدمات البث والنشر
131	3.3. خدمات البحث وتحميل الملفات
132	4.3. خدمات المساعدة والتوجيه
132	5.3. خدمات أخرى
133	4. خصائص الصحافة الإلكترونية
134	1.4. التفاعلية
136	2.4. الفورية
137	3.4. تعدد الوسائط
137	4.4. التحديث
138	5.4. سهولة التعرض
138	6.4. التمكين
138	7.4. الأرشيف الإلكتروني الفوري
139	8.4. تقنية النص الفائق
140	9.4. النشر على نطاق واسع
141	10.4. التفتيت أو اللاجماهيرية
141	11.4. العمق المعرفي
142	12.4. القدرة على الربط بين العناصر المتعددة
142	13.4. الشخصية
142	14.4. القابلية للتحويل
143	ثالثا: التحرير الصحفي في الصحافة الإلكترونية

143	1. أدوار تكنولوجيا الحاسبات الإلكترونية في التحرير الصحفي الإلكتروني
144	1.1. جمع المادة الإلكترونية
145	2.1. تقييم ومعالجة المادة إلكترونيا
146	3.1. التحرير الصحفي الإلكتروني
147	2. الكتابة والتحرير في الصحافة الإلكترونية
150	3. أدوات التحرير الحديثة في الصحافة الإلكترونية
150	1.3. الروابط والإحالات
151	2.3. الفضاء
151	3.3. المشاهدة
151	4.3. الأيقونات
151	5.3. الألوان
152	6.3. الصوت
152	7.3. إمكانية استخدام الوسائط المتعددة
153	8.3. إمكانية التعديل والتصحيح
153	9.3. قياس رجع الصدى
153	10.3. الأرشفة واستدعاء المعلومات
154	4. الفنون التحريرية في الصحافة الإلكترونية
155	1.4. الخبر الصحفي الإلكتروني
159	2.4. التقرير الصحفي الإلكتروني
160	3.4. التحقيق الصحفي الإلكتروني
161	4.4. المقال الصحفي الإلكتروني
162	5.4. الحديث الصحفي الإلكتروني
163	6.4. الكاريكاتير في الصحافة الإلكترونية
164	5. قوالب التحرير الصحفي في الصحافة الإلكترونية

164	1.5. قالب الهرم المقلوب
165	2.5. قالب السرد المتسلسل
165	3.5. قالب النص الطويل
165	4.5. قالب الكتل النصية بحجم الشاشة
166	5.5. قالب فورك
166	6.5. قالب الكتل الرئيسية
166	7.5. القالب غير الخطي
167	8.5. قالب لوحة التصميم
167	9.5. قالب الدائرة
167	10.5. قالب القائمة
168	11.5. قالب الماسة
168	12.5. قالب الكأس
168	13.5. قالب الساعة الرملية
169	14.5. قالب المقاطع
169	15.5. قالب وول ستريت جورنال
170	رابعاً: تحديات الصحافة الإلكترونية
170	1. الصحفي في البيئة الرقمية الجديدة
174	2. إشكالية مصادر تمويل الصحافة الإلكترونية
180	3. إشكالية الإطار القانوني وأخلاقيات المهنة
185	4. مدى مقروئية الصحافة الإلكترونية في ظل مشكلة الأمية الرقمية
الفصل الثالث: الإخراج الصحفي الإلكتروني	
191	أولاً: الإخراج الصحفي التقليدي كدعامة للإخراج الصحفي الإلكتروني
191	1. أشهر مدارس الإخراج الصحفي وأساليبها الفنية
191	1.1. المدرسة التقليدية

194	2.1. المدرسة المعتدلة
197	3.1. المدرسة الحديثة
201	2. وظائف الإخراج الصحفي
201	1.2. جاذبية الصحيفة للقارئ
201	2.2. تيسير قراءة مادة الصحيفة على القارئ
202	3.2. إثارة اهتمام القارئ
202	4.2. عرض المادة الصحفية حسب أهميتها
202	5.2. تنظيم قراءة الصحيفة
202	6.2. توفير وقت للقارئ
203	7.2. تحقيق الراحة البصرية
203	8.2. التعبير عن سياسة الصحيفة
204	3. الفرق بين الإخراج الصحفي الورقي والإخراج الصحفي الإلكتروني
207	ثانياً: الإخراج والتصميم الصحفي الإلكتروني
207	1. مفهوم الإخراج والتصميم الصحفي الإلكتروني
209	2. مبادئ تصميم وإخراج الصحف الإلكترونية
209	1.2. الأسس الفنية
217	2.2. الأسس النفسية
219	3.2. الأسس الفيزيولوجية
220	4.2. الأسس الصحفية
220	3. مراحل عملية إخراج وتصميم الصحيفة الإلكترونية
221	1.3. إعداد دراسة الجدوى الخاصة بالمشروع
221	2.3. وضع الاستراتيجية الابتكارية للصحيفة
221	3.3. الاستقرار على السياسة التحريرية
222	4.3. مرحلة اختيار الصيغة الفنية للصحيفة

234	5.3. رجع صدى مسؤولي الصحيفة وموافقهم
234	6.3. النشر النهائي لموقع لصحيفة
234	7.3. الترويج للصحيفة
235	8.3. المتابعة والتقويم والصيانة
236	ثالثاً: العناصر البنائية الإخراجية في الصحف الإلكترونية
237	1. العناصر البنائية الأساسية
237	1.1. العناصر البنائية التقليدية
244	2.1. العناصر البنائية الإلكترونية
251	2. العناصر البنائية المساعدة
251	1.2. عناصر الفصل
256	2.2. الألوان
261	3. العناصر البنائية الإلكترونية التفاعلية
261	1.3. العناصر البنائية التفاعلية التواصلية
264	2.3. العناصر البنائية التفاعلية المعلوماتية
267	رابعاً: إخراج وتصميم الصفحة الرئيسية للصحيفة الإلكترونية
267	1. مفهوم الصفحة الرئيسية
269	1.1. الصفحات الساكنة
269	2.1. الصفحات المتحركة التفاعلية
270	2. العناصر البنائية الثابتة المكونة للصفحة الرئيسية
270	1.2. ترويسة الصحيفة
271	2.2. الجسم
272	3.2. القدم أو الذيل
272	4.2. مساحة الصفحة الرئيسية
272	5.2. قوائم التجوال والإبحار في موقع الصحيفة الإلكترونية

275	3. الاتجاهات الحديثة في إخراج الصفحة الرئيسية
276	1.3. أسلوب البوابة
277	2.3. أسلوب الوحدة الإلكترونية الواحدة
277	3.3. الأسلوب المختلط
278	4. أساليب عرض الصفحة الرئيسية
278	1.4. الأسلوب الأفقي
278	2.4. الأسلوب الرأسي
279	3.4. الأسلوب المختلط
279	5. الإعلان الإلكتروني في مواقع الصحف الإلكترونية
279	1.5. مزايا الإعلان عبر شبكة الإنترنت
280	2.5. أنواع الإعلانات الرقمية
281	3.5. مراحل تصميم الإعلان
282	4.5. الأساليب الإخراجية للإعلان الرقمي
الفصل الرابع: عرض وتحليل نتائج الدراسة	
288	أولاً: عرض وتحليل نتائج الدراسة
288	1. عرض وتحليل النتائج المتعلقة بالاتجاهات الإخراجية في الصفحة الرئيسية للعيينة محل الدراسة
288	1.1. العناصر البنائية الإخراجية
381	2.1. أساليب إخراج وعرض الصفحة الرئيسية
400	3.1. أشكال وأنواع الإعلانات في الصفحة الرئيسية
411	ثانياً: النتائج العامة للدراسة
424	الخاتمة
429	قائمة المراجع
461	الملاحق

472	ملخص الدراسة
-----	--------------

2. فهرس الجداول

الصفحة	عنوان الجدول	رقم الجدول
74	يشمل على عينة الصحف الإلكترونية محل الدراسة	الجدول رقم : 01
80	يظهر قائمة الأساتذة المحكمين	الجدول رقم : 02
289	يوضح نوع وحجم الخطوط المستخدمة	الجدول رقم : 03
296	يوضح أشكال العناوين	الجدول رقم : 04
301	يوضح صيغ الصور المستخدمة	الجدول رقم : 05
303	يوضح أنواع الصور المستخدمة	الجدول رقم : 06
305	يوضح أحجام الصور المستخدمة	الجدول رقم : 07
306	يوضح شريط الصور المتحرك	الجدول رقم : 08
308	يوضح عناصر الوسائط المتعددة المستخدمة	الجدول رقم : 09
312	يوضح مقاطع الفيديو المستخدمة	الجدول رقم : 10
316	يوضح استخدام أنواع الروابط الفائقة	الجدول رقم : 11
323	يوضح أشكال الروابط الفائقة المستخدمة	الجدول رقم : 12
324	يوضح الألوان المستخدمة في العناوين	الجدول رقم : 13
328	يوضح الألوان المستخدمة في المتون	الجدول رقم : 14
330	يوضح الألوان المستخدمة في الأرضيات	الجدول رقم : 15
334	يوضح الألوان المستخدمة في العناوين والمتون والأرضيات	الجدول رقم : 16
336	يوضح عناصر الفصل المستخدمة	الجدول رقم : 17
338	يوضح شعارا الصحفيتين الإلكترونيتين	الجدول رقم : 18
340	يوضح أهم المعلومات المتوفرة عن الصحفيتين الإلكترونيتين	الجدول رقم : 19
341	يوضح مساحة الصفحة الرئيسية لكلتا الصحفيتين الإلكترونيتين	الجدول رقم : 20
343	يوضح أجزاء الصفحة الرئيسية	الجدول رقم : 21
350	يوضح نوع قوائم التجوال	الجدول رقم : 22
353	يوضح أساليب عرض قوائم التجوال المستخدمة	الجدول رقم : 23
356	يبين أنواع محركات البحث المستخدمة	الجدول رقم : 24
360	يبين خاصية إتاحة الأرشفة الإلكتروني	الجدول رقم : 25
364	يبين خدمة خريطة الموقع	الجدول رقم : 26
365	يبين إجمالي استخدام العناصر البنائية الثابتة التفاعلية	الجدول رقم : 27
366	يوضح أهم الخدمات الداعمة المتوفرة	الجدول رقم : 28
368	يوضح خدمة البريد الإلكتروني	الجدول رقم : 29
371	يوضح الشبكات الرقمية الإجتماعية	الجدول رقم : 30

379	يوضح أهم وسائط الاتصال الشخصي المتوفرة في عينة الدراسة	الجدول رقم : 31
381	يوضح سرعة تحميل الصفحة الرئيسية للصحيفتين الإلكترونية	الجدول رقم : 32
383	يوضح أساليب إخراج الصفحة الرئيسية	الجدول رقم : 33
387	يوضح أساليب عرض الصفحة الرئيسية	الجدول رقم : 34
392	يوضح تجاوب تصميم الصفحة الرئيسية حسب شاشة العرض	الجدول رقم : 35
400	يبين إجمالي عدد ومساحة الإعلانات في موقعي الصحيفتين	الجدول رقم : 36
404	يوضح أشكال الإعلانات المنشورة في الصفحة الرئيسية	الجدول رقم : 37
406	يوضح نوع الإعلانات	الجدول رقم : 38
409	يوضح موقع الإعلانات في الصفحة الرئيسية	الجدول رقم : 39

3. فهرس الأشكال

الصفحة	عنوان الشكل	رقم الشكل
290	كود خط العناوين في موقع صحيفة الشعب	الشكل رقم : 01
291	كود خط المتون في موقع صحيفة الشعب	الشكل رقم : 02
292	كود خط العناوين في موقع صحيفة TSA	الشكل رقم : 03
293	كود خط المتون في موقع صحيفة TSA	الشكل رقم : 04
293	كود الخط الثاني للمتون في موقع صحيفة TSA	الشكل رقم : 05
297	نموذج من العناوين الثابتة في موقع صحيفة الشعب	الشكل رقم : 06
297	نموذج من العناوين الثابتة في موقع صحيفة TSA	الشكل رقم : 07
297	نموذج من العناوين المجمعة في موقع صحيفة الشعب	الشكل رقم : 08
298	نموذج آخر من العناوين المجمعة في موقع صحيفة الشعب	الشكل رقم : 09
299	نموذج من العناوين المجمعة في موقع صحيفة TSA	الشكل رقم : 10
306	نموذج لشريط متحرك لعدة أحداث غير مصور في موقع صحيفة الشعب	الشكل رقم : 11
312	تدعيم الخبر بالفيديو في موقع صحيفة TSA	الشكل رقم : 12
313	نموذج لفيديو في موقع صحيفة TSA	الشكل رقم : 13
314	يوضح قسم Videos الذي يضم الفيديوهات المؤرشفة في موقع صحيفة TSA	الشكل رقم : 14
315	قسم الفيديوهات "لمتديا الشعب" في موقع صحيفة الشعب	الشكل رقم : 15
317	نموذج من الروابط الداخلية في موقع صحيفة الشعب	الشكل رقم : 16
318	نموذج من الروابط الداخلية في موقع صحيفة TSA	الشكل رقم : 17
318	نموذج من الروابط الخارجية في موقع صحيفة الشعب	الشكل رقم : 18
319	نموذج من الروابط الخارجية في موقع صحيفة TSA	الشكل رقم : 19
320	نموذج من الروابط الداخلية في موقع صحيفة TSA	الشكل رقم : 20
325	العناوين باللون الأبيض في موقع صحيفة الشعب	الشكل رقم : 21
325	العناوين باللون الأسود في موقع صحيفة الشعب	الشكل رقم : 22
326	العناوين باللون الأسود في موقع صحيفة TSA	الشكل رقم : 23
326	العنوان باللون الأحمر في موقع صحيفة الشعب	الشكل رقم : 24
327	العنوان باللون الأحمر في موقع صحيفة TSA	الشكل رقم : 25
327	العنوان باللون الأزرق في موقع صحيفة TSA	الشكل رقم : 26
329	لون خط المتن في الصفحة الرئيسية لموقع صحيفة TSA	الشكل رقم : 27
332	ألوان الأرضيات في الصفحة الرئيسية لموقع صحيفة الشعب	الشكل رقم : 28

333	ألوان الأرضيات في الصفحة الرئيسية لموقع صحيفة TSA	الشكل رقم : 29
339	شعار موقع صحيفة الشعب	الشكل رقم : 30
339	شعار موقع صحيفة TSA	الشكل رقم : 31
345	أجزاء الصفحة الرئيسية في موقع صحيفة الشعب	الشكل رقم : 32
346	أجزاء الصفحة الرئيسية في موقع صحيفة TSA	الشكل رقم : 33
348	أيقونات رأس وذيل الصفحة الرئيسية في موقع صحيفة الشعب	الشكل رقم : 34
349	أيقونات رأس موقع صحيفة TSA	الشكل رقم : 35
350	أيقونات مواقع التواصل الاجتماعي أسفل الصفحة الرئيسية لموقع صحيفة TSA	الشكل رقم : 36
351	القائمة الثابتة في موقع صحيفة الشعب	الشكل رقم : 37
351	نموذج لقائمة منسدلة إلى الأسفل في موقع صحيفة الشعب	الشكل رقم : 38
351	القائمة الثابتة في موقع صحيفة TSA	الشكل رقم : 39
352	قوائم القفز في موقع صحيفة TSA	الشكل رقم : 40
354	نموذج أعلى وأسفل ويسار الصفحة الرئيسية لقوائم التجوال في موقع صحيفة الشعب	الشكل رقم : 41
355	نموذج أعلى وأسفل ويسار الصفحة الرئيسية لقوائم التجوال في موقع صحيفة TSA	الشكل رقم : 42
357	بحث داخلي بسيط في موقع صحيفة الشعب	الشكل رقم : 43
358	بحث داخلي بسيط في موقع صحيفة TSA	الشكل رقم : 44
361	خدمة البحث في أرشيف موقع صحيفة الشعب	الشكل رقم : 45
362	يوضح كيفية الوصول إلى أرشيف موقع صحيفة TSA	الشكل رقم : 46
363	يوضح كيفية الوصول عبر الاشتراك المدفوع إلى أرشيف صحيفة TSA	الشكل رقم : 47
368	أيقونات مواقع الشبكات الرقمية في موقع صحيفة الشعب	الشكل رقم : 48
369	البريد الإلكتروني الخاص بموقع صحيفة TSA	الشكل رقم : 49
372	صفحة موقع صحيفة الشعب على منصة فايسبوك	الشكل رقم : 50
372	صفحة موقع صحيفة الشعب على منصة تويتر	الشكل رقم : 51
373	صفحة موقع صحيفة الشعب على منصة إنستغرام	الشكل رقم : 52
373	قناة موقع صحيفة الشعب على منصة اليوتيوب	الشكل رقم : 53
373	صفحة موقع صحيفة TSA على منصة فايسبوك	الشكل رقم : 54
374	صفحة موقع صحيفة TSA على منصة تويتر	الشكل رقم : 55
374	صفحة موقع صحيفة TSA على منصة لنكدان	الشكل رقم : 56
375	قناة موقع صحيفة TSA على منصة اليوتيوب	الشكل رقم : 57

384	أسلوب البوابة الإلكترونية في موقع صحيفة الشعب	الشكل رقم : 58
385	أسلوب الإخراج المختلط في موقع صحيفة TSA	الشكل رقم : 59
388	الإتجاه الرأسي في موقع صحيفة الشعب	الشكل رقم : 60
389	الإتجاه الرأسي في موقع صحيفة TSA	الشكل رقم : 61
393	نتيجة فحص تجاوب الصفحة الرئيسية لموقع صحيفة الشعب مع شاشات الأجهزة النقالة	الشكل رقم : 62
394	نتيجة فحص تجاوب الصفحة الرئيسية لموقع صحيفة TSA مع شاشات الأجهزة النقالة	الشكل رقم : 63
395	نتيجة الفحص اليدوي لتجاوب الصفحة الرئيسية لموقع صحيفة الشعب على جهاز الكمبيوتر	الشكل رقم : 64
396	نتيجة الفحص اليدوي لتجاوب الصفحة الرئيسية لموقع صحيفة الشعب على جهاز الهاتف النقال	الشكل رقم : 65
397	نتيجة الفحص اليدوي لتجاوب الصفحة الرئيسية لموقع صحيفة TSA على جهاز الكمبيوتر	الشكل رقم : 66
398	نتيجة الفحص اليدوي لتجاوب الصفحة الرئيسية لموقع صحيفة TSA على جهاز الهاتف النقال	الشكل رقم : 67
401	نموذج من مساحة أفقية إعلانية في موقع صحيفة TSA	الشكل رقم : 68
401	نموذج من مساحة عمودية إعلانية في موقع صحيفة TSA	الشكل رقم : 69
402	نموذج من مساحة أفقية إعلانية في موقع صحيفة الشعب	الشكل رقم : 70

مقدمة

استفادت الصحافة الورقية ووسائل الاتصال الأخرى بشكل عام من التقدم التكنولوجي الذي يشهده ميدان الإعلام والاتصال، ومن أهم مظاهر هذا التقدم هو تكنولوجيا الحاسب الإلكتروني وتكنولوجيا الاتصال الشبكي، مما ساهم في بروز ما يُعرف بالصحافة الإلكترونية التي تشير إلى الصحيفة اللاورقية التي تُنشر عبر شبكة الإنترنت، ويعمل المستخدم على تصفّحها والبحث داخل صفحاتها وحفظ المضمون الإخباري الذي يرغب به، وكان هذا المصطلح عند ظهوره محصوراً في النسخ الإلكترونية للصحف الورقية، ولكن مع تطوّر ظاهرة النشر الصحفي عبر شبكة الإنترنت، اتّسع المفهوم ليغطّي كل أشكال التعبير على الشبكة من مواقع لصف ورقية، ومواقع إخبارية، ومواقع القنوات الفضائية، والإذاعات وبقية المواقع الأخرى التي تُعتبر وسيلة تعبير¹.

لذا عملت الصحف على الاستفادة من إمكانيات هذه الشبكة عن طريق إنشاء مواقعها الإلكترونية، مما كان له الدور في نقل الصحف من النموذج الإستانكي الذي عُرفت به إلى النموذج الديناميكي، وتُعتبر صحيفة (هيلزنبورج داجيلاد) السويدية هي أول صحيفة في العالم نُشرت إلكترونياً بالكامل على شبكة الإنترنت سنة 1990²، بينما يرى آخرون أن الصحافة الإلكترونية ظهرت خلال فترة السبعينات والثمانينات من القرن العشرين، وذلك عبر عدة تقنيات إلكترونية مثل التليتكست والفيديو تكست والفيديوترون والمينتل ونحوها حيث كانت الصحف الإلكترونية عبارة عن نسخ من الصحف المسائية التي يُمكن قراءتها عبر شاشات التلفزيون بواسطة شفرات هوائية وأطلق عليها اسم الصحافة التلفازية أو الجريدة المرئية³.

وعلى الجانب العربي كانت أول صحيفة عربية ظهرت على الإنترنت هي صحيفة الشرق الأوسط التي أنشأت موقعها عام 1995 وقدمت صحيفتها على شكل صور، ثم صحيفة النهار اللبنانية عام 1996، وتلتها صحيفة الحياة والسيبر في العام نفسه، ثم توالى بقية الصحف العربية⁴.

وعلى غرار الصحف العالمية والعربية حاولت الصحافة الجزائرية أن تندمج في البيئة الإلكترونية الجديدة وتستفيد من مميزات الإنترنت والنشر الإلكتروني لتكون بذلك ضمن العالم الرقمي، فكانت أول جريدة تصدر نسخة إلكترونية للطبعة الورقية هي جريدة "El watan" عام 1997، ثم تلتها صحف أخرى: Liberté، اليوم، الخبر، الشعب، Le El Moudjahid، Le Matin، Soir D'Algérie وذلك سنة 1998، وبعدها سارت بقية الصحف الجزائرية على هذه الخطى⁵.

1- حسني نصر: الإنترنت والصحافة الإلكترونية، ط3، دار الفلاح للنشر والتوزيع، الإمارات، 2009، ص71.
2- عبد العزيز خالد الشريف: الإعلام الإلكتروني، ط1، دار يافا العلمية للنشر والتوزيع، عمان، 2014، ص54.
3- صالح بن زيد العنزي: "إخراج الصحف السعودية الإلكترونية في ضوء السمات الاتصالية لشبكة الإنترنت"، رسالة ماجستير، جامعة الإمام محمد بن سعود الإسلامية، الرياض، 2007، ص123، 124.
4- رضا عبد الواحد أمين: الصحافة الإلكترونية، ط1، دار الفجر للنشر والتوزيع، القاهرة، 2007، ص116.
5- إبراهيم بعزبز: الصحافة الإلكترونية والتطبيقات الإعلامية الحديثة، ط1، دار الكتاب الحديث، الجزائر، 2012، ص79.

وعُرِّفت الصحف الإلكترونية على أنها نوع جديد من الإعلام يعمل على دمج جميع وسائل الإعلام الأخرى، وعرفها آخرون بأنها: الصحف الإلكترونية هي التي يتم إصدارها ونشرها عبر شبكة الإنترنت العالمية أو غيرها من شبكات المعلومات سواء كانت نسخة أو إصدارة إلكترونية لصحيفة مطبوعة ورقية، أو صحيفة إلكترونية ليس لها إصدارة مطبوعة ورقية، سواء كانت صحيفة عامة أو متخصصة أو كانت تسجيلًا دقيقًا للنسخة الورقية أم كانت ملخصات للمنشور بها ما دامت تصدر بشكل منتظم أي يتم تحديث مضمونها من يوم لآخر، ومن ساعة لأخرى أو من حين لآخر حسب إمكانيات جهة الصدور¹. وسُميت كذلك بالصحف الرقمية أو الصحف الفورية، واتخذ ظهور الصحف على شبكة الإنترنت أنماطًا مختلفة فظهرت بعض الصحف الإلكترونية على الشبكة بتقنية PDF وبعض منها ظهرت كصور بامتدادات مختلفة، بالإضافة إلى الصحف الإلكترونية التي تستخدم لغة HTML، كما تعرض بعض الصحف نسخها باستخدام التقنيتين PDF وHTML معاً²، وتعرض معظم الصحف الجزائرية حالياً النوعين على مواقعها، كما أن البعض منها تدرجت في أنماط هذه الأشكال، فقدّمت تقنية الصور وPDF في بداية نشأتها ثم تطورت بتقديم صحف ديناميكية.

ويمكن تصنيف الصحف الإلكترونية كذلك من حيث وجود الأصل المطبوع أو عدمه إلى صحف ذات أصل مطبوع مطابق للنسخة الورقية، و صحف ذات أصل مطبوع إلا أن نسختها الإلكترونية تختلف عن النسخة المطبوعة، فتعمل على تحديث نسختها الإلكترونية كما يختلف مستوى تحرير الخبر عن النسخة الورقية، النوع الثالث هي الصحيفة الإلكترونية التي لا تمتلك أصلاً مطبوعاً³.

وتعدّ الصحافة الإلكترونية أحد أهم البدائل الاتصالية التي أتاحتها شبكة الإنترنت، كما قد أسهمت هذه الوسيلة في تعظيم الأثر الاتصالي للعملية الإعلامية من خلال ما تتوافر عليه من عناصر مقروءة ومرئية ومسموعة، وتبعاً لطبيعة الصحافة الإلكترونية الخاصة والمستفيدة من معطيات شبكة الإنترنت فإنها تتوفر على عدد من السمات الاتصالية المتميزة وأصبحت بيئة ملائمة للعديد من الوسائط المتعددة والتفاعلية التي نحاول التركيز على خصائصها وتحديد أبعادها ومدى تأثيرها على محتوى الصحافة الإلكترونية.

فقد أدى دخول التكنولوجيا الحديثة إلى حدوث تغييرات جذرية في مجال العمل الصحفي وصناعة الصحافة، التي انعكست على العديد من المفاهيم الخاصة بالإنتاج الإعلامي وأساليب الأداء والممارسة في المجال، فقد تأثرت مراحل العملية الصحفية المختلفة بدءاً بإعداد المادة التحريرية وصولاً إلى تصميم الصحيفة وإخراجها⁴.

1- سعيد الغريب: "الصحيفة الإلكترونية والورقية.. دراسة مقارنة في المفهوم والسمات الأساسية بالتطبيق على الصحف الإلكترونية المصرية"، المجلة المصرية لبحوث الإعلام، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، أكتوبر - ديسمبر 2002، ص213.

2- رضا أمين: الصحافة الإلكترونية، ط1، دار الفجر للنشر والتوزيع، القاهرة، 2007، ص99، 100.

3- صالح بن زيد العنزي: "إخراج الصحف السعودية الإلكترونية في ضوء السمات الاتصالية لشبكة الإنترنت"، المرجع السابق، ص13.

4- محمود خليل شريف اللبان: اتجاهات حديثة في الإنتاج الصحفي، ط1، دار العربي للنشر والتوزيع، القاهرة، 2000، ص64.

ومع تزايد تأثير وسائل التواصل الاجتماعي والاتصال الرقمية، أصبحت المعلومات والبيانات تأتي في طرق مختلفة وجديدة، ومتعددة للجمهور والقراء في محاولة مواكبة عصر السرعة واللاحق بأخبار العالم؛ مما جعل ذلك السبب الرئيس لتطور أسلوب الإخراج في الصحف الورقية والإلكترونية في شتى أنحاء العالم. ومن هنا يمكننا القول إن الإخراج الصحفي لم يكن وليد هذه اللحظة، بل تطور مع تطور الصحافة في رحلة موازية؛ مما جعل الإخراج الصحفي يتشكل ويكون له أهمية كبيرة في يسر القراءة وجذب القراء لمحتوى الصحف في المقام الأول، كما اهتم المخرجون والمصممون بالجذب البصري كونه المتحكم الأشمل والأهم عند إخراج أي صحيفة أو مجلة، كاتجاه حديث للإخراج.

مما دفع المصممين والمخرجين إلى إيجاد أساليب وتقنيات جديدة، لتصميم وإخراج الصفحات مستفيدين مما توفره شبكة الإنترنت من أنماط وقوالب فنية صحفية وتقنيات جديدة في مجال الإخراج الصحفي، إذ ساهمت خدمة الإنترنت بتطور الإخراج الصحفي من خلال ظهور أساليب إخراجية جديدة، ومجموعة من برامج التصميم واللغات البرمجية الخاصة بالمواقع الإلكترونية¹.

حيث ساهمت شبكة الإنترنت في تطوير إخراج وتصميم مواقع الصحف الإلكترونية من خلال توفير عدّة سمات وتقنيات حديثة حسّنت من تجربة المستخدم (User Experience) التي صارت تتميز بالمتعة والجاذبية، ومن أبرز هذه التقنيات: خاصية التفاعلية التي تظهر عبر تفاعل متصفح موقع الصحيفة مع المضامين الإخبارية بواسطة التعليقات، وتبادل الآراء ومشاركة المواد الإعلامية المفضّلة لديهم على المنصات الرقمية الاجتماعية بكافة أنواعها، بالإضافة إلى تقنية الوسائط المتعددة المتمثلة في الصور والفيديو والصوت التي أصبحت مواقع الصحف الإلكترونية توظّفها لتنويع وإثراء محتواها الصحفي وإضفاء الكثير من المتعة والترفيه عليه بغرض جذب القراء وبقاءهم لأطول فترة ممكنة على مستوى الموقع.

إلى جانب هذا ظهر أيضاً ما يُعرف بالتصميم التفاعلي الذي يتيح تخصيص تجربة تصفح واستخدام خاصة بالقراء وانتقاء ما يفضلون رؤيته على مستوى موقع الصحيفة حسب اهتماماتهم وفقاً لخاصية الشخصية التي تنبأ بها في الماضي العديد من الخبراء والمختصين حيث توقعوا "أن ينشأ نوع جديد من الصحافة الإلكترونية، يُطلق عليها صحافة شديدة التكيف، توفر مستوى من الشخصية، يصل بها إلى التكيف بشدة وسرعة مع احتياجات ورغبات الجمهور، حتى نصل إلى الدرجة التي يستطيع فيها كل مستخدم على حدة أن يحدد سلفاً طبيعة ومحتوى صحيفته الإلكترونية، أو موقعه الإلكتروني الصحفي المفضّل بشكل عميق وشامل. ووفقاً لذلك فإن الصحيفة الإلكترونية أصبحت نسخة خاصة لكل فرد أو قارئ على حدة، وهو ما تفعّله بعض المواقع الكبرى في تقديمها لمجالات المعلومات القارئ، مثل موقع (غوغل) من خلال خدمة أي غوغل² Google².

1- بيرق حسين جمعة موسى: فن الإخراج الصحفي لمواقع الجرائد الإلكترونية: دراسة تحليلية، ط1، دار غيداء للنشر والتوزيع، عمان، 2015، ص13.

2- علي عبد الفتاح كنعان: الصحافة الإلكترونية العربية، ط1، دار اليازوري للنشر والتوزيع، عمان، 2014، ص129، 130.

وبفضل شبكة الإنترنت أيضا، أوجدت الصحافة الإلكترونية قاعدة جماهيرية لها بفضل الخصائص التي تفرد بها عن غيرها من وسائل الإعلام الأخرى، فوجد مثلا أن خاصية سهولة التعرض تُعدّ إحدى أهم عوامل تفضيل الجمهور للوسيلة الإعلامية، فأقبال الجمهور يزداد على الوسائل التي لا تحتاج إلى بذل جهد جسدي وعقلي لفهم واستيعاب كيفية التعرض لمختلف المواد المنشورة¹، من خلال توفر أدوات البحث كخريطة الموقع وكذا محركات البحث وخدمة الأرشفة وكذا تواجد الروابط الفائقة، هذه الأخيرة كما يراها تيد نيلسون عبارة عن نظام لتوصيل وحدات منفصلة، ونجد أن النصوص الفائقة تستعمل في عملية التحوّل بموقع الصحيفة الإلكترونية ولربط المستخدم بالمواضيع ذات الصلة².

لذا يسعى الإخراج الفني لمواقع الصحف على شبكة الإنترنت إلى تحسين وتعزيز تجربة المستخدم بتقديم المعلومات بشكل منظم وضمان جاذبية الموقع وسهولة استخدامه، وتضمّ عملية الإخراج والتصميم مجموعة من العناصر تتمثل في: تصميم الموقع الذي يحوي الشكل العام للموقع، الخطوط، الصور والألوان، بالإضافة إلى بنية الموقع المحددة لطريقة تنظيم المعلومات على الموقع ويسر الوصول إليها، وأيضا إتاحة ميزة التفاعلية التي تتجسد في التعليقات على المضمون الإخباري أو المشاركة في استطلاعات الرأي. كما يستهدف المخرج والمصمم الوصول إلى التوازن بين هذه العناصر بنية تلبية احتياجات المستخدمين وجذبهم للموقع وضمان بقاءهم لفترة أطول.

أضف إلى ذلك حرص المخرجين والمصممين على تطبيق تقنيات ما يسمى بالتصميم المتجاوب الذي ظهر بسبب التطور التكنولوجي الذي ساهم في تنوع أشكال وأحجام الأجهزة الذكية المختلفة، لذلك يُعدّ التصميم المتجاوب من أحدث متطلبات تصميم مواقع الصحافة الإلكترونية، فالموقع المتجاوب هو موقع يتيح للمستخدم القراءة والتصفح بغض النظر عن نوع وحجم الجهاز المستخدم (شاشة الكمبيوتر، لوحة إلكترونية، هاتف محمول، إلخ.)، حيث يقوم الموقع تلقائيا بتعديل حجم الواجهة والصفحات حسب المقاسات الجديدة للعرض، ويتم تكويد هذا التصميم باستخدام (HTML5, CSS3). فأجهزة الحاسوب ليست هي فقط الأجهزة الذكية التي يمكن أن نتصفح من خلالها المواقع الإلكترونية، فهناك العديد من أجهزة التابلت والحواسيب المحمولة، ومن ثم العديد من مقاسات الشاشات، مما يستوجب مواكبة تلك التقنية الحديثة وإيجاد ما يتناسب مع كل هذه المقاسات المختلفة من الشاشات، فكل تصميم يجب أن يتوفر بالمقاس العادي "لأجهزة الكمبيوتر" وكذلك نسخة أخرى تتناسب مع أجهزة الجوال، وأخرى لأجهزة التابلت وأجهزة النوت بوك³.

1- ماجد سالم تريان: الإنترنت والصحافة الإلكترونية: رؤية مستقبلية، ط1، الدار المصرية اللبنانية، القاهرة، 2008، ص134.

2- منار فتحي محمد رزق: تصميم مواقع الصحف الإلكترونية، ط1، دار العالم العربي، القاهرة، 2011، ص33.

3- عادل فهمي، مصطفى علوان: تصميم المواقع الإلكترونية معايير تقييمها، وكالة الصحافة العربية، الجيزة، 2023، ص58.

وتُعتبر أوّل قاعدة من قواعد التصميم المتجاوب هو استعمال ما يُعرف بالمقاس السلس (Fluid grids)، وهو شكل متطور من النسخة القديمة (Liquid Layout)، وعند تغيير مقاس شاشة العرض كشاشة الجوال أو أيضا عندما تتمدد لتبلغ مقاس شاشة الحاسوب المكتبي؛ يعاد تغيير تصميم حجم جميع العناصر الموجودة بالموقع من حيث العرض بحيث تتوافق بصفة تلقائية مع مقاس شاشة العرض¹.

وأياضا يجب على المخرج التركيز على التصميم المطلوب للصفحة الرئيسية في مواقع الصحف الإلكترونية لأنها هي الواجهة الأولى التي يقابلها المستخدم عند تصفحه لموقع الصحيفة، وهي التي تشكل انطباعة الأول عن الصحيفة الإلكترونية ودرجة اهتمامها بها، لذلك تحوي الصفحة الرئيسية في العادة العناوين الرئيسية للأخبار والأحداث الجارية، وأيضا ملخصات أبرز المضامين الإخبارية، كما تضم روابط تشعبية تنقل المتصفح إلى أقسام الموقع الأخرى، على سبيل المثال الأخبار المحلية، الإقليمية، الاقتصادية والرياضية.

إضافة إلى أن الصفحة الرئيسية تحوي إلى جانب مكونات هوية الموقع على كافة العناصر البنائية الإخراجية التي تظهر للمستخدم بأساليب عرض وإخراج مختلفة ومتنوعة، وتعكس هذه الأساليب التغييرات التي طرأت على المستوى التكنولوجي والاجتماعي وحتى الثقافي. وتعدّ عملية وضع العناصر البنائية على صفحات الموقع من أهم الخطوات التي تساعد في بناء الهيكل العام لموقع الصحيفة الإلكترونية، وهنا يأتي دور مخرجي ومصممي هذه المواقع المتمثل في تحديد كيفية وضع هذه العناصر سواء التقليدية منها أو الإلكترونية أو الثابتة، حيث يتم توزيع هذا المحتوى من نصوص وصور وفيديوهات وإعلانات وغيرها بشكل متوازن وجذاب يسهّل عملية التحوّل والتعرض للمواد الإعلامية وكذا التفاعل مع المحتوى المنشور. كما تساعد قوائم التحوّل في عملية التعرض وتوفر أيضا العديد من الخيارات أمام المستخدم.

لذا من المهم، أن يعمل المخرج على أن يكون إخراج وتصميم الصفحة الرئيسية يتسم بالتنظيم وسهولة التصفح، مما يضمن للمستخدمين إيجاد المعلومات التي يبحثون عنها بسهولة ويسر، وكذا الحرص على أن تكون الصفحة ذات تصميم بصري جمالي جذاب من خلال التوظيف الصحيح للألوان، الصور والتصميمات الجذابة.

كما يجب أيضا على المخرج إعطاء أهمية كبيرة لإخراج وتصميم الإعلانات في مواقع الصحف الإلكترونية باعتبار الإعلانات مكون من المكونات التي تساعد في جذب القراء وتفاعلهم معها هذا من جهة، وتعدّ المصدر الرئيسي للدخل المادي للصحيفة الذي يسمح باستمرارها خاصة مع المنافسة الشرسة مع بقية الوسائط الإعلامية والاتصالية الرقمية من جهة أخرى، لذلك يتطلب الأمر حرص المخرج على أن يكون تصميم الإعلان واضح ويحوي لمسة جمالية، ومسائر لمضمون الموقع وأهداف الإعلان، بالإضافة إلى ضرورة مراعاة النقاط التالية عند تصميم الإعلانات الإلكترونية التي تتمثل في: الحجم بحيث يكون حجم الإعلان ملائما لموقع الصحيفة، بمعنى ألا يكون حجمه صغيرا لا يلتفت

1- Ethan Marcotte: **Responsive Web Design**, Jeffrey Zeldman, New York, 2011, p13, 15.

الانتباه، ولا كبيرا شاغلا لمساحة كبيرة من صفحة الموقع الإلكتروني، وكذا توظيف المصمم لألوان وصور جذابة ومناسبة، وأيضا استعمال نص سهل القراءة وواضح ويحوي على معلومات أساسية عن الخدمة أو المنتج المُعلن عنه، بالإضافة إلى احتواء الإعلان دعوة المستخدم للقيام بإجراء مثل زيارة الموقع الإلكتروني للشركة المُعلنة أو الاتصال بالمعلن.

ولم تكن الصحافة الإلكترونية الجزائرية بمعزل عن هذه التطورات التكنولوجية المتسارعة، حيث سعت الصحف الإلكترونية الجزائرية للعناية بالاتجاهات الإخراجية ومبادئ التصميم الجمالي والوظيفي، وذلك لجذب القراء إليها وتسهيل متطلبات تلقي ما تنشره من مضامين.

وعلى ضوء ما ذكر سابقا، تمحورت هذه الدراسة الموسومة ب"الاتجاهات الإخراجية في الصحافة الإلكترونية الجزائرية: دراسة وصفية تحليلية لصحيفتي "الشعب أونلاين" و" TSA". وقد قام الباحث إلى تقسيم الدراسة إلى أربعة فصول تتوسط مقدمة وخاتمة كالتالي:

أما الفصل الأول: فيتعلق بالإطار المنهجي والذي تناول إشكالية الدراسة التي تتمحور حول الاتجاهات الإخراجية في الصحافة الإلكترونية الجزائرية وتساؤلاتها الفرعية، وكذا ضبط المفاهيم المتعلقة بالدراسة، كما تناول أهمية وأهداف الدراسة وأسباب اختيار الموضوع، وأيضا تضمن هذا الفصل الدراسات المشابهة أو القريبة من موضوع الدراسة الحالية بغرض التوصل إلى رؤية أكثر وضوحا، لذا فقد حرص الباحث أن ينحصر اختياره في الدراسات التي تقترب أو ذات الصلة بالموضوع. كما تضمن هذا الفصل المدخل النظري للدراسة والمتمثل في نظريتي المدخل المهجن ونظرية انتشار المبتكرات.

ويتناول الفصل الأول أيضا نوع الدراسة ومنهجها، وتدرج هذه الدراسة ضمن الدراسات الوصفية التي تهدف إلى وصف الظواهر وصفا دقيقا، وقد اعتمد الباحث على منهج المسح، باعتماده على تحليل المضمون كأداة أساسية لجمع البيانات، إلى جانب أداة الملاحظة العلمية وكذا المقابلة غير المقننة كأدوات مساعدة. كما احتوى على مجتمع الدراسة وعينتها.

أما الفصل الثاني: الصحافة الإلكترونية...مقاربة نظرية، فيتعلق بالجانب النظري للدراسة، وقد تم تقسيم هذا الفصل إلى أربعة مباحث أشار المبحث الأول إلى ظهور وتطور الصحافة الإلكترونية، والمبحث الثاني أشار إلى خصائص وخدمات الصحافة الإلكترونية وأنواعها بالإضافة إلى جمهورها، أما المبحث الثالث فقد تناول التحرير الصحفي في الصحافة الإلكترونية، والمبحث الرابع تناول أهم التحديات والعوائق التي تواجه الصحافة الإلكترونية.

أما الفصل الثالث: الإخراج والتصميم الصحفي الإلكتروني، فيتعلق أيضا بالجانب النظري للدراسة، وقد تم تقسيمه إلى أربعة مباحث حيث أشار المبحث الأول إلى أهم المدارس والمذاهب الإخراجية من خلال التطرق إلى أشهر هذه المدارس المتمثلة في المدرسة التقليدية، المعتدلة والحديثة، وكذا الوظائف الرئيسة للإخراج الصحفي، وأهم

الفروقات بين الإخراج الصحفي التقليدي والإخراج الصحفي الإلكتروني. وتناول المبحث الثاني مفهوم الإخراج والتصميم الصحفي الإلكتروني والمبادئ التي يركز عليها، بالإضافة إلى التطرق إلى أهم مراحل عملية إخراج وتصميم الصحيفة الإلكترونية.

كما تم التطرق في المبحث الثالث إلى مفهوم العناصر البنائية وأهم أنواعها المتمثلة في: العناصر البنائية الأساسية، العناصر البنائية المساعدة والعناصر البنائية التفاعلية. أما المبحث الرابع فقد تناول إخراج وتصميم الصفحة الرئيسية للصحيفة الإلكترونية حيث حاول الباحث الإلمام بمفهوم الصفحة الرئيسية (Home Page)، العناصر البنائية الثابتة المكونة لها وأهم الاتجاهات الحديثة في عملية إخراجها، وأيضاً أساليب إخراج الإعلانات التي تنشر عليها.

الفصل الأول :

موضوع الدراسة وإجراءاتها المنهجية

1. موضوع الدراسة وإجراءاتها المنهجية:

1.1. الإشكالية:

شهدت أواخر القرن الماضي ميلاد تقنية جديدة، ربما اعتبرت الأكثر تأثيرا في الصحافة منذ بدايتها، ويتعلق الأمر بشبكة الإنترنت، بما أحدثته من تغيير عميق في هويتها، وأدائها، ووظائفها، واقتصادياتها... إلخ، كما أعادت تشكيل بنيتها وترتيب عناصرها بشكل غير مسبوق، مما نتج عنه في نهاية الأمر انتقالها من منشئها الأصلي القديم المتمثل في المطبعة إلى شكلها في العالم العنكبوتي الجديد، المتمثل في الإنترنت، ومن هذا المنظور، يرى البعض أن هناك تشابها بين ثورة اختراع (غوتنبرغ) للمطبعة سنة 1450م وثورة اختراع (تيم بيرنرز لي) (Berners-Lee Tim) لشبكة الويب سنة 1993م؛ فإذا كان الاختراع الأول عجل بظهور الصحافة الورقية، فإن الاختراع الثاني عجل إعلان بداية ظهور الصحافة الإلكترونية.

حيث وفّرت شبكة الإنترنت العديد من التطورات التكنولوجية التي أعطت للصحافة حيزا كبيرا في الوصول والتواجد على شبكة الإنترنت، وأدى ذلك لنمو هائل في عدد مواقع الصحف الإلكترونية، التي تتنافس على إبراز كل إمكانياتها في التصميم لتقديم الأخبار الفورية، والمعلومات المتنوعة، والخدمات في سبيل جذب انتباه المستخدمين، وإثارة اهتماماتهم، ويؤدي التصميم دورا كبيرا في إبراز المواقع الإلكترونية على شبكة الإنترنت.

وبفضل شبكة الإنترنت، تمكّنت هذه التطورات التكنولوجية مدعومة بتقنياتها المتطورة الذبوع في العالم، والتأثير على الأداء الصحفي والإعلامي لوسائل الإعلام والاتصال بكل أنواعها، بما يؤدي إلى تحسنه أو تطور أدائه الفني والمهني، حيث ارتبط إنتاج الصحيفة في القرن الماضي بالحاسب الآلي في مختلف مراحل إنتاجها، وأصبح الصحفي الذي يجيد التعامل مع الحاسب أمرا لا بد منه، فلا يمكن أن تقوم الصحيفة المتميزة إلا بوجوده. ويستعين الصحفي بالحاسب بدء من بزوغ فكرة الموضوع الذي سيغطيه، وجمع المعلومات اللازمة عن الموضوع ثم استخدام وسائل إلكترونية مساعدة لتسجيل الأحداث سواء بشكل مرئي فقط أو سمعي مرئي، كما قد يستعين المحرر بوكالات الأنباء ووكالات الصور لتوفير الصور المناسبة المصاحبة للموضوع، كما يوفّر الحاسب العديد من البرامج والمواقع لترجمة بعض المصطلحات التي قد تقابله، ثم كتابة الموضوع ذاته (جمع الحروف) بالاستعانة بالحاسب الذي يساعد المحرر في التدقيق الهجائي والنحوي، وبعد استكمال عمليات المراجعة يتم إنتاج الألواح الطباعية تمهيدا لعملية الطبع ذاتها، مع سهولة عملية تخزين المعلومات واسترجاعها. ويتخلل هذه العمليات خطوات فرعية تعتمد على الحاسب بشكل كبير وذلك لضمان عملي السرعة والجودة المهيمين على العمل الصحفي، خاصة بعد أن شهد العالم وما يزال ثورة تكنولوجية شاملة أحدثت تغييرات جذرية في نواحي الحياة كافة، وأنّ التطور والتغير أصبحا سمة من سمات عالمنا المعاصر وتعبيرا عن الثورة التكنولوجية تلك.

الفصل الأولموضوع الدراسة وإجراءاتها المنهجية

ولم يتوقف اعتماد الصحف على الحاسب عند هذا الحد، فقد أتاح استخدام الإنترنت ظهور الصحف الإلكترونية، وتزداد كل يوم المواقع الصحفية والإعلامية على شبكة الإنترنت، وإن تباينت في مستوى كفاءتها وتمكّنها من مصادر المعلومات المتنوعة، والتزامها بقواعد وآداب المهنة. وقد تطورت تقنيات بناء وتصميم المواقع لتكون أكثر بساطة وسهولة في الاستخدام.

كما أن تأثير تكنولوجيا الويب والاتصال الحديثة قد طال الصحافة شأنها بذلك شأن جميع وسائل الإعلام الأخرى، لتجد نفسها "الصحافة" داخل وسيط يحتمل أن يكون بديلاً للورق في نقل الصحيفة للقارئ ولتكون الشبكة العالمية للمعلومات "الإنترنت" هي البيئة التي فضّل الناشر أن تكون الفضاء الجديد للصحافة العالمية، لتضيف (الإنترنت) للصحافة مميزات وسمات وخصائص متعددة حبّذا القراء واستغلها الناشر لتبدأ مرحلة "الصحافة الإلكترونية" التي غزت العالم منذ بداية التسعينيات من القرن الماضي ولتتسع هذه الظاهرة لتصل إلى عالمنا العربي خاصة بعد أن أصبحت أرقام استخدام الإنترنت والكمبيوتر في ازدياد مضطرد.

حيث تشهد الصحافة الإلكترونية في الدول العربية نموا واضحا، فالإلى جانب النسخ الإلكترونية التي تصدرها كثير من الصحف العربية، فإن هناك صحافة إلكترونية صرفة نشأت في عالمنا العربي، وهي في تزايد مستمر، ولعلّ عدم تلازمها مع الصحافة المطبوعة يجعل من المفترض ابتداعها أساليب وفنونا تحريرية خاصة بها وأساليب إخراجية تلائم طبيعتها.

حيث عرف ميدان إخراج الصحف وطباعتها تطورات كبيرة على المستوى العالمي خلال العقود الثلاثة الأخيرة، وبالتحديد منذ أواخر الثمانينات من القرن الماضي وحتى الآن. ويرجع ذلك إلى النمو المتزايد في استخدام الحاسب الآلي وتطبيقاته في العمل الصحفي، كما طرأت تغييرات على شكل الصحف والمجلات والتوسع في استخدام الحاسب الآلي وظهور برامج حديثة في النشر الإلكتروني خاصة برامج معالجة الكلمات والصور والرسوم وتصميم الصفحات.

ويُعتبر الإخراج الصحفي عملية تخطيط لصفحات الجريدة وتوزيع مواد التحرير من أخبار وصور ورسوم وخطوط، وذلك بناء على أسس فنية ونفسية تراعي ميول القراء وطبيعتهم البصرية والعقلية من جهة، وتتفق مع سياسة الصحيفة في التحرير والإخراج من جهة أخرى. ويمكن القول بأن الإخراج الصحفي هو الاهتمام بشكل الصفحات من خلال تنسيق وترتيب عناصرها التيبوغرافية والجرافيكية بما يجذب انتباه القارئ ويسهل مهمته في قراءة الصحيفة.

غير أن العديد من الباحثين يرى أن الصحف الإلكترونية على الإنترنت ليس لها علاقة بالصحف الورقية من ناحية الشكل؛ فهي وسيلة مستقلة بذاتها لها شكلها الخاص الذي تتميز به طبقا لإمكاناتها؛ فالإنترنت هي المتحكم الأساسي في إخراج الصحف الإلكترونية، فمصمّم موقع الصحيفة يمكن أن يغيّر شكلها وهي في متناول المستخدم عبر

الفصل الأول.....موضوع الدراسة وإجراءاتها المنهجية

الإنترنت، على عكس الصحف الورقية التي تنتهي علاقة مخرجها بها بمجرد خروجها من المطبعة.

فبالاعتماد على هذا الأساس يرى الباحث أن الصحف الإلكترونية على الإنترنت ينطبق عليها إخراج صفحات الويب؛ فأخراج الصحف الإلكترونية طبقاً لهذا التصور يتمركز حول ثلاثة محاور أساسية: التطور التكنولوجي، والعناصر البنائية، والتصميم.

حيث يمكن رصد مراحل تطور الصحيفة الإلكترونية، انطلاقاً من المرحلة الأولى التي تعتبر مجرد نقل للمادة المطبوعة كما هي إلى الويب دون أي تغييرات، أما المرحلة الثانية فتتمثل في بداية استعانة المواقع بفكرة الروابط مما جعلها تستغل النصوص والصور بشكل موسع شجعها على إنتاج موضوعات صحفية خصيصاً للموقع وعدم الاكتفاء بنقل المواد بالنسخة المطبوعة، ثم تطورت المواقع الصحفية أكثر لتدخل مرحلة متقدمة من استغلال إمكانات الإنترنت الحقيقية من وسائط متعددة وتفاعلية وأنية التغطية، ويحمل المستقبل مزيداً من التطور الذي يفرزه تطور مجتمع مستخدمي الإنترنت.

حيث يستهدف القارئون على مواقع الصحف الإلكترونية ومخرجو المواقع الإلكترونية التوصل إلى طرق استراتيجية لإغراء المستخدمين للبقاء في موقعهم، لذلك ينصح المصممون العمل على تصميم محتوى الويب بشكل مقنع لتبسيط دور المستخدمين، فتحقيق التفاعل بين المستخدم والموقع باستخدام الإقناع يعزز زيادة فرص تغيير المواقع والاتجاهات.

كما يُعدّ الوصول إلى صفحة يسودها التوافق والانسجام من الأهداف الرئيسية للإخراج الصحفي عموماً والإخراج الإلكتروني خصوصاً، فمستخدم الصحف الإلكترونية في غالب الأحيان لا يميل إلى الاستمرار في متابعة المضمون الإلكتروني لمدة طويلة، لأن القراءة عبر الشاشة متعبة ومملة، وهنا يكمن دور البناء البصري والشكلي للصحيفة الإلكترونية في شد انتباه القارئ في ظل هذه المنافسة القوية.

ويحاول الباحث في هذه الدراسة معرفة ووصف واقع إخراج مواقع الصحف الجزائرية الإلكترونية اليومية على شبكة الإنترنت، من خلال التعرف على أهم اتجاهات وأساليب إخراج وتصميم مواقع الصحافة الإلكترونية الجزائرية وصفحاتها الرئيسية وطريقة وضع وتوضيب محتواها الإعلامي، على اعتبار أنها تحتوي موضوعات الصحيفة بكافة العناصر البنائية؛ للتعرف على العناصر البنائية التقليدية والإلكترونية المكوّنة للموقع الإلكتروني، إضافة إلى محاولة معرفة مدى إفادة هذه الصحف الإلكترونية من الإمكانيات التقنية والاتصالية الضخمة التي تتيحها شبكة الإنترنت.

وعليه حاولت هذه الدراسة الإجابة على التساؤل الرئيسي التالي: "ماهي الاتجاهات الإخراجية في صحيفتي "الشعب أونلاين" و"كل شيء عن الجزائر (TSA)" ؟

2.1. تساؤلات الدراسة:

- وتفرّعت من التساؤل الرئيسي مجموعة من الأسئلة الفرعية، هي:
- ما هي العناصر البنائية الأساسية التي تتوفر عليها موقعي صحيفتي "الشعب أونلاين" و" TSA" ؟
 - ما هي العناصر البنائية المساعدة التي تتوفر عليها موقعي صحيفتي "الشعب أونلاين" و" TSA" ؟
 - ما هي العناصر البنائية الثابتة التي تتوفر عليها موقعي صحيفتي "الشعب أونلاين" و" TSA" ؟
 - ما هي العناصر البنائية الثابتة التفاعلية التي تتوفر عليها موقعي صحيفتي "الشعب أونلاين" و" TSA" ؟
 - ما هي أساليب إخراج وعرض مواضيع الصفحة الرئيسية في موقعي صحيفتي "الشعب أونلاين" و" TSA" ؟
 - ما هو عدد وأشكال وأنواع ومواقع الإعلانات التي ينشرها موقعي صحيفتي "الشعب أونلاين" و" TSA" ؟

3.1. ضبط مفاهيم الدراسة:

تشكّل المفاهيم "مجموعة الرموز التي يستخدمها الفرد لتوصيل ما يريده من معانٍ لغيره من الأفراد. هذا وتتضمن عملية التفكير استخدام اللغة وهي نظام للاتصال يتكون من رموز ومجموعة القواعد تسمح بتركيبات مختلفة لهذه الرموز، ويُعتبر المفهوم أحد الرموز الأساسية في اللغة والذي يمثل بطريقة تجريدية شيئاً معيناً أو إحدى خصائص هذا الشيء أو ظاهرة معينة، وكل موضوع علمي له مفاهيمه المتميزة والخاصة بعملية الاتصال والبحث، ويستطيع العلماء أن ينقلوا لزملائهم وللجمهور المعلومات والخبرات المختلفة عن طريق هذه المفاهيم، ويتم اختيار المفاهيم المفيدة عادة بواسطة العلماء والباحثين النابهين"¹.

"ولهذا يستوجب على الباحث أن يحدّد مفاهيمه من أجل إزالة أي لبس قد يعلق بذهن المستمع أو المطلع، وذلك لأن المفهوم الواحد قد يحمل أكثر من معنى ودلالة، إذ أن الغموض يحقّه من كل جانب. وعليه يحدث الاختلاف بين المتجادلين والمتحاورين أحيانا لا لشيء إلا لعدم وضوح المفاهيم المستعملة في الحوار، مما يجعل نقاشهم خارجا عن الموضوع، ويجعلهم يتخبّطون في هوامش الحديث بين العموميات. ولكي لا يقع الباحث وبحته في هذا اللبس عليه بتحديد مفاهيمه بوضوح ودقة. ويهدف الباحث من تحديد المفاهيم

1- أحمد بدر: علوم الإعلام: البحث العلمي، المناهج، التطبيقات، ط1، دار قباء الحديثة، القاهرة، 2008، ص18، 19.

الفصل الأولموضوع الدراسة وإجراءاتها المنهجية

إلى توصيل المعلومات بوضوح للقارئ، أو للمستمع، ليساعده على فهمها واستيعابها، وربطها مع غيرها من المفاهيم السابقة ذات العلاقة"¹.

ولا يُعقل التخلّي عن الإطار المفاهيمي خاصة في المواضيع التي تُعتبر من الموضوعات التي تتميز بالجدّة أو يشوبها اللبس وعدم الوضوح، وربما عدم الإجماع بين الباحثين والمنظرين، ويضمّ عنصر الإطار المفاهيمي ذكر مفاهيم أساسية بشكل موجز يتراوح عددها بين ثلاث إلى خمس مفردات تمثل لب البحث أو الدراسة².

ويمكن ذكر أهم مفاهيم هذه الدراسة كالتالي:

1.3.1. مفهوم الاتجاه:

1.1.3.1. المفهوم اللغوي:

"اتّجاه [مفرد]: ج اتّجاهات (لغير المصدر): 1- مصدر اتّجّه إلى. 2- طريق وسبيل "اتّجاه السّاحل" | أحاديّ الاتّجاه: ذو اتّجاه واحد- تختلط عليه الاتّجاهات: أي الطّرق- ثنائيّ الاتّجاه: طريق باتّجاهين- حوّل اتّجاهه: غيره. 3- تهَيّؤ عقليّ لمعالجة تجربة أو موقف من المواقف تصحبه عادةً استجابة خاصّة، ميل، نزعة "اتّجاه سياسيّ معتدل/ فكريّ/ مضادّ- اتّجاهات متطرفة- في جميع الاتّجاهات"³.

اتجه اتّجّه إلى يتّجه، اتّجاهاً، فهو مُتّجه، والمفعول مُتّجّه إليه • اتّجّه إلى الحدود أو نحوها: أقبل عليها وقصدّها "اتّجّه الشخصُ إلى البيت- اتّجّه الطالب إلى المحاماة/ دراسة الطّبّ- اتّجّه الصاروخُ بدقّة نحو الهدف"⁴.

1- عقيل حسين عقيل : خطوات البحث العلمي: من تحديد المشكلة إلى تفسير النتيجة، ط1، دار ابن كثير، بيروت، 2010، ص54، 55.

2- طه العنكي، نرجس العقابي : أصول البحث العلمي في العلوم السياسية، دار الأمان، الرباط، 2015، ص26.

3- موقع معاجم:

<https://www.maajim.com/dictionary/%D8%A7%D9%84%D8%A7%D8%AA%D8%AC%D8%A7%D9%87%20%D8%A7%D8%B5%D8%B7%D9%84%D8%A7%D8%AD%D8%A7/6/%D9%85%D8%B9%D8%AC%D9%85%20%D8%A7%D9%84%D9%84%D8%BA%D8%A9%20%D8%A7%D9%84%D8%B9%D8%B1%D8%A8%D9%8A%D8%A9%20%D8%A7%D9%84%D9%85%D8%B9%D8%A7%D8%B5%D8%B1%D8%A9>، تاريخ الزيارة: 2012/12/11، الساعة: 18:37.

4- المرجع نفسه.

الفصل الأول.....موضوع الدراسة وإجراءاتها المنهجية

الاتجاه هو "الجهة التي يتجه إليها الشيء"، أو "الميل إلى شيء"، أو "الرأي والمذهب"¹.

الاتجاه هو "طريق وسبيل"، أو "تهيؤ عقلي لمعالجة تجربة أو موقف من المواقف تصحبه عادة استجابة خاصة، ميل، نزعة"².

يُلاحظ من خلال التعريفات اللغوية السابقة الذكر، أنها تُجمع على أن مصطلح الاتجاه يدلّ على الجهة التي ينحو إليها شيء أو يتجه إليها، أو الميل أو النزعة إلى شيء معين، أو الرأي أو المذهب أو الفكرة التي يتبناها شخص أو مجموعة من الناس.

1.1.3.1. المفهوم الاصطلاحي:

يُعتبر هذا المفهوم من المفاهيم التي تتميز بالاتساع والعمومية وتنوع المعاني، بسبب تعدد المجالات المعرفية التي يُوظف فيها، كما له علاقة وطيدة بعدة مرادفات تتداخل في معانيها مثل: الترقب، الحاجة، الاستعداد، القيم والاهتمام³.

يُعبّر عن مفهوم الاتجاه باللغة الإنجليزية (Attitude)، ويُعبّر عنها باللغة العربية (اتجاه أو اتجاهات)⁴.

أما نظرياً أخذ كل باحث يعرفه في إطار عمله، وفي إطار النظرية التي يتبناها، لذلك لا يوجد تعريف جامع مانع له. حيث تعددت تعاريفه من باحث لآخر حسب التعاريف التالية:

ومن التعريفات التي ركّزت على تعريف الاتجاه في ضوء المكوّن المعرفي، تعريف (روكتش) للاتجاه بأنه "تنظيم من المعتقدات له طابع ثابت نسبياً حول موضوع، أو موقف معين يؤدي بصاحبه إلى الاستجابة بشكل تفضيلي"⁵.

- 1- ابن منظور: لسان العرب، ط3، دار صادر، بيروت، 1994، ص25.
- 2- أحمد مختار عبد الحميد عمر: معجم اللغة العربية المعاصرة، (المجلد1)، ط1، عالم الكتب، القاهرة، 2008، ص25.
- 3- إلهام بوثلجي: "الصحافة الإلكترونية الجزائرية واتجاهات القراء: دراسة مسحية لجمهور جريدة الشروق أون لاين"، مذكرة ماجستير، قسم علوم الإعلام والاتصال، جامعة الجزائر 3، 2010، ص25.
- 4- محمد بني يونس: الأشخاص ذوي الهمم في إطار السياق الثقافي الاجتماعي: واقع وطموحات، ط1، مركز الكتاب الأكاديمي، عمان، 2020، ص79.
- 5- بلبع حمدي إسماعيل: استراتيجيات تدريس اللغة العربية أطر نظرية وتطبيقات عملية، ط1، دار المناهج للنشر والتوزيع، عمان، 2011، ص56.

الفصل الأول.....موضوع الدراسة وإجراءاتها المنهجية

كما يتضمن الاتجاه Attitude الاستعداد الإدراكي أي المعرفي Perceptual أو التهيؤ للاستجابة أي للسلوك أو النشاط. الاستجابة لشخص معين أو لمجموعة من الأشخاص أو الأشياء أو الأحداث.. ويحتوي الاتجاه حب الشيء أو كرهه والاعتقاد فيه أو عدم الاعتقاد فيه¹.

والإتجاه اعتمادا لذلك هو ميل الفرد لفعل معين أو استعداده لصنف من أصناف النشاط فهو يُعدّ حالة وظيفية من الاستعداد ينتج عنها قيام الكائن برد فعل متميز تجاه مثير معين².

كما يُعرّف الاتجاه على أنّه: "الحالة النفسية القائمة وراء رأي الشخص أو اعتقاده فيما يتعلق بموضوع معين، من خلال رفضه لهذا الموضوع أو قبوله، ودرجة هذا الرفض أو القبول، ويحمل كل شخص نوعين من الاتجاه هما: النوع الأول: اتجاهات خاصة أو شخصية. والنوع الثاني: اتجاهات عامة أو اجتماعية"³. وفي نظر علم النفس الاجتماعي "هو استعداد عقلي كامن، يتكون نتيجة تأثير الفرد بمثيرات مختلفة في محيطه"⁴.

كما يُعرّف مصطلح الاتجاه أيضا على أنّه: "آراء ومعتقدات واستعدادات يكتسبها الفرد من خلال تجاربه في الحياة، وبسبب عوامل مختلفة وهي التي توجه تقييماته لما يصادفه من وضعيات وأشخاص ومواضيع مختلفة، ويحكم عليها بالإيجاب والسلب"⁵.

2.1.3.1. المفهوم الإجرائي:

اعتمادا على ما ذكر سابقا وبناء على مختلف التعريفات اللغوية والاصطلاحية التي جاءت في الدراسة لمفهوم كلمة اتجاهات يمكن صياغة مفهوم الاتجاهات إجرائيا لهذه الكلمة كما يلي: يُعنى بالاتجاهات الإخراجية في هذه الدراسة أنها الأساليب والطرق التي تعتمد على تحديد فنيات الإخراج التي يتبعها مخرجو ومصصمو مواقع الصحف الإلكترونية اليومية الجزائرية في إخراج وتصميم الصفحة الرئيسية للموقع وتوزيع المكونات البنائية المختلفة على مساحة هذه الصفحة.

1- Hollander, E.P: **Social psychology**, Fourth ed, Oxford University Press, New York, 1981, p493.

2- محمد بهجت كشك: **العلاقات العامة والخدمة الاجتماعية**، المكتب الجامعي الحديث، الاسكندرية، 1994، ص66.

3- محمد جمال الفار : **معجم المصطلحات الإعلامية**، ط1، دار أسامة للنشر والتوزيع، عمان، 2014، ص6.

4- خضير شعبان : **مصطلحات في الإعلام والاتصال**، ط1، دار اللسان العربي، الجزائر، 1422، ص1.

5- السعيد بومعيزة، عبد الرحمان عزي : **الإعلام والمجتمع رؤية سوسيولوجية مع تطبيقات على المنطقة العربية والإسلامية**، ط1، دار الورسم للطباعة والنشر، الجزائر، 2010، ص409.

2.3.1. مفهوم الإخراج الإلكتروني:

1.2.3.1. المفهوم اللغوي:

يرجع لفظ الإخراج في اللغة العربية إلى أصل كلمة (خرج)، خرج يخرج خروجاً ومخرجاً، بمعنى إخراج الشيء وإبرازه وإظهاره من خلال التنويع في العرض¹.

"...وكما هو واضح من التسمية في الألفاظ "الإخراج" و"الصحفي"، فالأخير منسوب إلى الصحف، وذلك بإلحاق ياء النسب التي تنسب العامل لنوع العمل كصيديلي. أما "لفظ الإخراج" فهو عكس الستر، والإخفاء، وهو بمعنى الإظهار والبيان، ولما كانت مهنة من يعملون في الصحف إظهارها للناس ونشرها فقد جاءت التسمية لمن يقومون بذلك "بالمخرجين الصحفيين" وسمي عملهم بالإخراج الصحفي"².

2.2.3.1. المفهوم الاصطلاحي:

تباينت تعريفات الباحثين لمفهوم إخراج مواقع الصحف الإلكترونية؛ بسبب اختلاف مرجعياتهم الفكرية والبحثية التي يعتمدونها في وضع التعريف، فقد عرّفه حسنين شفيق بأنه مرحلة من مراحل إصدار الصحيفة ترتبط بمظهرها الخارجي وشكلها الفني، أي تلك الجوانب المتعلقة بالمضمون والعوامل المؤثرة فيه؛ فهو ذلك الفن الذي يضم مجموعة عمليات فنية تبدأ بعد اكتمال عملية التحرير الصحفي من جمع المادة الصحفية وتصحيحها ومراجعتها، وصياغتها في قالب أو الشكل التحريري المطلوب، ويجانب الصواب كل من يعتقد أن الإخراج الصحفي يحتاج لنماذج محددة وأشكالاً جامدة وتصميمات شائعة أو منجزة مسبقاً³.

كما يُعرّف حلمي محسب إخراج مواقع الصحف عبر الإنترنت بأنه الأسلوب الذي تُقدّم به الصحيفة الإلكترونية إلى المستخدم عبر ثلاث عناصر أساسية، هي: الوسائل التكنولوجية، والمكونات البنائية، والتصميم؛ لإرضاء المستخدم وإشباع متطلباته وميولاته⁴.

وهناك من يعرّفه أيضاً على أنه: "الإخراج الصحفي هو فن عرض المضمون الصحفي (نص، صورة، رسم،...إلخ) في قالب مناسب للمحتوى وللقرءاء (المتصفحين)، وبما يتناسب وسياسة الصحيفة ومنهجها"⁵.

1- مجمع اللغة العربية : المعجم الوسيط، مكتبة الشروق العربية، القاهرة، ص255.
2- محي الدين تيتاوي : النشر الإلكتروني والإخراج الصحفي، ط1، وكالة الصحافة العربية، الجيزة، 2016، ص86، 87.
3- حسنين شفيق : الإخراج الصحفي الإلكتروني والتجهيزات الفنية، ط1، دار فكر وفن للنشر والتوزيع، القاهرة، 2009، ص17.
4- حلمي محسب: إخراج الصحف الإلكترونية على شبكة الإنترنت، ط1، دار العلوم للنشر والتوزيع، القاهرة، 2007، ص10.
5- بيرق حسين جمعة موسى : فن الإخراج الصحفي لمواقع الجرائد الإلكترونية: دراسة تحليلية، المرجع السابق، ص34.

الفصل الأولموضوع الدراسة وإجراءاتها المنهجية

لذا يُعتبر تصميم وإخراج المواقع الإلكترونية متابعة تتميز بالانضباط والصرامة لكل ما يرتبط بتخطيط وإنتاج هذه المواقع متضمنا كلا من النواحي التقنية (Technical Development)، وبناء المعلومات (Information Structure)، والتصميم المرئي (Visual Design)، والتوصيل الشبكي (Network Delivery)¹.

3.2.3.1. المفهوم الإجرائي:

وبالرغم من تعدد هذه التعريفات وكثرتها إلا أنها تُجمع على اعتبار جوهر الإخراج الصحفي الإلكتروني كجزء لا يتجزأ من العملية الصحفية المبتدئة بالتحضير والمنتوية بالإخراج، ويُمكن أن نصل من خلال الإطلاع على التعريفات السابقة الذكر إلى وضع المفهوم الإجرائي لمصطلح الإخراج الإلكتروني على أنه:

العملية الفنية التي تنطلق بعد اكتمال مرحلة التحرير الصحفي، وهو الفن الذي يسمح للمخرج التعامل مع المكونات التيبوغرافية والجرافيكية المشكلة للصحيفة الإلكترونية والمتمثلة في المتن ووسائل الفصل والإبراز والصور والوسائط المتعددة التي وفرتها شبكة الإنترنت وعملية توزيعها وتحريكها وتوضيها على الصفحة الرئيسية لموقع الصحيفة الإلكترونية لتجسيد أهداف محددة مسبقا من طرف المصمم والمخرج كتوجيه القارئ نحو موضوع معين لقراءته وجذب انتباهه. وضمان الوصول إلى إخراج شكل فني مميز لموقع الصحيفة الإلكترونية.

3.3.1. مفهوم الصحافة:

1.3.3.1. المفهوم اللغوي:

كلمة صحافة في اللغة العربية تشير إلى: "مهنة الصّحافيّ، أي مهنة من يجمع الأخبار والآراء وينشرها في صحيفة أو مجلة"².

وتعني كلمة صحيفة في لسان العرب: "التي يُكتب فيها، والجمع صحائف وصُحف وصُحف. وفي التنزيل: إن هذا لفي الصُّحف الأولى صُحف إبراهيم وموسى، يعني الكتب المنزلة عليهما"³.

وتعني الصحيفة أيضا: " جمع صُحف وصحائف: ما يكتب فيه من ورق ونحوه: "صحيفة صقيلة"⁴.

1- Powell, Thomas, **Web Design: The complete Reference**, 2nd ed. McGraw-Hill, New York, 2002, p14.

2- المنجد الوسيط في العربية المعاصرة، ط1، دار المشرق، بيروت، 2003، ص608.

3- ابن منظور الأنصاري الإفريقي المصري: **لسان العرب**، (المجلد 4)، ط1، دار الكتب العالمية، بيروت، 2005، ص590.

4- المنجد في اللغة العربية المعاصرة، ط2، دار المشرق، بيروت، 2001، ص818.

الفصل الأول.....موضوع الدراسة وإجراءاتها المنهجية

كما تعني كلمة صحافة (Journalism) في اللغة الإنجليزية التنقيب عن الأخبار وتحريرها للجرائد أو الصحف أو المجلات أو الراديو أو التلفزيون¹. وبالإنجليزية (Newspaper) وهي كلمة من الكلمات الإنجليزية المركبة تعني الأولى (News) أخبار والثانية (Paper) ورق ومعناها مجردة: ورق الأخبار².

أما كلمة صحيفة (Journal) فتعني في اللغة الفرنسية: "أي مطبوعة دورية مخصصة لجمهور معين أو تتناول قضايا تتعلق بمجال معين أو أكثر"³.

ويستعمل قاموس أكسفورد كلمة (Press) بمعنى صحافة، ويُقصد بها شيئاً مرتبطاً بالطبع والنشر والأخبار والمعلومات، و (Journalism) بمعنى صحافة أيضاً، و (Journalist) بمعنى صحفي⁴.

يُلاحظ أنّ جميع هذه التعريفات اللغوية لمفهوم كلمة صحافة أجمعت على أن كلمة صحافة تدلّ على نشرة مطبوعة تضم مجموعة من القصص الإخبارية وتصدر بصفة دورية ومنتظمة.

2.3.3.1. المفهوم الاصطلاحي:

تُعرّف الموسوعة الإعلامية الصحافة بأنّها: "صناعة إصدار الجرائد والمجلات وذلك باستقاء الموضوعات الصحفية من تحقيقات وأحاديث ومقالات وأعمدة وجمع الصور والإعلانات في الجرائد والمجلات وتولي إدارتها"⁵.

ركّز التعريف المذكور سابقاً على أن الصحافة هي عملية التقاط القصص الإخبارية المتنوعة كالتحقيقات والأحاديث والمقالات والأعمدة، إضافة إلى الصور والإشهارات ثم نشرها في الصحف والمجلات، وقد أغفل معيار انتظام ودورية الصدور ومعيار التخصص والتبعية للقطاع العام أو الخاص.

تُعرّف أيضاً على أنّها: "علم وفن لإصدار الصحف من الجرائد والمجلات ويشمل ذلك على كتابة وتحرير مواد الصحيفة، كما يشتمل على فنون الرسم والتصوير والخطوط والتصميمات والطباعة وجلب الإعلانات"⁶.

1- Sally Wehmeier, Michael Ashby: **Oxford Advanced Learner's Dictionary of current English**, Sixth edition, Oxford University press, UK, 2000, p699.

2- عبد العزيز سعيد الصويعي: **فن صناعة الصحافة ماضيه وحاضره ومستقبله**، المنشأة العامة للنشر والتوزيع والإعلان، طرابلس، 1984، ص17.

3- **Le dictionnaire du Français**, edition n°2, Hachette, Paris, 1989, p889.

4- حسن إبراهيم مكي، بركات عبد العزيز محمد: **المدخل إلى علم الاتصال**، منشورات ذات السلاسل، الكويت، 1995، ص266، 277.

5- منير حجاب: **الموسوعة الإعلامية**، (المجلد 4)، ط1، دار الفجر للنشر والتوزيع، القاهرة، 2003، ص1490.

6- طه أحمد الزبيدي: **معجم مصطلحات الدعوة والإعلام الإسلامي: عربي/إنجليزي**، ط1، دار الفجر للطباعة والنشر، العراق، دار النفائس، الأردن، 2010، ص151.

الفصل الأول.....موضوع الدراسة وإجراءاتها المنهجية

ركّز هذا التعريف في مفهومه للصحافة على أنها كتابة وتحرير للمواد الصحفية، مع إهماله لأهم القوالب التحريرية وشرط انتظام ودورية الصدور، كما لم يذكر نوع الصحيفة هل هي متخصصة أو عامة، بالإضافة إلى كونها خاصة أو ذات طابع حكومي وعمومي.

والصحافة هي: "المجال أو التخصص أو المهنة التي تقوم على جمع الأخبار والتحقق من مصداقيتها، وتحريرها، وتقديمها للجمهور في الصحف اليومية، أو الدورية، في صفحات قد تكون سياسية، اجتماعية، اقتصادية، ثقافية، تربوية، بناء على أقسام الجريدة والقسم الذي يعمل ضمنه الصحفي"¹.

أشار التعريف السابق أنّ الصحافة هي عملية جمع الأخبار المتنوعة والتأكد من صحتها، كما أشار إلى انتظام الصدور، مع عدم التطرق إلى الفنون الصحفية، تخصص الصحيفة وخطها الافتتاحي.

ويعرّفها فضيل دليو بأنها: "مطبوع دوري ينشر الأخبار في مختلف المجالات ويشرحها ويعلّق عليها، ويكون ذلك عن طريق الصحف والمجلات العامة منها والخاصة"².

ألّمح التعريف السابق إلى أن الصحافة هي مطبوع يتميز بالدورية والانتظام، كما أشار إلى الصحف والمجلات الخاصة التي تتخصص في مجال أو تنشر الأخبار في مختلف المجالات بمعنى أنها عامة، مع عدم التطرق إلى الفنون الصحفية ونوع الصحيفة هل هي خاصة أو حكومية.

وفقا للتعريفات الاصطلاحية السابقة الذكر لمفهوم مصطلح الصحافة يتبين أن هناك اختلافا من تعريف لآخر في وضع مفهوم شامل للصحافة، حيث أن كل تعريف أشار إلى جانب معيّن مع إغفال الجوانب الأخرى، بمعنى أن كل تعريف مكمل للتعريف الآخر، والأمر المتفق عليه والمشارك بين كل هذه التعاريف تركيزها أن الصحافة تتأسس على جمع وكتابة الأخبار ونقلها للقراء.

3.3.3.1. المفهوم الإجرائي:

اعتمادا على التعريفات اللغوية وأيضا الاصطلاحية التي جاءت في الدراسة لمفهوم كلمة الصحافة، يمكن صياغة المفهوم الإجرائي لهذه الكلمة كما يلي: يُعنى بالصحافة المهنة التي تتركز على جمع الأخبار وتحليلها والتأكد من مصداقيتها وتحريرها بمختلف الفنون والقوالب، ثم تقديمها للجمهور في مختلف الصحف اليومية أو الدورية أو الخاصة أو العامة أو المتخصصة أو الشاملة. وتغطي موضوعاتها الجوانب السياسية، الاجتماعية، الاقتصادية، الثقافية، الرياضية وغيرها.

1- مي العبد، عبد الكريم شين : معجم في المفاهيم الحديثة للإعلام والاتصال، ط1، دار النهضة العربية، بيروت، 2014، ص187.

2- فضيل دليو : وسائل الاتصال وتكنولوجياته، منشورات جامعة منتوري قسنطينة، الجزائر، 2002، ص56.

4.3.1. مفهوم الصحافة الإلكترونية:

ليس بالأمر الهين الوصول إلى تعريف جامع مانع للصحافة الإلكترونية، حيث تنوعت تعريفات المتخصصين والمنظرين في ميدان الإعلام والاتصال لهذه الوسيلة الصحفية الحديثة، بسبب تباين الخصائص والأدوار والجنس الإعلامي بين أشكال الصحافة الإلكترونية، وفقا لدرجة وأبعاد اعتمادها على الحاسبات، بالإضافة إلى درجة استفادتها من التقنيات المتطورة لمجالات تكنولوجيا المعلومات والاتصالات مثل، شبكة الإنترنت، الاتصالات السلكية واللاسلكية، الأقمار الصناعية، الاتصالات الرقمية، وتقنيات النص الفائق، والوسائط المتعددة، وأنظمة الورق والحبر الإلكتروني، وتقنيات التصوير الفوتوغرافي متناهية الصغر... بحيث يمكن أن يضمّ تعريف الصحافة الإلكترونية، من خلال ما سبق، على طيف متسع من أنماط النشر الصحفي الذي يبدأ بالنشر المطبوع المعتمد على الحاسبات الإلكترونية ليصل إلى الصحافة الإلكترونية الكاملة¹.

لذا فإن مفهوم الصحافة الإلكترونية له صلة قوية بمفهوم آخر أكبر وأوسع وهو مفهوم النشر الإلكتروني الذي يُوظف للإشارة إلى استعمال الحاسب الإلكتروني في عمليات إنشاء وتحرير وتصميم وطباعة وتوزيع المطبوعات².

لذا تُعرّف الصحافة الإلكترونية على أنّها الصحافة: " التي يتم إصدارها ونشرها عبر شبكة الإنترنت العالمية أو غيرها من شبكات المعلومات، سواء أكانت نسخة أو إصدار إلكترونية ليس لها إصدار مطبوعة ورقية، سواء كنت صحيفة عامة أو متخصصة، سواء كانت تسجيلا دقيقا للنسخة الورقية أو كانت ملخصات للمنشور بها طالما أنها تصدر بشكل منتظم، أي تحديث مضمونها من يوم لآخر ومن ساعة لأخرى، أو من حين لآخر حسب إمكانات جهة الصدور"³.

ويُعرّفها آخرون بأنّها: "عبارة عن نوع جديد من الإعلام، يشترك مع الإعلام التقليدي في المفهوم، والمبادئ العامة والأهداف، وما يميزه عن الإعلام التقليدي أنّه يعتمد على وسيلة جديدة من وسائل الإعلام الحديثة، وهي الدمج بين كل وسائل الاتصال التقليدي؛ بهدف إيصال المضامين المطلوبة بأشكال متميزة، ومؤثرة بطريقة أكبر، وهو يعتمد بشكل رئيسي على (الإنترنت)، الذي يتيح للإعلاميين فرصة كبيرة لتقديم موادهم الإعلامية المختلفة، بطريقة إلكترونية بحثة، وهو تعريف أقرب إلى تجسيد وظائف وسمات الصحافة الإلكترونية"⁴.

1- فيصل أبو عيشة: الإعلام الإلكتروني، ط1، دار أسامة للنشر والتوزيع، عمان، 2009، ص98.
2- علي عبد الفتاح كنعان: الصحافة الإلكترونية في ظل الثورة التكنولوجية، ط1، دار اليازوري العلمية للنشر والتوزيع، عمان، 2014، ص7.
3- رضا عبد الواحد أمين: الصحافة الإلكترونية، ط1، دار الفجر للنشر والتوزيع، القاهرة، 2007، ص93.
4- علي عبد الفتاح كنعان: الصحافة الإلكترونية العربية، المرجع السابق، ص118.

الفصل الأول.....موضوع الدراسة وإجراءاتها المنهجية

كما حاول البعض وضع تعريف محدد لها كالآتي: "نوع من الاتصال بين البشر يتم عبر الفضاء الإلكتروني-الإنترنت وشبكات المعلومات والاتصالات الأخرى- تُستخدم فيه فنون وآليات ومهارات العمل في الصحافة المطبوعة مضافا إليها مهارات وآليات تقنيات المعلومات التي تناسب استخدام الفضاء الإلكتروني كوسيط أو وسيلة اتصال بما في ذلك استخدام النص والصوت والصورة والمستويات المختلفة من التفاعل مع المتلقي، لاستقصاء الأنباء الآنية وغير الآنية ومعالجتها وتحليلها ونشرها على الجماهير عبر الفضاء الإلكتروني بسرعة"¹.

فيما يشير محمود علم الدين إلى أن الصحافة الإلكترونية هي: "تلك الصحف التي يتم إصدارها على شبكة الإنترنت وتكون كجريدة مطبوعة على شاشة الكمبيوتر وتشمل المتن والصورة والرسوم والصوت والصورة المتحركة، وقد تأخذ شكلا أو أكثر من نفس الجريدة المطبوعة الورقية أو موجز بأهم محتويات الجريدة الورقية أو منابر ومساحات للرأي أو خدمات مرجعية واتصالات مجتمعية"².

أمّا فايز الشهري حدّد تعريفا للصحافة الإلكترونية يوضّح فيه أنّها: "عبارة عن تكامل تكنولوجي بين أجهزة الحاسبات الإلكترونية وما تملكه من إمكانيات هائلة في تخزين وتنسيق وتبويب وتصنيف المعلومات واسترجاعها في ثوان معدودة، وبين التطور الهائل في وسائل الاتصالات الجماهيرية التي جعلت العالم قرية إلكترونية صغيرة"³.

كما عرّفها آخرون على أنّها: "وسيلة من وسائل الاتصال عبر شبكة الإنترنت تستخدم فنون وآليات ومهارات العمل الصحفي مضافا إليها مهارات وآليات تقنيات المعلومات التي تناسب استخدام الفضاء الإلكتروني كوسيلة اتصال، مستخدمة في ذلك عناصر الوسائط المتعددة والنص الفائق والوسائط الفائقة للتعامل مع محتويات الصحيفة ومعالجتها وتحليلها ونشرها على الجماهير عبر الفضاء الإلكتروني بسرعة، بحيث يُتاح للمتلقي التفاعل بإيجابية وبسرعة وسهولة حسب احتياجاته وقدراته في تصفح الموضوعات واستقصاء الأنباء الآنية وغير الآنية، وإمكانية حفظه للمعلومات والأخبار وطباعتها"⁴.

وعليه؛ فالمقصود بالصحافة الإلكترونية من خلال هذه الدراسة: هو مجموعة الصحف التي يتم إصدارها ونشرها من خلال شبكة الإنترنت، ويتم تحديث مضمونها من مدة زمنية إلى أخرى بصفة آنية ولحظية، وتُستعمل فيها الوسائط المتعددة والروابط الفائقة، كما تمنح المستخدم القدرة على المشاركة والتفاعل مع المضمون المنشور وتظهر على شاشات الحاسبات الإلكترونية وشاشات الأجهزة الذكية الأخرى، وقد تحتوي

1- فيصل أبو عيشة: الإعلام الإلكتروني، المرجع السابق، ص99.

2- عبد الأمير الفيصل: مدخل في صحافة الإنترنت، ط1، دار الكتاب الجامعي، العين، 2014، ص89.

3- عبد الرزاق محمد الدليمي: الإعلام الجديد والصحافة الإلكترونية، ط1، دار وائل للنشر والتوزيع، عمان، 2011، ص218.

4- بسنت العقباوي: الصحافة الإلكترونية وبنيتها على شبكة الإنترنت، ط1، مكتبة خوارزم العلمية، جدة، 2010، ص172.

على نسخة مطبوعة أو تكون على شكل موقع إخباري لفتاة إذاعية أو تلفزيونية. وهي في دراستنا متمثلة في صحيفتي الشعب أونلاين وصحيفة كل شيء عن الجزائر TSA.

4.1. أسباب اختيار الموضوع:

تُعتبر القدرة على اكتشاف الموضوعات التي يمكن أن تكون ميدانا خصبا للبحث العلمي، إحدى المهارات الضرورية التي يجب أن تُصقل لدى الباحثين، كما تُعدّ خطوة اختيار الموضوع من أبرز خطوات البحث العلمي لأنها تحدّد الخطوات التي تأتي بعدها. وتوجد بعض المعايير الموصى بها التي تسهّل للباحث اختيار موضوع بحثه، وتتمثل في النقاط التالية¹:

- موضوع البحث يُستحسن أن يكون ضمن ميول الباحث ومستواه التعليمي والثقافي.
- حرص الباحث على اختيار موضوع بحثي في مجال تخصصه العلمي لكي يصل بسهولة إلى تحديد المشكلات أو الموضوعات القابلة للبحث.
- تجنّب الموضوعات الفضفاضة والواسعة التي يصعب فيها على الباحث أن يجمع كل المعلومات المرتبطة بها، وأيضا تجنب الموضوعات الضيقة التي لا تتوفر حولها معلومات كافية.
- التأكد من وفرة المصادر والمراجع حول موضوع البحث.
- اختيار موضوع البحث المتسم بالجدة، وله صلة بالمشكلات المجتمعية الواقعية أو بأحد فروع ميادين المعرفة.

ومن أسباب اختيار موضوع الاتجاهات الإخراجية في الصحافة الإلكترونية الجزائرية ما يلي:

1.4.1. الأسباب الموضوعية:

- قلّة الدراسات الجزائرية التي تتناول موضوع تصميم وإخراج الصحف الإلكترونية الجزائرية.

- التوجّه المركّز نحو الرقمنة والعالم الافتراضي بتطوير المنتجات الرقمية منها مواقع الصحف الإلكترونية التي يتحمّم عليها الاهتمام بالتصميم والإخراج الجذاب لمواقعها لجذب المستخدمين وإشباع حاجاتهم المختلفة.

- الحاجة الملحة للدراسات العلمية التي تتناول موضوع التصميم والإخراج الإلكتروني لمواقع الصحف الإلكترونية الجزائرية.

1- متولي النقيب: مهارات البحث عن المعلومات وإعداد البحوث في البيئة الرقمية، ط1، الدار المصرية اللبنانية، بيروت، 2008، ص64.

2.4.1. الأسباب الذاتية:

- ميول الباحث واهتمامه بتصميم وتطوير المواقع الالكترونية وشغفه لمعرفة أسرار تخصص تطوير المواقع وتصميمها.

- جدّة وحادثة الموضوع الذي يُعنى بالتصميم والإخراج الصحفي الالكتروني وقلة الدراسات العلمية والمنهجية التي عالجتة.

-الفضول العلمي لإنجاز أبحاث في هذا الميدان بهدف الوصول إلى نتائج علمية تخدم مصممي مواقع الصحف الجزائرية.

5.1. أهمية الدراسة:

تتمثل أهمية الدراسة في ما يلي:

- الندرة في الدراسات الإعلامية التي غطت موضوع إخراج الصحف الإلكترونية على شبكة الإنترنت بصفة عامة، وعلى صعيد الدراسات الإعلامية في الجزائر خاصة، فمعظم الدراسات والبحوث الإعلامية المتخصصة في الإعلام الإلكتروني لا تزال محصورة في أغلبها بالمحتوى ودرجة التفاعل معه، وتأثير الصحف الإلكترونية على الصحف الورقية والوسائل الاتصالية الأخرى.
- الحاجة إلى دراسات علمية تتطرق لإخراج الصحف الإلكترونية بمفهوم الإخراج الشامل والمتكامل من حيث العناصر البنائية المكوّنة للصحيفة الإلكترونية ومدى استعمالها، والأسلوب الإخراجي الذي وفقه يتم توزيع العناصر البنائية على صفحة الويب على شبكة الإنترنت.
- الحاجة إلى الدراسات العلمية في ميدان الصحافة الإلكترونية الجزائرية بأشكالها، ومعايير بنائها وتقييمها. للتحسين من مستواها والرفع من إمكاناتها التقنية للاستفادة الكاملة من تقنيات شبكة الإنترنت.
- معرفة مدى استفادة مواقع الصحف الجزائرية اليومية من الإمكانيات التقنية التي توفرها شبكة الإنترنت.
- تصف الدراسة إخراج مواقع الصحف الجزائرية اليومية على شبكة الإنترنت، وأهم العناصر البنائية المكوّنة لها، والغوص في أساليب وأسس إخراجها.

6.1. أهداف الدراسة:

تهدف الدراسة إلى تسليط الضوء على اتجاهات وأساليب إخراج الصفحة الرئيسية لمواقع الصحف الجزائرية اليومية على شبكة الإنترنت، وتمثلت هذه الأهداف في ما يلي:

- التعرف على العناصر البنائية الأساسية التي تتوفر عليها مواقع الصحف الجزائرية على شبكة الإنترنت.
- التعرف على العناصر البنائية المساعدة التي تتوفر عليها مواقع الصحف الجزائرية على شبكة الإنترنت.
- التعرف على العناصر البنائية الثابتة التفاعلية وغير التفاعلية التي تتوفر عليها مواقع الصحف الجزائرية على شبكة الإنترنت.
- التعرف على أساليب عرض وإخراج مواضيع الصفحة الرئيسية التي تعتمد عليها الصحف الإلكترونية الجزائرية.
- التعرف على أشكال وأنواع وموقع الإعلانات التي تنشرها مواقع الصحف الإلكترونية الجزائرية .

7.1. الدراسات السابقة والمشابهة:

ومن ثمرات إطلاع الباحث على الدراسات السابقة ما يلي¹:

- يحقق الإطلاع على العناوين المختلفة للدراسات السابقة بحيث يسهل عملية اختيار عنوان البحث المستهدف بعد التتبع الاستقرائي التدريبي لتلك العناوين. كما أنّ عناوين الدراسات يمكن أن تحدّد للباحث مبدئيًا الميدان البحثي الذي يستمليه، وبالخصوص في العناوين الفرعية لكل دراسة يمكن التحوّل إلى مرحلة اختيار الموضوع البحثي الذي يشبهه في النهاية إلى اختيار عنوان البحث ذاته بالمواصفات المطلوبة.
- أيضا يتيح للباحث أن يتتبع في كل دراسة الحوارات الجدلية التي أثّرت ضمنا أو المصطلحات المستحدثة أو المبهمة التي أشير إلى أنّها تحتاج مزيدا من البحث المتعمق، والظواهر أو العلاقات السببية التي تمّت التوصية للباحثين الآخرين بدراستها لأنّها كانت خارج نطاق تلك الدراسات الأخرى لكن أهميتها ما زالت تتطلب من يقوم ببحثها وتحليلها... ومن تلك الأمور وما يطابقها يمكن للباحث أن يستخرج الهدف الرئيسي والأهداف الفرعية من بحثه المستهدف.
- كما أنّ الدراسات السابقة تفيد الباحث كثيرا في اختيار المنهج والأسلوب الوصفي والتحليلي الملائم، وفي تحديد البيانات اللازم تحصيلها، وفي تحديد أساليب جمعها وتحصيلها وتصنيفها وقياسها، حيث يفترض أن كل دراسة مكتملة العناصر قد حددت مثل تلك الأمور في متنها وذكرت أسباب اختيارها لها دون غيرها.

1- زينب الأشوح: طرق وأساليب البحث العلمي وأهم ركائزه، ط1، المجموعة العربية للتدريب والنشر، القاهرة، 2014، ص68، 69.

الفصل الأول.....موضوع الدراسة وإجراءاتها المنهجية

- وعموما، الدراسات السابقة يمكن أن تُوظف كمرجعيات وكمصادر لكثير من البيانات والمعلومات التي يستطيع الباحث استعمالها بصفة مباشرة أو غير مباشرة لمتطلبات المقارنة أو التنظير، أو لضرورة استكمال المكونات المعرفية والمعلوماتية للبحث. وبطبيعة الحال، فإن الدراسات السابقة يمكن أن تمثل دليلا متكاملًا لطريقة العرض والتحليل والكتابة بشكل مرحلي صحيح ومتكامل.

وحاول الباحث الحصول على دراسات سابقة تعالج موضوع إخراج مواقع الصحف الجزائرية اليومية على شبكة الإنترنت، سواء كانت دراسات مطابقة تطابقا كليًا لموضوع الدراسة أو مشابهة لها من حيث تناول الموضوع.

وقد صنّف الباحث هذه الدراسات إلى دراسات جزائرية، دراسات عربية، ودراسات أجنبية، معتمدا على ترتيبها حسب التسلسل الزمني الذي أنجزت فيه كل دراسة، من خلال عرض هذه الدراسات من الأحدث إلى الأقدم.

1.7.1. الدراسات الجزائرية:

1.1.7.1. دراسة بن معزوز حميدة (2021/2020):¹

هدفت هذه الدراسة الموسومة بـ"خصائص وسمات الصحافة الإلكترونية الجزائرية: دراسة وصفية تحليلية لصحيفتي "الجزائر تايمز" و"Algerie 360°" إلى الكشف عن خصائص الصحافة الإلكترونية الجزائرية ومدى استثمار الصحف الإلكترونية لهذه الخصائص، وكذا الكشف عن الخصائص الشكلية للصحف الإلكترونية وكيفية توظيفها من الجانب الإخراجي لإظهار التكامل الحاصل بين سمات الصحف الإلكترونية والسمات الشكلية الإخراجية للصحف الإلكترونية الجزائرية عينة الدراسة.

وتتنمي هذه الدراسة إلى الدراسات الوصفية وقد وظفت الدراسة منهج المسح، كما استعملت أداة تحليل المضمون كأداة أساسية لتحليل الصحيفتين الإلكترونية الجزائريتين "الجزائر تايمز" و "Algerie 360°" والتي تم اختيارهما بطريقة عمدية، أما العينة الزمنية للدراسة فقد حددت مدة شهر كامل متواصل ابتداء من 15 نوفمبر 2019 إلى غاية 15 ديسمبر 2019. كما وظفت الدراسة أدواتي الملاحظة والمقابلة كأدوات مساهمة في جمع المعلومات.

1- بن معزوز حميدة: "خصائص وسمات الصحافة الإلكترونية الجزائرية"، أطروحة دكتوراه، قسم الدعوة والإعلام والاتصال، جامعة الأمير عبد القادر للعلوم الإسلامية بقسنطينة، 2021.

وكشفت الدراسة عن مجموعة من النتائج أهمها:

- إهمال استعمال الأدوات التي تحقق خاصيتي التفاعلية والمشاركة، وبلغت نسبة الاستخدام 26.48%.
- نقص في الخيارات الممنوحة التي تمكن المستخدم من الوصول إلى المعلومات بنسبة 41.93%.
- تحقيق خاصيتي الفورية والتحديث المستمر بنسبة 87.50%.
- عدم استخدام الرسوم المتحركة وكذا المقاطع الصوتية بصفة مطلقة.
- توظيف أسلوب البوابة الإلكترونية في إخراج الصفحة الرئيسية لصحيفة "Algerie 360"، أما صحيفة "الجزائر تايمز"، فقد استخدمت أسلوب الوحدة الإلكترونية في إخراج صفحاتها الرئيسية.
- انعدام الإعلانات في صحيفة "الجزائر تايمز" وحضورها بقوة في صحيفة "Algerie 360".

2.1.7.1. دراسة لعبدلي شهيناز (2016/2017)¹:

هدفت هذه الدراسة الموسومة بـ"الصحافة الإلكترونية الجزائرية: دراسة تحليلية ميدانية" إلى التعرف على ماهية الصحافة الإلكترونية الجزائرية، وتوصيف دقيق للوسيلة الاتصالية وسماتها التكنولوجية، والكشف على مستوى التطور التكنولوجي التي وصلت إليه وكذا أهم محتويات هذه الصحف.

كما سعت إلى مناقشة الوضع الراهن للصحف الإلكترونية الجزائرية ومدى استثمارها للإمكانيات الكبيرة التي تتميز بها تكنولوجيات الصحافة الإلكترونية المتمثلة في: (الأرشيف، النص الفائق، الوسائط المتعددة، عنصر الحالية، التحديد السريع للطبعات الإلكترونية) والكشف عن مستوى التفاعلية واتجاهات الجمهور نحو شكل ومحتوى مواقع الصحف الجزائرية على شبكة الإنترنت.

تتنتمي هذه الدراسة إلى الدراسات الوصفية، وقد وظفت المنهج المسحي، كما استخدمت الملاحظة كأداة أولية لجمع البيانات الخاصة بالدراسة، وعبرتصفح مختلف مواقع الصحف الإلكترونية الجزائرية، واستعملت أيضا تحليل المضمون لجمع البيانات المتعلقة بالدراسة التحليلية وذلك عبر تحليل مواقع الصحف الإلكترونية الجزائرية، وأيضا استثمار لقياس الاتجاه كأداة وتقنية لجمع البيانات.

بخصوص العينة التحليلية فقد اختارت الباحثة الصحيفتين الإلكترونيتين "الشروق أون لاين" و "El Watan" بطريقة العينة العشوائية المنتظمة وبالأسلوب الدوري وقد استعملت في ذلك أسلوب الأسبوع الصناعي، وانطلقت عملية التحليل ابتداء من الثلاثي الثاني من عام 2014 واستمرت إلى غاية الثلاثي الأخير من عام 2015. أما العينة

1- شهيناز لعبدلي: "الصحافة الإلكترونية الجزائرية: دراسة تحليلية ميدانية"، أطروحة دكتوراه، كلية علوم الإعلام والاتصال والسمعي البصري، جامعة قسنطينة 3، 2017.

الفصل الأولموضوع الدراسة وإجراءاتها المنهجية

الميدانية فقد وظفت الباحثة العينة العرضية أي عبر تواجد المبحوثين الافتراضي على الموقع، حيث تم نشر الاستبيان على شبكة الإنترنت خلال الفترة الممتدة بين 18 فيفري 2016، وتم إنهاؤها يوم 15 أفريل من نفس السنة وهي الفترة التي تلت مباشرة فترة الدراسة كما تحصلت الباحثة على 377 إجابة.

ومن أهم النتائج التي توصلت لها الدراسة:

- توصلت الدراسة إلى أن 43.35% من الصور المستخدمة في الصحف الإلكترونية الجزائرية ذات طابع معلوماتي، أما بالنسبة للصور الشخصية فقد بلغت نسبتها 32.98%، وأخيرا الصور التوضيحية والرسوم بنسبة 23.67%. كما أوضحت الدراسة أن نسبة استخدام صيغة الصور GIF في الصحافة الإلكترونية الجزائرية قد بلغت 94.42% من الصور الثابتة المستخدمة.
- توصلت الدراسة إلى أن 85.14% من النصوص الفائقة المستعملة في الصحف الإلكترونية الجزائرية ذات طابع داخلي، أما بخصوص النصوص الفائقة الخارجية فقد بلغت نسبتها 14.86% بينما لم تستعمل النصوص المحلية إطلاقا وفي كلتا الصحيفتين.
- أظهرت نتائج الدراسة أنه لم يتم بث مقاطع الفيديو السمعية البصرية بطريقة مباشرة بل تم توظيف مقاطع مسجلة بنسبة 100%.
- تفنقد الصحف الإلكترونية الجزائرية إلى خاصيتي الفورية والتحديث التي تسمح بنقل الأحداث فور وقوعها، ففي أغلب الأحيان يتم تحديث المحتوى خلال الفترة الليلية مع إرفاقه بتوقيت نشر الموضوع على شبكة الإنترنت.
- تتفاوت نسبة توفير خدمة الأرشفة بالنسبة للصحف الإلكترونية الجزائرية، حيث نجد أن هناك بعض الصحف الإلكترونية لا توفر أرشيفا لطبعتها الإلكترونية، وبعضها الآخر يهتم بتوفير أرشفة للطبعة الإلكترونية والطبعة الورقية معا.
- أوضحت نتائج الدراسة عدم حرص معظم الصحف الإلكترونية الجزائرية بالرد أو الإجابة على أسئلة المستخدمين أو استفساراتهم من خلال البريد الإلكتروني، وهذا ما يدل على مدى تقصير القائمين على هذه الصحف في الجانب المتعلق ببعد استجابة الصحف الإلكترونية للقراء.
- يوجد تباين في اهتمام الصحف الإلكترونية عينة الدراسة بمختلف الإعلانات الإلكترونية فقد احتل الإعلان التجاري المرتبة الأولى في صحيفة El-Watan بنسبة 55.26%، بينما احتلت صحيفة الشروق أونلاين المرتبة الأخيرة بنسبة 38.75%.
- أظهرت نتائج الدراسة أن نسبة العناوين المجمعدة قد بلغت 95.33% من مجموع العناوين المنشورة في الصحف الإلكترونية الجزائرية عينة الدراسة، بينما قدرت نسبة نسبة العناوين غير المجمعدة 4.67% مما يدل أن أغلب المضمون الإعلامي الذي نُشر قد تم تجميع عناوينه والإعلان عنه مسبقا قبل عرضه للجمهور.

3.1.7.1. دراسة قجالي آمنة (2016-2017)¹:

استهدفت هذه الدراسة المعنونة بـ"التفاعلية في الصحافة الإلكترونية -دراسة في استخدامات وإشباعات النخبة الأكاديمية الجزائرية: دراسة تحليلية ميدانية" عدة نقاط تمثلت أهمها في الكشف عن عادات وأنماط تعرّض النخبة الأكاديمية لمواقع الصحف الإلكترونية الجزائرية، والكشف عن تفضيلات ودوافع تعرّض النخبة لهذه المواقع بين موادها، وبين مختلف تقنيات عرضها، والتوصّل إلى أهم عراقل ضمان التفاعلية المثالية من خلال الصحف الإلكترونية الجزائرية، كما هدفت إلى التعرف على الوسائط المتعددة والأرشيف الإلكتروني المتاح في مضمون مواقع الصحف الإلكترونية الجزائرية، وكذا الكشف عن تطبيقات تُمكن المستخدم من التفاعل مع مضمون مواقع هذه الصحف والتفاعل مع محرريها والتوصل إلى تطبيقات تيسير الاتصال الشخصي بين متصفح هذه المواقع.

تنتمي هذه الدراسة إلى الدراسات الوصفية واختارت الباحثة منهج المسح الإعلامي والذي تراه يتماشى مع أهداف دراستها، كما استعملت المنهج المقارن للمقارنة بين مواقع الصحف الجزائرية لمعرفة الخدمات التفاعلية التي تتيحها واكتشاف مواطن الضعف والقوة لدى كل صحيفة على حدة ومقارنة النتائج. وقد وظفت الباحثة في عملية جمع المعلومات الأدوات البحثية التالية: (الملاحظة، الاستبيان، استمارة تحليل المضمون، المقابلة).

اختارت الباحثة موضوع التفاعلية في الصحافة الإلكترونية الجزائرية: دراسة للجمهور والقائم بالاتصال وتحليل للمواقع، وتمثلت عينة الدراسة في الصحف الأكثر تصفحا وزيارة على شبكة الإنترنت في الجزائر وهي: (الشروق أون لاين، الخبر، النهار أونلاين، الشعب، الوطن، المجاهد، ليبرتي، لوسوار دالجيري) فكانت عينة الدراسة الميدانية الخاصة بجمهور الصحافة الإلكترونية من النخبة الأكاديمية حيث احتوت على 319 مفردة بينما قامت الباحثة بإجراء مقابلات مع مدراء المواقع (عينة دراسة القائم بالاتصال)، إلا أنها قُوبلت بالرفض ما عدا أربعة إدارات للمواقع التي وافقت على إجراء المقابلات، وتمثلت هذه المواقع في: (موقع المجاهد، موقع الخبر، موقع الشروق أونلاين، موقع الوطن).

وتوصلت الدراسة إلى عدة نتائج حُصر أهمها في ما يلي :

- ظهور الصحافة الإلكترونية في الجزائر حتّمه الغزو التكنولوجي لوسائل الاتصال في العالم أجمع.
- نالت أساليب تمكين المستخدم من التفاعل مع محرري الصحف الإلكترونية الجزائرية المركز الأول، واتصفت هذه الأساليب بالتقليدية في مقدمتها الهاتف الثابت والفاكس والمراسلة البريدية، مع حضور خافت جدا لخدمتي المدونات والبريد الإلكتروني.

1- آمنة قجالي: "التفاعلية في الصحافة الإلكترونية- دراسة في استخدامات وإشباعات النخبة الأكاديمية الجزائرية: دراسة تحليلية ميدانية"، أطروحة دكتوراه، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، جامعة باتنة، 2017.

الفصل الأول.....موضوع الدراسة وإجراءاتها المنهجية

- جاء استعمال مواقع الصحف الإلكترونية الجزائرية للوسائط المتعددة والأرشيف الإلكتروني في المرتبة الثانية في مقدمتها مقاطع الفيديو والأرشيف بصيغة PDF . كما أهملت كلياً استخدام المقاطع الصوتية في مواقعها.
- قلة العناية بأساليب تمكين المستخدم من التفاعل مع المحتوى باستثناء بعض الخدمات النوعية التي توفرها بعض الصحف الكبرى مثل: مصورون، وشارك برأيك للشروق أون لاين، وحديث الشبكة للنهار أونلاين.
- الغياب التام لساحات الحوار المباشر بين الشخصيات العامة والجماهير. أمّا بخصوص المنتديات فسُجّل حضور ضعيف لها خاصة في ظل إتاحة مواقع التواصل الاجتماعي من خلال الصحف الإلكترونية الجزائرية كبديل مستقبلي لكل أساليب التفاعل الثلاث (مستخدم/محتوى، مستخدم/محرر، مستخدم/مستخدم).

4.1.7.1. دراسة راجح عمار (2016-2017):¹

استهدفت الدراسة الموسومة بـ"الصحافة الإلكترونية وتحديات الفضاء الإلكتروني...دراسة ميدانية للصحافة الإلكترونية الجزائرية" تسليط الضوء على أهم مراحل تاريخ الصحافة الجزائرية التي أنشأت لها نسخة إلكترونية للكشف عن واقع الصحافة الإلكترونية الجزائرية ومعرفة أهم التحديات المهنية التي تواجه الصحفي الجزائري مقارنة بالصحافة الإلكترونية الغربية، وممارسة حفر معرفي في مفهوم الإعلام الجديد وبعض المفاهيم المرتبطة بالتفاعلية وصحافة المواطن، واقتراح أدوات منهجية وإجرائية لدراسة المواقع الإعلامية، والتركيز على أهم التحولات التي شهدتها الصحافة والتي رافقت عملية التحول نحو شبكة الويب.

كما هدفت الدراسة إلى التعرف على أهم النماذج الاقتصادية التي تعتمد عليها الصحف الإلكترونية والكشف على أهم السياسات التحريرية والاقتصادية التي تحكم العلاقة بين النسخة الإلكترونية والمطبوعة للصحف الجزائرية.

وتتنمي هذه الدراسة إلى الدراسات الوصفية، وقد وظفت المنهج المسحي التحليلي من خلال استخدام المسح الشامل لأفراد مجتمع الدراسة المتمثل في مواقع الصحف الورقية الجزائرية على شبكة الإنترنت والصحفيين العاملين بهذه المؤسسات الصحفية. كما استخدم الباحث في عملية جمع المعلومات الأدوات البحثية التالية: (استمارة تحليل المضمون: لتحليل مواقع الصحف الإلكترونية الوطنية والمتمثلة في الخبر والشروق والبلاد والجمهورية، الملاحظة المنتظمة، الاستمارة والمقابلة لجمع المعلومات من غرف التحرير).

امتدت الدراسة بشقيها النظري والتطبيقي طوال مدة تحضير الأطروحة، إلا أن الشق الميداني امتد من بداية ديسمبر 2015 إلى نهاية جويلية 2016، حيث تم تحليل مواقع الصحف الجزائرية عينة الدراسة لمدة ستة أشهر.

1- راجح عمار: "الصحافة الإلكترونية وتحديات الفضاء الإلكتروني...دراسة ميدانية للصحافة الإلكترونية الجزائرية"، أطروحة دكتوراه، قسم علوم الإعلام والاتصال، جامعة وهران، 2017.

توصّلت الدراسة إلى عدد من النتائج تمثل أهمها في ما يلي:

- شهدت العشرية الأخيرة من القرن الماضي بداية توجه الصحف الجزائرية نحو إنشاء نسخ إلكترونية لها، محاولة الوصول إلى أكبر عدد ممكن من الجمهور مستفيدة من البيئة الإلكترونية التي تسمح لها بذلك.
- تفتقر الصحافة الإلكترونية الجزائرية إلى استعمال الوسائط المتعددة بمفهومها الحديث والذي يقوم على ترميز رسالة تواصلية متعددة المنبهات تستثير أكثر من حاسة في سياق تكاملي. رغم أن هذه المواقع تعطي الانطباع باستخدام هذه الوسائط، إلا أن هذه العملية لا تتجاوز مجرد مبدأ تجاور وتكثيف الوسائط على نفس الحامل.
- لم توفر الصحافة الإلكترونية الجزائرية وصلات وخدمات تفاعلية كافية مقارنة مع نظيرتها الغربية، حيث اكتفت وصلاتها على مواد داخل الصحيفة. أمّا بخصوص الخدمات التفاعلية فقد اقتصر على البريد الإلكتروني التقليدي، ولم ترتق إلى الحوارات المباشرة رغم توفر بعض استطلاعات الرأي أو ساحات المناقشة أو حتى مواقع التواصل الاجتماعي، لكنها لا تعدو أن تكون مجرد روافد وصدى لنفس خطاب الصحيفة المطبوعة.
- تعتمد الصحافة الإلكترونية الجزائرية على الطريقة الخطية في تقديم معلوماتها إلى المستخدم، حيث نجدها لا تقدم له خيارات مختلفة، كما أنها لم تستثمر النص الفائق لإثراء المحتوى الإعلامي المقدم للمتصفح حتى يستفيد هذا الأخير، ويتشكل لديه عمق معرفي من خلال تصفح المزيد من المقالات المتنوعة حول الموضوع.
- أمّا بخصوص خدمات الشخصية في الصحافة الإلكترونية الجزائرية فهي شبه منعدمة، وإن وجدت لا تتعدى كونها مشاريع غير مكتملة أو قيد الإنجاز.

5.1.7.1. دراسة بورقعة سمية (2015/2014):¹

هدفت الدراسة الموسومة بـ"الصحافة الإلكترونية في الجزائر: دراسة تحليلية ميدانية للتفاعلية في الصحافة الإلكترونية الجزائرية (الشروق أون لاين، الخبر أونلاين، النهار أونلاين) أنموذجاً" إلى التعرف على مدى استخدام الصحف الإلكترونية الجزائرية لتطبيقات التفاعلية في المضامين الإعلامية المنشورة على صفحاتها، وذلك عبر تحليل محتوى المواد الإعلامية التفاعلية في مواقع الصحف الإلكترونية محل الدراسة من خلال الكشف عن الأجندة الإعلامية المعتمدة، وعن دورة اهتمام تلك المواقع بمواضيع تفاعلية دون أخرى باستعمال تطبيقات للمستخدم، ودرجة تبني هذا المستحدث وإحداثه للتغيير سواء للقائم بالاتصال أو المتصفح.

1- بورقعة سمية: "الصحافة الإلكترونية في الجزائر: دراسة تحليلية ميدانية للتفاعلية في الصحافة الإلكترونية الجزائرية (الشروق أون لاين، الخبر أون لاين، النهار أون لاين) أنموذجاً"، رسالة دكتوراه، كلية علوم الإعلام والاتصال والسمعي والبصري، قسم الاتصال والعلاقات العامة، جامعة قسنطينة 3، 2015.

أمّا بالنسبة للدراسة الميدانية فقد حاولت الباحثة التعرف من خلالها على مدى تفاعل القائم بالاتصال (الصحفيون) مع المستخدمين من خلال التطبيق التفاعلي (البريد الإلكتروني) لبناء أجندة إعلامية تفاعلية وتبني أفكار مستحدثة، عبر التعرف على وسائل الاتصال الأكثر توظيفاً في عملية التواصل بين المحررين والمستخدمين، وكذا معرفة عدد الرسائل التي يستقبلها الصحفيون بعد تحريرهم للمقالات الصحفية ومدى اهتمام الصحفيين بالرد على هذه الرسائل والاستفادة من أفكار المتصفحين والتي قد تحمل موضوعات تتسم بالجدة، وتجديد التواصل معهم وأيضاً إمكانية تغيير اتجاهاتهم نحو بعض الموضوعات كنتيجة لرسائل هؤلاء المستخدمين.

تنتمي هذه الدراسة إلى الدراسات الوصفية وقد استخدمت الباحثة في عملية جمع المعلومات أداة الاستبيان واستمارة تحليل المضمون، وقد أجريت الدراسة التحليلية على 12 مفردة من صحيفة الشروق أونلاين و 12 مفردة من صحيفة الخبر أونلاين و 12 مفردة من صحيفة النهار أونلاين. أمّا فيما يخص الدراسة التحليلية فقد صمّم استبيان يضم 12 سؤالاً موجهاً للصحفيين الذين وضعوا أسفل مقالاتهم عناوين بريدهم الإلكتروني وكان عددهم 115 مفردة.

توصّلت الدراسة إلى نتائج تمثل أهمها في ما يلي :

- يُعدّ الإعلان الإلكتروني مصدر دخل الصحيفة الإلكترونية، حيث سجّل حضور الإعلان في الصحف الثلاث عينة الدراسة، حيث نالت الإعلانات التجارية أعلى نسبة قدرت بـ 46.70%، رغم التباين الملحوظ بين الصحف الثلاث كميًا. ويُفسّر ارتفاع نسبة الإعلانات الإلكترونية كونها مصدر تمويل موقع الصحيفة.
- توفر الصحف الإلكترونية الجزائرية عينة الدراسة على فضاءات وأشكال، كركن الإعلانات، وأصف إعلاناتك في صحيفة الخبر أونلاين وإعلانات في صحيفة الشروق أونلاين ومساحات إخبارية في صحيفة النهار أونلاين. ويُفسّر هذا التوجه في تبويب الإعلانات في موقع واحد لتوجيه المستخدم، وهذا ما يدخل في خاصية التفاعلية الإرشادية، والتي يُقصد بها مرافقة المستخدم إلى خيار ما.
- بينت الدراسة أن المشاركة عبر Share سجلت أعلى نسبة قدرت بـ 63.05% مشاركة. ويمكن القول أن التفاعلية في مواقع الصحف الإلكترونية الجزائرية ستشكّل عاملاً أساسياً في تحديد أنماط الممارسة الإعلامية، ويرجع هذا لتعدد المشاركين في تداول محتوياتها الذي يثري النقاش حول هذه المضامين ويزيد في عدد متصفحها؛ لأنه يمتد إلى شبكات اجتماعية أخرى ذات علاقة بالشبكات المتعلقة بالمواقع المدروسة.
- اهتمت الصحافة الإلكترونية الجزائرية (الشروق أونلاين والخبر أونلاين) بتوظيف التطبيق التفاعلي المتمثل في الاستطلاع، وقد حظيت المواضيع الرياضية والسياسية باستطلاعات عالية لمتصفحها مواقع هذه الصحف.

يُعدّ الحيز المكاني المضاف واللامحدود في أيقونة التعليق وإمكانية التعقيب المتوفر في الصحف الثلاث من المعطيات التي فعّلت التواصل بين المستخدم والمستخدم من جهة وبين المستخدم والقائم بالاتصال من جهة أخرى.

- تستعمل الصحافة الإلكترونية الجزائرية الوسائط المتعددة خاصة منها الصور التي تدعم النص المكتوب في الصحف الثلاث، إضافة إلى الفيديو أو الصورة الحية.
- عدم توفر الروابط الفائقة ضمن الخبر التي تنقل المستخدم لموضوعات أخرى ذات علاقة بالمادة المنشورة، لذا فإن غياب هذا الصنف من التفاعلية الإبحارية يعتبر انخفاضا في مستوى التفاعلية، وعدم قدرة المستخدم من التغطية الشاملة للموضوع المنشور.

6.1.7.1. دراسة بلعاليا يمينة (2006):¹

استهدفت الدراسة الموسومة بـ"الصحافة الإلكترونية في الجزائر: بين تحدي الواقع والتطلع نحو المستقبل" الكشف على واقع الصحافة الإلكترونية في الجزائر، وهل ظهور هذا النوع من الصحافة هي ضرورة حتمها الغزو التكنولوجي بسبب التطورات التكنولوجية الحديثة أم مجرد تحول طبيعي، وامتداد لتطور عالم الصحافة المطبوعة، ومدى قدرة الصحافة الإلكترونية التغلب على مشاكل: الرقابة، النشر، التوزيع التي تعاني منها الصحافة الورقية الجزائرية لتحقيق مساحة من حرية التعبير عبرها، مركزة على تجربة الصحف اليومية الجزائرية على الإنترنت. كما سعت إلى الكشف عن طبيعة العلاقة بين الصحافة المطبوعة والإلكترونية في الجزائر: هل هي علاقة صراع، أم تكامل، أم إلغاء. وأيضا درجة تطورها مقارنة بالدول الأخرى وطريقة تعزيز مكانتها، حيث وظفت في ذلك تجربة كل من صحيفتي الوطن والخبر.

توصّلت الدراسة إلى نتائج تمثل أهمها في ما يلي:

- ظهور الصحافة الإلكترونية في الجزائر حتمها الغزو التكنولوجي لوسائل الاتصال في العالم أجمع، وتُعتبر تجربة الصحافة الإلكترونية الجزائرية متزامنة بصفة كبيرة مع تجربة الصحافة الورقية الوطنية التي مازالت تعد بالكثير.
- ليست هناك نشأة حقيقية للصحافة الإلكترونية في الجزائر باستثناء بعض التجارب التي تتوقف في بدايتها الأولى رغم حاجتنا لإعلام حر وبأقل التكاليف.
- غياب جهاز أو هيئة تجيد التحكم في عملية سير وتقديم مختلف المعلومات عن الصحف الإلكترونية الجزائرية، مع العلم أنّها أي الصحف الإلكترونية الجزائرية لا تستلزم بالضرورة استخدام إسم ميدان مشترك كما هو معروف بـ DZ بل تستخدم أسماء ميدان مختلفة وغالبا Com، التي تستخدمها الصحف الوطنية الورقية بسبب تكلفتها المعقولة، وفي بعض الأحيان تكون مجانية. وهذا ينتج عنه صعوبة ضبطها كميا وعمليا وأخلاقيا.

1- يمينة بلعاليا: "الصحافة الإلكترونية في الجزائر: بين تحدي الواقع والتطلع نحو المستقبل"، رسالة ماجستير، كلية العلوم السياسية والإعلام، قسم علوم الإعلام والاتصال، جامعة الجزائر، 2006.

- ظهور الصحافة الإلكترونية في الجزائر كان لعوامل أمنية وسياسية، فكانت معظم الصحف الإلكترونية الجزائرية تنشر من الخارج، كالصحيفة الإلكترونية **Algeria-watch**.
- تستعمل الصحف الإلكترونية الجزائرية اللغة الإنجليزية أو الفرنسية وهذا يسبب لها نفورا من طرف المستخدمين الجزائريين الذين يفضلون عادة اللغة العربية.
- تعاني الصحافة المطبوعة الجزائرية من مشاكل ترتبط بالتقليص من حرية التعبير بسبب الضغط السياسي، وتعاني أيضا من العراقيل الاقتصادية المتعلقة بالطباعة والتوزيع، إلا أن الصحافة الإلكترونية لن تكون بديلا للصحافة الورقية. ومن بين أبرز المشاكل المطروحة هو القارئ الجزائري الذي لا يزال بعيدا كل البعد عن التعامل مع الإنترنت عموما والصحافة الإلكترونية خصوصا.

2.7.1. الدراسات العربية :

1.2.7.1. دراسة عيبر محمد سليم لبد (2014):¹

هدفت الدراسة الموسومة بـ"إخراج مواقع الصحف الفلسطينية اليومية على شبكة الإنترنت: دراسة تحليلية مقارنة" إلى وصف واقع إخراج وتصميم مواقع الصحف الفلسطينية اليومية الإلكترونية عبر التعرف على أساليب إخراج هذه الصحف والمكونات البنائية المشكلة لها، وأيضا أدوات الربط بين النسخة الورقية للصحف الفلسطينية اليومية ونسختها الرقمية، واستهدفت الدراسة أيضا التعرف على الخدمات الإضافية غير الإعلامية التي تتيحها هذه الصحف والعناصر الثابتة التفاعلية وغير التفاعلية في صفحة البداية لمواقع الصحف الفلسطينية اليومية الإلكترونية.

وظفت الباحثة منهجين هما: منهج الدراسات المسحية حيث استعملت أداة تحليل المضمون، ومنهج دراسة العلاقات المتبادلة حيث استخدمت الباحثة أسلوب المقارنة المنهجية لتتبع أوجه التشابه والاختلاف عبر المقابلة غير المقننة. وقد أسقطت الباحثة الدراسة على أربعة مواقع للصحف الفلسطينية الإلكترونية هي: (موقع جريدة فلسطين، موقع جريدة القدس، موقع جريدة الأيام، موقع جريدة الحياة الجديدة) خلال شهر جويلية 2014.

ومن أبرز النتائج التي توصلت لها الدراسة :

- وظفت معظم مواقع الصحف الفلسطينية اليومية أسلوب البوابة في إخراج موضوعاتها على الصفحة الرئيسية.
- وفرت مواقع صحف الدراسة بريدا إلكترونيا خاصا بالموقع وإدارته، وأيضا بريدا إلكترونيا خاصا بأقسام الموقع، بينما أتاحا موقعا جريدتي الأيام والحياة الجديدة بريدا إلكترونيا لبعض كتاب المقالات الصحفية.

1- عيبر محمد سليم لبد: "إخراج مواقع الصحف الفلسطينية اليومية على شبكة الإنترنت: دراسة تحليلية مقارنة"، رسالة ماجستير، كلية الآداب، قسم الصحافة، الجامعة الإسلامية، غزة، 2014.

- تنوعت الخطوط المستخدمة في مواقع صحف الدراسة فكانت أهمها: Arabic, Arabic Transparent, Thoma, Arial, Simplified. حيث استعملت جريدتا الأيام وفلسطين صنفين فقط، بينما استعملت كل من جريدة القدس والحياة الجديدة نوعا واحدا فقط.
- كشفت الدراسة عن تميز موقع جريدة القدس بإتاحة استطلاعات الرأي حول القضايا الجدلية، بينما حددت صحيفة الحياة الجديدة مساحة لاستطلاعات الرأي في موقعها، إلا أنها غير مفعلة.
- غياب أشكال الوسائط المتعددة في جريدتي الأيام والحياة الجديدة، في حين اهتم موقعا جريدتي القدس وفلسطين ببعض أنواع الوسائط المتعددة على رأسها مقاطع الفيديو.
- بينت الدراسة إهمال نصف مواقع الصحف اليومية الفلسطينية لألبوم الصور بشكله المستقل والذي يدور حول حدث واحد، ويظهر ذلك في موقعي جريدتي الأيام والحياة الجديدة، أما موقعي جريدتي فلسطين والقدس فقد شمل موقعهما على ألبوم صور خاصة المستقل منها.
- كشفت الدراسة عن توظيف مواقع الصحف الفلسطينية اليومية بشكل رئيسي على الخطوط للفصل بين موضوعاتها وذلك بنسبة 51.89% من إجمالي استعمال المواقع لأدوات الفصل، وتليها العناوين بنسبة 16.59%، ثم البياض بنسبة 14.52%، وأخيرا الصور والإطارات بنسب على التوالي بنسبة 11.6% و 5.4%.
- أوضحت الدراسة توظيف جميع مواقع الصحف الفلسطينية اليومية الألوان في العناوين بنسبة 59.4% من إجمالي استخدامات الألوان بمواقع الصحف محل الدراسة.

2.2.7.1. منار فتحي محمد رزق (2011):¹

سعت هذه الدراسة الموسومة بـ "تصميم المواقع الإلكترونية للصحف المصرية على شبكة الإنترنت: دراسة مقارنة في التقنيات والقائم بالاتصال والجمهور" إلى توصيف تصميم المواقع الإلكترونية للصحف المصرية، وكشف تأثير التقنيات على تصميم تلك المواقع، وتبيين طبيعة القائم بالاتصال المرئي وماهيته، وأثر ذلك على التصميم، في ظل استعمال اختبار سهولة استخدام مواقع الدراسة؛ لإظهار مدى رضا المستخدمين عن تلك المواقع، وتعتبر هذه الدراسة من الدراسات الوصفية، ووظفت الباحثة منهج المسح على مستويين: المسح الوصفي؛ لرصد المميزات والخصائص التي تخص كل متغير على حدة في حالة السكن، ومنها أسلوب مسح الوسيلة (تصميم صفحات الموقع)، وأسلوب مسح القائم بالاتصال (المصمم)، وأسلوب مسح الجمهور، أما المستوى الثاني هو: المسح الاستدلالي؛ للتعرف على المتغيرات نفسها في حالة الحركة.

1- منار فتحي محمد رزق: "تصميم المواقع الإلكترونية للصحف المصرية على شبكة الإنترنت: دراسة مقارنة في التقنيات والقائم بالاتصال والجمهور"، رسالة دكتوراه غير منشورة، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، 2012.

ووظفت الباحثة المقابلة البؤرية المركزة على المسؤولين عن إنشاء مواقع الدراسة، وتحليل الشكل، عبر استمارة تحليل تصميم المواقع مراعاة للخطوط الإرشادية التي توصل لها الخبراء ونتائج الدراسات السابقة، وأيضاً اختبار يسر الاستخدام، عن طريق تعريض عينة المستخدمين لمواقع الدراسة، واستمارة الاستبيان؛ لمعرفة مدى رضا المستخدم عن الموقع الذي تصفحه، وتمثلت العينة في مواقع عدد من الصحف المصرية هي: الأهرام، الوفد، المصري اليوم، الشروق، واليوم السابع، وأمّا عينة القائم بالاتصال فتمثلت بمسح شامل للمعنيين بإصدار المواقع، وعينة عمدية من جمهور مستخدمي الإنترنت قوامها 100 مفردة.

وكان من أهم نتائج الدراسة ما يلي :

- مواقع الدراسة تنوعت في أنواع الإبحار المستعملة، منها: قوائم وأشرطة التجول سواء المعتمدة على النصوص، أو الصور، أو الأزرار، أو الأيقونات، كما وظفت شريط الإعلانات، وخريطة الموقع النصية لكنها لم تستعمل كلا من خريطة الصور، ولا صفحات الفهرس.
- وفرت مواقع الدراسة تشكيلا متنوعا لنماذج الإخراج التي تتبناها، فيتبنى موقع الأهرام نمودجا إخراجيا يوظف عمود التجول الأيسر، في حين يتبع تصميم واجهة موقع الشروق نمودجا إخراجيا يعتمد على تجول أعلى وأسفل الصفحة مع استخدام عرض الصفحة للنص، مما يشكل حرف (I)، بينما يتبنى التصميم بموقع اليوم السابع نمودجا إخراجيا يعتمد على ثلاثة أعمدة لوضع أكبر كمية من المحتوى، والإبحار بأقصى مستويات سهولة القراءة، ويتبع التصميم بموقع المصري اليوم والوفد نمودجا إخراجيا يعتمد على نموذج أعلى يسار أسفل الموقع TLB.
- اتباع مواقع صحف الدراسة بعض الخطوط الإرشادية التي أوصت بها دراسات يسر الاستخدام، مما مثل لها نقاط قوة لصالح تصميم الموقع، مثل: عدم استخدام برامج مضافة تحتم على المستخدم تحميلها حتى يتسنى له مشاهدة الموقع ككل، والعمل ضمن العديد من بيئات وأنظمة التشغيل المختلفة، وارتباط عنوان الموقع باسم الصحيفة، مع سرعة تحميل الصفحة الرئيسية.

3.2.7.1. نوير بنت سيف بتال الدغيلي العتيبي (2010):¹

استهدفت هذه الدراسة الموسومة ب"أسلوب البوابة في إخراج الصحف السعودية الإلكترونية: دراسة وصفية تحليلية على صحيفة الرياض الإلكترونية" وصف المكونات البنائية المختلفة المكونة للصفحة الرئيسية للصحيفة الإلكترونية بهدف التعرف على مميزاتها وخصائصها ووظائفها، وكذا تحديد السمات والقواعد التي تحكم وتميز أسلوب البوابة في إخراج الصحف الإلكترونية.

1- نوير بنت سيف بتال الدغيلي العتيبي: "أسلوب البوابة في إخراج الصحف السعودية الإلكترونية: دراسة وصفية تحليلية على صحيفة الرياض الإلكترونية"، رسالة ماجستير، قسم الإعلام، كلية الدعوة والإعلام، تخصص الصحافة والنشر الإلكتروني، جامعة الإمام محمد بن سعود الإسلامية، المملكة العربية السعودية، 2010.

الفصل الأول.....موضوع الدراسة وإجراءاتها المنهجية

تنتهي هذه الدراسة إلى الدراسات الوصفية، وقد وظفت الباحثة منهج المسح كما استعملت أداة تحليل المضمون كأداة رئيسية، واستعانت بتحليل لغة المصدر عبر استعراض الأكواد المستخدمة في تصميم الصفحة الرئيسية حتى تتمكن من تحديد سمات بعض المكونات البنائية.

وقد طبقت الباحثة الدراسة على صحيفة الرياض الإلكترونية وتمتد العينة الزمنية للدراسة شهرين كاملين، حيث تم اختيار العينة من الأعداد اليومية على مدى ثمانية أسابيع بكيفية العينة العشوائية المنتظمة.

ومن أبرز النتائج التي توصلت إليها الدراسة :

- تتكون واجهات مواقع الصحف الإلكترونية من ثلاثة أقسام تمثلت في الترويسة وجسم الصفحة وذيل الصفحة، ولكل جزء من هذه الأجزاء أهميتها الشكلية والوظيفية للصحيفة الإلكترونية.
- استعملت الصحيفة محل الدراسة خطين فقط هما: Arial و Tahoma، وقد احترمت الصحيفة المعيار الذي يشدد بعدم عرض أكثر من ثلاث خطوط.
- استخدمت الصحيفة محل الدراسة صيغ الصور Gif بنسبة عالية قدرت بـ 92.8% حيث استعملتها في عرض أيقوناتها وبعض الصور التي استخدمت كفواصل، كما استعملتها كخلفية لبعض الموضوعات. أما صيغ الصور JPG فقد حلت في المرتبة الثانية بنسبة 7.2%، وقد استعملت الصحيفة هذا النسق لتقديم الصور الفوتوغرافية المرافقة للأخبار ورسوم الكاريكاتور.
- اعتبرت الروابط التشعبية من أكثر المكونات البنائية الإلكترونية توظيفاً حيث بلغت نسبتها 88.80% وحلت الروابط الداخلية بنسبة 94.40%، أما من حيث شكل الروابط فقد ورد النص كشكل من أشكال الروابط التشعبية في المركز الأول وبنسبة 88.40%.
- إهمال الصحيفة عينة الدراسة لاستخدام الوسائط المتعددة وخاصة ملفات الصوت والفيديو، ويرجع سبب ذلك لعدم اهتمام الصحيفة بتسجيل وحفظ مصادر معلوماتها مرئياً أو صوتياً.
- استعملت الصحيفة عينة الدراسة الألوان مع عناصر الفصل رغم توظيفها للألوان كأرضيات بشكل كبير، وهذا ما أعطى الصفحة ثقل وقمامة في مظهرها العام وبالتالي قلل من أهمية هذه الحدود.
- ضعف استخدام المكونات البنائية التفاعلية في صحيفة الرياض حيث بلغت نسبتها بـ 01.80%، كما لوحظ عدم توفر خاصية تحديث الأخبار.
- عدم توفر ميزة الشخصية في الصحيفة محل الدراسة حيث لوحظ عدم توفير إمكانية إعادة تخصيص العناصر والمواد التي يرغب المستخدم في استعراضها بمجرد إدخال معلومات عضويته، لتكون بذلك الصفحة الرئيسية للصحيفة مصممة من قبل المستخدم عن طريق توفير الألوان المفضلة، وإضافة المواد حسب رغبته.

4.2.7.1. دراسة هيثم مؤيد (2010):¹

سعت الدراسة الموسومة بـ "تأثير الأساليب الإخراجية للصحف الإلكترونية على العمليات الإدراكية لدى عينة من طلاب الجامعة: في إطار نظرية تمثيل المعلومات: دراسة شبه تجريبية" إلى الكشف عن تأثير أساليب إخراج الصحف الإلكترونية على إدراك الطلاب للمحتوى المقدم، وتدعيم تذكرهم له واتجاهاتهم إزاء المواقع التي يتصفحونها، وتنتمي إلى دراسات العلاقات السببية بين المتغير المستقل والمتغيرات التابعة، وتعتبر الدراسة من الدراسات شبه التجريبية إلا أنها التزمت بأسس ومبادئ المنهج التجريبي، وتم إجراء الدراسة على عينة من طلاب الفرقة الأولى والثانية والثالثة بشعبة الإعلام التربوي وتكنولوجيا التعليم واللغة الإنجليزية من جامعة "الزقازيق"، وبلغ عدد العينة المتعلقة بمتغير الإدراك والتذكر (480) طالبا، حيث خصص النصف الأول لتجربة الإدراك والنصف المتبقي لتجربة التذكر، وتم تطبيق التجربة خلال الفترة الممتدة من 2010/03/16 إلى غاية 2010/04/01.

وكان من أهم نتائجها ما يلي:

- عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطي درجات المجموعات التجريبية التي تعرضت للمواقع التي استعملت أسلوب البوابة المصممة بشكل رأسي مرتكزة على محدودية الصور وملفات الفلاش والوسائط المتعددة، والمجموعات التجريبية التي تعرضت للمواقع التي وظفت أسلوب البوابة بشكل رأسي معتمدة على تعددية الصور وملفات الفلاش والوسائط المتعددة في إدراك الشكل الإخراجي للصحيفة الإلكترونية.
- إن الخبر على الإنترنت مكتمل العناصر (صور، نص وفيديو) من أكثر التصاميم تذكرا لدى المستخدمين، ومن أكثر التصاميم التي ساعدت على تمثيل معلومات المحتوى الإخباري، مؤكدة بأن توفر عناصر الوسائط المتعددة يسهم في تمثيل معلومات المادة الإخبارية بشكل كبير ومن ثم تذكر المحتوى الإعلامي.
- عنصر الفيديو والصوت لهما تأثير كبير في تذكر المحتوى الإخباري، ولكن باتحاده مع مكونات التصميم الأخرى كالنص والصورة، في حين يقل تأثيره أو ينعدم في حالة كونه مرافقا لملفات الفلاش، فالبرغم من أهمية ملفات الفلاش إلا أنها قد تؤدي إلى تشتيت الانتباه.

1- هيثم مؤيد: "تأثير الأساليب الإخراجية للصحف الإلكترونية على تذكر الطلاب للمحتوى الصحفي المقدم بها دراسة شبه تجريبية على عينة من طلاب الجامعة"، رسالة دكتوراه غير منشورة، جامعة المنصورة، 2010، ص112.

5.2.7.1. دراسة حاتم الصريدي (2009):¹

هدفت الدراسة الموسومة ب"الصحف الإلكترونية البحرينية: دراسة في تقييم واجهة الاستخدام والوصول إلى المعلومات" إلى التعرف على الصحافة البحرينية الإلكترونية عبر تقييم وتصميم الصفحة الرئيسية في الوصول إلى المعلومات، وتعتبر الدراسة من الدراسات الوصفية واعتمدت على تحليل المضمون لعينة تكونت من مواقع الصحف البحرينية وهي: الأيام، الوسط، أخبار الخليج، الوقت، الوطن، بالاعتماد على صفحتين لكل موقع هما: الصفحة الرئيسية، و صفحة المقال الإخباري، من خلال التقاط صور شاشة صفحات الويب ضمن المقاسين (800×600 بكسل)، (1024×768 بكسل) بتاريخ 29 يوليو 2008، واحتوت استمارة تحليل المضمون على الفئات التالية: الإبحار، المضمون، الإعلان، العرض الخاص، الهوية، البحث، عناصر إبراز، وغير مستخدم.

وتوصلت الدراسة إلى مجموعة من النتائج التالية:

- محدودية المساحة المخصصة للمحتوى الإخباري أو الإعلامي في صحف العينة باستثناء صحيفتي الوقت وأخبار الخليج، إلى جانب عدم توفر المساحات المخصصة للإعلانات وعروض الترويج ما عدا حالات قليلة.
- تعتبر صحيفة الوقت الصحيفة الأكثر نجاحا في مستوى تصميم واجهة الاستخدام، عبر التوزيع المطلوب للمساحات المكونة للصفحة الرئيسية وبقيّة الصفحات الداخلية.
- ارتفاع نسبة المساحات غير المستخدمة ضمن الصفحة، وإن اختلفت هذه المساحة من صحيفة إلى أخرى، مما يعبر عن غياب استراتيجية تصميم واضحة لتغطية هذه المساحات.

6.2.7.1. دراسة الشربيني محمد (2008):²

سعت هذه الدراسة الموسومة ب"أساليب تصميم مجلات الأطفال الإلكترونية على شبكة الإنترنت وعلاقتها بتعرض الأطفال لهذه المجلات" إلى التعرف على أبرز أساليب تصميم مجلات الأطفال الإلكترونية (المصرية والعربية والأجنبية)، وتنتهي الدراسة إلى الدراسات الوصفية، واعتمد الباحث على المنهج المسحي، واستعمل استمارة تحليل الشكل؛ لمعرفة المكونات الأساسية والتفاعلية في بناء مجلات الدراسة، والمقابلة غير المقننة مع المصممين، واستمارة المقابلة المقننة للأطفال؛ للكشف عن آرائهم وتفضيلاتهم الإخراجية لتصميمات المجلات الإلكترونية.

1- حاتم الصريدي: "الصحف الإلكترونية البحرينية: دراسة في تقييم واجهة الاستخدام والوصول إلى المعلومات"، أبحاث المؤتمر الدولي: الإعلام الجديد: تكنولوجيا جديدة...لعالم جديد، جامعة البحرين، 7-9 أبريل 2009، ص101، 124.

2- محمد الشربيني: "أساليب تصميم مجلات الأطفال الإلكترونية على شبكة الإنترنت وعلاقتها بتعرض الأطفال لهذه المجلات: دراسة في التقنيات والجمهور والقائم بالاتصال"، رسالة دكتوراه منشورة في كتاب صحافة الأطفال الإلكترونية، دار العالم العربي، القاهرة، 2008.

وتوصلت الدراسة إلى النتائج التالية:

- استعملت مجلات الدراسة أصناف عديدة من الصور، منها: GIF، JPG، PNG؛ ويُفسر ذلك لأنها غير معروفة لدى عدد كبير من الجمهور، وغير معروفة لدى الأنظمة الحديثة لأجهزة الحاسبات الإلكترونية.
- وظفت المجلات المصرية خط نوعه Arial، أما المجلات العربية كانت الخطوط الأكثر استعمالاً هي: Time New Roman، Arabic Transparent، Simplified Arabic، وفي المجلات الأجنبية استعملت الخطوط التالية: Tinkertoy، Verdana، وتراوح حجم الخط في مجلات الدراسة ما بين 12 إلى 18 بنط.
- لم تستعمل مجلات الأطفال المصرية والعربية أي ملفات صوتية، بينما استخدمت المجلات الأجنبية شكلين من تلك الملفات، هما: ملفات صوتية قائمة بذاتها، ويتم تحميلها من على صفحة المجلة الإلكترونية، أو ملفات صوت مرافقة لتحميل الصفحة.

7.2.7.1. دراسة حلمي محسب (2007):¹

سعت الدراسة الموسومة بـ "إخراج الصحف الإلكترونية على شبكة الإنترنت" إلى توصيف المكونات البنائية الموجودة في بعض الصحف المصرية والأمريكية اليومية على الإنترنت بهدف التعرف على استخداماتها ووظائفها وخصائصها. كما هدفت الدراسة إلى تقويم استعمال المكونات البنائية الموجودة في الصحف المصرية والأمريكية على الإنترنت بغية بناء صحافة إلكترونية تستفيد من جميع العناصر البنائية الموجودة على الإنترنت استفادة مثالية، وذلك عن طريق تدعيم هذه الصحف ببعض المكونات البنائية غير المستعملة على صفحاتها من جهة، والاستفادة المثالية من العناصر الموجودة على صفحاتها من جهة أخرى.

وقد استعملت الدراسة في هذا السياق "المدخل المهجن" "Hybrid Model"، ونموذج "إيهام المستخدم" "User Illusion" الخاص بالتعامل مع الواجهات الإلكترونية الجديدة وغير المألوفة من قبل المستخدم. ويعتبر هذا النموذج مهم للغاية بالنسبة للمصمم، فهو يقدم له يد العون من خلال إمكانية حشد وفرة من المعلومات في حيز عرض صغير جداً، كما أنه يساعد المستخدم أيضاً في تقليص الوقت المفقود عبر عرض معلومات كثيرة على مساحة قليلة. وقد تبنت الدراسة منهج المسح والمنهج المقارن وأدوات تحليل المضمون وتحليل لغة المصدر وتحليل المهام، علاوة على الاستبيان الإلكتروني للكشف عن آراء الخبراء في مجالي الإعلام الجماهيري وتكنولوجيا الاتصال في بعض الجامعات الأمريكية. وتمثل مجتمع الدراسة في صحف "الأهرام" و"الجمهورية" و"يو أس إيه توداي" و"نيويورك تايمز".

1- حلمي محسب: إخراج الصحف الإلكترونية على شبكة الإنترنت، ط1، دار العلوم للنشر والتوزيع، القاهرة، 2007.

وتوصلت الدراسة إلى النتائج التالية :

- اختلفت مواقع صحف الدراسة في توظيفها على العناوين كأدوات فصل، فقد استعملتها مواقع الصحف المصرية بشكل ثانوي، في حين اعتمدتها مواقع الصحف الأمريكية بشكل أساسي في فصل موضوعاتها.
- عدم استفادة موقع صحيفة الأهرام من استطلاعات الرأي، بينما استفاد منه موقع صحيفة الجمهورية في عمل استطلاع رياضي، أما النيويورك تايمز و يو أس ايه توداي فقد استعملتاه في تقديم العديد من الاستطلاعات السياسية والاقتصادية والاجتماعية بمنهجية علمية.
- تباين مواقع صحف الدراسة في تبنيتها لأفضلية الخطوط التي حددتها الدراسات الأكاديمية، فقد وظفت صحيفة يو أس ايه توداي USA Today خط Arial في تحرير موضوعاتها، أما صحيفة النيويورك تايمز New York Times فقد استعملت خط Times News Roman، واستخدمت صحيفتا الأهرام والجمهورية خط Arial.
- ضعف استفادة الصحف الإلكترونية من المكونات البنائية التي توفرها الإنترنت، فلم تستعمل صحف الدراسة مطلقا القوائم المنسدلة pull down menus في عرض أقسام الصحيفة، كما أنها لم توظف الوسائط المتعددة في توسيع مساحة الصحيفة، وخصوصا النصوص المتحركة.
- مازالت الصحف الإلكترونية تعتمد على مداخل الصحف المطبوعة في كيفية عرضها للموضوعات، فعلى الرغم من استعانتها بشبكة الإنترنت إلا أنها مازالت تعتمد على الجداول الطولية في فصل النصوص، وما زالت تعامل المستخدم على أنه ينتظر المحتوى الورقي المقدم بالنص فقط.
- لم تستفد الصحف الإلكترونية من النظريات المرتبطة بعلم البصرييات، فهي مازالت تعتمد على تقنيات خاطئة في إرشاد حركة العين إلى الأشكال المرئية.
- لم تستفد الصحف الإلكترونية من النص الفائق hypertext إلا في حدود ضيقة متجنبة الروابط الخارجية التي تربط المستخدم بمعلومات غزيرة، كما تغفل عن ربط المستخدم بقوى فاعلة في النص تمكنه من الرفع من حجم معلوماته بشأن الموضوع الذي يتصفحه.

8.2.7.1. دراسة حمادة السمان (2007)¹:

سعت الدراسة الموسومة بـ"تصميم الصفحة الرئيسية في مواقع الصحف العربية والعالمية على شبكة الإنترنت: دراسة تحليلية مقارنة" إلى ما يلي: رصد وتحليل وتقويم بنية الصحف العربية والعالمية الإلكترونية، والوقوف على الوضع التقني الحالي في مواقع الصحف الإلكترونية محل الدراسة، والأساليب التقنية المستعملة في هذه الصحف إضافة إلى التعرف على تأثير التطور التقني في ميدان الصحافة على مستوى بنية مواقع الصحف العربية والعالمية على الإنترنت. تحديد درجة استعمال المواقع الإلكترونية لتكنولوجيا الإنترنت الحديثة وهي النص الفائق والوسائط المتعددة والخدمات التفاعلية التي توفرها شبكة الإنترنت. رصد أوجه التشابه والاختلاف في تصميم المواقع العربية والعالمية ومدى استفادتها من آليات النشر المتوفرة على الإنترنت وتبنيها في تصميم الصحف. واستعملت الدراسة بصفة أساسية المنهجين التاليين: السمح الإعلامي، والمقارن.

وقد كشفت الدراسة التحليلية عن عدة نتائج تمثل أهمها فيما يلي:

- اختلفت صحف الدراسة العربية والعالمية في تطرقها لأسس التصميم في تصميم صفحات بدايتها، ورغم هذا الاختلاف إلا أنه كان هنالك شبه إجماع بينهما حول سبعة أسس رئيسية هي التوازن والوحدة والحركة والتباين والمحاذاة والتناسب والإيقاع، كما أن صحف الدراسة العالمية تهتم أكثر بمبدأ التوازن في تصميم صفحاتها الرئيسية.
- تحتوي واجهة الصحف الإلكترونية على مكونات أساسية في تصميمها، ورغم اختلاف وجهات النظر حول واجهة موقع الصحيفة من جانب مصممي صحف الدراسة العربية والعالمية إلا أن ثمة عناصر أساسية تحرص الصحف على تضمينها في واجهتها وهي: ترويسة الموقع، وأسلوب عرض الموضوعات، والشكل التصميمي، ولغة البرمجة.
- وأجمعت صحف الدراسة العالمية في تقديم شعار الصحيفة وموقعها الإلكتروني وتاريخ الصدور والتحديث، عكس الصحف العربية التي ذكرت بيانات كثيرة عن الصحيفة خصوصا صحيفة الأهرام المصرية.
- أوضحت نتائج الدراسة أنه على الرغم من السلبيات التي تميز الأسلوب الأفقي في واجهات مواقع الصحف الإلكترونية، إلا أن الصحف العربية تبنته في تقديم أخبارها في صفحاتها الرئيسية، في حين اعتمدت الصحف العالمية على الأسلوب الرأسي في عرض موضوعاتها لما يتصف به هذا الأسلوب من إمكانية عرض أكبر عدد من الموضوعات في شاشة واحدة.

1- حمادة نور طابع السمان : "تصميم الصفحة الرئيسية في مواقع الصحف العربية والعالمية على شبكة الإنترنت: دراسة تحليلية مقارنة"، رسالة ماجستير غير منشورة، كلية الآداب، قسم الإعلام، جامعة المنيا، 2007.

9.2.7.1. دراسة صالح بن زيد بن صالح العنزي (2006/2005):¹

هدفت الدراسة الموسومة بـ"إخراج الصحف السعودية الإلكترونية في ضوء السمات الاتصالية لشبكة الإنترنت: دراسة وصفية تحليلية" إلى وصف واقع إخراج مواقع الصحف السعودية على شبكة الإنترنت مع تقويم مدى اتساق هذه المواقع مع الخصائص الشكلية للإنترنت عبر تحليل الشكل الأساس الذي تظهر به هذه الصحف من حيث الوحدات المكونة لهذا الشكل، والمكونات الإلكترونية المستخدمة في بنائها والتصاميم المتغيرة التي تظهر بها من حيث الوحدات الإلكترونية لهذه التصاميم، وطرق توزيعها على الصفحات. كما سعت الدراسة إلى التعرف على الأهداف المهنية والجمالية المراد تحقيقها من خلال عملية الإخراج الصحفي، وأيضاً تقويم مدى سعي القائمين على إخراج الصحف الإلكترونية السعودية لاعتماد أنماط إخراجية تتلاءم مع طبيعة شبكة الإنترنت.

كما سعت الدراسة لتحقيق أهدافها إلى استعمال صنفين من الدراسات: دراسة كيفية: لوصف وتحليل الأشكال الإخراجية للصحف السعودية الإلكترونية محل البحث ومدى قدرتها على الاستفادة من المعطيات الإخراجية الإلكترونية، وذلك بهدف تقديم خدمات متميزة تحاكي البيئة الرقمية الجديدة، وقد قام الباحث بتحليل مضمون مواقع الصحف المتمثلة في (الجزيرة، الرياض، الوطن، عكاظ، اليوم، المدينة)، حيث استمرت الدراسة لمدة ستة أشهر، كما تم اختيار مفردات العينة من مواقع الصحف الستة بتوظيف العينة الطبقية.

دراسة كمية: فقد هدفت الدراسة إلى التعرف على آراء مصممي الصحف الإلكترونية، حيث وظفت الدراسة المنهج المسحي، وقد اختار الباحث عينته بطريقة عمدية متكونة من 100 مفردة من مصممي ومطوري الصحف الإلكترونية، إلى جانب عدد من العاملين بالشركات والمؤسسات المتخصصة في مجال التصميم، كما استخدمت الدراسة الاستبيان كأداة لجمع المعلومات من المبحوثين.

وقد خلصت هذه الدراسة إلى مجموعة من النتائج تمثل أبرزها في ما يلي:

- كشفت الدراسة التحليلية عن غياب الخدمات التي توفر التفاعلية المباشرة مثل: المنتديات، والاتصال بالمحررين، والرددشة في الصحف السعودية الإلكترونية.
- إهمال الصحف الإلكترونية السعودية إرفاق القصص الإخبارية بمصادر أخرى على شبكة الإنترنت ووفقاً لرؤية مصممي ومطوري المواقع والصحف الإلكترونية فإن الصحف محل الدراسة لا تحرص على توفير العمق المعرفي للموضوعات التي تعرضها.
- ضعف توظيف الصحف الإلكترونية السعودية في تصميمها للوسائط المتعددة، حيث بينت الدراسة التحليلية أن استفادة الصحف السعودية الإلكترونية من الوسائط

1- صالح بن زيد بن صالح العنزي: "إخراج الصحف السعودية الإلكترونية في ضوء السمات الاتصالية لشبكة الإنترنت: دراسة وصفية تحليلية"، رسالة ماجستير، كلية الدعوة والإعلام، قسم الإعلام، جامعة الإمام محمد بن سعود الإسلامية، 2006.

- المتعددة اقتصر فقط على الإعلانات التجارية، كما أوضحت الدراسة الميدانية أن استعمال الوسائط المتعددة حلّ في المرتبة الأخيرة من وجهة نظر مصممي ومطوري المواقع والصحف الإلكترونية.
- وظفت جميع الصحف الإلكترونية السعودية محل الدراسة باستثناء صحيفة الرياض أسلوب الوحدات الإلكترونية في تصميم صفحاتها الرئيسية، وهو الأسلوب الذي لا يحقق بشكل كامل البعد الاتصالي الذي تتركز عليه الصحف الإلكترونية.
 - هدفت الصحف السعودية الإلكترونية لتيسير تعرض المستخدم للمحتويات الإعلامية عبر استعمال كافة الصحف للعلامات الإرشادية كالأيقونات الخاصة بالانتقال إلى أعلى وأسفل الصفحة أو العودة إلى الصفحة الرئيسية أو طباعة النص أو حفظه أو إرساله إلى صديق.
 - توفير الصحف السعودية الإلكترونية لخدمة البحث حيث وردت هذه الخدمة في المرتبة الأولى في قائمة الخدمات المتاحة.

10.2.7.1. دراسة فوزي عبد الغني (2000)¹:

هدفت الدراسة الموسومة بعنوان "العناصر البنائية في الصحف العربية الإلكترونية" إلى رصد وتحليل وتقويم بنية الصحف العربية الإلكترونية عبر التعرف على الأساليب التقنية المستعملة في المكونات البنائية لتلك الصحف، ومدى استعمال تكنولوجيا الإنترنت الحديثة من خلال الدراسة التحليلية لمواقع صحف "الأهرام المصرية" و "الأنوار" اللبنانية و "الشرق الأوسط" السعودية. ووظفت الدراسة منهج المسح والمنهج المقارن وأداة تحليل الشكل.

وتوصلت الدراسة إلى النتائج التالية:

- الصحف الإلكترونية العربية قد استعملت صنفين من العناصر البنائية: العناصر التقليدية والعناصر الإلكترونية.
- إغفال هذه الصحف توظيف عناصر الوسائط المتعددة والرسوم ثلاثية الأبعاد والخدمات التفاعلية، وأنها افتقرت للتصميم الجيد.

1- فوزي عبد الغني خلاف: "العناصر البنائية في الصحف العربية الإلكترونية: دراسة تحليلية مقارنة على صحف الأهرام والأنوار والشرق الأوسط"، مجلة كلية الآداب، جامعة الزقازيق، (العدد 28)، أبريل 2000، ص71، 107.

3.7.1. الدراسات الأجنبية :

1.3.7.1. دراسة Carina Ihlström, Jonas Lundberg (2004)¹:

استهدفت الدراسة الموسومة بـ "A Genre Perspective on Online Newspaper Front page design" الحصول على فهم شامل لتصميم الصحف الإلكترونية، وتنتمي هذه الدراسة إلى الدراسات النوعية، حيث تم تحليل واجهة الصحف محل الدراسة في سنة 2001، وأعيد تحليلها مرة أخرى في عام 2003 بهدف دراسة تغيير التصميم. كما تم إجراء مقابلات مع الإدارة، والمصممين والمحررين في النسخ الإلكترونية لتسع صحف سويدية، وتمحورت الأسئلة المطروحة حول التصميم، وعناصر الصفحة الرئيسية، والتوقعات المستقبلية. وقد تم عمل مقابلات واختبارات يسهل الاستخدام مع المتصفح أيضاً، وتكونت العينة الخاصة بالجمهور من 153 مبحوثاً.

ومن أبرز النتائج التي توصلت إليها الدراسة :

- لا يضم أي موقع من مواقع الصحف محل الدراسة خريطة للموقع، إلا أن بعض الصحف عرضت بديلاً للتنقل عن طريق القوائم المنسدلة، أو جدول محتوى منظم حسب الترتيب الأبجدي يبين مضامين الموقع بشكل مفصل.
- وفرت غالبية الصحف محل الدراسة أرشيفها للمستخدمين في الصفحة الرئيسية، كما أن معظم الصحف احتوت على محررات بحث داخلية.
- قامت كافة الصحف بتحديث مضمونها بشكل يومي.
- كشفت النتائج أنه في المرحلة الثانية من الدراسة سنة 2003 قد تم إضافة تصنيف الأخبار وفقاً للمواضيع الأكثر قراءة، وهذا ما لم يكن موجوداً سنة 2001.
- ساهم غياب الصور في الشعور العام بأن جميع المقالات لها نفس القيمة، في حين أعطى تواجد الصورة انطباعاً بأهمية المقال. كما اعتبر أن المقال المتواجد أعلى الصفحة هو الأكثر أهمية.
- بخصوص سبب تعرض المبحوثين للنسخة الإلكترونية للصحف محل الدراسة، فقد أوضحت النتائج أن ثلث المبحوثين صرحوا أن سبب التعرض هو التحديث المستمر للأخبار، في حين أن خمس المبحوثين اعتبروا أن النسخ الإلكترونية هي بديل للنسخ الورقية، وسدس المبحوثين اعتبروها مكتملة للنسخ المطبوعة.
- يرى ما يقارب نصف المبحوثين أن بنية النسخة الإلكترونية للصحف العينة تعكس بنية الصحيفة الورقية.

1- Carina Ihlström, Jonas Lundberg: "A Genre Perspective on Online Newspaper Front page design", Journal of Web engineering, Vol.5(5), Rinton press, 2004.

2.3.7.1. دراسة Jesus Gonzalez (2002):¹

تطرقت الدراسة الموسومة بـ "الإخراج الأمثل لصحيفة الويب باستخدام أسلوب المحاكاة" إلى مشكلة التوضيب الإلكتروني لجريدة الويب Web Newspaper Pagination، من حيث تعديل إخراج عدد من المقالات المأخوذة من عديد من الجرائد الإلكترونية وإرسالها إلى المستخدم بناء على طلبه. وهذا الإخراج يجب أن يأخذ شكل الأعمدة كما في الجرائد الحقيقية، ويجب أن يتكيف مع مواصفات متصفح الويب الموجود على كمبيوتر العميل في الوقت الحقيقي Real Time.

3.3.7.1. دراسة Utt & Pasternack (2003):²

سعت الدراسة المعنونة بـ "اتجاهات تصميم الصفحة الرئيسية" إلى التعرف على تصميم الصحف بنسختها المطبوعة والإلكترونية على شبكة الإنترنت، من خلال مدى استعمالها للألوان، والصور الصحفية، والرسوم وبرامج التصميم، وأيضا التعرف على مواقف واتجاهات المحررين من التصميم العام للصحف ومدى أهميته للمستخدمين. وتمثلت عينتها في 300 محرر وناشر ووظفت أداة الاستبيان لجمع البيانات حسب المنهج المسحي.

وكان من أبرز نتائجها :

- أن الذين يحترفون عملية التصميم الإلكتروني الخاصة بالصحف الإلكترونية هم أفراد لديهم خبرة في التعامل مع الحاسب الآلي، وليس لديهم اطلاع على علم الصحافة، وما يرتبط بالتقنيات المستعملة في تصميم الصحف الإلكترونية.
- الصحف الإلكترونية توظف الصور أكثر من الصحف المطبوعة، كما أنها تستخدم نوعية خطوط تختلف عن الخطوط المستخدمة في النسخة المطبوعة.
- حجم الخطوط والمتن في النسخة المطبوعة يختلف عن تلك المستعملة في النسخة الإلكترونية، وذلك لأنها تلائم السمات النفسية للمستخدم وتيسر عملية التصفح.

1- Jesus Gonzalez et al., "Web Newspaper Layout Optimization Using Simulated Annealing", **Man & Cybernetics**, Vol.32, N°.5, University of Granda, Spain, October 2002, p686, 961.

2- Utt, S., & Pasternack, S.: "Front Page Design: Some Trends Continue", **Newspaper Research Journal**, Vol.24, N°.3, summer 2003, p48, 61.

4.3.7.1. دراسة Donaghy (2002)¹:

هدفت إلى تقييم الصحف الإلكترونية على شبكة الإنترنت، من خلال الإرشادات والنتائج والتوجيهات التي خرج بها الباحثون في ميدان تصميم ويسر استخدام المواقع الإلكترونية، فوظفت الدراسة إرشادات كل من الباحثين: Jakob Nielsen، Jared Spool، ومعايير Cent Network، واستخدمت المنهج المسحي، واستمارة تحليل المضمون لعينة من الصحف الإلكترونية مكونة من عشرة صحف إلكترونية، حيث تم تحليل صفحات الويب من خلال 122 مبدأ توجيهياً.

وتوصلت الدراسة إلى النتائج التالية:

- اعتمدت صحف الدراسة على وضع الشعار الخاص بها في كل صفحة داخلية وبنفس المساحة والحجم وعنوان للباب، بحيث يكون هذا الشعار واضحاً ولا يكون بمحاذاة صور أو رسومات تؤدي إلى تشتت رؤية المستخدم له.
- أن يتم تقسيم الصفحة في حال كانت طويلة إلى مجموعة من الصفحات، مع الأخذ في الحسبان عدم زيادة مساحة الصفحة عن 800*1200 بكسل.
- أن مساحة عناوين الصفحات يجب أن تتراوح بين 40-60 حرف مع استعمال خطوط كبيرة يدعمها المتصفح، بالإضافة إلى أن ملفات الصور المتحركة يجب أن لا تزيد عن 10 ثوان بين كل صورة وأخرى.

1- Donaghy R.: "Evaluating Online Newspapers Using Established Web Design Guidelines". (Unpublished Master Thesis), School of Information and Library science, University of North Carolina, USA, 2002.

5.3.7.1. دراسة Alshehri (2000)¹:

استهدفت الدراسة التعرف على واقع الصحف العربية على شبكة الإنترنت، ومدى رضا المستخدمين لتصميم محتوى تلك الصحف الإلكترونية، وتعتبر الدراسة من الدراسات الاستكشافية، حيث وظفت المنهج المسحي، وبلغ إجمالي عينة القراء 800 مفردة.

وتوصلت الدراسة إلى النتائج التالية :

- أن أغلب الناشرين لتلك الصحف الإلكترونية لم يكن لديهم استراتيجيات واضحة متعلقة بالنشر عبر الإنترنت، حيث بينت النتائج نقصاً في الخبرات العربية في ميدان النشر الإلكتروني، وغياب صحفيين متخصصين في المجال الإلكتروني.
- قلة من الصحف العربية على الإنترنت التي استفادت من الخدمات التي يوفرها الإنترنت، وأتاحت مجموعة من الخدمات الإضافية لمواقعها، وأن النشاط الإعلاني ضعيف أو معدوم في جل الصحف على الإنترنت محل الدراسة.
- إتاحة صحف الدراسة لعناوين البريد الإلكتروني، ولكن الشكاوى واستفسارات الجمهور نادراً ما يتم الرد عليها من المحررين ومسيري الموقع.

6.3.7.1. دراسة Li (1998)²:

سعت الدراسة الموسومة بـ "تصميم صفحات الويب واستخدام الجرافيك في الصحف الأمريكية" إلى التعرف على كيفية ومنهج تصميم الصحف على الإنترنت واستعمال الجرافيك في تصميمها، من خلال تحليل ثلاث مواقع إلكترونية للصحف الرئيسية في الولايات المتحدة الأمريكية على شبكة الإنترنت، وهي: نيويورك تايمز New York Times، واشنطن بوست Washington Post، الولايات المتحدة الأمريكية اليوم USA Today، وتمت عملية التحليل لعشرة أيام من شهر أكتوبر، وتمثلت عينة الدراسة: الصفحة الرئيسية و صفحة المقالات الإخبارية في المواقع الإلكترونية للصحف الثلاث على شبكة الإنترنت، ومن خلال تحليل الصحف الثلاث على شبكة الإنترنت.

وتوصلت الدراسة إلى مجموعة من النتائج كان أبرزها:

- تمنح مواقع الصحف على شبكة الإنترنت أولوية للمعلومات النصية على عناصر الجرافيك والرسوم، وأن نسبة الرسوم والجرافيك تكون كبيرة وبنسبة عالية في الصفحة الرئيسية.

1- Alshehri, F., "Electronic Newspapers on the Internet: A study of the production and consumption of Arab dailies on the world wide web", (Unpublished Doctor Thesis), Department of Journalism Studies, University of Sheffield UK, 2000.

2- Li, X., "Web Page Design and Graphic Use of Three U.S. Newspapers", Journalism and Mass Communication Quarterly, Vol. 75, N°. 2.1998, Available at: <https://www.msu.edu/user/lixigen/Internet-paper.html>, Retrived: 25/02/2022.

الفصل الأولموضوع الدراسة وإجراءاتها المنهجية

- تستخدم مواقع الصحف على الإنترنت بشكل أقل الصور والرسوم كبيرة الحجم مقارنة باستخدام الصحف التقليدية للصور والرسوم كبيرة الحجم في تصويرها للأحداث.
- تحتل الرسوم التوضيحية والبيانية نسبة ضعيفة جدا من إجمالي الصور المستعملة في المواقع الثلاث، وعادة ما توجد صورة واحدة في الصفحة الرئيسية.

التعليق على الدراسات السابقة والمشابهة:

بناء على اطلاعنا على أبرز الدراسات السابقة والمتعلقة بموضوع الدراسة الحالية، يمكن استخلاص النقاط التالية حولها:

- استهدفت بعض الدراسات قياس أبعاد ومستويات التفاعلية في الصحف الجزائرية والعربية على شبكة الإنترنت، وأخرى الكشف عن مدى استخدام الوسائط المتعددة في نشر الرسائل على مواقع الإعلام الجزائري والعربي، ووصف وتقييم المكونات البنائية والوحدات المكونة للموقع الإلكتروني، إضافة إلى التعرف على أساليب إخراج المواقع الإلكترونية للصحف على الإنترنت.
- ركزت بعض الدراسات التي تطرقت لإخراج وتصميم المواقع الإلكترونية على زاوية يسر الاستخدام، من حيث سهولة استخدام الموقع للوصول إلى المعلومات، ودراسات أخرى عملت تقريبا لتصميم المواقع الإلكترونية اعتمادا على الإرشادات والنتائج التي توصلت إليها الأبحاث المنجزة الأخرى في المجال.
- وظفت أغلب الدراسات الدراسات الوصفية، وبعضها الدراسات الاستكشافية في معالجتها للموضوع، وجميعها استعملت المنهج المسحي ومنه أسلوب تحليل المضمون (تحليل الشكل)، أو أسلوب مسح أساليب الممارسة الإعلامية، أو مسح جمهور وسائل الإعلام، أو دراسة الحالة على إحدى مواقع الصحف على شبكة الإنترنت، والبعض وظف المنهج المقارن للتعرف على أوجه التشابه والاختلاف بين مواقع الدراسة، وبعض الدراسات زادت بين المنهجين المسحي والمقارن.
- تباينت أدوات الدراسات السابقة ما بين استمارة تحليل المضمون وأداة المقابلة، والاستبانة وبعض الدراسات استخدمت أداتين منهما أو جميعها.
- ومن خلال اطلاع الباحث على الدراسات السابقة، يتبين أن الدراسة الحالية تشترك مع الدراسات السابقة في كونها من الدراسات الوصفية، وتوظف المنهج المسحي وأسلوب تحليل المضمون، ومستخدمة استمارة تحليل المضمون من حيث الشكل، أي أن هذه الدراسة تطبق نفس الخطوات المنهجية مع معظم الدراسات السابقة وإن اختلف مجتمع وعينة الدراسة، حيث تنفرد الدراسة الحالية بدراسة اتجاهات وأساليب الإخراج والتصميم التي تعتمدها الصحف الإلكترونية الجزائرية محل الدراسة، بالإضافة إلى توقيت إجراء الدراسة.
- ومن جانب آخر، تركز هذه الدراسة على دراسة المكونات البنائية المختلفة المشكلة للموقع الإلكتروني، وأيضا التعرف على أساليب وطرق إخراج مواقع الصحف، وهذا يتفق مع دراسة حلمي محسب، ودراسة صالح العنزي، ودراسة عبير محمد

سليم لبد، بالإضافة إلى أن دراستنا تشترك مع دراسة هيثم مؤيد في تطرقها لأساليب إخراج الصحف الإلكترونية، ولكن يدرسها الباحث هيثم مؤيد من منطلق تأثيرها على عملية الإدراك والتذكر للمحتوى الإعلامي، وتتشابه كذلك مع دراسة منار محمد فتحي التي تدرس تصميم وإخراج الصحف المصرية على الإنترنت، ولكن الأخيرة تنطلق من جانب يسر الاستخدام، وقياس مدى رضا المستخدم عن تلك المواقع.

- أما دراسة محمد الشريبي التي تتناول تصميم المجالات الإلكترونية الموجهة للأطفال وأساليب إخراجها، فتختلف الدراسة معها في كون دراستنا تسعى إلى توصيف تصميم مواقع الصحف اليومية الجزائرية على شبكة الإنترنت.
- وتتناول هذه الدراسة بعض العناصر التفاعلية التي قاستها الدراسات التالية: أمانة قجالي، سمية بورقعة، ماجد حبيب، نظرا لتطرق الدراسات السابقة لجزئيات من الإخراج، حيث غطى بعضها أبعاد ومستويات التفاعلية، والآخر الوسائط المتعددة والتطبيقات الحديثة بالمواقع الإلكترونية.
- تطرقت الدراسات السابقة والمشابهة أهم التغيرات التي شهدتها الصحافة في ظل البيئة الإلكترونية الجديدة وتوصيف دقيق للصحافة الإلكترونية وسماتها المستمدة من البيئة الإلكترونية لشبكة الإنترنت ومدى استثمارها لهذه السمات التقنية كالتفاعلية، والوسائط المتعددة والروابط الفائقة والفورية والتحديث المستمر وغيرها، وأيضا الكشف عن مستوى التفاعلية واتجاهات الجمهور إزاء الصحف الإلكترونية سواء من ناحية سماتها أو مواصفاتها الشكلية الإخراجية.
- ركزت الدراسات السابقة والمشابهة بشكل مكثف على توصيف واقع إخراج وتصميم مواقع الصحف الإلكترونية حيث رصدت البناء العام للموقع والمكونات البنائية المختلفة والأساليب الإخراجية المكونة للصفحة الرئيسية للصحيفة الإلكترونية.
- ويمكن القول أن هذه الدراسات التي تم استعراضها تشترك مع دراستنا في موضوع دراسة الصحافة الإلكترونية من حيث السمات كالتفاعلية التي تُعدّ من أبرز سمات الصحافة الإلكترونية والخصائص الشكلية الإخراجية أيضا، ولوحظ أن كافة الدراسات المشابهة تنتمي إلى الدراسات الوصفية، بالإضافة إلى أنها وظفت منهج المسح.
- وبصفة عامة، فإن جل الدراسات السابقة والمشابهة التي تم عرضها تتقاطع مع الدراسة الحالية في جانب من الجوانب، سواء من جانب الموضوع أو المنهج وأدوات جمع البيانات أو من حيث النظرية الموظفة أو النتائج المتوصل إليها.
- إلا أن الدراسة الحالية الموسومة بـ"الاتجاهات الإخراجية في الصحافة الإلكترونية الجزائرية: دراسة وصفية تحليلية" حاولت معالجة الموضوع برصد أهم الاتجاهات والأساليب التي تتبناها الصحافة الإلكترونية الجزائرية في إخراج وتصميم صفحاتها الرئيسية.

• استفادة الدراسة الحالية من الدراسات السابقة:

تستفيد هذه الدراسة من الدراسات السابقة على النحو التالي:

- استفادت هذه الدراسة من الدراسات السابقة في التعرف على المكونات البنائية (الأساسية والمساعدة والتفاعلية) بدقة، مفصلة إياها إلى عناصرها الفرعية، واضعة لكل عنصر فرعي وصفه الدقيق عبر تقديم إيجابياته وعيوبه وكيفيات استعماله، والأماكن التي يجب أن يستعمل فيها والتي يجب أن يفتقد فيها.
- الاستفادة من الإطار النظري الموظف في بعض الدراسات السابقة، حيث هناك ندرة للنظريات أو النماذج الاتصالية ذات العلاقة بإخراج المواقع الإلكترونية على شبكة الإنترنت، علاوة على الإخراج الصحفي في الصحف الورقية.
- التعرف على المناهج العلمية المستعملة في دراسات إخراج المواقع الإلكترونية والأساليب وأدوات جمع البيانات.
- كما شكلت الدراسات السابقة والمثابرة ذات العلاقة بموضوع الدراسة الحالية مرجعا مهما استفاد من خلاله الباحث في الرفع من معلوماته المرتبطة بموضوع الدراسة والتعمق في أدق جزئياتها والربط بين مختلف فصولها، وساعدته أيضا على تحديد محاور الدراسة في جانبها النظري، وأيضا في تحديد الإجراءات المنهجية المتبعة، من حيث اختيار المنهج وأدوات جمع المعلومات التي تلائم طبيعة الدراسة الحالية، ومساعدتها في تصميم استمارة تحليل المضمون وتحديد فئاتها المختلفة، كما استرشد بها الباحث في المدخل النظري لدراسته والتي اعتمدت على نظرية انتشار المبتكرات والمدخل المهجن، وأخيرا توظيف نتائج هذه الدراسات في تحليل ومناقشة ومقارنة نتائج الدراسة الحالية.
- استفادت هذه الدراسة من الدراسات التنظيرية في التعرف على النظريات التي تفسر الإنترنت كوسيلة اتصال جماهيري مختلفة عن الوسائل التقليدية -صحافة وإذاعة وتلفزيون...مما أضاف إلى هذه الدراسة قاعدة تنظيرية تنسحب على كل الدراسة هي: الإنترنت كوسيلة اتصال=وسائل الاتصال التقليدية مجتمعة + التفاعلية وهذه القاعدة أكدت عليها عدة دراسات تطرقت لشبكة الإنترنت على أنها وسيلة مهجنة من وسائل الاتصال التقليدية هذا من جهة، ومن جهة أخرى ساعدت الأشكاليات التي طرحتها الدراسات التنظيرية الباحث في التعرف على وجهات النظر المختلفة في تفسير الاتصال الكمبيوتر الوسيط المعروف باسم (computer mediated communication (cmc)، والاتصال البشري الفاعل المعروف باسم (human interaction communication (hic)، بوصفهما نوعين من الاتصال أفرزتهما ثورة المعلومات.
- مما زاد من التأكيد، أنّ الإنترنت كوسيلة اتصال تختلف في إمكاناتها عن وسائل الاتصال التقليدية، وما ينطبق على وسائل الاتصال التقليدية من نظريات قد لا يجد له مكانا في الإنترنت، مثل نظرية حارس البوابة الإعلامية (Gate Keeper).
- الاستفادة من الإطار المعرفي الموجود بالدراسات، حيث توجد قلة في المصادر والمراجع في ميدان الإخراج الإلكتروني.

الفصل الأول.....موضوع الدراسة وإجراءاتها المنهجية

– الاستفادة من نتائج الدراسات السابقة والمقارنة بينها وبين النتائج المتوقعة من هذه الدراسة.

8.1. المدخل النظري للدراسة:

اعتمدت الدراسة على نموذج المدخل المهجن، ونظرية انتشار وتبني المبتكرات.

1.8.1. التعريف بنموذج المدخل المهجن:

هذا النموذج توظفه الدراسة في الجزء الخاص بتأثير تكنولوجيات الإنترنت على بنية الصحافة من خلال الجمع بين الصحافة التقليدية والإنترنت¹.

حيث يعمل النموذج المهجن على معادلة أساسية في بنائه هي: النموذج المهجن = النموذج الثابت + النموذج الديناميكي، ويقوم في ميدان الصحافة الإلكترونية على الجمع بين الصحافة والحاسب الإلكتروني، حيث يكون الثاني مكملًا للأولى في أداء وظيفتها. ومكّن النموذج المهجن المزوجة بين الثقافة التقليدية والثقافة الإلكترونية، مما نتج عنه تحسين جودة الأخبار وتطوير أشكالها².

وقد عبّر "جورج جلدر" (George Gilder) في نموذجه، أن الحاسب الإلكتروني له دور فعال في أداء الصحافة لوظائفها، فهو يدعم صناعة الأخبار (News Industry)، حتى تستطيع الصحيفة من نشر محتوياتها في أقرب وقت، ويساهم في الرفع من حجم المعلومات المتاحة أمام الصحيفة، ويمهد الطريق أمام الأخبار لعرضها بالصورة والصوت والفيديو³.

كما يزودنا النموذج المهجن بفكرة تكشف عن طريقة تحسين أدوار الصحف من خلال استعمال التكنولوجيا الإلكترونية؛ وذلك عبر تفعيل وظيفة الصحف الإلكترونية عن طريق ما توفره لها التكنولوجيا الجديدة من أدوات تساعد في سهولة العرض⁴.

وتستفيد هذه الدراسة من نموذج المدخل المهجن في معرفة مدى استفادة الصحف الإلكترونية الجزائرية اليومية على شبكة الإنترنت من التكنولوجيا الحديثة وما توفره من عناصر تفاعلية في تطوير وتصميم مواقعها على شبكة الإنترنت، والخروج من التفكير الورقي في إخراج مواقع صحف العينة، وأيضاً في معرفة درجة جمع الصحف الجزائرية اليومية على شبكة الإنترنت بين العناصر التقليدية المتمثلة في النص، والصور، والألوان

1- حلمي محاسب: إخراج الصحف الإلكترونية على شبكة الإنترنت، المرجع السابق، ص36.
2- نوار الصفتي: "الصحافة الدولية وبنيتها على الإنترنت: دراسة وصفية تحليلية"، المجلة المصرية لبحوث الاعلام، (العدد 3)، أكتوبر/ ديسمبر 2000، ص173، 207.
3- حلمي محاسب: إخراج الصحف الإلكترونية على شبكة الإنترنت، المرجع السابق، ص38.
4- حلمي محاسب: "التوجهات الموضوعية والنظرية والمنهجية لدراسات الإنترنت: بالتطبيق على عينة من المجالات المصرية والأمريكية"، مجلة الدراسات الإنسانية المنوفية، 2007، متوفر على الرابط: <http://goo.gl/dA5GSR>، بتاريخ 2022/01/30.

الفصل الأول.....موضوع الدراسة وإجراءاتها المنهجية

وغيرها، والعناصر الإلكترونية من رسوم متحركة، ووسائط متعددة، ونصوص فائقة، ووسائل تفاعلية لعرضها للمستخدم.

وعموماً، وُجد أن قادة الرأي الذين يؤثرون في عملية تبني الابتكارات يشبهون إلى حد كبير من يتأثرون بهم. فهم ينحازون بشكل كبير إلى محاكاة القواعد السلوكية لمجموعاتهم، وهم يميلون لأن يكونوا ذوي معرفة خاصة في ميدان واحد، ولكن ليس لزوماً في ميادين أخرى¹.

لكن بعض الباحثين طالبوا بإعادة النظر في النموذج عبر طرح أسئلة شككت في مصداقية هذا النموذج، مثل: هل وجود قادة الرأي إلزامي في إقناع رسائل وسائل الاتصال؟، وقد اعتنى الباحثون بدراسة نظرية تدفق الاتصال على عدة مراحل بدراسة انتشار المبتكرات ومن خلالها درسوا دور الاتصال في انتشار المبتكر².

ويقدم روجرز وشوميكير (Rogers & Shoemaker, 1971) قائمة من التعليمات النظرية حول قادة الرأي وهي³:

- يتعرض قادة الرأي لوسائل الإعلام أكثر من أتباعهم.
- إنّ قادة الرأي أكثر ابتكارية من أتباعهم، ولديهم أفكار جديدة، واستطاعة على ابتكار الحلول، وتبني المستحدثات أكثر من غيرهم.
- إنّ قادة الرأي لديهم اتصال أكثر من أتباعهم مع وكلاء التغيير مثل: المسؤولين عن برامج التنمية والجهات الرسمية.
- يحوز قادة الرأي على مراكز اجتماعية متميزة أكثر من غيرهم نتيجة وضعهم العلمي، أو الاقتصادي، أو الاجتماعي، أو المهني.
- إنّ قادة الرأي أكثر انفتاحاً على العالم، وأكثر تقبلاً للأفكار الجديدة والتغيير من غيرهم.
- إنّ قادة الرأي أكثر مشاركة اجتماعية من أتباعهم، ولهم دور اجتماعي متميز.
- حين تفضل أوضاع النظام الاجتماعي التغيير، فإن قادة الرأي يكونون أكثر ابتكارية، ولكن حين تكون تلك الأوضاع والمعايير تقليدية، فإن قادة الرأي يكونون غير ابتكاريين.

1- ملفين ل.ديفلير، ساندرابول روكيتش: نظريات وسائل الإعلام، تر: كمال عبد الرؤوف، ط1، الدار الدولية للنشر والتوزيع، القاهرة، 2002، ص275.

2- برهان شاوي: مدخل في لاتصال الجماهيري ونظرياته، ط1، دار الكندي، إربد، 2003، ص162.

3- حسن عماد مكاي، ليلي حسين السيد: الاتصال ونظرياته المعاصرة، المرجع السابق، ص254، 255.

9.1. نوع الدراسة ومنهجها:

1.9.1. نوع الدراسة:

تتنتمي الدراسة إلى البحوث الوصفية التي تسعى إلى تصوير وتحليل وتقويم مجموعة محددة أو مجتمع محدد أو ظاهرة محددة بغرض تحصيل معلومات دقيقة وكافية دون الدخول في دوافعها والتحكم فيها¹.

بالإضافة إلى ما ذكر سابقا نجد أن الدراسات الوصفية تعتمد على جمع البيانات بغية اختبار النظريات أو الإجابة على بعض التساؤلات التي لها صلة بالوضع الحالي للفئات المدروسة².

فالبحوث الوصفية تهدف إلى: "اكتشاف الوقائع ووصف الظواهر وصفا دقيقا وتحديد خصائصها تحديدا كفييا أو كمييا، وكما تقوم بالكشف عن الحالة السابقة للظواهر وكيف وصلت إلى صورتها الحالية وتحاول التنبؤ بما سيكون عليه في المستقبل وباختصار فهي تهتم بماضي الظواهر وحاضرها ومستقبلها"³.

كما تهتم الدراسات الوصفية برصد ومتابعة دقيقة لظاهرة أو حدث محدد بكيفية كمية أو نوعية في فترة زمنية محددة أو عدة فترات بغرض التعرف على الظاهرة أو الحدث من حيث المضمون، والوصول إلى نتائج وتعميمات تسهم في فهم الواقع وتطويره⁴.

2.9.1. منهج الدراسة:

تحتم خصوصية الدراسة منهجا خاصا يتناسب وطبيعة الظاهرة أو المشكلة محل الدراسة، لذا نجد أن كل دراسة لها خصوصية من جانب اختيار المنهج الذي يحقق الأهداف المرجوة، وقد تستعمل الدراسة أكثر من منهج كما أنها قد تكتفي بتوظيف منهج واحد، وهذا وفقا لطبيعة الموضوع.

1- عاطف عدلي العبد: المنهج العلمي في البحوث الإعلامية، دار الهاني للطباعة، القاهرة، 1999، ص27.
2- منذر عبد الحميد الضامن: أساسيات البحث العلمي، ط1، دار المسيرة للنشر والتوزيع، عمان، 2007، ص133، 134.
3- مروان عبد المجيد إبراهيم: أسس البحث العلمي لإعداد الرسائل الجامعية، ط1، مؤسسة الوراق، عمان، 2000، ص40.
4- ربحي مصطفى عليان: مناهج وأساليب البحث العلمي، دار صفا للتوزيع والنشر، عمان، 2000، ص65.

الفصل الأول.....موضوع الدراسة وإجراءاتها المنهجية

حيث يُعرّف المنهج على أنه: "خطوات منظمة يتبعها الباحث أو الدارس في معالجة الموضوعات التي يقوم بدراستها، إلى أن يصل إلى نتيجة معينة، أي أن المنهج هو الطريق المؤدي إلى الكشف عن الحقيقة في العلوم المختلفة عن طريق جملة من القواعد العامة التي تسيطر على سير العقل"¹.

ويُعتبر منهج المسح من أهم المناهج الموظفة في بحوث الإعلام والاتصال، ويساعد هذا المنهج في الحصول على البيانات والمعلومات التي تستهدف الظاهرة العلمية ذاتها².

كما تتباين الدراسات المسحية في عدد العوامل والجوانب التي ندرسها، وكذلك تتباينها في طرق جمع المعلومات، فبينما تستعمل بعض هذه الدراسات الاستبيانات، نجد أنّ دراسات مسحية أخرى توظف أسلوب المقابلة أو الملاحظة أو الاختبارات والمقاييس المختلفة³.

وقد استعمل الباحث منهج المسح بناء على طبيعة الدراسة الموسومة بـ"الاتجاهات الإخراجية في الصحافة الإلكترونية الجزائرية" والذي يراه المنهج المناسب لتحقيق أهداف الدراسة، وذلك بغرض التعرف على السمات الشكلية والإخراجية للصحافة الإلكترونية الجزائرية.

10.1. مجتمع الدراسة وعينها:

1.10.1. مجتمع الدراسة:

يُعنى بمجتمع الدراسة على أنه: "مجموع المفردات التي يستهدف الباحث دراستها لتحقيق نتائج الدراسة. ويمثل هذا المجتمع الكل أو المجموع الأكبر المجتمع المستهدف Target Population الذي يهدف الباحث دراسته ويتم تعميم نتائج الدراسة على كل مفرداته"⁴.

كما يُعرّفه موريس أنجرس على أنه: "مجموعة منتهية أو غير منتهية من العناصر المحددة مسبقا والتي تتركز عليها الملاحظات، وفي هذه الحالة أو تلك نستطيع تحديد مقياس يجمع بين الأفراد والأشياء ويميزهم عن غيرهم من الأفراد والأشياء"⁵.

كما يُعنى أيضا بمجتمع البحث أنه "جميع مفردات الظاهرة المراد دراستها، سواء أكانت هذه المفردات بشرا، أم مؤسسة، أم أنشطة تربوية، وغير ذلك"⁶.

1- محمود أحمد درويش: مناهج البحث في العلوم الإنسانية، ط1، مؤسسة الأمة العربية للنشر والتوزيع، مصر، 2018، ص17.

2- سعد سلمان المشهداني: مناهج البحث الإعلامي، ط1، دار الكتاب الجامعي، العين، 2017، ص162.

3- رحيم يونس كرو العزاوي: مقدمة في منهج البحث العلمي، ط1، دار دجلة، عمان، 2008، ص99.

4- محمد عبد الحميد: البحث العلمي في الدراسات الإعلامية، ط1، عالم الكتب، القاهرة، 2000، ص130.

5- موريس أنجرس: منهجية البحث العلمي في العلوم الإنسانية، تر: بوزيد صحراوي وآخرون، دار القصب، الجزائر، 2004، ص298.

6- سعد سلمان المشهداني: مناهج البحث الإعلامي، المرجع السابق، ص43.

بناء على إشكالية الدراسة وتساؤلاتها الفرعية يمكن اعتبار مجتمع الدراسة للبحث الحالي يتمثل في جميع " أعداد صحيفتي الشعب أونلاين و"كل شيء عن الجزائر (TSA)".

2.10.1. عينة الدراسة:

يوجد "إجماع على أن محتوى الإعلام عادة ما يكون من الضخامة والانتساع يصعب معه القيام بعملية التحليل بالدقة والسرعة المطلوبة دون استخدام نظام العينات، والعينة هي جزء من المجتمع الكلي المراد تحديد سماته، ممثلة بنسبة مئوية يتم حسابها طبقا للمعايير الإحصائية وطبيعة مشكلة البحث ومصادر بياناته"¹.

يُعرّف محمد عبد الحميد العيّنة على أنّها: "عبارة عن عدد محدود من المفردات التي سوف يتعامل الباحث معها منهجيا، ويسجّل من خلال هذا التعامل البيانات الأولية المطلوبة. ويشترط في هذا العدد أن يكون ممثلا لمجتمع البحث في الخصائص والسمات التي يوصف من خلالها هذا المجتمع"².

وتُعرّف أيضا: "يمكن تعريف العينة على أساس أنّها مجموعة الوحدات التي يتم اختيارها من المجتمع الإحصائي..."³.

واعتمادا على ما تقدم فإن المزايا وفوائد توظيف العينات في البحث العلمي يمكن أن نوجزها فيما يلي⁴:

- اقتصاد الجهد المبذول والتكلفة، نظرا لتركيز البحث فيها على نموذج معين في المجتمع الأصلي.
- قدرة الباحث على الحصول على معلومات غزيرة، والتي تكون أكثر بكثير مما يحصله الباحث من المجموع الكلي لأفراد المجتمع.
- يسر الحصول على ردود وافية ومتكاملة ودقيقة، عن طريق رصد العينة وإجاباتها.

1- محمد عبد الحميد: تحليل المحتوى في بحوث الإعلام، ط1، عالم الكتب، القاهرة، 2010، ص90، 91.

2- محمد عبد الحميد: البحث العلمي في الدراسات الإعلامية، المرجع السابق، ص133.

3- محمد عبد العال النعيمي وآخرون: طرق ومناهج البحث العلمي، ط1، الوراق للنشر والتوزيع، عمان، 2014، ص78.

4- عامر إبراهيم قندلجي: البحث العلمي واستخدام مصادر المعلومات التقليدية والإلكترونية، ط1، دار اليازوري العلمية للنشر والتوزيع، عمان، 2007، ص180.

1.2.10.1. عينة المصدر:

تم اختيار الصحيفة الإلكترونية الجزائرية "كل شيء عن الجزائر TSA" بطريقة عمدية كونها أول صحيفة إلكترونية جزائرية كاملة، كما تُعدّ من من أكثر الصحف الجزائرية مقروئية إذ تتميز ببعدها المغاربي، وتم اختيار موقع صحيفة "الشعب أونلاين" أيضا بطريقة عمدية من باب عمل دراسة تحليلية وصفية للاتجاهات الإخراجية المتبعة في كلا موقعي الصحفيتين الإلكترونيتين الجزائريتين.

والعينة العمدية هي: "العينة التي يختارها الباحث عن قصد وتحديد مسبق في ضوء أهداف بحثه. ويلجأ الباحث إلى هذا الأسلوب عادة عند اختيار الوسيط الذي يجري دراسته عليه. كأن يكون كتابا أو برنامجا إذاعيا أو صحيفة أو غيرها"¹. كما أن الباحث في هذا الصنف من العينات يختار المفردات بطريقة عمدية، اعتمادا على ما يراه من مميزات وخصائص تتواجد في المفردات بما يتماشى مع أهداف البحث².

وقد استقر رأي الباحث في عينة الدراسة التي تمّ اختيارها بطريقة عمدية على صحيفتي "الشعب أونلاين" و" TSA" وذلك بعد الملاحظة المستمرة والدقيقة لهاتين الصحفيتين الإلكترونيتين. وقد تمّ هذا الاختيار وفقا لمعيار اللغة، حيث تمّ اختيار صحيفة لغتها الأصلية هي اللغة العربية وصحيفة أخرى لغتها الأصلية هي اللغة الفرنسية هذا من جهة، ومن جهة أخرى كونهما ثمئتان نوعين من الصحف الإلكترونية: صحيفة إلكترونية لديها نسخة ورقية، وصحيفة إلكترونية كاملة (ليس لها نسخة ورقية).

أنظر الجدول رقم (01) الذي يحتوي على عينة الصحف الإلكترونية محل الدراسة.

جدول رقم (01): يشمل على عينة الصحف الإلكترونية محل الدراسة

الرقم التسلسلي	اسم الصحيفة	عنوان الصحيفة على الأنترنت
1	الشعب أونلاين	https://www.echaab.dz/
2	TSA	https://www.tsa-algerie.dz/

2.2.10.1. العينة الزمنية:

يتمثل البعد الزمني للدراسة مدة شهر كامل وذلك ابتداء (من 2023/05/20 إلى غاية 2023/06/19)، وقد تمّ زيارة موقعي الصحفيتين الإلكترونيتين الجزائريتين "الشعب أونلاين" و" TSA" على مدى الشهر بشكل يومي وفي أوقات مختلفة بهدف تحليل محتوى الصفحة الرئيسية للصحيفتين الإلكترونيتين محل الدراسة.

1- رشدي أحمد طعيمة: تحليل المحتوى في العلوم الإنسانية، ط1، دار الفكر العربي، القاهرة، 2004، ص254.
2- محمد عبد الحميد: البحث العلمي في الدراسات الإعلامية، المرجع السابق، ص141.

الفصل الأول.....موضوع الدراسة وإجراءاتها المنهجية

ويرى الباحث أن مدة شهر كافية لأن الدراسة الحالية لا تتطلب طول المدة الزمنية حيث أنها لا تهدف إلى رصد التغيير على المدى الطويل، وإنما تهدف إلى التعرف على الاتجاهات والأساليب الإخراجية المحددة لطريقة إخراج وتصميم الصفحة الرئيسية والمظهر العام لها على مستوى الصحيفتين محل الدراسة.

• بطاقة فنية عن صحيفة "الشعب أونلاين":

جريدة الشعب الجزائرية يومية وطنية إخبارية تصدر باللغة العربية تأسست في 11 ديسمبر 1962. وهي أول جريدة تُطبع باللغة العربية في الجزائر ولهذا يُطلق عليها لقب أم الجرائد¹.

الشعب أونلاين هي صحيفة إلكترونية تصدر عن مؤسسة الشعب بالجزائر، وتغطي موضوعات مختلفة مثل السياسة والاقتصاد والثقافة والرياضة وباقي المجالات الأخرى، ويقدم موقع الصحيفة آخر الأخبار والمستجدات من الجزائر ومن جميع أنحاء العالم، مما يجعلها مصدرا قيما للمعلومات للقراء المهتمين بالشأن الجزائري. بالإضافة إلى النسخة الإلكترونية، هناك نسخة مطبوعة من صحيفة الشعب وهي صحيفة وطنية وإعلامية تأسست في 11 ديسمبر 1962 في الجزائر، وهي من إخراج جمال لعلام وتعتبر مصدرا هاما للأخبار والمعلومات في البلاد، وتتمتع هذه النسخة المطبوعة بتاريخ طويل في تقديم الأخبار للجمهور الجزائري².

• بطاقة فنية عن صحيفة "TSA":

صحيفة "TSA" هي صحيفة إلكترونية عامة تكتب باللغة الفرنسية، تم إنشائها سنة 2007 بواسطة الشقيقتين الصحفيتين حميد ولونس غماش، حيث أن حميد هو المسؤول عن التحرير وحميد غماش مسؤول عن إدارة الصحيفة³.

TSA هو اختصار لـ "Tout Sur l'Algérie"، وباللغة العربية تترجم إلى "كل شيء عن الجزائر"، وهي مؤسسة صحفية إلكترونية خاصة تكتب مضامينها باللغة الفرنسية تتوجه لتغطية شاملة للأخبار والأحداث المتنوعة في المجالات السياسية، الاقتصادية والرياضية التي تخصّ الجزائر بالدرجة الأولى، يمكن تصفح محتويات ومضامين موقع صحيفة "TSA" عبر موقعهم الإلكتروني عبر شبكة الإنترنت على الرابط التالي www.tsa-algerie.dz . كما يتوفر موقع الصحيفة على حسابات على مختلف

1- موقع ويكيبيديا صحيفة الشعب: <https://ar.wikipedia.org/wiki/>، تاريخ الزيارة: 2023/10/07، الساعة: 18:40.

2- موقع صحيفة الشعب أونلاين: <https://www.echaab.dz/>، تاريخ الزيارة: 2023/10/07، الساعة: 18:55.

3- موقع ويكيبيديا: صحيفة TSA: <https://ar.wikipedia.org/wiki/>، تاريخ الزيارة: 2023/10/07، الساعة: 19:10.

الفصل الأول.....موضوع الدراسة وإجراءاتها المنهجية

مواقع الشبكات الاجتماعية الرقمية كالفيسبوك واليوتيوب، أين تُنشر المقالات وتحديثات الأخبار والأحداث الجارية على المستوى المحلي والإقليمي.

3.10.1. أدوات جمع البيانات:

تُعتبر أدوات البحث من الطرق التي يوظفها الباحث في جمع المعلومات، وتتعين هذه الأدوات بناءً على طبيعة موضوع الدراسة وتساؤلاتها والمنهج المستعمل فيها، وتبنت الدراسة الحالية على أدوات جمع البيانات التالية:

1.3.10.1. الملاحظة:

تتباين أصناف كثيرة من الملاحظة فيما بينها وفقاً لدرجة مساهمة الملاحظ في البيئة التي يرصدها، وفي الأماكن التي تُعمل فيها الملاحظة، وفي كيفية تنظيم الملاحظة، وتختلف الملاحظة العلمية عن الملاحظة البسيطة أو العادية من جانب صلتها بهدف معين، وتخطيطها وكيفية تنفيذها، وخضوعها للضوابط¹.

ففي الملاحظة العلمية يقوم العقل بوظيفة كبيرة وذلك عن طريق ملاحظة الظواهر وأيضاً تفسيرها وإيجاد ما بينها من علاقات، لذا تعدّ الملاحظة من أدوات جمع البيانات التي لها أهمية كبيرة خاصة في البحوث الوصفية والكشفية والتجريبية².

إضافة إلى أن الملاحظة العلمية هي ملاحظة هادفة تتميز بالانتقائية (أي انتقاء الأشياء أو التصرفات والتفاعلات الاجتماعية التي نفضّل جمع المعلومات عنها) وبالتركيز الدقيق على ما نرصده، إضافة إلى ذلك، تحتاج منا الملاحظة العلمية تسجيل ما نلاحظه مباشرة أو في أقرب فرصة لأننا غير متمكنين على تذكر معظم التفاصيل أو كلها بعد انتهاء الحدث بمدة زمنية قصيرة³.

وتم تبني أداة الملاحظة كأداة مساعدة لجمع المعلومات الخاصة بالدراسة، وذلك عن طريق تصفح مختلف الصحف الإلكترونية الجزائرية للكشف عن خصائصها وخدماتها التي توفرها لمستخدميها ومواصفاتها الشكلية التي تحاكي تلك السمات، وذلك بهدف اختيار أنسب الصحف الإلكترونية التي سوف يُجرى عليها التحليل، كما ساهمت أداة الملاحظة في تصميم استمارة تحليل المضمون، وأيضاً رصد وتحصيل المعلومات من موقعي الصحيفتين الإلكترونيتين محل الدراسة، وأخيراً تحليل ومناقشة وتفسير النتائج التي سيصل إليها الباحث.

1- باسم سرحان: طرائق البحث الاجتماعي الكمية، ط1، المركز العربي للأبحاث ودراسة السياسات، بيروت، 2017، ص148.

2- فاطمة عوض صابر، ميرفت علي خفاجة: أسس ومبادئ البحث العلمي، ط1، مكتبة ومطبعة الإشعاع الفني، الإسكندرية، 2002، ص143.

3- باسم سرحان: طرائق البحث الاجتماعي الكمية، المرجع السابق، ص146، 147.

2.3.10.1. المقابلة غير المقننة:

هذا الصنف من المقابلات لا يعتمد على استعمال أسئلة معينة مسبقاً، وبالتأكيد الباحث لديه فهم عام للموضوع ولكن لا يحوز قائمة أسئلة منجزة مسبقاً، وتتسم المقابلة الحرة بالمرونة حيث يمكن تعديل أو إضافة أسئلة في أثناء المقابلة، ويوظف أسلوب المقابلات الحرة غير الموجهة غالباً في البحوث الاستكشافية (Exploratory Research)، حيث تشكل هذه البحوث خطوة أولية للقيام بدراسات معمقة لاحقاً يتم فيها توظيف أداة الاستبيان¹.

إضافة إلى أن الأسئلة في هذا الصنف من المقابلات تكون غير مقننة تخضع للتغيير والتبديل والزيادة والتنقيح خلال مجريات المقابلة؛ لأن أجوبة المفحوص تكون حرة ومناسبة بصفة تلقائية وعفوية².

وقد اعتمد الباحث على أداة المقابلة غير المقننة كوسيلة مساهمة في جمع المعلومات عبر القيام بمحادثات ودرشة عبر الإنترنت بواسطة تطبيق Discord* مع السيدين: "Daniel Shifano"³ و"Michal Malewicz"⁴، المختصين في تصميم مواقع وتطبيقات الويب، وذلك بغرض معرفة وجهات نظرهم واتجاهاتهم حول تصميم وإخراج المواقع الإلكترونية.

3.3.10.1. تحليل لغة المصدر:

نقصد بتحليل لغة المصدر le code source كشف الستار عن البرامج والأكواد المستخدمة في تصميم صفحة الويب، وذلك بهدف الكشف عن المكونات التي يستخدمها المخرج أو المصمم في موقع الصحيفة الإلكترونية والتي لا تظهر للمستخدم إلا من خلالها⁵. وقد اعتمد الباحث على خاصية "Inspect l'élément" في المتصفح لإظهار أكواد العنصر البنائي الذي يرغب الباحث في إظهار الأكواد الخاصة به، بالإضافة إلى مضافات* المتصفح "Extensions" تساعد الباحث في معرفة خصائص الخط المستخدم (نوعه، حجمه...)، وايضاً تم الاستعانة ببرنامج التصميم "Figma" لقراءة لغة المصدر

1- حيدر عبد الكريم محسن الزهبيدي: مناهج البحث التربوي، ط1، مركز دبيونو لتعليم التفكير، عمان، 2017، ص190.

2- جميل حمداوي: البحث التربوي مناهجه وتقنياته، ط1، مطبعة الجسور، وجدة، 2013، ص154.
* عبارة عن تطبيق يقدم خدمة اتصالات صوتية ومرئية ونصية يستعملها أكثر من مئة مليون شخص للتواصل مع بعضهم البعض. رابط التطبيق على شبكة الإنترنت: <https://discord.com>.

3- موقع: <https://www.linkedin.com/in/daniel-schifano/>، تاريخ الزيارة: 2023/03/15، الساعة: 20:15.

4- موقع: <https://michalmalewicz.com/>، تاريخ الزيارة: 2023/03/20، الساعة: 19:30.

5- حلمي محاسب: إخراج الصحف الإلكترونية على شبكة الإنترنت، المرجع السابق، ص42.

الفصل الأول.....موضوع الدراسة وإجراءاتها المنهجية

لكلتا الصحيفتين الإلكترونية عينة الدراسة بهدف التعرف على مساحة الصفحة الرئيسية ونوع الخط المستخدم وحجمه.

كما اعتمد الباحث على تحليل أكواد مواقع صحف الدراسة، للتمكن من معرفة المكونات التي يستعملها المصمم في بناء موقع الصحيفة التي لا تظهر للمتصفح بالعين المجردة، مثل: نوع الخط وحجمه، وأبعاد الصور والصفحة الرئيسية للموقع وغيرها، مع استخدام الباحث لمواقع الكترونية مختصة في تحليل وقياس المواقع الالكترونية للوصول إلى سمات تقنية مخفية تتميز بها مواقع صحف الدراسة مثل سرعة تحميل الصفحة الرئيسية واختبار تجاوب الصفحة الرئيسية مع شاشات الأجهزة الذكية.

4.3.10.1. تحليل المضمون:

إن أداة تحليل المحتوى هي أداة للبحث العلمي والتي يمكن أن يوظفها المختصون في ميادين بحثية متنوعة خصوصا في مجال الإعلام والاتصال، لوصف المحتوى الظاهر والمضمون الصريح للمادة الإعلامية المراد تحليلها من حيث الشكل والمضمون تلبية للمتطلبات البحثية المصاغة في تساؤلات البحث أو فروضه الأساسية وفقا للمقتضيات الموضوعية التي يحددها الباحث، وذلك بغرض استعمال هذه المعلومات بعد ذلك، إما في وصف هذه المضامين الإعلامية التي تحدد الخلفية الفكرية أو الثقافية أو السياسية أو العقائدية التي تنطلق منها الرسالة الإعلامية أو الكشف عن نوايا القائمين بالاتصال عبر الكلمات والجمل والرموز والصور وجميع الأساليب التعبيرية شكلا ومضمونا والتي يعبر بها القائمون بالاتصال عن أفكارهم ومفاهيمهم، وذلك بشرط أن تتسم عملية التحليل بالتنظيم حسب منهجية وضوابط موضوعية، وأن يستفيد الباحث في عملية تحصيل المعلومات وتبويبها وتحليلها على الأسلوب الكمي بشكل أساسي¹.

كما يُعرّف "كابلان" تحليل المحتوى بأنه: "الدلالات الإحصائية لألفاظ الموضوعات السياسية وهو أي أسلوب تبعا لتعريف "جانيس" لتصنيف سمات الأدوات الفكرية في فئات طبقا لبعض القواعد التي يراها المحلل كباحث علمي، ونشير تبعا لتعريف "كارترزيت" إلى الوصف الكمي والموضوعي والمنظم لأي من السلوك الرمزي ويتفق معهم أيضا في وظيفة تحليل المحتوى "برنارد بيرلسون" والذي يُعدّ من أوائل الذين اقتربوا من الجوانب المنهجية لتحليل المحتوى في بداية النصف الثاني من القرن العشرين، ويعتمد على كتابه "تحليل المحتوى في بحوث الاتصال" (1952) العديد من الباحثين في مصر، فهو يُعرّف تحليل المحتوى بأنه أسلوب البحث الذي يهدف إلى الوصف الكمي والموضوعي والمنهجي للمحتوى الظاهر للاتصال"².

1- يوسف تمار: تحليل المحتوى للباحثين والطلبة الجامعيين، طاكسيج كوم للدراسات والنشر والتوزيع، الجزائر، 2007، ص6.

2- محمد عبد الحميد: تحليل المحتوى في بحوث الإعلام، المرجع السابق، ص16، 17.

الفصل الأول.....موضوع الدراسة وإجراءاتها المنهجية

ويرى جانيس Janees بأن تحليل المضمون هو: "الأسلوب الذي يُستخدم في تصنيف المادة الإعلامية وتبويبها، ويعتمد أساساً على تقدير الباحث أو مجموعة الباحثين، ويتم بمقتضاه تقسيم المضمون إلى فئات بالاستناد إلى قواعد واضحة، على افتراض أنّ تقدير القائم بالتحليل هو باحث علمي، ويتم تحديد نتائج تحليل المضمون وفقاً لتكرارات ظهور أو ورود وحدات التحليل في السياق"¹.

ويوجد تعريف شامل ومختصر يصف تحليل المضمون بأنه: "طريقة بحثية موضوعية منتظمة وكمية توضّح محتوى المادة الإعلامية"².

حيث يسعى كل باحث من خلال توظيف تحليل المضمون إلى: "الوصف الموضوعي لمادة الاتصال والوصف هنا يعني تفسير الظاهرة كما تقع، وفي ضوء القوانين التي تمكنا من التنبؤ بها. إنّ على الباحث هنا أن يقتصر على تصنيف المادة التي يحللها إلى فئات مسجلاً لكل فئة خصائصها، مستخرجا السمات العامة التي تتصف بها ومنتها من هذا بتفسير موضوعي دقيق لمضمونها"³.

تعتبر خطوة إعداد وتصميم استمارة التحليل من أهم الخطوات التي يجب الاهتمام والتركيز عليها حيث أنّها تتيح "للباحث إطاراً محدداً لتسجيل المعلومات التي تفي بمتطلبات البحث، حيث يتم تصميمها بما يتفق وأغراض التحليل، وتعبّر كميّاً عن رموز الوثيقة الواحدة، التي تشمل فئات التصنيف، ووحدات التحليل ووحدات القياس، بالإضافة إلى البيانات الأولية عن وثيقة المحتوى"⁴.

يتم استعمال استمارة التحليل خلال عملية الملاحظة وتسجيل بيانات النشر أو الإذاعة، وتُعدّ في نفس الوقت بداية منهجية العدّ والإحصاء للرموز الكمية، ورسم العلاقات الإحصائية بينها.

وتُعدّ استمارة التحليل في حد ذاتها إطاراً متكاملًا للرموز الكمية بكل وثيقة من وثائق التحليل، ولذلك يقوم الباحث بتصميم هيكلها العام، بحيث تحتوي على الأقسام التالية:

-البيانات الأولية عن وثيقة التحليل.

-فئات التحليل.

-وحدات التحليل.

-وحدات القياس، في حالة عدم الاعتماد على التكرار كوسيلة للعد والقياس.

1- طه عبد العاطي نجم: مناهج البحث الإعلامي، ط1، دار كلمة للنشر والتوزيع، الإسكندرية، 2015، ص181.
2- محمد بن عبد العزيز الحيزان: البحوث الإعلامية: أسسها- أساليبها- مجالاتها، مكتبة الملك فهد الوطنية، الرياض، 2004، ص138.
3- رشدي أحمد طعيمة: تحليل المحتوى في العلوم الإنسانية، المرجع السابق، ص95.
4- محمد عبد الحميد: تحليل المحتوى في بحوث الإعلام، المرجع السابق، ص151.

الفصل الأولموضوع الدراسة وإجراءاتها المنهجية

-ملاحظات يسجل فيها الباحث البيانات الكيفية التي لا يسمح تصميم الاستمارة بتسجيلها تسجيلًا كميًا¹.

وقد استعملت الدراسة الحالية استمارة تحليل المضمون كأداة أساسية لتحصيل المعلومات المرتبطة بتحليل الصفحة الرئيسية لموقعي الصحفيتين الإلكترونيتين الجزائريتين "الشعب أونلاين" و" TSA".

وتوظيفًا لما سبق يمكننا الاعتماد على بعض المؤشرات للتقييم العلمي للصحافة الإلكترونية وخصائصها الشكلية والإخراجية، وذلك بغرض قياس مدى توافر هذه المؤشرات في الصحف الإلكترونية الجزائرية، وقد صُممت استمارة تحليل الشكل لهذا الهدف.

وقد شملت استمارة تحليل المضمون على ثلاثة محاور كل محور يحتوي على مجموعة من المؤشرات التي تم قياسها في هذه الدراسة، وتمثلت هذه المحاور فيما يلي:

- المحور الأول: العناصر البنائية الإخراجية
 - المحور الثاني: أساليب عرض وإخراج الصفحة الرئيسية
 - المحور الثالث: أشكال وأنواع وموقع الإعلانات المتاحة في الصفحة الرئيسية
- بعد الاكتمال من تصميم استمارة تحليل الشكل الخاصة بهذه الدراسة، تم عرضها على مجموعة من الأساتذة المحكمين، واعتمادًا على ملاحظاتهم تم تعديلها، أنظر جدول رقم (02)

جدول رقم (02): يظهر قائمة الأساتذة المحكمين

ر/ت	الأستاذ(ة)	الرتبة العلمية	الجامعة الأصلية
1	سعاد سراي	محاضر ب	جامعة محمد خيضر -بسكرة
2	إلياس طلحة	محاضر أ	جامعة الأمير عبد القادر -قسنطينة
3	ياسمين بونعارة	محاضر أ	جامعة الأمير عبد القادر -قسنطينة
4	ليلي فيلاي	محاضر أ	جامعة الأمير عبد القادر -قسنطينة
5	عائشة كعباش	محاضر ب	جامعة الأمير عبد القادر -قسنطينة

1- محمد عبد الحميد: دراسة الجمهور في بحوث الإعلام، ط1، عالم الكتب، القاهرة، 1993، ص176.

• وحدات التحليل:

يسعى تحليل المضمون إلى وصف عناصر هذا المضمون وصفا كليا وذلك بتقسيمه إلى فئات يمكن قياسها بعد تقسيم هذا المضمون إلى وحدات تحليلية حيث "يتم عدّها أو قياسها مباشرة ويعطي وجودها أو غيابها، أو تكرارها دلالات معينة تفيد الباحث في تفسير النتائج الكمية"¹.

واعتمد الباحث على الوحدة الطبيعية للمادة الإعلامية، وفي إطارها استخدم الباحث الصفحة الرئيسية (Home page) لمواقع الصحف الجزائرية اليومية عينة الدراسة على شبكة الإنترنت، كوحدة لتحليل المواقع؛ للكشف عن المكونات البنائية المشكلة لجسم الموقع، ويرجع سبب ذلك لنتاوت "مواقع الويب جوهريا في الحجم من صفحة واحدة إلى 50.000 صفحة لذلك فإن تحليل صفحات الموقع بأكملها يستهلك وقتا وجهدا كبيرين يخرج عن طاقة الباحث"²، هذا من جهة، ومن جهة أخرى، الصفحة الرئيسية تشمل المكونات البنائية الإخراجية، كما تظهر من خلالها الخصائص والسمات الشكلية لمواقع الصحف الإلكترونية. لكن الباحث اضطر لاستعمال بعض الصفحات الداخلية التي لها صلة بالصفحة الرئيسية لإجراء بعض الخطوات التواصلية مثل (من نحن، أعلن معنا، اتصل بنا...)، بالإضافة إلى بعض الروابط المتصلة بالمضامين الإخبارية المنشورة على الصفحة الرئيسية والتي تُعدّ أكثر من ضرورة للتتبع مسار وتفصيل العملية التفاعلية.

• فئات التحليل:

هذه المرحلة البحثية في الدراسة ضرورية جدا لأن العديد من المختصين شددوا على التحضير الجيد والواضح لفئات التحليل، يعني التوصل لنتائج علمية و بحثية سليمة، وقد أكد "بيرلسون" أن قيمة تحليل المضمون تتلخص في قيمة فئاته³. الأمر الذي يعني أن الفئات إذا كانت معينة بشكل واضح، فإن النتائج ستكون واضحة ومحددة⁴.

وتعني فئات التحليل العناصر الرئيسية أو الثانوية التي يتم وضع وحدات التحليل فيها (كلمة أو موضوع أو قيم... الخ) والتي يمكن وضع كل صفة من صفات المحتوى فيها وتُصنّف على أساسها⁵.

1- محمد عبد الحميد، السيد بهنسي: تأثيرات الصورة الصحفية النظرية والتطبيق، ط1، عالم الكتب، القاهرة، 2004، ص92.
2- سعيد محمد الغريب النجار: "التفاعلية في الصحف العربية على الإنترنت"، أبحاث المؤتمر الدولي: الإعلام الجديد: تكنولوجيا جديدة. لعالم جديد، جامعة البحرين، 7-9 أبريل 2009، ص569.
3- عبد الرحمان عواطف، ناديا سالم، ليلي عبد العزيز: تحليل المضمون في الدراسات الإعلامية، دار العربي للطباعة والنشر والتوزيع، القاهرة، 1982، ص96.
4- السيد أحمد مصطفى: البحث العلمي مفهومه وإجراءاته ومناهجه، بنغازي، جامعة قار يونس، 1994، ص238.
5- رشدي طعيمة: تحليل المحتوى في العلوم الإنسانية، المرجع السابق، ص62.

الفصل الأول.....موضوع الدراسة وإجراءاتها المنهجية

ويمكن تقسيم فئات تحليل المحتوى إلى صنفين: فئات المضمون (ماذا قيل؟) وفئات الشكل (كيف قيل؟). وسيعتمد الباحث على فئات تحليل الشكل (كيف قيل؟) بسبب طبيعة الدراسة التي تهتم بالإخراج والتصميم الخاص بمواقع الصحف الإلكترونية الجزائرية اليومية عبر شبكة الإنترنت التي تركز على أهم السمات الشكلية والإخراجية للعناصر البنائية لهذه المواقع. وتضم التعريفات الإجرائية لفئات تحليل الشكل الفئات: الشكل العام لمواقع الصحف الإلكترونية المعنية بالدراسة، والمكونات البنائية لها.

وتنضوي تحت المحاور السابقة الذكر **فئات التحليل** التي تم تحديدها بصفة نهائية بعد الزيارات المتكررة لموقعي الصحيفتين الإلكترونيتين عينة الدراسة، فكانت هذه الفئات كالتالي:

المحور الأول: العناصر البنائية الإخراجية:

أولاً: المكونات البنائية الأساسية:

يُقصد بهذه الفئة المكونات البنائية الأساسية المشكلة للصفحة الرئيسية وتتفرع إلى الفئات التالية: (المكونات البنائية الأساسية التقليدية، والمكونات البنائية الأساسية الإلكترونية).

أ/المكونات البنائية التقليدية: وهي العناصر البنائية الأساسية التقليدية المكونة للصفحة الرئيسية والتي تشترك مع غيرها من الصحف الورقية وتنقسم بدورها إلى:

أ/1- الخط المستخدم: يُعنى بهذه الفئة تصميم كتابة الحروف في مختلف اللغات والتي تتوافق مع نوعية الشاشة وأصناف المتصفحات الخاصة بالمواقع والصحف الإلكترونية، وقد قسمت إلى الفئات الفرعية الآتية:

(نوع خط العنوان، حجم خط العنوان، نوع خط المتن، حجم خط المتن، عدد الخطوط المستخدمة).

أ/2- أشكال العناوين: يُعنى بهذه الفئة تصنيف العناوين بناء على ثباتها أو تغيرها. وقد تم تقسيم فئة أشكال العناوين إلى: (عناوين ثابتة، عناوين متغيرة).

• **عناوين ثابتة:** يُعنى بالعناوين الثابتة تلك العناوين التي تتسم بالثبات فهي لا تتغير من عدد لآخر ومن تحديث لآخر وتستعمل في عرض الأبواب الثابتة في الصحف الإلكترونية.

• **عناوين متغيرة:** يُقصد بها تلك العناوين التي تتسم بعدم الثبات فهي تتغير من إصدار إلى آخر وتحدث بصورة دائمة وفق الموضوعات التي تنشر في الصحف. وقد قسمت هذه الفئة إلى الفئات الفرعية التالية: (العناوين الرئيسية، العناوين المجمعة، العناوين الفرعية).

الفصل الأولموضوع الدراسة وإجراءاتها المنهجية

أ/3- الصور المستخدمة: يُقصد بها تلك الصور التي تصاحب الموضوع الصحفي أو التي تكون هي الموضوع نفسه. وقد تم تقسيم الفئات الفرعية لهذه الفئة كالتالي: (صيغ الصور، أنواع الصور، أحجام الصور).

• **صيغ الصور:** تتمثل هذه الصيغ في: (صور النسق GIF، صور النسق JPEG، صور النسق PNG).

• **أنواع الصور:** تتمثل في الصور الشخصية والتي تمثل صور الشخصيات المرتبطة بمحور الموضوع والصور الموضوعية والتي تجسد موضوعا ما لنقل أحداثه، رسوم وصور ساخرة والتي تتفرع بدورها إلى:

(كاريكاتير وهي الصور المبالغة في تصوير الشخصيات والأحداث، صور مركبة ساخرة وهي الصور التي تركيبها بطريقة ساخرة بواسطة برامج معالجة الصور)، وأخيرا أخرى والتي تتمثل في الصور التي لا هي شخصية ولا موضوعية ولا رسوم وصور ساخرة.

• **أحجام الصور:** يقصد بها حجم الصور وتم تقسيمها إلى (صور كبيرة، صور متوسطة، صور صغيرة).

ب/المكونات البنائية الإلكترونية: وهي العناصر البنائية الأساسية الإلكترونية المكونة للصفحة الرئيسية والتي لا تشترك مع غيرها من الصحف الورقية، وتتفرع بدورها إلى:

ب/1- شريط صور متحرك: يُقصد به ذلك الشريط لعدد من الصور التي تعالج مختلف الأخبار والأحداث والوقائع حيث يتحرك هذا الشريط بشكل رأسي أو أفقي ذاتيا أو من خلال تدخل المتصفح باختيار الصورة التي تشده بالضغط عليها لتحواله لمتابعة الموضوع المرتبط بتلك الصورة أو الفيديو، كما قد تكون هذه الصورة أو الفيديو هي الموضوع في حد ذاته. ويمكن تقسيم هذه الفئة إلى: (شريط لعدة أحداث، شريط لحادث واحد).

ب/2- الوسائط المتعددة: هي مفهوم يدلّ على توظيف خليط متنوع من المكونات والعناصر مثل: النص، الصوت، الصور، الفيديو والرسوم المتحركة في القصص الإخبارية والتغطية الإخبارية للأحداث الجارية أثناء نشرها على مواقع الصحف الإلكترونية وتقديمها للمستخدمين. اندماج هذه الوسائط المتنوعة يوفر تجارب ثرية ومتعددة الأبعاد لمتصفح موقع الصحيفة، فعلى سبيل المثال: يمكن استعمالها في موقع الصحيفة الإلكترونية لتقديم مضمون متنوع مثل فيديو القصة الخبرية مرفوق بنص وصور توضيحية. ويمكن تقسيم هذه الفئة إلى: (النصوص، مقاطع الفيديو، المقاطع الصوتية والرسوم المتحركة).

ب/1/2- مقاطع الفيديو: يُقصد بها المقاطع السمعية/البصرية والتي تجسد الأحداث لاحتوائها على النص والصوت والصورة في نفس الوقت، وقد تكون هذه المقاطع كإضافة للمواد التحريرية، كما قد تكون هي نفسها القصة الصحفية.

الفصل الأول.....موضوع الدراسة وإجراءاتها المنهجية

ب/2/2-المقاطع الصوتية: يُقصد بها تلك المقاطع الصوتية التي قد ترافق القصص الصحفية أو الملفات التي تحوي حوارات لبعض المسؤولين أو المختصين أو المشاهير وغيرهم، أو مؤثرات صوتية أو مقاطع موسيقية والتي قد تربطها الصحف الإلكترونية بأحداث القصة الخبرية كدعامة.

ب/2/3-الرسوم المتحركة: يُقصد بهذه الفئة تلك الرسوم التي تعرض بشكل متتابع وبسرعة فائقة، تحاكي الحركة من خلال استعراض سلسلة من الصور المختلفة، لتوهم العين أنها تتحرك.

ب/3-الروابط الفائقة (Hyperlinks): هي مكونات أساسية في شبكة الويب تتيح لمتصفح مواقع الصحف الإلكترونية إمكانية الانتقال بين صفحات الموقع من خلال الضغط على نص أو صورة أو زر معين، بالإضافة إلى أن هذه الروابط تستعمل عند بناء صفحات الويب والمستندات الرقمية لربط مضمون معين بمصادر أخرى على شبكة الويب أو داخل المستند نفسه. وقد تم تقسيم هذه الفئة إلى: رابط فائق خارجي، رابط فائق محلي، رابط فائق داخلي).

ب/4-أشكال الروابط الفائقة: يُقصد بها الأشكال التي تأخذها الروابط الملاحية المستعملة في الصفحة الرئيسية والتي تنشط بمجرد الضغط عليها لتنتقل المستخدم ضمن الصفحة الرئيسية أو الصفحات الداخلية. وقد قسمت إلى الفئات التالية: (أيقونات، الصور كروابط، العناوين كروابط، كلمات مفتاحية خاصة بقوائم التجوال، زر Button).

ثانياً: المكونات البنائية المساعدة:

يُقصد بها كل العناصر التي تسهم في بناء الصفحة الرئيسية إذ تتيح تحديد أجزائها لوضع مختلف محتويات الصفحة بشكل منظم ومتناسق تساعد المستخدم للوصول إلى المضمون الإعلامي دون جهد ولا تشويش. وقد تم تقسيم هذه الفئة إلى: (الألوان، عناصر الفصل).

أ/الألوان: يُقصد بها تلك الألوان المستخدمة في الصفحة الرئيسية للصحف الإلكترونية التي تعبر عن هوية هذه الصحف، وتضفي لمسة جمالية ووظيفية كما تلفت انتباه المستخدم. وقد تم تقسيم هذه الفئة إلى الفئات الفرعية التالية: (الألوان في الخلفيات، الألوان في العناوين، الألوان في النصوص).

ب/عناصر الفصل: يُقصد بهذه الفئة تلك الحدود التي تسهم في إبراز المضمون الإعلامي وتنظيمه وتنسيقه، إذ أنها تقوم بفصل تلك المواد عن بعضها البعض بهدف إراحة عين المستخدم وتوجيهه التوجيه الصحيح. وقد تم تقسيم هذه الفئة إلى الفئات الفرعية التالية: (البياض، الخطوط، الإطارات، الصور كفواصل).

الفصل الأول.....موضوع الدراسة وإجراءاتها المنهجية

ب/1-البياض: يُعنى بهذه الفئة تلك المساحة غير المستخدمة أو غير المغطاة بالنصوص أو عناصر الوسائط المتعددة أو أي عنصر من المكونات البنائية الإخراجية المختلفة.

ب/2-الخطوط: يُعنى بهذه الفئة الخطوط التي تنظم الصفحة الرئيسية للصحيفة الإلكترونية وتعين المصمم في تقسيم الصفحة وتنظيمها وتنسيقها بغرض تسهيل الاستخدام، كما تساعد في التركيز على عنصر محدد لإبرازه للمستخدم ولفت انتباهه.

ب/3-الإطارات: يُعنى بهذه الفئة ذلك الجزء من نافذة المتصفح الذي يعرض فيه المحتوى الإعلامي للصحيفة الإلكترونية بصفة مستقلة عن الصفحة الموجود فيها، وتتميز هذه الإطارات بمساعدتها على ترتيب مضمون الموقع.

ب/4-الصور كفواصل: يعنى بهذه الفئة تلك الصور التي تستعمل لفصل المواد عن بعضها البعض بغية تنظيم الصفحة وإراحة عين المستخدم.

ثالثا: العناصر البنائية الثابتة:

يُعنى بهذه الفئة العناصر المكونة للصفحة الرئيسية للصحيفة الإلكترونية والتي تتسم عادة بالثبات وعدم التغير على المدى البعيد. وقد تم تقسيم هذه الفئة إلى الفئات الفرعية التالية: (مكونات هوية الصحيفة الإلكترونية، مساحة الصفحة الرئيسية، أجزاء الصفحة الرئيسية، أيقونات رأس وذيل الصفحة الرئيسية، قوائم التحوال).

أ/مكونات هوية الصحيفة الإلكترونية: يُقصد بها العناصر الثابتة التي تبين هوية موقع الصحيفة. وقد تم تقسيم هذه الفئة إلى الفئات الفرعية التالية: (شعار الصحيفة الإلكترونية، ومعلومات عن الصحيفة).

أ/1-شعار الصحيفة الإلكترونية: يُعنى به الشعار الذي تنفرد به الصحيفة الإلكترونية عن غيرها من بقية الصحف الإلكترونية ويعبر عن هويتها. وقد قسمت هذه الفئة إلى: (موقع الشعار: الذي يتواجد عادة في رأس الصفحة جهة اليمين أو في الوسط أو جهة اليسار، نوع الشعار: الذي قد يكون مكتوبا على شكل أقوال مأثورة أو بيت شعري وغيرها، أو مصورا من خلال صورة أو رمز، أو مكتوبا ومصورا في آن واحد، صيغة الشعار: أي أن هذا الشعار قد يكون ثابتا أو متحركا).

أ/2-معلومات عن الصحيفة: يُقصد بها كل المعلومات التي توضح هوية الصحيفة الإلكترونية. وتتمثل هذه المعلومات في: (معلومات عن الناشر، معلومات عن هيئة التحرير، العنوان البريدي، رقم الهاتف والفاكس، تاريخ الإنشاء).

ب/مساحة الصفحة الرئيسية: يُقصد بهذه الفئة حاصل ضرب طول الصفحة الرئيسية وارتفاعها وتقاس بالبيكسل. وقد تم تقسيم هذه الفئة إلى: (عرض الصفحة الرئيسية، ارتفاع الصفحة الرئيسية).

الفصل الأولموضوع الدراسة وإجراءاتها المنهجية

ج/أجزاء الصفحة الرئيسية: يُقصد بهذه الفئة الأجزاء الرئيسية التي تكوّن الصفحة الرئيسية لموقع الصحيفة الإلكترونية وتتمثل هذه الأجزاء في: (الرأس: يحتوي الرأس على الشعار والذي له دور في منح الهوية الشكلية لموقع الصحيفة وأيضاً بعض الخدمات كخدمة البحث، الجسم: يضم موضوعات ومضمون الصفحة، الذيل: يشمل على معلومات تخص جهة الإصدار وبعض المعلومات الأخرى والوصلات التي تسمح للمستخدم الاشتراك في الموقع وهناك بعض المواقع لا تستخدم الذيل). وقد تم تقسيم فئة أجزاء الموقع إلى الفئات الفرعية التالية:

ج/1-رأس وجسم وذيل الصفحة: يُعنى بهذه الفئة احتواء الصفحة الرئيسية للصحيفة الإلكترونية للأجزاء الثلاث والمتمثلة في: (الرأس المتواجد بأعلى الصفحة، الجسم والذي يقع بين الرأس والذيل، الذيل يقع في أسفل الصفحة).

ج/2-رأس وجسم الصفحة: يُقصد بهذه الفئة احتواء الصفحة الرئيسية على رأس يقع أعلى الصفحة الرئيسية وجسم ممتد إلى أسفل الصفحة والغياب التام للذيل.

د/أيقونات رأس وذيل الصفحة: يُعنى بهذه الفئة تلك الأيقونات المتواجدة برأس وذيل الصفحة الرئيسية للصحيفة الإلكترونية وتعتبر الأيقونة رمزا تتشابه مع الشيء الذي تمثله، وتستخدم لتيسير تعرض المستخدم للمحتويات الإعلامية وبعض الخدمات الأخرى. ويمكن تقسيم هذه الفئة إلى: (أيقونة صندوق البحث، أيقونات مواقع التواصل الاجتماعي، أيقونات الخدمات الداعمة، أيقونة الأرشفة الإلكترونية، أيقونة الوصلات الملاحية).

ه/قوائم التجوال في الصفحة الرئيسية: يُقصد بهذه الفئة تلك القوائم المتواجدة بالصفحة الرئيسية والتي تسمح للمستخدم القدرة على الإبحار والتنقل عبر مختلف أبواب وصفحات موقع الصحيفة الإلكترونية وبالتالي التعرض إلى كافة المحتويات المنشورة في موقع الصحيفة. وقد قسمت هذه الفئة إلى الفئات الفرعية التالية: (نوع قوائم التجوال، أساليب عرض قوائم التجوال).

ه/1-نوع قوائم التجوال: يُقصد بهذه الفئة تنوع قوائم التجوال من حيث تصميمها وكيفية استعمالها وآلية التنقل عبرها. وقد قسمت هذه الفئة بدورها إلى الفئات الفرعية التالية: (القوائم المنبثقة، القوائم المنسدلة، قوائم القفز).

- **القوائم المنبثقة:** يُعنى بها القوائم التي تظهر للمستخدم بمجرد وضع مؤشر الفأرة على أحد مكوناتها فيتولد من هذا العنصر مجموعة من القوائم الفرعية، وتعاود القوائم الاختفاء مباشرة بمجرد تحريك مؤشر الفأرة عنها.
- **القوائم المنسدلة:** يعنى بها القوائم التي تنسدل للأسفل بمجرد وضع مؤشر الفأرة على أحد مكوناتها، وقد تكون هذه القوائم منسدلة بصفة أفقية أو رأسية.
- **قوائم القفز:** يقصد بها القوائم الثابتة التي لا تظهر خيارات للمستخدم عند وضع مؤشر الفأرة عليها إلا أنها قد يتغير لونها أو تظهر حركة خفيفة.

الفصل الأول.....موضوع الدراسة وإجراءاتها المنهجية

ه/2-أساليب عرض قوائم التجوال: يُعنى بهذه الفئة النماذج المصممة لعرض هذه القوائم كل وفق موقعه في الصفحة الرئيسية. وقد قسمت هذه الفئة إلى الفئات التالية: (نموذج رأس ويسار الصفحة وأسفل الصفحة، نموذج يمين أو يسار الصفحة، نموذج أعلى وأسفل الصفحة).

- **نموذج رأس ويسار الصفحة وأسفل الصفحة:** يُعنى بهذه الفئة النموذج الذي صمم لتخصيص الجزء العلوي لأبرز وصلات وتتمثل في شعار الصحيفة والخدمات المتوفرة وقوائم الإبحار، أما بخصوص الجزء الأيسر فيخصص للقائمة الرئيسية، بينما الجزء الأسفل فيخصص لإسم الجهة الناشرة والحقوق القانونية للصحيفة وكيفيات الاتصال بها.
- **نموذج يمين أو يسار الصفحة:** يُقصد بهذه الفئة النموذج الذي صمم لتخصيص العمود الأيمن لوضع قوائم التجوال بالنسبة للصحف العربية أو العمود الأيسر بالنسبة للصحف الأجنبية.
- **نموذج أعلى وأسفل الصفحة:** يُقصد به التصميم الذي يتيح للمستخدم التجوال أعلى وأسفل الصفحة مع ترك جسم الصفحة للمضمون الإعلامي.

رابعا: **العناصر البنائية الثابتة التفاعلية:** هي العناصر البنائية التفاعلية، التي تنقسم إلى تفاعلية معلوماتية، وتفاعلية تواصلية، وتضم¹:

1. **العناصر البنائية الثابتة التفاعلية المعلوماتية:** وهي العناصر التي تتيح للمستخدم الحصول على المعلومات التي يرغب بها بيسر، بواسطة مجموعة من الأدوات والعناصر، هي:

أ/ **محركات البحث:** هي التنقيب عن معلومات محددة في موضوعات الصحف الإلكترونية أو بالمواقع على شبكة الإنترنت، وهي نوعان:

أ/1- **بحث داخلي:** يُقصد به البحث في نطاق موقع الصحيفة دون الحاجة للبحث خارج الموقع الخاص بالصحيفة. وينقسم البحث داخل موقع الصحيفة إلى:

- **البحث البسيط:** يستخدم بواسطة كتابة مصطلح البحث بطريقة بسيطة ودون أي عوائق للبحث.
- **البحث المتقدم:** يستخدم لتضييق نطاق البحث ويعتمد على إدراج الكلمات المفتاحية.

أ/2- **بحث خارجي:** يُعنى به البحث خارج نطاق موقع الصحيفة.

ب/ **الأرشيف الإلكتروني:** يعنى به تمكين المستخدم من الاطلاع على كل المحتويات السابقة بيسر من خلال قاعدة البيانات الخاصة بموقع الصحيفة الإلكترونية عبر آلية البحث في

1-حلمي محسب: إخراج الصحف الإلكترونية على شبكة الإنترنت، المرجع السابق، ص55، 56.

الفصل الأولموضوع الدراسة وإجراءاتها المنهجية

أرشيف المواد الإعلامية، كما يمكن الولوج إلى أرشيف هذه المضامين من خلال أبواب الصحيفة التي تشمل كل المواد المنشورة مرتبة من الأحدث إلى الأقدم.

ج/خريطة الموقع: يُعنى بهذه الفئة تلك المعلومات التي تمنح لمستخدم موقع الصحيفة الإلكترونية فكرة تفصيلية عن بنية الموقع ومضامينه وتساعد على الوصول إلى هذه المحتويات بكل سهولة ويسر وذلك بالنقر على مختلف النصوص والرسومات التوضيحية المتواجدة على مستوى الصفحة الرئيسية.

د/الخدمات الداعمة (الإضافية): هي الخدمات والفوائد الإضافية التي بإمكان مستخدم موقع الصحيفة الإلكترونية الاستفادة منها بما يتجاوز المحتوى الرئيسي المجاني المعروف، وأشهر هذه الخدمات الإضافية ما يلي: مواقيت الصلاة، حالة الطقس، أسعار العملات المحتوى الحصري، التصفح دون وجود إعلانات...إلخ.

2. العناصر البنائية الثابتة التفاعلية التواصلية: هي العناصر التي تسمح للمستخدم الاتصال والتواصل مع الموظفين بموقع الصحيفة الإلكترونية، من صحفيين ومحررين وغيرهم، إضافة إلى التواصل مع غيره من المستخدمين، وتتمثل في ما يلي:

أ/البريد الإلكتروني: يُعنى به الخدمة التي تتيح إرسال واستقبال مختلف الرسائل الإلكترونية عبر شبكة الإنترنت، حيث يمكن للمستخدم بواسطة عنوان البريد الإلكتروني الخاص به والعنوان الإلكتروني الخاص بالجهة المرسل لها إرسال واستقبال مختلف الرسائل.

أ/1-البريد الإلكتروني لإدارة الصحيفة: يُقصد به البريد الإلكتروني الذي يسمح للمستخدم التواصل مع موقع الصحيفة لطلب بعض التوضيحات والخدمات أو تقديم ملاحظات أو حتى إضافة المعلومات.

أ/2-البريد الإلكتروني لمحرري الصحيفة: يُقصد به البريد الإلكتروني الذي يتيح للمستخدم الاتصال بمحرري الصحيفة الإلكترونية، وتقديم مختلف الاقتراحات والاستفسارات والانتقادات.

أ/3-البريد الإلكتروني لأقسام الصحيفة: يُعنى به البريد الإلكتروني الذي يمنح للمستخدم القدرة على التواصل مع كافة أقسام الصحيفة الإلكترونية بغرض تقديم ملاحظات أو الحصول على إجابات لاستفسارات المستخدم.

ب/مواقع التواصل الاجتماعي: يُعنى بهذه الفئة ربط الصحيفة الإلكترونية بمواقع التواصل الاجتماعي بغرض تحقيق أكبر نسبة من التفاعلية والمشاركة. وقد قسمت هذه الفئة إلى الفئات الفرعية التالية: (Facebook, Twiter, Youtube, Google+, Instagram, Linkedin..).

الفصل الأول.....موضوع الدراسة وإجراءاتها المنهجية

ج/المنتديات: يُعنى بها تلك الساحة الافتراضية التي تسمح بإجراء حوارات بين مستخدمي الصحيفة الإلكترونية فيما بينهم من جانب، ومع محرري هذه الصحف من جانب آخر، وذلك بغية تبادل الأفكار والآراء ووجهات النظر والمعلومات حول قضية محددة تهم الرأي العام.

د/استطلاعات الرأي: استطلاعات الرأي في مواقع الصحف الإلكترونية هي وسيلة تحقيق توظف لقياس وجمع وجهات نظر المستخدمين عبر شبكة الإنترنت عبر نشر أسئلة واستبيانات على الموقع الإلكتروني للصحيفة، حيث يستطيع زوار موقع الصحيفة الرد على الأسئلة إلكترونياً.

ه/غرف الدردشة: هي عبارة عن مساحات افتراضية على شبكة الإنترنت تتيح للمستخدمين إمكانية التفاعل والمناقشة حول تفاصيل الأخبار والأحداث الجارية على مستوى موقع الصحيفة الإلكترونية، وأيضاً تعد هذه الغرف بيئة تواصل افتراضية يوفر القدرة على التعبير عن وجهات النظر وتبادل الأفكار والآراء بين بعضهم البعض من جهة، وبين الصحفيين والمحررين من جهة أخرى.

المحور الثاني: أساليب إخراج وعرض الصفحة الرئيسية: يُعنى بهذه الفئة كيفية إخراج وعرض الصفحة الرئيسية لموقع الصحيفة الإلكترونية. وقد قسمت هذه الفئة إلى الفئات الفرعية التالية: (أساليب إخراج الصفحة الرئيسية، أساليب عرض الصفحة الرئيسية).

أ/سرعة تحميل الصفحة الرئيسية: تتمثل في مدى سرعة ظهور المضمون الأساسي وصفحة البداية للموقع عندما يتم زيارتها من خلال متصفح الويب، وترتبط بالفترة الزمنية التي يستغرقها تحميل وعرض الموقع بشكل كامل على شاشة المستخدم منذ لحظة الدخول.

ب/أساليب إخراج الصفحة الرئيسية: يُعنى بهذه الفئة طريقة إخراج الصفحة الرئيسية، حيث يتفاوت استعمال أساليب الإخراج من صحيفة إلى أخرى. وقد تم تقسيم هذه الفئة إلى الفئات الفرعية التالية: (أسلوب البوابة، أسلوب الوحدات الإلكترونية، أسلوب الوحدة الإلكترونية، الأسلوب المختلط).

ب/1-أسلوب البوابة الإلكترونية: يُقصد به الأسلوب الذي يركز على وضع مجموعة كبيرة من الروابط التشعبية، كما يعتمد على وضع أكبر عدد ممكن من العناوين مع غياب المقدمات المتن.

ب/2-أسلوب الوحدات الإلكترونية: يُعنى به الأسلوب الذي يعتمد على تقديم مقدمة صغيرة أو موجز عن الموضوع قبل الدخول إلى تفاصيله بواسطة الروابط المتواجدة في النهاية. ويستخدم هذا الأسلوب أيضاً الألوان الهادئة والصور المتوسطة والصغيرة لتجنب بطئ تحميل الصفحة الرئيسية.

الفصل الأول.....موضوع الدراسة وإجراءاتها المنهجية

ب/3-أسلوب الوحدة الإلكترونية: يُعنى به الأسلوب الذي يقدم المعلومات بشكل سهل ويسير. ويعتمد هذا الأسلوب على وحدة إلكترونية واحدة، حيث يتم التركيز على إحدى الصور المتحركة أو لقطات الفلاش ذات الحجم الكبير بهدف توجيه المستخدم إلى الموضوعات بشكل مباشر، كما تركز على الألوان القوية.

ب/4-الأسلوب المختلط: يُعنى به الجمع بين أسلوبين أو أكثر في إخراج الصفحة الرئيسية.

ج/أساليب عرض الصفحة الرئيسية: يُعنى بها الكيفية التي يتم فيها عرض الموضوعات على الصفحة الرئيسية. وقد قسمت هذه الفئة إلى الفئات الفرعية التالية: (الأسلوب الأفقي، الأسلوب الرأسي، الأسلوب المختلط).

ج/1-الأسلوب الأفقي: يُعنى به عرض موضوعات الصفحة الرئيسية بشكل أفقي، هذا الأسلوب مريح لعين المستخدم، لكن من مساوئه عدم إتاحة عرض الكثير من الموضوعات.

ج/2-الأسلوب الرأسي: يعنى به عرض موضوعات الصفحة الرئيسية بشكل رأسي، حيث يسمح هذا الأسلوب بعرض أكبر للموضوعات.

ج/3-الأسلوب المختلط: يُعنى به الأسلوب الذي يجمع بين الأسلوب الأفقي والأسلوب الرأسي في عرض المواضيع.

د/التصميم المتجاوب للصفحة الرئيسية مع شاشات الأجهزة الذكية: هو عبارة عن أسلوب تصميم وتطوير الصفحة الرئيسية للموقع يوفر تجربة مستخدم يسيرة وسهلة على مختلف الأجهزة والشاشات المختلفة (الكمبيوتر المكتبي، اللوحى والهواتف الذكية)، مما يعني أن التصميم يتكيف بشكل تلقائي مع حجم الشاشة ونوع الجهاز المستخدم لتصفح موقع الصحيفة، مما يضمن سهولة مقروئية المضمون والوصول إليه بصرف النظر عن حجم الجهاز.

المحور الثالث: أشكال وأنواع الإعلانات في الصفحة الرئيسية:

يُعنى بها الإعلانات التي يتم نشرها على الصفحة الرئيسية لموقع الصحيفة الإلكترونية، بغرض الإعلان والتسويق لمنتج محدد، ومحاولة إقناع المستهلك شراءه، أو الترويج لخدمة عمومية ما أو لأفكار المرشحين السياسيين. وقد تم تقسيم هذه الفئة إلى مايلي: (عدد الإعلانات، شكل الإعلانات، أنواع الإعلانات).

أ/عدد الإعلانات ومساحتها: يُعنى به عدد المساحات المخصصة لعرض الإعلانات في الصفحة الرئيسية لموقع الصحيفة الإلكترونية.

ب/شكل الإعلانات: يُعنى به تصنيف الإعلانات المستخدمة من حيث الحركة والثبات. وقد قسمت هذه الفئة إلى الفئات الفرعية التالية:

الفصل الأولموضوع الدراسة وإجراءاتها المنهجية

ب/1-إعلانات ثابتة: يُقصد بها الإعلانات غير المتحركة وتتميز بالثبات الدائم.

ب/2-إعلانات متحركة: يعنى بها الإعلانات التي تركز على الحركة لجذب انتباه المستخدم وتضيف حيوية للموقع.

ج/نوع الإعلانات: يُعنى بها الهدف الذي يسعى إليه الإعلان من حيث تقديم مختلف السلع أو الأفكار أو الخدمات العمومية والتسويق لها. وقد قسمت هذه الفئة إلى الفئات الفرعية التالية: (إعلانات تجارية، إعلانات خدمية، إعلانات سياسية).

ج/1-إعلانات تجارية: يُعنى بها الإعلانات الهادفة للترويج والإشهار لمنتج ما بهدف الرفع من نسبة المبيعات والأرباح.

ج/2-إعلانات خدمية: يُعنى بها إعلانات الخدمة العمومية، وهذا الصنف من الإعلانات لا يسعى لتحقيق الأرباح، وإنما يهدف لتحقيق تقديم خدمات للجمهور كحملات التوعية وغيرها.

ج/3-إعلانات سياسية: يُعنى بها الإعلانات التي تعمل على تسويق أفكار المرشحين السياسيين عبر الصحف الإلكترونية، والاتصال بجمهور الناخبين.

د/موقع الإعلانات: وقد تم تقسيم هذه الفئة إلى: (أعلى الصفحة، وسط الصفحة، هامش الصفحة، أسفل الصفحة)

11.1. أسلوب العد والقياس:

يُعرّف على أنه: "نظام التسجيل الكمي لوحدات المحتوى وفئاته ومتغيراته الخارجية بطريقة منتظمة تعيد بناء المحتوى في شكل أرقام وأعداد، يمكن من خلال المعالجة الإحصائية لها الوصول إلى النتائج الكمية التي تسهم في التفسير والاستدلال وتحقيق أهداف الدراسة"¹.

قام الباحث بانتقاء بعض الأساليب الخاصة بعدّ الوحدات وقياسها بناء على أهداف الدراسة وتساؤلاتها، حيث اعتمد على أيسر طريقة تتمثل في ما إذا كانت الفئات موجودة أو غير موجودة. كما وظف أسلوب عد التكرارات لكل فئة من فئات المكونات البنائية وأساليبها واتجاهاتها الإخراجية إضافة إلى الإعلانات المنشورة على مواقع صحف الدراسة.

1-محمد عبد الحميد: تحليل المحتوى في بحوث الإعلام، المرجع السابق، ص180.

وفي ما يخصّ قياس مساحة الصفحة الرئيسية للصحيفة الإلكترونية، فقد وظف الباحث في هذه الدراسة وحدة البيكسل Pixel، وأيضاً وحدة البنت Point لقياس حجم الخطوط المستخدمة في الصحيفتين الإلكترونيتين محل الدراسة.

12.1. اختبار الصدق والثبات:

1.12.1. صدق الأداة:

إن القياس عملية معقدة نسبياً تعترضها عدة أخطاء منهجية يرجع بعضها إلى الأداة المستعملة في القياس، وبعضها الآخر إلى طبيعة المتغير الذي تقيسه، وبعضها الثالث إلى تحيزات الباحث الشخصية. واعتماداً على ذلك، إن الأمر الجوهرى في أي أداة قياس أن تكون صادقة وثابتة كي نتأكد من أن نتائجها تتسم بالصحة والموثوقية. ويكون القياس صادقاً عندما تتمكن الأداة من قياس ما يفترض أن تقيسه، أي أن تعكس مضمون المفهوم الذي تقيسه، مثلاً: إن مقياس الذكاء أداة أفضل لقياس معدل الذكاء من عدد الكتب التي نقرأها¹.

حيث أن المقصود بصدق الأداة يجب أن يتميز بما يلي²:

- مقياس للدقة والصواب والملائمة.
- يعكس جودة المؤشرات والأدوات.
- يقصد به القدرة على توليد نتائج متوافقة مع القيم النظرية والمفاهيم.
- يجيب عن السؤال: هل تقيس الأدوات/المؤشرات ما يفترض بها أن تقيسه؟

تم استخدام أسلوب الصدق الظاهري والذي يعبر "عن اتفاق المحكمين أو المبحوثين على أن المقياس أو الأداة صالحة فعلاً لتحقيق الهدف الذي أعدت من أجله، ويطلق عليه الصدق الظاهري نظراً لأنه يقوم على رؤية المحكمين أو المبحوثين للصلاحية بشكل عام...وفي هذه الحالة فإنه يمكن تقدير صدق المقياس أو الأداة بتقدير حدود الاتفاق بين هؤلاء المحكمين، فإذا ما اتفق المحكمون كان المقياس صادقاً بنسبة هذا الاتفاق، مع مراعاة إعادة النظر في الملاحظات التي يبديها المحكمون حول بعض التعديلات في بناء المقياس أو الأداة ومحتواه"³.

وبعد تصميم استمارة تحليل المضمون للدراسة الحالية عُرضت على مجموعة من الأساتذة المحكمين المتخصصين في ميدان الإعلام والاتصال، وقد تم تعديل هذه الاستمارة بناء على ملاحظاتهم.

1- باسم سرحان: طرائق البحث الاجتماعي الكمية، المرجع السابق، ص 207، 208.
2- سوتيريوس سارانتاكوس: البحث الاجتماعي، تر: شحدة فارغ، ط1، المركز العربي للأبحاث ودراسة السياسات، الطعابن، 2017، ص 190.
3- محمد عبد الحميد: البحث العلمى فى الدراسات الإعلامية، المرجع السابق، ص 430.

2.12.1. ثبات الأداة:

يُعنى به التأكد من درجة الاتساق العالية لها بما يتيح قياس ما تقيسه من ظاهرات ومتغيرات بدرجة عالية من الدقة، والحصول على نتائج متطابقة أو متشابهة إذا تكرر استعمالها أكثر من مرة في تحصيل نفس المعلومات¹.

كما يُعرّف الثبات أيضا على أنه: "إعطاء الاختبار نتائج متقاربة إذا طُبّق أكثر من مرة وفي ظروف مشابهة"².

لذا يُعدّ "ثبات التحليل من أهم ما يحرص عليه الباحثون في دراساتهم حتى لا تتهم تحليلاتهم بالتميز أو القصور أو تغليب الذاتية أو غير ذلك من سلبيات تنقص قيمة البحث. وقد أكد الباحثون أهمية الثبات باعتباره وثيقة القبول العلمية والاجتماعية لتحليل المضمون كأسلوب من أساليب البحث العلمي"³.

وقد وضع هولستي عدة نماذج لحساب معامل الثبات من خلال البحوث والدراسات التي تطرقت لتقدير الثبات في تحليل المحتوى، ففي حالة تعدد المحكمين يمكن حساب معامل الثبات بتحديد نسبة اتفاق كل واحد من المحكمين مع المحكم الآخر كمرحلة أولى ثم يتم تقدير معامل الثبات العام من خلال المعادلة التالية⁴:

عدد المحكمين × (متوسط الاتفاق بين المحكمين)

معامل الثبات =

1 + (عدد المحكمين - 1) × متوسط الاتفاق بين المحكمين

ولحساب متوسط الاتفاق بين المحكم (أ) والمحكم (ب):

عدد الفئات التي لقيت تأييد من المحكم (أ) - عدد الفئات التي وافق عليها المحكمون بشكل كلي = نتيجة 1

عدد الفئات التي لقيت تأييد من المحكم (ب) - عدد الفئات التي وافق عليها المحكمون بشكل كلي = نتيجة 2

ثم حساب: عدد الفئات التي وافق عليها المحكمون بشكل كلي + (نتيجة 1 + نتيجة 2) = نتيجة 3

1- سمير حسين: دراسات في مناهج البحث العلمي: بحوث الإعلام، ط2، عالم الكتب، القاهرة، 1995، ص309، 310.

2- أسعد عطوان، يوسف مطر: مناهج البحث العلمي، ط1، دار الكتب العلمية، بيروت، 2018، ص109.

3- رشدي احمد طعيمة: تحليل المحتوى في العلوم الإنسانية، المرجع السابق، ص221.

4- محمد عبد الحميد: تحليل المحتوى في بحوث الإعلام، المرجع السابق، ص274.

وبتطبيق القاعدة الثلاثية نجد:

عدد الفئات التي وافق عليها المحكمون بشكل كلي $100 \times$

متوسط الاتفاق بين (أ) و (ب) =

نتيجة 3

وبنفس الكيفية يتم حساب متوسط الاتفاق بين كل المحكمين مثنى مثنى. وفي الأخير تم حساب متوسط الاتفاق الكلي بين المحكمين الثمانية وذلك بجمع المتوسطات التي يتم تقسيمها على عدد المتوسطات، حيث بلغ متوسط الاتفاق بين المحكمين 0.85%.

$$\left\{ \begin{array}{l} \text{متوسط الاتفاق بين المحكمين} = 0.85 \\ \text{عدد المحكمين} = 5 \end{array} \right.$$

بالتعويض في معادلة هولستي نجد:

$$(0.85) \times 5$$

$$0.96 = \frac{\quad}{\quad} = \text{معامل الثبات}$$

$$0.85 \times (1-5) + 1$$

إذن :

$$\boxed{\text{معامل الثبات} = 0.96}$$

ومنه فإن معامل الثبات بلغ 0.96% وفقا لمعادلة هولستي. وبالرغم من عدم وجود إجماع بين المختصين والباحثين "لمستوى معامل الثبات الذي يمكن قبوله، إلا أنه يُنصح بأن يبذل الباحث جهده في أن لا يقل عن 90% حتى يطمئن إلى مستوى الثقة في النتائج، وقد اعتبر كل من كابلان وجولدسون في تحليل المحتوى أن نسبة الاتفاق التي تصل إلى 90% تعتبر مستوى عال من الثبات بينما لا تعتبر 75% نسبة مرضية يمكن الاعتماد عليها"¹. وقد حققت الدراسة معامل الثبات بلغ 0.96% وتعتبر هذه النسبة عالية وتشير على وجود اتفاق عالي بين الأساتذة المحكمين.

1- محمد عبد الحميد: البحث العلمي في الدراسات الإعلامية، المرجع السابق، ص429.

الفصل الثاني :

الصحافة الإلكترونية..مقاربة نظرية

أولاً: ظهور وتطور الصحافة الإلكترونية:

1. علاقة النشر الإلكتروني بميلاد الصحافة الإلكترونية:

لقد حدث تطور كبير وسريع في مجال تكنولوجيا المعلومات والاتصالات، من حيث حجم المعلومات المخزنة، وسرعة معالجتها، واسترجاعها، فبعد الحواسيب العملاقة، جاءت حواسيب الترانزستور، ثم السيلكون، إضافة إلى الأقراص الليزرية المكتنزة بكل أصنافها، ثم جاءت أقمار الاتصال الصناعية والاتصالات بعيدة المدى، والألياف البصرية، وتفاعلت مع تكنولوجيا تخزين واسترجاع المعلومات¹.

وفي هذا السياق، يذكر Jean Miot ثورتين بارزتين ميزتا التاريخ الاتصالي، حيث اتسمت الثورة الأولى منذ ستة قرون باختراع الألماني جوتنبرغ للطباعة مما نتج عنه تطور وانتعاش الصحافة المكتوبة. أما الثورة الثانية والتي مزالت مستمرة فتتعلق بظهور شبكة الإنترنت، حيث مكنت الأشخاص التنقل في كل الأماكن بشكل ملفت، ليحصل على كم هائل من المعلومات في وقت وجيز مما أدى إلى تلاحق كل المعارف الإنسانية كما حدث عند اختراع الطباعة، كما جعلت الإنترنت الإعلام والاتصال يتسمان بالآنية، والنشر على نطاق واسع بتكسير ما يعرف بالحوازج الجغرافية².

ومن هنا يمكن ملاحظة تأثير تطور تكنولوجيا الاتصال على صناعة النشر المطبوع الذي أصبح أيضاً نشراً إلكترونياً من خلال ثلاثة مستويات، يعرض كل منها مفهوماً للنشر الإلكتروني يتراوح فيه التأثير من التطوير، إلى التغيير، إلى الاستحداث³:

- **المستوى الأول:** هو تطوير صناعة النشر المطبوع نفسها، وإدخال الحاسبات الإلكترونية في مراحل نشر الصحيفة أو المجلة، بحيث سمي البعض صحافة السبعينيات من القرن العشرين باسم الصحافة الإلكترونية "Electronic Journalism" وعلى صالة التحرير أو صالة الأخبار حجرة الأخبار الإلكترونية، وهذا يمثل المفهوم الأول للنشر الإلكتروني "Electronic Publishing".
- **المستوى الثاني:** هو اختراع أو استحداث طرق وأنظمة جديدة لإنتاج نصوص المتن والصور وتجهيزها للطباعة ونسخها، من خلال أجهزة صف وتوضيب وإنتاج، تركز أثناء عملها على الحاسبات الإلكترونية والتجهيزات الأخرى المساعدة، بحيث يستطيع شخص بمفرده داخل غرفة مكتب طباعة كل الوثائق،

1- علي سالم عاشور وآخرون: دراسات في الاتصال والإعلام، ط1، ألفا للوثائق، قسنطينة، 2020، ص185.
2- Jean Miot : Bill Gates ne tuera pas Gutenberg, Médias, E-Médias, La documentation française, Paris, 2001, p20.

3- محمد فريد محمود عزت: "الصحافة الإلكترونية التفاعلية: النشأة والتطور والمميزات والسلبيات"، اللجنة الوطنية القطرية للتربية والثقافة والعلوم، (المجلد 40) ، (العدد 175) ، مارس 2011، ص279، 301. متوفر على الرابط <http://search.mandumah.com/Record/127523>

والخطابات والتقارير، والمطبوعات الخاصة بمؤسسة، والعمل على هذه التجهيزات البسيطة والرخيصة نسبيا مقارنة بالمطابع المتكاملة، وهذا يمثل المستوى أو المفهوم الثاني للنشر الإلكتروني، والذي يطلق عليه مهنيا وتجاريا أنظمة النشر المكتبي، وفي بعض الأحيان النشر المنضدي "Desktop Publishing".

- **المستوى الثالث:** هو تطوير أساليب جديدة لإنتاج النصوص المطبوعة وتوضيها ونشرها، ليس من خلال الصفحة المطبوعة المقروءة -كما يحدث خلال المستويين السابقين- ولكن عبر نشرها على شاشات تلفزيونية للمشاهد في منزله، وهذا يمثل المستوى الثالث أو المفهوم الثالث للنشر الإلكتروني، والذي يطلق عليه مهنيا وتجاريا، أنظمة نشر النصوص المتلفزة "Televised Texts Publishing" وقد وظفت الحاسبات الإلكترونية في كل خطوات إنتاج الصحيفة أو مراحل النشر الصحفي بحيث شملت الجمع (صف الحروف) للمادة التحريرية والإعلانية.. والمراجع والتصحيح وإخراج الصفحات والتوضيب.. والتجهيز.. والطباعة، ويتم إنتاج العمل في خطوة واحدة.

حيث من الخطوات الأولى لعالم النشر الإلكتروني كانت هناك أساليب للنشر المكتبي الذي عرف بدخول جهاز الحاسب الإلكتروني إلى عالم المطبوعة المطبوعة، وأخذ يبسط من عملية إنتاجها بدءا بعملية التحرير، مروراً بالطباعة ووصولاً إلى النشر والتوزيع.¹ حيث استطاع الكمبيوتر أن يتحول من مجرد تقنية مساعدة لوسائل الإعلام المختلفة إلى أن يصبح هو في حد ذاته وسيلة جديدة من وسائل الاتصال الجماهيري يعمل كقناة للاتصال عبر استخدام العديد من البرامج المعقدة.²

وعن مراحل استخدام النشر الإلكتروني للجرائد الورقية، تشير أحدث الدراسات أن بدايات استخدام الحاسوب في الصحافة يرجع إلى ستينيات القرن الماضي، إذ تم إصدار أول صحيفة عولج محتواها كاملا بالحاسوب في جامعة كارولينا الشمالية بالولايات المتحدة الأمريكية. تلى ذلك تقديم خدمات حاسوبية صحفية بالطلب الهاتفي عام 1980، لتنتقل الصحف في السنوات اللاحقة من تقديم خدمات قواعد البيانات والخدمات الإخبارية إلى تقديم لوحة النشرات الإلكترونية عام 1985، ويعد نظام النشرة الإلكترونية أول أداة تفاعلية عبر الحاسوب الشخصي، وهي تسمح لجهازين بالاتصال مع بعضهما بالمودم عبر خطوط الهاتف.

1- فضة عباسي بصلي، محمد الفاتح حمدي: مدخل لعلوم الاتصال والإعلام، ط1، دار أسامة للنشر والتوزيع، عمان، 2017، ص130.

2- محمود خليل: الصحافة الرقمية أسس بناء الأنظمة التطبيقية في التحرير الصحفي، ط1، العربي للنشر والتوزيع، القاهرة، 1997، ص17.

الفصل الثاني الصحافة الإلكترونية..مقاربة نظرية

ثم بدأ ظهور الصحف على الإنترنت مع مطلع شهر ماي 1992 حيث صدرت شيكاغو أون لاين كأول صحيفة إلكترونية على شبكة أمريكا أون لاين¹.

ومن الأسباب التي دفعت المؤسسات الصحفية الاستئجاب بأساليب النشر الإلكتروني ما يلي²:

- انخفاض مصاريف التكلفة.
- ربح الوقت
- الرفع من الكفاءة والفعالية في توظيف المعلومات.
- مسايرة أحدث التطورات التقنية والتكنولوجية.
- قارب بين الأفراد فاختصر الزمان والمكان.
- القضاء على مركزية وسائل الإعلام.
- تلاشي الفروق التقليدية بين وسائل النشر المختلفة.
- تعزيز واقع جديد هو الواقع الافتراضي.

بالإضافة إلى خصائص النشر الإلكتروني ومحاسنه العديدة جعل العديد من المؤسسات الصحفية خاصة الأمريكية تقبل على استخدام الحاسوب لتطوير العملية الصحفية، ويرجع هذا إلى الستينيات من القرن 20 لمواجهة عقبات وسلبيات النشر الصحفي التي تتمثل في³:

- ارتفاع أثمان الورق ومصاريف التوزيع.
- زيادة نفقات الإنتاج ورواتب العمال.

كما أن هذا التطور أمكن تحقيقه على أرض الواقع في الماضي القريب بفضل التكنولوجيا الحديثة لوسائل الاتصال، لذا أصبح توظيف التطور العلمي والتكنولوجي في صناعة وإنتاج الصحف ضروريا ليحقق العديد من الإيجابيات من حيث⁴:

- مواجهة التحديات الأنية والقادمة في ميدان الإعلام.
- مواكبة زمن ثورة المعلومات والاتصالات.
- تحسين وتسهيل العملية الإنتاجية للصحف وغيرها من المطبوعات لتحقيق الفائدة المرجوة لصناعة الصحافة والطباعة والنشر.

1- سالت محمد الطيب: "تحدي الوسيط الإعلامي الجديد الصحافة الإلكترونية"، مجلة الحقوق والعلوم الإنسانية، جامعة الجلفة، (العدد7)، فيفري 2011، ص108، 131.

2- علي عبد الفتاح كنعان: الصحافة الإلكترونية، ط1، دار اليازوري العلمية للنشر والتوزيع، عمان، 2014، ص23، 24.

3- علي عبد الفتاح كنعان: الصحافة الإلكترونية، المرجع السابق، ص9.

4- سمير صبحي: "تأثير التكنولوجيا الحديثة على إنتاج الصحيفة اليومية إيجابيا وسلبيا"، مجلة دراسات إعلامية، (العدد43)، 1986، ص4.

الفصل الثاني الصحافة الإلكترونية..مقاربة نظرية

- تحقيق الموازنة الاقتصادية بين تكلفة لإنتاج والعائد المحقق.
- إعادة تخطيط المهام والمسؤوليات في الحقل الصحفي، بما يتلاءم ومتطلبات العصر.
- ضمان مقدرة الصحافة على منافسة التلفزيون.

إضافة إلى هذا تركت التكنولوجيا أثرا إيجابيا على الأجهزة والمعدات في وسائل الإعلام من خلال عدة زوايا أهمها: الرفع من كفاءة محطات الإرسال، تطوير أجهزة التصوير فقل حجمها وخف وزنها مما سهل استخدامها، ضمان سرعة وكفاءة أكبر للمطابع، وأيضا ابتكار وسائل اتصال جديدة أسرع في توصيل الخبر والاطلاع عليه (الإنترنت والبريد الإلكتروني).¹

كما أن أول محاولة لنشر الأخبار إلكترونيا بدأت عام 1971 عندما قام مكتب البريد العام "General Post Office" في المملكة المتحدة ببدء العمل فيما يسمى بخدمة "Prestel"، وببداية إتاحة هذه الخدمة للجمهور عام 1979 قدمت نشرات إخبارية، إجراء المعاملات المصرفية من المنزل، حجز تذاكر الطيران بواسطة شاشات خاصة تشبه شاشات التلفزيون، لكن الكلفة المرتفعة أتاحت الخدمة لـ 65 ألف فرد معظمهم يعملون وكلاء لشركات سياحية لذا فقد تم إيقاف المشروع عام 1993.²

إضافة إلى "Télétext" الفرنسية عام 1978 و "Bildschirmtext" الألمانية عام 1984. ولكن غياب معايير عمل مشتركة حال دون نشأة شبكة معلوماتية أوروبية عن بعد، حيث بقيت شبكات الفيديو تكتس ذات بعد وطني قبل أن تزول تدريجيا أمام هيمنة الإنترنت، مع ملاحظة الصمود النسبي للشبكة الفرنسية. لقد أصبحت هذه الشبكة عملية عام 1981 بعد وضعها تحت إشراف المديرية العامة للاتصالات وحصر مهمتها في تيسير نقل صفحات نصية عن بعد، ولذلك سميت بنظام الفيديو تكتس: فهي تنظم النصوص المتداولة في بنك المعلومات يمكن الاطلاع عليه بفضل موصلات أو أجهزة استقبال وإرسال خاصة تدعى "Minitel" مرتبطة بشبكة الهاتف العمومية تم توزيعها دون مقابل على المشتركين، مما شجع على نموها في الثمانينات. ولكنها لم تقاوم لفترة طويلة أمام المنافسة القوية للإنترنت حيث تراجع استعمالها -الذي بقي محليا- بعد 1995.³

1- علي عبد الفتاح كنعان: الإعلام الدولي والعولمة الجديدة، ط1، دار اليازوري للنشر والتوزيع، عمان، 2014، ص215.

2- شهيناز لعبدلي: الصحافة الإلكترونية بين التحرير والتصميم والتفاعلية، ط1، ألفا للوثائق، قسنطينة، 2020، ص49، 50.

3- فضيل دليو: تاريخ وسائل الإعلام والاتصال، ط4، دار الخلدونية للنشر والتوزيع، الجزائر، 2013، ص155، 156.

حيث قدم نظام "مينتيل" النموذج الأول للصحيفة المطبوعة التي يمكن الولوج إليها بشكل إلكتروني، عندما استخدمت صحيفة "ليبيراسيون" "Libération" هذه التقنية لنشر نتائج منافسات دورة لوس أنجلوس الأولمبية الصيفية عام 1984، حتى قبل أن تظهر الطبعة الأولى من الصحيفة في شوارع باريس¹.

وظهرت "Ceefax" أيضا خلال السبعينات وقامت هيئة الإذاعة البريطانية "BBC" بتطوير هذه الخدمة بعد جهد بحثي لكي تعطي برامجها لفئة الصم، ولعل الانخفاض الذي عرفته أثمان أجهزة الحاسوب والتطور في تكنولوجيا الذاكرة الأساسية للحواسيب وأوجه التقدم الأخرى في تقنيات نقل البيانات، قد تساعد المشروع على الاستمرار وبدا جليا أنه يمكن الاستفادة من تطبيقات عديدة تجاوزت بمراحل الخدمة الأساسية، وفي الوقت ذاته بدأت شركة "Night Rodder" الأمريكية في تجربة نظام آخر باسم "Vewtrom" تم اختباره في ماي 1981 لم يكتب له الاستمرار بسبب ارتفاع تكلفة شاشات النظام الذي تم إيقافه أيضا عام 1986².

وبالمناسبة، سنتطرق إلى مفهومي خدمتي التلكتكست والفيديوتكست اللتان كانتا شائعتان ذلك الوقت ومثلتا أهم وأقوى أدوات النشر الإلكتروني في تلك الفترة³:

- **خدمة الفيديوتكست:** هي أنظمة تنشر النصوص والرسوم في شكل يشبه الكتاب الإلكتروني، تتسم بخصائص عديدة تتمثل في حفظ واسترجاع وكذلك الدخول بين جزيئات المعلومة المتداولة على النظام ويتميز هذا النظام بإمكانية تخزين حجم كبير من المعلومات وإمكانية تحديث المعلومات بسهولة وسرعة كما أنها متاحة لأي فرد يحوز خط هاتف وشاشة استقبال مناسبة.
- **خدمة التيليتكست:** وهي أنظمة البث غير التفاعلية التي تبثها الشركات الإذاعية على بعض قنواتها عند توقف الإرسال العادي، ويتم استقبالها إما عن طريق التلفزيون أو شاشات الكمبيوتر.

1- شريف درويش اللبان: الصحافة الإلكترونية دراسات في التفاعلية وتصميم المواقع، ط1، الدار المصرية اللبنانية، القاهرة، 2005، ص24.

2- شريف درويش اللبان: الصحافة الإلكترونية دراسات في التفاعلية وتصميم المواقع، المرجع نفسه، ص23، 24.

3- عبد الأمير الفيصل: "الصحافة الإلكترونية مقاربة أولية"، مؤتمر صحافة الإنترنت في الوطن العربي الواقع والتحديات، كلية الاتصال، جامعة الشارقة، 22 نوفمبر 2005، ص88.

1.1. النشر على الإنترنت كبلورة لمفهوم ووظائف النشر الإلكتروني:

النشر على الشبكة "Online" يمثل أحد أكثر الوسائل الإعلامية الحديثة التي تم اعتمادها تاريخياً، ومقارنة بثورة الطباعة 1830-1880م، أو بانتشار الراديو في أواخر عشرينات القرن العشرين أو ظهور التلفزيون في أوائل الخمسينات، فإن سكان المعمورة حققوا اتصالاً بالإنترنت في فترة أقصر من استخدام أي وسيلة إعلامية أخرى عبر التاريخ، فقد ظهرت الإنترنت في أواخر ثمانينات القرن العشرين، وفي منتصف التسعينيات وصل عدد المتصلين بها إلى عشرات الملايين وهو العدد الذي يرتفع سنوياً بدرجة كبيرة، سواء في المنازل أو المدارس أو العمل، كما أن الأشخاص والناشرين الصغار يتمتعون بنفس المزايا التي يتمتع بها الناشر الكبير حيث مكنت الجميع نظراً إلى التكاليف المنخفضة للنشر على الإنترنت أن يكونوا ناشرين، بعكس التكلفة المرتفعة التي يفرضها النشر الصحفي أو البث الإذاعي والتلفزيوني التقليدي¹.

لذلك -عموماً- فإن معظم الصحف قد استوعبت الإمكانيات التي يتيحها لها الواب، خاصة فيما يتعلق بقضية التوزيع، حيث أن الأمر لم يكن يتطلب في البداية سوى تشبيك خوادمها بالإنترنت للوصول إلى فئة عريضة من مستعملي الإنترنت. وقد عرفت الفترة الأولى ببطء تدفق المعلومات مقارنة بالسرعة الكبيرة التي يعرفها الفضاء الإلكتروني اليوم، إلى درجة أن توزيع المحتويات الإعلامية على الإنترنت كان منحصراً في النصوص، وهو مادفع إلى استبعاد المضامين الصوتية والفيديوية أو المتعددة الوسائط. مع العلم أن الكثير من الهيئات الصحفية العملاقة، قد استعانت بالتقنيات الرقمية منذ بداية عقد التسعينات، حيث أنها قامت برقمنة الكثير من موادها الاتصالية وفهرستها في قواعد بيانات شبيهة بتلك التي يحتاجها موقع ما على الإنترنت².

وتعود الفكرة الأولى التي حضرت لظهور الإنترنت إلى عام 1945 عندما طرح "فانيفار بوش" آلة أطلق عليها لقب "Memex Bush" لتنظيم المعارف الإنسانية والربط بينها وتمكين المختصين من استرجاع المعلومات بطريقة إلكترونية والوصول إلى المعلومات المرتبطة بها. وفي عام 1948م طورت شركة "AT&T" الأمريكية المتخصصة في مجال الاتصالات جهاز "الترانزستور" الذي أصبح أحد أبرز التقنيات التي

1- Randy Reddick and Elliot King: **Online Journalist, Using the Internet and Other Electric Resources**, Second Edition, Harcourt Brace College publishers, Orlando, 1997, p222.

2- الصادق رابح: "إعلام المواطن بين الخطابات الاحتفائية والرؤى المعارضة"، ورقة بحثية غير منشورة، المؤتمر الدولي الثاني عشر للجمعية العربية الأمريكية لأساتذة الاتصال، دبي، 27-31 أكتوبر 2007.

الفصل الثاني الصحافة الإلكترونية..مقاربة نظرية

تعتمد عليها الإنترنت، والذي أدى إلى الثورة الرقمية وتكنولوجيا الضغط الرقمي. ودون هذا الجهاز لم يكن من الممكن قيام الإنترنت¹.

أما فيما يخص نشأة شبكة الإنترنت فالرائج أن مولدها الرسمي كان ذا صبغة عسكرية، حيث اقترن لقبها الأول "الأربنت" "A.R.P.A.NET: Advanced Research Project Agency Network" (حرفياً: شبكة وكالة المشاريع للأبحاث المتقدمة) بوزارة الدفاع الأمريكية التي كانت تبحث عن استخدامها "الكابلي" في حالة الحرب عبر شبكة من الألياف (الكابلات) لضمان استمرار الاتصال، حتى في حالة تدمير أو تعطل بعض عناصر شبكة الاتصال، ومن ثم نقل المعلومات إلى مراكز حواسيبها التي لم تتأثر بالعمليات العسكرية. وقد تطورت خارج الشبكة العمومية للهاتف لضمان تبادل المعلومات والمصادر الوثائقية في سرية وحتى في حالة توقف الهاتف العادي. بدأ المشروع في سبتمبر 1969 بحاسوبين ثم بأربعة مع نهاية السنة نفسها، لتعمم التجارب بعد ذلك من خلال شبكة متعددة الآلات تربط بين الحواسيب الموجودة بمراكز أبحاث متباعدة بهدف تبادل البريد الإلكتروني والمعلومات².

ولقد استعمل مصطلح الإنترنت أول مرة عام 1983، فالإنترنت "Internet" في اللغة الإنجليزية عبارة مشتقة من "International Network" أي الشبكة العالمية، ويقصد بها لغوياً الترابط بين الشبكات³.

ومع كثرة التسميات التي تسمى بها شبكة الإنترنت، إلا أن الكل يتفق على أنها أهم ثورة في ميدان تطور وسائل الاتصال، وتمثلت الثورات بتطور اللغة ثم الكتابة بالطابعة فوسائل الاتصال الجماهيري، وأخيراً الثورة الخامسة والمتمثلة بالإنترنت. ومن هذه الكليات⁴:

- أم الشبكات: تربط الملايين من أجهزة الكمبيوتر والأشخاص حول العالم، وتعرض معلومات تغطي مختلف المجالات ولذلك لقبتم بأسم الشبكات: لأنها تضم المئات من الشبكات الصغيرة وعددا من الشبكات الواسعة.
- الشبكة العالمية: لكونها تربط الحواسيب في العالم عن طريق تقنيات الاتصال ومنها الأقمار الاصطناعية، وخطوط الهاتف، لتوفير الخدمات لجميع الأشخاص.
- نظام معلوماتي: يتم عبرها حفظ واستعادة ونقل المعارف.

1- حسني محمد نصر: الإنترنت والإعلام (الصحافة الإلكترونية)، ط1، مكتبة الفلاح، الكويت، 2003، ص19، 20.

2- فضيل دليو: تاريخ وسائل الإعلام والاتصال، المرجع السابق، ص156.

3- عبد الرزاق محمد الدليمي: الإعلام الدولي في القرن الحادي والعشرين، ط1، دار المسيرة للنشر والتوزيع والطباعة، عمان، 2011، ص291.

4- عبد الرزاق محمد الدليمي: الإعلام الدولي في القرن الحادي والعشرين، المرجع السابق، ص291، 292.

الفصل الثاني الصحافة الإلكترونية..مقاربة نظرية

- **شبكة معلومات:** مصدر للمعلومات مكمل للوسائل الأخرى ومنها الأفلام، الفيديو، فضلا عن سرعة وانتشار وتبديل المعلومات ويسر استخدامها.
- **وسيلة الإعلام الجديدة:** نظرا لتمكّنها من احتواء وسائل الإعلام (صحافة، إذاعة، تلفزيون) بواسطة نشر الأخبار، وبث برامج الراديو والتلفزيون.
- **نافذة العالم:** نطل عبرها على العالم للاطلاع على آخر تطوراته والمشاركة في أحداثه، أي جعلت العالم مدينة كونية.
- **طريق المعلومات السريع:** تشبه بدرجة كبيرة الطريق السريع من حيث طريقة المرور داخلها وأسلوب التغذية والتفرع، وكما هو الحال في الطريق السريع الذي يتم ربطه بشكل مستمر بشبكات طرق أخرى ويتم زيادة طوله ليصل إلى أماكن جديدة، نفس الشيء بالنسبة لشبكة الإنترنت التي تضم إليها بشكل مستمر شبكات جديدة ومستخدمين وأجهزة كمبيوتر جديدة.
- **الإمبراطورية التي لا تغيب عنها الشمس:** لكونها تغطي الكرة الأرضية من قطبها الشمالي إلى قطبها الجنوبي وترتبط بعشرات الأقمار الاصطناعية الموجودة في فلكها، على قاعدة لا مركزية، لذلك فهي تحتاج إلى مئات البحوث المختلفة في مجال (الأدب، التاريخ،...) لتغطية أبعادها.

أما الإنترنت فهي الكنية الأكثر شيوعا ورواجا في العالم والتسمية المستخدمة في دول الغرب والشرق والوطن العربي: إنها تتضمن الأشخاص والأمم، والمؤسسات، والمدارس والجامعات، وفعاليات الخدمات التجارية، والشركات والجهات الرسمية، والشبكات المجانية.

أما بخصوص تعريفات شبكة الإنترنت فنجد المجلس الفدرالي "Fédéral Networking Council FNC" بالتنسيق مع خبراء ومختصين في شبكة الإنترنت وكذا جمعيات حقوق الملكية الفكرية "Intellectual Property Right IPR" تُعرّف الإنترنت على أنها "نظام شامل للمعلومات ترتبط عناصرها ارتباطا منطقيا بواسطة العنوان الموحد الموجود في مراسيم "Internet Protocol IP" أو عن طريق الإمدادات الموجودة فيها، ويسمح بإجراء الاتصالات بين هذه العناصر عن طريق مراسيم "TCP/IP" أو عن طريق المراسيم الأخرى القابلة للتطبيق في "IP"، وهو بذلك ينتج ويقدم مستوى عالي للخدمات سواء بطريقة فردية أو جماعية عن طريق وسائل الاتصال المتوفرة لدى الشبكة"¹.

1- رحيمة عيساني: مدخل إلى الإعلام والاتصال، المفاهيم الأساسية والوظائف الجديدة في عصر العولمة الإعلامية، 1، مطبوعات الكتاب والحكمة، باتنة، 2007، ص170.

وعموما يمكننا التمييز بين ثلاث مراحل أساسية في تطور هذا النظام الاتصالي الجديد (الإنترنت): مرحلة السبعينات والثمانينات حيث كانت الشبكة في خدمة المجال العسكري والعلمي، ثم مرحلة التسعينات، حيث بدأت عملية إنشاء "شبكة عنكبوتية" كونية امتدت لتغطي المؤسسات التجارية والجمهور، ثم المرحلة الثالثة التي تنطلق منذ ظهور ما يعرف بـ "Web 2.0"¹.

أما فيما يخص عدد مستخدميها فقد بلغ مستعملو شبكة الإنترنت 1.5 مليار مستعمل عبر العالم في مطلع سنة 2011 يرسلون يوميا حوالي 2 مليار رسالة بريد إلكتروني، 90% منهم أي حوالي 940 مليون يتواجدون بشكل غير منقطع في المواقع الاجتماعية، وأن 72% يستقرون في أكثر من موقع اجتماعي، كما أشارت العديد من الدراسات إلى أن 79% من المجمعات العالمية الكبرى متواجدة عبر الإعلام الاجتماعي (Média sociaux)، و65% منها يحوزون حساب أو أكثر على "Twitter"، في حين أن 54% لها حضور على "Facebook"، و50% على مواقع مشاركة الفيديو "Youtube" وثلاث المؤسسات الكبرى تملك مدونة².

2. ظهور وتطور الصحافة الإلكترونية في الدول الغربية:

يقول "شيدين" إن عام 1981 يمثل أول انطلاقة حقيقية لظهور الصحافة الرقمية عبر شبكة الإنترنت، عندما عرضت "كومبيوسيرف" خدماتها الهاتفية على 11 صحيفة مشتركة في "الأسوسيتد برس" وكانت أول صحيفة تنشر خدماتها للجمهور هي "كولومبس ديسباتش"، أما الصحف الأخرى فتشمل أيضا "واشنطن بوست" و "نيويورك تايمز" إلا أن هذه الخدمة توقفت في عام 1982 بعد انقضاء الشراكة، تلى ذلك ظهور الخدمات الصحفية في قوائم الأخبار الإلكترونية "Bulletin Boardsystem" في سنوات 1985 إلى 1988 وقد تواجدت صحف مختلفة في هذا النظام مثل "هاملتون سيكتاتور" من أنتاريو بكندا، وفي عام 1987 ميد لسكس نيوز في ماسوشيتش موقعا مماثلا³.

وفي بداية التسعينات استهلت المؤسسات الصحفية التخلي عن خدمات الفيديو تكس إلى الخدمات الكمبيوترية الشبكية بالطلب الهاتفي عبر أميركا أونلاين وبرودوغي وكمبيوسرف، وفي عام 1990 ظهر في سرن بسويسرا أول النماذج التجريبية للواب التي انطلقت في السنة التالية، وحتى إلى هذا التاريخ 1991 لم تكن هناك أية صحيفة على الإنترنت، ومن أهم المؤسسات الصحفية التي أنشأت موقعا على شبكة أميركا أونلاين هي

1- باديس لونيس: الإنترنت من المنظومة التقنية إلى المنظومة الثقافية، ط1، ألفا للوثائق، قسنطينة، 2021، ص33.

2- صليحة غلاب، ليليا عين سوية: الإشهار الإلكتروني متطلباته، أشكاله، أساليبه، ط1، ألفا للوثائق، قسنطينة، 2020، ص98، 99.

3- علي عبد الرحمان عواض: صحافة الإنترنت في العالم العربي، الواقع والتحديات، كلية الاتصال والدراسات والبحث العلمي، الشارقة، 2006، ص182.

الفصل الثاني الصحافة الإلكترونية..مقاربة نظرية

"شيكاغو أونلاين" في عام 1993 كأول صحيفة صدرت بواسطة شيكاغو تريبيون وفي العام اللاحق 1993 استضافت شبكات كمبيوسرف وأميركا أونلاين عددا جديدا من الصحف، وبحسب "كاواموتو" فإن موقع الصحافة الأول على الإنترنت انطلق في نوفمبر 1993 في كلية الصحافة والاتصال الجماهيري في جامعة "فلوريدا" هو موقع "بالو ألتو أونلاين" "Palo alto online" وألحق به موقع آخر في 19 يناير 1994 هو "ألتو بالتو ويكلي" لتصبح الصحيفة التي تنشر بانتظام على الإنترنت¹.

ويلاحظ الباحث وجود عدم اتفاق بين منظري تاريخ علوم الإعلام والاتصال حول أول صحيفة إلكترونية نشأت على شبكة الإنترنت، وتعددت آرائهم وتقديراتهم حيث يوجد منهم من يعتبر أن أول صحيفة ظهرت على الشبكة العنكبوتية هي صحيفة أمريكية، ومنهم من يقر أن صحيفة "هيلزنبورغ داجيلاد" السويدية هي الصحيفة الأولى في العالم والتي نشرت إلكترونيا بالكامل على شبكة الإنترنت عام 1990م².

ورغم هذا الاختلاف في المعلومات التاريخية بين الباحثين، إلا أننا نستطيع أن نؤكد أن الصحافة الأمريكية كانت من الأوائل والسباقين في التوجه نحو الصحافة الإلكترونية، حيث نجحت الصحافة الأمريكية في تحقيق التواجد الصحفي على الإنترنت في سنة 1992م، حيث بادرت "الشيكاغو تريبيون" "Chicago tribune" بإنشاء موقع لها في مطلع نفس السنة ثم تبعتها يومية "ميركيري نيوز" "Mercury news" في ماي 1993م، والتي أصدرتها يومية "سيليكون فاللي" "Siliconvalley"، ثم تلتها يومية "سان جوز ميركيري نيوز" "Sanjosémercury" ³. كما بدأت في أواسط العام 1994م، جريدة "الواشنطن بوست" الأمريكية تدشين مشروع كلف تنفيذه عشرات ملايين الدولارات قامت خلاله ببث العديد من موضوعاتها من خلال شبكة الإنترنت "Online"، مقابل اشتراك شهري لا يتجاوز عشرة دولارات، وتضم نشرة تحضرها الصحيفة، يعاد صياغتها في كل مرة تتبدل فيها الأحداث، مع مراجع وثائقية وإعلانات مبوبة وإعلانات للخدمة المتبادلة⁴. وخلال الأعوام 1994، 1995 و1996 زاد عدد الصحف اليومية الأمريكية التي أنشأت مواقع إلكترونية من 60 صحيفة نهاية عام 1994 إلى 368 في منتصف عام 1996⁵.

1- علي عبد الرحمان عواض: صحافة الإنترنت في العالم العربي، الواقع والتحديات، المرجع السابق، ص178.
2- النعمي السائح العالم: "الممارسة المهنية للصحفيين في الصحافة الإلكترونية"، ملتقى الصحافة الإلكترونية مستقبل وسائل الإعلام في العصر الرقمي، المنظمة العربية للتنمية الإدارية، القاهرة، نوفمبر 2010، ص73، 92. متوفر على الرابط: <http://search.mandumah.com/Record/122413>
3- عيسى سعيدات وآخرون: دراسات في لغة الإعلام والصحافة، ط1، ألفا للوثائق، قسنطينة، 2019، ص76، 77.
4- علي عبد الفتاح كنعان: الصحافة الإلكترونية العربية، المرجع السابق، ص20.
5- علي محمد شمو: التكنولوجيا الحديثة والاتصال الدولي والإنترنت، الشركة السعودية للأبحاث والنشر، جدة، 1998، ص36، 38.

وفي سنة 1997 وتحديدا في شهر أبريل تم صدور صحيفتي "اللموند" و"البراسيون" على الإنترنت لأول مرة دون أن تتم عملية الطباعة الورقية، حيث أضرب عمال المطابع الصحفية الباريسية في ذلك الوقت مما عرقل عملية طباعة النسخة الورقية، وقد تصرفت إدارة التحرير في كلتا الصحيفتين بشكل طبيعي حيال هذا الوضع الطارئ، حيث مارس الصحفيون عملهم بشكل طبيعي إلا أن مسؤوليتهم زادت بسبب إدراكهم لضرورة تقديم شيء جديد ومختلف لأن قارئ الصحيفة الإلكترونية يختلف عن قارئ الصحيفة المطبوعة¹.

كما أن شيوع تقنية الإنترنت عالميا، أتاح مثل هذه الإمكانيات والأهمية للصحف الإلكترونية، ففي النرويج مثلا، دخل الإنترنت إلى أكثر من 60% من المنازل، وأصبحت قراءة الصحيفة الإلكترونية أسلوبا رائجا ويوميا؛ الأمر الذي أثر بالطبع على الصحف التقليدية وإن كان هذا التأثير لم يقلل من أهمية هذه الصحف إلا بقدر ضئيل من أرقام التوزيع².

كما أن نجاح الصحف الإلكترونية شجع بعضا منها على الخوض في عالم النشر الورقي فيما يسمى بالهجرة المعاكسة مثل مجلة "Wired" التي بدأت إلكترونية محضة ثم أصدرت بعد ذلك طبعة ورقية، حيث يعمل هذا النمط من الصحف الإلكترونية على شكل بوابات شاملة "Portals" تعرض خدماتها من الأخبار على مدار الساعة بالاعتماد على وكالات الأنباء أو شبكة المراسلين، كما أنها تنشر في كل عدد يومي من أعدادها مقالات مختلفة مكتوبة خصيصا للصحيفة أو مشتراة من صحف ومجلات أخرى، ويختلف هذا النوع من الصحف عن المواقع الإخبارية في أنه يحمل ترويسة تتضمن اسم الصحيفة وتاريخ الإصدار، لكنه لا يتضمن اسم رئيس التحرير في أغلب الأحيان، ولا يتضمن مرجعية الصحيفة أو هويتها³.

وجدير بالذكر إلى أن الصحافة الإلكترونية بشكلها الحالي مرت خلال مراحل تطورها بثلاث موجات⁴:

- **الموجة الأولى:** كانت أعتى الصحف التي تنشر على شبكة الإنترنت تحوز مواقع مطابقة للنسخة الورقية، حيث تم الاستعانة بملفات PDF لنشر مضامين الصحيفة المطبوعة، وهي نوعية الملفات نفسها المستعملة في عمل التجهيزات الفنية في

1- علي عبد الفتاح كنعان: الصحافة الإلكترونية في ظل الثورة التكنولوجية، المرجع السابق، ص14.
2- أحمد بدر: الإعلام الدولي دراسات في الاتصال والدعاية الدولية، مطبعة مدبولي للنشر والتوزيع، القاهرة، 2002، ص122.
3- أحمد بدر: الإعلام الدولي دراسات في الاتصال والدعاية الدولية، المرجع السابق، ص123.
4- محمد سلامة: "الصحافة الإلكترونية.. السلطة الخامسة"، مجلة الفن الإذاعي، اتحاد الإذاعة والتلفزيون، (العدد 197)، جانفي 2010، ص82، 83.

الطباعة يتم تحميلها من قبل الجمهور لقراءتها، واتصفت الصحف الرقمية في هذه المرحلة بكون فريق العمل في هذه الأخيرة يضم مجموعة من الفنيين المختصين برفع المحتوى على الموقع، بينما تقوم غرفة أخبار الصحيفة المطبوعة الأم بكل مراحل العمل الصحفي، وتتميز أيضا بكون زمن تحديث النسخة الإلكترونية مرتبط بدورية الصحيفة الورقية.

- **الموجة الثانية:** تم تحديث الصحف الإلكترونية بإضافة خدمات أخرى، حيث يتم إعادة إنتاج المضمون الإلكتروني وفقا للغة الإنترنت المعروفة ب HTML والتي تيسر عملية البحث في النصوص وسهولة التصفح دون التحميل وتوظيف خصائص النص الفائق Hypertext في ربط الموضوعات والمواد الإخبارية ذات الصلة.
- **الموجة الثالثة:** اختصت هذه الموجة بالاستعمال المكثف لتقنيات الإنترنت حيث ظهرت العديد من المواقع الإلكترونية الإخبارية البحتة، وكذا حدوث شراكة بين الصحيفة الإلكترونية والمتلقي من خلال إمكانية التعليق على الأخبار والتقارير المنشورة والمشاركة في منتديات الحوار والنقاش.

وتزامنا مع هذه الموجات التطويرية مع الوقت للصحافة الرقمية، فقد امتزجت عدة عوامل ساعدت على تطورها ونجاحها، ومنها¹:

- **العامل التقني:** حيث ازدهرت تكنولوجيا الحاسوب ببرمجياته المختلفة، وتقدمت قواعد البيانات ومجالات نقل النصوص شبكيا، مما ساعد على انتعاش الصحافة عبر الإنترنت.
- **العامل الاقتصادي:** فالعولمة الاقتصادية أصبحت تتطلب سرعة في حركة رؤوس الأموال والسلع، وهو ما يستوجب سرعة في نقل المعلومات؛ لكون المعلومة في حد ذاتها سلعة تتزايد قيمتها يوميا.
- **العامل السياسي:** والمتمثل في التوظيف المتزايد لوسائل الإعلام من طرف السلطات السياسية؛ بغرض سيطرتها على الأمور في البلاد وحفظ الاستقرار.
- **عائدات الإعلانات:** أرادت الصحف الاشتراك في شبكة الإنترنت؛ بنية الحصول على عائدات هائلة من الإعلانات التي تنشر على الإنترنت.

1- علي عبد الفتاح كنعان: الصحافة الإلكترونية العربية، المرجع السابق، ص 121، 122.

الفصل الثاني الصحافة الإلكترونية..مقاربة نظرية

لقد رسخت الصحافة الإلكترونية وجودها عبر هذا الزمن القصير نسبياً، وأصبح لها معاييرها وتقاليدها الخاصة بها، والأكثر أهمية أنها استطاعت أن تستقطب جمهوراً واسعاً على حساب جمهور الصحافة التقليدية، هذا ما تعكسه العديد من المؤشرات كما أشار إليها جاسم جابر منها¹:

- النمو الهائل في أعداد الصحف والمواقع الإخبارية ذات الصلة على شبكة الإنترنت وكذلك أعداد زوار وجمهور هذا النوع من الصحافة.
- معظم وسائل الإعلام والصحف التقليدية أنشأت لها مواقع على شبكة الإنترنت، وراحت تقدم موادها وخدماتها لمستخدمي الإنترنت وتوفر لهم مساحات واسعة لهذا الأمر.
- نتوجه الصحف التقليدية (المطبوعة) إلى استعارة بعضاً من خصائص وسمات الصحافة الإلكترونية لغرض المسايرة والمنافسة، مثل النزعة نحو زيادة المادة البصرية أو ما يسمى بالصحافة البصرية، وأيضاً أسلوب تصميم وإخراج الصحف التي باتت تشبه منظر صفحاتها الأولى مواقع الإنترنت من حيث الترتيب والمحتوى ونمط العرض، إذ تستعمل بعض الصحف أسلوب التنويه أو إشارات لما تتضمنه الصفحات الداخلية من مواضيع توضع في مربعات على الصفحة الأولى.

كما أنه من مظاهر تطور الصحافة الإلكترونية المستمر، إدراك إدارات الصحف أن النسخة الإلكترونية المشابهة للطبعة المطبوعة لم تعد تتناسب مع رغبات الجمهور، حيث ظهر أن 10% فقط من متصفح موقع الصحيفة على شبكة الإنترنت يهتمون بموضوعات النسخة الورقية، فيما يبحث 90% عن معلومات جديدة، وهكذا بدأت الصحف بإنشاء إدارات تحرير خاصة لمواقعها الإلكترونية تهدف إلى تحرير صحيفة (مختلفة) بنسبة تتجاوز الـ 60% عن النسخة الورقية، مستفيدة في ذلك من الإمكانيات الكبيرة التي توفرها تقنية الإنترنت من حيث حجم المعلومات الممكن عرضها، والمساحة غير المحدودة للموقع الإلكتروني، وهي ميزة وضعت حداً لمشكلة المساحة التي تعتبر واحدة من أهم المشاكل الفنية التي واجهتها الصحافة المطبوعة منذ نشوئها².

1- جاسم محمد الشيخ جابر: "الصحافة الإلكترونية العربية: دراسة تحليلية لعينة من الصحف العربية"، أبحاث المؤتمر الدولي: الإعلام الجديد: تكنولوجيا جديدة. لعالم جديد، جامعة البحرين، 7 - 9 أبريل 2009، ص 394.

2- علي عبد الفتاح كنعان: الصحافة الإلكترونية العربية، المرجع السابق، ص 21، 22.

3. ظهور وتطور الصحافة الإلكترونية في الدول العربية:

مع أواسط التسعينيات بدأت عجلة التطور تدور بسرعة أكبر، ودخلت خدمة الهاتف المحمول عصر الاتصالات، لكن نسبة المشتركين كانت منخفضة بسبب ارتفاع التكلفة، ولم تكن نسبة المشتركين في العالم النامي تزيد على 1.0%، في العالم المتقدم 8%، أما نسبة المشتركين في خدمة الهاتف الثابت فلم تتجاوز 15% في العالم النامي، في حين كان نصف سكان العالم المتقدم يتمتعون بالخدمة، وكان معدل انتشار الحاسوب يسير ببطء شديد، فكانت نسبة الانتشار 19% في العالم المتقدم، و5% في العالم النامي¹.

وبالرغم من الانتشار السريع والمتلاحق الذي شهدته شبكة الإنترنت على مستوى العالم، فإن الدول العربية لم تستفد من هذه التقنية ولم تستخدمها إلا مؤخرا². بالرغم من التطور التكنولوجي المتسارع، وتخليهم عن صافرة نقطة البداية في تعاملهم مع ثورة المعلومات، لكنهم بدأوا يسعون حثيثا -منذ مطلع الألفية الحالية على الأقل- للحاق بهذه الثورة العاتية التي تعصف بالاقتصاد والخدمات نظم العمل والإنتاج، بل العديد من الجوانب السياسية والاجتماعية بعدما ظلت المجتمعات العربية حكومات ومجتمعات لفترات طويلة غير مكترثة كثيرا بتكنولوجيا المعلومات، وبدأت تظهر بوادر عربية مشجعة على الصعيد المعلوماتي، منها³:

- أصبح استخدام اللغة العربية مع بداية الألفية الحالية يمثل 6 في الألف من مواقع الإنترنت بعد أن كان لا يذكر تقريبا.
- بلغ عدد مستخدمي الإنترنت في عام 2002م حوالي 12 مليونا منهم حوالي 2.5 مليون مستخدم مصري.
- انخفضت تكلفة الدخول على الإنترنت عن العقد الأخير من القرن الماضي وعن النصف الأول من العقد الأول للقرن الحالي، وتعد الإمارات ومصر من أقل الدول العربية تكلفة في الدخول على الويب، وترتفع في لبنان والأردن وسوريا.
- ارتفع الإنفاق على المعلوماتية في الدول العربية حتى وصل إلى 20 دولار للفرد.

1- UN, the global information society: **A statistical view, for development partnership on measuring ICT**, Santiago, 2008, p27.

2- ماجد سالم تريبان: الإنترنت والصحافة الإلكترونية رؤية مستقبلية، المرجع السابق، ص47.

3- رضا عبد الواحد أمين: "الإمكانات التقنية في مواقع الصحف الإلكترونية العربية: دراسة تحليلية لعينة من الصحف العربية على الإنترنت"، مؤتمر الإعلام العربي والإنترنت، المنظمة العربية للتنمية الإدارية، شرم الشيخ، مصر، أغسطس 2006، ص1، 46.

وبدأ دخول الإنترنت إلى الوطن العربي بداية من دولة تونس عام 1991، من خلال الاتصالات بشبكة المؤسسة الوطنية، وفي عام 1992 دخلت الكويت ضمن الشبكة الوطنية للعلوم، ثم دخلت الإمارات العربية المتحدة عام 1993، ثم الجزائر ولبنان والمغرب عام 1994، ودخول المملكة العربية السعودية في نهاية 1999، ثم توالى البلاد العربية عام 2000، حيث دخلت سوريا والعراق وليبيا والصومال¹.

وتشير التقديرات إلى أن عدد مستخدمي الإنترنت في الوطن العربي بلغ نحو مليوني شخص مع نهاية 1999 وبلغ 12 مليوناً مع نهاية عام 2004 وهو رقم يبقى ضئيل وهامشي إذا ما قورن بعدد سكان الوطن العربي البالغ أكثر من 300 مليون نسمة أي أن 3% فقط من العرب حصلوا على خدمة الإنترنت بحلول ذلك التاريخ، وفي عام 2005 بلغ عدد مستخدمي الإنترنت في العالم نحو ألف مليون مستخدم نصيب العرب منه 1% فقط وهي نسبة ضئيلة².

وفي عام 2006 نشر أن عدد مستخدمي الإنترنت من العرب لا يزيد عن 19 مليون مستخدم أي نحو 10% فقط من مجمل السكان العرب، وحتى اللغة العربية وفقاً لمؤسسة (TECHNOCRITICA) لم تكن من بين اللغات العشر السائدة في استخدام الإنترنت، أي أنها لا تشكل سوى 1% من الفضاء المعلوماتي³.

وأمام ضغوطات تكنولوجيا الاتصال الحديثة التي أوجدت الإنترنت والفضائيات في مطلع التسعينيات من القرن الماضي، ظهرت صحافة انتقالية وتعددية أقل سلطوية في عدد من الأقطار العربية. وقاد ذلك إلى إلغاء دور الرقيب. وكان من نتائجها ظهور صحافة حزبية وأسبوعية ويومية متنوعة قدمت الرأي الآخر بجرأة أفضل من السابق، مما شكل تجربة جديدة في الوطن العربي. غير أن الحكومات العربية مارست سياسة احتواء الآثار الناجمة عن تطور تكنولوجيا الاتصال، وكان من أبرزها تفعيل الرقابة الذاتية⁴.

هذه التطورات كان لها الأثر الواضح على بداية توجه مؤسسات الصحف التقليدية العربية في ذلك الوقت إلى إنشاء مواقع لها على شبكة الإنترنت لإدراكها بالقوة التقنية والمميزات الكبيرة التي تحوزها الإنترنت في توسيع دائرة قرائها وجذب جمهور جديد، وإيجاد مصادر تمويل جديدة "فركزت دول عربية وخاصة دول الخليج العربي منها على توسيع قاعدة مقروئية الإنترنت من قبل أفراد المجتمع وتوسيع قاعدة مقروئية هذا النوع

1- عبد الأمير الفيصل: الصحافة الإلكترونية في الوطن العربي، ط1، دار الشروق للنشر والتوزيع، عمان، 2006، ص178.

2- فؤاد أحمد الساري: وسائل الإعلام النشأة والتطور، دار أسامة للنشر والتوزيع، عمان، 2011، ص426.

3- فؤاد عبد المنعم البكري: الإعلام الدولي، عالم الكتب، القاهرة، 2011، ص159.

4- عصام سليمان الموسى: المدخل في الاتصال الجماهيري، ط6، إثراء للنشر والتوزيع، عمان، 2012، ص328.

الفصل الثاني الصحافة الإلكترونية..مقاربة نظرية

من الإعلام¹، مثل الشرق الأوسط والحياة والنهار والسفير وغيرها، وهي الصحف العربية التي بادرت إلى الحضور على الإنترنت مبكرا. بل أن الكثير من الصحف العربية سعت من خلال إنشاء مواقع لها على الإنترنت، إلى مخاطبة الجاليات الوطنية أو العربية نظرا لعدم إمكانية الوصول إليها اعتمادا على النسخ الورقية، خاصة إذا علمنا أن الكثير من هذه الصحف قد اعتمدت في البداية على خوادم خارجية للوصول إلى جمهورها سواء الداخلي أو الخارجي².

وهذا ما انتهجته صحيفة الشرق الأوسط التي تعتبر هي أول صحيفة عربية يومية توافرت إلكترونيا للقراء لأول مرة عبر شبكة الإنترنت في 9 سبتمبر 1995م على شكل صور...وكانت صحيفة النهار اللبنانية هي الصحيفة العربية الثانية في هذا الصدد حيث أصدرت طبعة إلكترونية يومية خاصة بالشبكة ابتداء من أول فبراير 1996م ثم تلتها صحيفة الحياة اللبنانية في أول يونيو 1996م وصحيفة السفير في نهاية العام نفسه وصحيفة إيلاف التي صدرت في لندن في 21 ماي 2001م وهي من أوائل الصحف الإلكترونية التي ليس لها أصل ورقي مطبوع³.

وشهد عام 1997م مولد العديد من الصحف العربية الإلكترونية، ففي الأول من يناير 1997م، بدأت صحيفة "الرأية القطرية" في إصدار أول نسخة إلكترونية لها، ثم الجمهورية المصرية في 16 من شهر فبراير، والجزيرة السعودية في 16 أبريل، والقبس الكويتية في 12 جوان، ثم الشعب المصرية في الأول من أكتوبر، أما صحيفة الأهرام المصرية فلم تتح من خلال الإنترنت إلا في 5 من أكتوبر 1998م⁴.

وقد قدرت عدد مواقع الصحف العربية اليومية والأسبوعية على شبكة الإنترنت في مطلع عام 1998 بنحو 42 موقعا بالإضافة إلى 15 موقعا لمحطات الراديو والتلفزيون العربية، وستة مواقع لوكالات الأنباء العالمية⁵.

1- إبراهيم السيد حسنين: الاتجاهات الحديثة في الإعلام الصحفي، ط1، مؤسسة طيبة للنشر والتوزيع، القاهرة، 2015، ص302.

2- الصادق رابح: "الصحافة الإلكترونية وعصر الواب"، المجلة المصرية لبحوث الرأي العام، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، (المجلد9)، (العدد3)، يونيو 2009، ص201، 259. متوفر على الرابط: <http://search.mandumah.com/Record/954442>

3- محمد فريد محمود عزت: "الصحافة الإلكترونية التفاعلية: النشأة والتطور والمميزات والسلبيات"، المرجع السابق، ص279، 301.

4- نجوى عبد السلام فهمي: "تجربة الصحافة الإلكترونية المصرية والعربية الواقع وآفاق المستقبل"، المجلة العلمية لبحوث الإعلام، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، (العدد4)، ديسمبر 1998، ص218.

5- محمد حسني نصر: الإنترنت والإعلام الصحافة الإلكترونية، ط1، مكتبة الفلاح للنشر والتوزيع، العين، 2003، ص147.

الفصل الثاني الصحافة الإلكترونية..مقاربة نظرية

وهكذا فقد ازداد عدد الصحف العربية على شبكة الإنترنت، حيث تم رصد أكثر من 350 صحيفة ومجلة دورية عربية مع حلول عام 2000، وهو عدد قد تضاعف بعدها بكثير¹، حيث من أهم سمات هذا العام أن الصحف الإلكترونية العربية المنشورة عبر الإنترنت فقط بدأ إصدارها في مطلع العام 2000م، بصور صحيفة "الجريدة" في أبو ظبي في الأول من كانون الثاني من ذلك العام، تلتها بعد ذلك جريدة إيلاف اللبنانية التي انطلقت في 21 ماي 2001 من لندن، وتتمتع بعدة مزايا خاصة بالصحف الإلكترونية²، وصدرت بعدها عدة صحف إلكترونية أخرى، من أهمها: اتجاهات (السعودية)، باب وبوابة (الأردن)، إسلام أون لاين (مصر)، لكن عدد هذه الصحف يبقى محدودا وبعضها مجرد مواقع إخبارية أكثر من كونها صحفا بالمعنى الذي استقر للصحف الإلكترونية³.

كما شاعت البوابات العربية الشاملة التي تقدم أنواعا مختلفة من الخدمات، إذ "أن أهم ما يميز البوابات الشاملة أو ما يطلق عليها المواقع الإخبارية الإلكترونية أن خدماتها لا تنحصر في تقديم آخر الأنباء السياسية، على مدار الساعة، بل تقدم أيضا معلومات اقتصادية، ومحركات بحث، ومنتديات نقاش ساخنة، كما تعنى بأخبار الرياضة والفن والأدب، وتقدم شرائط موسيقية، ووصفات لإرسال الرسائل القصيرة، كما أنها تقدم لزوارها ما يحتاجون إليه من معلومات وخدمات من خلال حيز تفاعلي واحد"⁴.

وإجمالاً يمكن تقسيم مراحل تطور الصحافة الإلكترونية العربية إلى ما يأتي⁵:

- **مرحلة النشر من خلال الأقراص المدمجة:** وكانت أولى التجارب في إنتاج نصوص عربية كاملة وقد بدأت الصحف التالية: صحيفة الحياة في 17 أكتوبر عام 1995 كان تاريخ إصدار الأول للصحيفة على قرص مدمج للأشهر الستة الأولى من نفس العام أطلق عليها اسم أرشيف الحياة الإلكترونية، صحيفتي السفير والنهار اللبنانيين، في يوليو عام 1997، صحيفة الأهرام المصرية، فبراير 1998، صحيفة الشرق الأوسط، في 14 مايو 1998.
- **مرحلة إصدار النسخة الإلكترونية:** تأخر ظهور الخدمات الصحفية العربية على شبكة الإنترنت إلى نهاية التسعينيات رغم إدراك الصحف العربية لأهمية الإنترنت وضرورة تواجدها على الشبكة منذ انطلاق خدمات هذه الشبكة على المستوى العالمي عام 1990.

1- أمنة نبيح: "المدونات العربية الإلكترونية المكتوبة بين التعبير الحر والصحافة البديلة"، رسالة الماجستير في علوم الإعلام والاتصال، جامعة الجزائر 2، 2008، ص96.

2- محمد مليك: "النشر الإلكتروني ومستقبل الصحافة المطبوعة"، رسالة ماجستير في علوم الإعلام والاتصال، جامعة الجزائر، 2006، ص84.

3- علي عبد الفتاح كنعان: الصحافة الإلكترونية العربية، المرجع السابق، ص30.

4- ماجد سالم تريان: الإنترنت والصحافة الإلكترونية: رؤية مستقبلية، المرجع السابق، ص113.

5- إبراهيم السيد حسنين: الاتجاهات الحديثة في الإعلام الصحفي، المرجع السابق، ص299، 301.

الفصل الثاني الصحافة الإلكترونية..مقاربة نظرية

- **مرحلة إصدار الصحيفة الإلكترونية:** يمكن الإشارة إلى محاولتين عربيتين لإنتاج صحيفة إلكترونية على الإنترنت بشكل مباشر، وهاتين المحاولتين كما يذكر الدكتور عماد بشير في يناير 2000 حيث انطلقت من أبوظبي صحيفة الجريدة، ثم في عام 2001 صحيفة إيلاف، وأن هاتين الصحيفتين كانتا إلكترونيتين بالكامل دون نسخة ورقية.

ومع ظهور مواقع الصحف العربية على شبكة الإنترنت بدأت شركات البرمجيات العالمية وفي مقدمتها مايكروسوفت بإصدار نظم تشغيل باللغة العربية، ويرجع بعض الباحثين الفضل في ذلك لصحيفة الأهرام، التي أطلق مركزها للإدارة والحاسب الإلكترونية برنامج حضان طروادة لتحرير اللغة العربية على الشبكة، وإتاحة فرصة للمواقع العربية لتنافس المواقع التي تستخدم اللغات اللاتينية، وكذلك تطوير صفحات الويب ما يسمح للمتصفح العربي بمشاهدة المواقع والصفحات العربية في أي مكان وفي أي حاسب شخصي، سواء يستخدم نظام الويندوز معرب أو غير معرب، أو نظام المكنوتوش، أو أي نظام تشغيل آخر يتعامل مع الشبكة¹.

وإذا نظرنا إلى واقع الصحافة الإلكترونية العربية نجد أن الصحف الورقية ذات النسخ الإلكترونية أدركت أنه ليس من المفيد أن تكون هذه النسخ كربونية للأصل الورقي؛ لذا بدأت في تمييزها بتقديم عدد من الخدمات المتميزة وتطويع الإمكانيات التي توفرها شبكة الإنترنت، ومن ذلك²:

- إتاحة المجال للقراء للتفاعل مع المادة المنشورة بكتابة التعليقات، مع حرصها على ألا تخرج عن إطار القيم المجتمعية، إلا أن بعضها توسع في هذا الإطار ليشمل نقد الحكومة أو أداء بعض المسؤولين، لذا يتم تنقيح ما ينشر من تعليقات والتحكم فيما ينشر وما يمنع.
- إتاحة خدمة البحث سواء للمادة المنشورة في أي صفحة من الصفحات أم البحث في أرشيف الصحيفة، وهناك صحف ومجلات بدأت في أرشفة أعدادها القديمة وإتاحتها للقراء مثل ما فعلت مجلة الفيصل التي هيأت للقراء فرصة تحميل أعدادها القديمة من دون مقابل مادي.
- إضافة صور فوتوغرافية، ومقاطع فيديو ومقاطع صوتية لبعض الأخبار.
- إتاحة خدمات الأسهم والخدمات البنكية.

1- أبو السعود إبراهيم: "الإنترنت والمهارات الصحفية، دراسة عن تجربة الأهرام واستراتيجية التوعية والإعلام لتعزيز المحتوى الرقمي العربي"، مجلة الدراسات الإعلامية، (العدد 111)، أبريل 2003، ص 95.

2- حسن حسين حسين: "تصميم الصحف الإلكترونية العربية دراسة تطبيقية على عينة من الصحف الإلكترونية والعاملين في مراحل التصميم"، رسالة دكتوراه، جامعة أم درمان الإسلامية، كلية الإعلام، السودان، 2012، ص 51.

متوفر على الرابط: <http://search.mandumah.com/Record/786321>

وبالرغم من انتشار خدمات الإنترنت (ذي النطاق العريض في المنطقة)، الذي عزز من عملية الاستهلاك الإعلامي عبر الإنترنت، والذي يتفاوت عبر الدول، فمثلا يبلغ في السودان واليمن (3%)، وفي سوريا (21%)، بينما يصل في دولة واحدة وهي قطر إلى 84%¹. وبداية أدوات الإعلام الرقمي بما لا يدع مجالاً للشك تؤثر على الإعلام التقليدي من زاوية الاستهلاك الإعلامي للجمهور العربي، فعلى سبيل المثال تشكل الأخبار أحد أكثر المحتويات التي يتم استهلاكها عبر الإنترنت، حتى وصلت نسبتها إلى 40% من إجمالي قراء الأخبار في العالم العربي في عام 2009².

إلا أن صحافة الإنترنت العربية تواجهها تحديات عديدة تعوق تميزها ومنافستها لمثيلاتها الأجنبية، ومن أبرز هذه المعوقات: عدم وجود صحفيين مؤهلين لإدارة وتحرير هذا النوع من الصحافة، والمنافسة الشرسة من مصادر الأخبار والمعلومات الأجنبية التي أصدرت لها طبعات إلكترونية منافسة باللغة العربية، فضلا عن ضعف عائدات الإعلان وعدم وجود قاعدة مستخدمين جماهيرية واسعة³.

4. ظهور وتطور الصحافة الإلكترونية في الجزائر:

في هذا السياق عرفت الجزائر ظاهرة الإنترنت كغيرها من البلدان النامية في التسعينات، وهذا سنة 1993م، عن طريق مركز البحث في الإعلام العلمي والتقني Cerist بواسطة خط هاتفي متخصص Dialup وتم هذا الارتباط في إطار اتفاقية التعاون مع اليونسكو، حيث أقامت الجزائر الربط الكامل مباشرة من إيطاليا عبر البحر⁴.

ولقد أدخل استغلال شبكة الإنترنت في نظام الخوصصة بعد أن كانت محتكرة من طرف مركز البحث في الإعلام العلمي والتقني Cerist بموجب المرسوم التنفيذي رقم 98-257 المؤرخ في 25 أوت 1998، وقد أورد هذا المرسوم في المادة الأولى: يضبط هذا المرسوم شروط وكيفيات إقامة خدمات الإنترنت واستغلالها⁵. وعدل بمرسوم آخر يحمل رقم 307-2000 بتاريخ 14 أكتوبر 2000 الذي يحدد شروط وكيفيات وضع واستغلال خدمة الإنترنت، ظهر مزودون جدد خواص وعموميون إلى جانب مركز البحث في الإعلام العلمي والتقني مما زاد في عدد مستخدمي شبكة الإنترنت⁶.

1- علي عبد الفتاح كنعان: الصحافة الإلكترونية، المرجع السابق، ص109.

2- علي عبد الفتاح كنعان: الصحافة الإلكترونية، المرجع نفسه، ص109.

3- رضا عبد الواحد أمين: الصحافة الإلكترونية، المرجع السابق، ص116، 117.

4- محمد الفاتح حمدي وآخرون: تكنولوجيا الاتصال والإعلام الحديثة: الاستخدام والتأثير، ط1، كنوز الحكمة للنشر والتوزيع، الجزائر، 2011، ص61.

5- فاطمة الزهراء نسيبة: الجريمة الإلكترونية وأثرها على الفرد والمجتمع: دراسة سوسيولوجية، ط1، ألفا للوثائق، قسنطينة، 2020، ص130.

6- شهباز العيدلي: الصحافة الإلكترونية بين التحرير والتصميم والتفاعلية، المرجع السابق، ص86، 87.

الفصل الثاني الصحافة الإلكترونية..مقاربة نظرية

حيث أصبح إنشاء موقع على شبكة الويب ليس صعبا بعد إلغاء الاحتكار على مركز البحث العلمي والتقني أمام المزودين الخواص للإنترنت منذ سنة 2000، بالإضافة إلى المحاولات الرامية إلى تحسين خدمات الهاتف الثابت وتحريره من أجل خفض تسعيرته فالإجراءات اللازمة من أجل الاستفادة من موقع على شبكة الإنترنت بالنسبة لأي جريدة، تتطلب من الناحية التنظيمية المرور بالمراحل التالية، وهذا استنادا إلى ميثاق التسمية والانتساب تحت اسم الميدان Dz:

- سجل تجاري لكل هئية ذات طابع تجاري.
- وجود مقر مركزي أو مكتب تنسيق بالجزائر.
- يجب دفع مبلغ مالي سنوي يقدر ب 10.000 دج¹.

وبعد تحقيق هذا الامتياز برفع الاحتكار، منحت اللجنة الوزارية الخاصة بالإنترنت سنة 1999 رخص الاستغلال ل6 مزودي خدمات الإنترنت أهمهم: EEPAD, DCINET, GECOS, PROCOM INTERNATIONAL, France DJAZAIRCOM. فقد قامت EEPAD بربط خط متخصص مع Telecom قدرته 64 كيلوبيت/ثا بالإضافة إلى ارتباطات أخرى مع مختلف ولايات الوطن، أما مؤسسة (General Computer System) GECOS والتي كانت مؤسسة لبيع وصيانة تجهيزات الإعلام الآلي ثم انتقلت سنة 1997 إلى إنشاء مواقع الويب وتكفلت في البداية بإنشاء مواقع للصحافة الجزائرية ثم مواقع المؤسسات والقرارات وبعد حصولها على الاعتماد سنة 1999، أصبحت مزودا للإنترنت من خلال ارتباط بقدره 305 ميغابيت/ثا مع المؤسسة الأمريكية Interpacket².

علما أن الإنترنت فائقة السرعة ADSL انطلقت في الجزائر سنة 2003 بمساهمة مؤسسة EEPAD، ونشير إلى أنه في بداية 2007 أطلقت مؤسسة اتصالات الجزائر خدمة جديدة للإنترنت فائقة السرعة تستعمل فيها تكنولوجيا Wimax تحت إسم ATHIR وتعتبر الجزائر أول دولة في إفريقيا تستعمل هذه التكنولوجيا المتطورة³.

أما عن تطور مستخدمي الإنترنت في الجزائر فقد انتقل من 50000 مستخدم سنة 2000 إلى 4700000 مستخدم منتصف سنة 2011، وبهذا تنتقل نسبة النفاذ إلى الإنترنت إلى عدد السكان من 0.2 بالمئة سنة 2000 إلى 12.00 بالمئة سنة 2009⁴.

1- يمينة بلعاليا: "الصحافة الإلكترونية في الجزائر بين تحدي الواقع والتطلع نحو المستقبل"، رسالة ماجستير في علوم الإعلام والاتصال، كلية العلوم السياسية والإعلام، جامعة الجزائر، 2006، ص149.

2- فاطمة تيميزار: "إسهامات الإنترنت في تطوير الصحافة المكتوبة في الجزائر"، رسالة ماجستير في علوم الإعلام والاتصال، كلية العلوم السياسية والإعلام، جامعة الجزائر، 2008، ص85.

3- إيمان عبد الرؤوف سليمان: التوظيف الإعلامي، ط1، دار غيداء للنشر والتوزيع، عمان، 2020، ص274.

4- إيمان عبد الرؤوف سليمان: التوظيف الإعلامي، المرجع نفسه، ص274.

أما في شهر جوان من عام 2021 فإن عدد مستخدمي الإنترنت بلغ 37,836,425 مستخدم بنسبة تقدر بـ83.8 بالمئة حسب عدد السكان، حسب موقع إحصاءات الإنترنت العالمي Internt World Stats¹.

كل هذه التسهيلات ساهمت في استفادة الصحافة الجزائرية من هذه الجهود القارية والوطنية، فخاضت تجربة الصحافة الإلكترونية منذ منتصف التسعينيات، لتتحرر من الضغوط السياسية على مجال الحريات ومن الضغوط الاقتصادية (كلفة الورق والطباعة والتوزيع)، بالإضافة إلى رغبتها في إيجاد منفذ توزيعي جديد (إلكتروني) إلى جانب التوزيع الورقي².

إضافة إلى أن خوض معظم الصحف الجزائرية تجربة النشر الإلكتروني من أجل:

- كسب قراء جدد داخل الجزائر وخارجها خاصة في المناطق التي لا تصل إليها الصحف الورقية بسبب سوء التوزيع.
- الهروب من الضغوطات السياسية والاقتصادية التي تعرقل السير الحسن للصحيفة.
- كسب نوع من الحرية في نشر المقالات وتفاذي الرقابة التي من شأنها منع نشر المقال وتوقيف إصدار الجريدة³.

كل هذه المراحل والتجارب السابقة للصحافة الجزائرية أثمرت عن ظهور أول جريدة إلكترونية تظهر على شبكة الإنترنت تتمثل في "Algeria Interface" وذلك في نوفمبر 1999م، أسسها جزائريون في الخارج بتمويل من "Sida" وكالة التنمية السويدية⁴. أما أول جريدة ورقية تنشأ موقعا لها على الإنترنت فكانت "El watan" في نوفمبر 1997م، ثم "Liberté" في جانفي 1998م⁵.

بعدها توالى الصحف الجزائرية في التوافر على الإنترنت لتصدر لها نسخة إلكترونية على شبكة الإنترنت على غرار جريدتي الوطن وليبرتي، وتمثلت هذه الصحف فيمايلي: اليوم، الخبر، الشعب، El Moudjahid, Le Matin, Le Soir D'Algerie

1- موقع: <https://www.internetworldstats.com/africa.htm#dz>، تاريخ الزيارة: 2022/10/02، الساعة: 13:10.

2- فضيل دليو: تاريخ الصحافة المكتوبة الجزائرية: 1830-2013، دار هومه، الجزائر، 2014، ص203.

3-جمال بوعجمي، بلقاسم بروان: "الصحافة الإلكترونية في الجزائر واقع وأفاق"، مؤتمر صحافة الإنترنت، جامعة الشارقة، 2015، ص25.

4- جلال ملاتي: استقلال الصحافة عن طريق الإنترنت، رسالة اليونسكو، الجزائر، فيفري 2000م، ص29، ص30.

5- محمد شطاح: قضايا الإعلام في زمن العولمة بين التكنولوجيا والإيدولوجيا، دراسات في الوسائل والرسائل، دار الهدى للطباعة والنشر والتوزيع، عين مليلة، 2006، ص127.

الفصل الثاني الصحافة الإلكترونية..مقاربة نظرية

في سنة 1998، وبعدها سارت بقية الصحف الجزائرية على هذه الخطى (النهار، الفجر، أخبار اليوم...) لتصبح تقريبا في يومنا هذا كلها ذات نسخة ورقية وأخرى إلكترونية¹.

وبعد تجربة الصحافة الجزائرية الورقية في مجال الصحافة الإلكترونية، بدأت تجربة الصحافة الإلكترونية الخالصة (التي تصدر فقط على الشبكة وليس لها مقابل ورقي) باحتشام، وهي لم تتمكن من الإقلاع الجماهيري حتى الآن. وكان ذلك في غياب إطار قانوني منظم لها حتى مطلع 2012/02/15 تاريخ نشر قانون الإعلام الجديد في الجريدة الرسمية، والذي خصص الباب الخامس منه لوسائل الإعلام الإلكترونية ليحدد في مواده الست (67-72) مفهومها وبعض حيثيات نشاطها، ومن بين الصحف التي دخلت مجال النشر الإلكتروني المحض مبكرا نذكر منها: Alegria-interface, La grande Kechfa, Auto Algerie, Le Souk, Algeria-watch (1998-1999), El-diwan (14/07/2003) وصحيفة TSA الصادرة باللغة الفرنسية يوم 8 جوان 2007².

كما يتميز انتشار هذا الاتجاه الثاني (الصحيفة الإلكترونية الكاملة) من هذه الصحافة، باتخاذها مظهر صحيفة متكاملة من حيث المضامين والتسمية، ولكن تخضع للنمط الإلكتروني في التبويب وعرض المعلومات وأسلوب التحرير، وهي صحف إلكترونية محضة لا علاقة لها بأية صحيفة ورقية، وقد نشأت في بيئة الإنترنت أو ما يسمى اليوم بالفضاء التفاعلي (Interactive space)، وبهذا حققت نجاحا وانتشارا كبيرا³.

لكن رغم كل هذا تعاني الصحافة الإلكترونية من عدة تحديات وصعوبات خاصة من جانب الرقابة على محتواها، رغما أن البعض يرى أن تحدياتها تقنية بالدرجة الأولى حيث يرى بعض الباحثين أنه فيما يخص تجربة الصحافة الإلكترونية في الجزائر تواجه أساسا صعوبات بيروقراطية وتقنية أدت إلى ضعف: شبكة الهاتف الثابت، نسبة امتلاك الحواسيب المنزلية، بنية الاتصال التحتية، المحتويات المحلية، المواقع والموزعين المحليين. لكنها وبخلاف بعض جيرانها لا تعاني عموما من مشكلة الرقابة على المحتويات الإلكترونية⁴.

إلا أن باحثين آخرين يرون أن الأنظمة المسيرة للإعلام لم تتغير كثيرا بقدر ما تغيرت طرائق إنتاج المحتوى ونشره عبر الصحف الإلكترونية، من ذلك أن الرقابة على المحتوى لا تزال قائمة ولا تتمتع مختلف الصحف الإلكترونية (في الجزائر على سبيل المثال) بسقف عال من الحرية رغم أن شبكة الإنترنت توفر خصائص النشر والإطلاع

1- إبراهيم بعزيز: الصحافة الإلكترونية والتطبيقات الإعلامية الحديثة، ط1، دار الكتاب الحديث، الجزائر، 2012، ص79.

2- فضيل دليو: تاريخ الصحافة المكتوبة الجزائرية 1830-2013، المرجع السابق، ص205، 208.

3- أحمد بدر: الإعلام الدولي دراسات في الاتصال والدعاية الدولية، المرجع السابق، ص122.

4- فضيل دليو: تاريخ وسائل الإعلام والاتصال، المرجع السابق، ص144.

بكل حرية لكل من المنتج والمستخدم، بحيث يمكن مراقبة المحتوى على مواقع التواصل الاجتماعي بطرق مختلفة منها "الكلمات المفتاحية على غرار هاشتاغ واستخدام برمجيات ترصد الاتجاهات والوصول إلى أدمن الصفحات، وفي هذا الصدد يرى السيد بخيت أن مفهوم حراس البوابة تراجع أمام السيل المعلوماتي المتدفق، فيما ظهر حراس بوابة جدد يؤثرون على الناتج النهائي للمادة الصحفية، إذ أنه بإمكان أي مستخدم الاطلاع على ما يريده من محتوى بعيدا عن الرقابة التقليدية وبإمكانه أن يكون هو نفسه حارس بوابة على ما يرغب في التعرض له باختيار نوعية المصادر ومسارات تدفق المعلومات، لكن التكنولوجيا وفرت أدوات سمحت بظهور أدوار متطورة لحارس البوابة وهو ما يتوافق مع الرأي الثاني الذي لا يرى تلاشي حارس البوابة بل قيامهم بنفس المهام في سياقات أكثر صعوبة من حيث تقييم جودة ومصداقية المعلومات والتعامل مع الكم الهائل من المعلومات المتدفقة من مصادر مختلفة¹.

ثانيا: الصحافة الإلكترونية: جمهورها، أنواعها، خدماتها وخصائصها:

1. جمهور الصحافة الإلكترونية:

1.1. مفهوم الجمهور الإلكتروني:

الجمهور اصطلاح يقصد به جماعة من الناس تتميز عن غيرها بصفات خاصة، ويرتبط أفرادها بروابط معينة، وهذه الجماعة تقع في محيط المنشأة أو التنظيم أو المؤسسة الإعلامية، أو قد يكون هذا المحيط مدينة أو إقليما أو العالم بأسره تؤثر فيه وتتأثر به، أي أن هناك تفاعلا متبادلا بين الطرفين ومصالحة مشتركة بين هؤلاء الناس².

ومصطلح الجمهور في المجال الاتصالي استقر للدلالة على أعداد الناس الذين يستقبلون وسيلة أو رسالة اتصالية جماهيرية³.

وبالموازاة مع ارتفاع عدد المواقع على شبكة الإنترنت مع نهاية 1997 في فرنسا، سارعت المؤسسات التي تعنى بقياس جمهور وسائل الإعلام ومن بينها مركز البحوث Médiamétrie (مركز لسبر الآراء تم إنشاؤه في فرنسا عام 1985م)، إلى إنشاء أول خدمة قياس جمهور مواقع الواب، هذه الأخيرة بإمكانها رصد عدد زوار أي موقع مدروس، وعدد الصفحات الأكثر زيارة بالنسبة لأي موقع، وعدد الصفحات التي تحمل الإشهار، وهذه الخدمة توسعت في سنة 1999م وحملت تسمية Cybermétrie⁴. حيث أن

1- صالح فلاق شبرة: الجديد في صحافة الويب 2.0 استخدام الأدوات الرقمية والمنصات التفاعلية، ط1، دار الأكاديميين للنشر والتوزيع، عمان، 2021، ص150.

2- محمد منير حجاب: المعجم الإعلامي، دار الفجر للنشر والتوزيع، القاهرة، 2004، ص959.

3- هادي نعمان الهيتي: الاتصال الجماهيري المنظور الجديد، دار الشؤون الثقافية، بغداد، 1998، ص37.

4- Jacqueline Aglietta: Mesure de l'audience des Médias et de L'Internet, Médias, E-Médias, La documentation Française, Paris, 2001, p83.

الفصل الثاني الصحافة الإلكترونية..مقاربة نظرية

لصحافة الإنترنت أهمية واضحة في عملية تكوين الرأي العام، وتأتي هذه الأهمية من خلال عوامل عديدة منها¹:

- حضورها وانتشارها الواسع بين الناس وخصوصا فئة الشباب التي تعتبر هي الفئة الأكثر فاعلية في المجتمع.
- توفيرها الاتصال والإعلام الحر وتعدد وجهات النظر مما يجعل المتابع لها يبحث عن وجهات نظر مختلفة ويختار أقربها إلى ذهنه وربما يقوم باعتمادها مباشرة بعد أن يطلع على مصادر الأخبار المختلفة في التوجهات والرؤى.
- إتاحة المجال للتعبير عن الآراء بحرية تامة وكذلك إمكانية طرح وجهان النظر للآخرين دون قيود أو مشاكل أمنية، فقد أصبح للمستخدم الحرية المطلقة في تلقي أي معلومات أو إرسال أي معلومات دون قيود.
- إمكانية الحصول على المعلومات بسرعة كبيرة من مصادرها ومن موقع الحدث وبشكل يسير وبسيط، فصحافة الإنترنت لا تعرف الحدود كالإذاعات والتلفاز وحتى القنوات الفضائية التي لها أحيانا حدود عبر أقمار معينة.
- أتاحت صحافة الإنترنت إمكانية التغيير في المجتمع والشباب خاصة نحو الأفضل، ذلك أنهم عندما يتحررون من التبعية الإعلامية يصبح لديهم الأفق الواسع الذي يجعلهم يغيرون مجتمعاتهم وبلدانهم نحو الأفضل.
- وفرت صحافة الإنترنت لقوى المعارضة وهيئات المجتمع المدني والهيئات الخاصة ملاذاً آمناً للحديث بحرية ودون قيود تذكر.

ومن المهم الإشارة إلى أن الرأي العام يكون في أقصى درجات الحساسية في أوقات الأزمات وهو ما يتطلب من صحافة الإنترنت أن تقدم التغطية الوافية التي تساعد الرأي العام على فهم أبعاد الأزمة وتوعيته بكيفية التعامل معها وتمثل هذاالتغطية في²:

- فورية نقل الحدث من موقعه بالعمق والشمول الذي يساعد على فهم أبعاد الأزمة وتطوراتها وأثارها في المجالات كافة.
- الاهتمام بالتقارير والتحليلات والتعليقات الإخبارية عن الأزمة وتطوراتها.
- الاهتمام بالمادة الوثائقية المصاحبة للتغطية الصحفية بما يفسر أسباب الأزمة وأبعادها وتحديد كيفية التعامل معها.

1- فيصل أبو عيشة: الإعلام الإلكتروني، المرجع السابق، ص136، 137.
2- محمود عبد الله الخوالدة، حسين على العموش: علم النفس السياسي والإعلامي، دار الحامد، عمان، 2008، ص382.

الفصل الثاني الصحافة الإلكترونية..مقاربة نظرية

- الاهتمام بالوصول إلى موقع الأحداث وإجراء الحوارات مع شهود الأزمات ومع المسؤولين والشخصيات الرسمية وكذلك الخبراء والمفكرين والسياسيين لربط المعلومات بعضها ببعض ومساعدة الرأي العام على تكوين رأي تجاه الأزمة.

ويرى علي قسايسية أن جمهور الواب للشبكة العنكبوتية الكونية لا يمكن أن يستهان به، وهو جزء مهم في مجتمعنا، الذي سيمهد لأرضية المجتمع الإلكتروني E-Society والذي سيعطي لمفهوم الجمهور صفة التواجد الكلي في كل مكان وفي نفس الزمان¹.

وفي هذا السياق، يعرف علي قسايسية الجمهور الإلكتروني (E-Audience) بأنه: " مجموعة من الأشخاص الذي يتدخل الإلكتروني بأي شكل من الأشكال في تقديم أو تسهيل تعرضهم للرسائل الإعلامية عبر مختلف الوسائط الإعلامية، بما فيها وسائل الإعلام التقليدية التي تستعمل شبكة الإنترنت للتوزيع الإلكتروني"².

كما أن هذا الجمهور الإلكتروني هو الذي يشكل ما يسمى "الرأي العام الإلكتروني الذي يعبر عن كل الشرائح التي تملك تلك الوسيلة أو الأداة التكنولوجية للتعبير والتواصل والنقاش"³.

2.1. خصائص جمهور الصحافة الإلكترونية:

- **التجدد المستمر:** يتميز جمهور الويب بأنه متغير باستمرار فهو لا يتسم بالثبات، نظرا لتغير مجريات الأحداث من حيث الوقت والقضية، ولأن التقنية الإلكترونية توفر إيصال أصوات وآراء الناس ومستجدات الأحداث بسرعة فائقة⁴.
- **سرعة تشكيل اتجاهاته:** نظرا للتقنيات الحديثة والتي هي في تطور مستمر والتي يستخدمها الرأي العام في التعبير عن آرائه بسهولة ومن أي مكان يتواجد فيه، ولا يحتاج لأن ينتقل من المكان الذي هو فيه إلى مكان آخر⁵.

أما بخصوص سمات أخرى لهذا المستخدم للصحافة الإلكترونية، فقد أظهرت الدراسات أنه قارئ قلق وغير صبور يحاول أن يجد المعلومة النوعية التي تهتمه في المقام الأول. وأن 30 بالمئة من مستخدمي الإنترنت يغادرون الموقع من الصفحة الأولى إذا لم يجدوا ما يرغبون به...ونادرا ما يقرؤون الصفحات كلمة بكلمة، بل يقومون بعملية مسح

1- علي قسايسية: "مدخل لإشكالية جمهور الواب"، المجلة الجزائرية للاتصال، جامعة الجزائر، (العدد18)، جوان 2004، ص159.

2- علي قسايسية: "المنطلقات النظرية والمنهجية لدراسات التلقي، دراسة نقدية تحليلية لأبحاث الجمهور بالجزائر"، أطروحة لنيل شهادة دكتوراه دولة في الإعلام والاتصال، جامعة الجزائر، 2006، ص37.

3- سناء محمد جبور: الإعلام والرأي العام العربي والعالمي، ط1، دار أسامة للنشر والتوزيع، عمان، 2010، ص125.

4- نزهة حنون: المدونات الإلكترونية والرأي العام، ط1، ألفا للوثائق، قسنطينة، 2020، ص124.

5- نزهة حنون: المدونات الإلكترونية والرأي العام، المرجع نفسه، ص125.

لكامل الصفحة ثم يستخرجون منها الكلمات المفتاحية. وبينت الدراسة أيضا أن 79 بالمئة من قراء الويب يقومون بعملية مسح لكل صفحة جديدة و16 بالمئة فقط من يقرؤون المحتوى كلمة كلمة¹.

3.1. تطور خاص بالقارئ:

انطلقت الصحافة الإلكترونية على شبكة الإنترنت؛ لتنشئ مشهدا إعلاميا جديدا، وارتبطت واستفادت من الثورة الهائلة في تكنولوجيا الاتصالات والمعلومات، وكانت سببا أساسيا في جعل المشهد الإعلامي في متناول الجميع بصورة كبيرة، وواضحة المعالم، ونتيجة لذلك صار المحتوى الإعلامي أكثر سرعة في الانتشار والوصول إلى آفاق عديدة، وإلى أكبر عدد ممكن من القراء².

حيث تشير الإحصاءات إلى أن جمهور (قراء) الصحف الإلكترونية في الغالب هم من الشباب، يشكل الطلبة والمهاجرون العرب حول العالم نسبة كبرى منهم وأن نصفهم يقرون بأن تصفحهم للصحف الإلكترونية يشكل ركيزة يومية من حياتهم، ويعني ذلك أنهم راضون ومقبلون على الصحافة الإلكترونية، وتعود الأسباب إلى أنها متوافرة طوال اليوم، ولا تحتاج إلى دفع رسوم، كما أنها تمكنهم من متابعة الأخبار من أي مكان وعن أي بلد مهما تباعدت مواقعهم لاحتواء الشبكة العنكبوتية 5 آلاف صحيفة إنترنتية تشمل بلدان العالم المختلفة³.

ويعزو قراء الصحف الإلكترونية سبب رضاهم وإقبالهم على الصحافة الإلكترونية إلى أسباب؛ منها: أنها متوفرة طوال اليوم، وإمكانية الوصول إليها مباشرة، ولا تحتاج إلى دفع رسوم إضافية، كما أنها تمكنهم من متابعة الأخبار من أي مكان وعن أي بلد مهما تباعدت مواقعهم، وبرغم أن كثيرا من المبحوثين قد أشاروا إلى صعوبات فنية عند تصفح بعض مواقع الصحف، أو مشكلات عدم رضا عن المحتوى الرسمي لبعض الصحف، إلا أن نسبة كبيرة من القراء أبدوا مستوى معقولا من الرضا عن هذه الصحف⁴.

كما أن القارئ الذي لا يجيد القراءة والكتابة يستطيع أن يتعامل مع الصحيفة الإلكترونية على عكس الوضع في الصحافة المطبوعة حيث يمكن أن يتولى جهاز الحاسب الخاص به والذي يستقبل من خلاله المادة المعلوماتية أن يقرأ له هذه المادة، كما يمكن للصحافة الإلكترونية أن توزع مادتها الإلكترونية في كافة الأماكن وداخل كافة الدول وذلك من خلال الشبكة الدولية للمعلومات "إنترنت" وبذلك تستطيع أن تصل إلى عدد من القراء

1- محمد لعقاب: مهارات الكتابة للإعلام الجديد، ط1، دار هومو للنشر والتوزيع، الجزائر، 2013، ص32، 33.

2- علي عبد الفتاح كنعان: الصحافة الإلكترونية العربية، المرجع السابق، ص117.

3- فيصل أبو عيشة: الإعلام الإلكتروني، المرجع السابق، ص115.

4- علي عبد الفتاح كنعان: الصحافة الإلكترونية، المرجع السابق، ص93.

الفصل الثاني الصحافة الإلكترونية..مقاربة نظرية

أضعاف ما كانت تصل إليه الصحف المطبوعة. وبذلك تكون الصحيفة الإلكترونية قد اقتربت من وسائل الإعلام القادرة على الوصول إلى القارئ في أي وقت وأي مكان دون وجود أية عوائق متعلقة باللغة أو المكان، وبهذا تكون قد استطاعت أن تحل إحدى المشكلات التاريخية التي عانت منها الصحافة المطبوعة منذ نشأتها¹.

كما أن هناك تطورا حدث لقارئ الأخبار من حيث تلقيه الخبر، حيث أصبح لدى القارئ الفرصة لتمرير الخبر الذي يريده إلى العديد من أصدقائه بمجرد الضغط على زر واحد وهو forward، كما أن لديه الفرصة للتعليق بشكل مباشر على الموضوع، وينشر رده في نفس اللحظة، حيث تتيح العديد من المواقع كتابة التعليق على المكتوب في أسفل المقال أو الموضوع، وينشر الرد آليا دون الخضوع لأي رقابة². على غرار تقنية "Talkback" التي بدأت تفرض نفسها في الصحافة الإلكترونية، ويقصد بها الهامش الموجود في نهاية المادة الصحافية المنشورة، والذي يترك للقارئ قصد التعبير عن رأيه أو وجهة نظره، ولقد تزايد عدد المساهمين في التعقيب عن المواد الصحافية المنشورة على شبكة الإنترنت مما رفع قيمتها، ودفع الكثير من القراء إلى منحها أهمية أكبر من تلك التي يولونها للمادة التي شكلت موضوعا للتعليق والتعقيب، هذه التعقيبات طبعا تفيد الكاتب والقارئ في نفس الوقت، حيث تسمح للكاتب بإعادة النظر في موضوعاته وحتى إعادة صياغتها وفقا لطلب القارئ الذي يرضي فضوله وحاجياته³.

وقد تعددت المصطلحات لوصف عملية تحول الجمهور من وضع التلقي إلى فعل التأليف عبر إنتاج خطابات ذات أشكال ومضامين متنوعة في الفضاء الإلكتروني الجديد نذكر منها: المواطن الصحفي، وإعلام الجماهير، وإعلام المواطنين، والإعلام الاجتماعي⁴.

ولأن الشباب غالبا يريدون الخبر السريع والملخص فقد وفرته هذه المواقع الإلكترونية، حيث دائما ما ينشر الخبر بعنوان وفقرة واحدة أسفل العنوان تلخص الخبر مع كتابة كلمة (المزيد) لمن يريد الإطلاع على التفاصيل، وقد فتحت هذه الطريقة الباب لإرسال الرسائل الإخبارية على الهاتف المحمول SMS لتقدم خدمة إخبارية من بعض المواقع الإخبارية أو من وكالات الأنباء، وهي وسيلة تجذب الشباب كثيرا لأنهم يقرؤون

1- فتحي حسين عامر: الصحافة الإلكترونية..الحاضر والمستقبل، ط1، العربي للنشر والتوزيع، القاهرة، 2018، ص91.

2- فيصل أبو عيشة: الإعلام الإلكتروني، المرجع السابق، ص215.

3- يمينة بلعالي: "الصحافة الإلكترونية في الجزائر بين تحدي الواقع والتطلع نحو المستقبل"، المرجع السابق، ص150، 151.

4- الصادق الحمادي: "تجديد الإعلام مناقشة حول هوية الصحافة الإلكترونية"، المجلة العربية للإعلام والاتصال، الجمعية السعودية للإعلام والاتصال، جامعة الملك سعود، (العدد5)، نوفمبر 2009، ص73، 114. متوفر على الرابط: <http://search.mandumah.com/Reord/337237>

عنوان الخبر فقط ويعرفون ما يحدث من حولهم دون الحاجة لخوض تفاصيل وقراءة الكثير من التقارير والتحقيقات¹.

2. أنواع الصحف الإلكترونية:

وعلى ضوء ما سبق تناوله في هذا الصدد توجد عدة تصنيفات لأنواع الصحف الإلكترونية قدمها عدد من الخبراء والمتخصصين، نستعرض عددا منها فيما يلي:

يقسم الدكتور محمود علم الدين الصحافة الإلكترونية كصحافة غير ورقية تعتمد على الحاسبات الإلكترونية وشبكة الإنترنت، أو أي وسائط أخرى غير ورقية، إلى عدة أنماط (وإن كان بعضها مازال حوله جدل كبير مثل المدونات) وهي²:

- صحف إلكترونية تنشر على شاشة التلفزيون
- صحف إلكترونية تنشر على شبكة الإنترنت وتضم: طبعات إلكترونية على شبكة الإنترنت... ومواقع إلكترونية على شبكة الإنترنت ومواقع صحف ومؤسسات إعلامية... ومواقع إخبارية... ومواقع تعتمد على مشاركة القراء (مثل مواقع التشبيك الاجتماعي ومواقع تحميل الصور) والمدونات.
- صحف إلكترونية تنشر على شبكة المحمول
- صحف إلكترونية تنشر على وسائط للعرض مستفيدة من الورق الإلكتروني.

كما يضم أشهر تقسيم لأنواع الصحافة الإلكترونية النوعين التاليين:

1.2. النسخ الإلكترونية للصحف المطبوعة:

سعت الصحف المطبوعة للتواصل مع قرائها عن طريق إنشاء مواقع إلكترونية لنسخها المطبوعة، لأجل كسب عدد أكبر من الجمهور والتأثير فيهم، كما فتحت آفاقا جديدة للتفاعل معهم عبر هذه النافذة، وتركز هذه النسخ الإلكترونية على الأخبار المهمة في الصفحة الأولى، ومقالات الرأي المنشورة فيها. وكانت الصحف المطبوعة تتفاعل مع القراء عبر الرسائل التي تصل عن طريق البريد أو الفاكس أو الزيارات المباشرة التي يقوم بها عدد من القراء الذين تتاح لهم إمكانية الزيارة إلى موقعها، في حين يبقى القسم الأكبر من الجمهور بعيدا عن هذا التفاعل، لكن إنشاء النسخ الإلكترونية فتح آفاقا واسعة للصحف المطبوعة، في التأثير على القراء والاستمرار بمعالجة الموضوعات والأزمات التي تهمهم عن طريق هذه النافذة التي أتاحتها الإعلام الجديد للإعلام التقليدي، واستطاع عن طريقها أن يتجاوز جزءا من مغادرة المتلقين باتجاه وسائل الإعلام الاجتماعي³.

1- فيصل أبو عيشة: الإعلام الإلكتروني، المرجع السابق، ص215.

2- محمود علم الدين: مقدمة إلى الصحافة الإلكترونية، دار السحاب، القاهرة، 2008، ص79.

3- ماجد سالم تريبان: الإنترنت والصحافة الإلكترونية رؤية مستقبلية، المرجع السابق، ص118.

إذ أن عملية استنساخ الطبعة الورقية لها من المميزات ما جعل الجرائد تصل إلى عدد كبير من الجماهير من مختلف أنحاء العالم خاصة في البدايات الأولى لظهور شبكة الإنترنت، لكن هذه العملية لم تعد تخدم النسخة الإلكترونية ولا مستقبل الصحف على الإنترنت، حيث يرى بعض علماء الاجتماع أنه يتعين على الصحف استغلال كافة إمكانيات الإنترنت، هاته الأخيرة التي تعتبر وسيلة الاتصال مختلفة تتوجه إلى جمهور متطلب لا يكفي بما نشرته الصحيفة على الورق، بل يطمح إلى الحصول على خدمة إعلامية متطورة من خلال موقع الصحيفة الذي يجب أن يتحلى بإمكانيات تفاعلية وأساليب تحريرية متطورة¹.

2.2. الصحف الإلكترونية البحتة:

والتي لا يكون لها مقابل ورقي، حيث يتم تصميم الصحيفة الإلكترونية للنشر على الإنترنت، وهي مستقلة بأجهزتها وإدارتها وكل مراحل عملية إنتاجها تتم إلكترونياً، فهي مؤسسة صحفية تستغني عن عمليتي الطبع والتوزيع وتستبدلها بالنشر الإلكتروني².

فالصحيفة الإلكترونية البحتة تخضع للنمط الإلكتروني في التبويب وعرض الموضوعات وأسلوب التحرير، وتغطي مجالات الأخبار بأنواعها، وتحاول أن تستفيد من تقنيات تصميم الصحيفة لمزيد من التنوع، فهي صحف يومية يتم تحديث موادها الإخبارية آنياً وصفحاتها يومياً³.

كما توجد تقسيمات أخرى معروفة لأهم أنواع الصحف الإلكترونية باعتبار نوع التقنية المستخدمة في الموقع: وهو ما يعرف بأنماط نقل النص على شبكة الإنترنت وتنقسم إلى أربعة أنواع:

- الصحف الإلكترونية التي تستخدم تقنية الجرافيك التبادلي "Gif": والذي يتبع نقل صورة شكلية من بعض مواد الصحيفة الورقية إلى موقعها على الإنترنت⁴.
- الصحف الإلكترونية التي تستخدم النص المحمول PDF: هي تلك التي تتيح نقل النصوص والأشكال والصور والرسوم والصفحات كاملة من الصحيفة الورقية إلى موقعها على الشبكة بشكل مطابق تماماً للنسخة الورقية، وتعمل تقنية PDF على تنسيق الصفحة الذي وضعها مصمم الوثيقة أصلاً أثناء تصميمه لوثيقته، كما أن ملفات PDF

1- Christophe Deleu : "Les médias et l'Internet en France", **les cahiers du journalisme**, revue N°4, Janvier 1998, p280.

2- منار فتحي محمد: **تصميم مواقع الصحف الإلكترونية**، المرجع السابق، ص31.

3- سعيد الغريب: **الصحيفة الإلكترونية والورقية دراسة مقارنة في المفهوم والسمات الأساسية**، ط1، الدار المصرية اللبنانية، القاهرة، 2000، ص42.

4- عدنان الحسيني: "مواقع الإعلام العربي وأزمة استيعاب الإنترنت"، **مجلة إنترنت العالم العربي**، (المجلد1)، (العدد4)، جانفي 1998، ص30، 38.

الفصل الثاني..... الصحافة الإلكترونية..مقاربة نظرية

لا يتم إعادة تنسيقها من قبل القارئ عن طريق برنامج التصفح، كما أن القارئ لا يمكن له أن يغير الخطوط التي يحويها ملف PDF، وهذا الأمر ضروري في مجال النشر والتصميم¹.

– **الصحف الإلكترونية التي تستخدم النص الفائق:** وهو النمط الذي يتيح وضع نصوص الصحيفة الإلكترونية بشكل مستقل عن نصوص الصحيفة الورقية، ويستفيد من إمكانيات الإنترنت المتعددة وأهمها الجمع بين النص والصورة والصوت ولقطات الفيديو وإمكانية توافر خدمات البحث والأرشيف ونسخ النصوص².

وهناك تصنيف آخر للصحافة الإلكترونية من حيث المضمون وهي صحافة إلكترونية عامة ومتخصصة على سبيل المثال مجلة Elle النسائية التي تهتم بالأزياء والموضة ونشر الأخبار، وقد تكون الأخبار سياسية، اقتصادية، وإخبار مجتمع... الخ³. www.ellemag.com/elle

وتصنف أيضا من حيث فورية عملية الإرسال والاستقبال وهذه الصحافة تأخذ الأشكال الآتية⁴:

أولاً: الصحافة الإلكترونية الفورية (Online Journalism): التي يحصل القارئ على محتوياتها من خلال شبكات وقواعد البيانات وخدمات المعلومات نظير اشتراك شهري أو مجانا كالصحف التي تصدر على شبكة الإنترنت التي تتميز بالتفاعلية والتجديد المستمر في المحتويات أو استخدام لغة (الهايبيرتاكست).

ثانياً: الصحافة الإلكترونية غير الفورية (Offline Journalism) التي توجد أعدادها على الوسائط الإلكترونية مثل الأقراص (CD, DVD) أو الأقراص المرنة (Floppy).

1- رضا عبد الواحد أمين: الصحافة الإلكترونية، المرجع السابق، ص91.
2- شريف درويش اللبان: تكنولوجيات النشر الصحفي التكنولوجيات الحديثة، الدار المصرية اللبنانية، القاهرة، 2001، ص123.
3- حسنين شفيق: الصحافة المتخصصة المطبوعة والإلكترونية، (ج 1)، معهد الإعلام وفنون الاتصال مدينة الثقافة والعلوم، القاهرة، 2009، ص83.
4- رضا عبد الواحد أمين: الصحافة الإلكترونية، المرجع السابق، ص97.

3. خدمات الصحافة الإلكترونية:

وتعد مواقع الصحف الإلكترونية من أكثر المواقع المتواجدة على شبكة الإنترنت جذبا للقراء، وهذا ما أكدته دراسة أعدتها مجموعة رستون Reston، والتي تقول أن مواقع الصحف العالمية ومواقع المعلومات هي الأكثر نموا وحركة بين مواقع الإنترنت، وهي نتيجة لم تكن متوقعة، خاصة وأن هناك تقارير تحدثت أن المواقع الإلكترونية للصحف لن تكون بذات الأهمية والتأثير على الصحف المطبوعة ووجدت الدراسة أن 10 صحف أمريكية استأثرت بالنصيب الأكبر من الزوار¹.

1.3. خدمات التواصل:

1.1.3. البريد الإلكتروني: من الأدوات الرئيسية التي دفعت كثير من الأفراد لاستخدام شبكة الإنترنت؛ حيث يسرت سبل التفاعل ونقل الملفات وتبادل الرسائل بين الأفراد والمجموعات من مختلف دول العالم، كما جعلت من العالم قرية كونية صغيرة؛ حيث تجاوزت حدود الزمان والمكان².

وهو نظام يمكن بموجبه لمستخدم الإنترنت تبادل الرسائل مع مستخدم آخر أو مجموعة مستخدمين، فهو من الوسائل التكنولوجية الحديثة التي تستهدف تسهيل تبادل المعلومات على الفور، ويمكن أن تكون هذه البيانات في شكل نصوص Text، أو صوت Voice، أو رسوم Graphic، يتم ذلك باستخدام نظم البريد التي تعتمد على الحاسب الإلكتروني في استقبال الرسائل وتخزينها³.

ويستطيع الباحثون والمشاركون في خدمة البريد الإلكتروني التراسل في مجالات مهنية متعددة، والاتصال بالزملاء والإعلاميين والأفراد والمؤسسات وتبادل المعلومات والآراء معهم، بشكل سريع، يمكن أن يكون متزامنا، وبلغات عدة⁴. واستقبال الأخبار البريدية والتي "هي مجموعة من الأخبار والمواضيع المحلية والإقليمية والدولية، يتم اختيارها وإرسالها للأعضاء المسجلين في الصحيفة في نشرة خاصة⁵.

1- السيد بخيت: "الصحافة وآفاق المستقبل"، جريدة البيان الإماراتية، 6/أب/1996، ص12.
2- عبد الرزاق محمد الدليمي: الإعلام الدولي في القرن الحادي والعشرين، المرجع السابق، ص80.
3- حسن عماد مكايي: تكنولوجيا الاتصال الحديثة في عصر المعلومات، ط4، الدار المصرية اللبنانية، القاهرة، 2005، ص225.
4- عامر إبراهيم قندلجي: الإعلام الإلكتروني، ط1، دار المسيرة للنشر والتوزيع، عمان، 2015، ص128.
5- شهبيناز لعبدلي: الصحافة الإلكترونية بين التحرير والتصميم والتفاعلية، المرجع السابق، ص49.

2.1.3. المشاركة في التصويت أو استطلاعات الرأي¹:

يعد التصويت أو الاستطلاع من الأدوات المهمة للموقع ولزائره على السواء، فللزائر من حيث إتاحة المجال أمامه للتعبير عن الرأي، وللموقع من حيث قياس رأي زائريه في الأحداث والقضايا المختلفة ومعرفة مدى تفاعلهم معها ومواقفهم منها، ونتيجة التصويت دائماً تظهر في مكان التصويت نفسه، وذلك بعد لحظة من المشاركة، دونما الحاجة إلى إعادة تحميل الصفحة.

3.1.3. الحوار مع الشخصيات المختلفة:

عبر الاتصال بهم من خلال البريد الإلكتروني أو عبر الدردشة لإجراء حوارات أو مقابلات مع هؤلاء الشخصيات سواء كانوا صحفيين أو رؤساء التحرير أو كتاب مشهورين للنقاش معهم حول أهم المواضيع الإخبارية التي تلقى رواجاً لدى الرأي العام الإلكتروني.

4.1.3. خدمة الإرشاد إلى الموضوعات المهمة:

وتختلف مسميات هذه الخدمة من صحيفة إلى أخرى فأحياناً يطلق عليها (الموضوعات الساخنة) وأحياناً (الأخبار المهمة)، بينما يطلق عليها أحياناً (آخر الأخبار)، وأياً كانت التسمية فإن هذه الخدمة تقدم للمستخدم عناوين أهم الأخبار من وجهة نظر الصحيفة التي يمكن أن يطالعها على الفور دون الدخول في تفاصيل الخبر وهي خدمة إرشادية في المقام الأول ترشد القارئ إلى أحدث وأهم الأخبار².

5.1.3. خدمة مجموعات الأخبار أو مجموعات الحوار:

وهي من الأدوات الشائعة للتعبير وإبداء الرأي في مختلف القضايا والمشكلات العلمية والإنسانية، كما تسهم في بناء مجتمعات افتراضية مع المشاركين في المواقع المرتبطة ببعضها³.

حيث تقوم هذه الخدمة على الربط بين مجموعة من الأشخاص ذوي اهتمامات مشتركة، حيث يمكن اعتبار هذه المجموعات بمثابة مائدة مستديرة تتكون من مجموعة من الأفراد... ويعود ظهور المجموعات الإخبارية إلى سنة 1979م حيث بدأت الخدمة

1- بوب نورتون، كاثي سميث: التجارة على الإنترنت، تر: مركز التعريب والبرمجة، الدار العربية للعلوم، بيروت، 1997، ص9، 10.

2- حسني محمد نصر: الإنترنت والإعلام: الصحافة الإلكترونية، المرجع السابق، ص121.

3- محمد عبد الحميد: البحث العلمي في الدراسات الإعلامية، المرجع السابق، ص266.

الفصل الثاني الصحافة الإلكترونية..مقاربة نظرية

كمنتديات جماعية للنقاش يمكن للمشاركين فيها الاتصال ببعضهم. وازدادت مجموعات الأخبار سنة 1985م بسبب إنشاء الجامعات والمؤسسات العلمية¹

وتمثل مجموع النقاش أو الأخبار (News Groups) منبرا مفتوحا عبر الساعة والمسافات للدخول في الحوار والنقاش مع من يشاطر الاهتمام بقضية أو موضوع ما، ولا بد للمشاركة أن يكون مسجلا في المجموعة وأن يستخدم برامج خاصة بقراءة الأخبار والمساهمة في الحوار. وتتكون مجموعات النقاش في إطار شبكة الإنترنت بحكم الموقع الجغرافي أو بحكم الاهتمام بموضوع معين في مجال تخصص مشترك وتتم عملية المشاركة عبر توزيع رسالة أي مستفيد عبر مركز رئيس لشبكة الإنترنت الموجود في البلد، أو عبر المركز الفرعي حيث تكون تقط ربط المستفيد بالشبكة وإن كان البريد الإلكتروني ومجموعات النقاش يتمان بصفة غير مباشرة ليست على الهواء، فقد يمكن التحوار الأني (Internet Ready Chat) من الاتصال الساخن والتخاطب المباشر المرتجل على الشاشة².

6.1.3. خدمة التعليق على الأخبار:

تتيح هذه الخدمة للمستخدم التعليق على ما نشر بالصحيفة وإرسال رسائل إلكترونية إلى المحرر يعلق فيها على ما نشر بالصحيفة وإرسال رسائل إلكترونية إلى المحرر يعلق فيها على ما نشر بالصحيفة أو يقدم فيها اقتراحا أو تصحيحا لما نشر، وتنبأين مسميات هذه الخدمة في مواقع الصحف المختلفة مثل: Feedback, Send us feedback، كما تتوفر منها خدمات أخرى في بعض المواقع مثل خدمة التصحيح Correction. وبهذه الخدمة تتميز الصحف الإلكترونية عن الصحف الورقية التي لا تسمح طبيعة إنتاجها والتكنولوجيا المستخدمة فيها بتقديم خدمة التعليق الفوري أو المباشر وهو ما تعاني منه وسائل الإعلام التقليدية خاصة الصحف حيث يتميز رجوع الصدى فيها بأنه غير مباشر ومتأخر³.

7.1.3. الشريط الإخباري:

وهو عبارة عن شريط متحرك يوضع في مكان مناسب من الصفحة الرئيسية للصحيفة، ويتيح لزائر الموقع مطالعة عناوين آخر الأخبار والتطورات على مدار الساعة، وهذه العناوين تكون متصلة بصفحاتها التفصيلية⁴.

1- محمود محمد جابر: الاتجاهات الحديثة في الصحافة الدولية، ط1، مكتبة الوفاء القانونية، الإسكندرية، 2015، ص51، 52.
2- مجد الهاشمي: تكنولوجيا وسائل الاتصال الجماهيري، ط1، دار أسامة للنشر والتوزيع، عمان، 2012، ص248.
3- سميرة بورقعة: الصحافة الإلكترونية الجزائر أنموذجا، ط1، ألفا للوثائق، قسنطينة، 2019، ص53.
4- عبد الأمير الفيصل: الصحافة الإلكترونية في العالم العربي، المرجع السابق، ص224.

8.1.3. الحوار مع الشخصيات:

والاتصال بالصادر الصحفية الكبرى من منظمات وشخصيات دولية ومشاهير ومسؤولين...إلخ.

2.3. خدمات البث والنشر:

1.2.3. البث التلفزيوني:

وتلجأ بعض المواقع الإخبارية لهذه الخدمة لإتاحة الفرصة أمام الجمهور بمتابعة البث الحي على شبكة الإنترنت دون الحاجة للتلفزيون¹.

2.2.3. راديو الإنترنت:

وهو مصطلح يشير إلى استخدام الإنترنت لتقديم الخدمات الإذاعية. ومن مميزات مذياع الشبكة (الإنترنت) انخفاض تكلفة إدارة الخدمة الإذاعية وتشغيلها، إمكانية وصولها إلى أي مستمع يستخدم الشبكة في أي مكان في العالم. وأيضا فإن العديد من محطات الإذاعة في الشبكة (الإنترنت) هي محطات خاصة بمستخدمين أو شركات لا تملك محطات إذاعية تقليدية².

3.2.3. إعادة نشر الصحيفة كملف PDF أو فلاش:

وتسعى معظم المواقع الإلكترونية التابعة لصحف ورقية لتوفير نسخة مطابقة من الصحيفة الورقية على صفحتها الرئيسية عبارة عن ملف PDF يمكن تحميله وتصفحة على الإنترنت أو جهاز الكمبيوتر، ومنها أيضا من توفر فلاش لعرض الصحيفة وتصفحها على الموقع نفسه³.

4.2.3. خدمة الاشتراك في الصحيفة الورقية:

وهي خدمة تقدمها الصحيفة الإلكترونية للصحيفة الورقية تتيح من خلالها للمستخدم الاشتراك في الصحيفة الورقية، من خلال تقديم المعلومات الخاصة بالاشتراك بطريقة سهلة، وتسديد الرسوم باستخدام بطاقات الائتمان⁴.

1- علي عبد الفتاح كنعان: الصحافة الإلكترونية في ظل الثورة التكنولوجية، المرجع السابق، ص39.

2- علي عبد الفتاح كنعان: الصحافة الإلكترونية في ظل الثورة التكنولوجية، المرجع نفسه، ص40.

3- سميرة بورقعة: الصحافة الإلكترونية الجزائر أنموذجا، المرجع السابق، ص54.

4- سميرة بورقعة: الصحافة الإلكترونية الجزائر أنموذجا، المرجع نفسه، ص54.

5.2.3. خدمة RSS:

كلمة RSS تنطق آر أس لا يوجد تعريف متفق عليه للمصطلح، لكن البعض يعتبرها اختصار كلمة Really Simple Syndicate، وهي تعني البساطة في الحصول على ما ينشر، وهناك مصطلح آخر يطلق على هذه الخدمة هو Rich Site Summary، أو ملخص ما ينشره الموقع، لكن المصطلح الأول هو الأكثر شهرة واستخداماً؛ هذه الخدمة تتيح لك تلقي المعلومات مباشرة عن طريق متصفح الإنترنت أو عن طريق برنامج يسمى RSS Reader، أو قارئ روابط التغذية¹.

تتيح خدمة RSS لقرائها المشتركين "الحصول على آخر الأخبار فور ورودها على مواقعها. وبدلاً من تصفح المواقع والبحث عن المواضيع الجديدة، فإن خدمة RSS تخطر المشترك فيها بما يستجد من أخبار ومواضيع على تلك المواقع فور نشرها. وبالتالي تتيح الخدمة لمنتجي الأخبار إيصال أخبارهم (الأحداث) مباشرة إلى المتلقي، لتظهر على شاشة حاسوبه بدون الحاجة إلى زيارة مواقعهم². من خلال تغذية الخلاصات أو RSS feeds التي هي تقنية تساعدك في تتبع موضوعات معينة من مواقع معينة، دون أن تهدر وقتك بالتصفح في العديد من المواقع³.

6.2.3. خدمة البودكاست:

خدمة البودكاست هي سلسلة من ملفات الوسائط المتعددة (صوت/فيديو) يمكنك من خلالها الحصول تلقائياً على أحدث حلقة من البرنامج الذي اخترته، حيث يمكنك تحميل الملفات (فيديو/صوت) على جهازك المحمول أو على الحاسب الشخصي ثم مشاهدتها أو سماعها على الأجهزة المحمولة أو على الحاسب الشخصي. الموقع الإخباري "الجزيرة نت" كمثال يقدم هذه الخدمة⁴.

7.2.3. النسخة الخفيفة:

تطوير نسخة خفيفة من الموقع لخدمة الاتصال البطئ والهواتف المحمولة كلما زاد عدد القنوات الرقمية التي تستخدمها كلما كان ذلك أفضل مع العلم بأن أهم النسخ الخفيفة هي تلك النسخ المتوافقة مع أكبر عدد ممكن من الأجهزة بالإضافة إلى الاتصال البطئ بالإنترنت. وهذه يجب أن تكون أولى خطوات استخدام القنوات المتعددة. على أن تعرض

1- محمد الجندي: الوسائط المتعددة للصحافة والإعلام، ط1، مجموعة النيل العربية، القاهرة، 2020، ص46.
2- محمد يونس: الصحافة الورقية والإلكترونية في دول الخليج العربي النشأة والتطور، ط1، الدار المصرية اللبنانية، القاهرة، 2014، ص304.
3- محمد الجندي: الوسائط المتعددة للصحافة والإعلام، المرجع السابق، ص46.
4- ماهر عودة الشمالية وآخرون: الصحافة الإلكترونية الرقمية، ط1، دار الإعصار العلمي للنشر والتوزيع، عمان، 2015، ص119.

هذه النسخة الخفيفة صور صغيرة الحجم (أو لا تعرض على الإطلاق) مع اعتماد التصفح على النص¹.

3.3. خدمات البحث وتحميل الملفات:

1.3.3. خدمة البحث:

وتُعدّ هذه الخدمة من أبرز ما يميز الصحافة الإلكترونية عن المطبوعة وتتيح أغلب الصحف خدمة البحث داخلها أو داخل شبكة الويب حيث يحدد المستخدم مكان البحث داخل الموقع Search the site أو داخل شبكة الويب Search the web وقد يتم البحث بكلمة مفتاحية Keyword أو بتعبير معين. وبمجرد طلب هذه الخدمة يقدم الموقع قائمة بالموضوعات المتصلة بالكلمة التي تم البحث عنها سواء في أرشيف الصحيفة أو في مواقع الويب، وفي الغالب تقدم مواقع الصحف قائمة بالموضوعات التي نشرت خلال الستة أشهر الأخيرة ولكنها هذه أيضا تتفاوت من صحيفة إلى أخرى².

2.3.3. خدمة الأرشيف الإلكتروني:

أطلق الباحثون العديد من التسميات على الأرشيف الإلكتروني منها التوثيق الإلكتروني، الأرشفة الإلكترونية أو الأرشفة الآلية أو نظم إدارة الوثائق الإلكترونية، كل هذا عبارة عن "تسميات متعددة لمسميات متقاربة المعاني، ونقصد بها تصوير الوثائق وفهرستها و تخزينها وتحويل بياناتها إلى البيئة الإلكترونية وهي توفر للمستخدم طرقا كثيرة ل تخزين البيانات واسترجاعها والاطلاع عليها وتداولها إلكترونيا. ويتيح نظام الأرشفة تنظيم الوثائق والاحتفاظ بها على شكل ملفات إلكترونية³.

3.3.3. تحميل الملفات:

تعتبر خدمة تحميل الملفات "من أهم خدمات شبكة الإنترنت ونعني بها إمكانية نقل وتحميل الملفات عن بعد، سواء تم إرسالها عن طريق البريد الإلكتروني أو تم تحميلها من موقع محدد من الإنترنت". وتفيد هذه الخدمة مستخدمي الصحف الإلكترونية، حيث يمكنهم تحميل مختلف المقالات والموضوعات⁴.

1- خالد العزب: السياسات الإعلامية: الدولة المؤسسة الفرد، ط1، أطلس للنشر والإنتاج الإعلامي، الجيزة، 2012، ص97، 98.

2- عبد الدايم عادل المهدي: "اتجاهات القارئ العربي نحو الصحافة الإلكترونية: دراسة تطبيقية على عينة من القراء العرب بدولة قطر خلال الفترة من 2001-2002"، رسالة ماجستير، كلية الإعلام، جامعة أم درمان الإسلامية، السودان، 2006، ص135.

3- حارث عبود، مزهر العاني: الإعلام والهجرة إلى العصر الرقمي، ط1، دار الحامد للنشر والتوزيع، عمان، 2015، ص112.

4- عبد العزيز خالد الشريف: الإعلام الإلكتروني، المرجع السابق، ص48.

4.3. خدمات المساعدة والتوجيه:

1.4.3. خريطة الموقع Site map:

تقوم خريطة الموقع على عمل فهرس لصفحات الموقع في شكل محرك بحث من خلال استخدام الروابط الداخلية التي تقوم بهندسة المعلومات طبقا لترتيبها الهرمي. وتستعمل هذه الخريطة في استعراض تقسيمات وموضوعات موقع الصحيفة بصفة عامة...حيث تسهم في تسهيل الطريق إلى المستخدم للوصول إلى المعلومات في أقصر وقت ممكن¹.

كما يجب أن يتم بناء خريطة الموقع الإلكتروني كما يتوقعها الجمهور المستهدف، وليس كما تتوقعها أنت أو من يصمم لك موقعك. فيتم تقسيم أجزاء الموقع الإلكتروني وفقا لما يتخيله من سيزوره...وتتم معرفة توقعات الجمهور عادة من خلال دراسة طبيعة الجمهور المستهدف. وما يتوقعه من الموقع الإلكتروني كما أسلفنا².

2.4.3. المساعدة Help:

وهذه الخدمة تحمل أسماء متعددة منها: المساعدة أو help أو مركز المساعدة. وتحاول من خلالها المواقع الإلكترونية توجيه المستخدم ومساعدته في حل بعض المشكلات التي يمكن أن تواجهه خلال التصفح، ويمكن أن تكون عبارة عن أسئلة شائعة يطرحها المستخدمون ويوفر لها الموقع الإجابات النموذجية³.

3.4.3. معلومات عن الصحيفة والموقع الإخباري "من نحن":

وتكون فيها معلومات مشابهة لتلك التي في بداية الصحيفة، وهي معلومات عن المؤسسة نفسها من تكون، وما أهدافها وما هي سياستها في نقل الأخبار، ومعلومات أخرى⁴.

5.3. خدمات أخرى:

1.5.3. التسوق:

وتوفر أسواق مركزية للتسوق المباشر والدخول في مزادات حية عبر الإنترنت، ويمكن توفير أسعار العملات وخدمات الأسهم أيضا⁵.

1- حلمي محمود محمد أحمد محاسب: إخراج الصحف الإلكترونية على شبكة الإنترنت، المرجع السابق، ص224، 225.

2- عماد عمر سرحان: سر النجاح في بناء وتأسيس وإدارة المواقع الإلكترونية، ط1، العبيكان للنشر، الرياض، 2012، ص58.

3- سميرة بورقعة: الصحافة الإلكترونية الجزائرية نموذجاً، المرجع السابق، ص56.

4- سميرة بورقعة: الصحافة الإلكترونية الجزائرية نموذجاً، المرجع نفسه، ص56.

5- ماهر عودة الشمالية وآخرون: الصحافة الإلكترونية الرقمية، المرجع السابق، ص121.

2.5.3. توفير تقارير أصلية:

وهذه التقارير تكون من إعداد فرق خاصة بالمؤسسة، ولا يمكن الحصول عليها من أماكن أخرى، وتوفرها المؤسسة على صفحتها الرئيسية¹.

3.5.3. QR BarCode :

وهو نظام تشفير للحروف والأرقام وظهورها في صورة نقطية، تسهل هذه التقنية عملية إعادة فتح الرابط مباشرة عبر الهاتف المحمول من شاشة الحاسوب بواسطة برامج فك التشفير التي يزود بها الهاتف²

4. خصائص الصحافة الإلكترونية:

ويمكن القول أن الإعلام الإلكتروني يتميز ببعض الخصائص كالتنوع الشديد في الوسائل والمواقع الإعلامية، حيث أتاحت شبكة الإنترنت إنشاء صحف متعددة الأبعاد ذات حجم غير محدد نظريا، يمكن من خلالها إرضاء مستويات متعددة من الاهتمام كما يتسم الإعلام الإلكتروني بالمرونة في استعراض وانتقاء الوصول الآلي وتحليل البيانات والمعلومات الموجودة على شبكة الإنترنت³.

كما تتنوع الخصائص التي تتسم بها الصحافة الإلكترونية؛ لتكون بمثابة المعالم المميزة للنشر على شبكة الإنترنت؛ لذلك فإن نجاح الإصدارات الصحفية على شبكة الإنترنت تقتضي فهم هذه الخصائص، والعمل على الإفادة الوظيفية منها، لتقديم نمط اتصالي جديد يتناسب مع الطبيعة الحديثة للنشر الإلكتروني⁴.

مع العلم أن خصائص الصحافة الإلكترونية ترتبط بخصائص الإنترنت ذاته، إذ أن الكتابة لصحافة الإنترنت ليس مثل كتابة النص العادي، ويجب التفكير في كافة الأشكال التي يمكن استخدامها في القصة الإخبارية لتتجاوز مع بعض خصائص الإنترنت⁵.

1- سمية بورقعة: الصحافة الإلكترونية الجزائرية نموذجاً، المرجع السابق، ص57.

2- سمية بورقعة: الصحافة الإلكترونية الجزائرية نموذجاً، المرجع نفسه، ص57.

3- رضا عبد الواحد أمين: الصحافة الإلكترونية، المرجع السابق، ص92.

4- عبد الرزاق الدليمي: الصحافة الإلكترونية والتكنولوجيا الرقمية، ط1، دار أسامة للنشر والتوزيع، عمان، 2010، ص221.

5- سمية بورقعة: الصحافة الإلكترونية الجزائرية نموذجاً، المرجع السابق، ص48.

ومن أبرز السمات التي تنفرد بها الصحافة الإلكترونية عن نظيرتها الورقية ما يلي:

1.4. التفاعلية:

أحدثت تقنيات الصحافة الإلكترونية تطورا جوهريا في ميدان الصحافة، حيث منحت عملية رجع الصدى (Feed back) إمكانيات حقيقية لم تكن متوفرة من قبل بوسائل الإعلام، وخصوصا بالنسبة للصحافة، وبات يمكن الحديث عن تفاعل بين الصحف والقراء بعد أن ظلت العلاقة محدودة وهامشية طيلة عمر الصحافة الورقية¹.

تطلق هذه السمة على الدرجة التي يكون فيها للمشاركين في عملية الاتصال تأثير على أدوار الآخرين، وباستطاعتهم تبادلها، ويطلق على ممارستهم الممارسة المتبادلة أو التفاعلية، وهي سلسلة من الأفعال الاتصالية التي يستطيع الفرد أن يأخذ فيها موقع الشخص ويقوم بأفعال اتصالية، وفيها يطلق على القائمين بالاتصال لفظ مشاركين بدلا من مصادر وبذلك تدخل مصطلحات جديدة في عملية الاتصال، مثل: الممارسة الثنائية، أو التبادل، أو التحكم².

حيث أتاح هذا النوع من الصحافة إمكانية مشاركة مباشرة للقارئ في عملية التحرير من خلال التعليقات التي توفرها الكثير من الصحف الإلكترونية للقراء بحيث يمكن للمشارك أن يكتب تعليقاته على أي مقال أو موضوع ويقوم بالنشر لنفسه في أي لحظة³.

والتفاعل (Interaction) كمفهوم ينطبق على استخدام الإنترنت له ثلاث عناصر مرتبطة به⁴:

- يتطلب استجابات فورية وعدم سلبية لأنها على عكس الراديو والتلفزيون إذا لم تتفاعل معها ستتجمد وتتوقف.
- يتطلب توفير بدائل عديدة ليختار منها الجمهور.
- الاختيارات التي يتبناها المستخدم تعتمد على الاختيارات الأولية التي تبناها عند بدء العملية الاتصالية.

1- محمود خليل: الصحافة الإلكترونية: أسس بناء الأنظمة التطبيقية في التحرير الصحفي، العربي للنشر والتوزيع، القاهرة، 1997، ص33.

2- سميرة بورقعة: الصحافة الإلكترونية الجزائر أنموذجا، المرجع السابق، ص60.

3- ماجد سالم تريان: الإنترنت والصحافة الإلكترونية رؤية مستقبلية، المرجع السابق، ص280.

4- Eric S, Fredin and Prabu David: "Browsing and the hypermedia interaction cycle, A model of self-Efficacy and goal dynamics", in J&MC Quarterly, Vol.75, N°.1, 1998, p36.

الفصل الثاني الصحافة الإلكترونية..مقاربة نظرية

وتُعدّ هذه الخاصية من أهم الخصائص التي تميز شبكة الإنترنت، ويتجلى ذلك في كثير من الأنماط الاتصالية عبر الإنترنت كالتخاطب الفوري "Chatting"، وخدمات البريد الإلكتروني، حيث يمكن لمتصفح موقع ما من التحوار مع كاتبه أو إرسال رسالة إليه، الأمر الذي يعطي عنصر رجوع الصدى، كأحد أهم عناصر العملية الاتصالية وتنقسم التفاعلية في الإنترنت إلى ثلاثة أشكال هي:

- التفاعلية الإرشادية Navigational interactivity: وهي التي ترشد المستخدم إلى الصفحة التالية أو العودة إلى أعلى...إلخ.
- التفاعلية الوظيفية Functional interactivity: وهي التي تتم عبر البريد المباشر والروابط Liens ومجموعات الحوار.
- التفاعلية التكيفية Adapted interactivity: وهي تلك التي تقدم عبر غرف المحادثة، وتتيح لموقع الإنترنت أن يكيف نفسه لسلوك المتصفحين الزائرين¹.

وقد أكد "Xigen" على أهمية استخدام نموذج التفاعلية في دراسة الصحف الفورية على شبكة الإنترنت لما تفرضه من ضرورة توافر مناخ اتصالي تفاعلي في استخدامها، حيث يجب أن يتبع المستخدم مسارات معينة في التجوال، وأن يقوم بنقر العناوين والوصلات الموجودة في الصفحات التي تنشط، وتعرض له المعلومات المطلوبة مما يعني أن التفاعلية هي العنصر الأساسي الذي يعتمد عليه تصميم واستخدام الصفحات المنشورة على الإنترنت، كما توفر الإنترنت للصحف الفورية إمكانية وجود اتصالات مباشرة تربط بين المحررين وأفراد الجمهور وهو ما يعني حيوية وفورية استقبال رجوع الصدى من الجمهور².

وقد أشار "Mc Milan" إلى أن للتفاعلية ثلاثة أشكال أو ثلاثة مستويات تندرج كلها تحت المفهوم الشامل للتفاعلية في عملية الاتصال منعا لحدوث أي لبس في فهم أبعادها، وهي³:

التفاعل في علاقة المستخدم بغيره من المستخدمين "User to User": مثل أشكال التواصل التفاعلي الشخصي الذي يعتمد على الحاسب الآلي، ومنها البريد الإلكتروني، والدردشة، وتكمن أهم ملامح ذلك المستوى من التفاعلية في أنه يعد أول تطبيق للتزامنية مقترنة بالاتصال المكتوب.

1- زكرياء بن صغير: مهارات استخدام الإنترنت في العمل الصحفي، ط1، دار الخلدونية، الجزائر، 2016، ص28.
2- Li, Xigen, "Web Page Design and Graphic use of three Newspapers", **Journalism Quarterly and Mass Communication**, Vol 75, N°.2, Summer 1998, p353, 365.
3- Livingston, Sonia, **Young People and New Media Childhood and Changing Media Environment**, First Edition, Sage Publications, London, 2002, p213, 215.

- التفاعل بين المستخدم والوثائق "User to Document": وهو الشكل الذي يسمح للمستخدم بالتحكم التكنولوجي في اختيار المحتوى والتفاعل معه، مثل استخدام الصفحات الفورية التي تعتمد على هيكل الهايبرتاكست.
- التفاعل بين المستخدم والنظام "User to System": وتتضمن مختلف أشكال التفاعل بين الإنسان والآلة مثل الألعاب وآليات البحث.

والصحافة الإلكترونية تتسم بالفورية والتفاعلية التي تمكن المستخدم من التفاعل مع غيره من المستخدمين من خلال ساحات الحوار والردشة، أو من خلال التعرف على آراء وتعليقات المستخدمين على المضمون المقدم في الموقع الإلكتروني، أو بأي وسيلة أخرى، كما تمكن المستخدم من التفاعل مع النص المقروء، وذلك بإتاحة الحرية الكاملة في الانتقال من النصوص المتاحة على الموقع، ثم إمكانية حفظ المادة الإعلامية في ملف إلكتروني خاص به، أو طبعه، أو التعليق عليه في المواقع التي تتيح ذلك¹.

2.4. الفورية:

يقصد بذلك تقديم الصحف الإلكترونية لخدمات إخبارية آنية، تستهدف إحاطة مستخدميها بأخر الأخبار والمعلومات في مختلف المجالات لملاحظة تطورات الأحداث المتلاحقة. وهناك من يطلق على الصحيفة الإلكترونية بالصحيفة الفورية إشارة لإمكانية نقل الأخبار والأحداث المختلفة فور وقوعها، كما أن الفورية التي تتسم بها الصحيفة الإلكترونية يصاحبها مرونة غير مسبوقة في الاستفادة من هذه الفورية وتطبيقاتها، وهو ما يظهر في قدرتها على تحديث محتواها، ونقل الأخبار المهمة فور وقوعها، مقارنة بوسائل الإعلام الإلكترونية التقليدية مثل الإذاعة والتلفزيون، والتي تتسم بالفورية (إلى حد ما) وهو ما يجعل فورية هذه الوسائل في عرض الأخبار المهمة منقوصة، لأن إضافة مادة جديدة طارئة تقتضي وقف نقل أو عرض بقية المواد. كما أنه لا يمكن تحديث المحتوى ككل في أكثر من اتجاه، لأن الوسيلة التقليدية (إذاعة – تلفزيون) لا تستطيع أن تقدم للمتلقي سوى عنصر واحد في اللحظة نفسها².

"وقد أصبح المظهر الأساسي والأكثر بروزاً في حياتنا المعاصرة هو السرعة، سرعة تدفق الأخبار والمعلومات وتداولها، فعندما أغتيل الرئيس الأمريكي أبراهام لنكولن في إبريل 1865م استغرق وصول خبر مقتله ستة أشهر حتى يعم الولايات المتحدة الأمريكية وحدها، وعندما أغتيل الرئيس الأمريكي كينيدي في 1963م وصل خبر مقتله إلى كل الأمريكيين خلال الساعة التي تم فيها، أما عندما تم تنفيذ الإعدام في الرئيس الروماني

1- رضا عبد الواحد أمين: "الإمكانات التقنية في مواقع الصحف الإلكترونية العربية: دراسة تحليلية لعينة من الصحف العربية على الإنترنت"، مؤتمر الإعلام العربي والإنترنت، المنظمة العربية للتنمية الإدارية، شرم الشيخ، مصر، أغسطس 2006، ص1، 46.

2- ماهر عودة الشمالية وآخرون: الصحافة الإلكترونية الرقمية، المرجع السابق، ص95.

الفصل الثاني الصحافة الإلكترونية..مقاربة نظرية

شاوشيسكو في ديسمبر 1989م فقد علم الشعب بالخبر في الدقيقة التي حدث فيها بفضل البث التلفزيوني المباشر، وعندما تمت محاصرة مجلس الدوما الروسي للإطاحة بالرئيس الروسي السابق يلتسين علم مستخدمو الإنترنت بالحدث في الثانية ذاتها. لقد أصبح الإعلام يملك سرعة الإنترنت على حد تعبير صحافيي الصحيفة الفرنسية Le monde "diplotique"¹.

3.4. تعدد الوسائط:

وهناك عدة تسميات تطلق عليها، فنجد مصطلح "ملتيميديا" أو الوسائط المتعددة "Multimedia"، هيبيرميديا "Hypermedia" أو الوسائط التشعبية، أو يونيميديا "Unimedia"، الوسائط الواحدة أو الموحدة أو الوسائط المندمجة "Mixmedia"، أو الوسائط النهائية "Ultimedia"، حيث تم اقتراح هذا المصطلح الأخير من طرف شركة أي بي أم "IBM" في تقديمها لبرمجياتها التطبيقية².

ويرى رضا عبد الواجد أمين أن الصحافة الإلكترونية هي وسيلة من الوسائل متعددة الوسائط "Multimedia" تنشر فيها الأخبار والمقالات وكافة الفنون الصحفية عبر شبكة المعلومات الدولية الإنترنت بشكل دوري، باستخدام تقنيات عرض النصوص والرسوم والصور المتحركة وبعض الميزات التفاعلية، وتصل إلى القارئ من خلال شاشة الحاسب الآلي، سواء كان لها أصل مطبوع، أو كانت صحيفة إلكترونية خالصة³.

فالصحافة الإلكترونية تجمع ما بين الصوت الذي يقدمه الراديو والصوت والصورة المميز للتلفزيون والنص الذي تقدمه الصحيفة المطبوعة، إذن فكل هذه المميزات تجتمع في وسيلة واحدة هي الصحيفة الإلكترونية⁴.

4.4. التحديث:

يقصد بذلك تقديم الصحف الإلكترونية خدمات إخبارية آنية "Online"، تستهدف إحاطة متصفحها بالتطورات الحالية في مختلف المجالات، وينطلق عمل الصحف

1- نصر الدين العياضي: إشكاليات الإعلام في عصر العولمة، الجزائر، كلية العلوم السياسية والإعلامية، جامعة الجزائر، 2003، ص23، 24.

2- وسام كمال: الإعلام الإلكتروني والمحمول بين المهنية وتحديات التطور التكنولوجي، ط1، دار الفجر للنشر والتوزيع، القاهرة، 2014، ص40.

3- رضا عبد الواجد أمين: الصحافة الإلكترونية، المرجع السابق، ص95.

4- حسنين شفيق: الوسائط المتعددة وتطبيقاتها في الإعلام، ط2، رحمة برس للطباعة والنشر، القاهرة، 2002، ص183.

الإلكترونية على تحديث خدماتها الإخبارية بشكل مستمر طوال اليوم من رغبتها لمسايرة الطبيعة الخاصة للإنترنت التي تعد المباشرة والفورية أحد سماتها¹.

5.4. سهولة التعرض:

حيث تعد سهولة التعرض أحد عوامل تفضيل الوسائل لدى الجمهور، ولذلك فإن إقبال الجماهير يزداد على الوسائل التي يقل ما يجب أن يبذله 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 إلى تلقي الأخبار من الشاشة أكثر من الورق وتتحقق سهولة التعرض التي تتسم بها الصحف الإلكترونية من خلال الالتزام بالسمات التحريرية المميزة لمضامين الصحف الإلكترونية، إضافة إلى أهمية دعم هذه المضامين من خلال لغة ميسرة ووسائط متعددة².

6.4. التمكين:

في الصحافة المطبوعة ليس للجمهور خيار سوى قراءة ما هو مكتوب بالصحيفة، لكن الصحافة الإلكترونية تقبل بفكرة تمكين الجمهور من بسط نفوذه على المادة المقدمة وعملية الاتصال ككل، من خلال الاختيار ما بين الصوت والصورة والنص الموجود مع المحتوى الصحفي، سواء كانت أخباراً أو تقارير أو تحليلات، فالقارئ ليست أمامه قصة إخبارية واحدة فقط حول القضية، بل بين يديه كل القصص التي نشرت عن الموضوع نفسه في السابق، وروابط لمواقع أخرى يمكنه أن يجد بها معلومات إضافية وبين يديه أيضاً خدمات متعددة يمكنه الاختيار من بينها³.

7.4. الأرشفة الإلكترونية الفوري:

تتيح الصحف الإلكترونية إمكانية استخدام الأرشفة الخاص بها، وهي بهذا تقدم مخزوناً وافراً من المعلومات حول نقطة واحدة وفي ثوان معدودة، بل وبميزات أخرى تميزها عن فكرة الأرشفة التقليدي وكأنها تقدم للمستخدم حافظة في جيبه لمعلومة ترد على خاطره ينقب عنها بأيسر الطرق وأكثرها فعالية، وبهذا يعتبر الارتداد إلى الوراء هو أسرع طريقة للسير إلى الأمام في التعامل مع الخبر أو المادة موضع التعامل والتفاعل، هذا الأمر لا يخلو من بعض الملاحظات الجديرة بالتوقف أمامها وهي:

1- مسعودان نسمة وآخرون: "رهانات الصحافة الإلكترونية"، المجلة العربية للعلوم الاجتماعية، المؤسسة العربية للاستشارات العلمية وتنمية الموارد البشرية، (المجلد1)، (العدد13)، يناير 2018، ص57، 87.
2- نصر حسني: الإنترنت والإعلام والصحافة الإلكترونية، ط2، مكتبة الفلاح للنشر والتوزيع، العين، 2003، ص104.
3- جمال غيطاس: "الصحافة الإلكترونية"، المؤتمر الرابع للصحفيين، مجموعة المکتبيين العرب، القاهرة، 2005، ص34.

الفصل الثاني الصحافة الإلكترونية..مقاربة نظرية

الأرشيف الإلكتروني هو أرشيف عملاق الإمكانيات، بمعنى أنه متنوع ما بين مواد صوتية ولقطات فيديو وصور ونصوص سابقة، كل هذا هو سهل الاستخدام تحت يد المستخدم على مافيه من تنوع وثراء. يحتفظ الأرشيف الإلكتروني بمادة غزيرة جدا تفوق أضعافا مضاعفة الأرشيف التقليدي.

الأرشيف الإلكتروني يوفر ما يمكن تسميته بالطبقات الصحفية المتراسة للخبر الواحد تحت يد الباحث أو المستخدم، وهذا يعني أنها تتغلب على مشكلة المساحة المحدودة والضيقة ذات الأطر الحديدية في الصحف الورقية، فالأرشيف الإلكتروني هنا يوفر مساحات لا متناهية لنشر المعلومات والأخبار، ويتحرر من بعض القيود في الصحف الورقية، وهذا ما شجع بعض الباحثين الأجانب على إطلاق مصطلح جديد في ظل هذه الثورة الصحفية هو الصحافة التفسيرية التي تعني توفير أكبر قدر ممكن من مصادر المعلومات ومستوياتها لمن يريد¹.

كما اتجهت الصحف الإلكترونية إلى اتباع أنظمة حفظ الأرشيف المتطورة من خلال الاعتماد على الاستخدامات الحديثة للإنترنت التي تساهم في بناء ذاكرة الصحيفة الإلكترونية².

8.4. تقنية النص الفائق:

يعد تد نلسون "Ted nelson" الرائد في تكنولوجيا المعلومات، وهو أول من استخدم هذا المصطلح في عام 1965، بعد أن صاغه من مصطلحي "Hypertext" و"Hypermedia" في عام 1963³.

وتعني الوسائط المتشعبة عملية ربط بين النصوص والصور والجرافيك والصوت بواسطة روابط متشعبة، وفي هذه الحالة فهي تتيح للمضمون الإبحار في العالم الافتراضي عن طريق وصلات متشعبة، وتختلف عن الوسائط المتعددة، كون إعلام الوسائط ينتج عن عملية اندماج بين ثلاث وسائط متمثلة، بالنص، والصورة، والصوت، ومن ثم خلق حالات تفاعلية "Interactivity" بين المضمون المنتج المعروف عبر الحاسوب والمستخدم، فضلا عن أن الوسائط المتعددة تسير بشكل خطي، في حين الوسائط المتشعبة تنتشعب بمستوى غير محدود⁴.

1- غازي خالد محمد: "الصحافة الإلكترونية العربية الالتزام والتجاوز في الخطاب والطرح"، أطروحة دكتوراه منشورة، كلية الإعلام، جامعة PHU الأمريكية، 2009، ص240، 241.
2- محمود علم الدين: الصحافة في عصر المعلومات: الأساسيات والمستحدثات، ط1، العربي للنشر والتوزيع، القاهرة، 2000، ص26.
3- غالب كاظم جواد الدعيمي: الإعلام الجديد اعتمادية متصاعدة ووسائل متجددة، ط1، دار أمجد للنشر والتوزيع، عمان، 2017، ص63.
4- عباس مصطفى صادق: الإعلام الجديد المفاهيم والوسائل والتطبيقات، دار الشروق للنشر والتوزيع، عمان، 2008، ص153.

الفصل الثاني الصحافة الإلكترونية..مقاربة نظرية

ومن سهولة استخدامات الشبكة تعرض الصحفيين للمواقع المتاحة والحصول على أعداد كبيرة من مصادر المعلومات مع إمكانية ربط القصص الإخبارية بسياقاتها المختلفة وبالأرشيف الخاص بهذه المواقع، وكذلك من خلال الاستفادة من تقنية النص التشعبي "Hypertext" الذي يتيح الوصول إلى مواقع أخرى عبر الشبكة، ولا تقتصر تقنية النص التشعبي على النصوص والكلمات فقط بل على الصور والرسوم التوضيحية، هذا بالإضافة إلى التفاعلية الميسرة بسهولة للصحفيين التي تتوافق مع سهولة الاستخدام حيث يمكن لهم إرسال رسائلهم إلى ملايين المستقبلين في وقت واحد دون عناء¹.

تجاوز وحدة الزمان والمكان: الاتصال الرقمي اتصال عن بعد لا يفترض فيه تواجد أطراف الاتصال في مكان واحد وفي نفس الوقت (التزامن)، اللهم إلا في عمليات الدردشة، أو المؤتمرات عن بعد، وأدى ظهور الكثير من الأجهزة الرقمية Laptops، والهواتف إلى تسهيل إمكانية الاتصال مهما تباعدت المسافات بين أطراف عملية الاتصال. نظرا لإمكانية الأجهزة والبرامج الرقمية في الاستقبال، والإرسال والتخزين، والتحميل على الأجهزة، والأسطوانات، وإعادة استقبالها مرة أخرى في الوقت المناسب. وقد ارتبط هذا اللاتزامن، بأشكال اتصال أخرى مثل: البريد الإلكتروني E-Mail، أو التعرض للمواقع الإعلامية كالصحف ومحطات التلفزيون.

وقد راعت وسائل الإعلام هذه النقطة فقامت بتحميل موادها الإعلامية على الخوادم المرتبطة بالمواقع، نظرا لإمكانية الأجهزة والبرامج الرقمية في الاستقبال والتخزين أو التحميل على الأجهزة أو الأسطوانات وإعادة استقبالها مرة أخرى في الوقت المناسب بالمواقع الخاصة بها، ليقوم المستخدم في الوقت المناسب لها بالاطلاع عليها².

9.4. النشر على نطاق واسع:

فمن حيث المساحة الجغرافية، يمكن للصحيفة الإلكترونية -عن طريق الإنترنت- الوصول إلى مختلف أنحاء العالم على عكس الصحيفة الورقية التي تكون مقيدة جغرافيا بأماكن التوزيع، وحتى إن استطاعت بعض وسائل الإعلام التقليدية من تجاوز محليتها فإنها لا تضمن نشر رسائلها الإعلامية إلا على عدد محدود من المتلقين في العالم، لذلك تسعى غالبية الوسائل الإعلامية إلى شق طريقها واستحداث نسخة إلكترونية لها على شبكة الإنترنت³.

تتمثل في قدرة الصحف الإلكترونية على اختراق الحدود والقارات والدول دون رقابة أو موانع أو رسوم، بل وبشكل فوري، ورخيص التكاليف، وذلك عبر الإنترنت، وبذلك

1- عبد الأمير الفيصل: "الصحافة الإلكترونية مقارنة أولية"، المرجع السابق، ص16.

2- مصطفى يوسف كافي: الإعلام المعاصر وتحديات العولمة، ط1، ألفا دوك، قسنطينة، 2017، ص81، 82.

3- عبد الأمير فيصل: الصحافة الإلكترونية في الوطن العربي، المرجع السابق، ص117.

الفصل الثاني الصحافة الإلكترونية..مقاربة نظرية

فإن صحفا ورقية مغمورة بات بمقدورها أن تنافس من خلال نسختها الإلكترونية صحفا دولية كبيرة إذ تمكنت من تقديم أشكال تقنية متقدمة ومهارات إرسال، ونوعية جيدة من المضامين وخدمات متميزة. ولأن الإرسال عبر الإنترنت سيعني بالضرورة منح الصحف الإلكترونية صبغة عالمية بغض النظر عن إمكانياتها ولأن المضامين هنا يجب أن تكون متوافقة مع هذه الصبغة العالمية، فإن البعض بات يتساءل بجديّة عما إذا كان يصح إطلاق صفة (الصحيفة المحلية) على الصحف التقليدية التي تصدر لها طبعات إلكترونية¹.

10.4. التفتيت أو اللاجماهيرية:

وتتجسد اللاجماهيرية في تعدد الرسائل وبالتالي تعدد الخيارات التي تتيح إمكانية انتقاء ما يلائم الأفراد أو الجماعات الصغيرة المتجانسة، فمفهوم الرسائل الموحدة التي تلائم الجماهير العريضة قد ولى في زمن الصحافة الإلكترونية².

وترتبط هذه السمة بالجمهور وطبيعة استخدامه للصحيفة الإلكترونية، وتتحقق هذه الإمكانية بإحدى الطريقتين³:

- الطريقة الأولى وهي إتاحة اختيارات متعددة أمام القارئ ليختار منها ويقوم هذا الأسلوب على استخدام نظام الوصلات، والتي تحيل المستخدم حسب رغبته إلى مواقع إخبارية، أو جماعات المناقشة أو خدمات البحث، أو الأرشيف، وتسمح هذه الطريقة للمستخدم بالبحث والرجوع إلى الوثائق والمصادر المختلفة للمحتوى المقدم إليه في الموقع الإخباري.
- الطريقة الثانية وتسمى بدفع المحتوى، حيث يكون على المستخدم تحديد قائمة تتضمن كل المجالات التي تهتم، ثم يتولى الموقع نفسه مهمة إرسال المواد والمعلومات إلى المستخدم بشكل أوتوماتيكي ليطالعها في الوقت الذي يريده.

11.4. العمق المعرفي:

كما تحتوي على "قدر معرفي مناسب حيث تعمل هذه الصحف على تقديم عمق معرفي إضافي للمواد المنشورة فيها، وتستهدف هذه الخدمات تقديم خلفيات الأحداث وربطها بالقضايا أو الموضوعات المتعلقة بها، ويتم ذلك من خلال سماح النمط الإلكتروني المستخدم في تصميم الصحف الإلكترونية، بانتقال القراء بمجرد الضغط على أيقونة خاصة

1- باية سيفون: الإنترنت والصحافة الإلكترونية دراسة في طبيعة العلاقة والتأثير، ط1، دار الخلدونية، القبة القديمة، 2016، ص305.

2- رضا عبد الواحد أمين: النظريات العلمية في مجال الإعلام الإلكتروني، ط1، منتدى سوق الأزبكية، القاهرة، 2007، ص60.

3- ماجد سالم تربان: الإنترنت والصحافة الإلكترونية رؤية مستقبلية، المرجع السابق، ص137.

الفصل الثاني الصحافة الإلكترونية..مقاربة نظرية

بذلك، إلى خدمات معرفية أخرى تقدمها الصحيفة نفسها وتسمح بالعودة إلى أرشيف الصحيفة"¹.

12.4. القدرة على الربط بين العناصر المتعددة:

تأتي القدرة على ربط العناصر وأشكال مختلفة من المعلومات مع بعضها البعض كأهم الملام التي تميز الصحافة الإلكترونية لأنها تتيح للمستخدم أن ينتقل من متابعة معلومة ما في وثيقة ما، إلى وثيقة أخرى مختلفة تماما، وقد تكون محفوظة في حاسب آخر².

13.4. الشخصية:

ويتوقع عدد كبير من الخبراء أن ينشأ نوع جديد من الصحافة الإلكترونية مستقبلا، يطلق عليه "الصحافة شديدة التكيف"، التي توفر مستوى من الشخصية، يصل بها إلى التكيف بشدة وسرعة مع احتياجات ورغبات الجمهور، حتى نصل إلى الدرجة التي يستطيع فيها كل مستخدم على حدة أن يحدد سلفا طبيعة ومحتوى صحيفته الإلكترونية، أو موقعه الإلكتروني الصحفي المفضل بشكل عميق وشامل³.

ووفقا لذلك، فإن الصحيفة الإلكترونية أصبحت نسخة خاصة لكل فرد أو قارئ على حدة، وهو ما تفعله بعض المواقع الكبرى في تقديمها لمجالات المعلومات للقارئ، مثل موقع غوغل من خلال خدمة أي غوغل⁴.

14.4. القابلية للتحويل:

وهو قدرة وسائل الاتصال على نقل المعلومات من وسيط إلى آخر كالتقنيات والبرامج الخاصة بالحاسب الإلكتروني التي يمكنها تحويل الرسالة المسموعة إلى رسالة مطبوعة والعكس، مثل نظم التعرف الصوتي، وهناك نظم الترجمة الآلية ظهرت مقدماتها في نظام مينتل الفرنسي⁵.

1- خالد منصر: "دور الصحافة الإلكترونية في تكوين الرأي العام مقارنة نظرية"، مجلة تاريخ العلوم، جامعة زيان عاشور الجلفة، (العدد 11)، مارس 2018، ص58.

2- فوراري صونية: "اتجاهات جمهور الطلبة نحو الصحافة الإلكترونية"، شهادة ماجستير في الإعلام والاتصال، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، جامعة بسكرة، 2011، ص251.

3- علي عبد الفتاح كنعان: الصحافة الإلكترونية، المرجع السابق، ص106.

4- علي عبد الفتاح كنعان: الصحافة الإلكترونية، المرجع نفسه، ص106.

5- عبد الأمير الفيصل: الصحافة الإلكترونية في الوطن العربي، المرجع السابق، ص25.

ثالثا: التحرير الصحفي في الصحافة الإلكترونية:

1. أدوار تكنولوجيا الحاسبات الإلكترونية في التحرير الصحفي الإلكتروني:

يشار إلى أن دخول الكمبيوتر عالم الصحافة تم عبر ثلاث مراحل متداخلة، المرحلة الأولى كانت دخول الكمبيوتر المرحلة التجارية من العمل الصحفي حيث استخدم بشكل رئيس في أعمال المحاسبة والتوزيع، والمرحلة الثانية كانت في منتصف الستينات دخل الكمبيوتر غرفة الأخبار واستخدم بوظائف متعددة تتراوح بين أنظمة المراقبة وسلك التحرير الصحفي، والمرحلة الثالثة في بداية السبعينات بدأت الصحف الورقية في استخدام الكمبيوتر لإنتاج الصحف¹.

حيث أن دخول الحاسبات إلى مجال التحرير الصحفي جعل عملية تصويب الأخطاء التحريرية تتم على شاشات الحاسب الإلكتروني، وبذلك تم تحويل عملية كانت تتم يدويا إلى عملية آلية. وفي إطار عملية جمع الصحفي للمادة الصحفية ونقلها إلى الصحف يستخدم الصحفيون جهاز كمبيوتر صغير لإرسال المواد للصحفية المطبوعة إلى المركز الرئيسي للجريدة عن طريق الاتصال التلفوني بالإضافة إلى ماتيحه حاليا شبكة الإنترنت للصحفيين من استخدامات عديدة في مجال جمع المادة الصحفية وإجراء الحوارات وعمل التحقيقات الصحفية والتعامل مع مصادر الأخبار والمعلومات والحصول على كم هائل من المعلومات بسرعة ومن مصادر متعددة وتيسر له القيام بعدد كبير من أنواع التغطيات الصحفية. كذلك استفاد الأرشيف الإلكتروني من تكنولوجيا الحاسبات الإلكترونية وسرعتها الفائقة في تحرير المعلومات واستدعائها بسهولة ويسر².

بالإضافة إلى استفادة الصحافة من الإنترنت في تحسين ما تقدمه على مستوى المضمون والصور وربط المعلومات بمصادر مختلفة ومتباينة وعلى مستوى الصور وجودتها وسرعة نقلها، وكذلك تغيير طرق التوزيع والطباعة في أماكن مختلفة من العالم في وقت واحد... أيضا على مستوى الشكل في إخراج الصحيفة الإلكترونية أو المطبوعة ورسم الصفحات إلكترونيا والتسهيل على المحررين كتابة موضوعاتهم في أي مكان في العالم وإرسالها إلى الجريدة³.

ومع مرور الوقت، وظفت تكنولوجيا الحاسبات في كافة مراحل النشر الصحفي، بحيث شملت صف الحروف للمادة التحريرية والإعلامية والمراجعة والتصحيح وإخراج

1- رعد منير نشيرات: دليل توظيف الكمبيوتر والإنترنت في العمل الصحفي، الوكالة الأمريكية للتنمية الدولية USAID، الأردن، 2010، ص3.

2- محمد فريد محمود عزت: "الصحافة الإلكترونية التفاعلية: النشأة والتطور والمميزات والسلبيات"، المرجع السابق، ص279، 301.

3- خالد محمد غازي: الصحافة الإلكترونية العربية: الالتزام والانفلات في الخطاب والطرح، ط1، وكالة الصحافة العربية، الجيزة، 2016، ص86.

الصفحات والتجهيز والطباعة، إلا أن التطرق للدراسة يقع في سياق التحرير الصحفي والعمليات مرتبطة به كآلاتي:

1.1. جمع المادة الإلكترونية (Electronic Newsgathering):

وأجمع عدد من الخبراء في علم الصحافة والإعلام على مجموعة من الوسائل والطرائق الفنية والشخصية التي تساعد الشباب الصحفيين في مختلف دول العالم في الوصول إلى الأخبار المختلفة لتغذية صحفهم التي يعملون فيها كمراسلين ومندوبين ومحررين؛ فالحصول على المعلومة من مصادرها المتنوعة تساوي نصف المهمة الملقاة على عاتق الصحفي. أما النصف الآخر فيتمثل في تقنية التحرير والنشر، أو البث في الوقت المناسب¹.

حيث تقدم تكنولوجيا الاتصال اليوم لمحري الصحف طرقا جديدة لجمع المعلومات الصحفية من أخبار خارجية وصور ورسوم، وقد ساعدت الطرق التكنولوجية في توسيع آفاق البحث عن المعلومات، وإتاحة المصادر المعلوماتية بشكل أسرع وأسهل واستخدمت مصادر بحث جديدة. ويتم الحصول على المواد الصحفية من مصادر متعددة مثل المحررين والمراسلين المنتشرين في أماكن متعددة، ووكالات الأنباء المحلية والعالمية، ووكالات الصور، والمصادر الإلكترونية المسموعة والمقروءة التي تتعدد وتتنوع، وفي مقدمتها قسم الاستماع في الصحف للإذاعات المختلفة، فضلا عن الصحف والمجلات التي تعتبر رافدا لبعض الموضوعات الصحفية التي تنشرها بعض الصحف. وقد أصبحت شبكة الإنترنت من المصادر المغذية للصحف لموضوعات شتى، حيث أثبتت بعض الدراسات أن 93% من الصحفيين العاملين في مؤسسات إخبارية يستخدمون الإنترنت في البحث والإعداد².

حيث تتوفر على الإنترنت العديد من المصادر الصحفية التي تتناول ذات الموضوعات بطرق مختلفة ومتنوعة، مما يسمح بالتعرف على أبعادها المتعددة، من مصادر ووثائق وإحصائيات وبيانات تعمق معرفته ومعلوماته حول الموضوع الذي يكتب عنه، والتي تساعد في استكمال أبعاد الموضوع ومعرفة خلفياته³.

1- جبار العبيدي، محمد عبد السلام: موضوعات إعلامية، مركز عبادي للنشر والتوزيع، صنعاء، 1995، ص168، 169.

2- أمل محمد خطاب: تكنولوجيا الاتصال الحديثة ودورها في تطوير الأداء الصحفي، دار العالم العربي، القاهرة، 2009، ص68.

3- أشرف فهمي خوخة: التوثيق الإعلامي ومصادر المعلومات، دار المعرفة الجامعية، الإسكندرية، 2011، ص108.

لذا يتعين على المحرر الصحفي الإلكتروني في مرحلة جمع المعلومات أن يراعي ثلاث مستويات أساسية في تقديم المادة الصحفية في الصحيفة الإلكترونية، هي¹:

- المستوى السطحي، وفيه يتم الاهتمام بالإيجاز، والاختيار والتكثيف.
- المستوى المتعمق، وفيه يتم الاهتمام بالتفاصيل، والخفيات، ووجهات النظر المختلفة.
- مستوى التحديث، وفيه يتم جمع المعلومات الحالية لمتابعة الحدث أول بأول.

2.1. تقييم ومعالجة المادة إلكترونيًا (Electronic Copy-Testing):

عملية معالجة المادة الصحفية أو تحرير المادة الصحفية هي العملية التي تبدأ فور جمع المادة وكتابتها، فالمحرر يكتب المادة في الشكل الذي اختاره بنفسه، وقد يكتب المحرر ويراجعه المحرر المسؤول أو يعيد عملية تحرير جديدة تتضمن المراجعة وإعادة الصياغة، سواء بالحذف أو بالإضافة أو تغيير الأسلوب أو البناء الفني للنص².

حيث كانت عملية التحرير الصحفي كما أشرنا إليها في محور الاستخدامات المتعلقة بمعالجة المادة الصحفية تتم بشكل يدوي في الماضي باستخدام الورقة والقلم الذي تجري به يد المحرر لتصويب الأخطاء التحريرية (لغة، أسلوب، معلومات) داخل النص، ومع اتجاه العمل الصحفي بشكل سريع ومتزايد نحو الاعتماد على تكنولوجيا الاتصال بالإنترنت أصبحت عملية معالجة المادة الصحفية تتم آلياً على إحدى شاشات الكمبيوتر المرتبطة بالإنترنت، ضمن أنظمة برمجية يتم تنصيبها داخل شبكة الاتصال بمقر الصحيفة والمتصلة بدورها بالشبكة العالمية بالإنترنت، فيما يعرف بالتحرير الإلكتروني عبر الشبكة³.

حيث يتم تدقيق المواد إلكترونيًا من الشاشة حينما يقوم المرسلون والصحفيون بالإضافة قصصهم مباشرة إلى وحدة عرض البيانات (Visual Data Unit) بدون الحاجة إلى وجود آلة كاتبة (Typewriter) أو عند نقل موادهم عبر الهاتف إلى الحاسبات مباشرة من خلال مستلمي القصص عبر الهاتف (Telephone copy takers). فأصبح تقييم المادة عملية تمتاز بالسهولة ليس بمجرد أن يستطيع المقيم (Copy tester) استدعاء كافة القصص الإخبارية، وإنما أيضا استدعاء الأخبار بأقسامها المختلفة سواء كانت رياضية واقتصادية من خلال الضغط على الفأرة، والتي كأنها تقف في صف انتظار ليتم معاينتها ومن ثم يتم تجهيز تخطيط الصفحة (Layout) لها وتحريرها. كما أنها توضح

1- خلود العصيمي: "أدوات التحرير الإلكتروني في الصحافة الإلكترونية السعودية: دراسة مسحية على القائم بالاتصال"، المجلة العربية للإعلام وثقافة الطفل، المؤسسة العربية للتربية والعلوم والآداب، (العدد7)، أبريل 2019، ص91، 138. متوفر على الرابط: <http://search.mandumah.com/Record/955276>

2- فاروق أبو زيد: فن الكتابة الصحفية، ط4، عالم الكتب، القاهرة، 1990، ص8، 16.

3- أمل محمد أمين خطاب: تكنولوجيا الاتصال الحديثة ودورها في تطوير الأداء الصحفي، المرجع السابق، ص81.

معلومات المصدر واسم المادة والملخص الرئيسي والسطور الأولى للقصة وحجمها، حيث تعرض جميع تلك المعلومات من خلال تلك الوحدة. فدخلت تكنولوجيا الحاسبات في مراحل الإنتاج الصحفي وتبنتها معظم وكالات الأنباء والمؤسسات الإعلامية فأصبحت غاية محتمة على المؤسسات الإعلامية ومزودي الخدمة من أجل إرضاء مشتركيها¹.

3.1. التحرير الصحفي الإلكتروني (Electronic Editing):

مع وضع النسخة مباشرة إلى الحاسب، يستطيع المحرر المساعد (Sub Editor) استخدام الأدوات التقنية في التحرير الصحفي. ومع الانتهاء من مرحلة تقييم الأخبار (Copy Testing)، تستكمل بقية عمليات التحرير الصحفي باستخدام تكنولوجيا الحاسبات، ولا يحتاج المحرر المساعد الذي قام بالتحرير على الشاشة الحاسوبية إلى إعادة تقييمها على النسخة المطبوعة في حال طبعاتها. ويمكن معرفة عدد أحرف القصص الإخبارية والسطور وفق المساحة المخصصة لتخطيط الصفحة (The page Layout)².

ومن مظاهر توظيف تكنولوجيا الحاسبات أثناء التحرير الصحفي الإلكتروني استخدام المؤشر أو القلم الإلكتروني على الشاشة يسهل عمليات الحذف والتعديل أكثر من القلم الحبر، والذي يساهم في إنتاج نسخة نظيفة بدون وجود شخبطة أو الدوائر أو توصيل السطور المفقودة التي تتم بها الطريقة التقليدية لتدقيق الأخبار الصحفية. بينما أي تعديل أو تغيير على النص يتم تعديله إلكترونياً على الشاشة دون وجود آثار لهذا التغيير³.

لذا فإن وظيفة التحرير الإلكتروني، تتميز بتنوع البرامج المساعدة في عملية الكتابة والمعالجة والتحرير الإلكتروني، وبرامج تخص الأسلوب والإعراب والإملاء، بل وتوجد برامج لكتابة القصص الإخبارية بشكل آلي باستخدام طرق التغذية الإلكترونية للبيانات E-data feeds، وذلك في مجالات عديدة مثل الاقتصاد والرياضة، وفي المواد الصحفية التي تتضمن الإحصائيات مثل أسعار الأسهم والحصص والعملات، وهو ما جعل الصحف

1- Khattak, A, Nasir, M & Sultan, K: The Role of Information Technology in Media Industry", **International Journal of Business and Social Science**, Vol. 3 N°1, 2012, p6.

2- خلود العصيمي: "أدوات التحرير الإلكتروني في الصحافة الإلكترونية السعودية: دراسة مسحية على القائم بالاتصال"، المرجع السابق، ص91، 138.

3- خلود العصيمي: "أدوات التحرير الإلكتروني في الصحافة الإلكترونية السعودية: دراسة مسحية على القائم بالاتصال"، المرجع نفسه، ص91، 138.

تتخلص من الصحفيين الذين لا يجيدون استخدام هذه البرامج، حتى قال البعض أن الصحافة نفسها يعاد كتابتها ببرامج كمبيوتر جديدة¹.

2. الكتابة والتحرير في الصحافة الإلكترونية:

استطاعت الصحافة الإلكترونية أن تحدث انقلابا ليس فقط في نوعية المادة الصحفية، وفي سرعة تناقل الخبر، ولكن أيضا في صياغة الخبر وشكله وطريقة تحريره، وذلك من خلال التركيز والاختصار، واللذين هما السمة المميزة للخبر على الإنترنت، فاستخدام الجمل القصيرة في صياغة الخبر ضروري لأن قارئ الإنترنت يريد الانتهاء من القراءة بسرعة ولا وقت لديه للجمل الطويلة، وليس معنى الاختصار والتركيز أن الخبر لا يورد التفاصيل بل على العكس، فقد يعطي الخبر على الإنترنت تفاصيل كثيرة جدا، ولها علاقة بأحداث سابقة أكثر مما يعطي الخبر المنشور في الصحيفة المطبوعة، ولكن يتم هذا على الإنترنت من خلال الروابط أسفل الخبر والتي يفتحها ويقرأها من يريد الاستزادة بالمعلومات².

كما تُعدّ الكتابة للصحافة الإلكترونية مزيجا من الكتابة للصحافة المطبوعة والكتابة للإذاعة والتلفزيون، حيث أن أسلوب الكتابة الموجزة البسيطة الذي يفضله الإذاعيون، يسهل بدوره قراءة واستيعاب الصحافة الإلكترونية، ومن الأهمية بمكان استخدام القواعد الأساسية للكتابة الجيدة، ومراعاة القواعد اللغوية والتهجئة، إلى جانب أن تقدم الجملة الإفتتاحية ما يشجع القارئ على متابعة القراءة، وتتيح الصحافة الإلكترونية للقراء أن يستجيبوا للكاتب أو المحرر مباشرة عن طريق الرسائل الإلكترونية، أو عن طريق محادثة حية، إضافة إلى ما تتيحه المواقع الإلكترونية من مساحة للقراء ليعبروا عن آرائهم فيما قرأوه³.

ويرتبط بالكتابة والتحرير في المواقع الصحفية بصفة عامة مجموعة من الاعتبارات هي⁴:

- أن جوهر الكتابة والتحرير والأسس الخاصة بها لم تختلف عن الكتابة للمطبوعات أو الإعداد للإلقاء والعرض الإذاعي والتلفزيوني حيث أن جوهر الفكرة يجب أن يكون واضحا وبسيطا في ذهن الكاتب أو المحرر وأن يستعين بكافة الوسائل

1- بخيت السيد: "تأثير تكنولوجيا الاتصال الحديثة على الممارسات الصحفية في الصحافة العربية"، ضمن أبحاث المؤتمر العلمي الخامس لكلية الإعلام المنشورة في كتاب تكنولوجيا الاتصال: الواقع والمستقبل، القاهرة، 2019، ص20.

2- علي عبد الفتاح كنعان: الصحافة الإلكترونية، المرجع السابق، ص60.

3- سمية بورقعة: الصحافة الإلكترونية الجزائر نموذجا، المرجع السابق، ص78.

4- محمد عبد الحميد: المدونات الإعلام البديل، عالم الكتب، القاهرة، 2009، ص157، 159.

- والأساليب الخاصة بجذب الانتباه إلى جوهر الفكرة ووضوحها في السياق الذي يدعمها ويؤكد معناها ودلالاتها وسهولة إدراكها بالتالي.
- ليس شرطاً أن تقدم الأخبار أو المواضيع مكتوبة أو يتم تحريرها لأغراض القراءة فقط ولكن يجب الأخذ بعين الاعتبار الوسائل المتعددة للعرض والتقديم مثل اللقاءات الصوتية مع الأطراف الفاعلة أو المشاركين، أو صور الفيديو للحدث وتطوراتها.
 - مستخدم المواقع الصحفية أو المتلقي في العملية الإعلامية هو القارئ والمُشاهد والمستمع معا وإذا كان لكل عملية من العمليات السلوك الاتصالي الخاص بها، فإن المتلقي في الصحافة الإلكترونية ينظم وقت التعرض إلى كل ذلك معا وفي إطار طقس جديدة تعتمد على التجول الحر والاختيار من بين الوسائل أو بين محتواها المكتوب أو المسموع أو المشاهد، ولذلك فإن توظيف الوسائل المتعددة في عرض المحتوى بأنواعه يجب أن يرتبط بداية بالوقت المتاح للقرار الخاص بالاختيار ثم احتمالات التجول، ويرتبط أيضا بطقس الاستخدام والتعرض وعلاقتها بتأثيرات الاستغراق في التعرض.
 - تعتبر المواقع الصحفية على الشبكة تجسيدا لتأثيرات الوسيلة على المحتوى وبالتالي فإن سعة المادة المتاحة وتعدد المصادر وطرق الإتاحة والتوصيل لا تعني أن تقدم كل ما هو متاح، ولكن نضع في اعتبارنا عند التحرير والكتابة والعرض والتقديم توظيف الروابط والوصلات بين الأجزاء لإتاحة الحرية للمتلقي في الاختيار والتجول والسيطرة على الوقت وظروف التعرض إلى هذه المواقع.
 - تعني حرية الاختيار والتجول بين المواضيع أو بين الأجزاء والمصادر ذات العلاقة، أو الوسائل المتعددة من خلال الوصلات والروابط، أن يتصدر الصحيفة الصفحة الرئيسية أو ما تسمى واجهة تفاعل المستخدم، التي تعتبر دليلا للاختيار والتجول ويعتبر تنظيم هذه الصفحة وبنائها المهمة الأولية للكتابة والتحرير باختيار موجّهات التفاعل اللفظية أو الرسومية ذات الدلالة على المواضيع أو الأجزاء أو الصفحة، وحتى الأدوات باعتبارها أحد العمليات الأساسية في الكتابة والتحرير قبل اعتبارها شكلا دالا على الصحيفة أو الموقع.
 - يضع الكاتب في اعتباره أن الصفحة الرئيسية أو واجهة تفاعل المستخدم لا تحتل أكثر من العناوين الدالة وعدد محدود من الأخبار الحالية بمفهوم الفورية والتحديث، مع الاهتمام بالصورة في العرض والتقسيم.
- وينطلق التحرير الصحفي من نقطتين أساسيتين هما¹:

1- خالد محمد غازي: التحرير الصحفي..توظيف تكنولوجيا الاتصال، ط1، وكالة الصحافة العربية، الجيزة، 2021، ص54.

الفصل الثاني الصحافة الإلكترونية..مقاربة نظرية

- النقطة الأولى: الكتابة التفاعلية للقراء الذين يتصفحون المواقع الإلكترونية بشكل مختلف عن الصحيفة الورقية، وهذا ما يقود إلى النقطة الثانية.
- النقطة الثانية: التفكير بأن الإنترنت وسيلة متميزة توظف الوسائط المتعددة، وليس امتدادا للصحيفة، لذا من المتوقع أن يلتزم بها المحرر بما يناسب طبيعة الإنترنت.

كما يذكر جاكوب نيلسن Jacob Nielsen ثلاث قواعد للكتابة الإلكترونية:

- الإيجاز: استخدام ما لا يزيد عن 50 بالمئة من النص الذي سيكون لديك عند كتابة نفس الموضوع في الصحافة المطبوعة.
- استخدام النص التشعبي: لتقسيم كتل طويلة من المعلومات في صفحات متعددة.
- قابلية المسح الضوئي: استخدام الفقرات القصيرة والعناوين الفرعية وقوائم نقطية بدلا من كتل طويلة من النص.

ويرى المختصون أن الكتابة الإلكترونية تستمد خصوصيتها من خصوصية القارئ على الإنترنت الذي يقل انتباهه بشكل أسرع على المواقع الإخبارية مقارنة بوسائل الإعلام المكتوبة، لذلك يتوجب على المحرر مساعدته حتى يجد بسرعة ما يبحث عنه من معلومات وما يشد انتباهه بشكل أطول، وذلك من خلال الالتزام بمجموعة من القواعد التحريرية هي¹:

- أن يُقسّم المحرر المحتوى الإعلامي إلى عدة فقرات على أن لا يتجاوز حجم المادة الإعلامية أكثر من ثلاث شاشات.
- اختيار زاوية محددة بدقة.
- ترتيب المعلومات المقدمة حسب درجة أهميتها.
- تقديم المعلومة الأكثر أهمية في بداية المادة الإعلامية وترك التفاصيل والخلفيات في النهاية.
- الكتابة بشكل واضح، واقعي ودقيق.
- الاعتناء أكثر بعناصر التقديم كالعناوين والمقدمات التي تلعب دورا هاما في عملية التحرير الإلكتروني، حيث يجب أن تلخص الفكرة الأساسية للمقال من جهة، كما تعمل على لفت انتباه القارئ ودفعه إلى متابعة بقية المقال من جهة أخرى.
- الحرص على تحرير فقرات واضحة: فقرة=فكرة.
- بناء المقال بترتيبه وفق المضمون المكمل (صور، فيديو، روابط).

1- Yves Agnès : **Manuel de journalisme -L'écrit et le numérique**, 3 -ème édition, édition la Découverte, Paris, 2015, p397, 398.

كل هذه السمات التي تنفرد بها الكتابة للإنترنت، والتي استمدتها من شبكة الإنترنت وتطور التقنية، يجعل على المحررين الأخذ بها في مراحل الكتابة للصحافة الإلكترونية والتي تتمصل في المراحل التالية: التخطيط، جمع المعلومات، تنظيم المعلومات، كتابة المادة وإعادة الصياغة.

3. أدوات التحرير الحديثة في الصحافة الإلكترونية:

ومن أدوات التحرير الإلكتروني التي لا بد على المحرر الإلكتروني تبنيتها ومعرفة مدى استفادة جمهور القراء منها عبر إجراء المزيد من الدراسات الإعلامية واستطلاعات الرأي في الجامعات والكليات الإعلامية وهي كالتالي:

1.3. الروابط والإحالات:

ترتبط آلية النصوص الفائقة بنفعل الروابط التشعبية التي تمتاز بمزايا الإبحار وتزيد من تفاعلية الصحف الإلكترونية¹. حيث يسهم النص المتشعب في الاختصار، وهو أيضا طريقة من طرق التحرير الصحفي الحديث. وفي هذا الصدد يوضح الباحث عادل الأنصاري أن قارئ الكتاب أو الصحيفة الورقية يجد صعوبة في التوجه إلى الإحالات إلى المواضيع ذات الصلة المشار إليها في النصوص المطبوعة، عكس الصحف الإلكترونية التي تتيح ذلك بكل سهولة من خلال النص المتشعب².

فيتم بناء المواقع بالاعتماد على قواعد المعلومات التي تمكن المتلقي من استدعائها من خلال النصوص الفائقة، مما تتيح إليه فرصة الدخول على هذه القواعد كفتح صفحات ويب مختلفة. كما أن النظام لا يفرق بين المعلومات الجديدة أو القديمة التي تحويها هذه قواعد المعلومات، وهي تشبه فكرة المكتبة التي تحوي على كتب قديمة كلاسيكية وأيضا مطبوعات حديثة الإصدار. ووصف فينمان بأن النصوص الفائقة هي مزيج من الاتصال الفوري والأرشفة³.

لذا فإن تتجاوز تقنية النص المتشعب (Hypertext) مستوى الكتابة غير الخطية (non linear) بل هي أكثر من ذلك؛ لأنها تبشر بعالم منفتح تتنوع نوافذ النظر فيه إلى الأحداث. فوصل الوثائق والوسائط والمواقع والصفحات بعضها ببعض يفتح أفقا للقارئ تمثل بالنسبة إليه وجهات نظر ورؤى متنوعة ومختلفة. هكذا تغير آلية النص المتشعب الخطاب الصحفي الكلاسيكي من الداخل حينما تنسف بناء العتيق القائم على أحادية الرؤية

1- Deuze, M, "The web and its journalisms: Considering the consequences of different types of news media online", **New Media & Society**, 5, 2003, p203, 230.

2- محمد لعقاب: **مهارات الكتابة للإعلام الجديد**، المرجع السابق، ص68، 69.

3- خلود العصيمي: أدوات التحرير الإلكتروني في الصحافة الإلكترونية السعودية: دراسة مسحية على القائم بالاتصال، المرجع السابق، ص91، 138.

الفصل الثاني الصحافة الإلكترونية..مقاربة نظرية

بسبب أحادية المتكلم -الكاتب. فهي تستبدل الصوت الواحد بأصوات متعددة. ويذهب روبرت هيليار إلى أبعد من هذا حين يشبه الكتابة القائمة على النص المتشعب بتقنية التكعيب (cubism/cubisme) الذي ابتكرها بيكاسو والتي حرر بفضلها الرسم من سطحية الفضاء الذي أصبح منظورا إليه من زوايا مختلفة:" هذا ما يفعله الإنترنت بالتواصل لأنه يعيد تشكيل الفضاء والزمان بإدراج التعدد اللامتناهي فيه مما يسمح بتجاوز البعد الأحادي للإعلام الكلاسيكي (المنظور الواحد الذي يفرضه الخط التحريري أو استراتيجية المعلن)"¹.

2.3. الفضاء:

فقد أصبح المحرر الصحفي يستخدم الفضاء حينما يكتب وليس الورق، كما أن ما يكتب أو يقرأ على الكمبيوتر تحده حدود إمكانيات جهاز الكمبيوتر المستخدم، وأنواع التطبيقات المتاحة عليه، فاستخدام الفضاء الإلكتروني في الكتابة أدخل مفهوما جديدا أطلق عليها الفضاء التخيلي Virtual Space².

3.3. المشاهدة:

يقصد بالمشاهدة إمكانية رؤية النص بالعديد من الطرق "منها إمكانية تصغيره أو تكبيره أو فتح نوافذ داخل النص، كما يتم أحيانا عرض قائمة بعناوين نقاط الالتقاء في النص بطريقة فهرس الكتاب ليقوم القارئ باختيار الجزء الذي يرغب في قراءته"³.

4.3. الأيقونات:

يلجأ المحرر في الكتابة الإلكترونية إلى استخدام الأيقونات كرموز تدل على ما خلفها من مضمون، مما خلق ثقافة من الرموز المتعارف على معانيها، والتي يسهل تمييز بعضها عن بعض، لذا يجب الحرص على أن تكون هذه الأيقونات مفهومة بمختلف اللغات⁴.

5.3. الألوان:

رغم أهمية استعمال الألوان كأداة من أدوات التحرير في الصحافة الإلكترونية، إلا أنه يجب الحذر عند استخدامها بحيث يفضل أن تستخدم "بدرجات متفاوتة وكثافة متباينة

1- الصادق الحمامي: "تجديد الإعلام مناقشة حول هوية الصحافة الإلكترونية"، المرجع السابق، ص73، 114.
2- عبد الباسط أحمد هاشم شاهين: التفاعلية على مواقع الصحف الإلكترونية، ط1، دار العلوم للنشر والتوزيع، القاهرة، 2014، ص104.
3- عبد الأمير الفيصل: مدخل في صحافة الإنترنت، ط1، دار الكتاب الجامعي، العين، 2014، ص145.
4- عبد الباسط أحمد هاشم شاهين: التفاعلية على مواقع الصحف الإلكترونية، المرجع السابق، ص106.

الفصل الثاني الصحافة الإلكترونية..مقاربة نظرية

وعدم الإسراف في ذلك حتى لا تفقد أهميتها كعنصر جذب وكوسيلة إبراز، بل قد تتحول إلى وسيلة تشويش تؤدي إلى نفور القارئ وابتعاده عن الموقع"¹.

ويعتبر اللون إضافة مميزة للتمييز البصري مع الحجم من أجل الفصل بين العناوين والمتن، ويفضل أن تستخدم الصحف تحديد القيمة اللونية في نظام الألوان الثلاثي RGB، والذي ينتج من تفاعل ثلاث ألوان هي الأحمر والأخضر والأزرق².

6.3. الصوت:

أتاح الهيبيرتكست للمحرر الصحفي استخدام الصوت كجزء من النص؛ فالنص المكتوب لم يعد مرئياً فقط، بل مسموعاً أيضاً، سواء بإضافة فقرة من خطاب رسمي أو موسيقى أو أصوات مدمجة، بما يعنى أن الإشارات غير اللفظية كاللتغيم، والضغط على مقاطع الكلمات، والوقفات، أصبحت جزء من النص المكتوب مما يعطي بعداً جديداً للنص المكتوب³.

7.3. إمكانية استخدام الوسائط المتعددة:

اكتسبت الصحافة الإلكترونية هذه السمة من شبكة الإنترنت، وتتمثل هذه الخاصية في قدرة الصحيفة الإلكترونية على استخدام الوسائط المتعددة Multimedia المتمثلة في الصوت والصورة والنص والرسوم المتحركة، فضلا عن التعامل مع برامج الكمبيوتر المختلفة، الأمر الذي يمكن الصحيفة الإلكترونية من تحقيق تغطية إخبارية أو إعلامية أكثر كفاءة وعمقا من التغطية الصحفية التقليدية في الصحف الورقية المطبوعة⁴.

وتعدّ الوسائط المتعددة بما تعنيه من مزج بين المرئي والمسموع والمقروء من أبرز الخصائص المميزة للصحيفة الإلكترونية؛ ويؤكد زنتل كوزا Zintle Koza على أن الكتابة الصحفية على الويب قد أصبحت مزيج من وسائل الإعلام المسموعة والمرئية والمقروءة، الأمر الذي يؤدي إلى تدعيم وتعميق الكتابة الصحفية وجعلها أكثر آنية؛ فالصحافة الإلكترونية هي التغطية الإخبارية المصحوبة بالصوت والصورة بالإضافة إلى النص المقروء⁵.

- 1- بيرق حسين موسى: فن الإخراج الصحفي لمواقع الصحف الإلكترونية، المرجع السابق، ص89.
- 2- وسام محمد أحمد: الوسائط المتعددة في الصحافة: تصميمها وإنتاجها، العربي للنشر والتوزيع، القاهرة، 2018، ص163.
- 3- عبد الباسط أحمد هاشم شاهين: التفاعلية على مواقع الصحف الإلكترونية، المرجع السابق، ص105.
- 4- عبد الباسط أحمد هاشم شاهين: التفاعلية على مواقع الصحف الإلكترونية، المرجع نفسه، ص98.
- 5- عبد الباسط أحمد هاشم شاهين: التفاعلية على مواقع الصحف الإلكترونية، المرجع نفسه، ص98.

8.3. إمكانية التعديل والتصحيح:

في الصحف الورقية ربما تدور عجلة المطبعة على خطأ فادح من الناحية التحريرية أو اللغوية أو المعلوماتية وربما يكون هذا الخطأ في مانشيت أو في مكان بارز من الصحيفة الورقية، وسيظل الخطأ موجودا لا يمكن تعديله أو تصويبه إلا بتكاليف باهظة تستوجب تصويب الخطأ على الماكينات وإعادة طبع ما تم طبعه، أما إذا مر الخطأ حتى تصل الصحيفة إلى أيدي القراء فالتعديل وتلافي الخطأ أصبح في عداد المستحيلات لكن في الصحافة الإلكترونية يختلف الأمر عن ذلك تماما فإمكانية التعديل والتصويب ممكنة وواردة وبدون تكلفة تذكر¹.

9.3. قياس رجع الصدى:

حيث تعد الصحافة الإلكترونية على الإنترنت من أكثر وسائل الإعلام قدرة على قياس ترجيع الأثر والتعرف على ردود فعل القراء والزوار حول المادة المنشورة².

10.3. الأرشفة واستدعاء المعلومات:

إن توفر خاصية الإنترنت وتنامي الاعتماد على المعلومات الرقمية قد حققت ثورة في الصحف الإلكترونية بوجه خاص والنشر الإلكتروني بوجه عام. فالصحيفة الإلكترونية تتوفر لديها الميزة التنافسية بقدرتها على تحديث المحتويات الإخبارية وسرعة الدخول على أرشيف الصحيفة بدون تكبد تكاليف إضافية وفرصة وضع الإشارة المرجعية وطباعة المحتوى وحفظه وتحرير المحتوى بالمقارنة مع نظيرتها الورقية المطبوعة. ويوجد عدد من الصحف الإلكترونية التي تستمد محتواها من الصحف المطبوعة بينما توجد صحف إلكترونية كاملة بأنظمة الأرشفة الإلكترونية³.

1- جعفر هشام: "الصحافة الإلكترونية في مصر: الواقع والتحديات"، الدراسات الإعلامية، المركز العربي الاقليمي للدراسات الإعلامية للسكان والتنمية والبيئة، (العدد114)، مارس 2004، ص237، 254. متوفر على الرابط: <http://search.mandumah.com/Record/729179>

2- جعفر هشام: "الصحافة الإلكترونية في مصر: الواقع والتحديات"، المرجع نفسه، ص237، 254.

3- خلود العصيمي: "أدوات التحرير الإلكتروني في الصحافة الإلكترونية السعودية: دراسة مسحية على القائم بالاتصال"، المرجع السابق، ص91، 138.

4. الفنون التحريرية في الصحافة الإلكترونية:

أما بالنسبة لأنواع الصحفية فإن الصحافة الإلكترونية تقوم بمواكبة الأحداث عبر الالتصاق بأنيتها، والسعي لاستعادتها واسترجاعها. ففي العملية الأولى تقدم الصحافة شكلا من الخدمات الإعلامية القريبة جدا من النشاط اليومي لوكالة الأنباء: التدافع في ملاحقة الأحداث بشكل مستمر لتغذية شريط الأخبار الذي لا يتوقف، والذي يشمل مختلف المواضيع، أما في العملية الثانية فإنها تقدم خدمات إعلامية/معرفية من خلال الأخبار التي تشكل بنكا من المعلومات مهيكلا بوصلات النص المتشعب ومعرضا بشكل مرئي. وتضم هذه الوصلات التطور الوقائعي للأحداث والمؤشرات البيوغرافية، والإحالات للمراجع والمصادر المتنوعة، والتذكير بسياق الأحداث وتاريخها، كما أن الخصوصية التقنية التي تتمتع بها الصحافة الإلكترونية سمحت لها ببلورة إحدى الأنواع الصحفية التي كانت تستعمل بشكل أقل من بقية الأنواع في المجالات: إنه الملف الصحفي¹.

حيث أن بناء المحتوى الإخباري لصحافة الإنترنت فقد تطور حسب Pavlik عبر ثلاث مراحل²:

- ففي المرحلة الأولى كانت صحيفة الإنترنت تعيد نشر معظم أو كل جزء أو جزء من محتوى الصحيفة الأم وهذا النوع من الصحافة مازال سائدا.
- المرحلة الثانية يقوم الصحفيون بإعادة إنتاج بعض النصوص للنواعم مع مميزات ما ينشر في الشبكة وذلك بتغذية النص بالروابط والإشارات المرجعية وما إلى ذلك، وهذا يمثل درجة متقدمة عن النوع الأول.
- أما المرحلة الثالثة فيقوم الصحفيون بإنتاج محتوى خاص بصحيفة الإنترنت يستوعبوا فيه تنظيمات النشر الشبكي ويطبقوا فيه الأشكال الجديدة للتعبير عن الخبر.

حيث يقصد بتحرير الصحف الإلكترونية طريقة الكتابة الفنية التي تتيح للمحرر الصحفي تحويل الوقائع والأحداث والأفكار والآراء والخبرات من تصورات ذهنية وأفكار إلى لغة مكتوبة ومفهومة للقارئ العادي، حيث تعد الأداة التي يتم من خلالها تحويل المضمون إلى مادة صحفية، ويعنى بالتحرير الإلكتروني: "العملية التي تتم على إحدى شاشات الحاسوب بينما يجلس المحرر أمامه ليقوم بتصويب وتعديل المادة الصحفية المعروضة عليها والمخزنة على الملفات داخل جهاز الحاسوب"³.

1- نصر الدين لعياضي: اقترايات نظرية من الأنواع الصحفية، ط2، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 2007، ص50، 52.

2- ماهر عودة الشميلة وآخرون: الصحافة الإلكترونية، المرجع السابق، ص88، 89.

3- شريف درويش اللبان: "الاتجاهات العالمية الحديثة في استخدامات الوسائل الإلكترونية في الإخراج الصحفي"، المجلة المصرية لبحوث الإعلام، (العدد7)، جويلية 2000، ص24.

وتختلف الفنون والأشكال التحريرية للمادة الإعلامية باختلاف الوسيلة المستخدمة في نقلها والخصائص التي تميزها، فبعدما تم تطوير الكتابة التحريرية لوسائل الإعلام السمعية البصرية التي اعتمدت في بدايتها على النمط التحريري المكتوب، إلا أنها بدأت تستقل شيئاً فشيئاً بنفسها بعدما أوجدت لنفسها خصائص تحريرية تميزها عن الصحافة المكتوبة، ها نحن نعيش حقيقة الإعلام الإلكتروني الحديث الذي يحاول تكييف الفنون التحريرية الإعلامية بما يوافق شبكة الإنترنت وخصوصية المواقع الإلكترونية، وهو ما نلاحظه من خلال إضافة صفة "الإلكتروني" كتسمية جديدة للأنواع الصحفية والتي يأتي تقديمها كآلاتي¹:

1.4. الخبر الصحفي الإلكتروني:

إن جاز استخدام كلمة صناعة وتصنيع فإن الخبر الصحفي أصبح فناً وصناعة تسترعي اهتمام العديد من المهتمين في الحقل الإعلامي، فلم يعد مقبولاً في عصر سادت به التكنولوجيا ودخلت التقنيات الإلكترونية الحديثة إلى كل منفض في حياتنا اليومية، لم يعد مجدياً أن نسرد الأخبار أو أن نصفها وصفاً عادياً بالطرق التقليدية، ولم يعد لونا واحداً في الصحافة مقبولاً لدى الناس فقد تعددت خيارات الناس وتتنوعت مصادرهم في الحصول على الأخبار. أي أن الطرق التقليدية القديمة لم تعد ملزمة في كتابة الأخبار وتقديمها للناس، سواء طريقة (قاعدة) الهرم المعكوس أو الهرم المعتدل².

ويصرح الدكتور عبد اللطيف حمزة عن الخبر "الخبر الصحفي مادة من أهم مواد الصحيفة وأنها تهم القراء من جانب، وتهم الصحيفة نفسها من جانب آخر، وأنها تعتبر مورداً من موارد الثروة للصحف"³.

ويركز الخبر بنقل الحدث بكل تفاصيله والتصريحات حوله وهو ما يتطلب المصادقية والأهلية للثقة، وكذلك التغطية الفورية والشاملة للحدث بما يمكن الاستحواذ على اهتمام الجمهور وعدم دفعه للبحث عن مصدر آخر ينقل الخبر بصورة أشمل⁴.

أما من ناحية صياغة الخبر لقد تعددت النظريات والأقوال، ويمكن أن نلخصها فيما يلي⁵: لا بد أن يجيب الخبر عن الأسئلة الخمسة: وهي الشقيقات الخمس

- من Who؟ وتعبّر عن شخصية أو عدة شخصيات صنعت الخبر.
- أين Where؟ لبيان مكان وقوعه.
- متى When؟ لبيان وقت حدوث الخبر.

1- شهباز لعبدلي: الصحافة الإلكترونية بين التحرير والتصميم والتفاعلية، المرجع السابق، ص116، 117.
2- أحمد توفيق محمد الأنصاري: الأسس العامة لإعداد الإعلاميين، ط1، دار اليازوري العلمية للنشر والتوزيع، عمان، 2014، ص318.
3- عبد اللطيف حمزة: المدخل إلى فن التحرير الصحفي، ط4، دار الفكر العربي، القاهرة، 1968، ص46.
4- حسين علي الفلاحي: الإعلام التقليدي والإعلام الجديد، ط1، دار غيداء للنشر والتوزيع، عمان، 2014، ص248.
5- أحمد العبد أبو السعيد: الكتابة لوسائل الإعلام، ط1، دار اليازوري العلمية للنشر والتوزيع، عمان، 2014، ص90.

- ماذا What؟ تجيب عن الشيء الذي حدث.
- لماذا Why ؟ لبيان السبب.
- وهناك غير شقيقة، كما يقول الدكتور عبد العزيز شرف وهي "كيف" How لبيان كيفية وقوع الحدث وملابساته وظروفه¹.

كما يميز المتخصصون في علم الصحافة بين كتابة الخبر وتحريره على أساس أن فعل الكتابة يختلف عن فعل التحرير، وهما فعلا عمليتان منفصلتان عن بعضهما البعض سواء بالفعل أو الزمن أحيانا والشخص الذي يقوم بالمهمة في كل منهما، ومهما تكن التقسيمات فإن الخبر الصحفي يمكن تقسيمه إلى عدة أجزاء من الناحية التحريرية: مقدمة (استهلال) و متن (تطور الخبر) أ و صلب الخبر وخاتمة إضافة إلى عنوان في معظم القوالب الفنية للخبر، ولكنها تختلف بين قالب وآخر ومن صحيفة لأخرى².

ومن أهم معايير وخصائص قيمة الخبر كما يقول الدكتور إبراهيم إمام: الصدق والدقة، والحالية، والقرب، والفخامة، والقابلية للنشر، والاتفاق مع سياسة الصحيفة، والتشويق، والروعة، والطفرة³.

كما يتميز الخبر الصحفي بجملة من السمات نوجزها في النقاط الآتية⁴:

- الحداثة: بمعنى أن يكون الخبر جديدا، أو يكون قديما طراً عليه شيء جديد.
- الإثارة: بمعنى أن يثير الخبر اهتمام القراء، لمتابعة تفاصيل الحدث، لكن شريطة مراعاة الخصوصية الثقافية والمرجعية الإعلامية في ذلك، خاصة وأن مفهوم الإثارة مفهوم نسبي.
- الأهمية: أي أن يحمل الخبر أهمية ملفتة لانتباه القارئ، وهنا ترتبط أهمية الموضوع المعالج للمتلقي، وماذا يريد؟ والاستجابة لرغباته والتطلع لحقه في الإعلام هو رهان أي مؤسسة صحفية تحترم نفسها.
- الموضوعية: أي التزام الصحفي برصد الحقائق الفعلية وليس بناء على ما يتمنى حدوثه.
- الدقة: أي أن تكون تفاصيل وجزيئات الخبر واضحة ودقيقة، ولا تكون المعلومة مبهمة أو غامضة.
- المصدقية: أي أن يكون الخبر صادقا، والمصدقية صفة أساسية في العمل الصحفي، وهناك أضرار تترتب على الخبر الكاذب.

1- عبد العزيز شرف: اللغة الإعلامية، المركز الثقافي الاجتماعي، القاهرة، 1980، ص201.

2- أحمد توفيق محمد الأنصاري: الأسس العامة لإعداد الإعلاميين، المرجع السابق، ص340.

3- إبراهيم إمام: دراسات في الفن الصحفي، المكتبة الأنجلو المصرية، القاهرة، 1975، ص112، 113.

4- ساعد ساعد: فنيات التحرير الصحفي، دار الخلدونية، الجزائر، 2007، ص76، 77.

الفصل الثاني الصحافة الإلكترونية..مقاربة نظرية

- الاعتماد على المصدر: المصدر معيار الثقة بين الصحيفة وجمهورها، لذا يفضل الاعتماد على مصادر مؤهلة، علمية، موثوقة، مطلعة، مقربة، لأن هذه الصيغ تفتح المجال لتلقي القارئ للأخبار.

هذه السمات تميز الخبر بشكل عام سواء الخبر في الصحافة المطبوعة أو الخبر الإلكتروني المنشور عبر شبكة الإنترنت والذي يمثل شكلا من أشكال تطور الخبر الكلاسيكي الذي تطور نتيجة تأثير تكنولوجيات الاتصال والحاسبات على الصحافة وتغير احتياجات وعادات القارئ للصحافة الحديثة.

حيث يشير مفهوم الخبر الإلكتروني إلى الأخبار التي يتم بثها على مواقع الصحف الإلكترونية والمواقع الإخبارية المختلفة على مدار الساعة، وتخضع هذه الأخبار في غالبية المواقع إلى عمليات تحديث مستمرة تمكن من إضافة أية تفاصيل جديدة إلى الحدث وتزويده بالصور والخلفيات، بالإضافة إلى ربطه بالأحداث المشابهة وقواعد البيانات والمعلومات¹. كما أن الخبر الإلكتروني لا يعتمد على النص فقط بل يعتمد على الوسائط المتعددة مع النص، مثل مقاطع الفيديو والمقاطع الصوتية والصور الثابتة والمتحركة وهذا ما يضيف حيوية وثراء في المضمون².

ومن أهم مميزات الخبر الإلكتروني ما يلي³:

- تعدد الوسائط المستخدمة في تقديمه، إذ يشمل الكلمة المطبوعة، والصور الثابتة والمتحركة ويمكن الاستماع إليه صوتيا
- تعدد المصادر
- التحديث المستمر على مدار الساعة
- البحث داخل أخبار الموقع، أو في شبكة الويب.
- سهولة الوصول إلى نوعيات معينة من الأخبار من خلال خريطة الموقع
- ربط الأخبار المنشورة بالأخبار المتشابهة
- إمكانية الوصول إلى البريد المستخدم فورا.

ويوصي المختصون في فن الكتابة الصحفية باتباع عدة قواعد عند كتابة الخبر الصحفي، هذه القواعد تتمثل في⁴:

- استخدام جمل بسيطة
- استعمال جمل قصيرة بقدر الإمكان

1- حسني نصر، سناء عبد الرحمن: التحرير الصحفي في عصر المعلومات -الخبر الصحفي-، دار الكتاب الجامعي، الإمارات العربية المتحدة، 2009، ص30.

2- سعد كاظم حسن: "السرود والخبر الصحفي الإلكتروني: مقاربة سيميائية"، مجلة الباحث الإعلامي، جامعة بغداد، (المجلد8)، العدد (33، 34)، 2016، ص192.

3- فتحي حسين عامر: الصحافة الإلكترونية..الحاضر والمستقبل، المرجع السابق، ص89.

4- علي كنعان: الصحافة مفهوما وأنواعها، دار المعزز للنشر والتوزيع، عمان، 2014، ص91، 92.

- إذا استعملت جمل طويلة يجب اتباعها بجمل قصيرة.
- توظيف أفعال قوية
- جمع التفاصيل قدر الإمكان
- ا طرح الأسئلة لإثارة فضول القارئ.
- اجعل الخبر يحتوي على عنصر (So What)
- استخدام الحقائق المساندة والصور المرئية.
- نهاية الخبر أحيانا أهم من مقدمته.

ويتكوّن الخبر الصحفي من ثلاث عناصر أهمها:

أ. **العنوان:** إذا كان العنوان هو أول ما يطالعه القارئ في الخبر، فإنه آخر ما يحرره الصحفي في الخبر، وإذا كان العنوان يتولى جذب أنظار القراء إلى المادة الخبرية فإن طريقة تحريره والطريقة الفنية التي يتم إبرازه بها تحددان إلى حد كبير حجم اهتمام الصحيفة بالخبر ومدى مقروئيته. إذ يقبل القراء على قراءة الأخبار ذات العناوين الواضحة والمثيرة والكبيرة الحجم والمطبوعة بالألوان¹.

ويشترط في كتابة العنوان أن يكون مثيرا لانتباه القارئ ومشوقا له، مع احترام الدقة والصدق، ويشترط في العنوان أيضا التركيز الواضح بحيث يجب تجريده من جميع الكلمات أو الألفاظ التي يمكن الاستغناء عنها. كما يفضل صياغة عنوان الأخبار في زمن المضارع حتى يشعر القارئ بأنه يعيش الحدث، وأن يكون العنوان مبرزاً لأهم مادة في الخبر؛ فإذا كان الخبر يتناول شخصية مشهورة فيمكن أن يتضمن ذكر اسم هذه الشخصية، أما إذا كان الحدث أهم في مضمونه من الشخصية فيكتب العنوان متضمنا الحدث نفسه وهكذا².

ب. **مقدمة الخبر الصحفي:** أما المقدمة فإنها تحتل أهمية كبيرة في البناء الفني للخبر الصحفي، فهي تشترك مع العنوان في جذب القارئ إلى الخبر ودفعه إلى متابعته حتى النهاية³. ولذلك لا بد أن تتوفر لها كل الإمكانيات التي تحقق لها أن تقدم ما في الخبر وأن توفر لها الجاذبية لاستهواء القارئ لمتابعة الخبر حتى النهاية. ويمكن تعريف المقدمة أو (الاستهلال) حسب جورج هاو بأنها: "بداية الخبر وتتألف من جملة واحدة وقد يصل إلى عدة فقرات في الأخبار الطويلة". أما وكالة أنباء الاسوسيشن برس (AP) فقد شبهت المقدمة بالمقبلات التي تزكي الشهية ولا تقدم وجبة⁴.

1- حسني نصر، سناء عبد الرحمن، التحرير الصحفي في عصر المعلومات الخبر الصحفي، المرجع السابق، ص196.
2- خالد محمد غازي: التحرير الصحفي توظيف تكنولوجيا الاتصال، المرجع السابق، ص144.
3- جمال عبد ناموس القيسي: الأخبار في الصحافة الإلكترونية: موقعا BBC العربية وإيلاف أنموذجا، ط1، دار الفجر للنشر والتوزيع، بغداد، دار النفائس للنشر والتوزيع، عمان، 2013، ص60.
4- مهند سليمان النعيمي: أ ب ت. صحافة، ط1، دن، البحرين، 2017، ص90.

ج. متن الخبر الصحفي: يُقدّم المحرر في متن الخبر تفاصيل لما يتضمنه الصدر من وقائع، كما يقدم المزيد من البيانات والتفسيرات المتصلة بوقائع الخبر، ثم يأتي بكل التفاصيل الخاصة بالحدث، ويشرح كيف تم هذا الحدث، باختصار يكمن في جسم الخبر البيانات والمعلومات والحقائق والتفسيرات الخاصة بالخبر، والتي قد لا يكون لها مكان في مقدمته¹.

2.4. التقرير الصحفي الإلكتروني:

التقرير الصحفي يقدم للقارئ مجموعة من الحقائق والمعارف حول حدث، أو قضية أو شخصية من الشخصيات أو أكثر من عنصر من هذه العناصر مع وجود دافع، بشكل مفصل ولذلك قد تستوعب كتابة التقرير الإخباري ويسمح لمحرره بالوصف أو التفسير أو فقرات التعليق والربط بين الأحداث والمواقف وردود الفعل، ويكون عادة مصحوبا بالصور الموضوعية أو الشخصية أو الرسوم التوضيحية أو البيانية، وكل الظروف المحيطة بالحدث وقصص قريبة أو لها علاقة بنفس الحدث، وهنا تبرز شخصية الصحفي وقدراته اللغوية والإبداعية في كتابة التقرير الصحفي وبهذا فإن التقرير يختلف عن الخبر الذي ينبغي أن يكون موضوعيا بشكل تام².

ويُعرّف التقرير الصحفي بصفة عامة على أنه: "مجموعة المعارف والمعلومات حول الوقائع في سيرها، وفي حركتها الديناميكية كما أنه لا يستوعب الجوانب الجوهرية في الحدث كما هو الشأن في الخبر، وإنما يستوعب وصف الزمان، والمكان، والأشخاص، والظروف التي ترتبط بالحدث، ويسمح التقرير الصحفي بإبراز الآراء الشخصية والتجارب الذاتية للمحرر"³.

وهناك من يرى أنّ التقرير هو فن يقع بين الخبر والتحقيق، حيث أن⁴:

- الخبر يقدم أساس الوقائع.
- التقرير يقدم تغطية إخبارية تفصيلية نسبية للحدث.
- التحقيق يتعمق في دراسة الجوانب المختلفة للقضية أو الموضوع.

ورغم التشابه بين النمطين إلا أن الاختلاف بينهما يأتي في النقاط الآتية⁵:

- أنّ التحقيق يتناول قضية أو مشكلة (البطالة، رغيف الخبز، أسعار الدواؤ، الأمراض المتوطنة) أما التقرير الصحفي فهو يتناول خبرا أو موضوعا يثير اهتمام الجمهور عن طريق نشر المزيد من المعلومات والآراء عن الموضوع المثار.

1- خالد محمد غازي: التحرير الصحفي توظيف تكنولوجيا الاتصال، المرجع السابق، ص144.

2- علي كنعان: الصحافة مفهوما وأنواعها، المرجع السابق، ص141.

3- عارف رشاد: "شبكات الاتصال في الدول العربية"، عالم الكمبيوتر، (العدد88)، أبريل 1995، ص27.

4- عذراء عيواج: محاضرات في فنون التحرير الصحفي، ط1، ألفا للوثائق، قسنطينة، 2018، ص87.

5- أقل إيباد الصقر، يوسف أبوعيد: مهارات الكتابة الصحفية، ط1، دار عالم الثقافة، عمان، 2010، ص224..

- في التحقيق الصحفي يقوم المحرر بعرض وجهات نظره أو تأييد رأي آخر بينما التقرير الصحفي يظهر من خلاله شخصية الكاتب ووجهة نظره فضلا عن كونه ليس مضطرا أن يكون التقرير متفقا وسياسة التحرير التي تقوم عليها الصحيفة التي يعمل بها.

وعموما، كما هو الحال في الصحافة الورقية فإن فن التقرير في المواقع الإعلامية الإلكترونية يشترط فيه مجموعة من الشروط كأن لا تتجاوز عدد كلماته 400 كلمة، والالتزام باللغة المباشرة والأسلوب البسيط الواضح، إضافة إلى استخدام المعلومات والإحصاءات لتعزيز محتواه في أقل قدر من الكلمات¹.

3.4. التحقيق الصحفي الإلكتروني:

يعتبر التحقيق الصحفي فنا قديما في الصحافة الأوروبية، فقد كان أول من اهتم إلى هذا الفن في الصحافة الإنجليزية هو الصحفي ديفو Defoe، ثم أتى بعده ثور نكليف Thor neclif وذلك سنة 1896 حيث خصص ركنا هاما في صحيفته الشعبية ديلي ميل لفن التحقيق الصحفي².

ويقصد بالتحقيق الصحفي أنه تغطية تحريرية مصورة تضيف مزيدا إلى خبر جديد أو يتناول موضوعا قديما أو مشكلة هامة وتكون أكبر من مجرد قضية أو تقرير عنه، مقدمة لظواهره، رابطة بين أسبابه القريبة والبعيدة ونتائجه الحالية والمتوقعة، مقدمة كذلك لآراء من يتصلون به عن قرب أو يثق القراء في درايتهم بجوهره مع جواز تقديمها لرأي الصحفي نفسه أو وجهة نظر وسيلة النشر، ضاربة المثل لوقائع مشابهة في الداخل والخارج حديثة أو قديمة، يقوم بها صحفي يجمع بين صفات المخبر الصحفي والباحث وله دراية باللغة العربية وقدر من الذوق الأدبي ومعرفة بلغة أجنبية أو أكثر ويقدم لقرائه بهذه التغطية مادة مفيدة وشيقة وقد يوجههم بعدها إلى وجهة معينة، كما يقدم لصحيفته أو جريدته أو مجلته زيادة في عدد النسخ المباعة³.

كما يعرفه البعض على أنه: فن يأتي من خلال الجهد الشخصي الذي يبذله الصحفي للكشف عن أشياء ذات أهمية يود بعض الأشخاص أو المنظمات أن تظل في طي الكتمان، وهو مكون ثلاثة عناصر أساسية هي: أن يكون التحقيق قد قام به المحرر الصحفي بنفسه، وأن يكون الموضوع الذي يدور حوله ينطوي على قدر معقول من الأهمية بالنسبة للقارئ. وأخيرا أن يكون هناك محاولة من جانب الآخرين لإخفاء هذه الأمور عن الجمهور⁴.

1- ماجد سالم تريان: "فن التقرير الصحفي في المواقع الإخبارية الفلسطينية"، مجلة جامعة الأقصى (سلسلة العلوم الإنسانية)، فلسطين، (المجلد16)، (العدد2)، جوان 2012، ص3.

2- عبد اللطيف حمزة: المدخل إلى فن التحرير الصحفي، المرجع السابق، ص435.

3- محمود أدهم: التحقيق الصحفي، ط1، دار الثقافة للنشر والتوزيع، القاهرة، 1980، ص24.

4- جون أولمان: التحقيق الصحفي (أساليب وتقنيات متطورة)، تر: ليلي زيدان، مراجعة: أميرة فريد، ط1، دار الدولية للنشر والتوزيع، القاهرة، 2000، ص18.

- من جهة أخرى، يتمتع التحقيق بجملة من الخصائص نوردتها فيما يلي¹:
- هو بحث معمق قائم على الشرح والتفسير والتحليل والتقصي وهو أقرب للمنهج العلمي.
 - يعتبر بعض الأكاديميين أن التحقيق الصحفي هو نسخة طبق الأصل من التحقيق البوليسي والقضائي.
 - يبحث في الخفيات وما وراء الأخبار والحوادث والقضايا ويكشف المستور ويسلط الضوء على الأبعاد والظروف المحيطة بالقضايا محل التحقيق.
 - حجج التحقيق يجب أن تكون قوية وفاعلة ومدعمة بما هو مطلوب من صور وإحصائيات لأنه اكتشاف للحقيقة.
 - التحقيق الصحفي قد يعالج قضايا آنية كما قد يعالج قضايا قديمة يعود إليها بفتح ملفات قديمة ليكشف الجديد فيها.
 - أسلوب التحقيق قوي ورزين وعميق، وهناك من يصفه بالثقل نظرا لغزارة المعلومات والتحليل والاستنتاجات التي يقدمها للقراء.
 - يركز التحقيق كثيرا على الإجابة عن السؤال لماذا؟، ولكن ليس في كل الحالات. فطبيعة الموضوع والوسيلة الإعلامية تفرض نفسها.
 - يقدم التحقيق الصحفي في بعض القضايا والظواهر حلولا أو دراسات نظرية ويعتبر البعض مرجعا ذات أهمية.

4.4. المقال الصحفي الإلكتروني:

المقال الصحفي هو نوع تنشره الجريدة لتغطية تساؤلات أو اهتمامات ذات صفة حالية مرتبطة بالأحداث أو المشكلات أو القضايا الهامة الجارية بالفعل في حياة قرائها، أو تلك التي يمكن أن تجري في حياتهم في المستقبل القريب. وهذا المقال يمتاز ببلاغته الصحفية، ويتخذ الصيغة المميزة لطابع الصحيفة التي تنشره، أو الصيغة المميزة للمدرسة أو للمذهب الصحفي الذي ينتمي إليه الكاتب².

والمقال الصحفي قد لا يقتصر على شرح وتفسير الأحداث والوقائع الجارية أو التعليق عليها، وإنما قد يأتي كاتب المقال بفكرة جديدة لم تكن مطروحة من قبل من شأنها أن تشغل الجمهور وتستحوذ على اهتمامه، وقد تدفع هذه الفكرة إلى إلغاء تشريع أو سن قانون جديد يمس مصالح القراء أو تثير اهتمامهم لأي سبب من الأسباب³.

1- صلاح عبد الحميد: فن التحرير الصحفي، ط1، مؤسسة طيبة للنشر والتوزيع، القاهرة، 2013، ص141، 142.
2- إسماعيل إبراهيم: فن المقال الصحفي (الأسس النظرية للتطبيقات العملية)، ط1، دار الفجر للنشر والتوزيع، القاهرة، 2001، ص26.
3- كامل خورشيد مراد: الاتصال الجماهيري والإعلام التطور الخصائص النظرية، ط1، دار المسيرة للنشر والتوزيع والطباعة، عمان، 2011، ص308، 309.

ويتميز "المقال الصحفي بخاصية النشر اليومي لا سيما لبعض أنواعه، كالعمود والمقال الافتتاحي وأنه عادة ينشر في مواضيع بارزة على صفحات الصحف، ويوضع له أيقون مميز في الصحف الإلكترونية كما تعتمد الصحف الإلكترونية على حجم الكتاب الذين يكتبون لها ونوعيتهم"¹.

5.4. فن الحديث الصحفي الإلكتروني:

الحديث الصحفي هو: "فن يقوم على الحوار بين الصحفي وشخصية من الشخصيات، وقد يستهدف الحصول على أخبار ومعلومات جديدة، أو شرح وجهة نظر معينة أو تصوير جوانب طريفة أو أو غريبة، أو مسلية في حياة هذه الشخصية"².

ويُعرف أيضا على أنه: "الحديث الصحفي هو فن التحوار أو الالتقاء بمصدر من المصادر بهدف الحصول على معلومات جديدة حول واقعة معينة، أو بهدف معرفة وجهات النظر أو الآراء حول هذه الواقعة، أو بهدف إلقاء الضوء على شخصية معينة، وهو قد يكون مع شخص واحد أو مع مجموعة أشخاص، وقد يجريه صحفي بمفرده أو أكثر من صحفي"³.

ومن شروط الإعداد الجيد لفن الحديث الصحفي توفر العناصر الآتية⁴:

- المحاور أو الصحفي: وهو العنصر المهم والطرف الذي يعتمد عليه كثيرا في نجاح الحوار والإفشاء إلى نتيجة، لذا يجب أن يكون المحاور مثقفا وملما بموضوع الحوار وقادرا على إدارته ملتزما به، مسيطرا على مشاعره، منصتا جيدا وموضوعيا غير متحيز ويسأل بالنيابة عن القراء.
- المحاور أو الضيف: هو العنصر الآخر في هذه المعادلة والعامل الرئيسي الذي يجب أن يؤخذ بعين الاعتبار، لذا يجب إقامة صلة مع الشخصية والحصول على موافقتها المسبقة، مع الحرص على الاختيار الصحيح لهذه الشخصية، بحيث تتلاءم وتتوافق مع موضوع الحوار من ناحية إمامها وتخصصها به أو قربها منه.
- موضوع الحوار: دون موضوع لا يمكن إجراء حوار، لذا يجب أن يكون هناك موضوع لكي يكون هناك حوار. والموضوع يجب أن يكون مختارا بعناية من قبل الصحفي المحاور.

لا يختلف الحديث الصحفي الإلكتروني عن الحديث الصحفي، إلا أن صياغته تأخذ جانبا من الاعتبارات التي توفرها التقنية الحديثة، التي تسمح للصحفي بكتابة الحديث

1- عباس ناجي حسن: الصحفي الإلكتروني، ط1، دار صفاء للنشر والتوزيع، عمان، 2012، ص145.
2- فيصل إلياس: "صحافة العالم ومقرونية الصحف"، مجلة الإنترنت والمجتمع السعودية، (العدد7)، 2002، ص15.
3- أقل إباد الصقر، يوسف أبو عيد: مهارات الكتابة الصحفية، المرجع السابق، ص233.
4- محسن جلوب الكنانى: تقنيات الحوار الإعلامي (قناة الجزيرة نموذجا)، ط1، دار أسامة للنشر والتوزيع، عمان، 2011، ص82، 83.

الصحفي باستخدام وسائل أخرى إلى جانب الكلمات مثل: لقطات الفيديو، والمقاطع الصوتية، والروابط الفائقة¹.

6.4. الكاريكاتير في الصحافة الإلكترونية:

لغة: يقال أن كلمة كاريكاتير من أصل لاتيني كاريكا carica، وهي اسم مؤنث مقتبس من الإيطالية كاريكاتورا caricatura وتعني:

- لوحة رسم فيها مبالغة عن الخطوط المختارة تعطي للشخصية تمثيلاً هجائياً.
- تمثيل عمدي مشوه للحقيقة بغرض النقد والهزاء، هذا التحقيق الكاريكاتيري عن الحقيقة.
- شخصية قبيحة جداً وبكساء ساخر.

أما اصطلاحاً فيعرفه محمد فريد محمود عزت أن الكاريكاتير كلمة معربة من أصل إيطالي، تطلق على صورة مرسومة لشخص أو مجموعة أشخاص أو المشهد، أو مثالب ونقائص، وأخلاق وعادات وتقاليد مرذولة وغيرها من الأعراف السيئة التي تشين في مجتمع من المجتمعات، وهذه الصور الكاريكاتيرية مرسومة بطريقة تقوم على أساس عنصر التجسيم للعيوب والنقائص ومسح الصورة لتستثير السخرية والتندر والتكسر والاستهزاء والاستهانة والتحقير، بل والإضحاك أيضاً².

ويعد الكاريكاتير من أهم وسائل التعبير الفنية وأكثرها قدرة على النفاذ والتأثير في نفس المشاهد بصرف النظر عن جنسيته ولغته، وهو أكثر الوسائل إيجازاً لأداة التخاطب والتأثير الهادف. وهو فن صحفي يقدم به الرسام فكرة بدون نص قد تفهم الرسالة وتؤدي الغرض الذي وضعت من أجله دون الحاجة إلى كتابة مقال³.

كما يوضع الكاريكاتير في خدمة العديد من الأغراض والوظائف أهمها⁴:

- التسلية والترفيه عن القراء.
- الإعلام وتوجيه القارئ نحو حدث أو فكرة أو قضية ما.
- وظيفة إشهارية حيث يوظف الكاريكاتير في مجال تسويق السلع والخدمات، وذلك نظراً لقدرته على التأثير على السلوك الاستهلاكي.
- وظيفة تعليمية، إذ يمكن توظيف هذا الفن في مجال التربية والتعليم.
- الوظيفة الفنية والجمالية، فالرسوم الكاريكاتورية لها قيمتها الفنية والإبداعية.

1- ماهر عودة الشمالية وآخرون: الصحافة الإلكترونية الرقمية، المرجع السابق، ص169.

2- حمدان خضر السالم: الكاريكاتير في الصحافة، ط1، نبلأ ناشرون وموزعون، عمان، 2014، ص29، 28.

3- أحمد توفيق محمد الأنصاري: الأسس العامة لإعداد الإعلاميين، المرجع السابق، ص323.

4- عذراء عيواج: محاضرات في فنون التحرير الصحفي، المرجع السابق، ص156.

ونظرا لأهمية هذا الفن الصحفي نجد أن بعض الصحف الإلكترونية تقوم بتحديد "وصلة مخصصة لعرض وصلة الكاريكاتير كاملة، وقد تضع أرشيفا كاملا للكاريكاتير على مواقعها الإلكترونية"¹. يمكن الرجوع إليه في أي وقت.

5. قوالب التحرير الصحفي في الصحافة الإلكترونية:

1.5. قالب الهرم المقلوب:

هناك توجه إلى توظيف قالب الرواية (قالب الهرم المقلوب)، بدلا من القالب التقليدي في صياغة الأخبار والموضوعات، وخاصة ذات الطابع المسلي والترفيهي، وهذا القالب الروائي يغير من رتبة الأخبار والعروض التحليلية، ويتيح فرصة أكبر لإدخال اللمسة الإنسانية للمحرر عند الكتابة في مثل هذه الموضوعات².

ويعني هذا القالب أن الأخبار تشبه الهرم المقلوب وهو يتكون من جزأين قاعدة الهرم المقلوبة (القمة) وجسم الهرم. حيث يكتب في قاعدة الهرم أهم وأبرز معلومة في الخبر ويؤكد هذا القالب على أهمية الجمل الأولى القليلة من الخبر أما المعلومات الأقل أهمية فتوضع في القاعدة السفلى من الهرم حيث تأتي التفاصيل في جسم الخبر الأهم فالمهم فالأقل أهمية. وفي هذا القالب تكون الفقرات قصيرة بحيث تسهل قراءتها واختصارها. وتكون الوقائع منظمة والمعلومات والبيانات مرتبة حسب أهميتها. إذ تكتب في كل فقرة من الفقرات موضوعا محددًا وتكون الفقرات بمجموعها متسلسلة مترابطة ومتتابعة³.

كما يناسب قالب الهرم المقلوب كثيرا كتابة الأخبار والقصص الخبرية، ويتميز هذا القالب بمقدمة صغيرة لينتقل من خلالها لقائمة المحاور الرئيسية داخل الموضوع، تكتب هذه المحاور بشكل مستقل إلا أنها ترتبط ببعضها البعض من خلال علاقة لا خطية، يبدأ قالب الهرم المقلوب بأهم المعلومات وهذا ما يتوافق مع سلوك مستخدم المواقع الإلكترونية والذي يكون عادة مستعجل وغير صبور كما يفضل التوجه إلى المعلومة التي تهتمه مباشرة وبأقصى سرعة⁴.

وفي هذه التقنية (قالب الهرم المقلوب) توضع أهم معلومة في بداية القصة، ثم تتوالى بعد ذلك الفقرات حسب أهميتها في الترتيب، والأساس أن الفقرات تشرح وتساند بعضها بعضا. يحظى الهرم المقلوب بشعبية لأنه يقدم المعلومات إلى القراء بشكل جيد ويخبرهم

1- عبد العزيز خالد الشريف: الإعلام الإلكتروني، المرجع السابق، ص115.

2- حسين عبد الجبار: اتجاهات الإعلام الحديث والمعاصر، ط1، دار أسامة للنشر والتوزيع، عمان، 2011م، ص113.

3- علي كنعان: الصحافة مفهومها وأنواعها، المرجع السابق، ص133.

4- عبد العزيز خالد الشريف: الإعلام الإلكتروني، المرجع السابق، ص119.

بسرعة ما الذي يريدون أن يعرفوه وهو أيضا يساعد المحرر في الحكم على المعلومات التي بين يديه ليعرف أهم عناصر القصة¹.

ورغم تداول الهرم المقلوب في كتابة الأخبار على الإنترنت؛ إلا أن بعض الباحثين يعتبرونه غير مكافئ لإمكانيات الإنترنت، ويقترح الباحث البرتغالي Joao Canavilhas شكلا جديدا وهو الهرم المسقط The tumbled pyramid².

وكما معلوم فإن الهرم المقلوب يقوم على تقنية تصعيد الأحداث الأهم في المقدمة، ثم استعراض البيانات الثانوية، والاختتام بملخص. والهرم الجديد هو نتاج الاهتمام بتضمين الوصلات التشعبية والاختصار في كتابة الأخبار على الإنترنت، ويتألف من³:

- المقدمة (قاعدة الوحدة) والتي تجيب عن الأسئلة الرئيسية: ماذا، متى، من، أين؟
- مستوى الشرح: للإجابة عن سؤالي: لماذا وكيف؟ واستكمال أساسيات الحدث.
- مستوى السياق: والذي يقدم المزيد من المعلومات الإضافية سواء أكانت نصا، أم فيديو، أم صوتا، أم فلاشا متحركا.
- مستوى الاستكشاف: عند هذا الحد من المستوى؛ يمكن ربط الأخبار إما بمواد محفوظة داخل الموقع أو روابط خارجية.

2.5. قالب السرد المتسلسل: يعتمد هذا القالب على تقسيم المادة إلى مقاطع قصيرة، لكنها تكتب بطريقة خطية سردية بدون وصلات تتيح الانتقال غير الخطي، ويراعى في هذا القالب وضع نهاية مشوقة لكل فقرة، ويناسب النموذج السابق المواد ذات الطبيعة القصصية والدرامية⁴.

3.5. قالب النص الطويل Scrolling stories: وذلك حينما تتطلب طبيعة المضمون تقديمه بطريقة خطية ليسهل فهمه⁵. كما يمكن أن يقسم إلى وحدات أصغر مترابطة ببعضها بشكل غير خطي، ويفضل أيضا إعادة كتابته بشكل مختصر ومكثف⁶.

4.5. قالب الكتل النصية بحجم الشاشة Screen-size chunks:

يُقصد بكتلة النص وحدة تقسيم وعرض المادة التي سوف يتم نشرها في الصحيفة الإلكترونية حيث تصمم لتخاطب الذاكرة قصيرة المدى، كما يتم تقسيمها في صورة خريطة بحث في حالة ما إذا احتوت هذه الكتلة على أكثر من معلومة أو جزئية للحدث، كما يفترض

1- خالد محمد غازي: التحرير الصحفي..توظيف تكنولوجيا الاتصال، المرجع السابق، ص88.
2- وسام كمال: الإعلام الإلكتروني والمحمول بين المهنية وتحديات التطور التكنولوجي، المرجع السابق، ص33.
3- وسام كمال: الإعلام الإلكتروني والمحمول بين المهنية وتحديات التطور التكنولوجي، المرجع نفسه، ص33.
4- علي عبد الفتاح كنعان: الصحافة الإلكترونية في ظل الثورة التكنولوجية، المرجع السابق، ص103.
5- وسام كمال: الإعلام الإلكتروني والمحمول بين المهنية وتحديات التطور التكنولوجي، المرجع السابق، ص33.
6- ماجد سالم تريبان: الصحافة الإلكترونية رؤية مستقبلية، المرجع السابق، ص244.

الفصل الثاني الصحافة الإلكترونية..مقاربة نظرية

أن يوضع لكل كتلة نصية عنوانا مناسباً لها. ويمكن أن تكون هذه الكتلة عبارة عن نص أو جدول أو رسم بياني أو حتى خريطة¹.

ويعتمد على تقسيم المادة الخبرية إلى مجموعة من الكتل النصية، كل واحدة بحجم شاشة الكمبيوتر (حوالي 29 سطر)، وربط هذه الكتل عن طريق الوصلات Links، ويصلح هذا القالب بالنسبة للمادة الخبرية التي تعرض أحداثاً بينها فاصل Break، بمعنى أن الحدث يتطور من خلال مراحل².

5.5. قالب فورك: يقوم قالب فورك The Fork Method على ما يلي³:

- (Focus) F : النقطة المركزية.
- (Ordre) O : الترتيب.
- (Repetition of key words) R: إعادة المفردات الرئيسية.
- (Kiss off Technique) K : الإيجاز والتبسيط.

6.5. قالب الكتل الرئيسية:

يقسم الموضوع في هذا القالب إلى أفكار رئيسية، ويعتمد هذا القالب على ملخص جذاب يتناول نقاط الموضوع، بعد ذلك تعرض الأفكار حيث تمثل كل فكرة كتلة مستقلة في النص الصحفي مثل طريقة العناوين الفرعية. وتتساوى هذه الكتل من حيث الأهمية، إلا أنه يجب الربط بين هذه الكتل بعبارات انتقالية⁴.

7.5. القالب غير الخطي:

يعد هذا القالب عكس القالب الخطي (الطولي) الذي يقوم على بناء الأخبار من البداية إلى النهاية كما لو كانت في خط مستقيم، وفيها لا يسيطر القارئ على تتابع الأحداث داخل الخبر، ويناسب هذا القالب الأخبار المنشورة في الصحيفة الإلكترونية، ويقوم على وجود وصلات متعددة، تسمح للقراء باختيار الترتيب الذي يريدون من خلاله الوصول إلى المعلومات التي يتضمنها الخبر، وبموجب هذا القالب يبنى الخبر في صيغة مقاطع بحيث يكون عنوانه ومقدمته على الصفحة الأولى من الموقع بالإضافة إلى وصلات إلى جسمه وتفصيله وخلفياته التي توضع على صفحات أخرى من الموقع⁵.

1- عبد الأمير الفيصل: مدخل في صحافة الإنترنت، المرجع السابق، ص115، 116.

2- وسام كمال: الإعلام الإلكتروني والمحمول بين المهنية وتحديات التطور التكنولوجي، المرجع السابق، ص33.

3- حسني نصر، سناء عبد الرحمن: التحرير الصحفي في عصر المعلومات -الخبر الصحفي-، المرجع السابق، ص223، 224.

4- جمال عبد ناموس القيسي: الأخبار في الصحافة الإلكترونية: موقعا BBC العربية وإيلاف أنموذجاً، المرجع السابق، ص172.

5- سميرة بورقعة: الصحافة الإلكترونية: الجزائر أنموذجاً، المرجع السابق، ص100.

8.5. قالب لوحة التصميم:

يعد من القوالب المهمة في تحرير الأخبار التي أفرزتها تكنولوجيا الاتصال عبر الإنترنت، ويأخذ هذا القالب في اعتباره أن الموضوع المنشور في الصحيفة الإلكترونية يتميز عن مثيله المطبوع باستخدام كل الإمكانيات التي تتيحها بيئة العمل على شبكة الإنترنت خاصة الوسائط متعددة التفاعلية، ويتم في هذا القالب إدخال الصوت والصورة ورجع الصدى إلى القصة الخبرية¹.

وهو من القوالب الصحيفة الجديدة، ويتم فيه إدخال الصوت والصورة والمنتديات الحوارية مع التحقيق الصحفي، وجاء هذا الأسلوب نتيجة بحث الصحف الإلكترونية عن قوالب جديدة لتحرير الموضوعات الصحفية. فالقارئ أصبح غير مقتنع بأن يقدم له الموقع الإخباري المعلومات والبيانات والحقائق في شكل هرم مقلوب أو معتدل أو متدرج، في ظل الكم الهائل من المعلومات حول الأحداث والقضايا والمشكلات².

9.5. قالب الدائرة:

هذا القالب يعني أن نبدأ بمقدمة معينة للخبر ثم نعود إليها في النهاية أي ربط المقدمة بالنهاية، ويجب أن تكون النهاية محكمة ذات تأثير درامي. وهو على عكس الهرم المقلوب الذي ترتب فيه الوقائع حسب تدني درجة الأهمية حيث يمكن لكاتب القصة الخبرية أن يبدأ من أي نقطة يريد ليس بالضرورة من الأهم إلى أقل أهمية أو العكس فهو يبدأ حيث يريد ويدور الخبر بالطريقة الفنية التي يراها لتقديم الخبر بشكله النهائي ولكن عليه أن يبدأ ببداية جذابة ونهاية مشوقة. مثال "توجهت الأم بطفلها المريضة إلى المستشفى لإنقاذها فانشطرت السيارة إلى نصفين وماتت الطفلة"³.

10.5. قالب القائمة:

نجد أن هذا القالب يناسب المواضيع التي تحتوي على عدة نقاط متفاوتة في الأهمية، ويعتمد على وضع معلومات الخبر في شكل قوائم (علبة معلومات) داخل الخبر أو خاتمته، كما يستخدم عادة في الأخبار التي تتعلق بدراسات ونتائج البحوث والبرامج الحكومية وكذا مختلف التقارير الاقتصادية⁴.

1- حسني نصر، سناء عبد الرحمان: التحرير الصحفي في عصر المعلومات -الخبر الصحفي-، المرجع السابق، ص220.

2- محمد جمال بدوي: صناعة الأخبار في عصر الذكاء الاصطناعي، ط1، دار التعليم الجامعي للنشر والتوزيع، الإسكندرية، 2023، ص34.

3- عصام الدين مصطفى صالح: الصحافة في مهب الإعلام البديل وحرية تداول المعلومات، ط1، دار الفكر الجامعي، الإسكندرية، 2019، ص350.

4- ماجد سالم تربيان: الإنترنت والصحافة الإلكترونية: رؤية مستقبلية، المرجع السابق، ص246.

11.5. قالب الماسة:

يتميز هذا القالب بوجود مقدمة سردية وغالبا ما تكون نادرة أو صورة شخصية تؤدي إلى الفقرة الجوهرية وهي الفقرة التي تبرز عندها النقطة الأساسية في الموضوع يليها الفقرة المهمة التي يطلق عليها (فقرة الأهمية) التي تضع النقطة الجوهرية ضمن سياقها العام. إن الفقرة الجوهرية والفقرة المهمة تؤديان إلى شكل الهرم المعكوس حيث تناقش القضايا ذات الصلة وخلفية الموضوع بتسلسل وحسب أهميتها وقد انتشر هذا القالب في الصحافة الأوروبية لا سيما الأسبوعية التي تعد أخبارها في سعة من الوقت وتنشر لكتاب عرفوا بأساليبهم المشوقة وسعة اطلاعهم وقدرتهم على استخدام النوار في نسيج الأخبار¹.

12.5. قالب الكأس:

يناسب هذا القالب المجالات والقراء غير المستعجلين الذين قد يقرؤون الموضوع حتى نهايته ويتكون من هرم معكوس في المقدمة، ثم يليه ترتيب زمني وينتهي بمعلومات مهمة تربط الخاتمة بمقدمة².

13.5. قالب الساعة الرملية (الدورق) Hourglass:

تشبه بدايته نموذج قالب الهرم المقلوب حيث تضم أهم المعلومات في أعلى الخبر، ثم يحتوي على سرد تتابعي لبقية الخبر، وفي هذا الشكل يوضح الاستهلال أهمية الموضوع وجوهره ثم تأتي بعد ذلك التفاصيل بأسلوب قصصي تقليدي من البداية حتى النهاية. ولكن هذا القالب يحتاج إلى نوع من الكتابة الإبداعية أو المقدررة اللغوية حيث يستطيع أن ينسج الصحفي تفاصيل القصة الخبرية أي تكون له مقدررة لغوية عالية وخيال وملكة صحفية تجمع شتات القصة في نسيج واحد، مثل تصوير مشهد محاكمة الرئيس العراقي صدام حسين، أي وصف المحكمة والقاعة والقاضي وحتى حالة الأمة العربية التي تتجه أنظارها جميعا إلى شاشات التلفزيون³.

ويستخدم هذا القالب في الكتابة عن قصص الجرائم والحوادث والمحاكم والشرطة والتغطية للشؤون الثقافية والمحاضرات والندوات. ولدى الساعة الرملية عدة ميزات فهي تتيح إيراد كم كبير من الأخبار والتفاصيل للقصة وتوصل الكاتب إلى مرحلة يستطيع معها استعمال مهاراته في سرد الرواية وتقوده للوصول إلى نهاية جيدة⁴.

1- علي فرجاني: مهارات المراسل التلفزيوني وفن صناعة التقارير الإخبارية، ط1، دار أمجد للنشر والتوزيع، عمان، 2016، ص85، 86.

2- جمال عبد ناموس القيسي: الأخبار في الصحافة الإلكترونية: موقعا BBC العربية وإيلاف أنموذجا، المرجع السابق، ص169.

3- عزام محمد علي الجويلي: القواعد الدولية للإعلام، ط1، دار المعزز للنشر والتوزيع، عمان، 2014، ص337.

4- خالد محمد غازي: التحرير الصحفي توظيف تكنولوجيا الاتصال، المرجع السابق، ص88.

14.5. قالب المقاطع (التجميعي):

وفي هذا القالب تقدم القصص الإخبارية التجميعية أي تجميع عدة قصص إخبارية متشابهة وتقديمها في قالب واحد، بحيث يكون كل مقطع على أنه خبر مستقل له مقدمة وجسم وخاتمة. مثال عدد كبير من حوادث الطرق يمكن صياغتها في خبر واحد أو تقديمها في شكل واحد، مثال أخبار السياحة في الأردن، أخبار موسم الزيتون، إي الأخبار ذات القيمة الإخبارية الواحدة أو المتساوية إلى حد كبير. وممكن لهذا النوع من الأخبار أن نسميه جولة إخبارية تضم عدة موضوعات ذات طبيعة متشابهة كحالة الطقس في العالم. كما يمكن لهذا النوع أو القالب التجميعي أن يجمع أخبارا أخرى غير متشابهة ولكن بدون استهلال أو فقرة مقدمة كأن يجمع أخبار طرائف من العالم أو تحت اسم من هنا وهناك أو عالم غريب فيذكر به خبرا عن أعشاب الدجال وآخر عن حزام ديانا وثالث من أجل الأطفال ورابع شغب الطيور¹.

15.5. طريقة وول ستريت جورنال Wall Street Technique:

يطلق عليه بلب البندق، وينسب إلى صحيفة "ول ستريت جورنال" الأمريكية، باعتبارها أول من استخدمه في التحرير الصحفي، وما زالت تستخدمه حتى الآن ويصلح في تحرير التحقيقات والأخبار². ويبدأ هذا النمط باستهلال خفيف قد يكون وصفاً أو سردياً حول شخص أو مشهد أو حادثة وتقوم فكرته على الانتقال من الخاص إلى العام بدءاً بشخص أو مكان بعد الاستهلال يتبع فقرة مركزية توضح مغزى الخبر أو حدث يوضح النقطة الرئيسية في الخبر وتكون الخاتمة دائرية يستخدم فيها نص أو حكاية طريفة تتعلق بالشخص الذي ذكر في الاستهلال³.

1- أحمد توفيق محمد الأنصاري: الأسس العامة لإعداد الإعلاميين، المرجع السابق، ص353.
2- جمال عبد ناموس القيسي: الأخبار في الصحافة الإلكترونية: موقعا BBC العربية وإيلاف أنموذجا، المرجع السابق، ص192.
3- مهند سليمان النعيمي: ألف باء تاء..صحافة، المرجع السابق، ص97.

رابعاً: تحديات الصحافة الإلكترونية:

1. الصحفي في البيئة الرقمية الجديدة:

فمنذ انفجار طفرة الويب في عام 1995، فبدأ النشر الإلكتروني يظهر كإحدى تقنيات التحرير الصحفي. وانبثقت 20 صحيفة إلكترونية حول العالم إلى جانب ظهور بعض المجالات والنشرات وخدمات الحاسبات CompuServe في عام 1993م. وكذلك تضاعف أعداد الصحف الإلكترونية، مما ساهم في تغيير العلاقة بين الصحفي والأساليب التكنولوجية لجمع المعلومات وإعداد التقارير وتجديد العمل الصحفي. وكذلك تغير مفهوم الصحفي الذي يتحتم عليه الموازنة بين الدور البشري الذي يلعبه في صناعة الأخبار والأدوات الآلية التي تساعده في أداء عمله. وهذا لا يتطلب من الصحفيين أن يصبحوا ذوي خبرة علمية فقط في مجال الأجهزة الإلكترونية، وإنما الأخذ بعين الاعتبار أثر التكنولوجيا على القيم المهنية للصحافة¹.

"حيث ظهر ما يسمى ب"بالصحفي الإنترنتي"، وهو الصحفي الذي يحرر الأخبار على شبكة الإنترنت فقط، ولا يعمل أصلاً في صحيفة مطبوعة"². كما تعرف الرابطة المغربية للصحفي الإلكتروني على أنه: "وهو من يعمل أو ينشر بشكل منتظم في موقع أو مواقع إلكترونية مهيكلة بشكل قانوني، ويحترم أخلاقيات المهنة والقوالب الصحافية المختلفة وينسجم مع آليات الإعلام الإلكتروني"³. كما يعرف أيضاً على أنه: "إن مفهوم الصحفي الإلكتروني الذي يعمل في إدارة التحرير أو غرف الأخبار سواء كان صحفياً أو متعاوناً يقوم بإحدى المهام الصحفية المعنية بالبحث (جمع الأخبار) والكتابة (معالجة النص) وتحرير الأخبار على شبكة المعلومات الدولية"⁴.

حيث أصبح الصحفي في الصحافة الإلكترونية "كالجندي في الحروب الحديثة محمل بالمعدات كافة التي يحتاجها في المعركة وعلى رأسه خوذة اتصالات بها كاميرا وجهاز راديو وشاشة صغيرة أمام إحدى عينيه بينما كانت في معصمه لوحة مفاتيح كمبيوتر حيث يمكنه بهذه الكيفية أن يبيت التقارير والصور إلى صحيفته عن طريق الإنترنت... وبته عبر البريد الإلكتروني الذي ينقل في الوقت ذاته الصور التي تلتقطها الكاميرا المثبتة على رأسه"⁵.

1- Khattak, A, Nasir, M & Sultan, K: "The Role of Information Technology in Media Industry", OP, Cit, p6.

2- محمد فضلى: الصحافة الإلكترونية الواقع والمستقبل، دار الفجر للنشر والتوزيع، القاهرة، 2005، ص164.

3- نور الدين البيار: "تجربة الرابطة المغربية في الصحافة الإلكترونية"، ملتقى الصحافة الإلكترونية: مستقبل وسائل الإعلام في العصر الرقمي، المنظمة العربية للتنمية الإدارية، القاهرة، نوفمبر 2010، ص273، 279.

4- Scholl, A: "Sampling Journalists", Communications, 21(3), 1996, p331, 343.

5- عبد الأمير الفيصل: مدخل في صحافة الإنترنت، المرجع السابق، ص92.

إن الصحفي السابق لصحيفة "واشنطن بوست"، "أريان هلوفتي" Adrian "Holovati" اشتهر بعبارته الشهيرة "المبرمج هو الصحفي" لتسليط الضوء على الدور التقني الذي يمكن أن يلعبه الصحفي في مهنة الصحافة الحديثة، وكنتيجة لذلك، يشمل هذا المنظور الصحفي طيفا من المهنيين المتخصصين كالمبرمج والصحفي المطور والصحفي القراصان (هاكر) وآخرين. إلى جانب أن بعض المبرمجين الصحفيين أضاف دبليو السادسة المتمثلة في الوب على (Who, What, Where, Why, When, and Web)، والتي تجيب على التساؤلات بمن وماذا وأين ولماذا ومتى إلى جانب شبكة الوب، فأصبحت جوانب الوب مهمة جدا في ظل تنافس المؤسسات الإعلامية وظهور تقنيات الوسائط المتعددة والتفاعلية ومواقع التواصل الاجتماعي والهواتف الذكية¹.

حيث فرضت الصحافة الإلكترونية واقعا مهنيا جديدا فيما يتعلق بالصحفيين وإمكاناتهم وشروط عملهم، فقد أصبح المطلوب من الصحفي المعاصر أن يكون ملما بالإمكانات التقنية، وبشروط الكتابة للصحافة الإلكترونية كوسيلة تجمع بين نمط الصحافة ونمط التلفزيون المرئي ونمط الحاسوب، وأن يضع في اعتباره أيضا عالمية هذه الوسيلة وسعة انتشارها².

حيث يتعامل الصحفي في الصحافة الإلكترونية مع بيئة متعددة الوسائط والخدمات، مما يتطلب منه أن يجيد استخدام مهارات يدوية متعددة مثل: مهارات استخدام المسجلات الرقمية، ومهارات استخدام الكاميرات الرقمية، ومهارات العمل ميدانيا بالورقة، والقلم، والحاسب الآلي، والهاتف المحمول، إلى جانب استخدام مهارات تحرير الصور، ومهارات استخدام برامج معالجة النصوص، ومهارات استخدام برامج التحميل على الوب، ومهارات استخدام البريد الإلكتروني³.

كما يتميز الصحفي الذي يعمل على الإنترنت بسرعة نقله للأخبار عكس الصحفي في جريدة مطبوعة حتى لو كانت يومية، فهو يقوم ببث الخبر بمجرد معرفته لينشر في لحظات معدودة لملايين من القراء، كما تعطيه التقنية الفرصة لتجديد الخبر كل فترة زمنية: ساعة أو نصف ساعة -حسب الظروف- وكتابة المزيد وتطورات الحدث أول بأول، مزودا تقريره بالصور وقد تكون بلقطات الفيديو أحيانا، وإن كانت هذه السرعة أثرت على جودة الصياغة الخبرية وعلى التدقيق في صحة الإملاء وأخطاء النحو وخلافه، على حساب نشر

1- خلود العصيمي: "أدوات التحرير الإلكتروني في الصحافة الإلكترونية السعودية: دراسة مسحية على القائم بالاتصال"، المرجع السابق، ص91، 138.

2- فيصل أبو عيشة: الإعلام الإلكتروني، المرجع السابق، ص132.

3- جواد الدلو: الحديث الصحفي وتطبيقاته العملية، ط1، دار البشير للطباعة والنشر والتوزيع، غزة، 1995، ص9.

الخبر ونقل الحدث باعتبار أن القارئ يريد أن يتعرف على ما يحدث دون اهتمام بالصياغة الجميلة وصحة اللغة¹.

كما أن هذا التطور التكنولوجي والرقمي في عصرنا، سهل لأي شخص نشر المعلومات عبر الإنترنت وممارسة الإعلام والاتصال بأقل تكلفة ومجهود مقارنة بالماضي، حيث يمكن لأي فرد إنشاء صحيفة إلكترونية بأقل الإمكانيات. لكن هذه الامتيازات الجديدة خلقت جدلا واختلافا حول تحديد معايير لهوية الصحفي الإلكتروني الذي يشتغل عبر شبكة الإنترنت، وسارعت العديد من المؤسسات والمنظمات الإعلامية إضافة إلى الباحثين في المجال إلى صياغة محددات ومعايير تسمح بإعطاء هوية واضحة للصحفي في البيئة الرقمية.

فوفقا لبعض الجهات، فإن الخاصية الأساسية التي يجب أن تتوفر في أي كيان قانوني يزاول العمل الصحفي، هي أن تكون مهمته الرئيسية إعلام الجمهور، ولا شك أن هذا المعيار ينطبق على موقع الإنترنت الذي يعنى بنشر المصنفات الصحفية، أما بالنسبة للصحفي الذي يمارس مهنة الصحافة عبر الإنترنت فقد حددت لجنة منح بطاقات هوية الصحفيين في فرنسا بتاريخ 14 ماي 1998م عدة شروط يجب توفرها جميعا لإضفاء صفة الصحفي على من يمارس مهنة الصحافة عبر الإنترنت وهي²:

- الشرط 1: أن يكون طالب بطاقة هوية الصحفي منضما إلى الاتفاقية الجماعية الوطنية للصحفيين.
- الشرط 2: أن يكون طالب البطاقة تابعا لأحد فروع أي مشروع صحفي، أو لأي كيان يتمتع بالشخصية القانونية المستقلة، كمؤسسة أو جمعية يتمثل نشاطها الرئيسي في إعلام الجمهور، وتتميز صياغة هذا الشرط بأنها واسعة النطاق، فهي تشمل أي وسيلة من وسائل الإعلام.
- الشرط 3: يجب أن يتعلق النشر عبر الإنترنت بالأحداث الجارية وبصفة دورية.
- الشرط 4: يجب أن يكون النشر الإلكتروني دوريا كل 3 أشهر، وذلك متى تم على دعامة مادية مثل القرص المدمج، أو أسطوانة الفيديو الرقمية.
- الشرط 5: يجب أن يكون لطالب بطاقة هوية الصحفي، عنوان نشر إلكتروني خاص به، وهذا حتى يمكن التحقق من مزاولة الشخص العمل الصحفي عن طريق الدخول إلى هذا العنوان.

1- علي عبد الفتاح كنعان: الصحافة الإلكترونية العربية، المرجع السابق، ص149.
2- محمد شطاح: صحافة الإنترنت ومستقبل الصحافة الورقية "المكتوبة" في الجزائر، كلية علوم الإعلام والاتصال، جامعة عنابة، 2005، ص9.

الفصل الثاني الصحافة الإلكترونية..مقاربة نظرية

- الشرط 6: يجب أن يقتصر نشاط طالب بطاقة الهوية الصحفية على العمل الصحفي، كتحرير المقالات ونشر الأخبار.

إضافة إلى فرض البيئة الرقمية والإنترنت على الصحفيين اكتساب وتعلم مهارات أخرى لم يكونوا ملزمين بها من قبل، كما فرضت أيضا على المؤسسات الصحفية عبر الإنترنت في توفير كامل الإمكانيات والوسائل الضرورية من حواسيب وبرامج تقنية متعددة الوظائف يحتاجها الصحفيون لنجاح عملهم كصحفيين رقميين فقد أضحت وجود موقع للوسيلة الإعلامية على شبكة الإنترنت أمرا جوهريا، كما أن تزويد العاملين بأجهزة الحاسوب والاتصال بات مطلبا ضروريا، بل ومن صلب العمل الإعلامي. كما أضحت ضرورة الاهتمام بالبرمجيات الحديثة لتوفير قواعد المعلومات شأنها لا مناص منه في عمل إعلامي ناجح¹.

وأیضا تتطلب التفاعلية من الصحفي الإلكتروني عدم الاكتفاء بكتابة المادة، وإنما عليه متابعة ردود أفعال القراء وتعليقاتهم، وعدم إهمالها، لهذا أصبح هذا الصحفي له أيضا مواصفات بدونها لا يمكنه التعامل مع مثل هذه النوعية من الصحف الإلكترونية، مثل²:

- التمكن من استخدام الحاسب الآلي وبرامجه، خاصة برنامج الكتابة، وبرنامج الصور لإدخال الصور على الكمبيوتر، وإرسالها إلكترونيا للصحيفة.
- التعامل مع شبكة الإنترنت، أي أنه يعرف كيف يبحث على الإنترنت، وكيف يتجول على واقع الإنترنت المختلفة.
- يكون له بريد إلكتروني يرسل منه للصحيفة، ويستقبل من خلاله الرسائل من المصادر المختلفة، ولا بد أن يكون مدركا لحجم بريده وسعته، حتى لا يتسبب جهله في منع وصول رسالة بها خبر هام للصحيفة في الوقت المناسب.
- لديه خبرة بطرق حماية وأمن الحاسب الآلي مثل: البرامج المضادة للفيروسات، والبرامج المضادة للتجسس، وما إلى ذلك حتى يتمكن من التعامل مع أي طارئ يسيطر على جهازه.
- متابعة ما يقوم بنشره، وردود الفعل، حتى يمكنه الرد عليها إن احتاج الأمر أو نشرها على حسب طبيعة صحيفته.
- معرفة القوالب الصحفية الإلكترونية في تحرير الأخبار.

إضافة إلى توفير التعلم المستمر لهم للتطور السريع واليومي لتكنولوجيات الاتصال الحديثة؛ حيث أن الرفع من كفاءة الإعلاميين ضرورية لاستكمال جميع جوانب المهنية

1- علي عبد الفتاح كنعان: إدارة المؤسسات الإعلامية، ط1، دار اليازوري للنشر والتوزيع، عمان، 2016، ص113.
2- حسن حسين حسين: "تصميم الصحف الإلكترونية العربية دراسة تطبيقية على عينة من الصحف الإلكترونية والعاملين في مراحل التصميم"، المرجع السابق، ص45، 46.

الإعلامية في المؤسسة، إذ أنّ الإعلاميين المؤهلين أكاديميا وأولئك المتسلحين بالخبرات.. المواظبين على الدورات التدريبية ولديهم المهارات الكافية لعملهم في استخدام أجهزة التقنيات الحديثة سيشكلون بلا شك الجهاز الوظيفي المرموق الذي تتمكن من خلاله المؤسسة الإعلامية ارتقاء سلم النجاح وبلوغ أهدافها وتحقيق طموحاتها¹.

2. إشكالية مصادر تمويل الصحف الإلكترونية:

بالرغم أنه من المتعارف عليه أن الصحافة الإلكترونية تكاليف إنتاجها منخفض مقارنة بالصحافة الورقية. فالصحف الإلكترونية يمكنها الاستغناء عن المصاريف الخاصة بتوفير المباني، والمطابع ومستلزمات الطباعة، كما يمكنها الاستغناء أيضا عن متطلبات التسويق والتوزيع وعدد كبير من الموظفين².

لكن من التحديات المصيرية التي تواجهها الصحافة الإلكترونية تتعلق بالصعوبات المادية من حيث التمويل والمصاريف، فالصحف المطبوعة تعتمد في جزء كبير من تكلفتها على الإعلان المباشر، الذي حسب معجم مصطلحات الإعلام فقد ميز بين نوعين من التعارف الخاصة بالإعلان هما: *Avertissement et Annonce* : هو الوسائل التي يوجهها المعلنون إلى الجمهور لتعريفه بالسلعة أو الخدمة التي تقدمها المنشأة مستخدمين في ذلك وسائل النشر المتاحة³.

"لجوء معظم الصحف الإلكترونية إلى التمويل من خلال الإعلانات، وقد أصبح الإعلان المتكرر على كل صفحة في الصحيفة الإلكترونية المسمى بإعلان الياقظة *Banner* هو مصدر الدخل الرئيسي لهذه الصحف"⁴. لذلك يعتبر الإشهار الإلكتروني المورد المالي الذي يضمن استمرار واقع النشر ومحركات البحث، كما أن الصحف والمجلات الموضوعية على شبكة الإنترنت بنوعيتها تحتاج إلى تمويلها، ومن المفروض أن يتم هذا الأمر عن طريق الإشهار الإلكتروني. والمبلغ المرجو الحصول عليه مقابل هذه الخدمة يدعم بقاء المواقع الإلكترونية عموما، والصحافة الإلكترونية خصوصا⁵.

1- علي عبد الفتاح كنعان: إدارة المؤسسات الإعلامية، المرجع السابق، ص113.
2- ماجد سالم ترaban: الصحافة الإلكترونية: رؤية مستقبلية، المرجع السابق، ص141.
3- أحمد زكي بدوي: معجم مصطلحات الإعلان العربي الإنجليزي الفرنسي، ط2، دار الكتاب المصرية، دار الكتاب اللبناني، بيروت، 1994، ص11.
4- إبراهيم السيد حسنين: الاتجاهات الحديثة في الإعلام الصحفي، المرجع السابق، ص296.
5- يمينة بلعاليان: "الصحافة الإلكترونية في الجزائر بين تحدي الواقع والتطلع نحو المستقبل"، المرجع السابق، ص98.

الفصل الثاني الصحافة الإلكترونية..مقاربة نظرية

ويعتبر الإشهار بفعل ذلك من أهم مصادر تمويل الصحف مما أدى في الكثير من الأحيان بالمعلنين التأثير في السياسة التحريرية للجريدة وتوجيهها وفق ما يخدم أهدافهم الاقتصادية¹.

هذه المنافسة الشديدة الموجودة بين وسائل الإعلام (صحافة مطبوعة، إذاعة، قنوات تلفزيونية، مواقع إلكترونية) وبين المواقع الإلكترونية في حد ذاتها. خاصة المواقع الإخبارية. جعلت هذه الأخيرة تبحث عن مصادر جديدة للتمويل، فظهرت نماذج اقتصادية مختلفة للصحافة الإلكترونية تتمثل في:

- **النموذج المجاني للصحافة الإلكترونية:** يقوم هذا النموذج على اعتبار الإشهار المورد الوحيد للصحيفة الإلكترونية بدل المستخدمين وزوار الموقع². فالقارئ لا يدفع مقابل الأخبار التي يتلقاها عبر هذه الصحف، فالإشهار يغطي كل تكاليف الصحيفة. وتعتمد الصحف الإلكترونية الجزائرية حالياً كلها هذا النموذج في إطار غياب آليات الدفع الإلكتروني بالجزائر.
- **نموذج الاشتراك بمقابل:** يعتمد هذا النموذج على القراء كمورد أساسي للصحيفة، فالقارئ يدفع مقابل مادي لكل المحتويات التي يتلقاها، وهو كثيراً ما يعتمد على الاشتراك. ويتفادى الاعتماد على الإشهار الذي هو محور منافسة شديدة بين مختلف وسائل الإعلام ومختلف المواقع بشكل خاص³.
- **النموذج المزدوج للصحافة الإلكترونية:** إن اشتداد المنافسة بين مختلف المواقع والصحف الإلكترونية جعل العائدات الإعلانية تنقلص بالنسبة لبعض الصحف الإلكترونية مما جعلها تلجأ إلى نموذج اقتصادي مزدوج يقوم على مثل ما هو عليه في الصحف المطبوعة، أي تباع مساحاتها للمعلنين وتبيع بعض الخدمات للقراء مثل الأرشيف، بعض المضامين، وبيع محتوياتها عن طريق الاشتراك⁴.

دون نسيان منافسين شرسين آخرين مثل صحافة المواطن، والمواقع الإلكترونية الشهيرة، ومنها غوغل التي ترفض -الموقع- دفع مقابل للصحف الإلكترونية مقابل الاستفادة من محتوى هذه الصحف، الأمر الذي أغضب ناشري الصحف الإلكترونية، ودفعهم إلى المطالبة بتشريع يحمي هذه الصحف من المواقع الإلكترونية التي تنقل عنها

1- كهينة سلام: "اقتصاديات الصحافة المكتوبة الورقية والإلكترونية"، مجلة الحكمة للدراسات الإعلامية والاتصالية، مؤسسة كنوز الحكمة للنشر والتوزيع، (العدد7)، جوان 2016، ص76، 88. متوفر على الرابط:

<http://search.mandumah.com/Record/769902>

2- كهينة سلام: "اقتصاديات الصحافة المكتوبة الورقية والإلكترونية"، المرجع نفسه، ص76، 88.

3- Pierre Albert, Nathalie Sonnac : **La presse Française au défi du numérique**, 8^{ème} édition, la documentation, Paris. 2014, p88.

4- Sadoc HAMMAMI : "Eléments d'une méthodologie d'analyse de la presse électronique", revue Tunisienne de la communication, n°46. Juillet-décembre. 2006, p25.

دون دفع ثمن هذه الخدمة. وهذا ما دفع الرئيس الفرنسي أن يهدّد غوغل بسن تشريع يُلزم هذه المواقع بالدفع والتعويض المادي للصحافة الإلكترونية، مقابل الانتفاع بخدماتها الإخبارية، وغيرها¹.

لذا يتوجّب البحث عن حل لهذه المشكلة أمرا في غاية الأهمية، إذ يعتبر أساس بقاء أية وسيلة إعلامية مرهون بتنوع مصادر دخلها. ويعد "تنوع مصادر الدخل والموارد المالية من الأمور التي تحدد بدرجة أساسية حياة أي مؤسسة إعلامية كانت أو غير إعلامية، ولذلك فإن الوسائل الإعلامية بما فيها الصحف الإلكترونية تعمل جاهدة على ضمان أكبر قدر من المداخل، وتحاول أن تخلق مصادر لتمويل نفسها، وكي تحقق استقلالها المادي وبالتالي استقلالها السياسي².

وعلى العموم يمكن القول بأن معظم المؤسسات الإعلامية تقدم خدماتها بشكل مجاني، ولكنها تطلب في المقابل التسجيل في الموقع بهدف بيع المعلومات لشركات التسويق نظير عوائد مادية. وفي ظل عدم الربحية أو تغطية التكاليف فقد اتجهت بعض هذه المؤسسات على تقديم جزء من الخدمة الإخبارية مجانا، مقابل الدفع مقابل الاستزادة والبحث عن مزيد من التفاصيل في هذه الأخبار والموضوعات وهذا ما تقدمه كثير من الصحف العالمية، حيث تقدم صفحاتها الأولى مجانا، بينما التفاصيل والاستفاضة في الموضوع تحتاج إلى اشتراك مدفوع الخدمة. وفيما يبدو كما ذكر ذلك أستاذ الإعلام بجامعة امستردام بيت باكر أن هذا النموذج الجديد في تعامل المؤسسات الإعلامية مع مستخدمي الإنترنت³.

وتوجد ثلاث صحف ومجلات استطاعت أن تبني لها سمعة في مواقعها الإلكترونية المدفوعة، وهي نيويورك تايمز، وول ستريت جورنال ومجلة الإيكونومست، ولكن الجدل يدور حول نجاح هذه النماذج الإعلامية لكونها تقدم خدمات معلوماتية متخصصة، عدا النيويورك تايمز التي تفتخر بأرشيدها الصحافي ومنتديات كتابها وقراءها على أنه من أهم جوانب تميزها الذي تعتقد بأن له قيمة مادية يجب أن تدفع للمشاركة أو للإطلاع عليه. فقد ذكرت كاترين ماتيس Catherine Mathis المتحدثة باسم شركة نيويورك تايمز أن الدراسات المسحية للصحيفة أشارت إلى أن المقالات الصحافية لكتاب الصحيفة ومنتديات الكتاب والقراء إضافة إلى الأرشيف الثري جدا للصحيفة هو الذي يميز موقع النيويورك تايمز عن غيره من المواقع الإلكترونية⁴.

1- مرعي مذكور: الصحافة الإمكانيات التجاوزات الآفاق، ط1، دار النشر للجامعات، القاهرة، 2013، ص123.

2- إبراهيم بعزیز: الصحافة الإلكترونية والتطبيقات الإعلامية الحديثة، المرجع السابق، ص125.

3- حسين عبد الجبار: اتجاهات الإعلام الحديث والمعاصر، المرجع السابق، ص121.

4- حسين عبد الجبار: اتجاهات الإعلام الحديث والمعاصر، المرجع نفسه، ص121.

الفصل الثاني الصحافة الإلكترونية..مقاربة نظرية

ومن جانب اقتصادي آخر من هذا الموضوع أشار نائب رئيس الشؤون الإلكترونية بصحيفة النيويورك تايمز مارتن نيسنهولتز Nisenholtz إلى أن الصحيفة تحتاج إلى إيراد جديد للصراف على خدماتها، ورسم \$2.95 للوصول لمقال أو موضوع يعطي الصحيفة أكثر من مليون دولار سنويا يساهم في تغطيات خدماتها ويعترف في نفس الوقت أن وضع بعض الكتاب خلف الجدران قد يعيق تواصل القراء معهم، بينما يرى ديفيد كار-الكاتب في نفس الصحيفة- بأن هذه الجدران قد تجعل هؤلاء الكتاب المشاهير في طي النسيان. وأشارت الإحصائيات إلى أن عدد المشتركين في خدمة النيويورك تايمز Time-Select- منذ إطلاقها في سبتمبر 2005م وصل إلى أكثر من ربع مليون مشترك خلال الشهرين الأولين من الخدمة. ولك يرى بعض المراقبين أن هذه الخطوة قد تشكل خطورة على الصحيفة من الناحية الشعبية، حيث قد تحقق في المرحلة الحالية بعض النجاح، إلا أنه يمكن مستقبلا أن تفقد الكثير من الوهج والاهتمام لوجود صحف منافسة مثل واشنطن بوست ولوس أنجلوس تايمز ويو إس أي توداي وغيرها من الصحف¹.

وشهدت بعض الصحف الاقتصادية نموا في أعداد المشتركين في خدماتها الإلكترونية، حيث وصل النمو السنوي في صحيفة الفاييننشال تايمز البريطانية إلى 7% وكانت قد حذت حذو الصحيفة الاقتصادية الأكثر انتشارا في العالم وول ستريت جورنال في هذا الشأن. كما أن صحيفة ليسكو الاقتصادية Les Echo's الفرنسية تبنت نفس المنهج في بناء قاعدة من المشتركين في مواقعها الإلكترونية ودخلت إحدى أشهر الصحف الإسبانية اليبس El Pais في نموذج المزوجة بين المجانية والدفع للحصول والإطلاع على محتوياتها، بعد أن عملت لمدة حوالي ثلاثة أعوام على نموذج الإغلاق الكامل للموقع إلا من خلال اشتراك ممدفوع للصحيفة. ولكن اتجهت الصحيفة الإسبانية إلى منهج المزوجة، حيث أتاحت الدخول المجاني على الأخبار العاجلة والمقالات، وبعض التحقيقات، مع الإبقاء على نظام اشتراك على بعض محتويات الصحيفة².

وأشارت كاترين سيلبي Seelye إلى صعوبة المرحلة الحالية التي تعيشها كثير من الصحف في العالم وخاصة الولايات المتحدة الأمريكية. وذكرت أن هناك ثلاث صعوبات (تحديات) تواجه هذه الصحف في المرحلة الانتقالية الحالية، وتحديدًا عندما يكون الانتقال إلى نموذج الاشتراك المدفوع في مواقعها الإلكترونية.

- بدأ الكثير من الناس الاعتياد على الخدمات الإخبارية المجانية عبر الإنترنت، مما يشكل شريحة إضافية مهمة إلى قراء الصحف وخاصة من شرائح القراء الشباب الذين لن يكونوا في يوم من الأيام من القراء الذين يدفعون مقابل ممارسة القراءة.

1- حسين عبد الجبار: اتجاهات الإعلام الحديث والمعاصر، المرجع السابق، ص121.

2- حسين عبد الجبار: اتجاهات الإعلام الحديث والمعاصر، المرجع نفسه، ص122.

الفصل الثاني الصحافة الإلكترونية..مقاربة نظرية

- كما أن تنامي رسوم الاشتراكات في الصحف الورقية هو أحد الأسباب الطارئة لمزيد من القراء الجدد للصحافة الورقية.
- عندما تضع الصحيفة رسوم اشتراك على موقعها الإلكتروني فهي بهذا تحد من نسبة الانتشار والترويج للمادة الإعلامية، وما يستتبع ذلك من انخفاض أو الحد من الإيراد الإعلاني المتوقع من الموقع الإلكتروني.
 - يعد التحول نحو النموذج المدفوع في المواقع الإلكترونية متأخرا خصوصا مع تنامي وجود مواقع صحافية جديدة للمواطنين Citizens journalism التي تقدم الكثير من الخدمات المعلوماتية والإخبارية بشكل مجاني¹.

كما اعترض أحد كتاب صحيفة النيويورك تايمز على اتجاه بعض الصحف مثل النيويورك تايمز ذاتها على الاتجاه نحو خدمة الإنترنت المدفوعة، مشيرا إلى أن شريحة القراء من الشباب لن تأخذ هذا المنحى وتدفع قيمة الاشتراك في الصحيفة، كما أوضح ديفيد كار Carr إلى أن مثل هذه الصحف ستفقد هذه الشريحة العريضة من الشباب إذا أصرت على الاستمرار في الاشتراكات المدفوعة للدخول إلى مواقعها الإلكترونية².

أما بخصوص تحدي التمويل المالي للصحف الإلكترونية في العالم العربي عموما، يعد تحديا كبيرا يتسم بالصعوبة والتعقيد والغموض لعدة عقبات حيث ويمكن لنا تلخيص سلسلة العقبات التي تعترض تطوير المحتوى الرقمي العربي بتدني نسبة انتشار الإنترنت في المنطقة عامة، إضافة إلى الذهنية العربية السائدة والتي ترفض أن تدفع أية رسوم لقاء الحصول على معلومات ومحتويات رقمية. وإذا كانت بعض المواقع العربية الإلكترونية قد حاولت تخطي هذه العقبة بتقديم محتوياتها مجانا والاعتماد في دخلها على عائدات الإعلانات، فقد فشلت جهودها أيضا نتيجة عدم ثقة رجال الأعمال بفعالية الإعلان عبر الإنترنت وتفضيلهم اللجوء إلى وسائط الإعلام التقليدية³.

إضافة إلى عدم إخضاع اقتصاديات الصحافة العربية إلى دراسات جدوى جديدة تأخذ بعين الاعتبار إيجابيات التحول إلى النظام الاقتصادي الإلكتروني وسلبياته، عندما تسعى المؤسسة الإعلامية للتحول نحو فضاءات الإعلام الجديد باعتبارها تشكل المستقبل في ظل الهروب الجماعي لجماهير وسائل الإعلام التقليدي نحو الإعلام الرقمي الجديد⁴.

1- حسين عبد الجبار: اتجاهات الإعلام الحديث والمعاصر، المرجع السابق، ص123.
2- حسين عبد الجبار: اتجاهات الإعلام الحديث والمعاصر، المرجع نفسه، ص123، 124.
3- سوزان موزي: الثورة المعلوماتية والتكنولوجية وسياسات التنمية، ط1، دار المنهل اللبناني، بيروت، 2009، ص133.
4- العربي بوعمامة: الإعلام الاقتصادي، ط1، ألفا للوثائق، قسنطينة، 2020، ص115.

الفصل الثاني الصحافة الإلكترونية..مقاربة نظرية

وأيضاً عدم وجود ضوابط تحكم السوق الإعلاني، الذي تتنافس فيه مختلف الوسائل الإعلامية، إضافة إلى الوجود الكثيف للصحف الإعلانية المجانية¹.

كما أن السوق التي تتحرك فيها الصحافة بالسوق المزدوجة، حيث تعمل المؤسسة الصحفية على دراسة الحاجات الإعلامية وتوسعى لتلبيتها ويترتب عن ذلك إنتاج جمهور بمواصفات معينة فتعمل على بيعه للمعلنين وفقاً لخصائص جمهور السلع التي يريدون تسويقها. وبهذه الطريقة تساهم المؤسسات الاقتصادية في تمويل المنتج الإعلامي للصحيفة التي نشرت الإعلان، لكن غياب المعطيات المتعلقة بالحاجات الإعلامية وغياب دراسات الجمهور في العالم العربي قد يؤدي بالمؤسسات الصحفية إلى اللجوء إلى العلاقات العامة في البحث عن موارد إعلانية، كما يجعل المعلنين يلجؤون إلى الصحف ذات الشهرة أو الصورة المطابقة لاختياراتهم التسويقية بدلاً من البحث عن مواصفات جمهور لا تتوفر عنه المعطيات الكافية².

ونفس التحدي يواجه الصحافة الإلكترونية في الجزائر، حيث بالرغم من نجاحها النسبي التحريري والجماهيري، لا زالت الصحافة الإلكترونية في الجزائر محرومة من الإشهار العمومي، وذلك بخلاف باقي وسائل الإعلام الوطنية (صحافة ورقية، إذاعة وتلفزيون) وليس لها حظ وافر من الإشهار الخاص على الإنترنت، الذي لا يزال ضعيفاً، وملوثاً بممارسات غير عادلة لبعض العناوين الإلكترونية للصحافة الورقية. حيث يفضل أغلب المعلنين التعريف بمنتجاتهم على مواقع الصحافة التقليدية، التي تتميز بالنسبة لهم بمقروئية أكبر، مما يضطر الصحف الإلكترونية المحضة لكسر الزبائن، مع ملاحظة أن القلة المحظوظة التي تستفيد من فترات الإشهار الخاص تعاني من المنافسة غير الشريفة لكبرى الصحف الوطنية التي تقوم دورياً بخفض الأسعار على نسختها الإلكترونية، ولذلك ينتظر بعض أصحاب الصحافة الإلكترونية الجزائرية من القانون الجديد الخاص بالإشهار أن ينظم هذا المجال باتجاه إنصافهم، كما ينتظرون تدخل الدولة لتنظيم التسعيرات الإشهارية ولتقديم مساعدات مالية لصحافتهم على غرار بعض الدول³.

1- تيسير أبو عرجة: الإعلام العربي وسائله ووسائله وقضاياها، ط1، دار مجدلاوي للنشر والتوزيع، عمان، 2012، ص37.

2- كهينة سلام: "اقتصاديات الصحافة المكتوبة الورقية والإلكترونية"، المرجع السابق، ص76، 88.

3- فضيل دليو: تاريخ الصحافة المكتوبة الجزائرية 2013-1830، المرجع السابق، ص211، 212.

3. إشكالية الإطار القانوني وأخلاقيات المهنة:

وفي وقت أصبح تطور التكنولوجيا يسير بشكل متصاعد وأكثر من سريع، وبالرغم من أن التكنولوجيا لسيت بحد ذاتها خيرا أو شرا، وإنما هي وسيلة وأداة يمكن توظيفها في الخير أو الشر، وبالرغم من كل ما تحمله ثورة التكنولوجيا من فرص وآفاق جديدة تخدم المعرفة والعلم والإنسان والحضارة، إلا أنه يجب القول أيضا أنها تفرض في الوقت نفسه على المجتمع الإنساني تحديات جديدة تمثل خطرا حقيقيا على المبادئ الأخلاقية والقيم الدينية والإنسانية¹.

إذ أن عدم إمكانية فرض رقابة حقيقية على الإنترنت وتطبيقاته المشار إليها قد دفع الكثير من الأشخاص لاستغلال هذا الأمر لترويج الشائعات والأخبار الكاذبة، أو للتشهير بالآخرين، أو انتهاك خصوصية الغير، أو سرقة المعلومات والنتائج والمؤلفات التي تخضع لمبدأ حماية الملكية الفكرية بما يطلق عليه قرصنة المعلومات، وسوى ذلك من الأفعال التي حدثت ببعض لأن يطلق على الإنترنت وتطبيقاته الإعلامية والاتصالية بالنعمة والنقمة².

مما جعل الاهتمام بأمن وسلامة المعلومات الإلكترونية يتعاضد، في مقابل تواجد أشخاص أو جهات أو منظمات أو هواة أو محترفين في خضم صراع الحرب الإلكترونية التي تدور رحاها بين الفينة والأخرى، فدخلت مصطلحات جديدة في عالم الأمن المعلوماتي والحاسب الآلي والإنترنت مثل Crackers-Hackers فهؤلاء المخربون أو القرصنة أو المتطفلون يدخلون على الأنظمة والرامج والمواقع والشبكات والحاسبات بدون تصريح ويسببون أضرارا للشيء المستهدف، وربما يتصرفون بما يستهدفون كيفما يشاءون. وهناك أمثلة حية على عمليات التسلل والتعطيل والتخريب التقني. فقد أقدمت مجموعة من القرصنة الإسرائيليين على اختراق وتخريب موقع غولف نيوز Gulf News على الشبكة الدولية للمعلومات (الإنترنت) وقاموا بإزالة الموقع ورفع العلم الإسرائيلي مقرونا بعبارة (تحيا إسرائيل). وقد أظهرت التحقيقات التي قام بها مجموعة من خبراء الكمبيوتر بالصحيفة من خلال عدة مواقع بالولايات المتحدة الأمريكية أن مصدر التخريب هو مجموعة من الحاسبات الإلكترونية بالدولة العبرية مرتبطة بمزود الخدمة (نتفجن). ويستخدم القرصنة عادة عددا من الأساليب التقنية في التخريب منها تشويه المواقع، اختراق النظم، حملات تشويه المعلومات واستخدام الفيروسات أو حضان طروادة لشن حروبهم على الشبكة. في مثال آخر تعطل موقع صحيفة نيويورك تايمز الأمريكية لعدة ساعات في يوم الخميس 1 نوفمبر 2001 وذلك إثر تلقي الموقع كمية ضخمة من الرسائل

1- حسين عبد الجبار: اتجاهات الإعلام الحديث والمعاصر، المرجع السابق، ص160.

2- علي يوسف الفلاحي: الإعلام التقليدي والإعلام الجديد، المرجع السابق، ص183.

الإلكترونية الزائفة (عملية إغراق) ولم تستبعد الصحيفة أن يكون هذا نوعا من الهجوم المعلوماتي¹.

ازدادت التجاوزات الأخلاقية في العمل الصحفي في ظل البيئة الإعلامية الجديدة ويرجع سبب ذلك إلى "التحديثات التقنية والابتكارات التكنولوجية التي دخلت صناعة الإعلام وجعلت من السهولة بمكان العبث بمحتوى وشكل الرسالة الإعلامية... تمثلت هذه المظاهر والتجاوزات في الخروج على المعايير المهنية وأدب الحوار، وتشويه الحقائق، وتعمد خداع الجمهور، وبث الشائعات"².

يضاف إلى التحدي الأخلاقي في الصحافة الإلكترونية، استخدام الهويات الزائفة أو المجهولة على شبكة الإنترنت وهو ما يشكك في صحة المحتويات المنتجة والمتداولة على شبكة الإنترنت. كما يعتبر النقل عن مختلف المصادر الإلكترونية ذو أولوية أخلاقية من حيث حقوق التأليف وعد احترام العديد من المواقع الإلكترونية في الجزائر مثلا على الإشارة إلى مصدر المعلومة والتسابق على النشر وفقا لمعيار السرعة واستعمال عوامل الجذب والإثارة باستعمال الصور وصياغة العناوين، من دون إيلاء أهمية لأهمية المصادر الإلكترونية في حقوق التأليف والملكية الفكرية³.

إضافة إلى أن ماتتناقله بعض المواقع والمنتديات الإلكترونية أخطر مما تتناقله الوسائل الأخرى ومع ذلك العقوبة شبه غائبة عنها، بسبب صعوبة مراقبة الإنترنت، وتعدد القائمين عليها، ومهارة مروجي الإشاعات عبرها وتخفيهم وراء الأسماء المستعارة. ورغم بروز محاولات لتنظيم هذه الوسيلة وتقنينها، والتوجه نحو نشر ثقافة أخلاقيات الممارسة الإلكترونية إلا أن التجاوزات تبقى قائمة ومستمرة، لتبقى معها الأصوات مرتفعة لضبط الممارسات الاتصالية عبر الإنترنت معتبرة أن التوعية المراد منها أن تتعاطى مع الإشاعة على الإنترنت يجب أن يصاحبها نظام العقوبة الذي تكون خاضعة له أي وسيلة اتصالية أخرى⁴.

1- عبد الدايم عادل المهدي: "اتجاهات الفارئ العربي نحو الصحافة الإلكترونية: دراسة تطبيقية على عينة من القراء العرب بدولة قطر خلال الفترة من 2001-2002"، رسالة ماجستير، كلية الإعلام، جامعة أم درمان الإسلامية، السودان، 2006، ص135. متوفر على الرابط: <http://search.mandumah.com/Record/564211>

2- إبراهيم إسماعيل: الإعلام المعاصر: وسائله، مهاراته، تأثيراته، أخلاقياته، ط1، وزارة الثقافة والفنون والتراث، قطر، 2014، ص237.

3- صالح فلاق شبرة: الجديد في صحافة الويب 2.0 استخدام الأدوات الرقمية والمنصات التفاعلية، المرجع السابق، ص152.

4- ربيعة فندوشي وآخرون: التكوين المهني والأخلاقي للصحفيين وممارسي الاتصال، ط1، ألفا للوثائق، قسنطينة، 2020، ص245.

الفصل الثاني الصحافة الإلكترونية..مقاربة نظرية

لذلك أصبح ضروريا وضع تحدي أخلاقيات المهنة على رأس التحديات التي على الصحافة الإلكترونية أن تكسبها اليوم قبل الغد، وأن لا تقبل ولا تتسامح بالإساءة لسمعتها بسبب عدم احترام أخلاقيات مهنة الصحافة كما هو متعارف عليها عالميا، فلا يسمح بنشر خبر دون تثبت، ولا بد من البحث عن الحقيقة والتوازن والموضوعية، لأن واقع الصحافة الإلكترونية للأسف الشديد اليوم يتسم بهشاشة بيئة على مستوى أخلاقيات المهنة خاصة أمام تطفل العديد من غير ذوي التكوين والاختصاص على المجال، وأيضا بفعل انتشار المواقع الهاوية، حيث أنه باستثناء بعض التجارب التي يقوم عليها أساسا صحافيون نازحون من الصحافة الورقية إلى الإلكترونية لا يسر بالمرّة، خاصة أمام المواقع المعلومة التي تتخذ من الافتراء واستهداف الخصوصيات الحميمية والمعطيات الشخصية والتشهير مذهبها لها¹.

وفي هذا السياق، تشير نورا بول وكاري ووك من معهد بوينتر في فلوريدا إلى أن هذه النوعية الجديدة من الصحافة بحاجة إلى أسس متينة وأخلاقيات، كما هي الحال في الصحافة التقليدية، ويقول كريس هارفي مدير مكتب موقع كلية الإعلام في جامعة ماريلاند أن البحث يحتاج إلى الوقت والصبر ورغم توافر معلومات مهمة على الإنترنت يوجد أيضا ما لا يصلح للاستعمال².

من خلال إصدار ميثاق للشرف المهني التي هي التشريعات والرقابة الداخلية التي يسنها الفرد على نفسه في رضا وقناعة كاملين، انطلاقا من مواصفات العمل التي يراها وترسخت داخله. على هذا الأساس انتشرت ميثاق الشرف شرقا وغربا وأسست بنودها وأثيرت قضاياها³.

وأكثر ما ترتبط به ميثاق الشرف لأخلاقيات المهنة والجانب الخلفي بالمعنى الواسع للخلق في هذه الحالة: مبادئ العمل وقناعاته التي تسيّره على خط مستقيم قدر الإمكان وأحيانا نجد بنود ميثاق الشرف تتحول إلى شعارات وتحمل النبر الخطابية الرنانة، وحين تطبق على أرض الواقع تنقص كثيرا، لكن لا بأس، فهذا لا ينفي كون ميثاق الشرف من حيث هو فكرة يدعو إلى عدم الإنفلات، ويقنن من تجاوزات الفرد ما دام محترما. فميثاق الشرف يعني أن هناك معايير تحكم العمل الفردي إلى حد ما هي معايير مهنية بالأساس، ومن ثم فهي تصقل العمل المهني وتنضجه⁴.

1- لغروس محمد: "الصحافة الإلكترونية بالمغرب: إكراهات وتحديات"، مجلة الفرقان، (العدد77)، 2016، ص52، 55. متوفر على الرابط: <http://search.mandumah.com/Record/937124>
2- مجد الهاشمي: تكنولوجيا وسائل الاتصال الجماهيري، المرجع السابق، ص123.
3- خالد محمد غازي: الصحافة الإلكترونية العربية: الالتزام والإنفلات في الخطاب والطرح، المرجع السابق، ص501.
4- خالد محمد غازي: الصحافة الإلكترونية العربية: الالتزام والإنفلات في الخطاب والطرح، المرجع نفسه، ص502.

الفصل الثاني الصحافة الإلكترونية..مقاربة نظرية

من هنا كان ازدهار الصحافة الإلكترونية في الأساس خلال السنوات الأخيرة، ونتيجة زيادة الرقابة الحكومية والذاتية على وسائل الإعلام، ففي حين يكون المحرر الذي يعمل في الصحافة الورقية مقيدا بتوجهات الصحيفة وسياستها التحريرية، بالإضافة للرقابة الذاتية التي يمارسها المحرر على نفسه، نجد زميله في الصحف الإلكترونية لا يخضع لمثل هذه القيود، ويتمتع بسقف كبير من الحرية مما يجعل في النهاية مستوى الحريات الصحفية عبر الإنترنت أعلى من باقي وسائل الإعلام الأخرى، الأمر الذي دفع الصحافة الورقية إلى إنشاء مواقع لها على الإنترنت تستخدم فيها كل أشكال الملتيميديا من صوت وصورة وفيديو لتعويض قلة أدواتها التي تستخدمها الصحف لدرجة قيام بعضها بإنشاء محطات إذاعية وتلفزيونية على مواقعها¹.

وكمبادرات من أطراف متمثلة في باحثين أو مؤسسات معنوية لوضع موثيق شرف وأخلاقيات لتنظيم مهنة الصحافة الإلكترونية وحمايتها من كل السلبيات والشوائب، يقترح البعض²، وضع ضوابط ومعايير لتحديد ماهية الصحافة الإلكترونية ومعايير الصحافة الإلكترونية وهي:

- استعمال قوالب العمل الصحفي، مثل الخبر والتحقيق والحوار، ولا يعني هذا عدم التعامل مع قوالب مغايرة تفرضها طبيعة الوسيلة الجديدة.
- إنتاج موضوعات ميدانية، مثل تغطية المؤتمرات والندوات وغيرها.
- الاحتراف: بمعنى أن يكون الصحفيون العاملون في الموقع محترفين لا هواة، ومن أبرز محددات الاحتراف: التفرغ، والكفاءة المهنية، والخبرة التراكمية.
- المؤسسة: بمعنى أن يكون منتميا إلى مؤسسة صحفية على شبكة الإنترنت.

وتشمل المعايير المهنية في الصحافة، الصحفيين الإلكترونيين الذين يجب أن يعملوا كأمناء على مصلحة الجمهور، وأن يبحثوا عن الحقيقة، ونقلها بإنصاف وصدق واستقلالية، وأن يتحملوا مسؤولية أعمالهم. وتتمثل هذه المعايير في:

- ثقة الناس: يجب أن يدرك الصحفيون الإلكترونيون أن واجبهم الأول هو المصلحة العامة، وأن أي إنترام عدا خدمة الجمهور من شأنه إضعاف الثقة والمصداقية.
- الحقيقة: ويجب على الصحفيين الإلكترونيين السعي بإصرار للحصول على الحقيقة، وتقديم الأخبار بدقة، وفي سياقها، وعلى أكمل وجه.

1- شريف درويش اللبان: الصحافة الإلكترونية دراسات في التفاعلية وتصميم المواقع، المرجع السابق، ص47.
2- شريف درويش اللبان: "حرية التعبير والرقابة في وسائل الإعلام الجديدة"، بحث مقدم إلى مؤتمر ثورة الاتصال والمجتمع الخليجي، جامعة السلطان قابوس، مسقط، 2002، ص36، 37.

الفصل الثاني الصحافة الإلكترونية..مقاربة نظرية

- الإنصاف والعدل: يجب على الصحفيين الإلكترونيين عرض الأخبار بإنصاف وحيادية، وإضافة قيمة أساسية على ما هو مهم وذوي علاقة، والتعامل مع موضوعات التغطية الإخبارية باحترام وصدق.
 - الصدق: يجب على الصحفيين الإلكترونيين أن يقدموا الأخبار بصدق وشرف، وأن يتجنبوا تضارب المصالح، أو ما يمكن تفسيره كذلك، وأن يحترموا كرامة وذكاء الجمهور وعناصر الأخبار.
 - الاستقلالية: يجب على الصحفيين الإلكترونيين أن يدافعوا عن استقلالية الصحفيين من الذين يسعون إلى التأثير أو السيطرة على مضمون الأخبار.
 - الوعي القانوني والأخلاقي: يجب على الصحفيين الإلكترونيين أن يدركوا أنهم معرضون للمحاسبة على أعمالهم أمام الجمهور، والمهنة، وأنفسهم، وأنهم ملزمون بواجبهم الأخلاقي.
- ويمكن تحديد أبرز تلك المعايير التي تستند في جوهرها إلى ما عرف بوثيقة بل للحقوق والمسؤوليات الإلكترونية، التي جاءت كخلاصة لمجموعة من الأفكار والمقترحات لمجموعة من الخبراء الذين يمثلون دولا وثقافات مختلفة والتي تتمثل بالآتي¹:
- الحق في الوصول على المعلومات من أي مصدر، والحق في الوصول إلى أي معلومات في أي نطاق عام.
 - الحق في نقل أي معلومات إلى أي شخص، والحق في نشر أي معلومات في أي شكل وبدون إضرار بحقوق الملكية الفكرية.
 - حق كل شخص في أن يوظف المعلومات وأن يستخدمها بشكل موجز وسريع.
 - الحق في تجاهل المعلومات من أي شخص، أو حق كل شخص في رفض الكشف عن هوية منشأ المعلومات التي تم تبادلها.
 - الحق في الحصول على أي معلومات أو تقارير أو تسجيلات أو سياسات أو قوانين ولوائح بشرط عدم انتهاك الخصوصية.
 - الحق في السيطرة على المعلومات التي تستقبل عن طريق القاصرين.
 - تجنب التحرش أو تهديد الآخرين أو ابتزازهم.
 - تجنب قمع آراء الآخرين حتى ولو كانت تخالف آراء ومعتقدات الغير.
 - تجنب تحريف أو تشويه الآراء والملاحظات والمعلومات.
 - تجنب الحصول أو نشر المعلومات التي تم الحصول عليها عن طريق الإكراه أو الخداع أو بأشكال غير مشروعة.

1- علي يوسف الفلاحي: الإعلام التقليدي والإعلام الجديد، المرجع السابق، ص183، 184.

- عدم نشر معلومات أو بيانات أو صور أو تسجيلات تتعلق بخصوصيات الآخرين دون إذن مسبق منهم.
- عدم نقل أو ترويج معلومات إلى أشخاص أو مواقع أو منتديات بدون التحري والتدقيق في صحتها مراعاة لمشاعر الآخرين.
- عدم استغلال ما يتيح الإنترنت وتطبيقاته الإعلامية والاتصالية من حرية في التعامل والاستخدام.

إضافة إلى إشراك القارئ في مواجهه هذه التحديات الأخلاقية فيما يعرف أيضا بالمكافحة التشاركية والتي تقوم على إدماج المستخدم نفسه في مواجهة الشائعات، عن طريق نشر الوعي بين المستخدمين، وحثهم على الإبلاغ عن المحتوى المشكوك فيه، وهو ما اتبعه فيسبوك، حيث أضاف إرشادات للمستخدمين لضبط الأخبار المزيفة على تطبيقه للهواتف المحمولة في 14 دولة حول العالم، وأتاح للمستخدمين تحديدها والإبلاغ عنها لتنتقل مباشرة إلى جهات مسؤولة عن عمليات التدقيق والتحقق. كما أطلق جيمي واليس، مؤسس موقع ويكيبيديا، مشروعاً جديداً باسم ويكيتريبون، وهو يجمع صحفيين محترفين إلى جانب مجموعة من المتطوعين بهدف إصدار تقارير يكون التحقق فيها من المعلومات أمراً أساسياً وبواسطة تقنيات رقمية حديثة في إطار من التشارك بين المستخدمين الذين يتولون دوراً محورياً في عمليات الإبلاغ والتدقيق¹.

4. مدى مقرونية الصحافة الإلكترونية في ظل مشكلة الأمية الرقمية:

يعيش العالم العربي واقعا معلوماتيا ينأى إلى حد بعيد عن المجتمعات المتقدمة معلوماتيا ويوصف هذا الواقع بالفجوة الرقمية فهذا المفهوم أصبح شائعا خلال السنوات القليلة الماضية، وهو يستخدم للدلالة على تلك الهوة الفاصلة بين الدول المتقدمة من جهة، والدول النامية والعربية خاصة من جهة أخرى سواء في إنتاج المعارف والمعلومات، أو في سبل الوصول والنفوذ إليها والقدرة على استغلالها، واتسع المفهوم حتى أصبح يعني الفوارق بين العالم المتقدم والعالم النامي، وبين أقاليم العالم المختلفة من المنظور المعلوماتي، باعتبار أن العالم يعيش عصرا من التحولات التكنولوجية التي قسمت بلاده إلى شطرين؛ شمال متقدم وجنوب نام أو منعزل معلوماتيا، وقد خلق هذا التقسيم فجوة رقمية هائلة بسبب هيمنة المركزية الثقافية لدول الشمال المتقدم ممثلة في أمريكا والغرب، وقد رسخ ذلك مفهوم القطب الأوح الذي تقوده الثورة الإعلامية والرقمية للولايات المتحدة الأمريكية، وتعمق هذا التوجه بنهجها صناعة الهيمنة والمحافظة على تميزها في الاستحواذ على الشبكة العنكبوتية، ووضع باقي العالم في مصاف الاستهلاك انطلاقا من وجهة نظر

1- ربيعة فندوشي وآخرون: التكوين المهني والأخلاقي للصحفيين وممارسي الاتصال، المرجع السابق، ص242، 243.

الفصل الثاني الصحافة الإلكترونية..مقاربة نظرية

سلطوية محكومة بهاجس المركز والمحيط. وفي الحقيقة يعتبر العالم العربي خارج سلطة امتلاك الثورة الرقمية بل وخارج ضبط مسارات التداول السليم لسلطة هذه المعرفة المتجددة¹.

ويُعدّ الحديث عن موضوع الأمية في العالم العربي سواء الألف بائية أو حتى الرقمية من الموضوعات التي تستدعي الاهتمام البالغ، لأن العلم هو السلاح الحقيقي للنهوض بالأمم وتحقيق الرقي والازدهار. والأمة العربية تنذر عن خطر زاحف فهي تعاني من الأمية الألف البائية بنحو 80 مليون عربي في الماضي القريب، وتعود هذه الأمية إلى عهود طويلة سابقة مقارنة مع الأمية الرقمية التي تعد من المشكلات المعاصرة².

ويجب ألا نغفل عن واقع القراءة عربيا وواقع الكتاب العربي المطبوع، ففي الوقت الذي اختلفت فيه الأمية في بلدان عديدة من العالم وانخفضت نسبتها عالميا فإن المعدلات في البلدان العربية مازالت مرتفعة، بل إن عدد الأميين يزداد مع الزمن، وقد وصل إلى حوالي 70 مليون شخص عام 2007 إضافة إلى ذلك فإن عدد الكتب المؤلفة والمترجمة إلى العربية يتناقص عاما بعد عام، وهناك آفة أكثر سلبية تكمن في عزوف المتعلمين عن القراءة، حيث يقل الإنتاج الفكري العربي عن واحد بالمئة من الإنتاج الفكري العالمي، رغم أن العرب يشكلون نحو 6 بالمئة من سكان العالم، وفي إحصائيات حديثة لليونيسكو تبين أن نسبة الأمية مرتفعة في الوطن العربي وتزيد على 35 بالمئة مجموع السكان، أما الأمية المعلوماتية (الإلكترونية) فلا تزال حتى اليوم في حدود 98 بالمئة، رغم تضاعف عدد السكان وزيادة نسبة الملتحقين بالتعليم، كذلك تراجعت صناعة الكتاب الورقي، وحتى قراءة الصحف انخفضت؛ إذ لا تتجاوز حصة المواطن العربي من استهلاك المطبوعات 1.2 بالمئة عالميا³.

حيث ترتبط الأمية الإلكترونية أو الرقمية "أساسا بقدرة الشخص على التعامل مع مفردات الثورة التكنولوجية الحديثة مثل الحاسوب، الوسائط المعلوماتية... إلخ. وحين نطبق هذا المفهوم على الوطن العربي، وخاصة على مستوى قطاع الإعلام نجد أن هذا النوع من الأمية لا يشمل المواطنين العاديين فحسب، بل يصل إلى بعض الإدارات الفاعلة والقادرة على اتخاذ القرار"⁴.

1- أحمد يوسف حافظ أحمد: النشر الإلكتروني، ط1، دار نهضة مصر للطباعة والنشر، القاهرة، 2013، ص73، 74.

2- بشرى حسين الحمداني: التربية الإعلامية ومحو الأمية الرقمية، ط1، دار وائل للنشر والتوزيع، عمان، 2015، ص247.

3- أحمد يوسف حافظ أحمد: النشر الإلكتروني، المرجع السابق، ص79، 80.

4- رامي أكرم شريم: "الإعلام العربي في الإنترنت"، مجلة الإذاعات العربية، اتحاد إذاعات الدول العربية، (العدد1)، 2001، ص106.

الفصل الثاني الصحافة الإلكترونية..مقاربة نظرية

إضافة إلى مشكلة الأمية الإلكترونية، يواجه النشر الإلكتروني العربي معوقات لغوية، خاصة أن اللغة العربية من أصعب اللغات العالمية وتحتاج إلى الالتزام بمبادئها وقواعدها وصرفها ومعالجتها اللغوية والمعجمية وغيرها من العناصر التي تتطلب توصيفات وبرمجيات خاصة تيسر للحاسب التعامل معها في ظل عالمية اللغات الأخرى كالإنجليزية التي تتحيز إلى دول الغرب والولايات المتحدة وهم الذين يتحكمون في موارد الإنترنت¹.

ومن أسباب انتشار الأمية الرقمية في أوساط الشعوب العربية، هو عدد مستخدمي الإنترنت في الأقطار العربية لا يزال قليل جدا بالرغم بتحسن الإقبال على الحصول على الإنترنت كل سنة، ففي إحصائية متخصصة قدرت عدد مستخدمي الشبكة في الأقطار العربية ما يقارن 215503 عام 1997 مقارنة بثلاثين مليون مستخدم في الولايات المتحدة². ويوضح موقع إحصاءات الإنترنت العالمية، أن عدد مستخدمي الإنترنت في البلدان العربية يصل في عام 2007 إلى حوالي 20 مليون مستخدم من أصل حوالي 300 مليون نسمة هم مجموع سكان البلدان العربية. ويتضح أن عدد مستخدمي الإنترنت في الكويت يصل إلى 700 ألف مستخدم، أي بنسبة نفاذ تصل إلى 25.6 بالمئة من مجموع السكان. وفي الإمارات العربية المتحدة يصل هذا العدد إلى 1.2 مليون مستخدم، أي بنسبة نفاذ تصل إلى 33 بالمئة من مجموع السكان. وتعتبر هذه النسبة الأعلى في العالم العربي، كما تعتبر من النسب العالية دوليا. وفي الأردن يصل هذا العدد إلى 719 ألف مستخدم، أي بنسبة نفاذ تصل إلى 13.4 بالمئة من مجموع السكان. وفي مصر وصل هذا العدد إلى 7.8 مستخدم أي بنسبة نفاذ تصل إلى 9 بالمئة من مجموع السكان³. ويمكن تحديد أسباب محدودة استخدام الإنترنت في العالم العربي إلى عدم إنجاز البنى التحتية والشبكات المطلوبة، وقلة الوعي ما تنتجه الشبكة من فرص معرفية وبحثية، ومحدودية انتشار واستخدام أجهزة الحواسيب في الحياة، فضلا عن المعوق اللغوي، وقلة المواقع العربية⁴.

وعلى غرار البلدان العربية فقد تأخر دخول الإنترنت إلى الجزائر إلى غاية شهر مارس من عام 1994 رغم أن الربط لأول مرة كان سنة 1993 عن طريق خط هاتفي متخصص لكن دون الاستفادة من خدمة الإنترنت...وفي شهر ديسمبر من عام 1997 وبالتعاون مع مصالح البريد والمواصلات تم تدعيم هذا الكابل بخط متخصص آخر، بعدها لم يعد الدخول إلى الشبكة مقتصرًا فقط على المؤسسات الحكومية بل أصبح ممكنا أيضا

1- أحمد يوسف حافظ أحمد: النشر الإلكتروني، المرجع السابق، ص69.
2- محمد محمود الحيلة: تكنولوجيا التعليم بين النظرية والتطبيق، دار الفكر للنشر والتوزيع، عمان، 2018، ص341.
3- مجد الدين خمّش: العولمة وتأثيراتها في المجتمع العربي، ط1، دار مجدلاوي للنشر والتوزيع، عمان، 2010، ص93.
4- رمزي أحمد عبد الحي: التعليم غن بعد في الوطن العربي وتحديات القرن الحادي والعشرين، ط1، المكتبة الأنجلو مصرية، القاهرة، 2010، ص103.

الفصل الثاني الصحافة الإلكترونية..مقاربة نظرية

للخواص أن يستفيدوا من خدمة الإنترنت، فقط عليهم أن يوفروا جهاز حاسوب ومودام وخطاً هاتفياً¹، لكن الثمن الباهض في ذلك الزمن وضالة نسبة إتاحتها للأفراد. وبالرغم من ازدياد عدد مستخدمي الإنترنت في الجزائر كل سنة، وتحسن البنى التحتية للشبكة ببداية استخدام الألياف البصرية تدريجياً، إلا أن معدل زيادة الاشتراك في الإنترنت يعتبر بطئاً جداً لعدة أسباب منها غلاء الخدمة، وضعف جودة الخدمات المقدمة، وانتشار الأمية الإلكترونية بين شريحة كبيرة من المجتمع.

أما بخصوص السبب الآخر فهو يتعلق بنسبة استخدام الحاسوب والأجهزة اللوحية، فإن مستخدمي الحاسوب من السكان في العالم المتقدم يصل إلى 40-50 بالمئة، نجد هذه النسبة في العالم العربي لا تتجاوز الواحد بالمئة². وهذا من الأسباب الذي عمق من الفجوة الرقمية بين العالم المتقدم والعالم المتخلف، أضف إلى ذلك ساهم في ارتفاع نسب الأمية الرقمية وبالتالي عدم مقروئية الصحف الإلكترونية.

ويرى الباحث أن هذه الأسباب السابقة الذكر بخصوص عدم مقروئية الصحف الإلكترونية ليست وحدها بل هناك أسباب أخرى ظهرت مع تطور التقنية وظهور منافسين جدد وأكثر شراسة للصحافة الإلكترونية كتطبيقي انستغرام وتيك توك اللذين تتوسع شهرتهما وعدد مستخدميهما كل يوم بسبب تنوع محتواهما الذي يُنشر على شكل فيديوهات قصيرة وهذا ما يُفضله مستخدم الإنترنت على العموم.

ولمواجهة هذا التحدي الذي يواجه الصحافة الإلكترونية في العالم بصفة عامة وفي العالم العربي والجزائر بصفة خاصة، يجب إدراك أن مقياس الأمية حديثاً أصبح مرتبطاً بقدرة الفرد على استخدام التكنولوجيا، عملية تعليم وتعلم التكنولوجيا واستخدام أدواتها، وهي مسؤولية فردية وجماعية، تتضافر فيها الجهود من أجل توفير فرص التعلم والتعليم والتدريب لاستخدام التكنولوجيا وأدواتها المختلفة بالشكل الأمثل والاستفادة منها. ولأن التكنولوجيا شقت طريقها إلى جميع مجالات الفرد الحياتية وكونها الركيزة الأساسية القائمة عليها تكوين المدن الذكية، فإن المواطنة الرقمية تقوم على تثقيف الأفراد وتعليمهم رقمياً لما يحتاجونه من التكنولوجيا، واستخدامها بالشكل المناسب والإفادة من إيجابياتها وتجنب سلبياتها، وكذلك إكساب مهارات محو الأمية المعلوماتية. ونظراً لدمج مستجدات التكنولوجيا في كافة المجالات بسرعة، فلا بد من تعليم وتدريب الدارسين على استخدام هذه المستجدات بسرعة فائقة وكفاءة عالية. ولذا فإن المواطنة الرقمية تقوم على تعليم

1- محمد الفاتح حمدي: "واقع الصحافة الإلكترونية وأثرها على مستقبل الصحافة الورقية: دراسة تحليلية"، مجلة التراث، جامعة الجلفة، (العدد 17)، مارس 2015، ص9.

2- عامر قنديل: البحث العلمي واستخدام مصادر المعلومات التقليدية والإلكترونية، ط1، دار اليازوري، عمان، 2002، ص338.

الفصل الثاني الصحافة الإلكترونية..مقاربة نظرية

وتثقيف الأفراد بأسلوب جديد آخدا في عين الاعتبار حاجة هؤلاء الأفراد إلى مستوى عال جدا من مهارات محو الأمية المعلوماتية¹.

1- عبد الرؤوف محمد محمد إسماعيل: المدينة الذكية: استراتيجية دعم التحول الرقمي، ط1، روابط للنشر وتقنية المعلومات، القاهرة، 2018، ص96.

الفصل الثالث :

الإخراج الصحفي الإلكتروني

أولاً: الإخراج الصحفي كدعامة لتطور الإخراج الإلكتروني:

1. أشهر مدارس الإخراج الصحفي وأساليبها الفنية:

مرّ إخراج الصفحات بمحطات تاريخية عديدة تعلقت بمسيرة الصحافة عبر تاريخها الطويل، وتأثرت بالاتجاهات الفنية المنتشرة آنذاك، وبالإمكانات التقنية المتوفرة، وبرزت وفقاً لذلك ثلاث مدارس إخراجية تحوي العديد من المذاهب المميزة لها، والمعبرة عن السمات التي تتميز بها كل مدرسة من المدارس الثلاثة وهي:

1.1. المدرسة التقليدية (التوازن الدقيق):

تُسمى أيضاً المدرسة الكلاسيكية، وهي أقدم مدارس الإخراج الصحفي ظهوراً في التاريخ، وقد ظهرت أثناء بداية تعرف الناس على الصحافة في العالم، وما اتصفت به هذه المحطة التاريخية من نقص في الوعي الجمالي والمهني لدى العاملين في الميدان الصحفي¹. حيث كان الموظفون في وقتها في ميدان الإخراج لا يحوزون على أبسط المعلومات المهنية وغير واعين بأهم متطلبات الجوانب الجمالية المستخدمة في عملية الإخراج، ولم يكن بإمكانهم أن يدركوا، أن الإخراج الصحفي هو أحد الفنون التطبيقية التي لها علاقة بالتعبير الصحفي والاتصال الجماهيري، وأنه أداة من أدوات تقييم الأخبار والوقوف على أهميتها، ورغم ذلك، واعتماداً على اتجاهات هذه المدرسة، عملوا على تحقيق التوازن الدقيق داخل الصفحة الواحدة، سواء الصفحة الأولى أو الصفحات الداخلية تبعاً لأسلوب التصميم العمودي، حيث كان تصميم الصفحات يركز على الأعمدة الطولية².

بناءً على تصورات منظرها، عملت هذه المدرسة على محاكاة الطبيعة عبر العمل على إخراج الصفحات على شكل متوازن بتوظيف العناصر الطباعية المتماثلة في بناء الوحدات المنشورة في المواقع المتقابلة لتظهر الصفحة متوازنة من ناحيتي الأشكال والأثقال، من منطلق أن الطبيعة تظهر متوازنة في مكوناتها³.

وترتكز هذه المدرسة على مبدأ التوازن الشكلي الذي يُعدّ عنصراً أساسياً في الفنون التصويرية فأعضاء الكائن الحي تتساوى في نصفين متماثلين، وإخراج الصفحة الأولى يجب أن يعتمد على هذا الأساس الفني وعلى ذلك تتوسط الترويسة أو اللأفتة رأس الصفحة وينقسم جسمها إلى نصفين متساويين يفصلهما خط يمتد من رأس الصفحة إلى قاعدتها، وتوازن العناصر التبوغرافية المختلفة في النصف الأيمن بنظيراتها في النصف الأيسر، كما تتوازن الأثقال في كفتي الميزان المعتاد، وتتنوع مذاهب هذه المدرسة إلا أنها تُجمع

1- مهند سليمان النعيمي: أ ب ت .. صحافة، دن، البحرين، 2017، ص255.

2- عمران الهاشمي المجدوب: "أساليب ومدارس إخراج الصفحة الأولى بالصحف"، مجلة جامعة الزيتونة، (العدد15)، جامعة الزيتونة، ص 394، 382. متوفر على الرابط: <http://search.mandumah.com/record/841056>

3- مهند سليمان النعيمي: أ ب ت .. صحافة، المرجع السابق، ص255، 256.

على مبدأ التوازن الشكلي بين نصفي الصفحة¹. وتتسم بالهدوء والرتابة وعدم استعمال الأساليب الصارخة من التبوغرافيات، ويقوم مبدأها على إحداث التوازن حول محور ارتكاز في الوسط². ومن أهم سلبيات هذه المدرسة أنها تعطي انطبعا بالرتابة والاصطناعية. وقد يظطر المخرج إلى التدخل في محتوى المادة الإعلامية سواء بالاختصار والبت أو بالتمطيط بغرض تحقيق التوازن البصري المطلوب³.

وتذهب المدرسة إلى تحقيق التوازن عبر مذهبين هما:

1.1.1. مذهب التوازن الشكلي الدقيق Perfect Balance:

يعدّ الأسلوب الأول الذي استعملته الصحف في الإخراج عند ظهور الصحافة، وهو يرتكز على تحقيق التوازن بين شقي الصفحة، ويقصد بهذا أنه لو قسمنا الصفحة الواحدة إلى شقين من الطول بخط مستقيم ومن وسط الصفحة، فإن الشق الأيمن سوف يماثل الشق الأيسر بشكل تام وكامل. ويقول أشرف صالح: " إن التوازن الدقيق يعد الأيسر على الإطلاق، وفيه تظهر العناصر الإخراجية على كل من جانبي المحور كما لو كانت صورة أمام المرآة، وهو أكثر أنواع الاتزان وضوحا، وكذلك فهو أكثرها افتقار للتنوع"⁴.

كما يرى عبد العزيز الصويعي " يميل هذا المذهب بشدة إلى التوزيع النصفى الأفقي الدقيق، ويؤيد قاعدة اليمين يساوي تماما اليسار، وأي اختلال في شقي هذا التوزيع يفسده بل يلغيه نهائيا"⁵.

ويُحدث بين شقي الصفحة المتساويين تماثلا تاما Symmetry فالعنوان الممتد بأعلى العمودين السابع والثامن بأعلى العمودين الأول والثاني من حيث عدد الفقرات ونوع الحروف وحجمها والصورة التي تمتد باتساع العمودين السادس والسابع تناظرها على خط التوازن صورة بالمساحة ذاتها تمتد باتساع العمودين الثاني والثالث وهكذا، وبذلك ينطبق نصف الصفحة كلُّ على الآخر تمام الانطباق⁶.

- 1- إسماعيل إبراهيم: اتجاهات حديثة في الإخراج الصحفي، ط1، دار الفجر للنشر والتوزيع، القاهرة، 2015، ص42.
- 2- محي الدين تيتاوي: النشر الإلكتروني والإخراج الصحفي، المرجع السابق، ص98.
- 3- عبد العزيز سعيد الصويعي: فن صناعة الصحافة ماضيه وحاضره ومستقبله، المنشأة العامة للنشر والتوزيع والإعلان، طرابلس، 1984، ص116، 117.
- 4- أشرف صالح: إخراج الصحف السعودية دراسة لعينة من الجرائد السعودية اليومية، الطباعي للنشر والتوزيع، القاهرة، 1987، ص110.
- 5- عبد العزيز الصويعي: الإخراج الصحفي والتصميم، دار الملتقى ودار الآن للطباعة والنشر، قبرص، 1998، ص177.
- 6- كرم شلبي: معجم المصطلحات الإعلامية إنجليزي عربي، ط1، دار الشرق، القاهرة، 1989، ص435.

2.1.1. مذهب التوازن الشكلي التقريبي Near Formal Balance:

وهو مذهب هدفت من خلاله المدرسة التقليدية إلى الرد على الانتقادات التي وُجّهت للمبدأ الذي ارتكزت عليه وبلورته في المذهب السابق. أضيف إلى ذلك أنه يعتبر شكلا من أشكال التحرّر من حاجز التوازن الدقيق، وهو توازن تقريبي لا يلتزم بدقة التساوي التام بين جزئي الصفحة، وهناك طرق متنوعة للتوازن التقريبي أبرزها: التوازن بالتعويض فيقابل العنصر بما يشبهه أو يماثله في الثقل دون التقيد بما يعادله في النوع، ومن ذلك موازنة صورة بخريطة أو عنوان على عمودين بعنوانين كل منها على عمود واحد¹. وهذا الأسلوب يتيح التنوع الطارد للمل، ويسمح للمخرج التركيز على موضوع معين يتطلّب إظهارا خاصا على الصفحة².

ومن أساليبه ما يلي³:

أ. التوازن في قسم من الصفحة:

وفي هذا الأسلوب يُحرّر العمود الأول أو الأول والثاني من قيد التوازن، ويُحدث التوازن الدقيق فيما بقي من الصفحة، وبذلك يتحرك محور الارتكاز عن مكانه الأصلي في منتصف الصفحة، وهو يناسب الصحف التي تعرض محتوى ثابت كل يوم كعمود أو مقال أو ملخص للأخبار، كما أنه يُعين المخرج الذي يتبع عادة مذهب التوازن الدقيق على توزيع بعض المضامين المشتتة التي تعرقل تطبيق هذا الإخراج في الصفحة كلها⁴.

ب. التوازن في أعلى الصفحة وأسفلها:

هذا الأسلوب يُحدث التماثل بين عناصر نصفي الصفحة في صدرها وقاعدتها، أما وسط الصفحة فيُطبق دون قيد، وبالتالي يمكن نشر موضوعات بأكملها على الصفحة دون الحاجة الملحة إلى ضغطها أو تجزئتها، وكذلك يمكن نشر الأخبار والصور الصغيرة التي قد لا تجد لها مكانا في حالة التوازن الدقيق⁵.

1- كرم شلبي، معجم المصطلحات الإعلامية إنجليزي عربي، المرجع السابق، ص327.
2- عمران الهاشمي المجذوب: "أساليب ومدارس إخراج الصفحة الأولى بالصحف"، المرجع السابق، ص 394، 382.
3- حسنين شفيق: الجوانب العملية في إخراج الجريدة، ط1، رحمة برس للطباعة والنشر، القاهرة، 2006، ص127.
4- أحمد حسين الصاوي: طباعة الصحف وإخراجها، الدار القومية للطباعة، القاهرة، 1965، ص217.
5- عمران الهاشمي المجذوب: "أساليب ومدارس إخراج الصفحة الأولى بالصحف"، المرجع السابق، ص 394، 382.

ج. التوازن في أعلى الصفحة فقط:

هذا الأسلوب يتميز بتحرر عالي مقارنة بالأسلوب السابق، وفيه يلتزم المخرج بإحداث التوازن في صدد الصفحة وحده، وينسق بقيتها كما يشاء حسب ذوقه وحسّ الفني، وغالبا ما يؤدي هذا الأسلوب إلى أن تكون العناصر المتوازنة في شكل هرم مقلوب، وهذا الأسلوب يلائم الصحف التي تنتهج توظيف صورة تتوسط صدرها في صفحتها الأولى، فضلا على أن هذا الأسلوب يتجاوز الكثير من العراقيل التي يفرضها التوازن الدقيق ويسمح بنشر الموضوعات الطويلة كاملة، كما أنه يقدم إفادة للصحف التي تركز في توزيعها أساسا على البيع في الطرقات، لأنه يكثف من نشر الموضوعات الهامة في النصف الأعلى من الصفحة، وهو ما يبرز من الصحيفة عند البيع، وكثير من الصحف التي تستعمل هذا الأسلوب تثبت قاعدة الهرم بعنوان عريض¹.

د. التوازن خلال الصفحة:

يرتكز على إيجاد أكثر من محور ارتكاز متوسط على الصفحة وتحرير المخرج بذلك من قيد المحور الواحد².

ومن مميزات أسلوب التوازن الشكلي التقريبي³:

- منح الأهمية النسبية لكل موضوع.
- امتداد العنوان على أكثر من نصف عرض الصفحة.
- عدم الاضطرار إلى البتر من الموضوع أو إطالته.
- يساعد في إعطاء وجه فني جميل وجذاب ويسير القراءة.

2.1. المدرسة المعتدلة:

تتأسس مذاهب هذه المدرسة على مبدأ التحرر من فكرة التوازن الشكلي المصطنع أيا كان، فترتيب العناصر على الصفحة يمكن أن يحقق توازنا حقيقيا مخفيا بين أجزائها، تحسّ النفس دون أن تنتبه العين إلى أن له معالم شكلية مميزة، وهي في هذا تعكس مبادئ المدرسة التي تؤلف بين أجزاء العمل الفني بحيث تكون في مجموعها وحدة متناسقة متكاملة. وهذه خطوة تطويرية هامة في إخراج الصفحة الأولى تحرره من الافتعال الشكلي الجامد وتقربه من أساليب التعبير الحية. وقد امتد هذا الاتجاه إلى مختلف الفنون التطبيقية في حياتنا، فالمباني لم تعد مبنية على أساس الشقين المتماثلين، والأثاث أصبح لا يتكون

1- أحمد حسين الصاوي: طباعة الصحف وإخراجها، المرجع السابق، ص217.
2- إسماعيل إبراهيم: اتجاهات حديثة في الإخراج الصحفي، المرجع السابق، ص43.
3- مهدي سليمان النعيمي: أ ب ت.. صحافة، المرجع السابق، ص256

من قطع مزدوجة متساوية، بل إن الأزياء نفسها لم تعد تحت سلطة قيود التماثل، وإنما أصبح تصميمها في كثير من الأحيان يرتكز على أساس التناسق والتكامل¹.

والتخلي عن فكرة التوازن الشكلي ينتج عنه الوصول لتحقيق مبدأ هام آخر من مبادئ هذه المدرسة، وهو أن يكون تحديد شكل الصفحة مناسباً لطبيعة محتوياتها لا أن يتم تشكيل هذه المحتويات لتناسب قالباً مصطلحاً، وعلى ذلك يمكن نشر كل مضمون بما يتفق وأهميته النسبية في حدود الفكرة التي تُبنى على أساسها الصفحة، وتعتمد الكثير من الصحف في الوقت الحاضر على اتجاهات هذه المدرسة.

لقد حاولت هذه المدرسة التحرر من قيود مبدأ التوازن المتماثل تجنّباً لسلبياته ومن أشهر مذهبها²:

1.2.1. التوازن اللاشكلي: وهو تكسير لمبدأ التوازن الشكلي المتماثل حيث يكتفي المخرج بالتوزيع العام للعناصر والكتل اللونية بشرط أن لا توازي الواحدة منها الأخرى، فعلى سبيل المثال، الصورة التي في أعلى يمين الصفحة لا تناظرها حتماً صورة أو مساحة لونية في أعلى يسار الصفحة والقاعدة نفسها تنطبق على المستوى العمودي بين النصف الأعلى للصفحة والنصف الأسفل.

2.2.1. التوازن مع التباين: يرتكز أيضاً على تكسير مبدأ التوازن الشكلي المتماثل، كما يساهم في استغلال أسفل الصفحة باعتبارها مساوية لأعلى الصفحة في الأهمية، فإذا كان الموضوع الأبرز في أعلى يمين الصفحة ليس بالضرورة أن يكون التالي له في الأهمية في أعلى يسار الصفحة إذ يمكن أن يكون في أسفل الصفحة سواء في يمينها أو يسارها.

3.2.1. أسلوب التربيع: يقوم هذا الأسلوب على تقسيم الصفحة إلى أربع أقسام متماثلة ويعامل المخرج كل ربع على حدة فيظهره بعنصر تيبوغرافي ثقيل أو عنصرين، ويُعدّ هذا المذهب امتداداً لفكرة التوازن عبر قطري الصفحة، إلا أنه يرتكز على وجود بؤر بصرية في كل ربع من أرباع الصفحة تقترب قليلاً من أركانها، وسمة هذا المذهب أنه ينشر الحركة في كل جوانب الصفحة ويسهّل قراءتها مطوية³.

1- طلعت همام: مئة سؤال عن الإخراج الصحفي، ط1، دار الفرقان للنشر والتوزيع، عمان، 1984، ص115.
2- انتصار إبراهيم عبد الرزاق: "خصائص الإخراج الصحفي بالحاسوب في الصحافة العراقية"، مجلة الآداب، (العدد87)، كلية الآداب، جامعة بغداد، 2008، ص530، 540.
3- ماهر الذهبي: إخراج وإنتاج الصحف والمجلات، محاضرات لطلبة قسم الصحافة، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، 1987-1988، ص38، 51.

ويرى محمود علم الدين: أنه من أجل توظيف أحسن لهذا الأسلوب، فإنه يُمكن الاستعاضة عن المربعات بالمستطيلات التي تُيسّر عملية تغيير المادة إذا لزمّت الحاجة دون الاضطرار إلى وضعها داخل إطار، بل وضعها في أي موقع من المواقع الأربعة في الصفحة¹.

أما سلبيات هذا الأسلوب فهي²:

- يُقيد المخرج بصورة استعمال العناصر الثقيلة لتثبيت أركان الصفحة كل يوم وفقا لطبيعة الأخبار.
- اعتماد المخرج الصحفي على فكرة تثبيت أركان الصفحة دون البعض الآخر في حالة عدم وجود أخبار هامة للأركان الأربعة في الصفحة قد ينتج عنه خلل في تطبيق هذا الأسلوب كما هو مطلوب.

4.2.1. المذهب التركيبي: يعتمد هذا المذهب على مبدأ استعمال نظرية البؤر استعمالا جزئيا لإظهار الموضوع الرئيسي الأول فوق بقية الموضوعات على الصفحة أو بإعطاء وحدة طباعية معينة أهمية أكثر مقارنة ببقية الوحدات الأخرى المنشورة على الصفحة بأمر من المخرج الذي يستهدف إبرازها من خلال احتلالها لأهم مواقع الصفحة، أعلى اليمين في اللغة العربية وأعلى اليسار في اللغة الإنجليزية مثلا، إضافة إلى توظيف العناصر الطباعية الثقيلة في بنائها، على أن تبنى الوحدات الأخرى بعناصر تظهر أقل ثقلا، حتى لا تنافسها في جذب انتباه القراء³.

وعليه من المهم اتباع المذهب التركيبي في حال ورود ما يحتاج الإبراز من المستجدات، مع الحرص على إضعاف الوحدات الأخرى حتى لا تظهر غير مقروءة مع محاولة إحياء النصف السفلي من الصفحة بمزج هذا المذهب مع غيره من المذاهب القادرة على إحداث فكرة التوازن غير الشكلي⁴.

ويفيد المذهب التركيبي في حالة وجود موضوع خطير أو خبر مهم جدا يستحق إبرازه فوق بقية الموضوعات، وفيه مرونة تسمح بعرض كل موضوع بما يتناسب وأهميته النسبية، من حيث حجم حروف العنوان وعدد الأعمدة التي يمتد فوقها وموقع الموضوع

1- محمود علم الدين: " مستحدثات الفن الصحفي في الجريدة"، رسالة دكتوراه غير منشورة، جامعة القاهرة، مصر، 1984، ص358.

2- عمران الهاشمي المجدوب: "أساليب ومدارس إخراج الصفحة الأولى بالصحف"، المرجع السابق، ص394، 382.

3- إنصاف أحمد عبد الكريم معروف: "تقنيات التصميم الصحفي وانعكاساتها في الصحافة المحلية والدولية دراسة مقارنة بين صحيفتي الرأي العام السودانية والشرق الأوسط الدولية في الفترة من يناير 2013 إلى ديسمبر 2013"، أطروحة دكتوراه، كلية الدراسات العليا، جامعة السودان، 2015، ص85.

4- غسان عبد الوهاب الحسن: إيديولوجيا الإخراج الصحفي، ط1، دار أسامة للنشر والتوزيع، عمان، 2012، ص152.

على الصفحة، وبذلك يتسع مجال التنوع والتجديد في شكل الصفحة يوماً بعد يوم غير أن هذا الإخراج لا يخلو من سلبيات، فالمبالغة في الاهتمام بعرض الموضوع الرئيسي قد ينتج عنها إضعاف بعض الموضوعات الأخرى على الصفحة، ومن جهة أخرى فإنه يؤدي إلى حشد العناصر التبيوغرافية الثقيلة في النصف الأعلى من الصفحة وإضعاف النصف الأسفل، ولا شك أن التوازن غير الشكلي وأسلوب التعويض يمكن توظيفهما بنجاح في تطعيم المذهب التركيزي ليحقق الهدف المقصود منه ويصل لأحسن النتائج¹.

3.1. المدرسة الحديثة:

ووفقاً للوصول إلى مزيد من درجات الوعي بأهمية الإخراج الصحفي ودوره في ميدان العمل الصحفي وتبلور العديد من التطورات الهادفة إلى تحقيق يسر ووضوح القراءة مثل اكتشاف حروف المتن الواضحة وحروف العناوين غير المسننة، إضافة إلى الاستعاضة بالمسافات البيضاء عن الفواصل، برزت المدرسة المحدثة في هذا المجال، وهي المدرسة التي حاولت أن تتحرر من كل القيود الطباعية الخاصة بمجالى الإخراج الصحفي البناء والتصميم، وذلك عبر العديد من المذاهب التي تتباين فيما بينها، وفقاً للمدى الذي تحققه في هذا المجال².

تنصف هذه المدرسة عن سابقتها بأنها متحررة من أي تقليد تبيوغرافي دأبت عليه الصحف أو أي قيد شكلي يركز عليه تصميم الصفحة، ويتسم الإخراج فيها بالواقعية والتعبير الحي والحركة السريعة ويندرج تحت هذه المدرسة ثلاثة مذاهب أولهم مذهب التجديد الوظيفي وثانيهم مذهب الإخراج الأفقي وثالثهم مذهب الإخراج المختلط³.

1.3.1. مذهب التجديد الوظيفي: ويقوم هذا المذهب على الوظيفة Function التي ينبغي أن يُوجه لها الاهتمام الأول، أما العوامل الأخرى كالشكل Form، البناء Structure فيجب أن تعمل لخدمة الهدف الرئيسي. وهدف هذا المذهب في الإخراج أن تُقدّم الصفحة إلى القارئ أبرز الأخبار بشكل طبيعي وبلا قيود، بحيث تلفت انتباهه وتسهل له فهم مضامينها، وعلى هذا المبدأ لا تُصمم الصفحة على أساس شكل خاص أو فكرة بنائية معينة يلتزم بها المخرج، وإنما يُعرض كل محتوى من محتويات الصفحة تبعاً لأهميته النسبية⁴.

1- طلعت همام: مئة سؤال عن الإخراج الصحفي، المرجع السابق، ص126.
2- عبد العزيز بدر العسكر: الإخراج الصحفي أهميته الوظيفية واتجاهاته الحديثة، ط1، مكتبة العبيكان، الرياض، 1998، ص159.
3- إسماعيل إبراهيم: اتجاهات حديثة في الإخراج الصحفي، المرجع السابق، ص43.
4- إسماعيل إبراهيم: اتجاهات حديثة في الإخراج الصحفي، المرجع نفسه، ص43، 44.

ومن قواعد هذا المذهب¹:

- تفضيل العناوين الممتدة على العناوين العريضة في إظهار الموضوعات الهامة على الصفحة.
- الربط بين الموضوع وصورته بعنوان واحد يمتد فوقهما كبديل عن نشر الصور بعيدة عنه حتى لا ينافس كل منهما الآخر في لفت انتباه القارئ.
- تحقيق الجمع بين العناصر الأفقية والرأسية على الصفحة حتى لا تتعب العين بالمسرى الرأسي ويتحقق ذلك بتوظيف العناوين الممتدة والصور والقطاعات الأفقية.
- توظيف الصور الكثيرة وعرض أحجام كبيرة منها، لجاذبيتها واهتمام القارئ بها وإمكان قيامها بالكلمات بوظيفة الإعلام.
- ومن طرق هذا المذهب التي أثرت في إخراج الصفحات الداخلية لكثير من الصحف نشر فهرس أو ملخص يضم أبرز موضوعات العدد على الصفحة الأولى كأداة تبيوغرافية تجذب نظر القارئ من جهة، وكوسيلة تسهل له إيجاد ما يستهويه من أخبار ومضامين داخل الصحيفة من جهة أخرى.

2.3.1. مذهب الإخراج الأفقي: يعتمد هذا المذهب على الاتجاه الأفقي تطبيقاً لقاعدة مسار العين الأفقي، إذ أن القارئ يجول ببصره عبر السطر على خط أفقي مستقيم قبل متابعة بقية الأسطر عمودياً. ويفيد هذا المذهب الصفحة في التخلص من الرتابة العمودية حيث يتم توزيع المضامين على الصفحة في اتجاهات أفقية تمنح للعين سهولة في القراءة ومتابعة الأنباء². وهو يركز على مبدأ المسار الأفقي للعين. ومع تلك المدارس التي يبرع فيها المخرجون، إلا أن سمير صبحي يرى حتى الآن أنه لا توجد جريدة واحدة تقيدت بنوع واحد واضح من النظريات الإخراجية هذه، ولكن الصحف ارتكزت على الابتكار في تحديد صفحاتها وعلى الأبواب الثابتة في تبويبها، وهذا ما يفسر لنا أن عملية الإخراج هي عملية وظيفية يتذوقها المخرج أولاً حسب استيعابه لطبيعة عمله وتقييمه لها، إضافة إلى تأثرها بعدد من العوامل من سياسة التحرير وقدرة المخرج الإبداعية وتغطيته للجوانب السيكولوجية والنفسية لقراء صحيفته والظروف المحيطة بعمله، ومدى الحرية الممنوحة له والإمكانات المتوفرة وقدرته على خلق الإبداع الوظيفي فيها³.

1- إسماعيل إبراهيم: اتجاهات حديثة في الإخراج الصحفي، المرجع السابق، ص44.
2- انتصار إبراهيم عبد الرزاق: "خصائص الإخراج الصحفي بالحاسوب في الصحافة العراقية"، المرجع السابق، ص530، 540.
3- محي الدين تيناوي: النشر الإلكتروني والإخراج الصحفي، المرجع السابق، ص99.

ولهذا المذهب إيجابيات وفوائد متعددة تعمل على خدمة القارئ وتوفير راحته واستمتاعه بالصحيفة، ومن أهمها ما يلي¹:

– فهو يجعل الصفحة أيسر قراءة بتجاوبه مع مسرى البصر الطبيعي أثناء عملية القراءة، ويساهم في إظهار أكبر عدد ممكن من المواد الصحفية بما يتوافق وأهميتها، ودون أن يطغى بعضها على بعض، وذلك يلفت انتباه القارئ أثناء عرض الصحيفة للبيع.

– الموضوعات التي تجمّع في وحدات عرضية أكثر جاذبية لقراءتها من الموضوعات التي تجمّع في وحدات طويلة، فموضوع وُزعت مادته على ثلاثة أعمدة يظهر أقصر مما لو جُمعت مادته على عمود واحد، وهذا أبعد للملل وأدعى لقراءة الموضوع.

– وفي هذا الإخراج إحياء للنصف الأسفل من الصفحة، وبذلك يتجاوز أبرز نقاط الضعف في أصناف الإخراج التي يغلب فيها الطابع الرأسي، فمثل هذه الأنواع يزيد اهتمامها برؤوس الأعمدة والنصف الأعلى من الصفحة بشكل عام.

– ويتيح هذا الإخراج أيضا من نشر موضوعات كاملة في كل من نصفي الصفحة الأعلى والأسفل، فيستطيع القارئ أن يقرأ هذه الموضوعات وصحيفته مطوية عند الخط الفاصل بين النصفين، ولا يحتاج إلى بسط الصحيفة أو قلبها ليكمل قراءة الموضوعات التي تبدأ في النصف الأعلى.

– الإخراج الأفقي هو أنسب الطرق لتحقيق سياسة عدم نقل بقايا موضوعات الصفحة الأولى إلى الصفحات الداخلية، فالالتزام بحدود العمود الواحد لمادة كل موضوع من أهم الأسباب التي تظطر الصحف إلى حذف موضوعات الصفحة الأولى ونقل بقيتها إلى داخل الصحيفة.

– ومن أهم إيجابيات هذا المذهب أيضا طواعيته للامتزاج بغيره من المذاهب بدرجات متفاوتة بين مجرد الأخذ ببعض أساليبه وبين التطبيق الكامل لها، مع الاحتفاظ بمميزات مذهب آخر.

3.3.1. مذهب الإخراج المختلط: وهو أكثر مذاهب المدرسة المحدثّة تحررا وأكثرها محاولة للتخلص من القيود المتوارثة في الميدان، حيث يقول عبد العزيز الصويغي: " إنَّ المدرسة المحدثّة تأثرت مذاهبها بالجدل القائم حول ترشيح أيهما أهم: الشكل أم المضمون، وقد رأينا كيف تأرجحت كفة الميزان لصالح المضمون في مذهب التجديد الوظيفي، أما في المذهب المختلط فانقلب الميزان لصالح الشكل على حساب المضمون"². وهو مختلف

1- طلعت همام: مئة سؤال عن الإخراج الصحفي، المرجع السابق، ص 138، 139.

2- عبد العزيز الصويغي: الإخراج الصحفي والتصميم، المرجع السابق، ص 184.

عن المذاهب الأخرى في طبيعة عمل إخراج الصفحات، حيث ينظر هذا المذهب إلى كل وحدة طباعة بصفحتها جزء مستقل يمكن أن يُعرض على حدة، ولذلك يعمل على إظهار كل وحدة، وتبعاً لهذا التصور يعمل المذهب على استعمال العناصر الطباعية الثقيلة كالعناوين العريضة والممتدة ذات الحروف الكبيرة والصور ذات الاتساعات الكبيرة، إضافة إلى الألوان وبالذات الحمراء في بناء كل الوحدات المنشورة في الصفحة. ولهذا فإن هذا الأسلوب من أساليب الإخراج الصحفي يُسمى أحياناً أسلوب السيرك الذي يعرض أكثر من مشهد في آن واحد¹.

لذا يسعى هذا المذهب إلى عرض أكبر عدد ممكن من الموضوعات على الصفحة الأولى، مع جذب نظر القارئ إليها جميعاً. وعلى أية حال فما زال هذا المذهب الإخراجي ذو صلة قوية بالصحف المثيرة أو الصفراء ولا يجد هذا المذهب إقبالا في الصحف المحترمة ولا يطبقه إلا عدد قليل منها².

ومن أبرز الانتقادات الموجهة إليه³:

- أن ازدحام الصفحة بالعناصر الثقيلة لا يساهم في قرائتها ببسر.
- أن محاولة إبراز موضوعات الصفحة جميعاً يجعلها تتنافس بشدة في جذب انتباه القارئ.
- أن المساواة في قوة العرض بين عدد من العناصر دون ترتيبها على مبدأ قاعدة مكانية معينة يحرم الصفحة من وجود مسرى للبصر له نقطة واضحة فتتوه عين القارئ بين مختلف المواد الصحفية.

ويرد أنصار هذا المذهب على هذه الانتقادات بالقول⁴:

- أن هذا الإخراج يضيف على الصفحة حيوية وقوة ويجذب القارئ لقراءة الصحيفة.
- إنه يمنح للقارئ على الصفحة الأولى أكبر عدد ممكن من عناوين الأخبار البارزة، فيستطيع القارئ إذا أراد أن يقرأها بصفة مفصلة بالصفحات الداخلية.
- إن الصفحة بهذا الإخراج تتوفر على التوازن ولا تفتقد للتباين، فتوزع العناصر الثقيلة في كل أجزائها، وبما لا يرجح كافة أي جزء منها على حساب الأجزاء الأخرى وبذلك يتحقق للصفحة في مجموعها توازن تلقائي غير شكلي.

1- أحمد حسين الصاوي: طباعة الصحف وإخراجها، المرجع السابق، ص251، 245.
2- إسماعيل إبراهيم: اتجاهات حديثة في الإخراج الصحفي، المرجع السابق، ص46.
3- إسماعيل إبراهيم: اتجاهات حديثة في الإخراج الصحفي، المرجع نفسه، ص46.
4- إسماعيل إبراهيم: اتجاهات حديثة في الإخراج الصحفي، المرجع نفسه، ص46، 47.

ومع أهمية هذه المذاهب الإخراجية إلا أنني أرى أن المخرج الصحفي أو سكرتير التحرير الفني عندما ينوي إخراج إحدى الصفحات في الصحيفة لا يركز على مذهب إخراجي معين، وإنما يكون الأساس الأول الذي يعتمده أثناء عملية الإخراج: جمالية الصفحة والأهمية الإخبارية للموضوعات، وتيسير عملية القراءة وجذب عين القارئ.

2. وظائف الإخراج الصحفي:

للإخراج الصحفي بنوعيه سواء الإخراج الصحفي الورقي أو الإخراج الصحفي الإلكتروني لمواقع الصحف الإلكترونية العديد من الوظائف والأدوار، أبرزها ما يلي:

1.2. جاذبية الصحيفة للقارئ¹:

والجاذبية هي قوة الشد الناشئة عن موضوع فيه تباين قوي بين الشكل والأرضية، كما قد تحقق الجاذبية الشكلية من تجميع عناصر فيها قدر من التشابه، مع تقليل الفراغ بين هذه العناصر، لكي تصبح قادرة على تكوين كل شكلي مركب.

والجاذبية بهذا المعنى تستهدف السيطرة على عين القارئ لصالح جريدة معينة، وعلى حساب الصحف الأخرى المنافسة، وتحقق الجاذبية الشكلية للصحيفة يضمن استمتاع عيون أكبر عدد ممكن من القراء عند اطلاعهم على الصحيفة، مما يعني ارتفاع في نسب المبيعات والأرباح.

وتحقيق الجاذبية يكون بواسطة العنوان الكبير والصورة الكبيرة الحجم والألوان الجذابة والمتوافقة، علاوة على جمالية البناء الكلي للصفحة المطبوعة، وفي هذا الصدد يمكن القول إن الصفحة الأولى تحديدا هي التي تتمتع أكثر من غيرها بقدرة تسويقية كبيرة، إذ أنها الصفحة البارزة أمام أعين القراء المارين بجانب مراكز التوزيع.

2.2. تيسير قراءة مادة الصحيفة على القارئ:

بحيث يفهمها في وقت قصير، فالإخراج الجيد للجريدة يجعل قراءتها ممتعة، وذلك بتوزيع العناصر على الصفحة بطريقة سهلة. بحيث تبقى عين القارئ على الصفحة أطول مدة ممكنة، فيتحول من مادة إلى أخرى، بل من صفحة إلى أخرى في سهولة ومرونة، دون أن يتوقف أو يضجر فإذا لم يتحقق ذلك تخلى القارئ عن صحيفته، حتى لو كانت عينه قد انجذبت إليها منذ البداية².

1- أشرف محمود صالح، شريف درويش اللبان: الإخراج الصحفي الأسس النظرية والتطبيقات العملية، ط1، دار النهضة العربية، القاهرة، 2001، ص24.

2- فتحي إبراهيم إسماعيل: فن الإخراج الصحفي بين النظرية والتطبيق، ط1، العربي للنشر والتوزيع، القاهرة، 2019، ص23.

3.2. إثارة اهتمام القارئ:

استثارة رغبة القارئ في قراءة موضوع أو خبر معين بإبرازه عن غيره¹. حيث تأتي هذه الوظيفة بعد عملية الجاذبية البصرية، وتتم إثارة اهتمام القارئ بواسطة استثارة رغبته في مطالعة خبر معين، من خلال إبرازه ومنحه أهمية شكلية نسبية مقارنة بغيره، فالمكان الذي يحتله الموضوع من الصفحة ومساحته، وحجم حروف العنوان واتساع سطوره، ومرافقة الصور للموضوع وتلوين أرضيته أو عنوانه هذه كلها -أو بعضها- أمور توضح للقارئ الأهمية النسبية للمادة الصحفية².

4.2. عرض المادة الصحفية حسب أهميتها:

فالقارئ يتوقع إبراز المحتويات الصحفية المهمة سواء من حيث موقع عرضها على الصفحة أو الوحدات التيبوغرافية المستعملة فيها.

5.2. تنظيم قراءة الصحيفة:

فمن القضايا والخطوات الإخراجية المتفق عليها أن يتم تقسيم الصحيفة إلى أبواب فيما يسمى بعملية التبويب Depart Mentalization بل يتم أيضا تبويب الصفحة الواحدة بواسطة وضع الأنباء المتجانسة متجاورة أو متلاحقة، إذ من شأن ذلك أن يتمكن القارئ من أن ينظم عملية قراءته للصحيفة بمطالعة كل باب على حدة أو كل مجموعة متجانسة من الأخبار على حدة. وأيضا يسمح تقسيم الصفحة الواحدة إلى أعمدة يحتل كل موضوع عددا منها أن يحصل القارئ على فترة راحة، كلما انتهى من قراءة أحد أعمدة الموضوع، ومن هنا يستحسن القراء الاتجاه الأفقي في الإخراج، والذي يسمح بنشر الموضوع على عدد كبير من الأعمدة القصيرة فيرتفع عدد فترات الراحة وبالمنطق نفسه يتم تقسيم الموضوع إلى فقرات، ويتم تقسيم كل فقرة إلى عدد من السطور³.

6.2. توفير وقت للقارئ:

وتقسيم الصحيفة إلى أبواب أو صفحات ثابتة يمنح وقت أكثر للقارئ، فيتوجه إلى ما يرغب به مباشرة، بدلا من أن يتوه بحثا عن المادة التي تستهويه.

1- محمود علم الدين: الإخراج الصحفي، ط1، العربي للنشر والتوزيع، القاهرة، 1989، ص15.
2- فتحي إبراهيم إسماعيل: فن الإخراج الصحفي بين النظرية والتطبيق، المرجع السابق، ص22.
3- فتحي إبراهيم إسماعيل: فن الإخراج الصحفي بين النظرية والتطبيق، المرجع نفسه، ص23.

7.2. تحقيق الراحة البصرية:

تساعد الوظائف السابقة، إضافة إلى توزيع الصور والأشكال على الصفحة بصفة متوازنة، إضافة إلى استعمال أحجام مناسبة للحروف في تحقيق الراحة البصرية لعين القارئ.

8.2. التعبير عن سياسة الصحيفة:

فالإخراج في شقه الأساسي، المتسم بالثبات النسبي، يضيف على الجريدة شخصية مميزة عن الصحف الأخرى المنافسة، بحيث تظهر مختلفة ومستقلة. ولما كانت للصحف أنواع وأنماط عديدة ومختلفة، فإن الإخراج يلعب دورا مهما في التعبير عن صنف كل صحيفة، فإخراج الصحف المحافظة يختلف عن إخراج الصحف الصفراء، كما أن للصحيفة اليومية شكلا يختلف اختلافا كليا عن شكل المجلة الأسبوعية فضلا على أن الصحيفة الاقتصادية تختلف شكلا كما تختلف موضوعا عن الصحيفة الرياضية .. وهكذا¹.

وهناك من الباحثين من لخص وظائف الإخراج في النقاط التالية²:

- استثارة القارئ ولفت انتباهه.
- دفع القارئ بعد لفت انتباهه لقراءة المواد الصحفية المتنوعة.
- استثارة رغبة القارئ لقراءة موضوع معين.
- إبراز الشق الفني الجذاب للصحيفة وتجنيبها صفة الرتابة.
- إبراز شخصية مستقلة ومميزة للصحيفة.

إذا لاحظنا الوظائف السابقة لمسنا أنها في مجموعها تركز على وظائف الإدراك للإنسان والذاكرة وكلها وظائف نفسية وفسولوجية ترتبط بالإبصار والرؤية. لذلك على سكرتير التحرير قيادة الطاقم الفني الإخراجي نحو تبني الأسلوب الفني الجميل والمريح حتى لا يرهق القارئ أو يضجر من القراءة، لأن فشل المخرج في معرفة المسار المريح للعين يجعل القارئ يحس بالقلق والتوتر والملل وعدم الراحة النفسية مما يعني نفوره وخسارته.

1- أشرف محمود صالح، شريف درويش اللبان: الإخراج الصحفي الأسس النظرية والتطبيقات العملية، المرجع السابق، ص27.

2- عيسى محمود الحسن: إخراج الصحف والمجلات، ط2، دار زهران، عمان، 2009، ص141.

فضلا عن ذلك، هناك بعض الوظائف الأخرى للإخراج الصحفي برزت وتبلورت بعد اشتعال المنافسة بين الصحف الورقية بعضها البعض من جهة وبينها وبين الصحف الإلكترونية من جهة أخرى يمكن أن نلخصها في العناصر التالية¹:

أ. **الوظيفة الجمالية:** لم يعد الإخراج تعبيرا عن المضمون التحريري للصحيفة وتيسيرا له فقط وإنما يمكن القول أن له وظيفة جمالية تتجسد في أسلوب العرض واستعمال الألوان في العناصر التيبوغرافية المكونة للصحيفة، فالصفحة بشكلها الجذاب وتكويناتها الوظيفية أصبحت مسارا لمقروئية الموضوع وزيادة عدد قرائه.

ب. **الوظيفة التعبيرية:** ونقصد بها أن شكل الموضوع وطريقة عرض الصور والتكوينات داخل الموضوع يُعدّ مؤشرا حول ما يحويه الموضوع من معلومات وما يعالجه من حقائق ويساهم في منح القارئ انطبعا وفكرة أولية تتكون من الوهلة الأولى لمشاهدة الموضوع والتي بها يقرر ما إذا كان سيقراً الموضوع أم يتخلى عنه.

ج. **بناء الشخصية الإخراجية للصحيفة:**

يستطيع القارئ أن يميز صحيفته من خلال شخصيتها الإخراجية أي بواسطة ثوابتها المتكررة بشكل دوري -تبعاً لدورية الصدور- فيتعرف عليها بسهولة ويسر ومع الاعتياد عليها تصبح الصحيفة مألوفة بالنسبة له ومتقبلة ويستطيع أن يميزها عن باقي الصحف الأخرى.

3. الفرق بين الإخراج الصحفي الورقي والإخراج الصحفي الإلكتروني:

ويتباين تصميم واجهات الصحف الورقية عن نظيرتها في الصحف الإلكترونية التي يتوجب عليها أن تقدم للمستخدم نظرة عامة وشاملة عن جل ما يضمّه الموقع من أخبار ومقالات ورسوم كاريكاتورية أو توضيحية، بالإضافة إلى الخدمات المتاحة كأحوال الطقس، وأسعار العملات والإعلانات².

الفرق بين التصميم الطباعي وتصميم الويب تتمثل فيما يلي:

أ. **الإبحار (Navigation):** إن البعد المتعلق بالإبحار في تصميم الويب ينبع من التجول من خلال النص الفائق (Hypertext navigation)، والذي يعتبر أساس الوب؛ فالتحرك عبر النص هو كل ما يميز الوب. وعلى أية حال فإن الإبحار يكون أكثر رسوخا في الذاكرة، ويؤدي إلى تأثير عاطفي أقوى من الرؤية. وفي التصميم الطباعي، يتمثل الإبحار في عملية تقليب الصفحات التي تعد واجهة المستخدم البسيطة للغاية (Ultra)

1- فتحي إبراهيم إسماعيل: فن الإخراج الصحفي بين النظرية والتطبيق، المرجع السابق، ص 25، 26.

2- شهيناز العبدلي: الصحافة الإلكترونية بين التحرير والتصميم والتفاعلية، المرجع السابق، ص 151.

(simple user interface) والتي تعتبر أحد أبرز مزايا الوسيلة المطبوعة. ولأن قلب الصفحة يعتبر محدودا جدا، فإنه في غالب الأحيان ما لا ينظر إليه على أنه عنصر من عناصر التصميم. وعلى العكس من ذلك، فإن الإبحار عبر النص الفائق يعتبر مكونا رئيسيا لتصميم الوب، وهو ما يحتاج اتخاذ قرارات مثل: مظهر الوصلات، كيف تبين هذه الوصلات أين يمكن أن يذهب المستخدمون وإلى أين تؤدي كل وصلة، والشكل المرئي للمكان الذي يرتاده المستخدم من الموقع، وبنية المعلومات (Information¹ architecture).

ب. الأبعاد Dimensionality: حيث يتسم التصميم الطباعي بأنه ثنائي الأبعاد مع الاهتمام بالعملية الإخراجية، ويمكن للقارئ أن يقلب الصفحات دون الربط بينها، وكل رؤية إخراجية تمثل وحدة في التصميم الطباعي ذات حجم ثابت، وعادة ما تستعمل مساحات كبيرة لتصميم الصحف والملصقات، وعلى العكس من ذلك، التصميم الإلكتروني الذي يمتاز بأحادي البعد، وتعتبر صفحة الوب بشكل جوهري خبرة في تحريك الصفحة على الشاشة وهو ما يختلف عن مفهوم المساحة الثابتة في الصحيفة المطبوعة².

مقارنة مع مخرج الصحيفة المطبوعة يمكن للمخرج الصحفي الإلكتروني عند تصميمه لموقع الصحيفة الإلكترونية تقديم بعض الخدمات ذات القيمة المضافة مثل: الخلفيات المعلوماتية التي لا توجد في الصحيفة المطبوعة، والصور الفوتوغرافية، والعناصر الجرافيكية، والصوت والفيديو، ووصلات الأرشيف، ووصلات للمواد الأخرى أو الصحف الإلكترونية الأخرى، علاوة على التفاعلية التي يجب توفيرها على صحف الوب وخاصة في البريد الإلكتروني والمؤتمرات الإلكترونية وندوات النقاش³.

التباين أيضا بينهما، من ناحية وقت الاستجابة وقوة التبيين والمساحة، حيث "أن التصميم الطباعي يفوق تصميم الويب فيما يتعلق بالسرعة والحروف الطباعة وجودة الصورة والمساحة المرئية، إلا أن هذه الاختلافات ليست جوهرية لأننا يمكن أن نحصل في النهاية على ما يلي:

- **سعة الموجة (Bandwidth):** بحيث تكون سريعة بدرجة كافية لتحميل صفحة الويب بالسرعة نفسها التي يمكن للفرد أن يقوم بقلب الصفحة في الجريدة
- **قوة تبيين حادة للشاشة؛** لكي يتم لحصول طى حروف واضحة يسيرة القراءة حتى تصل سرعة القراءة (speed reading) من الشاشة إلى السرعة نفسها في الجريدة المطبوعة.

1- شريف درويش اللبان: الصحافة الإلكترونية دراسات في التفاعلية وتصميم المواقع، المرجع السابق، ص129، 130.

2- عبير محمد سليم ليد: "إخراج الصحف الإلكترونية الفلسطينية على الإنترنت"، المرجع السابق، ص75.

3- محمد الحفناوي: بدايات الفن الصحفي، ط1، دار العلم والإيمان، مصر، 2014، ص226.

- **شاشات بمقاسات أكبر بمقاس صفحات الجريدة:** وهذا هو الحد المقبول للشاشات الكبيرة؛ فقد يكون التوصل لشاشات أكبر غير ذي معنى¹.
- ويرى الباحث أنه توجد العديد من الاختلافات الأخرى بين الإخراج الصحفي الورقي والإخراج الصحفي الإلكتروني، ومن بين هذه الاختلافات:
- **التقنية المستخدمة:** يُوظف الإخراج الصحفي الورقي طباعة النصوص والصور على ورق، في حين يستخدم الإخراج الصحفي الإلكتروني الإنترنت والأجهزة الإلكترونية لعرض الأنباء والمقالات
- **التفاعلية:** يعتمد للإخراج الصحفي الإلكتروني بالدرجة الأولى على خاصية التفاعلية حيث يسمح للقراء التفاعل مع المقالات والتعليق عليها ومشاركتها، بينما الإخراج الصحفي الورقي لا يتصف بميزة التفاعلية.
- **السرعة:** يتيح الإخراج الصحفي الإلكتروني نشر الأخبار بشكل فوري وسريع جداً، في حين يحتاج الإخراج الصحفي الورقي مدة زمنية لإعداد النصوص وطباعتها وتوزيعها.
- **التكلفة:** يتطلب الإخراج الصحفي الورقي مصاريف مكلفة لطباعة الجرائد وتوزيعها، مقارنة بإخراج وتصميم مواقع الصحف الإلكترونية الذي يعد أقل كلفة وأكثر اقتصادية.
- **الإمكانيات التقنية:** يتسم الإخراج الصحفي الإلكتروني باستخدامه للوسائط المتعددة مثل الصوت والفيديو والرسوم البيانية والصور المتحركة، بينما أن إخراج الصحف الورقية يتصف بمحدودية هذه الوسائط والتقنيات.
- **الوصول:** حجم جمهور الصحف الإلكترونية ضخم جداً متجاوزاً للحدود المكانية بسبب استفادة الصحف الإلكترونية من شبكة الإنترنت وقدرتها على الوصول إلى أكبر عدد ممكن من المستخدمين، بينما نجد أن حدود وصول الصحف المطبوعة لا تتعدى من يقتنون الصحيفة أو يقرؤونها.

1- شريف درويش اللبان: الصحافة الإلكترونية دراسات في التفاعلية وتصميم المواقع، المرجع السابق، ص130.

ثانياً: الإخراج والتصميم الصحفي الإلكتروني:

1. مفهوم الإخراج والتصميم الصحفي الإلكتروني:

يُعدّ الإخراج الصحفي خطوة من خطوات صناعة الصحف، وهي المتعلقة بالشكل الذي تُعرض به الصحف، ولم يعد الإخراج مجرد الشكل الذي تُقدم فيه الصحيفة لتبدو في صورة ذات طابع جمالي وجذابة للقراء فقط، حيث أن المضامين التي تنشرها الصحف لم تعد عامل الجذب الوحيد للقراء الذين تنوعت أمامهم خيارات التلقي بصفة لم تكن مألوفة في ظل وسائل الإعلام التقليدية، ولهذا فالقراء يتطلعون إلى الصحف التي تستجيب في جانبي رسائلها -الشكل والمضمون- لميولاتهم الاتصالية مع عملها على تقليل الوقت والجهد الضروريين لاستيعاب وفهم هذه المواد¹.

لذا "يقصد بالإخراج الفني جميع العمليات الفنية التي من شأنها إنتاج تصميم معين في صورته النهائية الجاهزة لعملية الطباعة ونشره بين الناس مع مراعاة جميع قواعد وأسس التصميم، وهذه العمليات تشتمل على:

- التحضير النهائي للصور (معالجتها) ومن ثم إدراجها في التصميم بتنسيق مناسب.
- طرق ترتيب الصور مع النص.
- أشكال وأنواع خطوط الطباعة وتوسيطاتها في التصميم (Alignment).
- الحرص على العمل تحت نظام (CMYK) سواء في حالة (Process Color) أو (Spot Color).
- مراعاة (Page Layout) وهو شكل الصفحة وقياسها بحسب نوع التصميم².

كما يُعرّف بعض الباحثين الإخراج الصحفي على أنه "معالجة المادة التحريرية المقرر نشرها، في قالب فني يتيح للقارئ أن يستوعب مضمونه بسهولة ويسر، وذلك بتحويل كل العناصر التي تعبر عن المحتوى الفكري لهذا النشاط الإعلامي إلى صورة تيبوغرافية يمكن أن تتعامل مع الوسيلة الطباعية المتاحة"³.

كما تم تعريفه بجملة استفهامية مختصرة بانه: "كيف نضع ونرتب أخبارنا وموضوعاتنا وصورنا في الصفحة"⁴.

1- هاني إبراهيم البطل: الإخراج الصحفي فن وعلم، ط1، عالم الكتب، القاهرة، 2011، ص65.
2- رمزي محمد العربي: التصميم الجرافيكي، مكتبة المجتمع العربي للنشر والتوزيع، عمان، 2005، ص191.
3- محمد بن عبد الله العودة وآخرون: "الأسس التشكيلية في تصميم غلاف مجلة اليمامة"، بحث مقدم لاستكمال درجة الماجستير بقسم الإعلام، كلية الدعوة والإعلام، جامعة الإمام محمد بن سعود الإسلامية، الرياض، 1984، ص4.
4- محمد بن عبد الله العودة وآخرون: "الأسس التشكيلية في تصميم غلاف مجلة اليمامة"، المرجع نفسه، ص5.

الفصل الثالث.....الإخراج الصحفي الإلكتروني

وأيضاً يُعرّف على أنه: هو خطوة من خطوات صناعة الصحيفة وهو الخطوة المرتبطة بالشكل الذي تظهر بها الصحيفة معبرة عن المحتوى الذي تشتمل عليه ومتأثرة بمعطياته، كما يُقصد به توزيع الوحدات الطباعية فوق حيز الصفحة لأغراض يستهدف تحقيقها¹.

كما يرى بعض الباحثين بأن مصطلحي الإخراج والتصميم في الصحف الإلكترونية يشتركان في نفس المعنى، وهذا الأمر ظل ملموس في الصحف المطبوعة حيث استعمل المصطلحين السابقين بالإضافة إلى مصطلحات أخرى كالتوضيب، والتخطيط أو التقسيم، إلا أن هناك من يرى بأن الإخراج عملية متكاملة تتداخل فيها جل المصطلحات السابقة من تخطيط الصفحة أو تقسيمها، وتوزيع العناصر على حسب مبادئ التصميم أو الأسس الفنية المتبعة، والتي تسعى لتحقيق سهولة القراءة، وضمان البعد الجمالي والجاذبية للصفحة، بالإضافة إلى تحقيق الأهداف تبعاً لسياسة الصحيفة².

كما يُعرّفه زيد منير سليمان بأنه: "طريقة تنظيم وترتيب العناصر البنائية على الصفحة، لا سيما واجهة الصحيفة الإلكترونية بين حركة العين ومبادئ التصميم أو الثبات في الشكل لإصدارات الصحيفة وتحديثاتها ولا تتغير إلا عند فترة زمنية طويلة نسبياً، لأن المستخدم يكون قد اعتاد أن يرى واجهة الصحيفة بشكل معين، كذلك أن الواجهة تعكس هوية الصحيفة"³.

ومع تأثر الصناعة الصحفية بالتقنيات والتكنولوجيات الحديثة تطور الإخراج والتصميم الإلكتروني، وظهر ما يطلق عليه بالتصميم التفاعلي، وظهور متغيرات أخرى لها علاقة بالتصميم الرقمي تتمثل في علم تجربة المستخدم، تصميم واجهة المستخدم الذي يركز أساساً على أخذ المستخدم بعين الاعتبار عند تصميم المنتجات الرقمية كمواقع الصحف الإلكترونية، وضمان تصميم تجربة مستخدم يسيرة وممتعة في آن واحد عند استعماله للمنتج الرقمي.

حيث يُعرّف التصميم التفاعلي على أنه: "عملية تصميم المنتجات التفاعلية مع مراعاة كيفية تفاعل المستخدم معها"⁴.

1- لؤي خليل: الإعلام الصحفي، ط1، دار أسامة للنشر والتوزيع، عمان، 2014، ص167.

2- محمود علم الدين: الإخراج الصحفي، المرجع السابق، ص14.

3- عبد العزيز الشريف: الإعلام الإلكتروني، ط1، دار يافا العلمية للنشر والتوزيع، عمان، 2014، ص126.

4- الحواري: ما هي ال Gestalt principles - الجزء الأول، تاريخ الولوج: 2022/10/31، الرابط:

<https://programs.edraak.org/learn/course/interactiondesign-v1>

"والهدف من التصميم التفاعلي هو إنشاء منتجات تمكن المستخدم من تحقيق أهدافه بأفضل طريقة ممكنة"¹.

والفرق بين التصميم التفاعلي وتجربة المستخدم، وواجهة المستخدم²:

- تصميم تجربة المستخدم: التخطيط المادي للمعلومات داخل التطبيق.
- تصميم واجهة المستخدم: المعالجة المرئية للعناصر والمكونات البصرية.
- تصميم تفاعلي: رد فعل بين عناصر واجهة المستخدم والمستخدمين عند تفاعلهم معهم.

2- مبادئ تصميم وإخراج الصحف الإلكترونية:

1.2. الأسس الفنية:

يُقصد بأسس التصميم التأثيرات السيكولوجية الناتجة عن وضع مكونات التصميم، وقد اختلف العلماء في تطرقهم لمبادئ التصميم؛ فهناك من رأى أنها تحتوي على أربعة مبادئ فقط، وهناك من رأى أنها تتكون من سبعة أسس وقواعد، وهناك من رأى أنها تسعة مبادئ، إضافة إلى ذلك هناك من قدّم بعض عناصر التصميم على أنها مبادئ للتصميم، والعكس صحيح أيضاً، ورغم هذا الاختلاف إلا أن هناك شبه اتفاق بينهم حول بعض مبادئ التصميم منها: التوازن، والوحدة، والتباين، والإيقاع³.

ونورد أهم مبادئ التصميم الإلكتروني التي تحدث عليها المختصون والباحثون في مجال التصميم الرقمي في مختلف المصادر والمراجع والدراسات:

1.1.2. التوازن:

يُعنى به عدم إقبال جزء من الصفحة أو أكثر بالعناصر البنائية، في الوقت الذي يخلو فيه جزء أو أكثر من هذه العناصر أو يكاد⁴.

ويمكن الوصول إلى التوازن بواسطة تصنيف العناصر المعروضة على الصحيفة الإلكترونية، وتجميع العناصر المتماثلة منها حتى يتم التعامل معها بصريا ككل لا يتجزأ، فمثلا عناوين الأبواب والروابط التشعبية الخاصة بأبرز الموضوعات كلها في جانب أو موقع ثابت ومحدد من الصفحة الإلكترونية الرئيسية، ولا يتم تغييره في باقي الصفحات

1- الحوارى: ما هو التصميم التفاعلي، تاريخ الولوج: 2022/10/31، الرابط:

<https://programs.edraak.org/learn/course/interactiondesign-v1>

2- الحوارى: ما هو التصميم التفاعلي، المرجع نفسه.

3- حلمي محسب: "إخراج الصحف الإلكترونية على شبكة الإنترنت: دراسة تطبيقية مقارنة بين الصحافيتين المصرية والأمريكية"، المرجع السابق، ص288.

4- ماجد تريان: الإنترنت والصحافة الإلكترونية: رؤية مستقبلية، المرجع السابق، ص209.

الداخلية حتى لا تظهر الصحيفة الإلكترونية غير متزنة أو تمنح شعور بعدم الإتزان؛ ولذلك يجب الاهتمام بتحقيق التوازن في توزيع الرسومات، والصور، والنصوص على الصفحات الإلكترونية¹.

ويتمظهر التوازن في ثلاثة أوجه²:

أ- **التوازن التماثلي**: ويُسمى أيضا بالتوازن الشكلي، وينتج هذا الصنف بواسطة تقسيم الصفحة إلى أجزاء متساوية (أنصاف، أو أرباع أو أثمان)، ويأخذ هذا النوع ثلاثة أشكال هي:

- تماثل رأسي: يتحقق عندما تُقسم الصفحة أو أحد أجزائها إلى نصفين أحدهما في الجهة اليمنى والآخر في الجهة اليسرى.
- تماثل أفقي: يكون في هذا النوع تقسيم الصفحة إلى نصفين أحدهما في الجزء العلوي من الصحيفة، والآخر في الجزء السفلي.
- التماثل الأفقي الرأسي: يكون في هذا النوع تقسيم الصفحة إلى أربعة أجزاء متساوية.

ب- **التوازن اللاتماثلي**: ينتج بواسطة تقسيم الصفحة إلى أجزاء غير متساوية، وذلك عن طريق وضع صورة كبيرة متجاوزة مع مجموعة من الصور الصغيرة، ويفيد التوازن اللاتماثلي المصمم في ترتيب عناصر الصفحة، ويمكن عبر هذا المبدأ أن يخلق المصمم الشعور بالحركة والتوتر، والفرح والإثارة والغضب.

ج- **التوازن الإشعاعي**: يُقصد بالتصميم الإشعاعي أن هناك نقطة مركزية بدلا عن محاور الارتكاز الموجودة في التوازن التماثلي واللاتماثلي، وهذه النقطة هي بمثابة نواة الإشعاع التي تأخذها العناصر البنائية كنقطة انطلاق تدور حولها من زاوية، ومن زاوية أخرى تعتبر هذه النقطة بمثابة نقطة جذب تنجذب عين القارئ أو المشاهد إليها، ثم ينطلق منها إلى سائر العناصر البنائية، ويشبه التوازن الإشعاعي حركة الإلكترونات حول النواة، كما أن حركة الاتزان الإشعاعي لا تقتصر في الحركة الدائرية، بل يمكن أن تأخذ شكل الحركة اللولبية، حيث يكون هناك أكثر من نقطة مركزية تدور حولها عين القارئ.

1- هيثم مؤيد: "تأثير الأساليب الإخراجية للصحف الإلكترونية على تذكر الطلاب للمحتوى الصحفي المقدم بها دراسة شبه تجريبية على عينة من طلاب الجامعة"، رسالة دكتوراه غير منشورة، جامعة المنصورة، المنصورة، 2010، ص112.

2- حلمي محسب: إخراج الصحف الإلكترونية على شبكة الإنترنت -دراسة تطبيقية مقارنة بين الصحافتين المصرية والأمريكية، المرجع السابق، ص238، 241.

2.1.2. الوحدة:

ويمنح هذا المبدأ الإحساس بانسجام عناصر الصفحة، ويمكن توظيفه على جزء من أجزاء الصفحة أو على الصفحة بصفة عامة، فوحدة الموضوع يقصد بها أن كل موضوع يبدو وكأنه منعزل عن بقية الموضوعات، ووحدة الصفحة تعني ترابط أجزاء الصفحة، ويمكن تحقيق مبدأ الوحدة بواسطة تكرار لون ما أو تكرار بعض درجاته، أو بواسطة استعمال عائلة خطوط واحدة في النصوص أو عن طريق استعمال أشكال واحدة للصور¹.

تحقيق الترابط والانسجام بين عناصر الموضوع الواحد، أو عناصر الموضوعات المختلفة على الصفحة، وتتحقق الوحدة باستعمال أشكال الحروف مثلا أو الإطارات والأرضيات وغيرها من وسائل الربط.

3.1.2. التباين:

فهو إبراز التباين بين الأشياء مع عدم المبالغة في ذلك، ويُستعمل التباين في الصحف للتمييز بين الأقسام، والعناصر المكونة للصحيفة وغيرها؛ بهدف تحقيق سهولة الاستخدام ويسر التصفح².

يحدّ التباين بين الشكل والأرضية عن طريق انخفاض وارتفاع الطاقة البصرية؛ فعندما تنخفض الطاقة البصرية يكون الجزء المرئي شكلا، والتباين بينهما يجعل منهما شيء واحد تدركه العين، وأيضا يكون التباين بين الأحجام حيث تتباين المكونات من نفس النوع كالصور الصغيرة مع الكبيرة والحروف الكبيرة مع الحروف الصغيرة، كما تتباين المساحات الكبيرة مع الصغيرة. ويحدث تباين في القيم والألوان، فالتباين في القيم يُقصد به التباين في مستوى الإضاءة والإظلام أما التباين اللوني فيأخذ ثلاث أنماط: التباين الكامل (المتناقض) ويحدث بين الألوان المتقابلة في عجلة الألوان، والتي تسمى الألوان المكملة، والتباين المتوسط والذي يحدث بين الألوان الثلاثية في عجلة الألوان أي الألوان الثلاثة المتساوية المسافة في عجلة الألوان، وأخيرا التباين الضعيف ويكون في الألوان متشابهة القيم وهي التي لها كنه مشتركة ولكل صنف منها تأثيراته الخاصة؛ فالتباين التام ينتج عنه الاضطراب وعدم الاتزان والمتوسط يؤدي إلى التنافس بين الألوان للفت الانتباه، بينما يؤدي التباين الضعيف إلى الشعور بالوحدة بين عناصر التصميم، ويحدث التباين أيضا

1- زيد منير سليمان: الصحافة الإلكترونية، دار أسامة للنشر والتوزيع، عمان، 2008، ص42.
2- بسنت العقبوي: الصحافة الإلكترونية وبنيتها على شبكة الإنترنت، المرجع السابق، ص120، 121.

بين الأشكال من خلال استعمال الأفقية أو الرأسية، أو التنوع في توظيف الأشكال الهندسية كالمستطيلات والمربعات والدوائر ونحوها¹.

4.1.2. الحركة:

وهي خاصية تميز الوحدات المرئية وتنصرف إلى مفهوم التغيير الذي قد يحدث ماديا في المجال المرئي أو ذهنيا من خلال الإدراك أو فيهما معا في التصميم برغم عدم وجود حركة حقيقية، فإن حركة العيش ذاتها على أجزاء الصفحة تجعل القارئ يحس بأن العناصر التي أمامه هي التي تتحرك، وهذا معناه أن الحركة تأتي من التصميم في الصفحة بأسلوب يتناسب وحركة عين القارئ التي تتخذ من الفقرات أسلوبا لمتابعة القراءة².

ويحتاج تحريك المشاهد خلال صفحة الوب مراعاة مجموعة من الاعتبارات أبرزها³:

- إلزامية وضوح وسائل التجول المتمثلة في الروابط.
 - إلزامية ترتيب العناصر البنائية على الصفحة حتى لا تتحرك العين حركة عشوائية، وعليه يجب أن تكون العناوين أولا ثم الصورة ثم تليها الروابط.
 - إلزامية ترتيب العناصر المتشابهة بشكل متدرج.
- وتتميز الحركة بخصائص منها⁴:

- **الاتجاه:** ويكون من اليمين إلى اليسار أو العكس، ويظهر ذلك عادة في قراءة الحروف، كما يظهر في ترتيب مجموعة من الصور بشكل رأسي أو أفقي، ومن الأعلى وإلى الأسفل أو العكس، بالإضافة إلى الحركة من الأمام وإلى الخلف وهي الحركة التي تظهر في الرسوم الثلاثية الأبعاد.
- **المعدل:** ويمثل معدل سرعة أو بطء حركة العين في إدراكها للأشكال، فهي تتحرك حركة سريعة من صورة لأخرى أو من عنوان لآخر، وتتحرك حركة متوسطة عند التحول من سطر لآخر، أو من عمود لآخر، وتتحرك حركة بطيئة عند الانتقال من حرف لآخر، ومن كلمة إلى أخرى، ومن تفاصيل صورة إلى تفاصيل صورة أخرى.

1- نويرة بنت سيف بتال الدغليبي العتيبي: "أسلوب البوابة في إخراج الصحف السعودية الإلكترونية"، بحث تكميلي لنيل درجة الماجستير في الصحافة والنشر الإلكتروني، كلية الدعوة والإعلام، قسم الإعلام، جامعة الإمام محمد بن سعود الإسلامية، 2010، ص89.

2- وسام زكي قشطة: "واقع المخرج الصحفي في الصحافة الفلسطينية: دراسة ميدانية"، رسالة ماجستير، كلية الآداب، الجامعة الإسلامية بغزة، 2018، ص44.

3- شهبان العبدلي: الصحافة الإلكترونية بين التحرير والتصميم والتفاعلية، المرجع السابق، ص148.

4- زيد منير سليمان: الصحافة الإلكترونية، المرجع السابق، ص42، 43.

– النوع: وهي الطريقة التي تسلكها العين في إدراكها للأشكال المصفوفة على الصفحة وتختلف أنواعها: كالحركة المرسومة طويلا للسطر المكتوب بطريقة أفقية، والحركة البندولية التي تشبه حركة بندول الساعة، فتكون متأرجحة من اليمين إلى اليسار أو العكس عند التحول من موضوع إلى آخر أو من صورة إلى أخرى، وأخيرا الحركة الدائرية والتي تحدث عند وضع العناصر البنائية الثقيلة التي تتميز بجذب بصري مثل الصور والعناوين بشكل دائري على أطراف الصفحة فتقوم العين بالمرور على الصور بصفة دائرية.

5.1.2. التناسب:

يشير إلى تناسب الأحجام من ناحية، ووزن العناصر المتنوعة في التصميم من ناحية أخرى، ويأخذ التناسب في الصفحة أشكالا مختلفة أهمها¹:

- تناسب حجم حروف النصوص وتعني تناسب حروف المتن مع المقدمة والعناوين الفرعية.
- التناسب في حجم الأعمدة مع بعضها البعض ومع المواد التي تحتوي عليها.
- التناسب في مساحة الصور التي يجب أن تتناسب مع بعضها البعض ومع الموضوع الذي يجب أن تعرض له.

6.1.2. يسر الاستخدام أو سهولة الوصول:

"الولوجية تعني أنه تم تصميم وتطوير مواقع الويب والأدوات والتقنيات بحيث يمكن للأشخاص ذوي الإعاقة استخدامها. وبشكل معين يمكن للأشخاص إدراك الويب وفهمه والتصفح والتفاعل معه، المساهمة في الويب. تشمل الولوجية جميع الإعاقات التي تؤثر على الولوج إلى الويب بما في ذلك: السمع، قدرة المعرفة، الأعصاب، القدرة البدنية، الخطاب، البصر"².

ولوجية الويب لها عدة مزايا للأشخاص من غير ذوي الإعاقة، نوردتها فيما يلي³:

- أفراد يستعملون الهواتف المحمولة والساعات الذكية وأجهزة التلفزيون الذكية والأجهزة الأخرى ذات الشاشات الصغيرة وأساليب الإدخال المختلفة إلخ.
- كبار السن مع قدراتهم المتفاوتة بسبب الشيخوخة.

1- زيد منير سليمان: الصحافة الإلكترونية، المرجع السابق، ص42، 43.

2- W3C: مقدمة لولوجية الويب، منشور بتاريخ: 2019/07/16، على الرابط:

<https://www.w3.org/WAI/fundamentals/accessibility-intro/ar>، تم الولوج بتاريخ: 2022/10/15.

3- W3C : مقدمة لولوجية الويب، المرجع نفسه.

الفصل الثالث.....الإخراج الصحفي الإلكتروني

- أفراد يعانون من إعاقات مؤقتة مثل كسر في الذراع أو نظارات مفقودة.
- أفراد يعانون من قيود ظرفية كما هو الحال في ضوء الشمس الساطع أو في بيئة حيث لا يمكن الاستماع إلى الصوت.
- أفراد يستعملون اتصال بالإنترنت بطيئاً أو لديهم نطاق ترددي محدود أو مكثف.

وتبرز الحاجة لتسهيل التلقي نظراً لما تتوفر عليه شبكة الإنترنت من صحف ومواقع إلكترونية متعددة جعلت الفرصة أمام المتلقين لانتقاء الأفضل منها، حيث باتت مدى السهولة التي تتوفر عليه المواقع الإلكترونية أحد أبرز الاعتبارات الرئيسية في تقييم المواقع من قبل المستخدمين، خاصة تلك المواقع التي تتشابه في المحتوى، حيث أصبح لدى متصفح الإنترنت الخيارات الواسعة التي تساعدهم في الحفاظ على أوقاتهم خلال تصفحهم للمواقع الإلكترونية، ولذا يحرص مستخدمو شبكة الإنترنت على البحث عن المواقع التي تسد احتياجاتهم، ورغباتهم بأسرع وقت ممكن¹.

قبل مناقشة الحواجز التي قد يواجهها المستخدمون المعاقون في الوصول إلى معلومات الويب، يجب أن نلاحظ أن المعلومات عبر الإنترنت توفر العديد من المزايا مقارنة بالمعلومات المطبوعة: من السهل على الأفراد الذين يعانون من ضعف الرؤية زيادة حجم الخط وتحويل النص إلى كلام للمكفوفين مما جعل المتصفحين يتعاملون بشكل أفضل مع النصوص عبر الإنترنت مقارنة بالصحف المطبوعة. في الواقع، يتم تمكين العديد من المستخدمين المعاقين بواسطة أجهزة الكمبيوتر لأداء المهام التي كانت صعبة بالنسبة لهم باستعمال التكنولوجيا التقليدية. على سبيل المثال، راجع مقالاً في (New York Times) حول أحد المشتركين المكفوفين الذين يقرأون الصحيفة الآن بالانتقال إلى موقع الويب في (Lynx). يمكنك حتى سماع صوت المقالة من خلال قارئ الشاشة - لاحظ كيف تتم القراءة بسرعة عالية جداً².

ويمكن فهم مصطلح يسر الاستخدام من خلال المعاني التالية³:

- يسر الاستخدام يقصد به التفكير في كيف ولماذا يستعمل الفرد المنتج.
- يسر الاستخدام يعني التقييم: الذي يركز على رجوع صدى المتصفح خلال تقييم أكثر من اعتماده على خبرة المصمم وممارسته.

1- صالح العنزي: "إخراج الصحف السعودية الإلكترونية في ضوء السمات الاتصالية لشبكة الإنترنت"، المرجع السابق، ص126.

2- Jakob Nielsen: **Accessible Design for Users with Disabilities**, September 30, 1996, Nielsen Norman Group, retrieved: 15/10/2022 at:

<https://www.nngroup.com/articles/accessible-design-for-users-with-disabilities/>

3- سمية بورقعة: الصحافة الإلكترونية الجزائر أنموذجاً، المرجع السابق، ص116، 117.

- يسر الاستخدام يعني أكثر من مجرد يسر الاستخدام: تعكس مفاهيم الكفاءة الفعالة والاندماج والقدرة على تحمل الأخطاء وسهولة التعلم.
- يسر الاستخدام يقصد به التصميم المركز على المستخدم: يكون المستخدم راضيا عندما يركز تصميم الواجهة عليه؛ فيجد أهدافه، وقدراته العقلية ومهامه ومتطلباته قد قابلها التصميم.
- القدرة على التعلم: أي ما مدى سهولة تنفيذ المستخدم لوظائف أساسية عند تعرضه للتصميم للمرة الأولى؟
- الفعالية: بمجرد أن يتعلم المستخدم التصميم، ما مدى سرعته في تنفيذ المهام؟
- النفع والكفاءة: أي درجة مقابلة الموقع لتوقعات المستخدم، وما يمكنه من إنجاز أعماله وتحقيق أهدافه.
- القدرة على التذكر: عند عودة المستخدم مرة أخرى للموقع بعد فترة من استعماله فما مدى سهولة استعادة احترافيته في التعامل مع الموقع؟
- الأخطاء: ما عدد الأخطاء التي يقع فيها المستخدم، وما نتائجها، وهل يعالجها المستخدم بسهولة؟
- الرضا: إلى أي مدى يسعد المستخدم باستخدام الموقع ويستمتع بمحتواه؟

وتشمل سهولة الاستخدام جوانب كثيرة من أهمها يسر الحصول على المعلومات، إلى جانب تفعيل الشبكة لعملية الاتصال الشخصي بين الجماهير الأمر الذي هيا الاتصال بين عدد كبير من الأفراد، وتبادل الرسائل فيما بينهم في وقت كان من الصعب حدوث ذلك قبل ظهور هذه التقنية ولتدعيم هذه الميزة فقد عملت بعض شركات البرمجيات على إنتاج برامج تمكن من استعمال شبكة الإنترنت بسهولة، حتى لذوي الاحتياجات الخاصة بحيث بات من السهل أمام الفئات المختلفة الولوج إلى البريد الإلكتروني والمواقع المختلفة على الإنترنت، والاستفادة من معطياتها الحديثة ومتابعة الأنباء وآخر التطورات والأحداث¹.

ومن سهولة الاستخدام لشبكة الإنترنت تصفح مستخدميها للمواقع المتاحة والحصول على أعداد كبيرة من مصادر المعلومات مع إمكانية ربط القصص الإخبارية بسياقاتها المختلفة وبالأرشيف الخاص بهذه المواقع وكذلك عن طريق الاستفادة من تقنية النص التشعبي (Hypertext) التي تسمح بالوصول إلى مواقع أخرى عبر الإنترنت ولا تقتصر تقنية النص التشعبي على النصوص والكلمات فقط بل على الصور والرسوم التوضيحية².(Hyperlinks).

1- إبراهيم السيد حسنين: الاتجاهات الحديثة في الإعلام الصحفي، ط1، مؤسسة طيبة للنشر والتوزيع، القاهرة، 2015، ص281، 282.

2- إبراهيم السيد حسنين: الاتجاهات الحديثة في الإعلام الصحفي، المرجع نفسه، ص282.

تتصل الأسس الصحفية لفن الإخراج بتقويم الأخبار والموضوعات ودراسة أساليبها، وتقدير القيمة النفسية لها. وفي الصحف الأجنبية خبراء في تذوق الأخبار تُلقى على كواهلهم هذه المسؤوليات، كما يقوم بهذه الوظيفة سكرتير التحرير المركزي، ولكن المخرج الصحفي لا بد وأن يكون قديرا هو الآخر في هذا الفن لأن العلاقة بين فن التحرير وفن الإخراج كالعلاقة بين المضمون والشكل في مختلف الفنون¹.

والصحافة الحديثة لا تفرض الأخبار على قرائها فرضا، ولكنها تدرس ميولهم دراسة دقيقة وتنشر الموضوعات الصحفية التي تدور حول محاور الميول الإنسانية. وقد لاحظ الباحثون الصحفيون أن محاور الميول تتطور من عصر إلى آخر، فقد ازداد شغف الأفراد مثلا بالعلوم والفنون والمخترعات الحديثة، وأصبحت أنباء الفضاء والذرة والأخبار الاقتصادية والسياسية تحتل مكانة أعظم مما كانت تحتله من قبل. وبعد أن كان القارئ من قبل يمل قراءة الموضوعات الاقتصادية والسياسية، نجده اليوم شديد الاهتمام بالأخبار الخارجية والعلاقات الدولية ومعاني الإجراءات الاقتصادية كتخفيض قيمة الدولار أو إنشاء البنوك الدولية وغيرها. على أن بعض الصحف تظن واهمة أن القراء يهتمون بحوادث القتل والجريمة والأخبار التافهة الغربية أكثر من اهتمامهم بالموضوعات الاجتماعية والاقتصادية والعلمية وغيرها، ولكن هذا الوهم يتلاشى يوما بعد يوم. وليس معنى ذلك أن تنشر الصحف موضوعات علمية جافة أشبه بالرسائل العلمية أو التقارير الاقتصادية والسياسية المعقدة كتلك التي تكتب للخبراء والمسؤولين، وإنما الفن الصحفي الحقيقي هو القدرة على تحويل تلك الموضوعات الهامة ذات المغزى الحقيقي، وذات الدلالة والخطر إلى موضوعات صحفية جذابة، سهلة القراءة، ومحبية إلى النفوس، ولا يتأتى ذلك -بطبيعة الحال- إلا بتضافر فنون الإخراج والتحرير والتصوير جميعا².

وهناك مجموعة من القواعد التي يجب مراعاتها عند تصميم وإخراج موقع إلكتروني³:

- عند تصميم وإخراج المواقع الإلكترونية يجب مراعاة عرض عمود النص، على أن يكون مريحا إذ أن عرض النص المثالي يكون بقياس (150-300 Pixels).
- تجنب وضع نص كبير الحجم في صفحة البداية.
- عند تصميم صفحات الموقع سواء أكانت بسيطة أو معقدة، لا بد من ترتيب ألوان خلفيات الشاشة، وألوان الخطوط، وألوان الصور والوصلات، بصورة منظمة دون تراكم الألوان في الصفحة.

1- طلعت همام: منة سؤال عن الإخراج الصحفي، المرجع السابق، ص13.

2- طلعت همام: منة سؤال عن الإخراج الصحفي، المرجع نفسه، ص13.

3- T.M Harrower: the newspaper designer's handbook, ed 5, MC Graw_Hill, Im-print of New York, NY, 2002, p234, 237.

- تجنب وجود وحدات تصميمية وإخراجية ليست لها أي وظيفة أو عشوائية أو مزدحمة في الصفحة، مع تفادي التراكم والازدحام في المعلومات المنشورة على صفحات الموقع، ولتجنب ذلك تُصمم فراغات بيضاء بين النماذج لجعل الصفحة تتنفس.
- ترتيب الصفحة في شكل أعمدة، ولا بد من التذكر بأن الأعمدة كلما كانت طويلة كلما ملّ منها القارئ.
- اختيار خطوط تتناسب مع أغلب الحاسبات الذكية الشخصية، والمتصفحات.
- بعض الخبراء يصرّون على وضع كل البيانات في صفحة واحدة، إذ أن التصميم الناجح يعتمد على ملئ أكثر البيانات في حجم صغير وأقل عدد ممكن من الصفحات.
- عند إخراج وتصميم الموقع الإلكتروني لا بد من مراعاة سرعة التحميل المختلفة، إذ كلما كان إخراج الصفحة معقدة كانت بطيئة التحميل، والنقيض صحيح، لذلك يجب تفادي الأشياء البراقة والكبيرة الحجم والأشياء الواضحة وإذا استعملت فستستعمل عند الحاجة الملحة كتبنيه المتصفح بحدوث شيء ما أو خطأ وقع فيه.
- الحرص على استخدام الفراغ الأبيض (White Space): إن من أصعب المفاهيم في التصميم هو مصطلح (الفراغ الأبيض)، ربما لأنه يبدو ذو تأثير سلبي، فالفراغ الأبيض يعني غياب النص وغياب الصور، مساحة فارغة، مساحة سلبية خالية، ولكن مع كل هذه السلبيات فإن الفراغ الأبيض ضروري جدا. الفراغ الأبيض بمثابة غرفة تنفس بصرية للعين، حيث يريح العين أثناء انتقالها بين عناصر التصميم من صور ونصوص، وفي التصميم الجرافيكي الفراغ الأبيض مهم في تصنيف التصميم¹.

2.2. الأسس النفسية²:

إن أسلوب الإخراج له دور مهم في خلق ظروف إدراك الرسالة الإعلامية والتفاعل معها، فإذا كانت الصحيفة بسيطة وهادئة في إخراجها فإن ذلك يدفع القارئ لاستدعاء خبرات متشابهة والعكس صحيح وبصفة عامة فالميول الإدراكية نوعان: يشترك فيه معظم البشر لارتباطه بالحواس التي لا تختلف كثيرا عند الأسوياء. يختلف من شخص لآخر لارتباطه بالمخ وما يحمله من خبرات تختلف وفقا للعمر واتجاهات الرأي والعادات القرائية والثقافية والميول، كمثال فإن القارئ الشاب يميل إلى الإثارة والتجديد بشكل عام، في حين أن كبار السن يحتاجون إلى الهدوء والتقليدية، وبالنسبة للثقافة كمثال فإن التكوين العقلي يتأثر بعدة

1- رمزي محمد العربي: التصميم الجرافيكي، المرجع السابق، ص201.

2- وسام زكي قشلة: "واقع المخرج الصحفي في الصحافة الفلسطينية: دراسة ميدانية"، المرجع السابق، ص45، 46.

عوامل أهمها البيئة والتربية ودرجة التعليم، ومن ثم فإنه يروق للأكثر ثقافة الإخراج الهادئ الرزين بينما الأقل ثقافة يسره الإخراج المبهرج الذي يستعمل بكثرة الألوان الزاهية والصور الكبيرة بكثرة وهكذا فإذا كانت الصفحة المطبوعة تتعامل مع العين التي لا تختلف تشريحيا من انسان لآخر إلا أن ما وراء العين من إدراك عقلي وانفعالات عقلية ونفسية تنفاوت من إنسان لآخر.

تتعلق هذه الأسس بالقارئ ذاته من حيث التركيب النفسي والنضج العقلي التي تتحكم فيه متغيرات منها¹:

- الفئة العمرية للقارئ
- جنس القارئ
- العادات القرائية

ومن أشهر مبادئ التصميم التي لها علاقة وطيدة بعلم النفس مبادئ الغشتالت أو الصورة الكاملة (Gestalt) التي تُعرّف على أنها: "مجموعة من نظريات علم النفس التي تصف كيف ينظر البشر بشكل طبيعي إلى الأشياء على أنها أنماط ومجموعات منظمة"².

وتتمثل مبادئ الغشتالت فيما يلي³:

1. مبدأ الصورة الكاملة (القرب):

- تستعمل لتجميع المعلومات المتشابهة وتنظيم المضمون.
- يجب تجميع العناصر المتماثلة في نظامك والبقاء معا.
- تلعب المساحة البيضاء نفس الدور الذي يلعبه.

2. مبدأ التشابه: يُنظر إلى العناصر ذات الخصائص المتشابهة على أنها تنتمي إلى مجموعة أو نمط طرق التجميع الشائعة: اللون والحجم والشكل والملمس والأبعاد والاتجاه.

3. الإغلاق: يميل العقل لرؤية الأشكال كشكل كامل حتى لو كانت الصورة غير مكتملة أو مخفية جزئيا بواسطة عناصر أخرى.

كما أن عقلك سوف يقفز إلى الاستنتاجات بواسطة ملئ الفجوات وإنشاء وحدة موحدة. مع تقليله لعدد العناصر اللازمة لتوصيل المعلومات.

1- بيرق حسين موسى: فن الإخراج الصحفي لمواقع الجرائد الإلكترونية، المرجع السابق، ص69.

2- الحواري: ما هي ال Gestalt principles - الجزء الاول، المرجع السابق.

3- الحواري: ما هي ال Gestalt principles - الجزء الاول، المرجع نفسه.

4. الاستمرار: ترى النقاط المتصلة بخطوط مستقيمة أو منحنية بطريقة تتبع المسار الأكثر سلاسة، كما يمكن رؤية العناصر الموضوعية في صف أو اتجاه معين كمجموعة.

5. المنطقة المشتركة: ستبدو العناصر وكأنها تنتمي إلى بعضها البعض إذا كانت تشترك في منطقة بحدود محددة بوضوح.

6. المركز المشترك: العناصر التي تتحرك في اتجاه مماثل يُنظر إليها على أنها مرتبطة. عندما يتم تضمين الحركة من خلال العناصر المحيطة أو الشكل لا يزال من الممكن رؤية التأثيرات.

3.2. الأسس الفيزيولوجية:

ترتكز الأسس الفسيولوجية بالاهتمام بدراسة العين بعدها أداة القراءة، وعلى ذلك على المخرج الصحفي أن يهتم بالمبادئ التشريحية لهذه الأداة مع مراعاة قدرة العين من القراءة على الشاشة وأن يعرف بشكل عام أهم وظائفها حتى يستطيع أن يوفر للقارئ عملية القراءة بوضوح وهدوء، فالعين تتأثر بدرجة سطوع الشاشة ويصغر حجم الحرف وطريقة عرضه إذ لا يفضل الحرف المائل إذ يظهر متموجاً على الشاشة¹.

للإخراج الصحفي أدوار متعددة من أبرزها تسهيل القراءة، ولا بد أن يساعد الإخراج الصحفي في وصول القارئ إلى المحتوى التي يريده بسهولة وسرعة، وقراءته بيسر ووضوح دون حواجز، وقد أجرى الباحثون تجارب عديدة على العين البشرية كون البصر هو الحاسة التي تركز الصحافة عليها، فتوضح أن هناك مجموعة من العوامل التي تشوش القراءة، وأن هناك عوامل أخرى تسهل عملية القراءة، هي²:

أ. عوامل التشويش على عملية القراءة:

- رداءة الطباعة خصوصاً في حالة الجمع اليدوي استعمال الحروف أكثر من مرة.
- التحول المباشر من بنط كبير جداً إلى بنط صغير جداً.
- استعمال الأرضيات ذات اللون القريب من لون الحرف.
- توظيف الألوان بإسراف والتركيز على الألوان الصارخة.
- طول السطر أكثر من اللازم أو قصره بصفة كبيرة.
- استعمال فقرات كبيرة في النص دون توقف أو دون عناوين فقرات.

1- سوّدد القادري وآخرون: الفنون الصحفية، دار الحكمة، بغداد، 1991، ص123.

2- منير سليم أبو راس: مدخل في الإخراج الصحفي، المرجع السابق، ص12، 13.

ب. عوامل التسهيل على عملية القراءة:

- التدرج في التحول من البنط الكبير إلى البنط الصغير.
 - التباين التام بين لون الأرضية ولون الحرف.
 - استعمال الألوان باعتدال والبعد عن الألوان الصارخة.
 - طول السطر المثالي من 8-10 كلمات.
 - استعمال عناوين فقرات التي تمثل استراحة للقارئ خصوصا في الموضوعات الطويلة.
 - الفراغات البيضاء بين الأعمدة والسطور.
- وتحتاج عملية تحريك عين المشاهد خلال صفحة الويب مراعاة مجموعة من الاعتبارات أهمها¹:

- إلزامية ترتيب العناصر المتشابهة بشكل متدرج.
- وجوب وضوح أدوات التجول المتمثلة في الروابط.
- إلزامية ترتيب العناصر البنائية على الصفحة حتى لا تتحرك العين حركة عشوائية.

4.2. الأسس الصحفية:

هناك عدة قواعد لانتقاء الموضوعات التحريرية وتحديد مدى صلاحيتها للنشر وأوزانها المختلفة تبعا لأهميتها، وتحدد موقع الخبر وحجمه والألوان المستعملة معه، والصور ونوع الخط وحجمه، وعناصر الإبراز المختلفة كالإطارات والأرضيات وغيرها، ومن هذه القواعد²:

- السياسة التحريرية للصحيفة: وهي أهم القواعد، والسياسة التحريرية هي: "مجموعة الإجراءات والضوابط التي تحدد ماذا يقال وكيف يقال"، وتتحرك في إطارها رئيس التحرير والمخرج الصحفي.
- عناصر الخبر: ومن أبرزها الحداثة والضخامة والمحلية والشهرة وغيرها.

3. مراحل عملية إخراج وتصميم الصحيفة الإلكترونية:

عند التفكير في إصدار صحيفة أو مجلة، لا بد من اتخاذ عدة خطوات مهمة متوازنة وليست متعاقبة، يُشكّل كل منها قرارا استراتيجيا سوف يؤثر في المستقبل على توجه الصحيفة، وسياستها، وتنظيمها وإدارتها، إضافة إلى شكل الصحيفة ومحتواها وطريقة تحريرها وإخراجها³.

1- زيد منير سليمان: الصحافة الإلكترونية، المرجع السابق، ص42.

2- منير سليم أبو راس: مدخل في الإخراج الصحفي، المرجع السابق، ص13.

3- زكريا فكري: الإخراج الصحفي، دار المعرفة الجامعية، القاهرة، 2006، ص112.

وعلى الرغم من أن الصحيفة أداة اتصال لها أدوارها الإعلامية المتعددة وأبعادها الفكرية والثقافية، إلا أن الصحيفة في النهاية لها أيضا جوانبها الاقتصادية كمشروع استثماري بكل جوانب هذا المشروع الاقتصادية والتجارية والتمويلية والتكنولوجية، من هنا تتفق عملية إصدار الصحيفة كمشروع مع خطوات إقامة أي مشروع في عدد من النقاط وإن كانت تختلف عنها في المضمون، وتشمل الجوانب التالية¹:

1.3. إعداد دراسة الجدوى الخاصة بالمشروع:

دراسة الجدوى هي وسيلة علمية لترشيد قرارات الاستثمار الجديدة أو تقييم قرارات سبق اتخاذها أو المفاضلة بين خيارات متنوعة، وذلك على معيار فني، مالي، اقتصادي وبيئي في ضوء معطيات محددة تتصل ب: الموقع، تكاليف التشغيل، الإيرادات، طاقات التشغيل، نمط تكنولوجي معين، مهارات بشرية متعددة، وذلك باستعمال طرق مستقرة ومتفق عليها في التحليل المالي وقرارات الانفاق الاستثماري، وذلك كله في إطار دراسة سوقية وُظفت فيها أساليب البحث العلمي.

وتتم دراسة الجدوى بعدد من الخطوات نلخصها فيما يلي:

- التعرف على فكرة المشروع (Identification Stage).
- الدراسات التمهيديّة السابقة للجدوى (Pre-feasibility).

2.3. وضع الاستراتيجية الابتكارية للصحيفة (Creative Strategy for Launching):

وهي الرؤية الإعلامية الشاملة التي يتم الاستقرار عليها والتي تتضمن الجوانب الإبداعية التي تميز صحيفة عن أخرى، وتضم حزمة من الجوانب المتكاملة التي تشمل:

- دراسة الصحف المنافسة.
- تحديد الهدف من الإصدار.
- تحديد الجمهور المستهدف (Traget Audience).

3.3. الاستقرار على السياسة التحريرية (Editorial Policy):

ويتم معها الاستقرار على السياسة التحريرية، وهي ترجمة لرسالة الصحيفة وأغراضها وهدفها من الصدور، وتجيب عن سؤالين ماذا أنشر وكيف أنشر؟ كما أنها تتصل بشخصية الجريدة وتوجهها التحريري: محافظة أو شعبية. وبالنسبة للصحف من

1- زكريا فكري: الإخراج الصحفي، المرجع السابق، ص112، 117.

حيث التوجه العام ومن حيث السياسة التحريرية والتغطية الجغرافية نجد أن هناك خمس صيغ فنية للإصدار:

- صيغة الجريدة الوقورة أو المحافظة (Elite) وهي الجريدة التي تحترم عقل القارئ وفكره وتقدم له ما تعتقد أنه الأنسب لتكوين اتجاهات وآراء متعلقة بقضايا المجتمع.
- صيغة الجريدة الشعبية أو المثيرة (Popular) التي تعرض للقارئ ما يثيره ويرضي غرائزه، وغالبا ما تتخذ القطع النصفي (التابلويد).
- صيغة الجريدة المعتدلة (Moderate) وهي توازن بين المضمون الصحفي الذي يحترم عقل القارئ، وبين تقديم هذا المحتوى في شكل صحفي جذاب معتمدة على أسلوب الإخراج القريب من المجالات، وتستعمل الصور الفوتوغرافية والرسوم اليدوية، والمواد البصرية المعلوماتية.
- جرائد عربية دولية (Panarab) تستهدف القارئ العربي في دول العالم المختلفة

4.3. مرحلة اختيار الصيغة الفنية للصحيفة (Editing Formula):

وترتبط بالرؤية الصحفية الفنية الشاملة التي تميز أسلوب تحرير الصحيفة وإخراجها، ثم يليها اختيار اسم الصحيفة وشعارها، ثم وضع التصميم الأساسي للصحيفة وهو الشكل الثابت أو المظهر الذي يتميز بالثبات النسبي لمواد الصحيفة.

يقول مؤلف دليل جامعة بيل للويب (باتريك لينش) (Patrick lynch) و(سارة هورتون) (Sara horton) أن أهم خطوة في تصميم موقع الويب هو التأكد من تحديد الأهداف المرجوة ويشمل ذلك:

- تحديد الهدف الأساسي للموقع.
- كتابة بيان يضم أهداف وغايات الموقع.
- تحديد الجمهور المستهدف.
- كتابة خطوط عريضة للمعلومات التي سيحتويها¹.

وفي هذا السياق يؤكد سيد (2009) بعض الأسس التي لا بد من مراعاتها عند تصميم المواقع الإلكترونية، والتي تمت صياغتها من طرف اتحاد شبكة الويب العالمي (W3C)، التي نصت على الآتي²:

- أن يتم تصميم الموقع تبعا لاحتياجات المستخدمين المتوقعين من الموقع وميولاتهم.

1- محي الدين تيناوي: النشر الإلكتروني والإخراج الصحفي، المرجع السابق، ص27.
2- كاملة بنت علي بن سعيد الترك الكثيري، عبد المجيد صالح بوعزة، منهجية تقييم محتوى المواقع الإلكترونية وقابلية استخدامها، ط1، دار صفاء للنشر والتوزيع، عمان، 2016، ص40.

- يسر التصفح والتصفح داخل مواد الصفحات والصفحات الداخلية المكونة للموقع.
- التأكد من عمل الروابط داخل صفحات الموقع، ومن عدم وجود روابط معطلة (Broken Links).
- التأكيد على جودة مضمون صفحات الموقع بما يحقق كفاءة أعلى لمحركات البحث التي تصل إليه، فضلا عن تحقيق أعلى درجة تتعلق بتصفح الموقع.
- أن يتم تحديث صفحات الموقع بصفة دورية وعلى فترات زمنية قصيرة.
- إمكانية تقديم نشرات إخبارية من حين إلى آخر تُذكر المستخدمين بزيارتهم للموقع.
- وليست المواقع الإلكترونية بمنأى عن قضية تنظيم المعلومات خاصة وأنها أصبحت مصدرا معلوماتيا يستعين به الكثير من الباحثين والدارسين، ويمكن تلخيص أهمية تنظيم المعلومات على المواقع الإلكترونية في النقاط التالية¹:
- الانتشار الواسع للمواقع الإلكترونية، والنمو المضطرد لمضامينها من المعلومات.
- تعدد أشكال المعلومات المتوافرة على المواقع الإلكترونية (نصية، وصوتية، ومرئية، وصورية، ورسوم بيانية، وغيرها).
- الإقبال المتزايد من فئات المجتمع على استعمالها لكونها تمثل مصدرا للمعلومات، أو أداة لنشرها.
- اعتماد الكثير من المؤسسات والأشخاص على المواقع الإلكترونية عن طريق إنشاء مواقع خاصة، لتقديم خدمات أو بث معلومات.
- وفي هذا الصدد تؤكد الدراسات أن تنظيم المعلومات بمواقع الصحف الإلكترونية يتعلق بعاملين أساسيين هما²:
- استعمال تنظيم ثابت مع الاستعانة بإحالات مناسبة حتى يتمكن المستخدم من الإبحار داخل موقع الصحيفة والتنقل بصفة منظمة وثابتة.
- تصنيف المعلومات، والذي يلعب دورا هاما في سهولة استعمال موقع الصحيفة، ويتعلق هذا الأساس ببنية تنظيم مضمون موقع الصحيفة على شبكة الإنترنت وتحديد طريقة العثور عليه والوصول إليه، وهو ما تتيحه عناصر الميتاداتا (Metadata) حين إعدادها في بناء الموقع الإلكتروني.

1- كاملة بنت علي بن سعيد الترك الكثيري، عبد المجيد صالح بوعزة، منهجية تقييم محتوى المواقع الإلكترونية وقابلية استخدامها، المرجع السابق، ص39.

2- كاملة بنت علي بن سعيد الترك الكثيري، عبد المجيد صالح بوعزة، منهجية تقييم محتوى المواقع الإلكترونية وقابلية استخدامها، المرجع نفسه، ص41.

كما يحتاج التحضير لبناء الموقع الإلكتروني (Web Site) ما يلي¹:

- تشكيل الفريق المكلف بإنشاء الموقع، ويجب اختيار أفراده وفق التخصص والوظائف التي يتطلبها هذا الموقع.
- وضع تخطيط هيكل للموقع ومضمون كل صفحة (ألفاظ وصور ورسوم ثابتة ومتحركة وصوت).
- وضع الموازنة الضرورية لتنفيذ الموقع الإلكتروني، وتحديثه وتطويره.
- تصميم الموقع كبدائية مشروع تحت الإنشاء، بهدف أخذ الملاحظات والاقتراحات الضرورية لتطوير الموقع وتحديثه في الحاضر والمستقبل.

1.4.3. التصميم:

أ. **التصور المبدئي:** بعد استنفاء المعلومات، يقوم المصمم بالتفكير في التصميم، معتمداً على نتائج المناقشات مع مسؤولي الصحيفة، إلى جانب التفاهم مع المبرمج أو المطور حول الاحتياجات التقنية التي ستترجم عمله الفني إلى الواقع، والبدائية تكون عبر تصور مبدئي على الورق، يتم التعديل فيه، حتى تأتي المرحلة التالية لوضع التصور باستعمال الحاسب الإلكتروني، ويحتاج التصميم أن يضع المصمم عمله في خطوات واضحة وفقاً لجدول زمني. ويشتمل التخطيط تحديد الشعار، والبريد الإلكتروني، والوقت الذي تستهلكه مرحلة الإنجاز، وتحديد جهة استضافة الموقع على الإنترنت، إلى جانب تجهيز النصوص والصور والرسوم الضرورية².

ب. **التصميم الفني:** بعد عدد من جلسات العصف الذهني يأتي تفكير المصممين في تحويل الأفكار إلى تصميمات بصرية، مع التركيز على مزايا الصحيفة، وخريطة الموقع، إذ عليهم تقديم عدد من التصميمات تتراوح بين 3-4 تصميمات، التي تتحول إلى نماذج عملية وإن كانت مبدئية، لينتقي منها مسؤولو الصحيفة التصميم الأنسب. وأبرز العناصر في أي تصميم تتمثل في بانر يوجد برأس الصفحة، وأزرار التجوال في أعلى الصفحات، أو على أحد الجانبين، أو كلاهما، على أن تكون ثابتة في كل الصفحات³.

1- عايد حمدان الهرش وآخرون: تصميم البرمجيات التعليمية وإنتاجها وتطبيقاتها التربوية، ط1، دار المسيرة للنشر والتوزيع والطباعة، عمان، 2012، ص348.

2- حسين حسن حسين: "تصميم الصحف الإلكترونية العربية: دراسة تطبيقية على عينة من الصحف الإلكترونية والعاملين في مراحل التصميم"، المرجع السابق، ص93.

3- حسين حسن حسين: "تصميم الصحف الإلكترونية العربية: دراسة تطبيقية على عينة من الصحف الإلكترونية والعاملين في مراحل التصميم"، المرجع نفسه، ص93.

2.4.3. برامج النشر والتصميم الإلكتروني:

قبل عصر الحاسبات الذكية كان التصميم الفني مقصوراً على استخدام آلة الطباعة التي اخترعها (جوتنبرغ)، وبعد أن جاءت الحاسبات الإلكترونية جعل من التصميم عملية أكثر سهولة ودقة من ذي قبل، حتى أن الكمبيوتر أتاح المجال لإنتاج تصاميم عديدة في وقت قصير ليواكب حاجات السوق، والتطور التكنولوجي الحاصل في العالم، خصوصاً مع انتشار بما يطلق عليه تصميم مواقع الإنترنت، حيث أصبح الكمبيوتر الوسيلة الرئيسية في إنتاج عدد هائل من الصور والأشكال الخاصة بتصميم صفحات الإنترنت¹.

ويُعرّف النشر الإلكتروني على أنه: "هو نشر المعلومات التقليدية الورقية بواسطة تقنيات جديدة تستخدم الحواسيب وبرامج النشر الإلكترونية في طباعة المعلومات وتوزيعها ونشرها"².

كما تُعرّف تكنولوجيا النشر الإلكتروني بأنها استعمال أجهزة وأنظمة تعمل بالحاسب الآلي في الابتكار والإبداع والصف وتوضيب الصفحات وإخراج صفحات نموذجية كاملة تسمح بمشاهدتها قبل إعطاء الأوامر بإخراجها من الجهاز، وهو ما يُسمّى باسم (ما تراه هو ما تحصل عليه) (What you see is what you get)³.

وفي هذه المرحلة يقوم سكرتير التحرير باستدعاء الموضوعات والأنباء والمقالات والإعلانات والصور والرسوم المخزنة رقمياً في ذاكرة الحاسب الذكي، ويتم تصميم الصفحات على الشاشة مباشرة، بحيث يحجز سكرتير التحرير مساحات الموضوعات المختلفة أمامه على الشاشة، وكذلك مساحة الإعلانات، ومن خلال تعليمات يوجهها للحاسب الذكي يستطيع تجهيز صفحة كاملة، كما يستطيع الحصول على نسخة ورقية منها عن طريق طابعة الليزر الملحقة بالجهاز⁴.

ومن أشهر برامج تصميم صفحات مواقع الصحف الإلكترونية ما يلي:

1.2.4.3. برنامج فرونت بيج Front-page:

هو برنامج لبناء مواقع الإنترنت وخاصيته أنه يقوم بإدخال "الكود" أتوماتيكياً فكل ما يجب عليك القيام به هو أن ترسم الشكل الذي تريد الحصول عليه وتدخل النص الذي تريد ومن ثم بإمكانك أن تُحمّله على website الذي تريد، دونما جهد أو تعب، لكن عيب هذا البرنامج أنه مهما كانت النتائج جيدة إلا أنه ليس بإمكانه أن يحقق نفس نتائج البرمجة

1- رمزي محمد العربي: التصميم الجرافيكي، المرجع السابق، ص232.

2- عبد الغفور عبد الفتاح قارئ: معجم مصطلحات المكتبات والمعلومات، مكتبة الملك فهد الوطنية، الرياض، 2000، ص111.

3- هاني إبراهيم البطل: الإخراج الصحفي فن وعلم، المرجع السابق، ص76.

4- هاني إبراهيم البطل: الإخراج الصحفي فن وعلم، المرجع نفسه، ص76، 77.

الحقيقية (أو الفعلية)، كذلك فإن المواقع المُصمَّمة بواسطة فرونت بيج غالبا ما تكون بطيئة السرعة. كما نرى فإن برنامج فرونت بيج بإمكانه أن يصمم الصفحات حسبما تريد وأن يضع شفرة أو Code الصفحات دون خبرة مسبقة¹.

2.2.4.3. برنامج Page maker:

شركة (آبل ماكينتوش) (Apple Macintosh) هي أول من اخترع نظام للنشر المكتبي عام 1985 وكان أول برنامج استعملته لهذا الغرض (Page Maker) برنامج معالجة الصفحات، حيث كانت نشأة هذه الشركة تركز على معالجة الرسوم والمواد الجرافيكية بصفة أساسية وبمهارة فائقة². وبرنامج Page Maker من تطوير شركة Adobe العالمية للبرمجيات، وهو يتسم بخصائص كثيرة تساهم في تسهيل عملية إخراج الصفحات ولا يقل مستواه التقني عن برنامج الناشر الصحفي، بل قد يعتبره البعض أفضل من الناشر الصحفي في جوانب كثيرة منها إرفاق نسخة عرض للصور مرافقة للنص صغيرة الحجم، بينما يحتفظ بالصورة الأصلية كبيرة الحجم مقترنة مع الملف بحيث تُستعمل الصورة المقترنة في عملية الطباعة عوضا من الصورة المستعملة للعرض ويشار إلى أن هذا البرنامج هو تطوير لنسخة قديمة أصدرتها شركة Aldus ثم باعت حق إنتاجه إلى شركة Adobe خلال العقد الماضي³.

3.2.4.3. Adobe InDesign : هو برنامج نشر مكتبي يُستعمل بشكل واسع لتصميم المطبوعات والمنشورات الرقمية. ويقدم مجموعة واسعة من وسائل التخطيط والتصميم التي يمكن استعمالها لإنشاء صحف على الإنترنت ذات مظهر احترافي. وهو أيضا برنامج مطور من شركة Adobe وهو برنامج متميز يجمع الكثير من الميزات في آن واحد، فهو إلى جانب تميزه بمعالجة النصوص بمرونة عالية فإنه يقدم خيارات تناسب أعمال الرسم الجرافيكي وإنتاج الرسوم التوضيحية، كما أنه يقدم بيئة كاملة للتصميم المحترف، بالإضافة إلى إمكانية التحكم في أعمال تحرير الصورة المدمجة فوق النصوص، بالإضافة إلى أنه لا يقل كفاءة ومرونة عن جميع برامج النشر الصحفي⁴.

1- مضر زهران، عمر عدنان زهران: التعليم عن طريق الإنترنت، زهران للنشر، عمان، 2011، ص33، 34.
2- نور الدين أحمد النادي، رستم أبو رستم: فن الإخراج الصحفي، ط1، مكتبة المجتمع العربي للنشر، عمان، 2004، ص108.

3- منير سليم أبو راس: مدخل في الإخراج الصحفي، المرجع السابق، ص31.

4- منير سليم أبو راس: مدخل في الإخراج الصحفي، المرجع نفسه، ص31.

4.2.4.3 QuarkXPress : هو برنامج نشر مكتبي مشهور يمكن استعماله لتصميم صفحات الصحف على الإنترنت. يعرض مجموعة من أدوات التخطيط والتصميم، بالإضافة إلى دعم عناصر الوسائط المتعددة¹.

5.2.4.3 Scribus : هو برنامج نشر مكتبي مجاني ومفتوح المصدر يمكن استعماله لعمل تخطيطات صحيفة بجودة احترافية. يقدم مجموعة من أدوات التصميم ويدعم مجموعة متنوعة من تنسيقات الملفات².

6.2.4.3 Sketch : هو برنامج تصميم آخر يملك شعبية كبيرة بين مصممي الصحف عبر الإنترنت. إنها وسيلة تصميم تركز على المتجهات وهي ملائمة تمامًا لإنشاء الرسومات والأيقونات والشعارات. يُشتهر Sketch بواجهته البسيطة والبديهية ويتيح العديد من الخصائص لإنشاء تصميمات عالية الجودة³.

بصفة عامة، سيرتكز أفضل برنامج لتصميم الصحف الرقمية على المتطلبات الخاصة وميزانية المصمم، مع وضع في الاعتبار الميزات التي يحتاجها المصمم ، ومستوى خبرته ودرجة تحكمه في برامج التصميم.

7.2.4.3 Figma ⁴: يعتبر البرنامج أداة رائعة لتصميم الصحف على الإنترنت لأنها توفر للمصممين القدرة على التعاون وإنشاء النماذج الأولية والتكرار بسرعة. فيما يلي بعض الطرق التي يمكن بواسطتها استعمال Figma لتصميم الصحف عبر الإنترنت:

– التصميم التعاوني: يتيح برنامج Figma للمصممين إمكانية العمل معًا على نفس المشروع. هذا يعد ميزة استثنائية لتصميم الصحف عبر الإنترنت ، حيث قد يكون هناك العديد من المصممين الذين يعملون في أقسام مختلفة من الموقع. باستعمال Figma، يمكن للمصممين العمل معًا بمرونة ومشاركة الأفكار وتقديم الملاحظات على الفور.

– النماذج الأولية: تسمح Figma للمصممين بإنشاء نماذج أولية تفاعلية لتصميماتهم، والتي يمكن توظيفها لاختبار تجربة المستخدم والحصول على تعليقات من أصحاب

1- موقع: <https://www.quark.com/fr/about/our-story>، تاريخ الزيارة: 2023/05/10، الساعة: 14:30.

2- موقع: <https://scribus.fr>، تاريخ الزيارة: 2023/05/10، الساعة: 14:45.

3- موقع: <https://www.sketch.com/about-us/>، تاريخ الزيارة: 2023/05/10، الساعة: 15:05.

4- موقع: <https://www.figma.com/about/>، تاريخ الزيارة: 2023/05/10، الساعة: 15:10.

- المشاريع والعمل، حيث تكون تجربة المستخدم أمرًا مهمًا، حيث يمكن للمصممين استعمال Figma لإنشاء نماذج أولية واقعية تعكس بدقة التصميم النهائي.
 - تصميم سريع الاستجابة: يجب أن تكون الصحف على الإنترنت سريعة الاستجابة، مما يعني أنها بحاجة إلى التكيف مع أحجام الشاشات والأجهزة المختلفة. تسهل Figma تصميم التخطيطات سريعة الاستجابة، ويمكن للمصممين معاينة تصميماتهم على أحجام شاشات مختلفة للتأكد من أنها تظهر متجاوبة على جميع شاشات الأجهزة الذكية.
 - نظام التصميم: تتيح ميزة نظام التصميم في Figma للمصممين إنشاء مكتبة من المكونات القابلة لإعادة الاستعمال، مثل الرؤوس والتذييلات وقوالب المقالات. يمكن أن توفر هذه الميزة الوقت والجهد ويضمن الاتساق عبر الموقع.
 - التكامل: تتكامل Figma مع مجموعة واسعة من الأدوات الأخرى، بما في ذلك Slack و Jira و Trello. هذا يجعل من السهل التعاون مع أصحاب المشاريع ويبقى الجميع على اطلاع بجميع مراحل التصميم.
- بصفة عامة، يعتبر برنامج Figma أداة ممتازة لتصميم الصحف عبر الإنترنت، مما يتيح للمصممين بالتعاون، ووضع النماذج الأولية، والتكرار بسرعة وكفاءة.

3.4.3.3. مرحلة برمجة الموقع:

1.3.4.3. لغة الاتش تي ام ال HTML:

ترمز (HTML) إلى كلمة (Hyper Text Markup Language) التي تستعمل في تصميم صفحات الويب التي نراها على الإنترنت. وفي حقيقة الأمر لا تعتبر لغة للبرمجة كما يظهر للناس حيث أنها لا تقوم بالعمليات البرمجية مثل الحسابات وغيرها من خصائص لغات البرمجة، كما أنه لا تتم لها عملية ترجمة Compilation كباقي لغات البرمجة. وهناك عدة وسوم في ال (HTML) تستعمل في تعريف أجزاء صفحة الويب وتكتب على الشكل التالي كمثل `<p>` وهذا يدل على أنك ستكتب فقرة أي (Paragraph) ولكن يجب أن تنتهي كل وسم كتبتته بالطريقة التالية `</p>` وهكذا.

وهذا مثال لصفحة ويب فارغة:

```
<html>
<head>
<title></title>
<head>
<body>
</html>1
```

وهكذا فإن صفحة الويب تتكون من الإطار الخارجي وهو <html>. ثم تأتي منطقة الرأس، التي تأخذ الوسم <head> والتي تحوي العنوان الذي يوضع بين وسمي <title> و</title>، ثم تأتي لمنطقة الجسم <body> وهي المهمة في هذه المرحلة، حيث أن أغلب الوسوم تكتب فيها. وأخيراً نقوم بإنهاء صفحة الويب باستخدام </html>².

وبهدف جعل برنامج متصفح الويب قادراً على قراءة هذه الملفات، يجب إعادة النص تبعاً لمعيار مقبول بصفة عامة. ويُسمى هذا المعيار باسم لغة توصيف النصوص التشعبية، وتستخدم لغة (HTML) رموزاً، أو ما يُسمى واصفات (tags) والتي تخبر بدورها متصفح الويب بطريقة عرض النص الذي يحويه الملف النصي. على سبيل المثال، يقرأ متصفح الويب السطر النصي التالي:

```
<B>A Review of the Book</I>Wind Instruments</B>
```

وإصفتي و تمثلان تعليمات حول طريقة عرض النص الواقع بين هاتين الواصفتين بنمط خط مائل. وقد تقوم متصفحات الويب المختلفة المتصلة بخادم الويب بعرض النص الموجود بين هذه الواصفات بطريقة مختلفة فيما بينها؛ على سبيل المثال، قد يعرض أحد المتصفحات النص المحاط بواصفتي اللون الغامق بلون أزرق بدلاً من عرضها بلون غامق فحسب. ويسمى النص الذي يحوي واصفات بلغة (HTML) باسم مستند (HTML Document)³.

وتتصف لغة (HTML) بأنها لا تركز على نظام تشغيل معين أو جهاز معين (Independent Platform And Hardware) إلا أن صفحات (HTML) لا تستطيع أن تحفظ تنسيق الصفحات (Page Layout) حيث أنه لا يمكن لمصمم الصفحة

1- عايد حمدان الهرش وآخرون: تصميم البرمجيات التعليمية وإنتاجها وتطبيقاتها التربوية، المرجع السابق، ص351.

2- عايد حمدان الهرش وآخرون: تصميم البرمجيات التعليمية وإنتاجها وتطبيقاتها التربوية، المرجع نفسه، ص351.

3- غاري شنايدر: كيف نستخدم الإنترنت، تر: أحمد بيطار، شعاع للنشر والعلوم، حلب، 2012، ص8.

أن يتوقع تماما ما سيظهر على شاشة برنامج التصفح، فقد يتغير شكل الصفحة بتغير برنامج التصفح أو بتغير نظام التشغيل أو بتغيير القارئ للحروف (Fonts) التي يستعملها برنامج التصفح أو بتغيير إعدادات الشاشة. ففي لغة (HTML) لا نستطيع أن نتحكم في تنسيق الصفحة (Page Layout) بشكل تام إلا أنه يمكن التحكم ببعض جوانب التنسيق مثل حجم العناوين (Headings) مقارنة بحجم النص الفعلي كذلك يمكن التحكم في أسلوب النص (مائل، سميك) كما أن لغة (HTML) تعجز عن عرض الرموز التي تحتاجها في الأبحاث العلمية كرموز المعادلات والرموز الرياضية وغيرها. يتم عرض مثل هذه الرموز في صفحات (HTML) عادة بتحويلها إلى صور (Bitmapped).¹

إذ يمكن عن طريق بعض البرمجيات المتوافرة في أي جهاز حاسب التعامل مع هذه اللغة، مثل برنامج (Front Page) أو حتى برنامج (Word) بحيث يمكن من خلال هذه البرامج تصميم صفحة إلكترونية بلغة (HTML) إذ لا يتطلب الأمر سوى حفظ الملف بالامتداد (html) أو (htm) فقط، ثم العمل على توزيع الصور والرسوم والنصوص على الصفحة دون الحاجة للترميز، ووضع الشفرات، فكل هذا يمكن أن تقوم به تلك البرمجيات.²

2.3.4.3 لغة CSS:

هي لغة تنسيق للصفحة أطلقها اتحاد شبكة الويب العالمية The World Wide Web Consortium (W3C) كمواصفة قياسية لتوصيف مظهر وثنائق الويب من محددات للخطوط والألوان والتنسيق. وهي اختصار لعبارة Cascading Style Sheets، وتهتم بشكل المواقع وتصميمها، هي خاصة بعزل عناصر التنسيق (الألوان-الخطوط....) عن محتوى المستند المكتوب (بلغة HTML مثلا)، وينطبق ذلك على الألوان والخطوط والصور والخلفيات التي تستعمل في الصفحات، وهذه الإيجابيات جعلت تقنية CSS تسمى بلغة الأنماط الانسيابية أو التعاقبية.³

1- غالب عوض النوايسة: الإنترنت والنشر الإلكتروني، ط1، دار صفاء للنشر والتوزيع، عمان، 2011، ص ص213، 214.

2- مسعود عمر نصرو: إنشاء وتطوير وإدارة مواقع الإنترنت، ط2، دار صفاء للنشر والتوزيع، عمان، 2009، ص ص54، 55.

3- حسين حسن حسين: "تصميم الصحف الإلكترونية العربية: دراسة تطبيقية على عينة من الصحف الإلكترونية والعاملين في مراحل التصميم"، المرجع السابق، ص103.

لا يعني ذلك أنك بحاجة إلى مزيد من الإقناع بأن أوراق الأنماط هي الحل الأمثل، ولكن إليك ملخصًا سريعًا لفوائد استعمال أوراق الأنماط¹:

- **نوع دقيق وضوابط التخطيط:** يمكنك تحقيق دقة تشبه الطباعة باستعمال CSS، حتى أن هناك مجموعة من المزايا التي تستهدف على وجه التحديد صفحة مطبوعة.
- **عمل أقل:** يمكنك تغيير مظهر الموقع بأكمله عن طريق تحرير ورقة نمط واحدة، وهذا يضمن أيضًا اتساق التنسيق طوال الوقت المتوقع.
- **المزيد من المواقع التي يمكن الوصول إليها:** عندما يتم التعامل مع جميع مسائل العرض التقديمي بواسطة CSS، يمكنك ترميز المحتوى الخاص بك بشكل مفيد، مما يسهل الوصول إليه للأجهزة غير المرئية أو المحمولة، حيث ليس هناك أي عيوب في استخدام أوراق الأنماط، لكن هناك بعض المتاعب العالقة من عدم تناسق المتصفح، لكنها ممكنة إما أن يتم تجنبها أو التغلب عليها إذا كنت تعرف مكان البحث عنها.

3.3.4.3. لغة الجافا سكريبت (JavaScript):

تعتبر لغة لكتابة برنامج صغير للحاسب (نص Script) يعمل في متصفح الويب لدى المستخدم. وتعد لغة الجافا سكريبت نوعا مختلفا عن لغة (HTML) و (CSS) اللتين تستعملان في إبلاغ المتصفح بماهية العناصر -مثلا هذه فقرة وينبغي عرضها بصورة محددة- لكن لا تستخدم تلك اللغات لكتابة وظائف مفيدة، مثل اتخاذ إجراء محدد عندما يضغط المستخدم زرا معيناً، أو مراجعة بيانات المستخدم التي كتبها في استمارة ما لتحديد ما إذا كانت هناك حقول غير ممتلئة أو بها معلومات غير صحيحة كأن يكتب المستخدم عنوانه عوضاً عن رقم هاتفه، فقد أضافت هذه اللغة درجة من التفاعلية على الموقع².

ويرى الباحث أن للغة الجافاسكريبت وظيفة حيوية في تصميم مواقع الصحف الإلكترونية، حيث تساهم في تطوير تجربة المستخدم وإتاحة وظائف تفاعلية أخرى، ويمكن ذكر أبرز هذه الأدوار المهمة في النقاط التالية:

- تحسين تجربة المستخدم: تعمل لغة الجافاسكريبت على تحسين تجربة المستخدم عن طريق توفير عدة خيارات تفاعلية مثل: عرض مربعات الحوار الداخلية والقوائم المنسدلة والتحقق من صحة الإدخالات في النماذج.

1- Jennifer Niederst Robins: **Learning Web Design**, 5th Edition, OReilly, Canada, 2018, p239, 240.

2- منار فتحي محمد، **تصميم مواقع الصحف الإلكترونية**، المرجع السابق، ص92.

- النماذج الديناميكية: تسمح لغة الجافا سكريبت بتحويل نماذج الاستثمارات الثابتة إلى نماذج ديناميكية يتم تحميلها بشكل ديناميكي على الصفحة، ما ينتج عنه عملية سهولة إدخال المستخدم لمحتوى الاستثمارات.
- تحميل الصفحات بشكل ديناميكي: يتيح استعمال لغة الجافا سكريبت تحميل مضمون الصفحات بصفة ديناميكية، حيث يصبح المستخدم غير مضطر لتحديث الصفحة بالكامل لعرض المحتوى الجديد.
- القوائم الديناميكية: يمكن توظيف لغة الجافا سكريبت لبناء قوائم ديناميكية يتم تحميلها بشكل ديناميكي على الصفحة، مما ييسر تجول المستخدمين في الموقع وإيجادهم للمضمون الذين يرغبون به بسهولة وسرعة.
- الرسوم المتحركة: تتيح لغة الجافا سكريبت إمكانية عمل الرسوم المتحركة المختلفة، والتي تضيف بُعد جمالي وفني للموقع.
- الاشتراك والدفع الإلكتروني: توظيفها يسهل عمليات الاشتراك والدفع الإلكتروني للمستخدمين.
- كما أن أبرز وظيفة للغة الجافا سكريبت هي تطوير تطبيقات الويب المختلفة.

4.4.3. نظم إدارة المحتوى:

يمكن تعريف نظم إدارة المحتوى بأنها: "تلك البرامج والأنظمة التي تعمل على إنشاء وإدارة ونشر وتعديل المواقع الإلكترونية من خلال قدرتها على التحكم بكامل محتوى الموقع الإلكتروني من صفحات إلكترونية ورسوم وصور وتصاميم ونصوص وأكواد البرمجة ونماذج إلكترونية، والعمل على نشر ذلك المحتوى إلى زوار الموقع الإلكتروني وفق حاجاتهم، ومن ثم التفاعل مع ردود أفعالهم"¹.

يكون تخزين وإدارة مضمون الموقع على مستوى أجزاء الوثيقة (المكونات) وذلك من أجل قدرة أعلى على إعادة استعمال تلك المكونات، حيث أن المهام الرئيسية في نظام إدارة مكوّن المحتوى هي²:

- إدارة الأمن
- إدارة المكونات
- إدارة الخوادم
- إدارة التدقيق

1- عماد عمر سرحان: سر النجاح: في بناء وتأسيس المواقع الإلكترونية، المرجع السابق، ص122.

2- علي عبد الفتاح كنعان: الصحافة الإلكترونية، المرجع السابق، ص42.

وهناك الكثير من المنصات والبرامج المستخدمة في تصميم مواقع الصحف الإلكترونية التي تتسم بتوفر نماذج جاهزة لأغلب أنواع المواقع حيث تسهل على المصمم تصميم أي موقع دون الحاجة لتصميم صفحات الموقع من البداية أو إجبارية معرفة لغات البرمجة، ومن أشهرها:

1- الوردبريس (WordPress): هي أحد أشهر المنصات لتصميم المواقع الإلكترونية بصفة عامة، وتتعلم بشكل واسع في تصميم مواقع الصحف الإلكترونية. حيث تتيح هذه المنصة مجموعة واسعة من القوالب والإضافات التي يمكن استعمالها في تصميم المواقع، وتتسم ببسر الاستخدام والتحكم في المحتوى¹.

2- منصة دريبيل (Drupal): منصة مفتوحة المصدر تُستعمل في تصميم مواقع الصحف الإلكترونية، وتتميز بمرونة عالية، وقابلية للتخصيص بشكل كبير، كما تتيح حزمة واسعة من الخيارات التقنية والإضافات التي يمكن استعمالها في تصميم المواقع².

3- جملة (Joomla): منصة أخرى تُستعمل في تصميم مواقع الصحف الإلكترونية، وتتصف ببسر الاستخدام والتحكم في مضمون الموقع، كما تتيح مجموعة واسعة من القوالب والإضافات التي تُوظف في تصميم المواقع³.

4- سكويرسبايس (Squarespace): منصة لتصميم مواقع الويب تستعملها العديد من الصحف الإلكترونية الكبرى، تحتوي منصة Squarespace على العديد من القوالب والأدوات التي تجعلها سهلة الاستعمال وملائمة لبناء مواقع إخبارية بشكل سريع⁴.

5- ويكس (Wix): منصة تصميم مواقع إلكترونية معروفة، تستعملها العديد من الصحف الإلكترونية لبناء مواقعها على شبكة الإنترنت. يحتوي Wix على العديد من الأدوات والقوالب التي تساهم في بناء مواقع إخبارية ذات جودة عالية بسهولة⁵.

1- موقع: <https://ar.wordpress.org/about/features/>، تاريخ الزيارة: 2023/05/20، الساعة: 20:10.

2- موقع: <https://www.drupal.org/about>، تاريخ الزيارة: 2023/05/20، الساعة: 20:20.

3- موقع: <https://www.joomla.org/about-joomla.html>، تاريخ الزيارة: 2023/05/20، الساعة: 21:00.

4- موقع: <https://www.squarespace.com/about/company>، تاريخ الزيارة: 2023/05/21، الساعة: 21:20.

5- موقع: <https://www.wix.com/about/us>، تاريخ الزيارة: 2023/05/21، الساعة: 23:00.

5.3. رجع صدى مسؤولي الصحيفة وموافقتهم:

تُعرض نماذج التصميم على مسؤولي الصحيفة الإلكترونية، بهدف عمل تقييم ومراجعة للتصميم، ومراجعتها، وإدخال تحسينات عليه، وقد تشمل عملية التقييم مراجعة خريطة الموقع، وبعض الجوانب المتعلقة بالمضمون، وينبغي تقدير وجهات نظر المسؤولين، ومقترحاتهم، وأخذها بعين الاعتبار، على أن يتم الحصول على موافقة المسؤول الأول كتابياً، بعد النقاش والحوار وتبادل الآراء، قبل الانتقال إلى الخطوة التالية¹.

– ماذا عن إمكانية الوصول إلى موقع الصحيفة؟ هل الصفحات تُحمّل سريعاً؟ هل يمكن أن يكون الاتصال سريعاً بواسطة المودم؟ هل يمكن للمعاينين بصرياً استعمال هذا الموقع؟ ماذا عن أولئك الذين لا يألون استعمال جهاز الكمبيوتر؟ ماذا عن التوافق مع الأجهزة القديمة؟ وهذه الأسئلة تُظهر مدى سهولة الوصول إلى موقع الصحيفة، وتصفحه، والتجوال في صفحاته.

بعد انتهاء برمجة الموقع، يبدأ عمل فريق الجودة، الذي يقوم بعمل اختبارات الجودة، للتخلص من أي معوقات، أو أخطاء، سواء في المحتوى، أو الجوانب الوظيفية الأخرى، وفي هذه الفترة يكون الموقع متاحاً لفريق العمل وعدد من المستشارين لتقديم آرائهم، ومعالجة الأخطاء، وإجراء التحسينات اللازمة².

6.3. النشر النهائي لموقع الصحيفة: يتم التدشين تقنياً للموقع الإلكتروني بتحميل ونشر ملفات الموقع النهائي إلى الخادم المباشر الخاص به أو المساحة المخصصة له لدى شركة الاستضافة، لتكون متاحة الوصول من قبل الأفراد حول العالم، وتتم عملية النشر إما يدوياً عبر بروتوكولات نقل البيانات FTP أو أوتوماتيكياً عبر نظام إدارة المحتوى³.

7.3. الترويج للصحيفة: هو التعريف بالصحيفة ويضم خطة للحملة الإعلامية، ويُعنى به محتوى الصحيفة، وأيضاً الحملة الإعلانية ويُعنى بها سبل الترويج للصحيفة وجدولتها، وتنفيذها لتعريف الرأي العام بالصحيفة الجديدة وأهدافها وتوجهها، والجديد الذي سوف تحمله مقارنة بمنافسيها⁴.

وهناك العديد من طرق الترويج للصحيفة الإلكترونية، ومن بينها استعمال وسائل التواصل الاجتماعي لنشر المحتوى والرفع من التفاعل مع الجمهور. ويمكن أيضاً تحسين

1- حسين حسن حسين: "تصميم الصحف الإلكترونية العربية: دراسة تطبيقية على عينة من الصحف الإلكترونية والعاملين في مراحل التصميم"، المرجع السابق، ص96.

2- حسين حسن حسين: "تصميم الصحف الإلكترونية العربية: دراسة تطبيقية على عينة من الصحف الإلكترونية والعاملين في مراحل التصميم"، المرجع نفسه، ص98.

3- عماد عمر سرحان: "سر النجاح في بناء وتأسيس المواقع الإلكترونية"، المرجع السابق، ص159.

4- مهدي النعيمي: "ألف باء تاء صحافة"، المرجع السابق، ص248.

محركات البحث (SEO) لزيادة رؤية الموقع على محركات البحث. كما ينبغي عرض مضمون جذاب ومتنوع على الموقع الإلكتروني واستعمال البريد الإلكتروني للتواصل مع القراء وإرسال نشرات إخبارية. بالإضافة إلى ذلك، يمكن استعمال الشراكات والعروض الترويجية لجذب الجمهور وزيادة عدد المشتركين.

8.3. المتابعة والتقييم والصيانة:

لعلّ من أهم العوامل التي تيسّر عملية صيانة الموقع هو أن يكون تصميم الموقع نفسه يتيح عملية الصيانة، بمعنى أنه يجب الأخذ بالحسبان عملية صيانة الموقع عند تصميمه، فيجب مثلاً عند كتابة الأكواد الخاصة بعمل الموقع أن تقوم بكتابة تعليقات على كل مجموعة من الأكواد، لتقوم بوصف وظيفة هذه الأكواد ودورها في الصحيفة. ومن الأدوات النافعة أيضاً في عملية صيانة للموقع أنه يجب عند تصميم الموقع عمل خريطة للموقع، حيث تبين هذه الخريطة الصفحات الأساسية والصفحات الفرعية والروابط بينها، وهناك العديد من برامج تصميم المواقع، مثل: برنامج دريم ويفر الذي يقوم بعمل مثل هذه الخريطة للروابط بصفة تلقائية، وبمجرد عمل أي رابط في الموقع دون تدخل، وتفيد تعليقات الأكواد وخريطة الروابط في صيانة الموقع، وخاصة إذا كان القائم بصيانة الموقع شخصاً آخر غير الشخص الذي عمل تصميم الموقع¹.

بالإضافة إلى دفع تكاليف الصيانة التي تمثل المصاريف التي يتم دفعها بشكل دوري كل سنة أو كل شهر ولأبد؛ للحفاظ على استمرارية الموقع على شبكة الإنترنت. وعادة ما تكون التكاليف منخفضة نسبياً حسب حجم الموقع الإلكتروني وطبيعته. وتتمثل هذه التكاليف في تكلفة استضافة الموقع الإلكتروني، وصيانة البرامج التي تديره، وتكاليف إدارة الموقع الإلكتروني، وتحديثه والتفاعل مع زواره.

حيث يمكن تقويم الصحيفة عبر الإجابة على عدد من الأسئلة²:

- ما هو عنوان الصحيفة، وهل يعمل بشكل عادي عند استعماله؟
- ما البيانات والمعلومات التي تظهر في الصفحة الرئيسية قبل استعمال شريط التمرير؟ بغرض للتأكد من أنّ المعلومات الضرورية والمهمة عن الصحيفة متوفرة، وأيضاً، توقّر قائمة التجوال الرئيسية حتى يتمكن المستخدم من الاطلاع عليها دون الحاجة إلى استعمال شريط التمرير.

1- حسين حسن حسين: تصميم الصحف الإلكترونية العربية: دراسة تطبيقية على عينة من الصحف الإلكترونية والعاملين في مراحل التصميم، المرجع السابق، ص99.

2- حسين حسن حسين: تصميم الصحف الإلكترونية العربية: دراسة تطبيقية على عينة من الصحف الإلكترونية والعاملين في مراحل التصميم، المرجع نفسه، ص97.

- ما مدى اليسر في تحصيل المعلومات التي يرغب بها المستخدم؟ وهل الروابط بارزة ومفهومة للمستخدم؟ وهل هي معروضة بشكل منظم؟ هل التركيز على المعلومات أم على الشكل الفني؟ ويساعد ذلك على معرفة درجة التوازن بين الشقين الوظيفي والفني.
- ماذا عن استعمال الألوان والصور؟ هل هي هادئة أم مشتتة لتركيز المستخدم؟ هل تُصعّب عملية القراءة أم تجعل بناء الصفحة رائعاً؟ ماذا عن الحركة؟ هل استعمل المُصمّم الفلاش لإضفاء الحيوية على الصحيفة أم أنه كان عنصر إزعاج للمستخدم؟ والإجابة عن هذه الأسئلة تساعد على معرفة ما إذا كانت وظيفة العناصر البنائية إيجابية أم سلبية.
- عند النقر أثناء تصفح الصحيفة، هل يبدو مظهر الصفحات منسقا، وموحيا؟ هل تظهر أبناط الحروف متسقة؟ ما هي التقنيات والآليات المستعملة التي تجعل المستخدم يدرك أن الصفحات التي يتصفحها هي من الصحيفة نفسها؟ وهذه الأسئلة ترتبط بمدى وجود هوية محددة للصحيفة يمكن تمييزها من مظهر الصفحات، وعناصرها البنائية، وخصائصها.

ثالثا: العناصر البنائية الإخراجية في الصحف الإلكترونية:

يمكن تقسيم عناصر تصميم الصحيفة الإلكترونية إلى العناصر البنائية التقليدية والعناصر أو المحددات الحديثة التي خلفتها بيئة النشر الإلكتروني، حيث تُعدّ من الدلائل الأساسية على قوة الصحيفة وقدرتها على إتاحة ما يسمى ببسر استخدام موقعها الإلكتروني¹.

يُعنى بالبناء (الهيكل العام للصحيفة) كل ما فيها من عناصر مقروءة ومرئية ومسموعة ومرئية مسموعة، كالصور الثابتة، والرسوم المتحركة، والنصوص، والألوان والوسائط المتعددة ومحركات البحث .. وغيرها من العناصر المكونة لصفحة الويب².

وينطلق الباحث في تقسيمه للعناصر البنائية للصحف الإلكترونية من نموذج المدخل المهجن، القائم على التزاوج بين العناصر التقليدية للصحافة المطبوعة والعناصر الإلكترونية التي تتيحها البيئة الإلكترونية للصحافة وهي الإنترنت، مع محاولة دمج بين تقسيمات الباحثين الآخرين للخروج بمنظومة شاملة لأبرز العناصر البنائية بما يتناسب مع النموذج³.

1- شهيناز العبدلي: الصحافة الإلكترونية بين التحرير والتصميم والتفاعلية، المرجع السابق، ص151.

2- حلمي محسب: إخراج الصحف الإلكترونية على شبكة الإنترنت، المرجع السابق، ص55.

3- عبير محمد سليم ليد: "إخراج مواقع الصحف الفلسطينية اليومية على شبكة الإنترنت: دراسة تحليلية مقارنة"، المرجع السابق، ص89، 90.

وبناء على ذلك فإن العناصر البنائية للصحف الإلكترونية تنقسم إلى نوعين، هما: العناصر التقليدية، وتضم: العناصر التيبوغرافية، وهي: الخطوط (النصوص)، والحدود والفواصل، وأخرى عناصر جرافيكية، وهي: الصور والألوان، أما النوع الثاني، فهو العناصر الإلكترونية التي تضمّ الوسائط المتعددة والنصوص الفائقة، وأخرى عناصر تفاعلية، وتنقسم إلى تفاعلية معلوماتية، وتشمل محرّكات البحث، والأرشيف، وخريطة الموقع، وتفاعلية تواصلية تضمّ البريد الإلكتروني بأقسامه، والمنديات وغرف الدردشة واستفتاءات الرأي، وأخيرا مواقع التواصل الاجتماعي¹.

1. العناصر البنائية الأساسية:

1.1. العناصر البنائية التقليدية:

1.1.1. النصوص

يقول شريف درويش اللبان عن المتن أن المخرج الصحفي الذي يتعامل مع حروف المتن دون إعطاء أي أهمية لما تحمله من معنى، لا يجد المبرر الواضح لذلك، ومع هذا يفعله، صحيح أن (كومفوشيوس)، حكيم الصين، قال: إن الصورة تساوي ألف كلمة، ولكنه -رغم ذلك- لم يجد سبيلا لأن يقول ذلك إلا من خلال الاستعانة بالكلمات. ويُنصح المخرج الصحفي دائما بأن يقرأ الكلمات التي تدخل في إطار تصميم صفحته وأن يستوعبها أيضا، فقد يضيف إليه ذلك فكرة جديدة في تصميم الصفحة، أو في التعامل التيبوغرافي مع الحروف على الأقل².

تُعتبر حروف المتن الأداة الأساسية في عملية الاتصال من بين العناصر التيبوغرافية والجرافيكية الأخرى التي تشترك في البناء التيبوغرافي للصحيفة، فالشخص الذي يكتبها بقراءة العناوين، ومشاهدة الصور فقط، لا يغطي موضوع الاتصال تغطية كاملة، إذ تتعدد الحواجز التي تحد من طول العنوان، أو عدد الكلمات التي يحتويها أو عدد سطوره، مما لا يجعله كافيا لنقل المعنى كاملا، كما أن الرسالة التي تحملها الصورة الصحفية -أيا كان نوعها- قد تُفهم من قبل القارئ بشكل خاطئ، إذا لم يكن هناك تعليق يشرحها³.

1- عبير محمد سليم ليد: "إخراج مواقع الصحف الفلسطينية اليومية على شبكة الإنترنت: دراسة تحليلية مقارنة"، المرجع السابق، ص90.

2- زكريا فكري: الإخراج الصحفي، المرجع السابق، ص39.

3- Edmund Arnold: Modern Newspaper Design, (1), Harper & Row, New York, 1969, p37.

وحروف المتن هي المكوّن الأساسي لجسم الخبر أو الموضوع الصحفي، ولذلك اصطُح على تسميتها في بحوث الإخراج الإنجليزية والأمريكية ب: (Body Type) وتستعمل عادة بكميات كبيرة، وذات اتساعات ثابتة، وتوضع في قوالب تقليدية دون تنوعات تُذكر، وهي تتباين بذلك عن حروف العناوين بكل أصنافها التحريرية والإعلانية¹.

ويحتاج وضع النص في الصحيفة الإلكترونية إلى تصور فني، حتى تتحقق له الجاذبية والانقرائية، وهناك أسلوب في تحرير النصوص يلائم الصحافة الرقمية، إذ أن "التحرير الإلكتروني يحتاج إلى وضع معايير سيكولوجية، وفنية، وتقنية خاصة، يجب أن يفهمها ويستخدمها الكاتب في إعداد نصوص يكون لها أعظم تأثير في الوسيلة الحديثة، ويتطلب من الكاتب أن يكون ماهرا في التعامل مع بيئة الاتصال الذي تتنوع عناصره ومفرداته بشكل كبير، وماهرا أيضا في ربط هذه العناصر، والجمع بينها لتكوين شكل جديد للمادة يستفيد من خصائص الإعلام الرقمي"².

ويتعلق بالنص ويسر استعماله العناصر التالية³:

أ- **نوع الخط:** حيث تتيح تكنولوجيا الإنترنت لصفحة الوب أن تضع مجموعة من الخطوط في صفحاتها. وقد أوضحت الدراسات أن خط Arial يُعدّ من أحسن الخطوط من ناحية انقرايته، إلا أن هذه الدراسات ربطت الخط بحجمه، فقد رأت أن خط Arial أفضل في الخط الذي حجمه 14، بينما رأت أن خط Verdana أفضل في الخط الذي حجمه 12، كما توصلت الدراسة إلى أن Times New Roman هو الأسوء، وعلى هذا الأساس يمكن القول أن خط Arial هو الأفضل بالنسبة للعناوين والمقدمات، أما خط Verdana فهو الأفضل بالنسبة للنص المستمر.

ب- **حجم الخط:** أجمعت الأبحاث التي تناولت الخط المثالي المعروف على شاشة الحاسوب، والتي حثّت على ضرورة أن يكون هذا الخط أكبر من الخط المقدم في الكتابة الورقية، بينما تباينت تباينا طفيفا حول الحجم الملائم لهذا الخط. ثمة قاعدة تحكم علاقة حجم الخط في الصفحات، هي ضرورة أن تكون المقدمات أكبر من حجم خطوط المتن بمقدار نقطتين، هذه القاعدة تساهم في ضمان التدرج البصري للعين من الخط الأكبر إلى الخط الأصغر، كما أنها تعمل على تنظيم الصفحة في شكل سلس وجذاب، إلا أنه يمكن تجاوز هذه القاعدة بمقدار نقطة واحدة، فيكون الفارق بين المقدمات والعناوين نقطة واحدة،

1- سعيد الغريب النجار: مدخل إلى الإخراج الصحفي، ط2، الدار المصرية اللبنانية، القاهرة، 2009، ص17.
2- روبرت هيليرد: الكتابة للتلفزيون والإذاعة ووسائل الإعلام الحديثة، تر: مؤيد فوزي، دار الكتاب الجامعي، الإمارات، 2003، ص24.
3 - حلمي محسب: إخراج الصحف الإلكترونية على شبكة الإنترنت، المرجع السابق، ص50، 62.

أو ثلاث نقاط لا أكثر، وحجم الخط المثالي بالنسبة للصحيفة الرقمية يكون في حدود 12 نقطة بالنسبة للمتن، 14 للمقدمات، وبين 14 و16 بالنسبة للعناوين.

ج- اتساع السطر: يمثل طول السطر أحد أعسر الإشكاليات بعد حجم الحرف التي لا يمكن الحكم بدقة قاعدة ما دون سواها، فكل قاعدة تضع لنفسها حزمة من القواعد التي تستند إليها وأهم هذه القواعد نجد:

– قاعدة الحروف الأبجدية: التي ترى أن طول السطر المناسب هو عدد حروف اللغة بالإضافة إلى نصف هذا العدد، فبالنسبة للحروف الإنجليزية عدد الحروف المناسب هو 39 حرفاً، أي $13+26$ ، وبناء على هذا المبدأ فالعدد المناسب بالنسبة للغة العربية هو $14+28$ أي 42.

– قاعدة النقاط*2: ارتكزت هذه القاعدة على ثبات عدد الحروف التي تُنشر للمستخدم على الشاشة، فقد رأت أن طول السطر المناسب يعتمد على حجم الخط بالنقطة، ووضعت لذلك صيغة هي ضرب حجم الحرف بالنقطة ضرب 2، فإذا كان حجم الحرف هو 12 نقطة فالطول المناسب هو 24 نقطة.

– قاعدة عدد الكلمات: تبني هذه القاعدة الكثير من الباحثين، إلا أنهم اختلفوا حول عدد الكلمات المناسب في السطر، فمنهم من رأى أن عدد الكلمات المناسب من عشر إلى اثنتي عشر كلمة في السطر، لأن ذلك الإجراء يسهل على العين إيجاد السطر التالي، ويمنع ما يطلق عليه بالزيف البصري، في حين رأى أصحاب الاتجاه الثاني ضرورة ألا يزيد عرض السطر عن ثماني كلمات إلى 15 كلمة في السطر على الأكثر.

د. الخط: حيث يعتبر الخط عنصراً رئيسياً في تشكيل النص، ويتوقف عليه مدى تحقق الانقرائية، ويُوقَّر الخط التنويع من ناحيتي النوع والحجم، بما يضيف على النص الجاذبية، إلى جانب الدور الوظيفي في تأكيد أهمية بعض أجزاء النص، ولفت الانتباه إليه¹.

2.1.1. العناوين:

يعتبر العنوان عنصراً تيبوغرافياً أساسياً في بناء الصفحات وتحديد هيكلتها، وتتفاوت أهميتها من صفحة لأخرى، فمن خلال العناوين يتمكن المستخدم من التنقل بكل يسر إلى داخل النص، والعناوين في الصحف الإلكترونية تتميز بالبساطة والاختصار والوضوح².

1- حسين حسن حسين: "تصميم الصحف الإلكترونية العربية: دراسة تطبيقية على عينة من الصحف الإلكترونية والعاملين في مراحل التصميم"، المرجع السابق، ص123.

2- بيرق حسين موسى: فن الإخراج الصحفي لمواقع الجرائد الإلكترونية، المرجع السابق، ص77.

ويوجد عدد من الأصناف للعناوين، فيوجد العنوان الرئيس، والعنوان التمهيدي، والعنوان الثابت، والعنوان الفرعي، وعناوين الموضوعات.

3.1.1. الصور والرسوم:

لقد سُمي عصرنا عصر الصورة لاحتلالها مكانا متميزا بين وسائل الاتصال فهي تستمد تأثيرها في الصحافة المقروءة بفضل عناصرها وبوصفها علامة مباشرة تنقل معلومات وأخبار وتوثق أحداثا ومواقف إلى شرائح واسعة من الجماهير، فتسهم بالتأثير في اتجاهات الرأي العام. وقد ساعد التطور التكنولوجي على ترويج الصحافة المصورة وعزز من إمكانية تخطيطها للحدود الزمانية والمكانية، فأصبحت سفيرا ناطقا بلسان أصحابها حتى باتت الصورة لغة خطاب تتسم بميزات وصفات محددة رسمت لها أهمية مميزة¹.

والصورة هي العنصر الحيوي والديناميكي في وسائل الإعلام المختلفة، وتعدّ عنصر تكميلي للنص وليست بديلا عنه بحال من الأحوال، وقد كان استعمال الصور متعلقا بوجود مصورين يتميزون باللمسة الإبداعية والمهارة العالية، ومما لا شك فيه أن استعمال الصور في موضوع ما يعمل على إثراءه وقد يكون لبعض الصور أكبر الأثر في نفوس المشاهدين والقراء، وتكون أخرى أكثر تعبيراً من أبلغ الكلمات والتعابير اللغوية، خصوصا إذا كان الموضوع يغطي مآسي إنسانية أو اجتماعية².

كما أنها تُعدّ من أهم العناصر؛ كونها تقوم إلى جانب تأديتها للوظيفة التيبوغرافية في مجال التصميم، بتأدية مهام اتصالية بما تحقّقه من تأثير لا يمكن للنصوص اللفظية الوصول إليه³.

وكنتيجة للثورة التكنولوجية في مجال الحاسوب والذي دخل في مختلف الاستعمالات ومنها التصوير، أصبح ممكنا تنفيذ نقلات نوعية هائلة على الصور بدءا من إمكانية نقلها عبر الأقمار الصناعية وبسرعات مذهلة مرورا بتنفيذ تأثيرات مختلفة على الصور مثل تغيير الإضاءة وتعديل الألوان وتغيير بعض المحتويات، هذه الإمكانيات على إجراء التعديلات جعلت البعض يشكك أحيانا في بعض الصور⁴.

1- مهند سليمان النعيمي: أ ب ت.. صحافة، المرجع السابق، ص282.
2- نور الدين أحمد النادي وآخرون: التصوير الفوتوغرافي، ط1، مكتبة المجتمع العربي للنشر والتوزيع، عمان، 2009، ص139.
3- منير سليم أبو راس: مدخل في الإخراج الصحفي، المرجع السابق، ص15.
4- نور الدين أحمد النادي وآخرون: التصوير الفوتوغرافي، المرجع السابق، ص143.

1.3.1.1. صيغ الصور (File Formats):

إن الحديث عن أهمية الصورة من الجانب الإخراجي عالجته أبحاث كثيرة سواء بشكل مستقل أو مفردة له قسط من الأبحاث التي تتناول العناصر البنائية، وبشكل عام فإن الصور تستمد أهميتها من المهام التي تؤديها داخل البناء الشكلي للصحيفة، وذلك تبعاً لاستعمالاتها داخل هذا البناء، وتتحكم دقة الصورة والألوان الموجودة بها في تحديد الصور المعروضة على الإنترنت، وهناك عدد كبير من أنواع الصور، منها: صور (Gif)، وصور (JPEG) وصور (PNG)، وهذه هي أكثر أنواع الصور انتشاراً على شبكة الإنترنت¹.

1.1.3.1.1. صور النسق (JPEG):

وفي هذا النسق يتم ضغط بيانات الصور دون فقدان أي من بيانات الصورة وهو اختصار للعبارة حيث يشكل الحروف الأولى منها (JoinPhotographic Experts Group)، ويلاحظ أن التنفيذ بهذا الامتداد يسمح بتخزين عدد كبير من الصور على وسيلة التخزين إذ أن الصور تكون ذات حجم أصغر، كما يلاحظ أن هذا الامتداد لا يلائم الصور إذا كانت ستطبع لأهداف الدعاية والتي يشترط عند تنفيذها درجة الوضوح العالية².

2.1.3.1.1. صور النسق (GIF):

هي اختصار لـ (Format Graphic Interchange)، وهي صور تعمل على جميع أنظمة التشغيل، وتم اختراعها من قبل شركة (CompuServe) وهي ملائمة للافتات (Banners)، والأزرار والرسوم التوضيحية إلا أن قلّة ألوانها جعلها مناسبة للرسوم فقط، ولا تصلح للصور الفوتوغرافية التي تحتاج عمقاً لونياً كبيراً، فهي تضمّ 256 مستوى لوني فقط، وتُعدّ أقل الصور حجماً³.

3.1.3.1.1. صور النسق (PNG):

هي اختصار لـ (Portable Network Graphic)، ويتمثل هذا النسق في الصيغة المتطورة للنسق GIF وقد تم دمج أحسن خصائص صيغتي JPEG و GIF حيث تدعم العديد من الألوان، كما تدعم الصور الشفافة... ولكن يعاب على النسق PNG أنه

1- ناصر سعود الرحامنة: الاتجاهات الإعلامية الحديثة: الصحافة الإلكترونية، ط1، دار أمجد للنشر والتوزيع، عمان، 2016، ص121.

2- نور الدين أحمد النادي وآخرون: التصوير الفوتوغرافي، المرجع السابق، ص145.

3- هالة الطويل: تصميم مواقع الويب، دليل المصمم والمطور، ط1، شعاع للنشر والتوزيع، حلب، 2007، ص664.

غير مدعوم على نطاق واسع من قبل متصفحات الويب وبالتالي يُستعمل على نطاق محدود¹.

2.3.1.1. أنواع الصور: من أهم أصناف الصور ما يلي:

1.2.3.1.1. الصور الشخصية: بالرغم من أن المحرّر يرى أن الصور الشخصية يمكن أن تندرج تحت الصور الإخبارية، والصور الموضوعية، حسب استعمالها، إلا أننا نجد أساتذة الصحافة يفرّدون لها تصنيفا خاصا، وهي الصور التي تصور شخصية محور الموضوع، وتحكي تفاصيل هذه الصورة ملامح شخصية ما، سواء أكانت شخصية مهمة أم لا، ويجب أن تتميز الصورة الشخصية الصحفية -كما يقول أساتذة الصحافة- بالحركة والحيوية، حيث يجب أن يستهدف المصور التقاط هذه الصورة أثناء قيام هذه الشخصية بحركة أو انفعال².

2.2.3.1.1. الصور الموضوعية: هي التي تغطي موضوعا ما ويعبر عنه في زمن حدوثه أو بعده، حيث توقف القارئ أو تُعلمه بوقوع الحدث أو الموضوع وتتفاوت الموضوعات التي تعبر عنها الصور من صحيفة إلى أخرى، بل من صفحة إلى صفحة أخرى من الصحيفة نفسها، وتغطي موضوعات الصور الموضوعات السياسية والاقتصادية والاجتماعية³. وتُعدّ الصور الموضوعية أكثر الصور أهمية باعتبارها تُظهر العديد من التفاصيل بهدف اكتمال الموضوع⁴.

3.2.3.1.1. الصور المركبة: تتيح إمكانية المعالجة التقنية والرقمية للصورة الصحفية عن طريق برامج التعديل على الصور المختلفة فرصة تعديل سمات هذه الصورة ومضمونها وفق الأهداف المخطط لها، وهذا ما أثار العديد من النقاشات حول تأثير تكنولوجيا التصوير الرقمي على قضية مصداقية الصورة الصحفية، بعدما كانت المصداقية هي الخاصية الأساسية لها⁵. وتجدر الإشارة أن بعض الصحف لم تكثف بالتعديل الخفيف للصورة في الحدود التي لا تمس بمصداقيتها، بل أصبحت تنتج صوراً مركبة مليئة بالسخرية والاستهزاء المبالغ فيهما، مما يؤدي إلى المساس بمصداقية هذه الصورة وأيضا بأخلاقيات مهنة الصحافة.

1- حسن فراج حسن: تكنولوجيا الإقناع.. في تصميم مواقع الصحف الإلكترونية، ط1، دار العربي للنشر والتوزيع، القاهرة، 2019، ص77.

2- أحمد عبيد: التحليل الموضوعي للصور الصحفية الأسس والتطبيقات، العربي للنشر والتوزيع، القاهرة، 2016، ص58.

3- خالد محمد غازي: التحرير الصحفي.. توظيف تكنولوجيا الاتصال، المرجع السابق، ص196.

4- نور الدين أحمد النادي: فن الإخراج الصحفي، ط2، مكتبة المجتمع العربي، عمان، 2006، ص83.

5- محمد عبد الحميد، السيد بهنسي: تأثيرات الصورة الصحفية.. النظرية والتطبيق، المرجع السابق، ص59.

4.2.3.1.1. الرسوم الكاريكاتيرية: هي خطاب أيقوني ينطوي في أبعاده التشكيلية على مسار خطاطي يستبطن دلالات ومعاني ضمنية تركز على تقديم فكرة أو إيصال معلومة أو تبليغ واقع كما هو والسخرية منه لتكوين رأي معارض له¹. على هذا النحو تنفرد الصورة الكاريكاتورية بخصوصيتها الفنية المرحة وطابعها الدلالي الجدّي الذي يركز على المبالغة في إظهار خصوصيات أفراد أو أشياء أو مفارقات وصولاً إلى أداء ساخر للأشخاص أو للظروف السياسية أو الاجتماعية، وهو ما يتحقق فنياً من خلال المزوجة بين الحدود التشكيلية الأيقونية واللايقونية حيث أن الهدف التعبيري منها هو بلوغ أرقى مستويات الاستعارة الفنية².

وبهذا فإن الصورة فوتوغرافية كانت أم رقمية تشكل عنصراً ضرورياً من عناصر بنية الصحافة الرقمية، إذ تنضوي في ركن العناصر الجرافيكية لموقع الصحيفة، وتستمد أهميتها الكبيرة في الصحافة على الخط من أهمية الوظيفة التي تؤديها داخل البناء الشكلي للصحيفة، فهي تقوم بالعديد من الأدوار، منها³:

- الوظيفة التزيينية: المتمثلة في تقديم الشكل المرئي والتأكيد عليه.
- الوظيفة التصويرية: وهي التي تضمّ العناصر المذكورة في النص.
- الوظيفة التنظيمية: المتمثلة في تصوير العلاقات بين العناصر المذكورة في النص.
- الوظيفة التفسيرية: المتمثلة في تبيان طريقة حدوث الأشياء.

3.3.1.1. عوامل اختيار الصورة الفوتوغرافية الصالحة للنشر:4

أ. الحيوية: ويقصد بها عكس أوجه النشاط الإنساني بصور صحفية مليئة بالحركة والحياة عن طريق انتقاء لقطات جيدة متحركة وغير تقليدية لأن نقيض ذلك يوحى بالضجر للقارئ.

ب. الارتباط بالموضوع: ويقصد به أن يكون للصور المختارة علاقة بالموضوع المرفق ولهذه النقطة أهمية كبيرة جداً.

ج. التلقائية: ويقصد بها التقاط صور فجائية دون النظر للعدسة ونقيض ذلك يجعل الصور أقرب إلى الجانب التذكري.

د. الجانب الإنساني: ويقصد به اختيار صور ذات لمسة إنسانية دون إثارة الغرائز البشرية (مثل ضحايا حادث، جرائم قتل) والصور ذات الطابع الإنساني ترفع من قيمة الصورة.

1- فائزة يخلف: مسالك خطاب الصورة: المؤلف والمختلف، مركز الكتاب الأكاديمي، عمان، 2020، ص111.

2- فائزة يخلف: مسالك خطاب الصورة: المؤلف والمختلف المرجع نفسه، ص111.

3- جمال عبد ناموس القيسي: الأخبار في الصحافة الإلكترونية، المرجع السابق، ص202، 203.

4- نور الدين أحمد النادي، رستم أبو رستم: فن الإخراج الصحفي، ط1، مكتبة المجتمع العربي للنشر، عمان، 2004، ص66.

هـ. **المعنى:** وهي صور تحمل العديد من المعاني تختلف حسب نفسية وعقلية المشاهد (صورة كأس نصف ممتلئ بالماء يراه المتشائم نصف فارغ والمتفائل نصف ممتلئ) ويتحقق هذا الجانب في الصور الخالية من الأفراد وذلك لتعارض هذا المفهوم مع الحيوية.

2.1. العناصر البنائية الإلكترونية: تتمثل العناصر البنائية الإلكترونية في ما يلي:

1.2.1. الروابط الفائقة:

تُعدّ لغة النص المتشعب (Hypertext) اللغة المتميزة لشبكة الإنترنت، وظهر النص المتشعب (Hypertext) في عام 1965 على يد (Ted Nelson)، ويُعنى بهذا المصطلح النص المتعدد والمتعاقب، الذي يتوالد من نص إلى آخر، أما التنفيذ الفعلي له فجاء على يد (Bill Akinson) عندما قام بتنفيذه على حاسب (Apple) عام 1987¹.

إن أيسر الكيفيات للتحويل من صفحة ويب إلى أخرى هي باستعمال الروابط التشعبية التي وضعها مؤلفو النصوص الموجودة ضمن مستندات (HTML) الخاصة بهم؛ حيث تقدم تلك الصفحة روابط قد تقود إلى صور بيانية مثلا. في بعض الأحيان، قد يكون من العسير تحديد أي الكائنات والنصوص الموجودة ضمن الصفحة هي روابط تشعبية فقط بمجرد النظر إلى الصفحة الموجودة على الحاسب. لحسن الحظ، عندما تنقل مؤشر الفأرة تجاه رابط تشعبي ضمن المتصفح، يتحول السهم إلى أيقونة تمثل يدا تخرج منها السبابة ومؤشرة على الرابط وذلك ضمن أغلب صفحات الويب...حيث عند النقر على الرابط، ستجد الطريق ضمن الموقع حيث سيقوم المتصفح بفتح صفحة جديدة تقود المستخدم إلى ما يحتويه ذلك الرابط².

وتعرض معظم متصفحات الويب الروابط التشعبية بلون مختلف عن باقي النص ضمن المستند، كما تضع خطأ أسفل الكلمة أو الجملة التي تشكل الرابط لكي يتم تمييزها بسهولة. وعندما يعرض المتصفح مستندا مكتوبا بلغة (HTML)، يشار إلى المستند باسم صفحة ويب (Webpage)³.

وتجدر الإشارة أن "البعد المتعلق في تصميم الواب ينبع من الإبحار عبر النص الفائق Hypertext Navigation، والذي يعد جوهر الواب، فالتحرك خلال النص هو كل ما يميز الواب. وعلى أية حال فإن الإبحار يكون أكثر رسوخا في الذاكرة"⁴، كما يكون أكثر تنوعا وحرية وعمقا.

1- باية سيفون: الإنترنت والصحافة الإلكترونية (دراسة في طبيعة العلاقة والتأثير)، المرجع السابق، ص316، 317.

2- غاري شنايدر: كيف نستخدم الإنترنت، المرجع السابق، ص10.

3- غاري شنايدر: كيف نستخدم الإنترنت، المرجع نفسه، ص9.

4- شريف درويش اللبان: الصحافة الإلكترونية: دراسات في التفاعلية وتصميم المواقع، المرجع السابق، ص129،

ويقوم بناء النص الفائق على مبدئين أساسيين¹:

الأول: تجزأ المعلومات المتوفرة عن موضوع معين بناء على تصنيف خاص، بحيث يلبي كل قسم من أقسام الموضوع حاجة معرفية للقراء تختلف عن غيرها في إطار الموضوع الكلي، ويقدم تفسيرات وشروح متنوعة، وتجمع الآراء ووجهات النظر المختلفة.

الثاني: تقسيم كل جزء إلى أجزاء فرعية تجمعها مسارات تربط بينها بحيث ينتهي كل جزء فرعي بنهايات متصلة وإن كانت غير متتابعة، تتيح للقارئ المتابعة أو الخروج أو التحول إلى جزء فرعي آخر متصل.

ويمثل المبدءان العمليات الخاصة بتجزئة المضمون، والربط بين الأجزاء في بناءات ذات دلالة لكل قارئ، كما تتيح للقارئ حرية الإبحار بين هذه الأجزاء والمسارات التي تربط بينها لتأكيد المعنى الذي يستهدفه القارئ أو منتج المضمون أو الإثنان معاً².

وهناك عدد من الأدوار التي يوفرها النص الفائق، وهي كما يلي³:

- يلخص النص المتشعب المعلومات في مستويات مختلفة للمساعدة في تحميل الصفحات.
- يوفر النص المتشعب المعلومات تبعا لاحتياج القارئ.
- يعرض النص المتشعب عددا من التقنيات المرئية والمسموعة والتي تُستعمل لتحسين استيعاب النص.
- يعمل النص المتشعب على تجزئة النص إلى وحدات صغيرة عندما يكون النص كبير الحجم.
- يركز في عمله على الرابط الذي يستهدف ربط المستخدم بجميع وحدات التخزين المتصلة بالشبكات وشبكة الإنترنت.

1.1.2.1. أنواع الروابط الفائقة: من أهم أنواع النص الفائق ما يلي⁴:

1.1.1.2.1. النص الفائق الداخلي: والذي ينقل المستخدم إلى صفحات داخلية للموقع وهو الصنف الطاعي في الصحف الرقمية.

1- شهباز العبدلي: الصحافة الإلكترونية بين التحرير والتصميم والتفاعلية، المرجع السابق، ص166.
2- محمد عبد الحميد: الإعلام والاتصال على شبكة الإنترنت، عالم الكتب، القاهرة، 2007، ص113، 114.
3- ناصر سعود الرحامنة، ط1، الاتجاهات الإعلامية الحديثة: الصحافة الإلكترونية، المرجع السابق، ص120.
4- حلمي محاسب: إخراج الصحف الإلكترونية على شبكة الإنترنت، المرجع السابق، ص108، 110.

2.1.1.2.1. النص الفائق الخارجي: وهو النص الذي يحوّل المستخدم إلى مواقع أخرى للاستزادة من معلومات معينة، وهذا قد ينتج عنه مغادرة موقع الصحيفة وعدم العودة إليه لاستكمال تصفحه.

3.1.1.2.1. النص الفائق المحلي: هو النص الذي يتيح التنقل داخل الصفحة الواحدة، ويكون التنقل من الأعلى إلى الأسفل أو العكس أو التنقل بين أجزاء القصة الخبرية.

4.1.1.2.1. النص الفائق التفاعلي: وهو النص الذي يحيل المستخدم للتفاعل مع الآخرين أو مع مسيري الصحيفة أو الصحفيين.

2.1.2.1. أشكال الروابط الفائقة :

1.2.1.2.1. الأيقونات : وتعني صورة صغيرة مستحدثة لتمثل فعلا ما أو محتوى معيناً، ويمكن أن تُستعمل بمفردها أو رفقة الكلمات¹.

الأيقونات في السياق الذي تستعمل فيه يمكن أن تكون كروابط فائقة في مواقع الصحف الإلكترونية، والأيقونات عادة ما تُستعمل كرموز صغيرة يُضغَط عليها أو يُنقر عليها لنقل المستخدم إلى صفحة ويب أخرى أو لتنفيذ إجراء معين قد يكون مشاركة مقال، توجيه إلى الصفحة الرئيسية، الاتصال بالمؤلف، إضافة تعليق. عندما ينقر المستخدم على أيقونة معينة، يتم فتح رابط الويب المتعلق بها. باختصار، الأيقونات تسهل على القراء التفاعل مع مضمون الصحف الإلكترونية والتحول بين الصفحات والأقسام المختلفة على الموقع.

وتتسم الأيقونات كأدوات فصل بأنها تضيفي إلى الصحيفة نوعاً من الحيوية والجاذبية، لكن من عيوبها أنها تأخذ حجماً كبيراً؛ مما يمنع تحميل الصفحة بسرعة².

2.2.1.2.1. الصور كروابط : تستخدم الصحافة الإلكترونية في الغالب الصور كروابط لموضوع معين، كما قد يكون موضوع المحتوى الإعلامي عبارة عن الصورة المنشطة³.

3.2.1.2.1. العناوين كروابط : يأخذ النص الفائق الشكل النصي مثل العناوين وتكمن الخاصية الأساسية وراء استعمال النصوص كروابط في سرعة تحميل الصفحة⁴.

1- منار فتحي محمد: تصميم مواقع الصحف الإلكترونية، المرجع السابق، ص167.
2- حلمي محسب: إخراج الصحف الإلكترونية على شبكة الإنترنت، المرجع السابق، ص178.
3- بيرق حسين موسى: فن الإخراج الصحفي لمواقع الجرائد الإلكترونية، المرجع السابق، ص102.
4- حلمي محسب: إخراج الصحف الإلكترونية على شبكة الإنترنت، المرجع السابق، ص112.

4.2.1.2.1. الكلمات المفتاحية : يتم إبراز معظم نصوص الرابط باستخدام الألوان، أو عند وضع المؤشر على كلمة معينة¹، إذ يمكن اعتبار هذه الكلمة هي الكلمة المفتاحية.

2.2.1. الوسائط المتعددة:

إن كلمة (ملتميديا) (Multimedia) تتكون تضمّ جزأين، الجزء الأول (Multi) ويعني التعدد والجزء الثاني (Media) ويقصد بها الوسائط الفيزيائية الحاملة للمعلومات مثل الأشرطة أو الورق. والعبارة كاملة (Multimedia)².

وقد وردت في أدبيات النتاج الفكري محاولات عديدة من قبل المختصين لتعريف الوسائط المتعددة من بينها³:

مفهوم الوسائط المتعددة من الناحية اللغوية ومن الناحية الشكلية فمن الناحية اللغوية يقصد بها التكامل بين وسيلتين أو أكثر من وسائل الاتصال والتعلم. ومن الناحية الشكلية فهي تعني استعمال النص المكتوب مع الصوت المسموع مع الصورة الثابتة أو المتحركة في توصيل الأفكار أو في التعليم أو في الدعاية، التجارة أو في التسلية.

الوسائط المتعددة عبارة عن برامج تمزج بين الكتابات والصور الثابتة والمتحركة والتسجيلات الصوتية والرسومات الخطية لعرض الرسالة وهي التي يستطيع المتلقي أن يتفاعل معها من خلال جهاز الحاسب الإلكتروني.

الوسائط المتعددة هي إحدى أقوى الأشكال في نقل الأفكار والبحث عن المعلومات وتجربة الأفكار الجديدة لأي اتصال تم تطويره. والقسم الأكبر من برامج التلفزيون والأفلام والرسوم الفنية والكتب والمجلات والتسجيلات الإذاعية والرسوم المتحركة هي جزء من مشاريع وسائط متعددة. أما عن العناصر المكونة للوسائط المتعددة فتأخذ أصناف متعددة أبرزها: الصوت (Sound or Audio) والنص (Text) والصور الثابتة (Image) والصور المتحركة (Animation) والفيديو (Video).

ويمكن دمج أشكال متعددة لعرض القصص الصحفية، فنحصل على أنموذج واحد متكامل لكنه متعدد العناصر والأبعاد ويمكن على سبيل المثال الجمع بين تقنيات الرسوم الساخرة المتحركة، والعناصر الجرافيكية الناشطة، المواد السمعية، الصور ولقطات الفيديو حتى نحصل على أنموذج شامل ومبتكر⁴.

1- بيرق حسين موسى: فن الإخراج الصحفي لمواقع الجرائد الإلكترونية، المرجع السابق، ص102.

2- غالب عوض النوايسة: الإنترنت والنشر الإلكتروني، المرجع السابق، ص572.

3- مراد شلباية وآخرون: تطبيقات الوسائط المتعددة، دار المسيرة للنشر والتوزيع، عمان، 2002، ص18.

4- جمال عبد ناموس القيسي: الأخبار في الصحافة الإلكترونية، المرجع السابق، ص217.

الوسائط المتعددة التفاعلية تشير إلى وسائل الإعلام التي تركز على الزمن واستعدادات المشاهد التي يمكن أن تؤثر على العرض، أما الصنف الآخر من وسائل الإعلام ذلك الذي يعتمد على الزمن وتكون خطية في العروض التي يتم تشغيلها من البداية حتى النهاية دون رقابة تعرض تقديم أكثر من ترتيب المعلومات¹.

كما يتعلق مفهوم تكنولوجيا الوسائط المتعددة بقاعدتين، هما²:

– **التكامل Integration:** ويدلّ التكامل على مزج بين عدة وسائل لخدمة فكرة أو مبدأ عند العرض.

– **التفاعل Interaction:** ويدلّ التفاعل على الفعل ورد الفعل بين المتعلم وبين ما يعرضه عليه الحاسوب، ويتضمن ذلك قدرة المتعلم على التحكم فيما يُعرض عليه وضبطه عند اعتبار زمن العرض وتسلسله وتتابعه والخيارات المتوفرة من حيث القدرة على اختيارها والإبحار فيها.

وعناصر الوسائط المتعددة، هي³:

- النصوص المكتوبة (Texts).
- اللغة المنطوقة (Spoken words).
- الرسومات الخطية (Graphics).
- الصور الثابتة (Still Pictures).
- الرسوم المتحركة (Animations).
- الصور المتحركة (Motion Pictures).
- الواقع الوهمي (Virtual Reality).

1.2.2.1. النص:

يظل النص أهم عناصر المادة الإعلامية التي يمكن تقديمها عبر أي وسيلة من وسائل الإعلام، باعتبارها المضمون الرئيسي، الذي يشتمل على المحتوى الذي يريد المرسل توصيله إلى المستقبل، وقد حافظ النص على موقعه المتقدم في الصحافة الإلكترونية، ويصعب تعويضه بأي عنصر آخر⁴.

1- ناصف جاسم محمد: في فكر التصميم: نظريات ودراسات مستقبلية في التصميم، ط1، دار مجدلاوي للنشر والتوزيع، عمان، 2013، ص227.

2- وليد رفيق العياصرة: تكنولوجيا التعليم والتعلم الإلكتروني، ط1، دار أسامة للنشر والتوزيع، نبلأ ناشرون وموزعون، عمان، 2017، ص204.

3- وليد رفيق العياصرة: تكنولوجيا التعليم والتعلم الإلكتروني، المرجع نفسه، ص204.

4- حسين حسن حسين: "تصميم الصحف الإلكترونية العربية: دراسة تطبيقية على عينة من الصحف الإلكترونية والعاملين في مراحل التصميم"، المرجع السابق، ص122.

الفصل الثالث.....الإخراج الصحفي الإلكتروني

وتشمل النصوص في الفنون الصحفية ثلاثة أنواع، هي: العناوين، والمقدمات، والمتون أو الجسم؛ ولكل نوع منها معايير تحكمه داخل البناء الشكلي للصحيفة والمتمثلة في الانقرائية¹.

ويجب أن تكون حروف النص على مستوى عالي من سهولة القراءة أو الانقرائية **Readability**، وهي درجة الكفاءة التي تجعل من اليسير على القارئ أن يتابع أكبر عدد ممكن من حروف المتن، ويرتبط بسهولة القراءة عدد من العوامل التي يجب أخذها بالحسبان بالنسبة لحروف المتن، منها: شكل الحروف، وطريقة تصميمها، وحجمها، واتساع السطور².

2.2.2.1. الصوت:

يُعرف الصوت من الناحية الفيزيائية بأنه تداخل في الهواء ينتج عنه موجات، هذه الموجات تدرك كصوت في أذن الإنسان، ويجب ملاحظة نقطتين مهمتين عن موجات الصوت الأساسية، الأولى: الاتساع، وهو المسافة بين خط المنتصف (الصمت) والخط الأعلى والخط الأسفل لذروة الموجة، ويُقصد بها قمة الموجة الصوت العالي، بينما يعني قاعدة الصوت المنخفض، الثانية: التردد وهو سرعة حركة الموجة (عدد الموجات التي تمرّ خلال ثانية) والتردد العالي ينتج عنه ترددات سريعة تؤدي إلى إيقاع بطيء³.

كما يعتبر أحد عناصر الوسائط المتعددة في الصحف الرقمية وأحد الوسائل التفاعلية للصحيفة، ويقع في صفحة الواجهة على شكل أيقونة دالة عليه. وهناك صنفان من الصوت أحدهما تماثلي (Analogy) يُسمع من خلال الراديو أو شريط، والآخر يُطلق عليه (Digital) رقمي وهو الذي يسجل في ذاكرة جهاز الكمبيوتر⁴.

بالإضافة إلى أن المقاطع الصوتية هي عبارة عن تحويل النصوص المكتوبة بشتى أنواعها إلى نصوص مسموعة، يمكن إرفاقها مع النص المكتوب، بحيث تتيح للمستخدم القدرة على المطالعة مع سماع النص، وهو خيار مفيد بالنسبة لنصوص التراث التي تصعب قراءتها دون الاستماع إليها أو لمستخدمي المقررات الدراسية من طلاب الصفوف المبكرة⁵.

1- حلمي محاسب: إخراج الصحف الإلكترونية على شبكة الإنترنت، المرجع السابق، ص61.
2- أمل خطاب: تكنولوجيا الاتصال الحديثة ودورها في تطوير الأداء الصحفي، ط1، دار العالم العربي، القاهرة، 2009، ص95.
3- ناصر سعود الرحامنة: الاتجاهات الإعلامية الحديثة: الصحافة الإلكترونية، المرجع السابق، ص121.
4- مروة إبراهيم سليمان: "تقنية طباعة الصحف اليومية ودورها في تدعيم الإعلان التجاري أمام منافسة وسائل الإعلان الإلكترونية (دراسة حالة على صحيفة الأهرام للفترة 1960-2000)"، رسالة ماجستير غير منشورة، كلية الإعلام والاتصال، جامعة القاهرة، 2003.
5- غالب عوض النوايسة: الإنترنت والنشر الإلكتروني، المرجع السابق، ص574.

3.2.2.1. الفيديو:

صحافة الفيديو تعتبر من العناصر المهمة جدا في مجال النشر الإلكتروني، وأتاحت للمواقع الإخبارية منافسة القنوات الفضائية بنقل صوت + صورة عن مختلف الأحداث، وتساعد أي مؤسسة في الوصول لأهدافها بترسيخ الصورة الذهنية لدى القارئ، باعتبار أن المواد المصورة تترك أثرا أكبر من النصية بكثير، فضلا عن تأثيرها في دعم المصدقية والقرب والحالية¹.

تتبع أهمية الفيديو بالنسبة للصحف الرقمية من إمكانيتها على تجسيد الأحداث وجعل المستخدم يتفاعل مع الحدث وكأنه جزء منه. إلا أن ملفات الفيديو على الإنترنت تتميز ببطء الاتصال وكبر الحجم وهذا ما يقلل من أهميتها، إلا أن هذا العائق بدأ في التلاشي شيئا فشيئا، تبعا للبنى التحتية لشبكات الإنترنت، حيث تقترب سرعة توصيل ملفات الفيديو إلى سرعة البث التلفزيوني².

4.2.2.1. الصور والرسوم المتحركة:

لم يعد الغرض من الرسم كفن صحفي في المقام الأول، هو رسم الأحداث أو وجوه الأشخاص، بل صارت له أغراض أخرى كتقديم النقد الساخر لبعض المواقف والقضايا، أو التعبير عن بعض المشاعر الإنسانية التي ترغب الصحف التأكيد عليها عندما تنشر إحدى القصص الأدبية أو القصائد الشعرية، علاوة على أن الرسام يستطيع أن يلخص بريشته بعض الحقائق الجغرافية والعسكرية، عندما يرسم خريطة لإحدى الدول. كما أعطت الصحف للرسوم التوضيحية اهتماما كبيرا، خاصة أنها تقوم بوظيفة مهمة في مواجهة المنافسة المصورة من قبل.

كما أنّ الرسوم المتحركة على الإنترنت هي طريقة عمل حركات خادعة بواسطة استعراض سلسلة من الصور والأشكال والنصوص المختلفة بسرعات فائقة أثناء العرض على شاشة المتصفح وتقوم برامج الرسوم المتحركة على الإنترنت بعمل رسوم متحركة تخدع عين المشاهد من خلال ما يطلق عليه بالخداع البصري، وتُعدّ الرسوم المتحركة أحد تطبيقات برنامج الوسائط المتعددة³. حيث غالبا ما يُستعمل الجرافيك المتحرك في الوسائط المتعددة التفاعلية⁴.

وتتسم الصحافة الإلكترونية باستعمالها لشريط الصور المتحرك على صفحاتها الرئيسية، وهو عبارة عن شريط لعدد من الصور التي تتناول مختلف الأخبار والأحداث

1- فتحي حسين عامر: صحافة الفيديو: تقنياتها وإشكالياتها، العربي للنشر والتوزيع، القاهرة، 2020، ص222.
2- علي عبد الفتاح كنعان: الصحافة الإلكترونية في ظل التطورات التكنولوجية، المرجع السابق، ص115.
3- باية سيفون: الإنترنت والصحافة الإلكترونية (دراسة في طبيعة العلاقة والتأثير)، المرجع السابق، ص320.
4- ناصف جاسم محمد: في فكر التصميم: نظريات ودراسات مستقبلية في التصميم، المرجع السابق، ص227.

الفصل الثالثالإخراج الصحفي الإلكتروني

والوقائع، حيث يتحرك هذا الشريط بشكل رأسي أو أفقي ذاتيا أو بواسطة تدخل المستخدم، وتستخدمه الصحف الإلكترونية في صفحة البدء لجذب هذا المستخدم حتى ينتقي ما يفضله من المحتويات الإعلامية المتوفرة¹.

أتاحت شبكة الإنترنت القدرة على التوسّع في استعمال الصور دون النظر للمساحة والحجم أو الألوان المستعملة كما في الصحف الورقية، حيث كان لا بدّ سابقا من اختيار عدد قليل من الصور من بين الصور المتوفرة بهدف الطباعة. ويتجلى هذا الأمر في تعدد الصور المستعملة بالصحف الرقمية في الموضوع الواحد، حيث تُعدّ الصورة من أبرز العناصر الإيضاحية وأيسرها، فتدرج الصحف الإلكترونية الصور بشكل متتال بعضها أسفل بعض، مهما كان عدد الصور المصحوبة للخبر أو تستعمل عروض الشرائح لعرض الصور المتعددة داخل الموضوع نفسه أو عمل ألبومات صور مستقلة².

2. العناصر البنائية المساعدة:

يُعنى بالعناصر البنائية المساعدة تلك العناصر التي تساعد في ترتيب وتنظيم المضمون وإظهاره، كما أنها تجذب وتثير الانتباه، وتتمثل هذه العناصر فيما يلي:

1.2. عناصر الفصل:

هي عبارة عن خطوط طولية وعرضية تُستخدم لتحديد المساحات، وذلك للفصل بين الموضوعات المختلفة من مواد تحرير وإعلانات أو حتى بين مواد التحرير المختلفة التي تحويها صفحات الصحيفة أو المجلة حتى لا يختلط بعضها ببعض³.

ويُعنى بها العناصر الإلكترونية التي يمكن بواسطتها الفصل بين الوحدات المكونة للصفحة الإلكترونية، وتساهم هذه العناصر في تحقيق الفصل الكامل، أو الجزئي بين وحدات الصفحة، كما أنها تُستعمل في تحديد الحدود الفاصلة بين العناصر المكونة لكل وحدة⁴.

وأيا، هي العناصر التي يمكن عن طريقها الفصل بين الوحدات الطباعية التي تعبر عن القوالب والأشكال الصحفية المشتركة في بناء الصفحة، إضافة إلى استعمالها في

1- عباس ناجي حسن: الوسائط المتعددة في الإعلام الإلكتروني: دراسة مقارنة -العربية نت، محيط، راديو سوا، إذاعة العراق الحر، تلفزيون شرقية، وكالة نينا، أنموذجاً، ط1، دار صفاء للنشر والتوزيع، عمان، 2016، ص31.

2- وسام محمد أحمد: الوسائط المتعددة في الصحافة: تصميمها وإنتاجها، المرجع السابق، ص172.

3- نور الدين أحمد النادي، رستم أبو رستم: فن الإخراج الصحفي، المرجع السابق، ص83.

4- صالح العنزي، "إخراج الصحف السعودية الإلكترونية في ضوء السمات الاتصالية لشبكة الإنترنت"، المرجع السابق، ص105.

الفصل بين العناصر الطباعية الداخلة في بناء هذه الوحدات، وينبع استعمال هذه العناصر في إخراج الصفحات رغبة في خدمة القراء عبر تسهيل القراءة¹.

صحيح أن الحدود والفواصل هي عناصر لا تضمّ معلومات في حد ذاتها، إلا أنها تعتبر عناصر مساعدة في إظهار المحتوى وتنظيمه وتنسيقه، ولا تقل أهمية عن المعلومات، فبدونها تختلط جميع العناصر البنائية الأساسية من صور ونصوص ووسائط فائقة ووسائط متعددة مع بعضها البعض، كما تفقد العين مسار رؤيتها ولا تستطيع أن تسير بين أكوام المعلومات المكدسة وغير المنظمة، فالفواصل تقوم بفصل تلك المواد عن بعضها البعض، كما تعمل على تقديم مساحات بيضاء تترك لعين المستخدم حرية الحركة والتنقل من مكان إلى آخر عبر الصفحة في يسر وسهولة وانسيابية².

وتُستعمل للفصل بين الأخبار والمواضيع ضمن نفس العمود، وتكون على أحد الأصناف الآتية³:

- فراغات كافية بين الخبر والخبر الذي يليه وتكون هذه الفراغات أكبر من مثيلاتها بين أسطر الخبر الواحد.
- فواصل على شكل خطوط سوداء قليلة السمك، أقصر من عرض العمود، تنتزع الهوامش على الجانبين.
- الفصل بواسطة عناوين ثانوية أو فرعية.
- استعمال الزخارف كفاصل بين الموضوعات.
- في حالة الإعلانات تكون الفواصل ذات خطوط أسمك من خطوط الأخبار.

ويرى الكثير من التيبوغرافيين (المصممين) أن تلوين الجداول والفواصل غير مهم ولا ينصح به، إذ أن الغرض من استعمال الجداول والإطارات هو وضعها حول الأخبار المهمة، أما إذا تم تلوين الإطارات أو الجداول، فإن الإطار أو الجدول الملون سينافس الأخبار التي تحتويها في جذب الانتباه وبالتالي في الأهمية⁴.

1.1.2. البياض:

يُعنى بالبياض في التصميم تلك المساحة غير المغطاة بالنصوص أو المواد المصورة، ورغم أن المصممين المبتدئين يودون ملئ كل الفراغات بالحروف أو الصور أو الجداول، إلا أن توفير قدر من البياض على الصفحة لا يقل أهمية عن توفير المزيد من المحتوى،

1- فداء حسين أبو دبسة، خلود بدر غيث: تكنولوجيا الطباعة والإخراج الصحفي، ط1، دار الإعصار العلمي للنشر والتوزيع، عمان، 2010، ص132.

2- ناصر سعود الرحامنة، الاتجاهات الإعلامية الحديثة: الصحافة الإلكترونية، المرجع السابق، ص123.

3- نور الدين أحمد النادي، رستم أبو رستم: فن الإخراج الصحفي، المرجع السابق، ص86.

4- نور الدين أحمد النادي، رستم أبو رستم: فن الإخراج الصحفي، المرجع نفسه، ص101.

لذا فالخطيط الجيد لتوزيع البياض هو سر نجاح التصميم الذي يستهدف تحقيق التوازن والوحدة بالتصميم، كما يساهم في تجنب عرض صفحات مكتظة تشتت عين المستخدم¹.

يوفر البياض الذي يُترك بين الوحدات المستقلة قدرا من الفصل يتوافق مع دوره في هذا المنحى، ولا سيما مع تعذر قدرته على الاستحواذ على اهتمام القراء لذاته، وتوافق وجوده مع المسرى الطبيعي لحركة العينين حيث لا تعرقل المساحات البيضاء أعين القراء أثناء تنقلهم في اتجاهها الطبيعي لاستكمال الاطلاع على بقية الوحدات المنشورة، كما يؤدي البياض الناتج عن ترك هذه المساحات خالية، إلى إضاءة الصفحة بما يُكسب مضامينها درجة عالية من الوضوح، تسهل فهم القراء لها كما يعمل البياض على تحقيق الهدوء والبساطة في البناء الشكلي للصفحات².

كما يتأثر حجم البياض بين الكلمات بتصميم الحرف وحجم البنط واتساع السطر فإذا كانت الحروف ضيقة فإنها تحتاج بياضا أقل بين الكلمات مما لو كانت عريضة، كما أن زيادة حجم البنط المُستعمل يوجب زيادة البياض بينها، أما بالنسبة لاتساع السطر فإنه يتحكم في توزيع البياض بين كلماته؛ إذ كلما زاد طول السطر زاد عدد كلماته، وأصبح من السهل توزيع البياض بين الكلمات توزيعا مناسباً ومتوازناً³. وللبياض بين السطور تأثير على عين القارئ ولا يقل عن أهمية البياض بين الكلمات؛ حيث يتمكن القارئ من مواصلة القراءة دون شعور بصره بالإرهاق نتيجة تلاصق السطور، ودون أن يُحس أن كل سطر وحدة مستقلة عند زيادة البياض بين السطور⁴.

ورغم أهمية البياض كأداة من أدوات الفصل الحديثة، إلا أنه ينبغي التنبيه إلى أن مدى قدرته على الوفاء بدوره تتعلق بالحجم المُستعمل منه، بحيث يجب ألا يقل البياض حتى لا تتداخل الوحدات وألا يزيد بحيث يظهر الانفصال بارزا بين الوحدات المكونة للصفحة، إضافة إلى حتمية تقنين توزيع هذه المساحات البيضاء لتغطي كل أجزاء الصفحة، وذلك وفقا لمعايير ثابتة⁵.

1- منار فتحي محمد: تصميم مواقع الصحف الإلكترونية، المرجع السابق، ص181.
2- فداء حسين أبو دبسة، خلود بدر غيث: تكنولوجيا الطباعة والإخراج الصحفي، المرجع السابق، ص139، 140.
3- أشرف صالح: "دراسة مقارنة بين الطباعة البارزة والملساء وأثر الطباعة الملساء في تطور الإخراج الصحفي"، رسالة دكتوراة غير منشورة، كلية الإعلام، القاهرة، 1983، ص244.
4- هاني إبراهيم البطل: الإخراج الصحفي فن وعلم، المرجع السابق، ص116.
5- فداء حسين أبو دبسة، خلود بدر غيث: تكنولوجيا الطباعة والإخراج الصحفي، المرجع السابق، ص140.

2.1.2. الخطوط:

وهي خطوط بسيطة رأسية أو أفقية تفصل بين المضامين التحريرية مع بعضها، وبينها وبين الإعلان، أو بين الإعلانات مع بعضها البعض¹. وهو العنصر الأكثر انتشاراً في تصميم الموقع، لا يقتصر استعماله كأداة للفصل بين الموضوعات، فيمكن توظيفه في الشعار وفي مختلف أنحاء الموقع وبكافة أشكاله².

كما يمكن استعمال الخطوط الرأسية والأفقية كفواصل في مواقع الصحف الإلكترونية. هذه الخطوط الرأسية والأفقية هي عادة عناصر بصرية تُستعمل لتقسيم الصفحة وتنظيم مضمونها، ونذكر بعض الأمثلة على طريقة استعمال الخطوط الرأسية والأفقية كفواصل:

- خطوط أفقية لتقسيم الصفحة: يمكن استعمال خطوط أفقية لتقسيم الصفحة إلى أجزاء مختلفة. على سبيل المثال، يمكن وضع خطوط أفقية بين مقالات مختلفة على الصفحة الرئيسية للموقع لتحديد الفواصل بينها.
- خطوط رأسية للقوائم الجانبية: تُستعمل الخطوط الرأسية لفصل القوائم الجانبية عن المضمون الرئيسي على الصفحة، وكمثال يمكن وضع خطوط رأسية بين الأجزاء المختلفة على الشريط الجانبي.
- خطوط أفقية لتحديد العناوين: تُستعمل الخطوط الأفقية أحياناً لتحديد عناوين المقالات أو الأقسام على الصفحة الرئيسية.
- خطوط رأسية وأفقية للإعلانات: يمكن توظيف الخطوط لفصل الإعلانات عن المضمون الرئيسي وتنظيمها بصفة جيدة.

تُحسن الخطوط الرأسية والأفقية تنظيم المضمون الصحفي وتجعل الصفحة أكثر جاذبية بصرياً. إذا تم استعمالها بأسلوب صحيح، كما يمكن أن تكون هذه الفواصل مفيدة في تحسين تجربة القراءة وتنظيم المعلومات على موقع الصحف الرقمية.

1- عصام عبد الهادي: الإخراج الصحفي للعناصر التيبوغرافية والجرافية، دار النهضة العربية، القاهرة، 1998، ص282.

2- عيبر محمد سليم ليد: إخراج مواقع الصحف الفلسطينية اليومية على شبكة الإنترنت: دراسة تحليلية مقارنة، المرجع السابق، ص100.

3.1.2. الإطارات:

هو سياج بأربعة أضلاع يحيط بمحتوى صحفي، وقد يقع على عمود، أو يمتد على عدة أعمدة، وهو شكل ناتج عن تلاقي أربعة جداول مع بعضها البعض¹. وتتسم بأنها تحافظ على موقع الصحيفة مهما تجوّل المستخدم في صفحات خارجية عن موقع الصحيفة، كما أنها تحافظ على فهرس الصحيفة (التبويب)، وتتيح عرض عدد من الصفحات المختلفة في واجهة واحدة².

ويمكن استعمال الإطارات (Frames) كفواصل في مواقع الصحف الرقمية، لأن الإطارات هي تقنية تتيح عرض مضامين من مصادر مختلفة في نوافذ منفصلة داخل نفس الصفحة، حيث يمكن استعمال الإطارات لعدة أهداف، أهمها:

- **تقسيم الصفحة:** الإطارات يمكن استعمالها لتقسيم صفحة واحدة إلى عدة أجزاء يمكنها عرض مواد إعلامية مختلفة، وهذا يفيد مواقع الصحف الإلكترونية في عرض مقالات متعددة أو أجزاء مختلفة في نفس الصفحة.
- **عرض القوائم الجانبية:** كما يمكن استعمال الإطارات لعرض القوائم الجانبية التي تضم روابط تحيل إلى مقالات أخرى أو أجزاء الموقع. هذا يمكن أن يساعد على تصفح سريع لمضامين موقع الصحيفة الإلكترونية.
- **الإعلانات:** تُوظّف الإطارات أحياناً لعرض الإعلانات في القسم العلوي أو الجانبي من الصفحة دون التأثير على تصفح المحتويات الرئيسية.
- **عرض المحتوى الخارجي:** بالإضافة إلى أنه يمكن استعمال الإطارات لعرض مضامين خارجية من مصادر أخرى، مثل فيديوهات أو محتوى مدمج من مواقع أخرى.

بجانب كل هذه مزايا الإطارات، يجب أن يتم استعمالها بشكل صحيح بغرض توجيه المستخدمين بأسلوب واضح ويسير للمضامين المهمة وتجنبيهم حالة التوتر والتعقيد. بالإضافة إلى ذلك، يجب أن يتم التحقق من أن توظيف الإطارات متناسب مع جل أصناف المتصفحات والحاسبات الإلكترونية لضمان تصفح المستخدمين للموقع بفعالية.

1- منير سليم أبو راس: مدخل في الإخراج الصحفي، المرجع السابق، ص15.
2- حلمي محسب: إخراج الصحف الإلكترونية على شبكة الإنترنت، المرجع السابق، ص173.

4.1.2. الصور كفواصل:

تبدو قدرة الصور على تحقيق الفصل عن طريق نشرها مكونة لإحدى الوحدات، بحيث تقع على طرفها، لتشكل فاصلا بين هذه الوحدة وما يجاورها من وحدات، مع التنبيه إلى ضرورة مراعاة أن يكون اتجاه الحركة داخل الصورة يدلّ على الوحدة التي تشترك في بناءها وأن تترك مساحة بيضاء مناسبة بين الصورة والوحدة الطباعية الأخرى.¹ في حين تستمد الصور وظيفة الفصل بين الموضوعات من كونها متعلقة بأحد الموضوعات، حيث تكون متجهة نحوه لجعل عين القارئ تتجه نحو الموضوع.²

2.2. الألوان:

بغض النظر عما إذا كنت تصمم للطباعة أو الويب، تُعدّ دروس النظرية اللونية التقليدية المبادئ التي تساعدنا على تصنيف الألوان وجمعها معا في فئات، حيث تعود الدراسات المسجلة في تصنيف الألوان إلى القرن الثالث قبل الميلاد وأعمال Aristotle. منذ ذلك الحين، ساهم العديد من الفنانين والفلاسفة الآخرين في إثراء معرفتنا عن طريقة عمل الألوان، بما فيهم (Issac Newton, Johannes Itten, Johann Wolfgang von Goethe) لقد وضع عمل هؤلاء الثلاثة، في القرن 17 و18 و19 على التوالي، القواعد التي يرتكز عليها جل فهمنا للألوان، حيث شرح هؤلاء المنظرون الثلاثة الألوان من خلال صلتها بعجلة الألوان، وذلك باستخدام الأحمر والأصفر والأزرق كألوان أساسية. وليست عجلة الألوان (Color Wheel) سوى مخططا بسيطا لكن فعالا تم تطويره ليمثل مفاهيم ومصطلحات النظرية اللونية، وتكون عجلة الألوان التقليدية للفنانين عبارة عن دائرة مقسمة إلى إثنا عشر قطاعا. يمثل كل قطاع إما لونا أساسيا (Primary) أو ثانويا (Secondary) أو ثالثيا (Tertiary).³

وتعتبر الألوان من أبرز العناصر المكونة للصفحة، فهناك فرق كبير في الرؤية بين الصفحة الملونة وغير الملونة، ويتجسد ذلك بوضوح في رأي الممارسين للفن الإخراجي، فالألوان تساعد المخرج الصحفي على الإبداع في تشكيل صفحة وتساهم في تفجير طاقات إبداعية عن طريق استعمال اللون وذلك يظهر عند استعمال الألوان في العناوين والصور والأرضيات هذا بالإضافة إلى أن القارئ يتوجّه أكثر لقراءة الصفحة الملونة أكثر من غيرها.⁴

1- فداء حسين أبو دبسة، خلود بدر غيث: تكنولوجيا الطباعة والإخراج الصحفي، المرجع السابق، ص140.
2- فهد بن عبد العزيز العسكر: الإخراج الصحفي: أهميته الوظيفية واتجاهاته الحديثة، المرجع السابق، ص63، 64.
3- محمد شبخو معمو: كيف تصمم مواقع ويب جميلة، ط1، شعاع للنشر والعلوم، حلب، 2009، ص67، 68.
4- إسماعيل فتحي إبراهيم: فن الإخراج الصحفي بين النظرية والتطبيق، المرجع السابق، ص153.

وأيا كان الأمر، فإن قدرة الألوان على جذب الانتباه يرجع إلى الأسباب التالية¹:

- يتسم كل لون بطول موجي معين، وهو ما يجعل تأثير كل لون يقع على شبكية العين مختلفا عن أي لون آخر، أما الأسود فيمثل غياب كل الألوان، بينما يمثل الأبيض تراكما للألوان جميعا.
- للون تأثيرات سيكولوجية قوية، فالألوان الباردة (درجات اللون الأزرق) هادئة بشكل عام، بينما أن الألوان الدافئة (درجات الأحمر والبرتقالي والأصفر) مثيرة وتبعث على المرح، كما يجب أن تكون الألوان الطاغية في إعلان أو أي محتوى مطبوع متناسبة مع الجو العام للرسالة الإعلامية، فاللون الأحمر يُشعر بالحياة، وهناك العديد من الحالات المتعلقة بالحياة مثل الحركة والعاطفة والسعادة في حين يُشعر اللون الأزرق بالوضوح والصفاء، واللون الأخضر هو الطبيعة، واللون الأرجواني هو السحر والرونق.
- عين القارئ غير معتادة على قراءة الصحيفة الملونة، فإذا طُبع أحد العناصر بلون ما، فإنه يبرز أمام القارئ أكثر مما لو طُبع وحده، وإذا تصورنا أن صحيفة قد طُبعت جل عناصرها بالألوان، فإن الصورة المطبوعة دون ألوان هي التي تلفت الانتباه في هذه الحالة لتميزها عما ألفه القارئ.
- للون تأثير يختلف باختلاف الأشخاص، وذلك بناء على مستوياتهم التعليمية والعمرية، فالمحتويات المطبوعة التي من المفروض أن يقرأها الأطفال ينبغي طباعتها بألوان زاهية وملفتة للنظر، وحين يصبح الفرد أكبر سنا تصبح درجات الألوان الناعمة أكثر جاذبية، فالشباب يفضل الموسيقى الصاخبة والألوان الزاهية بينما أن الأشخاص المسنين يحبذون الموسيقى الخفيفة والألوان الهادئة.
- الألوان تمثل الواقع، خاصة عند استعمالها في طبع صور فوتوغرافية ملونة بالألوان الطبيعية الكاملة، فتصير وكأنها جزء من الواقع المرئي الذي يراه القارئ حوله فعلا بالألوان.

وللألوان نموذجين لإدراكهما أحدهما خاص بالكمبيوتر ويطلق عليه نموذج (RGB) ونموذج خاص بإدراك الأشخاص للألوان ويدعى بنموذج (HSB)، ويُعرّف النموذج الخاص بالحاسب الإلكتروني بأنه "الطريقة التي يتبعها الحاسب في خلط الألوان الأساسية لتكوين جميع الدرجات اللونية في الصورة"².

1- شريف درويش اللبان: فن الإخراج الصحفي، ط1، العربي للنشر والتوزيع، القاهرة، 1995، ص228، 229.
2- شفيق حسنين: الإخراج الصحفي الإلكتروني والتجهيزات الفنية، المرجع السابق، ص137.

1.2.2.1. أنواع الألوان: وتتفرع الألوان إلى ما يلي 1:

1.1.2.2. الألوان الأساسية: يمثل الأحمر والأصفر والأزرق الألوان الأساسية لعجلة الألوان التقليدية، وتكوّن هذه الألوان مثلثًا متساوي الأضلاع على عجلة الألوان، وكل لون رابع بعد لون أساسي هو لون أساسي آخر.

2.1.2.2. الألوان الثانوية: بخلط لون أساسيين متجاورين، نحصل على الألوان الثانوية، والألوان الثانوية هي البرتقالي والأخضر والأرجواني.

3.1.2.2. الألوان الثلاثية: وهي ستة ألوان: القرمزي (أحمر-برتقالي)، الذهبي (أصفر-برتقالي)، الأخضر الفاتح (أصفر-أخضر)، والأزرق المخضر (أزرق-أخضر)، والبنفسجي (أزرق-أرجواني)، والأحمر البنفسجي (أحمر-أرجواني). كما قد تكون خمّنّت، نحصل على الألوان الثلاثية بمزج لون أساسي مع لون ثانوي مجاور له.

2.2.2. نموذجي الألوان: أشهر نموذجي الألوان هما ما يلي:

1.2.2.2. نموذج (RGB):

نموذج لوني مهم لأنه الأقرب للكيفية التي تدرك العين البشرية بها اللون، وهو أيضا النموذج الذي تستخدمه أجهزة المسح الضوئي والكاميرات الرقمية لالتقاط معلومات اللون بشكل رقمي، وهو أيضا الكيفية التي تُظهر بها شاشة جهازك اللون. ويرتكز هذا النظام على أنه من الممكن تغيير كمية الألوان الأساسية الأحمر والأخضر والأزرق بتحديد قيمة نصوص كل لون من الألوان الثلاثة المشكلة للنظام بقيمة تتراوح بين صفر إلى 266 والتوليف بين هذه القيم بالتبادل والتوافق يتيح الوصول لأكثر من 16 مليون أو درجة لونية مختلفة وهو نفس العدد من الألوان الذي يمكن للعين البشرية أن تدركه، ولكنها ما تزال ذات نطاق محدود إذا ما قورنت بما هو موجود في الطبيعة بسبب العوائق التي تفرضها طبيعة شبكة الحبيبات الفسفورية التي تُستعمل في عرض الصورة على الشاشة أو إمكانيات خلايا النقاط في الماسح أو قدرة خلايا شبكية العين على التقاط الألوان².

يتم الإشارة في هذا النموذج إلى ألوان الأحمر، والأخضر، والأزرق باسم ألوان أولية جمعية (Primaries additive)، ويمكن تكوين نسبة عالية من الطيف اللوني المرئي من خلال المزج بين مقادير مختلفة من هذه المكونات الرئيسية للضوء الملون. وفي النموذج (RGB) يختلط الضوء الأحمر والأخضر والأزرق وينسب متساوية للحصول على اللون الأبيض وهو أكثر الألوان نصوصا، أما انعدام الضوء أو خلط كثافات منخفضة من الأحمر والأخضر والأزرق فينتج عن هذا المزج ظهور الأسود أو الدرجات المعتمّة

1- محمد شيوخو معمو: كيف تصمم مواقع ويب جميلة، المرجع السابق، ص68، 69.
2- شفيق حسنين: الإخراج الصحفي الإلكتروني والتجهيزات الفنية، المرجع السابق، ص138.

الفصل الثالثالإخراج الصحفي الإلكتروني

من الرمادي تبعاً لنسب الألوان المضافة. كما نحصل على ألوان ثانوية عندما نضيف اللون الأحمر والأزرق لإنتاج لون أحمر أرجواني أو البنفسجي وهكذا...¹

2.2.2.2. نموذج HSB:

وهو نموذج الإدراك البشري للألوان، ويتشكل من ثلاثة عناصر أساسية تمثل وصف للألوان، هي²:

- **درجة اللون (الكنه) (Hue):** هي كل الألوان الواقعة في نطاق ألوان الطيف ويمكن قياسها من الصفر الذي يمثل اللون الأحمر وإلى (360) درجة والتي تمثل اللون الأرجواني.
- **التشبع Saturation:** ويُقصد به مدى نقاء اللون من اللون المحايد وهو الرمادي.
- **الإشراق والنسوع Brightness:** وهو مدى مزج اللون باللون الأبيض أو الأسود، ويقاس النسوع على تدرج من صفر إلى درجة 100%.

3.2.2. توظيف الألوان في مواقع الصحف الإلكترونية:

تدخل الألوان في جميع المكونات البنائية التي تساهم في تكوين الصحيفة الإلكترونية، إلا أن معظم الدراسات اهتمت بمسألة الاختلاف بين الخلفية والخط لكون النص العنصر الطاغى في الصحف؛ مما يستدعي الاهتمام بإتاحة يسر وسهولة القراءة وإيجاد مستوى مناسب من التباين بين النص والخلفية، ونجد أن صفحة الويب تحوز على لون أمامي (Foreground) وخلفية ملونة (Background)، ومن الضروري أن تكون القاعدة العامة التي تحكم العلاقة بينهما هي وضوح النص وتسهيل القراءة مهما تعددت الألوان المستعملة، وتعتبر الخلفية البيضاء والنص الأسود الخيار المستحسن عند أغلب مخرجي الصحف³.

وقد وُجد أيضاً أن استخدام الألوان بغزارة في العناوين المثيرة وغيرها يكون أشبه بالصخب المزعج الذي ينتج عنه إثارة غير هادفة ولا معنى لها، بل إنها تُشبه بالصراخ الانفعالي العالي الذي لا حتمية له. والمخرج الصحفي الناجح لا يستخدم الألوان بهدف الإثارة في ذاتها، وإنما للإبراز والدلالة، أما إذا انتشرت الألوان بلا ضابط فإن الصحيفة تفقد توازنها وتأثيرها. ويراعي المخرج الصحفي أيضاً الارتباطات النفسية للألوان، فهو

1- حسنين شفيق: الإخراج الصحفي الإلكتروني والتجهيزات الفنية، المرجع السابق، ص138.
2- نوير بنت سيف بتال الدغليبي العتيبي: "أسلوب البوابة في إخراج الصحف السعودية الإلكترونية"، المرجع السابق، ص71.
3- خالد بن فيصل الفرم: الصحافة الإلكترونية وتطبيقاتها: دراسة مقارنة على عينة من الصحف العربية والأمريكية، أطروحة الدكتوراه، كلية الدعوة والإعلام، قسم الإعلام، جامعة الإمام محمد بن سعود، السعودية، 2006، ص153.

يعلم مثلاً أن الألوان الحمراء والبرتقالية تنم عن معاني الدفء والعاطفة والحرب والخطر وغيرها، أما الألوان الزرقاء فتوحي بالهدوء والسكينة والبرودة، والألوان البيضاء والزرقاء والخضراء توحي بالطهر والنقاء، في حين توحي الألوان الأرجوانية بالخصوبة والرخاء، ولكن لا يجب أن يعدّ المخرج الصحفي هذه الارتباطات قوانين صارمة بل لا بد أن يجرب ويختبر بنفسه¹.

وأياً كان الأمر، فإن إساءة استعمال اللون في الرسالة الإعلامية أسوأ من عدم استعمال الألوان على الإطلاق، فاللون قد يؤدي إلى لفت انتباه القارئ، ولذلك فإن الاستعمال الخاطئ للألوان قد يصدم القارئ ويصدّه في الحال عن القراءة بعد إثارة انتباهه².

"عمى الألوان هو المصطلح الشائع للحالة حيث غالباً ما يخطئ الأفراد في الظلال أو يفقدون قدرتهم على تمييز الألوان على الإطلاق. تقل احتمالية إصابة النساء بهذا المرض ، عندما يكون كل رجل في الثانية عشر تقريباً عرضة للإصابة به، يُقدر أن 253 مليون شخص يعانون من ضعف البصر: 36 مليوناً مكفوماً و 217 مليوناً يعانون من ضعف البصر المتوسط إلى الشديد"³.

بالنسبة لمعظم الناس ، المرض وراثي، وترجع الأنواع الأكثر انتشاراً من عمى الألوان إلى فقدان أو محدودية وظيفة الصبغات الضوئية المخروطية الحمراء أو الخضراء، كما يشار إلى هذا الصنف من عمى الألوان عادة بعمى الألوان الأحمر والأخضر، فعلى سبيل المثال، عند الأفراد الذين يعانون من *deuteranopia*، لا توجد خلايا مخروطية خضراء عاملة، مما يعني أنهم غير قادرين على رؤية اللون الأخضر فقط ، بل أيضاً الألوان المكونة لها، الشيء نفسه ينطبق على البروتوبيا، ولكن في هذه الحالة، ليس لدى الفرد خلايا مخروطية حمراء ناشطة، كما يُعتبر عمى اللون الأزرق والأصفر أكثر ندرة من اللون الأحمر والأخضر، وهناك نوع نادر من عمى الألوان يطلق عليه أحادية اللون (أو عمى الألوان الكامل). لا يختبر الأفراد أحادي اللون الألوان على الإطلاق، فهم لا يميزون الألوان إلا عن طريق السطوع، بعبارة أخرى يرون العالم كله بالأبيض والأسود⁴.

1- طلعت همام: مئة سؤال عن الإخراج الصحفي، المرجع السابق، ص16.

2- شريف درويش اللبان: فن الإخراج الصحفي، المرجع السابق، ص229.

3- Ivan Tuchkov: Color blindness: "how to design an accessible user interface", Aug 22, 2018, retrieved 15/10/2022 at: <https://uxdesign.cc/color-blindness-in-user-interfaces-66c27331b858>

4- Ivan Tuchkov: Op, Cit.

من اليسير الوصول إلى الصفحات النصية للمستخدمين المكفوفين نظرًا لأنه يمكن إدخال النص إلى قارئ الشاشة، حيث تمثل الصفحات الطويلة معضلة نظرًا لأنه يصعب على المستخدم المكفوف البحث عن أجزاء مثيرة للاهتمام مقارنة بالمستخدم المبصر. لتسهيل المسح، يوصى بتأكيد بنية الصفحة عن طريق ترميز HTML مناسب: استعمل <H1> لعنوان المستوى الأعلى، <H2> للأجزاء الرئيسية من المعلومات داخل <H1>، و<H3> ومستويات أقل لتقسيمات أدق للمعلومات من خلال القيام بذلك، يمكن للمستخدم الكفيف الحصول على نظرة عامة حول بنية الصفحة عن طريق قراءة <H1> s و<H2> بصوت عالٍ ويمكنه تخطي قسم غير مثير للاهتمام بسرعة عن طريق توجيه قارئ الشاشة للانتقال إلى الجزء السفلي التالي (عنوان المستوى)1.

3. العناصر البنائية الإلكترونية التفاعلية:

1.3. العناصر البنائية التفاعلية التوافقية:

1.1.3. البريد الإلكتروني:

البريد الإلكتروني (Electronic-Mail) هو تبادل الرسائل والملفات والوثائق باستعمال الحاسب الإلكتروني، ويرى كثير من المختصين أن البريد الإلكتروني هو أشهر وأكثر خدمة من خدمات الإنترنت استعمالاً، ويُفسّر ذلك إلى يسر استعماله. ويعزو (Eager, 1994)، نمو الإنترنت بهذه السرعة إلى البريد الإلكتروني، ويقول "لو لم يوجد البريد الإلكتروني لما وجدت الإنترنت"، بل ويذهب بعضهم أبعد من ذلك، ويقول أن البريد الإلكتروني يُعتبر العامل الأول لاشتراك كثير من الأفراد في خدمة الإنترنت، كما يعتبر البريد الإلكتروني أحسن بديل عصري للرسائل البريدية الورقية ولأجهزة الفاكس، وإرسال البريد الإلكتروني ينبغي أن تعرف عنوان المرسل إليه، وهذا العنوان يتكوّن من هوية المستخدم الشخصية، مرفوقة بإشارة (@) متبوعة بموقع حاسوب المرسل إليه2.

واستفادت الصحافة الرقمية من استعمال البريد الإلكتروني (E-mail) كوسيلة تفاعلية متوفرة على شبكة الإنترنت، وذلك بغرض التفاعل مع المحررين والقراء أو بين القراء أنفسهم؛ حيث توفر فئة من مواقع الصحف الإلكترونية بعض عناوين الكُتاب والمحررين والسياسيين للاتصال بهم، ومناقشتهم حول القضايا والموضوعات المنشورة، ويصف (شولتز) عناوين البريد الإلكتروني التي توفرها مواقع الصحف الإلكترونية إلى الأصناف التالية:

1- Jakob Nielsen: "Accessible Design for Users with Disabilities", Op, Cit.

2- غالب عبد المعطي فريجات: مدخل إلى تكنولوجيا التعليم، ط1، دار كنوز المعرفة للنشر والتوزيع، عمان، 2014، ص213.

- عنوان البريد الإلكتروني العام للاتصال بغرفة الأخبار (General Email Adress).
- عنوان البريد الإلكتروني للكتاب أو المحررين بشكل عام (Editors/writers emails).
- عنوان البريد الإلكتروني لكاتب المقال أو القصة الخبرية (Email links to articles authors).
- عنوان البريد الإلكتروني للسياسيين والمسؤولين ذوي الصلة بالموضوعات المنشورة¹.

وللبريد الإلكتروني عدة مزايا أبرزها²:

- من اللازم في البريد الإلكتروني كتابة الرسالة التي سيرسلها المرسل إلى المرسل إليه.
- يتم إرسالها بواسطة الحاسب الآلي.
- أداة آنية مكتوبة.
- يستطيع مستخدم البريد الإلكتروني أن يرسل الرسالة ويقراها ويرد عليها في أي وقت يرغب به.
- يستطيع المرسل معرفة أن الرسالة وصلت إلى المرسل إليه.
- يستطيع أن يرفق إلى جانب الرسالة الصور ورسائل صوتية...إلخ.
- يمكن تصديرها إلى جهات متعددة مع الاحتفاظ بنسخة من الرسالة.
- يمكن إرسالها إلى عدة أفراد في مجموعة بريديّة في الوقت نفسه.

2.1.3. الشبكات الاجتماعية الرقمية: مواقع التواصل الاجتماعي هي عبارة عن مواقع على شبكة المعلومات الدولية تتيح لمستعمليها فرصة للحوار وتبادل المعلومات والآراء والأفكار والمشكلات عن طريق الملفات وسجل الصور ومشاهد الفيديو وغرف الدردشة وغير ذلك³. حيث عرّفها مانويل كاستلز بأنها وسائل ومرافق على الإنترنت تسمح بمناقلة المعلومات وتوفير المشاركة والتفاعل ضمنه⁴.

1- عبد الباسط أحمد هاشم شاهين: التفاعلية على مواقع الصحف الإلكترونية، المرجع السابق، ص106، 107.

2- شروق سامي فوزي: التأثيرات الإعلامية على جمهور المستقبلين، ط1، مؤسسة طيبة للنشر والتوزيع، القاهرة، 2014، ص88.

3- عبد الكريم علي الدبيسي، زهير ياسين الطاهات: "دور شبكات التواصل الاجتماعي في تشكيل الرأي العام لدى طلبة الجامعات الأردنية، العلوم الإنسانية والاجتماعية"، مجلة دراسات، (المجلد40)، (العدد 1)، الأردن، 2013، ص68.

4- مريم نريمان نومان: "استخدام مواقع التواصل الاجتماعي وتأثيره في العلاقات الاجتماعية: دراسة عينة من مستخدمي موقع الفايبيوك في الجزائر"، رسالة ماجستير غير منشورة، كلية الإعلام والاتصال/الإعلام وتكنولوجيا الاتصال الحديثة، جامعة الحاج لخضر -باتنة-، الجزائر، 2012، ص44.

وأدى التنوع في الإمكانيات التي توفرها وسائل التواصل الاجتماعي، وتلبية احتياجات ورغبات مستعمليها لزيادة أعداد المستخدمين بشكل كبير، واعتماد قطاعات عريضة من الجمهور عليها؛ لاهتمام الشركات والمنظمات بتلك الوسائل وتأسيسها لحسابات خاصة بها على هذه المنصات، للتواصل مع العملاء الحاليين والوصول إلى عملاء جدد، لتصبح تلك الحسابات بمثابة منصات للشركات لبث رسائلها المختلفة للجماهير¹.

تُعدّ مواقع الصحف الإلكترونية وسيلة هامة في استراتيجيات التواصل الاجتماعي. فهي تعمل على تعزيز التفاعل بين المستخدمين والمضمون الصحفي بواسطة نشر الأخبار والمقالات على هذه المنصات الرقمية مثل فيسبوك وتويتر، حيث يمكن للصحف الإلكترونية أن تجذب جمهوراً أوسع وترفع من انتشار المعلومات عبر مشاركة الروابط والعناوين الملفتة للانتباه، وبفضل وسائل التواصل الاجتماعي، يمكن للقراء التعبير عن وجهات نظرهم والمشاركة في الحوار حول الأخبار، مما يعزز التفاعل بين المؤسسات الصحفية وجمهورها ويعزز وظيفة الصحافة الرقمية في نشر المواد الصحفية وتوعية الجمهور.

3.1.3. استطلاعات الرأي: تُعدّ الاستطلاعات أو الاستقصاءات أو الاستبيانات تقنيات لجمع المعلومات من الأشخاص من خلال استمارة يتم تحضيرها بشكل علمي، وتحتوي مجموعة أسئلة حول موضوع يجيب عليه المبحوثون ويدونون إجاباتهم بأنفسهم أو يدونها الباحث الميداني تدوينا دقيقا، سواء كانت هذه الاستطلاعات ورقية مطبوعة تُسلّم باليد للمبحوثين أو عبر مكاتب البريد العادية أو الإلكترونية أو تُرسل عبر المواقع الإلكترونية أو مواقع الصحف الرقمية أو الإيميل والبريد الشخصي².

4.1.3. المنتديات: تُعرّف المنتديات الإلكترونية على أنها مرفق في الإنترنت يُستعمل لإجراء المناقشات وتبادل الأخبار والمواضيع، وتعمل هذه المنتديات في كثير من الأحيان على تنمية المجتمع المحلي في جميع المجالات. وتُستعمل المنتديات الإلكترونية لعدة مواضيع مختلفة مثل الأمور السياسية والثقافية والتكنولوجية، ويتطلب استعمال المنتدى الإلكتروني إلى التسجيل في موقع المنتدى حتى يستطيع المستخدم من المشاركة فيه، ويتضمن المنتدى لوحات لكتابة المواضيع ولوحات للتعليق على المواضيع ولوحات للإعلانات ومجموعات للنقاش. وتخضع المشاركات والتعليقات في المنتديات الإلكترونية إلى ضوابط وشروط يفرضها صاحب المنتدى على المشاركين وترتكز

1- نرمين علاء الدين: إدارة استراتيجيات تواصل المنظمات عبر وسائل التواصل الاجتماعي، العربي للنشر والتوزيع، القاهرة، 2020، ص6.

2- فتحي حسين عامر: استطلاعات الرأي العام على الإنترنت، العربي للنشر والتوزيع، القاهرة، 2013، ص17.

عملية المراقبة من طرف مشرفي المنتدى التزام المستخدمين باحترام الضوابط والشروط المنصوص عليها في المنتدى¹.

ويعتبر دان غليمور مؤلف كتاب *We the Media* أن المنتديات الإلكترونية أحد التحركات الإعلامية التي تدخل ضمن نطاق الصحافة الإلكترونية، وأن هناك صنف من أصناف الصحافة الحقيقية تُسيّر في داخل المنتديات الإلكترونية ومجموعات الحوار. وبموجب ذلك فإن المنتديات الإلكترونية ومجموعات الحوار تسمح للمواطنين مناقشة بعض المواضيع من منظور ضيق ومحدد للأفراد التي تعتمد الحصول على الأخبار والمعلومات من هذه التجمعات على الإنترنت، وكثيرا ما يتم عرض الكثير من الأفكار الجديدة أو نشر الأخبار التي لم يتم نشرها في أي مكان آخر في المنتديات ومجموعات النقاش².

2.3. العناصر البنائية التفاعلية المعلوماتية:

1.2.3. محركات البحث:

يُعرّف المبرز في دراسته عام 2010، محركات البحث على أنها: "من أبرز نظم استرجاع المعلومات من الإنترنت نظرا لإمكاناتها العالية وتحديثها المستمر"³.

كما أنها البرامج التي توفر للمستخدمين البحث ضمن موقع الويب، أو مواقع أخرى، ويأخذ محرك البحث داخل الصحيفة مجالين في البحث، البحث الداخلي؛ داخل موقع الصحيفة في إصدار اليوم، أو بقية الإصدارات، وبعض الصحف توفر تحديد قسم معين، أما المجال الآخر فهو البحث الخارجي؛ خارج موقع الصحيفة، وتتكوّن محركات البحث من عدد من البرمجيات، وهي برنامج العنكبوت، البرنامج المسؤول عن التجوال في شبكة الإنترنت لإيجاد صفحات جديدة على الويب لإضافتها إلى قاعدة بيانات المحرك، ويأخذ هذا البرنامج مؤشرات المواقع من عنوان الصفحة، والكلمات المفتاحية التي تضمها، إضافة إلى محتويات محددات الميتا فيها، ولا تقتصر زيارة برنامج العنكبوت على الصفحة الأولى للموقع بل يتابع البرنامج تعقب الروابط الموجودة فيها لزيارة صفحات أخرى⁴.

1- مهند سليمان النعيمي: ألف باء تاء صحافة، المرجع السابق، ص152.

2- مهند سليمان النعيمي: ألف باء تاء صحافة، المرجع نفسه، ص152.

3- سوزان محمد بدر زهر: مهارات البحث على الإنترنت لطلاب القرن الحادي والعشرين، ط1، دار العلوم العربية، بيروت، 2016، ص94.

4- نويرة بنت سيف بنال الدغليبي العتيبي: "أسلوب البوابة في إخراج الصحف السعودية الإلكترونية"، المرجع السابق، ص81.

كما يشير المبرز إلى أصناف محركات البحث كما يلي:

أ. **المحركات العامة:** وهي محركات البحث التي تسترجع المعلومات المتصلة بالمجالات كافة، ومن أهمها (Google) والاسترجاع يتم بناء على استفسار المستفيد.

ب. **المحركات المتخصصة:** وهي محركات البحث التي تسترجع المعلومات المتصلة بمجال موضوعي متخصص، وهي متعددة فبعضها قد يسترجع المعلومات وفق شكل المصدر مثل (PDF)، الصور، الموسيقى، والبعض الآخر قد يسترجع المعلومات في مجال معين.

ج. **المحركات الشاملة:** وهي محركات البحث التي تسترجع المعلومات المتصلة بمجال محدد، عن طريق البحث في عدة محركات في وقت واحد على سبيل المثال (Dogpile)¹.

2.2.3. الأرشيف الإلكتروني:

تُعرّف الأرشيف الإلكترونية بأنها الوثائق في شكل إلكتروني، وبأنها الوثائق التي تُنتج، تُخزّن، تُرسل وتُستقبل في شكل إلكتروني بواسطة أجهزة ومعدات الحواسيب². وتساعد الأرشيف في إثراء الصحيفة الإلكترونية، وتُمكن المستخدم من الاطلاع على الأعداد السابقة للصحيفة بسهولة عبر قاعدة البيانات الخاصة بالصحيفة، وبأشكالها المختلفة: لقطات الفيديو، الصور والمواد المكتوبة³.

كما أن الأرشيف الإلكتروني هو مجموعة من الوثائق الرقمية / الإلكترونية (سواء مخلقة إلكترونيًا، أو كانت ورقية وتم تحويلها لإصدار إلكترونية بواسطة الماسح الضوئي، أو هو مجموعة من الوثائق المحفوظة والمتوفرة في البيئة الرقمية⁴.

وأهم ما يميز الصحافة الإلكترونية الحديثة توفر ما يُعرف بالأرشيف الإلكتروني الفوري (Web Based Archive): هو القدرة على البحث والإبحار بحرية والحصول على النتائج بسرعة ودقة عالية داخل الموقع، ويوجد عدة خصائص في خدمة الأرشيف الإلكتروني في النشر الفوري⁵:

– يُعدّ الأرشيف الإلكتروني أكثر ثراء لأنه يمكن أن يحتوي أشكالًا مختلفة من المعلومات مثل المواد الصوتية، لقطات الفيديو الحية، الصورة، إلى جانب المواد النصية المكتوبة مما يحقق نوعًا من التكامل والثراء في عرض المعلومات.

1- سوزان محمد بدر زهر: مهارات البحث على الإنترنت لطلاب القرن الحادي والعشرين، المرجع السابق، ص94.
2- أحمد أبو بكر الهوش: الأرشيف الإلكترونية الأسس النظرية والتطبيقات العملية، ط1، دار حميثرا للنشر والترجمة، القاهرة، 2019، ص18.

3- منار فتحي محمد: تصميم مواقع الصحف الإلكترونية، المرجع السابق، ص40.
4- أحمد أبو بكر الهوش: الأرشيف الإلكترونية الأسس النظرية والتطبيقات العملية، المرجع السابق، ص18.
5- حسن فراج حسن: تكنولوجيا الإقناع في تصميم مواقع الصحف الإلكترونية، المرجع السابق، ص85.

- حجم ومدى المواد التي يمكن حفظها واسترجاعها في الأرشيف الإلكتروني هائل وكبير جدا مقارنة بالأرشيف التقليدي.
- بجانب سرعة وسهولة استدعاء المعلومات، فإنها أيضا تتغلب على مشكلة المساحة فاعتماد الصحف الإلكترونية على النشر من خلال شبكة الإنترنت يوفر لها مساحات لا متناهية لنشر المعلومات والأخبار بلا أية عوائق مادية.

كما أن الأرشيف في الصحافة الإلكترونية يتيح ما يمكن أن يُطلق عليه بالطبقات الصحفية المتراسة للخبر الواحد تحت يد الباحث أو المستخدم، وهذا يعني أنها تتغلب على مشكلة المساحة المحدودة والضيقة ذات الأطر الحديدية في الصحف الورقية، فالأرشيف الإلكتروني هنا يتيح مساحات لا متناهية لنشر المعلومات والأخبار ويتحرر من بعض العوائق في الصحف المطبوعة، وهذا ما شجع بعض الباحثين الأجانب على إطلاق مصطلح جديد في ظل هذه الثروة الصحفية هو الصحافة التفسيرية، التي تعني إتاحة أكبر قدر ممكن من مصادر المعلومات ومستوياتها لمن يرغب بها¹.

3.2.3. خريطة الموقع:

خريطة الموقع عبارة عن مجموعة الروابط إلى صفحات الموقع المختلفة، في شكل شجري. ويتم بناءها اعتمادا على قائمة المحتويات².

وأیضا، هي عمل فهرسة لصفحات الموقع على هيئة محرك بحثي بواسطة استعمال الروابط الداخلية التي تقوم بهندسة المعلومات تبعا للترتيب الهرمي للمعلومات، تُستعمل خريطة الموقع في عرض تقسيمات وموضوعات موقع الصحيفة عامة وهي تقوم على التصنيف بصورة جيدة³.

حيث يتم وضع خريطة تبين الأبواب الرئيسية للجريدة في صفحة الاستقبال، كما يتم أيضا وضع الخريطة لعناوين الأخبار الرئيسية في كل باب من الأبواب، وتتجلى أهمية هذه الخرائط في تبيان المسارات التي توصل القارئ إلى المضمون الصحفي الذي يريد قراءته⁴.

وتوجد أيضا العناصر البنائية الثابتة وهي تلك العناصر المكونة للصفحة الرئيسية للصحيفة الإلكترونية والتي تتميز بالثبات النسبي وعدم التغير على المدى الطويل.

1- خالد محمد غازي: الصحافة الإلكترونية العربية: الالتزام والانفلات في الخطاب والطرح، المرجع السابق، ص 197.
2- علي كمال شاكر: تطبيقات الإنترنت لإحصائي المكتبات والمعلومات: أسس نظرية وتطبيقات عملية، ط1، الدار المصرية اللبنانية، القاهرة، 2008، ص 246.
3- حلمي محمود محاسب: إخراج الصحف الإلكترونية على شبكة الإنترنت، المرجع السابق، ص 225.
4- ماجد تريان: الإنترنت والصحافة الإلكترونية: رؤية مستقبلية، المرجع السابق، ص 205، 206.

رابعاً: إخراج وتصميم الصفحة الرئيسية للصحيفة الإلكترونية:

1. مفهوم الصفحة الرئيسية Home page:

"واجهة المستخدم (UI) هي طريقة يمكن للمستخدم من خلالها التفاعل مع المنتج. في سياقنا هذا ، نتحدث عن الواجهات الرقمية - على وجه التحديد ، الواجهات الرقمية لتطبيقات الأجهزة المحمولة (التي تعمل على الهواتف الذكية) أو تطبيقات الويب (التي تعمل عادةً في متصفح الويب)"¹.

بالإضافة إلى أن المقصود بالصفحة الرئيسية للموقع (Home Page) والتي تظهر عند كتابة اسم الموقع (URL)، هي نقطة البداية الأولى لتصفح الموقع، والإبحار عبر صفحاته، فهي تقوم بمهمة تعريف المستخدم بالموقع ومضمونه، ويُعنى بالصفحة الرئيسية بالصفحة الدليلية أو الصفحة المدخل (Entry Page) إلى أحد مواقع الانترنت، وتُسمى أيضاً بصفحة البدء والصفحة الأم والصفحة الافتتاحية، وبشكل عام هي مزيج من صفحة عنوان (Title Page)، وقائمة محتويات وفهرس ومقدمة، وهي الصفحة الأولى أو الأعلى في الموقع، وهي عادة تحتوي على مواد استهلاكية وقائمة بالوصلات التشعبية إلى جميع محتويات الموقع أو إلى الأجزاء الأخرى في المواقع الكبيرة².

وتتفرّع واجهة التفاعل أو الاستقبال إلى جزئين: جزء منطقي وجزء آخر محسوس، يرتبط الجزء المنطقي بالمنطق الذي تتفاعل به الصحيفة مع المستخدم، ويرتبط الجزء المحسوس بكل ما يُرى أو يُسمع أثناء التفاعل مع الصحيفة بواسطة الكمبيوتر، ويؤثر التصميم البصري لصفحة الاستقبال على انطباع القارئ نحو الصحيفة، ومدى فهمه لها ورغبته في استعمالها، ويشمل التصميم البصري جميع العناصر المرئية في واجهة التفاعل مثل تنظيم الشاشة، وعرض المعلومات وتقديم المساعدات المرئية³.

1-"What is a User Interface (UI)? lesson 4: UI Principles, User Experience Nanodegree", Udacity, <https://classroom.udacity.com/nanodegrees/nd578/parts/c564aa14-a306-4a27-b2cf-46fc80dc433e/modules/721ef6c4-d283-460a-bc7d-a917d0770260/lessons/f091b548-0ad8-466a-b98b-5a0632e7fa94/concepts/310b86d8-9c44-4c59-84a3-210ee7265f87>.

2- حسن فراج حسن: تكنولوجيا الإقناع في تصميم مواقع الصحف الإلكترونية، المرجع السابق، ص 87.

3- علي عبد الفتاح كنعان: الصحافة الإلكترونية في ظل الثورة التكنولوجية، المرجع السابق، ص 130.

كما تُعتبر الصفحة الرئيسية (Home Page) بمثابة واجهة موقع الصحيفة، وذلك من خلال ما تعكسه من جوانبها المتفردة في هويتها الخاصة، وتتبع أهميتها من كونها الباب الذي ينفذ منه القراء إلى باقي موضوعات الصحيفة، حيث تضم على أبرز عناوين الصحيفة، والعديد من الارتباطات المفيدة التي تنقل المستخدم إلى مختلف صفحات الموقع¹. أضف إلى ذلك، أنّ الصفحة الرئيسية هي المعيار الأول لتقبل الموقع واستحسانه أو عدمه من المستخدم، وهي التي تعطي الانطباع الأول عن الموقع بشكل عام، أي هي التي تُعبّر عن شخصية الموقع وتتمثل مؤشرات جودة الصفحة الرئيسية فما يلي²:

- يجب أن يكون طول عنوان الموقع مناسباً ومعبراً عن مضمون الموقع الإلكتروني.
- زمن تحميل الصفحة الرئيسية.
- ثرائها بالمعلومات؛ حيث يجب الاهتمام بالصفحة الرئيسية عن طريق ثرائها بالمعلومات وترتيب هذه المعلومات في الصفحة، وحسن تصميمها وخلوها من الأخطاء وطريقة التصفح، وعدد الموضوعات المعروضة فيها، والألوان، والخطوط وغيرها.
- يجب أن تكون العناصر في الصفحة الرئيسية هي العناصر الأبرز لمستخدم الموقع.
- يجب ترتيب الأقسام الرئيسية في الموقع، واعتماد طريقة عرض سهلة وواضحة.
- يجب توفر خاصية البحث في الصفحة الرئيسية.
- في الصفحة الرئيسية لا بد من توافر كل أجزاء الموقع المهمة، خاصة الروابط المهمة للصفحات المهمة، مثل الاتصال بنا، عن الموقع، من نحن، الاقتراحات، وغيرها.
- يجب توفر الصفحة الرئيسية على جدول لمحتويات الموقع مصنف بشكل جيد وواضح.

وانطلاقاً من الصفحة الرئيسية يستطيع المستخدم الانطلاق لجميع الصفحات داخل الموقع³، وأيضاً يجب في نفس الوقت "تمكين المستخدمين من الوصول إلى الصفحة الرئيسية من أي صفحة داخلية، وعرض جميع خدمات الموقع في الصفحة الرئيسية،

1- الشركة المصرية العالمية للنشر لونجمان: الإنترنت، ط1، مكتبة لبنان، بيروت، 2004، ص27.
2- حردان هادي الجنابي: الإعلام الإسلامي الإلكتروني: دراسة للمواقع الإسلامية على الإنترنت، ط1، العربي للنشر والتوزيع، القاهرة، 2016، ص81، 82.
3- أسد الدين التميمي: مصطلحات الإنترنت والحاسوب: أول معجم شامل بكل مصطلحات الإنترنت والحاسوب، دار أسامة للنشر والتوزيع، 2009، ص496.

كذلك تمييز الصفحة الرئيسية عن باقي صفحات الموقع، مع الحد من النصوص النظرية في الصفحة الرئيسية وتجنب تطويل الصفحة الرئيسية رأسياً¹.

وتتفرع واجهة المواقع إلى ثلاثة أقسام، هي: الترويسة (Header)، وجسم الصفحة (Body)، وذيل الصفحة (Footer)، ولكل قسم من هذه الأقسام أهميته الشكلية والوظيفية للمواقع الإلكترونية².

وبصفة عامة يوجد صنفين من الصفحات هما³:

1.1. الصفحات الساكنة (Static Websites):

هي تلك الصفحات التي تحتوي على مضمون لا يتغير كثيراً لا يدويا ولا آلياً، ويظل كما هو وقتاً طويلاً وسُميت بالصفحات الساكنة لأنها لا تتفاعل مع المستخدم باستثناء تقليب الصفحة وهي صفحات يسيرة من حيث التصميم وقليلة التكلفة مقارنة بالصفحات التفاعلية، وفي العادة يتم تغيير محتواها إذا ما تم يدويا بواسطة برامج تصميم وتحرير مواقع الويب مثل برامج تحرير النصوص (Editors Text) التي تشمل نوت باد (Notepad) وتكست أديت (Edit Text) وبرامج الواجهة الجرافكية (GUI) وبرامج فرونتبج مايكروسوفت وماكروميديا دريم ويفر.

إلا أن هذا الصنف من المواقع لا يحتوي على خاصية تغيير بياناته بشكل ديناميكي متغير أو قاعدة بيانات يمكن تحديث البيانات من خلالها، حيث يحتاج تغيير أي معلومة أو صورة بأي صفحة الرجوع إلى مصمم أو مطور الموقع ليعيد تغيير هذه المعلومات أو الصور باستعمال أدوات ولغات تطوير المواقع ثم إعادة نشره على الإنترنت مرة أخرى⁴.

2.1. الصفحات المتحركة التفاعلية (Dynamic Websites):

هي تلك الصفحات التي تغير مضمونها بشكل دائم، وهي القادرة والمهيأة للتفاعل مع المستخدم بأساليب مختلفة مثل ما يُسمى ب (Http Cookies) أو بواسطة المتغيرات مثل متغيرات قاعدة البيانات ومتغيرات الملقم وغيرها.

1- تغريد مصطفى علي جمعه: النشر الإلكتروني في الجامعات المصرية، ط1، القاهرة، دار العلوم للنشر والتوزيع، 2018، ص63.

2- حسن فراج حسن: تكنولوجيا الإقناع في تصميم مواقع الصحف الإلكترونية، المرجع السابق، ص87.

3- حسن فراج حسن: تكنولوجيا الإقناع في تصميم مواقع الصحف الإلكترونية، المرجع نفسه، ص89.

4- سلوى أحمد أبو العلا: "تصميم المواقع الإلكترونية في ضوء الاتجاهات الحديثة (دراسة تحليلية من المستوى الثاني)"، المجلة العلمية لبحوث الصحافة، (العدد14)، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، 2018، ص57، 145.

2. العناصر البنائية الثابتة المكونة للصفحة الرئيسية:

تتكون صفحات الويب من أجزاء ظاهرة عند عرضها، وأخرى غير ظاهرة والعناصر الأساسية المشكلة للأجزاء الظاهرة هي الرأس (Header)، والجسم (Body)، والقدم (Footer)، وخريطة الموقع، أدوات الملاحة في الموقع، أدوات تحريك الصفحة، الوصلات، أدوات البحث والأدوات التفاعلية¹.

1.2. ترويسة الصحيفة (Header):

وتقع في القسم العلوي من صفحة الويب، وهي عبارة عن شريط يختلف اتساعه من صحيفة لأخرى، ويضمّ العناصر الرئيسية المرتبطة بالصحيفة الورقية، وهي: شعار الصحيفة بنفس الألوان والخط الذي يظهر على النسخة الورقية، وتاريخ صدور الصحيفة، وتاريخ عدد اليوم، وقت تحديث الصحيفة، ورقم عدد الصحيفة، وتختلف الصحف في تضمينها لهذه العناصر².

كما تضمّ عناصر بنائية أخرى ثابتة نسبياً في الموقع مثل: اللافتة، العنق، الروابط الأفقية، الشريط الإخباري سبتايتل...³

1.1.2. اللافتة: وهي العلامة المميزة للصحيفة، وتُسمى بالإنجليزية (Flag)، وتُعبّر اللافتة عن شخصية الصحيفة واتجاهاتها السياسية والمواقع بشكل عام، لذلك تُعطى عناية خاصة عند اختيارها وكيفية تقديمها، فهناك من يضيف عليها مؤثرات بصرية (لونية، حركية)، وتكون اللافتة مختصرة وواضحة وتُستعمل فيها حروف كبيرة وبشكل إخراجي يحاول أن يكون بارزاً لكي تتسم الصحيفة من خلالها، ومن مميزات اللافتة الاستقرار والثبات لمدة طويلة⁴، وإن كان الثبات نسبي في كل الأحوال واللافتة تمثل هوية الموقع التعريفية الرسمية.

وتُعتبر اللافتة من أبرز العناصر الثابتة التي تميز الصفحة الأولى لجميع الصحف، وذلك لأنها تمثل هوية تعريفية للموقع بالنسبة للمتصفح بعدها العلامة المسجلة له، والتي تشمل في أحيان كثيرة شعارها المميز، لذا تتفاوت الصحف في المكان الذي تضع فيه اللافتة أو اسم الصحيفة لتتمايز الصحف فيما بينها في ذلك، وثبات موقع اللافتة طوال مدة

1- محي الدين تيتاوي: النشر الإلكتروني والإخراج الصحفي، المرجع السابق، ص28.
2- عبير محمد سليم ليد: "إخراج مواقع الصحف الفلسطينية اليومية على شبكة الإنترنت: دراسة تحليلية مقارنة"، المرجع السابق، ص142.
3- زيد منير سليمان: الصحافة الإلكترونية، المرجع السابق، ص40.
4- أحمد حسين الصاوي: طباعة الصحف وإخراجها، المرجع السابق، ص127.

البحث للمواقع المبحوثة جاء متناسبا مع ما تناشد به الأدبيات العلمية في الإخراج الصحفي¹.

2.1.2. الشعار: يُعتبر من العناصر الثابتة في تصميم وإخراج الصحف والمواقع، وهو عبارة عن رمز يأتي دائما مرافقا للافتة ويختلف موقع (الشعار) من صحيفة إلى أخرى تبعا لرؤيتها الخاصة، والشعار هو مجموعة من الخطوط المعبرة بصفة رمزية عن سياسة الصحيفة².

وتهتم بعض الصحف بوضع شعار في رأس الصفحة الأولى، يكون له معنى معين بالنسبة للبلد الذي تصدر فيه الصحيفة، أو الحزب الذي تنطق باسمه، كالشعار الذي تبنته صحيفة (الشعب) وهو: (الثورة من الشعب وإلى الشعب) وهو ماتضعه جريدة (المجاهد) اليومية الجزائرية الصادرة باللغة الفرنسية³.

3.1.2. العنق: كما يوجد مستطيل دقيق تحت اللافتة، في بعض الصحف، يطلق عليه العنق، تُخصّصه للمعلومات والبيانات المرتبطة بها، كما هو الحال في صحيفة (الشرق الأوسط)، أو تُضمّنه شعارها كصحيفة (الشعب الجزائرية)، والبعض الآخر لا يهتم بمثل هذه المستطيلات الدقيقة ولا يجدها ضرورية له، كما هو الحال في جريدة (الأهرام) التي تضع البيانات الخاصة بها في الأذنين، بالإضافة إلى جزء من المساحة الموجودة على جانبي اللافتة⁴.

2.2. الجسم (Body):

يتكون جسم الصفحة من المحتوى الإعلامي ويتمثل في النصوص وغيرها كما يتكون من الوصلات التشعبية التي توفر للمستخدم التبول ضمن نفس الصفحة أو إلى الصفحات الداخلية للموقع أو إلى مواقع أخرى خارجية⁵.

1- بيرق حسين جمعة الربيعي: دراسات وبحوث في الإعلام والصحافة، ط1، دار أمجد للنشر والتوزيع، عمان، 2015، ص55.

2- بيرق حسين موسى: فن الإخراج الصحفي لمواقع الجرائد الإلكترونية، المرجع السابق، ص57.

3- عيسى محمود الحسن: إخراج الصحف والمجلات، المرجع السابق، ص83.

4- عيسى محمود الحسن: إخراج الصحف والمجلات، المرجع نفسه، ص85.

5- عبد الأمير مويث الفيصل: الصحافة الإلكترونية في الوطن العربي، المرجع السابق، ص241.

3.2. القدم أو الذيل (Footer):

ويوجد أسفل الصفحة ويحتوي على الحقوق الفكرية للموقع، ووسائل الاتصال به، وبعض الروابط القليلة للأجزاء المهمة بالموقع، كما يجب على ذيل الصفحة مساعدة المستخدم في تمييز نهاية المضمون (الصفحة) عن نهاية نافذة المتصفح¹. ويسمى (Footer) الذي يمثل مصدر وعمر الصفحة، لما يحويه من تاريخ إنشاء الموقع والجهة الراعية له، ويحوي في العادة بعض المعلومات التي ترى الصحف أنها أقل أهمية، أو التي ترى أنها لا تتطلب وضعها في أعلى الصفحة، والتي تمثل معلومات وخدمات إضافية، كخدمة (RSS)، ورسائل الجوال، ونسخة الكمبيوتر الكفي، أو طرق الاتصال بالصحيفة، وخدمة البحث في الأدلة، وأحياناً يتم إعادة بعض وصلات الموجودة في القوائم العليا نتيجة لابتعاد المستخدم عن الشاشة الأولى للصحيفة نتيجة التفاعل مع مزلاج الصفحة (Vertical Scroll Bar)، كما أن الصحيفة قد توفر من خلال شريط التذييل خيار العودة لأعلى الصفحة².

4.2. مساحة الصفحة الرئيسية

تتعلق مساحة الصفحة الرئيسية "بطبيعة الموقع نفسه وتتمثل ببعدين هما العرض والطول، وعرض الصفحة الرئيسية للموقع يتأثر بالدرجة الأولى بمساحة شاشة الأجهزة... أمّا الطول فهو متوقف على طبيعة الموقع فعادة ما تمتاز المواقع الاعلامية بالطول؛ نظراً لطبيعتها الاخبارية ومواكبتها لتطورات ومجريات الاحداث"³.

5.2. قوائم التجوال والإبحار في موقع الصحيفة الإلكترونية:

ويُطلق عليها أبواب الصحيفة الثابتة، أو الرئيسية، وبعناصر التجوال الأصلية لكونها تضم أجزاء الموقع الرئيسية والتي بواسطتها يستطيع المستخدم التنقل إلى الصفحات الداخلية والتعرض لمحتوياتها، وهي عادة ثابتة في كل صفحات الصحيفة إلا الأرشيف⁴، وتختلف الصحف في عددها إذ قد تحمل قائمتين ثابتة أو أكثر حسب نشاط الموقع واحتوائه على خدمات، أو تمثيله لبوابة معلوماتية، وقد تكون إحدى هذه القوائم جانبية حسب اتجاه اللغة وأخرى أفقية أسفل الترويسة وقد تشغل أكثر من مكان.

1- منار فتحي محمد، تصميم مواقع الصحف الإلكترونية، المرجع السابق، ص181.
2- نوير بنت سيف بنال الدغلي العتيبي: "أسلوب البوابة في إخراج الصحف السعودية الإلكترونية"، المرجع السابق، ص96.
3- عبير محمد سليم ليد: "إخراج مواقع الصحف الفلسطينية اليومية على شبكة الإنترنت: دراسة تحليلية مقارنة"، المرجع السابق، ص151.
4- أحمد محمد الأمين موسى، "توظيف الوسائط المتعددة في الإعلام الإلكتروني العربي"، ورقة عمل مقدمة لمؤتمر صحافة الإنترنت: "الواقع والتحديات" المحور الثاني تقنيات وبرمجيات الصحافة الإلكترونية"، الشارقة، نوفمبر 2005، ص121.

وتتخذ أبواب الصحيفة أشكال متنوعة فالبعض تظهر كوصلات واضحة تنقل المستخدم للعنوان الذي يفيد مباشرة، وأخرى تظهر كعناوين تعرض وصلات منسدلة أو منبثقة، وذلك عند تفاعل المستخدم معها بكيفيتين أما عند نقر العنوان أو المرور، ويُفضّل النوع الأخير لكونه يظهر في حال أن المستخدم لم يقم بالنقر فيوفر له القدرة على الاطلاع على أبواب الصحيفة بمعدل أكبر من الكيفية الذي تعتمد على النقر¹.

ويمكن استعراض أشكال قوائم التجوال حسب هذه الدراسة إلى:

1.5.2. القوائم المنبثقة Popup Menu:

وهي التي تظهر للمستخدم بمجرد وقوفه على أحد عناصر الملاحظة بمؤشر الماوس، فيتولد من هذا العنصر مجموعة من القوائم الفرعية، ثم تعاود تلك القوائم بالاختفاء بمجرد تحريك مؤشر الماوس عنها وتسهم القائمة في تنسيق المعلومات، كما يمكن أن تقوم القوائم المنبثقة بدور خريطة الموقع التي تضمّ على كل تشعبات الموقع وفروعه².

وتتفرّع القوائم المنبثقة من حيث الاتجاه إلى³:

1.1.5.2. القوائم الأفقية: وهي التي تأخذ شكلا أفقيا عند تصميمها داخل الموقع، أما عناصرها التي تتفرّع عنها فمن الممكن أن تأخذ شكلا أفقيا أو رأسيا.

2.1.5.2. القوائم الرأسية: وهي تلك القوائم التي تأخذ الشكل الرأسي في تقديم أجزاء الموقع وأبوابه المتنوعة، وتتواجد تلك القوائم على أحد جوانب صفحة الويب، وتتفرّع العناصر الفرعية منها بطريقة رأسية.

ومن حيث الحركة، تتفرّع إلى⁴:

3.1.5.2. القوائم المختفية: تتسم بأن جزء يسير يظهر منها، يتفاعل معه زائر الموقع الإلكتروني بالفأرة بواسطة إيقاف سهم الفأرة عليه.

4.1.5.2. القوائم العائمة: وهي التي تتحرك مع المستخدم عندما يسحب الصفحة إلى الأسفل، وقد تكون ظاهرة أو مخفية.

1- خالد بن فيصل الفرم: الصحافة الإلكترونية وتطبيقاتها: دراسة مقارنة على عينة من الصحف العربية والأمريكية، المرجع السابق، ص120، 179.

2- عادل فهمي، مصطفى علوان: تصميم المواقع الإلكترونية ومعايير تقييمها، وكالة الصحافة العربية، الجزيرة، 2023، ص80، 81.

3- حلمي محسب: إخراج الصحف الإلكترونية على شبكة الإنترنت، المرجع السابق، ص319، 320.

4- عبير محمد سليم ليد: "إخراج مواقع الصحف الفلسطينية اليومية على شبكة الإنترنت: دراسة تحليلية مقارنة"، المرجع السابق، ص125، 126.

2.5.2. القوائم المنسدلة Dropdown Menus:

تعتبر القوائم المنسدلة للأسفل من أكثر أساليب القوائم شهرة، ويُفسّر ذلك بتعود المستخدم عليه عن طريق برنامج نظام النوافذ Windows، مع العلم أن هذه القوائم قد تكون منسدلة بشكل أفقي أو رأسي¹. وهي تلك القوائم التي لها شكل ثابت، ولا تتغير نتيجة تفاعل المستخدم معها سوى إنسدال القائمة لأسفل.. وتتسم تلك القوائم بأنها لا تشغل حيزاً كبيراً من المساحة، حيث تكون الخيارات مخفية، ويقوم المستخدم بتنشيطه عند وضع المؤشر عليها، ولذا تلجأ المواقع الإخبارية لاستعمالها لحصر مجموعة من الخيارات في مساحة صغيرة².

3.5.2. قوائم القفز Jump Menu:

عبارة عن قوائم ثابتة لا تُظهر خيارات أمام المستخدم بمجرد التأشير عليها بالماوس، وإنما يتغير لونها أو تظهر بحركة خفيفة نشطة بمجرد التأشير عليها بالماوس، وهذه القوائم ينتقل عبرها المستخدم إلى الأبواب الداخلية، مثل: عناوين الأبواب التي تنقل المستخدم إلى الصفحة المخصصة للموضوع، كعنوان باب الرياضة ينقل المستخدم للصفحة المخصصة للأخبار الرياضية وهكذا³.

4.5.2. أساليب عرض قوائم التجوال:

تتمثل هذه الأساليب فيما يلي:

1.4.5.2. نموذج رأس ويسار الصفحة وأسفل الصفحة (TLB): "هو اختصار لـ (Top, left, bottom) أو (Top, left, backup) ويعتبر هذا التصميم من أشهر التصميمات المستخدمة الآن"⁴، حيث نجد أنه في هذا النموذج يتم "تصميم الصفحات على أساس تخصيص الجزء العلوي (Top) لأهم الوصلات التي قد تشمل: خريطة الموقع، وشعار الصحيفة، وقوائم التجوال الرئيسية، أما الجزء الأيسر (Left) فيخصص لعناوين الأبواب الصحفية الرئيسية، أما الجزء الأسفل فيحتوي على اسم الجهة الناشرة أو التي تدير الموقع الإلكتروني للصحيفة والحقوق القانونية للموقع وكيفية الاتصال بالموقع الإلكتروني"⁵.

1- منار فتحي محمد: تصميم مواقع الصحف الإلكترونية، المرجع السابق، ص164.
2- عادل فهمي، مصطفى علوان: تصميم المواقع الإلكترونية ومعايير تقييمها، المرجع السابق، ص81.
3- هيثم مؤيد: "تأثير الأساليب الإخراجية للصحف الإلكترونية على تذكّر الطلاب للمحتوى الصحفي المقدم بها دراسة شبه تجريبية على عينة من طلاب الجامعة"، المرجع السابق، ص44.
4- منار فتحي محمد: تصميم مواقع الصحف الإلكترونية، المرجع السابق، ص184.
5- عبير محمد سليم ليد: "إخراج مواقع الصحف الفلسطينية اليومية على شبكة الإنترنت: دراسة تحليلية مقارنة"، المرجع السابق، ص148.

2.4.5.2. نموذج يمين أو يسار الصفحة Left or Right Column Navigation: يوضع في هذا النموذج "التجوال الرئيسي على العمود الأيمن في حالة الصحف العربية، أو العمود الأيسر في حال الصحف الأجنبية، ويتضمن أهم عناوين الأبواب الخاصة بالصحيفة، وباقي أجزاء الصفحة مخصص للمتن ولأهم الموضوعات الصحفية"¹.

3.4.5.2. نموذج أعلى وأسفل الصفحة Header, Footer: ويتيح هذا الصنف إبحاراً أعلى وأسفل الصفحة مع استعمال عرض الصفحة للنص؛ لذا فالمواقع التي تركز على النصوص تلجأ إليه، حيث يخصص الجزء العلوي Header لأبرز الوصلات (الشعار، عناوين الصحيفة)، بينما تستعمل الجزء السفلي لعناوين الأبواب، والملاحظ أن هذا النموذج دائماً ما يُستعمل في أسلوب البوابة².

3. الإتجاهات الحديثة في إخراج الصفحة الرئيسية:

الاتجاهات الحديثة نقصد بها الأساليب الإخراجية، أي المدارس والمناهج المختلفة المتفق عليها في فن الإخراج الصحفي المعاصر؛ فلم يعد الإخراج الصحفي كما كان عليه في الماضي عندما كانت الصحف تملأ صحفها بالمضامين التحريرية بشكل عشوائي وغير مدروس. أما اليوم فالإخراج الصحفي يركز على عدد من الأسس النفسية والفسولوجية والفنية والصحفية بعد أن تمردت الصحف المعاصرة على نظام الأعمدة، وابتكرت طرق جديدة في الإخراج تستهدف من ورائها جعل القراءة محببة وسهلة بالنسبة للقارئ³.

هذا بالنسبة للصحف الورقية، أما بخصوص إخراج مواقع الصحف الإلكترونية، ونظراً لحدثة الصحف الإلكترونية، لم تظهر مدارس جلية لإخراج الصحف الإلكترونية، حيث يظهر تقارب التصاميم المتبعة في العديد من الصحف حتى وإن اختلفت توجهاتها الفكرية، أو اختلفت مناطق صدورها، لكون هذه التقنية تتميز بالعالمية التي أسهمت وبشكل كبير في تشابه البرمجيات المتوفرة في مجال تصميم وإخراج الصحف والمواقع على الإنترنت⁴.

1- عبيد محمد سليم ليد: "إخراج مواقع الصحف الفلسطينية اليومية على شبكة الإنترنت: دراسة تحليلية مقارنة"، المرجع السابق، ص148.

2- عبيد محمد سليم ليد: "إخراج مواقع الصحف الفلسطينية اليومية على شبكة الإنترنت: دراسة تحليلية مقارنة"، المرجع نفسه، ص148.

3- لجين بنت محمد بن علي أحمد باقاسي: "الاتجاهات الحديثة لإخراج صحافة البيانات (الإنفوجرافيك) في الصحف السعودية"، المجلة العربية للإعلام والاتصال، الجمعية السعودية للإعلام والاتصال، جامعة الملك سعود، (المجلد 20)، (العدد 30)، 2018، ص457، 503.

4- عبيد محمد سليم ليد: "إخراج مواقع الصحف الفلسطينية اليومية على شبكة الإنترنت: دراسة تحليلية مقارنة"، المرجع السابق، ص144.

والإخراج الجيد والفعال للصفحة الرئيسية مهم جدا لأنها تمثل الصفحة الأم لموقع معين على شبكة الإنترنت، حيث تُفتح هذه الصفحة عند الدخول إلى موقع معين، وتضم هذه الصفحة على العديد من الروابط (Links) التي تنقل المستخدم إلى المواقع والمستندات وصفحات الويب الأخرى، التي تردّد عليها باستمرار، ويمكن إنشاء الصفحات المركزية باستخدام لغة (HTML).¹

ولتصميم واجهة مستخدم قوية، ينبغي أن يبدأ المصمم بالنظر في المشكلات والأفكار التي ولدتها نتائج الأبحاث والدراسات، ثم يبتكر حلولاً واقعية يتمكن من خلالها المستخدم التفاعل مع العناصر البنائية لصفحة البداية لحل مشاكله، حيث أنه خلال قيام المصمم بتصميم وبناء واجهات المواقع، غالباً ما تواجهه قيود تصميم إضافية (أشياء تحدّ مما يمكن للمصممين تنفيذه)، فضلاً على أنّ قيد التصميم هو خاصية من خصائص الواجهة التي تحدد ما يمكن تنفيذه، حيث يتضمن ذلك أشياء مثل نوع الجهاز وبالتالي خصائص الشاشة. فعلى سبيل المثال، يختلف تصميم واجهة حيث ينقر المستخدم على شاشة iPhone صغيرة عن تصميم واجهة حيث ينقر المستخدم على شاشة سطح مكتب كبيرة، وبالتالي قد يركز حل التصميم الأمثل لواجهة معينة على القيود الخاصة التي يتعامل معها المخرج. ولحسن الحظ، هناك بالفعل العديد من أنماط التصميم المعروفة، حيث أن نمط التصميم هو حل عام يمكن تطبيقه على نوع معين من المشاكل، وأيضاً تم بالفعل وضع أنماط التصميم للعديد من قيود التصميم الشائعة.²

كما تتسم صحف الإنترنت بإخراجها وتصميمها للصفحة الرئيسية عن طريق اختيار الوحدات البنائية التي تتميز بسهولة ومرونة الاستعمال، ويسرها وفعاليتها على موقع الصحيفة. ولصحف الإنترنت ميزة استرجاع الموضوعات وأسلوب مميز في كيفية عرضها، إذ تُعرض بامتدادات طولية غالباً، ونادراً ما تحتوي على امتدادات عرضية، أي أن الصفحة التي تظهر على شاشة الحاسوب عند التلوج إلى موقع الصحيفة، وتتضمن ارتفاع الشاشة فهي تمثل الامتداد الطولي الأول للصفحة، كما أنها تتسم بالاحتواء على قدر كبير من المواد والوصلات.³

1.3. أسلوب البوابة:

وهو أسلوب يعتمد على عرض مجموعة كبيرة من الروابط التشعبية، والعناوين الخاصة بالأبواب والمضامين الصحفية المنشورة في الصفحات الداخلية، مع عدم تقديم أي تفاصيل حول ما تحتويه الأبواب ومواد الصفحة حيث يتم تقديم ذلك في الصفحات الداخلية، بالإضافة إلى تقديم قصة خبرية واحدة تضم نص وصورة مرافقة، ويعتبر هذا الأسلوب من الأساليب الحديثة؛ لذلك اتجهت كثير من الصحف والمواقع الإلكترونية إلى استعماله، وخاصة المواقع ذات المعلومات والأبواب الغزيرة وهو يشبه أسلوب إخراج مواقع

1- غالب عوض النوايسة: الإنترنت والنشر الإلكتروني، المرجع السابق، ص74.

2- "What is a User Interface (UI)? lesson 4: UI Principles, User Experience Nanodegree", Op, Cit.

3- شريف درويش اللبان: الصحافة الإلكترونية: دراسة في التفاعلية وتصميم المواقع، المرجع السابق، ص54.

محركات البحث وأدلة المواقع الإلكترونية، ويرى البعض أن هذا الأسلوب يعمل على تشتيت القراء لكثرة الروابط وتشعبها¹.

ويتسم هذا الأسلوب باعتماده على ما يلي²:

- العناوين مع قلة المقدمات وندرة المتن.
- استعمال سطور ذات امتداد قصير.
- استعمال أحجام الخطوط الصغيرة مما يتيح عرض أكبر قدر من العناوين.

كما يتيح أسلوب البوابة الإلكترونية مساحة افتراضية واسعة للعناصر البنائية في الصفحة الرئيسية مما يمنح فضاء مريح للمخرج الصحفي لعرض عناصره البنائية الصحفية³.

2.3. أسلوب الوحدة الإلكترونية الواحدة:

هو أسلوب يعرض المعلومات بشكل يسير، وذلك بغرض توجيه المستخدمين إلى المعلومات بشكل مباشر، حيث لا يتطلب منهم بذل مجهود ويعتمد هذا الأسلوب على التركيز على وحدة إلكترونية واحدة، مثل التركيز على إحدى الصور المتحركة أو لقطات الفلاش الكبيرة في الحجم، وتكون مثل هذه الصفحات بطيئة التحميل في العادة. وينتشر استعمال هذا الأسلوب في تصميم مواقع الشركات التجارية أو المواقع الشخصية، وبعض الصحف الإخبارية التي تكثر الإعلانات التجارية على صفحاتها الرئيسية، كما استفادت من هذا الأسلوب المجالات الإلكترونية ذات الأصل الورقي التي تهتم بإبراز الصور الكبيرة والألوان القوية في صفحاتها⁴.

3.3. الأسلوب المختلط:

يُعتبر أسلوب يجمع بين أسلوب الوحدات بوجود عناوين مرافقة لمُلخص سريع، وأسلوب البوابة في عرض مجموعة الروابط التشعبية فقط دون تعليق، بالإضافة إلى وجود وسائط متعددة مرافقة للخبر، وهذا النموذج يمثل قمة التطور الصحفي الإلكتروني؛ لأنه يجمع بين تكنولوجيا النشر التقليدية وتكنولوجيا الوسائط المتعددة، التي تتمثل في الصوت مثل: الراديو والفيديو، بالإضافة إلى اعتماد هذا الأسلوب في التركيز على إحدى الصور المتحركة أو لقطات الفلاش الكبيرة في الحجم المرافقة للأخبار البارزة التي تكون في أعلى الصفحة الإلكترونية كأفضل مركز رؤية للمستخدم، إلا أن هذا الأسلوب يتطلب سرعة عالية؛ لأنه يتسبب في بطء تحميل الصفحات⁵.

1- صالح العنزي: "إخراج الصحف السعودية الإلكترونية في ضوء السمات الاتصالية لشبكة الإنترنت"، المرجع السابق، ص176، 179.

2- حسن فراج حسن: تكنولوجيا الإقناع في تصميم مواقع الصحف الإلكترونية، المرجع السابق، ص90.

3- بيرق حسين جمعة الربيعي: دراسات وبحوث في الإعلام والصحافة، المرجع السابق، ص54.

4- حسن فراج حسن: تكنولوجيا الإقناع في تصميم مواقع الصحف الإلكترونية، المرجع السابق، ص91.

5- عبير محمد سليم ليد: "إخراج مواقع الصحف الفلسطينية اليومية على شبكة الإنترنت: دراسة تحليلية مقارنة"، المرجع السابق، ص147.

كما تعتمد الأساليب السابقة الذكر على مبدأ تنظيم المعلومات بتوزيع الوصلات التشعبية، حيث توجد عدة أنواع، من أبرزها ما يلي¹:

أ. النوع المنتشر: يكون فيه توزيع الوصلات التشعبية على مدى الصفحة وفق إخراج متوازن عن طريق توزيع المواد ووصلات الموضوعات الأكثر أهمية وتأتي عملية الترتيب بالاعتماد على العناوين دون المقدمات وأحياناً معاً أو دون صور مرافقة وفق الأهمية.

ب. النوع المحدد: توزيع الوصلات بنظام إخراجي ثابت غالباً على شكل مربعات محددة تحتوي على مقدمة وصورة أو مقدمة فقط وتُمكن المستخدم على الانتباه للموضوع بشكل أكبر.

ج. النوع المختلط: إدراج الوصلات في نهاية الموضوعات أو دمجها داخل نصوص الموضوعات نفسها، ولا يمكن تمييز الوصلات التشعبية إلا بتركيز النظر أو تمرير الفأرة لتمييز نشاط النص.

4. أساليب عرض الصفحة الرئيسية:

يُعد أساليب عرض الصفحة الرئيسية الكيفية التي يتم فيها عرض مختلف الموضوعات والمضامين على الصفحة الرئيسية للصحيفة الإلكترونية، وقد قسمت الدراسة أساليب العرض إلى ما يلي:

1.4. الأسلوب الأفقي:

يُعد الأسلوب الأفقي الأسلوب الذي يتم فيه عرض مختلف الأخبار وموضوعات الصحيفة بشكل أفقي²، ونجد أن هذا الأسلوب يريح عين القارئ أثناء مطالعة الأشكال والنصوص، كما يتسم بقدرته على تحقيق الوحدة بين عناصر الخبر الواحد، حيث يتيح عرض موضوع متكامل إذ يمكن عرض النصوص والصور والعناوين في شاشة واحدة. إلا أن هذا الأسلوب يعيبه قلة عدد الموضوعات التي يراها القارئ في واجهة الصحيفة³.

2.4. الأسلوب الرأسي:

تقديم الأخبار والموضوعات بأسلوب رأسي، فيتيح عرض عدد من الأخبار والموضوعات متجاورة فيتغلب على ضيق المساحة التي أمام القارئ، وهو الأسلوب الذي يلائم واجهة الصحف التي تستعمل أسلوب البوابة في عرض موضوعاتها، ويعيبه التنافس

1- خالد بن فيصل الفرم: الصحافة الإلكترونية وتطبيقاتها: دراسة مقارنة على عينة من الصحف العربية والأمريكية، المرجع السابق، ص126.

2- زيد منير سليمان: الصحافة الإلكترونية، المرجع السابق، ص41.

3- حلمي محسب: إخراج الصحف الإلكترونية على شبكة الإنترنت، المرجع السابق، ص271.

بين العناوين التي لها نفس المساحة والموقع والحجم والخط، وازدحام الشاشة أمام القارئ مما قد يربك القارئ في تحديد الموضوع الذي يرغب بقراءته¹.

3.4. الأسلوب المختلط:

وهو الأسلوب الذي يجمع بين العرض الرأسي والأفقي ويتسم بتقديم موضوعات متعددة مع الاحتفاظ بقسم من مساحة الشاشة تعرض فيه الصحيفة موضوع متكامل ويعيب هذه الكيفية إرباك نظر القارئ بين الكيفيتين².

5. الإعلان الإلكتروني في مواقع الصحف الإلكترونية:

1.5. مزايا الإعلان عبر شبكة الإنترنت:

صارت شبكة الإنترنت وسيلة إعلانية مهمة، تتيح العديد من المنافع والمزايا الرئيسية للإعلان عبرها، منها تخصيص الإعلان، والتفرد (Individualization) والتفاعل (Interactivity)، والنشر الفوري، وفعالية التكلفة. كما يشير التفرد إلى أن المستخدم يتحكم في تدفق المعلومات، وتؤدي هذه الخاصية، إلى القدرة على استهداف أو توجيه الإعلانات والعروض الترويجية للمستهلك المهتم أو المعني بها، ويسمح التفاعل (الذي يشترك مع التفرد) للمستخدمين إمكانية تحديد المعلومات التي يرون أنها ذات علاقة بالعلامة التجارية، كما يسمح أيضا لمديري العلامات التجارية إمكانية بناء علاقات مع العملاء عبر الاتصالات ثنائية الاتجاه، فعلى سبيل المثال، يمكن للمستخدم اختيار تخصيص ثنائية واحدة أو 15 دقيقة للرسالة الإعلانية، وأيضا يمكنه أن يدخل في محادثة صوتية فرعية خاصة بالرسالة التجارية، أو طلب معلومات إضافية بضغط زر أو لمس شاشة أو بنقرة ماوس، وهناك فائدة أو خاصية أخرى هي النشر الآني للمعلومات والمضمون، دون وجود عوائق جغرافية أو زمنية، كما أن شبكة الإنترنت تميل إلى أن تكون أداة فعالة جدا من حيث التكلفة³.

إن التصميم الفعال يجب أن يتسم بالقدرة على لفت الانتباه وإثارة الاهتمام بالنسبة للمستهلك المرتقب وأن يساعد على توفير الرقابة على الكيفية التي يتم بها مشاهدة أو قراءة الإعلان. فالرسالة الإعلانية قد تكون صادقة متصلة بمتطلبات المستهلك وهامة في نفس الوقت بالنسبة له ولكن أسلوب تصميمها لا يُمكن المعلن من التأثير على المستهلك لاقتناء السلعة. ومعظم العاملين في النشاط الإعلاني يُجمعون على أن التصميم الفعال يجب أن تتوفر فيه مجموعة من السمات والمعايير الفنية، ومنها: التوازن، التناسب، حركة العين، التضاد، الوحدة في الإعلان والبساطة⁴.

1- نوير بنت سيف بتال الدغليبي العتيبي: "أسلوب البوابة في إخراج الصحف السعودية الإلكترونية"، المرجع السابق، ص272.

2- نوير بنت سيف بتال الدغليبي العتيبي: "أسلوب البوابة في إخراج الصحف السعودية الإلكترونية"، المرجع نفسه، ص273.

3- حسين نيازي الصيفي: وسائل الإعلان ونقاط الاتصال، ط1، مكتبة الملك فهد الوطنية، الرياض، 2020، ص60.

4- علي فلاح الزعبي: الإعلان الفعال: منظور تطبيقي متكامل، دار اليازوري العلمية للنشر والتوزيع، عمان، 2008، ص174، 175.

ويمكن الإعلان في الإنترنت من خلال إنشاء موقع أو بواسطة البريد الإلكتروني، وهذا يعود بالعديد من الفوائد على المنظمة، منها¹:

- خلق الوعي والإدراك بالمؤسسة ومنتجاتها.
- إثارة الاهتمام: من خلال إثارة الجمهور بالموقع وبالتالي إثارة ميولاتهم بالخدمات والمنتجات.
- نشر المعلومات.
- تشكيل صورة ذهنية عن المؤسسة.
- تخفيض التكاليف في تقديم الخدمة.

2.5. أنواع الإعلانات الرقمية²:

1.2.5. من حيث الشكل:

- الإعلانات الثابتة
- الإعلانات المتحركة

2.2.5. من حيث المضمون:

- إعلان ترفيهي
- إعلان تذكيري
- إعلان إخباري
- إعلان تنافسي (الشركات المشابهة)
- إعلان تعليمي (كيفية الاستفادة من الموقع)
- إعلان خدمي
- إعلان إرشادي
- من حيث التفاعلية:
- إعلان تفاعلي
- إعلان غير تفاعلي

1- عبد الرزاق الدليمي: الإعلان في القرن الحادي والعشرين، ط1، دار اليازوري للنشر والتوزيع، عمان، 2015، ص253.

2- بيرق حسين جمعة الربيعي: دراسات وبحوث في الإعلام والصحافة، المرجع السابق، ص103، 104.

3.5. مراحل تصميم الإعلان:

يمرّ تصميم الإعلان بعدد من الخطوات والمراحل المتتالية حتى يتم في صورته النهائية وتقديمه للجمهور المستهدف وهي¹:

1.3.5. النماذج المبدئية الصغيرة: وتمنح هذه النماذج التصور العام للتصميمات والأفكار الإعلانية المختلفة بغرض اختيار أنسب تلك النماذج للسلعة ولطبيعة الفكرة والرسالة الإعلانية، وتكون صغيرة الحجم ويتم رسمها في إطار التجارب التي تهدف للوصول إلى التصميم النهائي ولا تضم أية تفاصيل ولكن تحتوي فقط على المكونات الأساسية للإعلان.

2.3.5. النماذج التقريبية: بعد حصول الموافقة على أحد النماذج الصغيرة يباشر المصمم إعداد الرسم في حجم أكبر وبنفس حجم الإعلان النهائي وهذا النموذج يضم معظم التفاصيل المطلوبة مثل عناصر الإعلان مع توضيح المكان الذي سيوضع فيه كل عنصر وشكل الحروف للعناوين وكذلك العناوين الفرعية ونوع الخط المستخدم...إلخ. وتعدّ هذه النماذج مهمة لأنها تُعدّ مرحلة الوسط بين النماذج المبدئية والنماذج النهائية ومن ثم تساهم في تقليل التكاليف إذا ما تم رسم النموذج النهائي ولم يحظى بالموافقة وتُعدّ فرصة لتحليل عناصر الإعلان من كافة جوانبه مما يعمل على رفع مستوى الخبرات وكذلك توجيه الانتقادات أو الملاحظات قبل أن يتم وضع الإعلان بشكله النهائي.

3.3.5. النموذج النهائي: بعد الموافقة على النموذج التقريبي المُقدّم للمعلن يُعاد تصميمه مرّة ثانية كي يصير في شكله النهائي مع تحديد مساحات كل عنصر من العناصر المكونة للإعلان بشكل دقيق وترتيب الصور المتفق عليها ورسم الرسوم وكتابة العناوين ووضع الألوان ويوقع بعد ذلك المعلن على النموذج بالموافقة.

ولا يوجد أي شك في أهمية الإعلان ومدى فعاليته حيث تعددت وسائل الإعلان لتشمل جوانب كثيرة من حياتنا، ففي السابق كنا نشاهد التلفاز دون أي فواصل إعلانية أما الآن فنادرًا أن نشاهد برنامجًا دون انقطاع نتيجة لكثرة الفواصل الإعلانية ناهيك عن وسائل الإعلام المقروءة من صحف ومجلات التي تصل نسبة الإعلانات فيها إلى ما يزيد عن 40%، وفي حقبة الألفية الثالثة أو ما يُدعى بالعصر الإلكتروني فيلاحظ من عاصر بدايات القرن السابق بأن التوجه الحالي للإعلانات الغالب والشائع في شبكة الإنترنت يُسمى إعلانات الترويسة (Banner Ad) وهي عبارة عن مساحة محجوزة لعرض رسائل أو صور أو إعلانات تجارية على مواقع الإنترنت والمساحة تأتي في أحجام مختلفة إلا أن الحجم الأكثر شعبية ورواجًا هو 260×486.

1- علي فلاح الزعبي: الإعلان الفعال: منظور تطبيقي متكامل، المرجع السابق، ص173، 174.

2- عبد الرزاق الدليمي: الإعلان في القرن الحادي والعشرين، المرجع السابق، ص249.

والموقع الأمثل لمكان عرض الإعلان الرقمي على مستوى موقع الصحيفة الإلكترونية حسب المختصين وخبراء التسويق أن يكون في المواقع التالية: (في رأس الصفحة، يمين أعلى الامتداد الأول للصفحة الرئيسية، يسار أعلى الامتداد الأول للصفحة الرئيسية، وسط الامتداد الأول للصفحة الرئيسية، على أحد جانبي الامتداد الثاني للصفحة الرئيسية، وسط الامتداد الثاني للصفحة الرئيسية، وهكذا مع باقي الامتدادات الثالث والرابع والخامس...)¹.

4.5. الأساليب الإخراجية للإعلان الرقمي²:

يُعتبر تصميم وإخراج الإعلان من أهم عناصر هيكل الإعلان وأكثرها تأثيراً في إيصال الرسالة الإعلانية إلى المستهلك المحتمل، كما أن الجوانب السيكولوجية النفسية لها تأثير كبير على الإعلان، والأثر الفعلي لهذه الجوانب لا يبرز إلا في الشكل الإخراجي للإعلان وذلك باستعمال الصورة والصوت التفاعلي مع الاستعانة بتقنيات ثلاثية الأبعاد في التعبيرات التصويرية وكذلك تطبيق ميزتا الإيجاز والدقة³.

كما برزت أساليب إعلانية عديدة، أفرزتها شبكة الإنترنت، ومواقع الويب، التي ساهمت في ظهور الإعلان بأشكال جذابة مختلفة من أبرزها:

1.4.5. الإعلان عبر محركات البحث:

بصفة عامة، يشير إعلان محرك البحث إلى ظهور الإعلانات على شبكة البحث بجوار نتائج البحث على محرك كغوغل مثلاً، عند تنقيب الأفراد عن المنتجات والخدمات المُعلن عنها، ولا يدفع المُعلن إلا عند نقر الأفراد لزيارة موقع الويب أو الاتصال بنشاط المُعلن التجاري، عادة ما يتم استهداف إعلانات البحث عن طريق مطابقة مصطلحات البحث الرئيسية (الكلمات الأساسية) التي يتم إدخالها على محركات البحث. ويحتل الإعلان عبر محرك البحث مقدمة الأشكال الإعلانية عبر الإنترنت من حيث الإنفاق الإعلاني العالمي، الذي وصل عام 2018 م إلى 95 مليار دولار. ويُعتبر (Google, Yahoo, Bing) من أكثر محركات البحث شيوعاً واستعمالاً، يتقدمهم محرك البحث المهيمن (Google) في جميع أرجاء المعمورة⁴.

وهذا الصنف من الإعلانات يحاول وضع الرسائل أمام الأفراد الباحثين عن سلعة معينة وهو ما ينسجم مع ميولاتهم عند اقتناء السلعة أو طلب الخدمة، ويمكن أن يكون ذلك عوناً لهم، وهناك قاعدة مهمة في التخطيط الإعلاني هي أن الإعلان يحقق فعاليته من خلال مقابلة احتياجات المستهلك جاهز كما يتفق مع نظرية الحداثة والتي تعني أن الإعلان

1- بيرق حسين جمعة الربيعي: دراسات وبحوث في الإعلام والصحافة، المرجع السابق، ص105.

2- بيرق حسين جمعة الربيعي: دراسات وبحوث في الإعلام والصحافة، المرجع نفسه، ص104، 105.

3- بيرق حسين جمعة الربيعي: دراسات وبحوث في الإعلام والصحافة، المرجع نفسه، ص110.

4- حسين نيازي الصيفي: وسائل الإعلان ونقاط الاتصال، المرجع السابق، ص63.

يكون أكثر فعالية إذا كان قريبا من وقت الشراء. والكلمات الرئيسية من أهم النقاط في إعلان محرك البحث¹.

ال(SEM) هو اختصار لكلمة (Search Engine Marketing) ومع كثافة استعمال مصطلح (SEO) و(SEM) قد يصعب على البعض التفريق بينهما خصوصا أن لهما نفس الحرفيين الأولين. فعلى عكس ال(SEO)، الذي يُعدّ من أهم الأدوات لزيادة عدد مستخدمي الموقع وترتيبه في محركات البحث، حيث يُعدّ الهدف الوحيد من ال(SEM) هو دفع حركة المرور، والحصول على أعلى تصنيف في نتائج البحث، عن طريق عملية مدفوعة الأجر، وتتيح محركات البحث هذه الخدمة لأولئك الذين يستهدفون تصنيفهم في مرتبة أعلى، وهي عادة ما تكون مكلفة، إذ أن المواقع تدفع لكي تكون متصلة بالكلمات الرئيسية التي تكلف الكثير لتظهر على الصفحة الأولى وتظهر كلما تم البحث عن تلك الكلمات / العبارات. ويستعمل ال(SEM) الإعلانات المدفوعة، القوائم المدفوعة، الدفع عن كل نقرة بالإضافة إلى العديد من الخدمات والوظائف التي تقدمها محركات البحث الأخرى التي تدعم فكرة دفع المال لزيادة معدلات التعرض والتحويل².

2.4.5. الشريط الإعلاني:

هو "أسلوب إعلاني يستخدم من قبل الشركات المعلنة في مواقع أخرى (غير موقعها الإعلاني) ويتضمن بيانات مختصرة عن المؤسسة أو الشركات أو السلع وبشكل وألوان جذابة"، بحيث تدفع المستخدم للضغط على الموقع المخصص في هذا الشريط وهو ما يطلق عليه بالارتباط التشعبي للوصول إلى الموقع الخاص بالمنظمة أو الشركة المعلنة³.

ويتميز الشريط الإعلاني بأنه عبارة عن شريط تتراوح مساحته ما بين (5% و 10%) من مساحة الشاشة، ويوضع الشريط في قمة الصفحة أو في النهاية، ويوجد داخل إطار ويصل المستخدم إلى معلومات هذا الشريط الإعلاني بالنقر عليه⁴.

وتكمن قيمة الشريط الإشهاري في أهميته للمستخدم ومدى قدرته على جذب المستخدمين إلى موقع المؤسسة وتعزيز اسم المنتج أو السلعة، ومن ثم العلامة التجارية، وإتاحة معلومات وبيانات تفصيلية ذات علاقة بالسلعة والمؤسسة، إضافة إلى زيادة عدد المشتريين المحتملين للمنتج عن طريق تسويقه وترويجه عبر شبكة الإنترنت⁵.

1- حسين نيازي الصيفي: وسائل الإعلان ونقاط الاتصال، المرجع السابق، ص63، 64.

2- حسين نيازي الصيفي: وسائل الإعلان ونقاط الاتصال، المرجع نفسه، ص64، 65.

3- سعيد جمعة عقل، نورالدين أحمد النادي: التسويق عبر الإنترنت، مكتبة المجتمع العربي للنشر والتوزيع، عمان، 2007، ص95.

4- حسنين شفيق: الإعلام التفاعلي، المرجع السابق، ص239.

5- أحمد النادي نورالدين وآخرون، الإعلان (التقليدي والإلكتروني)، مكتبة المجتمع العربي، عمان، 2011، ص178، 179.

3.4.5. الإعلانات الثابتة (Basic Banners):

والشريط الإشهاري إما أن يكون ثابتاً أو متحركاً، فالشريط الثابت يمكن للمستخدم أن ينقر عليه لكي يتجه إلى موقع المعلن، أو يتمّ التفاعل مع الإشهار ذاته لتقديم البيانات التفصيلية، ويُعاب على هذا النوع من الإعلانات قلة قدرته على جذب الانتباه بسبب ضعف حيويته¹.

4.4.5. أسلوب إعلان الرسوم المتحركة:

أما الشريط المتحرك فهو يحتوي على عناصر غرافيكية وصور ثلاثية الأبعاد وعناصر يمكن تقريبها وتحريكها محققةً بذلك هدفاً خاصاً يتمثل في زيادة مساحة النص والصور المعروضة، والتي يتم تغييرها أثناء الإشهار مقارنةً بالإشهار الثابت الذي لا يعرض سوى شيء واحد، كذلك فإن الشريط المتحرك يدعم قدرة الجمهور على التذكر المستند إلى لفت الانتباه، وقد ابتكرت بعض الأشكال من الشرائط المتحركة يطلق عليها (Virtual Tags) تتسم بتفاعلية أكثر، حيث يمكن للمستخدم أن يقوم بعدة أفعال عن طريق أوامر مثل (Click Here) و (Buy Here) دون أن يغادر الصفحة الموضوع عليها الإشهار².

إن التقنية التي تكمن وراء أسلوب إعلان الرسوم المتحركة، استعمال تقنية (Gif) ذات الرسوم المتحركة البسيطة إلى حد كبير، وأن تقنية (Gif) سيتم ذكرها لاحقاً، كما تسمى أيضاً لقطات، كما في الرسوم المتحركة تظهر في كل لقطة في صفحة الويب لمدة محددة من الزمن ولعدد معين من الظهور، يحدد المخرج زمن وعدد مرات ظهور هذا الأسلوب، كما وأن تغيير الصور بين اللقطات يعطي الإحساس بأن هذا الأسلوب متحرك³.

5.4.5. الوسائط الغنية (إعلانات النوافذ المنبثقة والبينية والفيديو): لإعلانات الوسائط الغنية عدة أنواع، من أبرزها ما يلي:

1.5.4.5. أسلوب إعلان الفاصل (البيني):

لا بد لهذه الأساليب أن تكون منسجمة مع الأساليب المستعملة في إخراج المواقع وتتباين وتتوافق معها، كي لا يكون الإعلان شاذ عن الموقع من حيث الشكل الفني، وبالتالي لا يؤدي دوره الإعلاني المطلوب منه، إذ يحتاج إعلان الإنترنت شكلاً يتناسب وآليات الوسيلة (الإنترنت) لأن المفاهيم والمبادئ والتقنيات المستعملة في الإعلانات التقليدية لا تنطبق على الإعلانات الرقمية، بالرغم من ثبات بعض الاحتياجات الفنية الأساسية⁴.

1- صليحة غلاب، ليليا عين سوية: الإشهار الإلكتروني: متطلباته، أشكاله، أساليبه، المرجع السابق، ص108.
2- صليحة غلاب، ليليا عين سوية: الإشهار الإلكتروني: متطلباته، أشكاله، أساليبه، المرجع نفسه، ص108.
3- زينب ليث عباس: "الأساليب الفنية للإعلان في شبكة المعلومات العالمية"، رسالة ماجستير، كلية الإعلام، جامعة بغداد، 2006، ص80.
4- بيرق حسين موسى: فن الإخراج الصحفي لمواقع الجرائد الإلكترونية، المرجع السابق، ص64.

واشتقت كلمة (Interstitial) من الكلمات اللاتينية (Inter) ويُقصد بها بين، و(Stitial) فعل يضع، وبالتالي فالتعريف "يضع بين" هو بالتحديد ما يقوم به ال (Inerstitial adv)، فالإعلانات البينية هي التي تظهر بين (وليس داخل الصفحة، كما هو الحال مع النوافذ المنبثقة) صفحتين على شبكة الإنترنت، عندما يرغب الفرد الانتقال من صفحة إلى صفحة أخرى. كل من الإعلانات المنبثقة والبينية هي إعلانات تطفلية، اقتحامية، ولكن بكيفيات مختلفة. الفرق بين إعلان النوافذ المنبثقة والإعلان البيني هو أن البيني لا يقطع تجربة المستخدم التفاعلية، لأنه يظهر بينما ينتظر المستخدم تحميل الصفحة، على عكس الإعلان القافز. ومع ذلك، فإن المستخدمين لديهم سيطرة أقل على الإعلان البيني لأنه لا يوجد خيار خروج لإيقافه أو حذفه، مثلما يوقفون إعلانات النوافذ المنبثقة، بمعنى آخر مع الإعلان البيني، يجب على المستخدمين الانتظار حتى يتم عرض الإعلان بالكامل¹.

2.5.4.5. الإعلانات القافزة أو المنبثقة (Pop-up ads):

تظهر هذه الإعلانات للمستخدم عند زيارته للموقع ناشر الإعلان حيث يظهر الإعلان في نافذة جديدة منفصلة عن النافذة الخاصة بالموقع الناشر. هذه النافذة تضم صفحة الموقع المعلن عنه ولا تُغلق هذه النافذة الإعلانية حتى يغلقها المستخدم بنفسه. ويُستعمل هذا النوع من الإعلان لزيادة عدد المستخدمين حيث يمكن أن يزيد عدد المستخدمين بواسطة هذا الإعلان بنسبة كبيرة لأن كل مستخدم يدخل إلى الموقع الناشر فإن الموقع المعلن عنه الذي ينبثق عن الموقع الناشر يكون قد دخل إليه هذا المستخدم. وميزة هذا النوع من الإعلان تتوقف على مضمون الموقع المعلن عنه، فإذا كان مضمونه جيد يمكن أن يحفظ المستخدم العنوان الخاص به ويقوم بزيارته مرة أخرى. أما إذا كان مضمونه تقليدي عادي فيتجاهله المستخدم عن طريق إغلاق النافذة بأسرع وقت ممكن².

وهناك الإعلانات المنبثقة من أعلى أو العلوية (Pop-Up)، وأخرى من أسفل أو السفلية (Pop-Under)، وتُفتح في نافذة متصفح جديدة نتيجة الضغط على رابط المضمون، حيث تم تصميم بعض الإعلانات لتبدو عند ولوج المستخدم للموقع، لحثه على النقر على رابط معلومات إعلاني، بينما أن البعض الآخر هو النتيجة غير المرغوب فيها للنقر على رابط لا علاقة له بالإعلانات المنبثقة. وبالرغم من أن بعض المعلنين يظنون أن النوافذ المنبثقة العلوية والنوافذ المنبثقة السفلية هي أشكال فعالة للإعلان، إلا أن البعض الآخر يرى نقيض ذلك، حيث أدت شكاوي المستهلكين إلى عدم قبول بعض المواقع لهذه النماذج الإعلانية. وكشفت دراسة حديثة أن 93% من المجيبين وجدوا أن الإعلانات المنبثقة مزعجة جدا. لذا يمكن حظر هذا النوع من الإعلان عن طريق حاصرات النوافذ المنبثقة من الظهور على الشاشة³.

1- حسين نيازي الصيفي: وسائل الإعلان ونقاط الاتصال في العصر الرقمي، المرجع السابق، ص75، 76.
2- ريم عمر شريته: الإعلان الإلكتروني مفاهيم واستراتيجيات معاصرة، ط1، دار التربية الحديثة، عمان، 2017، ص29.
3- عبد الباسط أحمد هاشم شاهين: الإعلان: الإبداع، الاستراتيجية، التكتيك، ط1، دار أمجد للطباعة والنشر، عمان، 2020، ص303.

3.5.4.5. إعلانات الفيديو:

تشهد إعلانات الفيديو نموا كبيرا في مجال الإعلان الإلكتروني لأن التأثير على المشاهدين يكون أكبر بوجود الصوت والصورة والحركة، وعادة تتراوح مدة الفيديو الإعلان من 15 ثانية إلى عدة دقائق، حيث أن بعض إعلانات الفيديو يتم تشغيلها تلقائيا عند فتح الموقع ناشر الإعلان والبعض الآخر يتطلب النقر على زر تشغيل الفيديو المتاح في الفيديو الإعلان. وتعدّ إعلانات الفيديو من أكثر أنواع الإعلانات الإلكترونية تكلفة. وكذلك يمكن استعمال برمجيات من قبل المستخدمين لحجبها¹.

وتحتوي أنواع إعلانات الفيديو المتاحة عبر موقع غوغل: الإعلانات ضمن البث المباشر القابلة للتخطي، والإعلانات ضمن البث المباشر غير القابلة للتخطي، وإعلانات (Video discovery)، والإعلانات خارج البث، وإعلانات الملصقات الصغيرة².

وهناك من الباحثين من ذكر عدة أساليب إخراجية للإعلان الإلكتروني، هي:

أ. **الأسلوب التقليدي:** (ثابت غير متحرك، صامت غير متحدث، الإعلانات المبوبة)

ب. **أسلوب الراية:** شريط أفقي يُستخدم بتقنية الفلاش ويتسم بالتفاعلية.

ج. **أسلوب الفاصل:** ويستعمل هذا الأسلوب بهدف وضع الإعلانات بين صفحات الموقع أثناء التصفح.

د. **أسلوب الوسائط الغنية:** ويحتوي كافة أصناف الوسائط المتعددة الفائقة.

1- ريم عمر شربتج: الإعلان الإلكتروني مفاهيم واستراتيجيات معاصرة، المرجع السابق، ص30، 31.
2- حسين نيازي الصيفي: وسائل الإعلان ونقاط الاتصال في العصر الرقمي، المرجع السابق، ص76، 77.

الفصل الرابع :

عرض وتحليل نتائج الدراسة

أولاً: عرض وتحليل نتائج الدراسة:

1. عرض وتحليل النتائج المتعلقة بالاتجاهات الإخراجية في الصفحة الرئيسية للعينة محل الدراسة:

1.1. العناصر البنائية الإخراجية:

1.1.1. العناصر البنائية الأساسية:

1.1.1.1. العناصر البنائية التقليدية:

1.1.1.1.1. نوع الخطوط المستخدمة:

"الخط هو أحد قواعد التصميم كونه العنصر المرئي الشائع، حيث يُمكن المصممين في توجيه العين في تصميم الصحف الإلكترونية من خلال إضافة التركيز والتأكيد أو التعبير عن حركة في التصميم أو إضافة عمق أو الكشف عن تركيب داخل التصميم، فإذا تم استخدام الخطوط لتوجيه أعين المستخدمين وجمهور الصحف الإلكترونية لرسالة معينة ثم استخدمت الألوان إلى جانب الخطوط فإن ذلك يعمل على شدّ انتباه المستخدمين لفترة طويلة كافية لقراءة المعلومات التي يرى المصمم أنها يجب أن تُقرأ لأهميتها، وتنقسم الخطوط إلى نوعين الأول: خط مستقيم وهو يضفي الهدوء والراحة والاسترخاء على التصميم وندركه على مستويين الأفقي وهو ما ندركه أولاً لتماشيه مع رؤية العين السلسلة، ثم يتلوه الرأسى كونه أقل سلاسة في انتقال العين، أما النوع الثاني فهو الخط المتعرج الذي ندركه إدراكاً كلياً وليس جزئياً نظراً لصعوبة رؤيته بشكل كامل وهو يضفي على التصميم الإثارة وعدم الاستقرار والحركة"¹.

ومن السمات المطلوبة في الخط إمكانية توفير الإنقرائية، التي يُقصد بها انسياب عملية القراءة وتحوّل العين بسهولة على المحتوى مما يسمح باستيعاب القارئ للمعنى دون أي مشاكل، وتوجد معايير تحكم النصوص المنشورة على الويب التي يتصفحها المستخدم المتمتع بالقدرات البصرية على شاشة الحاسب الآلي. ويُعنى بوضوح القراءة Legibility هو تمييز المتصفح بين الحرف والحرف الآخر، في حين أن يسر القراءة أي الإنقرائية Readability تُعرّف بأنها: سهولة فهم القارئ لأجزاء كبيرة من النص دون أي عوائق، كما يتحكم في يسر القراءة قواعد أهمها: المسافة بين السطور، اتساع السطر، المسافة بين الكلمات، والمسافة بين السطور تسير إلى المسافة الرأسية بين سطرين من النص، والمعيّار المحدد لضبط المسافات بين السطور هو ترك مسافة بين كل سطرين اثنين تراوح حجمها

1- عبد الله عبد الرحيم معوض: تصميم المواقع الإخبارية: الرؤية - المنهج - القياس، العربي للنشر والتوزيع، القاهرة، 2019، ص77، 78.

الفصل الرابع عرض وتحليل نتائج الدراسة

بين حجم الحرف المكتوب به النص مضاف إليه ثلثه وبين حجم الحرف مضاف إليه نصفه حتى وإن وصل حجم الحرف إلى 12 نقطة حتى 18 نقطة أو ما يزيد عن ذلك¹.

وفي الفنون الصحفية تنقسم النصوص إلى ثلاثة أنواع، هي: العناوين، المقدمات والجسم أو المتون؛ حيث لكل نوع أسس تديره داخل البناء الشكلي للصحيفة، وفيما يلي يتطرق الباحث إلى أنواع وأحجام الخطوط المستخدمة في العناوين والمتون لموقعي الصحيفتين الجزائريتين اليوميّتان على شبكة الإنترنت، ويستعين لمعرفة أنواع وأحجام الخطوط المستخدمة بأكواد الموقع، التي من خلالها يمكن معرفة نوع الخط وحجمه واتساع السطور وغيرها من خصائص الخط المستخدم. بالإضافة إلى الاستعانة بإضافة extension في المتصفح تسمى Whatfont-What html font*.

جدول رقم (03): يوضح نوع وحجم الخطوط المستخدمة

TSA	الشعب أونلاين	الصحيفة الإلكترونية الخط المستخدم	
		Lato	Almarai
19.5 – 15 – 12.75	– 12 – 11.25 – 9 – 19.5 – 15 – 13.5 22.5	حجمه (بالبنط)	
Georgia - Arial	Almarai	نوعه	المتن
12 – 9	15 – 12	حجمه (بالبنط)	
ثلاث خطوط	خط وحيد	عدد الخطوط المستخدمة	

يُظهر الجدول رقم (03) أن موقعي الصحيفتين الإلكترونيّتين "الشعب أونلاين" و"Almarai" قد استخدمتا نوعين من الخطوط في كتابة العناوين وتتمثل في: Almarai بالنسبة لموقع صحيفة الشعب أونلاين وخط Lato بالنسبة لموقع صحيفة TSA، أما بالنسبة للمتّن فقد استعملت الصحيفتين الإلكترونيّتين ثلاثة أنواع من الخطوط تمثلت في Almarai بالنسبة لصحيفة الشعب أونلاين وخطي Georgia و Arial بالنسبة لصحيفة TSA.

1- حسن فراج حسن: تكنولوجيا الإقناع في تصميم مواقع الصحف الإلكترونية، المرجع السابق، ص72.
* إضافة Whatfont تساعد في معرفة خصائص أي خط في أي صفحة ويب، المثلثة في حجم الخط، لونه وعائلته.

الفصل الرابع عرض وتحليل نتائج الدراسة

بخصوص أحجام الخطوط المستخدمة، تراوحت أحجام العناوين في موقع الصحيفة الإلكترونية "الشعب أونلاين" بين (9 – 11.25 – 12 – 13.5 – 15 – 19.5 – 22.5) بنط*، بينما أحجام الخط المستخدم في المتن هي: (12 – 15) بنط، وهذا أمر منطقي فالعنوان عادة لا يكتب بنفس الحجم إذ يتغير حسب أهمية الموضوع، فالعنوان الأكبر حجماً هو الأكثر أهمية والعكس.

بينما في موقع صحيفة "TSA" تراوحت أحجام العناوين بين (12.75 – 15 – 19.5) بنط، أما أحجام الخطوط المستخدمة في المتن فتتراوحت بين: (9 – 12) بنط، هذا التنوع في الأحجام بحسب أهمية المواضيع كما ذكر سابقاً ولضمان تدرج بصري حسب أهمية المحتويات.

– الخطوط في موقع صحيفة الشعب:



الشكل رقم (1): كود خط العناوين في موقع صحيفة الشعب

* قام الباحث بتحويل وحدة القياس المستخدمة في حجم الخطوط وهي البيكسل إلى بنط، من خلال الموقع المتوفر على الرابط:

[/https://www.translatorscafe.com/unit-converter/en-US/typography](https://www.translatorscafe.com/unit-converter/en-US/typography)



الشكل رقم (2): كود خط المتون في موقع صحيفة الشعب

يتضح من الشكلين السابقين، أن الخط Almarai هو الخط الوحيد المستخدم في كتابة العناوين والمتون بموقع صحيفة الشعب، ويلاحظ أيضا التنوع في أحجام العناوين في الصفحة الرئيسية حيث اختلفت أحجامها (12 – 15 – 16 – 18 – 20 – 26 – 30)، في حين أن المتون توجد في الصفحات الداخلية فقط بحجمين هما (16 – 20) بيكسل.

– الخطوط في موقع صحيفة TSA:



الشكل رقم (3): كود خط العناوين في موقع صحيفة TSA

Nouveau gouvernement français : 2 femmes d'origine algérienne nommée

Le président français, Emmanuel Macron, a op

Georgia - 400

Family

Georgia, serif: International

Style

Weight

normal

400

Size

Line Height

Color

16px

24px

#525252

AaBbCcDdEeFfGgHhIiJjKkLlMmNnOoPpQ

الشكل رقم (4): كود خط المتون في موقع صحيفة TSA

2023, il a nommé des femmes qui ont des origi algériennes. De nombreux nouveaux...

Le: 21 Juil. 2023 - International

Arial - 400

Family

Arial:

Style

Weight

normal

400

Size

Line Height

Color

12px

?

#a0a0a0

AaBbCcDdEeFfGgHhIiJjKkLlMmNnOoPpQ

الشكل رقم (5): كود الخط الثاني للمتون في موقع صحيفة TSA

تُظهر الأشكال السابقة، أنّ موقع صحيفة TSA استخدم ثلاث خطوط: خط Lato بالنسبة لكتابة العناوين، لكن بالنسبة لكتابة المتون فقد اعتمد على نوعين من الخطوط هما: Georgia و Arial ، ويلاحظ أيضا التنوع في أحجام العناوين في الصفحة الرئيسية حيث اختلفت أحجامها ما بين (17 – 20 – 26)، في حين أن المتون تكتب بحجمين هما (12 – 16) بيكسل.

وبهدف الوصول إلى التناسب في استخدام هذه الأنواع من الخطوط في الصحافة الرقمية، كان من الضروري أن تلتزم الصحف الإلكترونية ب"الحد الأقصى من الخطوط المتفق عليها من قبل لجنة ال(W3C) التي توصي بها رابطة الشبكة العالمية بألا يتجاوز عدد الخطوط المستخدمة في صفحة الويب ال 3 خطوط في حدها الأقصى"¹. وهذا ما لاحظته الباحثة ينطبق على موقعي الصحف الإلكترونية محل الدراسة حيث وظفت صحيفة الشعب أونلاين خط وحيد سواء في كتابة العناوين أو المتون، أما صحيفة TSA فاعتمدت على ثلاث خطوط كحد أقصى (خط Lato في كتابة العناوين، وخطي Georgia و Arial في كتابة المتون).

ويتراوح حجم الخط المثالي المستخدم في كتابة العناوين بين 18 – 24 بنطا، وفي النصوص بين 14 – 16 بنطا حسب تفضيل المصممين، مع عدم وجود قاعدة تقبل التعميم بخصوص أحجام الخطوط، لتأثير نوع الخط المستخدم على الحجم².

ويُجمع المصممون على أن المواقع المحلية والعربية تستعمل الخطوط المدعومة من المتصفح التي تتسم بالانتشار والاستخدام الواسع من طرف المواقع أشهرها: Tahoma, Arial، بسبب توفرها على جميع أنظمة التشغيل، ويسر قراءتها، مع تركيز هؤلاء المصممين على أهمية استخدام خط أو خطين فقط عند الكتابة للويب³.

وأما دراسة حلمي محسب التي أوضحت تباين مواقع صحف الدراسة في تطبيقها لأفضلية الخطوط التي حددتها الدراسات الأكاديمية، فقد وظفت صحيفة اليو إس إيه توداي USA Today خط Arial في كتابة مضامينها، أما صحيفة النيويورك تايمز New York Times فقد استخدمت خط Times News Roman، واعتمدت صحيفتا الأهرام والجمهورية على خط Arial⁴.

كما أوضحت دراسة الباحثين ماجد سالم تريان وعبير محمد لبد توظيف مواقع الدراسة على الخطوط التالية هما: (Times New Roman, Arial, Tahoma)،

1- الحاج علي آدم علي: استخدامات التيبوغرافيا في تصميم الصحف الإلكترونية، ط1، جامعة غرب كردفان، السودان، 2015، ص119.

2- عبير محمد سليم لبد: "إخراج الصحف الفلسطينية اليومية على شبكة الإنترنت: دراسة تحليلية مقارنة"، المرجع السابق، ص176.

3- عبير محمد سليم لبد: "إخراج الصحف الفلسطينية اليومية على شبكة الإنترنت: دراسة تحليلية مقارنة"، المرجع نفسه، ص175.

4- حلمي محسب: إخراج الصحف الإلكترونية على شبكة الإنترنت، المرجع السابق، ص366.

الفصل الرابع عرض وتحليل نتائج الدراسة

هذه النتائج تواءمت مع العديد من الدراسات التي استعملت خطين من أكثر الأنواع انتشاراً وهما: (Arial, Tahoma) بسبب كون المتصفح يدعمها، كما أنها متوفرة على أنظمة التشغيل بالإضافة إلى وضوحها في القراءة. أما من جهة حجم الخط المستخدم في كتابة العناوين فإنه يفضل أن يتراوح ما بين 18-24 بنط، أما المتون ما بين 14-16 بنط مع عدم ثبات تلك الأحجام... رغم أنه لا توجد قاعدة يمكن تعميمها بخصوص أحجام الخطوط المستخدمة¹.

كما أشارت نتائج دراسة الباحثة نوير سيف بتال الدغيلي العتيبي أن الصحيفة محلّ الدراسة قد استعملت خطين فقط مطبقة بذلك القاعدة التي تشدّد على عدم استخدام أكثر من ثلاثة خطوط، والخطان اللذان استخدمتهما الصحيفة محل الدراسة هما: Arial و Tahoma حيث يُعدّان من الخطوط التي تدعمها المتصفحات وأنظمة التشغيل المختلفة، كما أنه لا بدّ من توظيف الخطوط ذات العائلة الخطية الواحدة لضمان وحدة الرؤية للنص، فالخط Tahoma من العائلة الخطية Monospace والخط Arial من العائلة الخطية Sans-serif أي أن عائلتهما الخطية غير متماثلة ولكل عائلة خطية سماتها التي تميزها في اللغات المكتوبة بالحروف اللاتينية وهو ما لا يمكن تطبيقه على الحروف العربية².

كما بينت نتائج دراسة الباحثة عبير محمد سليم لبد تنوع الخطوط المستخدمة في مواقع الصحف الإلكترونية الفلسطينية، وأهمها: Arial، Tahoma، Simplified Arabic، Arabic Transparent، حيث استعمل موقعا جريدتي الأيام وفلسطين نوعين من الخطوط، بينما استخدم موقعا جريدتي القدس والحياة الجديدة نوع واحد فقط، وتراوحت أحجام الخطوط المستخدمة في العناوين ما بين 9-18 بنط، وفي المتن تراوحت ما بين 9-13.5 بنط³.

كما نستطيع أن نشير أن مستخدم الويب يجب أن يتوفر له محتوى متوافق مع طبيعة البيئة الرقمية، حيث أن هذا المستخدم يتسم بالعجلة وعدم الصبر والتشتت الكثير، فهو لا يقرأ كما يقرأ قارئ الصحيفة التقليدية بل يقوم بعملية ما يعرف بـ scanning للمحتوى الإلكتروني وله حركة عين خاصة Eye tracking، لذا على مصممي الصحف الإلكترونية اختيار خطوط متناسبة في الحجم والنوع مع طبيعة الويب تتسم بالوضوح العالي والانسجام بينها.

1- ماجد سالم تريان، عبير محمد لبد: "تصميم وإخراج المواقع الإلكترونية الإخبارية الفلسطينية: دراسة تحليلية مقارنة"، مجلة الجامعة الإسلامية للبحوث الإنسانية، الجامعة الإسلامية غزة، (مجلد 25)، (العدد 2)، 2017، ص 137.
2- نوير بنت سيف بتال الدغيلي العتيبي: "أسلوب البوابة في إخراج الصحف السعودية الإلكترونية: دراسة وصفية تحليلية على صحيفة الرياض الإلكترونية"، المرجع السابق، ص 239.
3- عبير محمد سليم لبد: "إخراج مواقع الصحف اليومية الفلسطينية على شبكة الإنترنت"، المرجع السابق، ص 233.

2.1.1.1.1 أشكال العناوين:

جدول رقم (04): يوضح أشكال العناوين

TSA		الشعب أونلاين		الصحيفة الإلكترونية	
غير مستخدمة	مستخدمة	غير مستخدمة	مستخدمة	أشكال العناوين	
—	✓	—	✓	العناوين الثابتة	
—	✓	—	✓	العناوين الرئيسية	العناوين المتغيرة
—	✓	—	✓	العناوين المجمعة	
✓	—	✓	—	العناوين الفرعية	

يُوضَّح الجدول أعلاه أن الصحيفتين الإلكترونيتين الشعب أونلاين و TSA قد استخدمتا العناوين الثابتة في تصميم الصفحة الرئيسية. وتعمل العناوين الثابتة على ترتيب وتنظيم العناصر البنائية للصفحة الرئيسية من الناحية الإخراجية، كما تساعد في عرض الأبواب الثابتة لها. انظر الشكلين (6) و(7).



الشكل رقم (6): نموذج من العناوين الثابتة في موقع صحيفة الشعب

Infos et Vidéos

Les plus lus

Communiqués de presse

الشكل رقم (7): نموذج من العناوين الثابتة في موقع صحيفة TSA

كما تمّ استخدام العناوين المجمعة في الصفحة الرئيسية لكلتا الصحيفتين الإلكترونيتين محل الدراسة، فمثلا نلاحظ أن صحيفة الشعب أونلاين قد وظفت العناوين المجمعة للإشارة إلى مجموعة المواضيع التي نشرت في الصفحة الرئيسية المصنّفة وفقا للمواضيع الأحدث وآخر الأخبار، أنظر الشكل رقم (8). أما صحيفة "TSA" فهي الأخرى استخدمت العناوين المجمعة في أعلى الصفحة الرئيسية للإشارة إلى أكثر المواضيع مقروئية من طرف المتصفحين، أنظر الشكل رقم (9).



الشكل رقم (8): نموذج من العناوين المجمعة في موقع صحيفة الشعب



الشكل رقم (9): نموذج آخر من العناوين المجمعة في موقع صحيفة الشعب

Les plus lus

- 1** Une statue gigantesque de l'Émir Abdelkader à Oran
- 2** Scandale Pegasus : le Maroc privé de la cyber-arme israélienne

Publicité



- 3** Pluies en Algérie : deux enfants morts et des dégâts matériels
- 4** Stades de foot et développement en Algérie : une question de priorités

Publicité

- 5** Inondations en Algérie : comment « anticiper le chaos » ?
- 6** Karim Tabbou placé sous contrôle judiciaire

Publicité

Le carton pour L'agriculture



- 7** Rayane, un Franco-algérien mortellement poignardé dans la rue en France
- 8** Décès de l'artiste Mhenni Khalifi, un jeune aux multiples talents

Publicité

- 9** Inondations à Tipaza : l'acte héroïque d'un père pour sauver sa famille (Vidéo)
- 10** Cheptel : l'Algérie va criminaliser l'abattage des vaches et des brebis

Publicité

الشكل رقم (10): نموذج من العناوين المجمعّة في موقع صحيفة TSA

تتشابه نتائج الدراسة الحالية مع دراسة الباحثة بيريح حسين موسى حيث بينت دراستها إلى أن عينة الدراسة تباينت في استخدام أشكال العناوين نظرا لأهمية كل شكل من الأشكال سواء حيث البعد الجمالي أو البعد الوظيفي للعنوان المستعمل¹.

أما دراسة الباحثة لعيدلي شهيناز فقد أظهرت نتائج دراستها أن نسبة استخدام العناوين الرئيسية قد بلغ 89.36%، بينما تمّ استخدام العناوين الفرعية بنسبة 10.64%، وهذا ما يؤشر على أن الصحافة الإلكترونية الجزائرية عموما تركز في الغالب على استخدام العناوين الرئيسية فقط في عرض مضمونها الإعلامي. أما العناوين المجمعّة فقد بلغت 95.33% من مجموع العناوين المنشورة في الصحف الإلكترونية الجزائرية عينة الدراسة، في حين قُدّرت نسبة العناوين غير المجمعّة 4.67% مما يدلّ على أنّ أغلب

1- بيريح حسين موسى: فن الإخراج الصحفي لمواقع الجرائد الإلكترونية، المرجع السابق، ص186.

المادة الإعلامية التي نُشرت قد تمّ تجميع عناوينها والإعلان عنها مسبقا قبل عرضها للجمهور¹.

وعموما، فإن العنوان هو حوصلة للموضوع، ولكن العنوان الذكي هو الذي لا يبوح بكامل أسراره للقارئ، كما يعمل على جذب وإغراءه لقراءة الموضوع كلّ، ولهذا فإن كتابة العنوان فن يحتاج لخبرة وتجربة كبيرة، وقد خصّصت صحف عديدة "سكرتير تحرير" مهمته كتابة العناوين فقط².

ومن أشهر وظائف العناوين: تلخيص الأخبار، وتبويب العناوين الهامة، وإظهار أجزاء العناوين والتصاميم بشكل مميز، وتحويل المشاهد إلى قارئ³.

وتعمل العناوين المجمعّة على إبراز أهم مضامين الصحيفة الإلكترونية التي يختار منها المستخدم ما يريد حسب ميولاته لقراءة كل تفاصيل الخبر دون عوائق، وهذا ما يفضّله مستخدم الويب بسبب خصائصه التي تميّزه عن القارئ التقليدي للأخبار.

بينما تفصل العناوين الفرعية بين أغلب فقرات الموضوع، وتوفّر لها يكون ضروريا عندما تكون الموضوعات طويلة، لكسر تراكم سطور المتن فيها، ولتحديد حجم العناوين الفرعية، يجب الاحتكام لقاعدة عدم تساويها في الحجم مع العناوين العمودية المرافقة للأخبار المنشورة على نفس الصفحة من الصحيفة، بهدف عدم إحداث أي نوع من التداخل بصريا فيما بينها، بالإضافة إلى عدم شعور القارئ أن الفقرة أو الفقرات التي يعلوها عنوان فرعي كأنها خبر منفصل عن الموضوع التي تعتبر أصلا جزء منه⁴.

وفيما يخص العناوين الفرعية نلاحظ غيابها في الصفحة الرئيسية لموقعي الصحيفتين الإلكترونيتين، وهذا راجع لتواجد المقالات والموضوعات في الصفحات الداخلية، حيث أن توظيف العناوين الفرعية يكون داخل النص أو المقال بغية جذب انتباه القارئ أوّلا، وتقسيم المحتوى الإعلامي ثانيًا حتى يتمكن المتصفح من قراءة المضمون بكل سهولة.

1- لعبدلي شهيناز: "الصحافة الإلكترونية الجزائرية: دراسة تحليلية ميدانية"، المرجع السابق، ص292.
2- سمير صبحي: الجورنال من الصفحة الأولى إلى الصفحة الأخيرة، دار عالم الكتب، القاهرة، 1995، ص123.
3- عبد الرزاق الدليمي: الخبر في وسائل الإعلام، ط1، دار المسيرة للنشر والتوزيع، عمان، 2012، ص86.
4- سعيد النجار: مدخل إلى الإخراج الصحفي، ط1، الدار المصرية اللبنانية، القاهرة، 2001، ص120.

3.1.1.1.1. الصور المستخدمة:

1.3.1.1.1.1. صيغ الصور:

جدول رقم (05): يوضح صيغ الصور المستخدمة

المجموع		TSA		الشعب أونلاين		الصحيفة الإلكترونية
%	ك	%	ك	%	ك	صيغ الصور
02.53	62	00	00	04	62	GIF
86.07	2108	93.10	837	82	1271	JPG
11.39	279	06.90	62	14	217	PNG
100	2449	100	899	100	1550	المجموع
100	2449	36.70	899	63.29	1550	المجموع العام

تشير نتائج الجدول رقم (05) أن الصحيفة الإلكترونية الشعب أونلاين قد وظفت صيغ الصور JPG بنسبة عالية قدرت بـ 82%، تليها صيغ الصور (PNG) بنسبة ضئيلة بلغت 14%، بينما اكتفت صيغ الصور GIF بأصغر نسبة تمثلت في 4% فقط.

أما صحيفة TSA فقد حلت صيغ الصور JPG في المركز الأول بنسبة قدرت بـ 93.10%، وجاءت في المركز الثاني صيغ الصور PNG بنسبة بلغت 06.90%، أما بخصوص صيغ الصور GIF فلم تستخدمها إطلاقاً.

كما تُبين نتائج الجدول إحتلال صحيفة الشعب أونلاين المرتبة الأولى في نسبة استخدامها للصور بصيغها الثلاثة بنسبة قدرت بـ 63.29%، بينما جاءت صحيفة TSA ثانياً بنسبة 36.70%.

وكانت النتائج بصفة عامة على النحو التالي: صيغ الصور JPG في المركز الأول بنسبة 86.07%، صيغ الصور PNG في المركز الثاني بنسبة 11.39%، صيغ الصور GIF في المركز الأخير بنسبة 2.53%. ويرجع الاستعمال الكثير لصيغة JPG في كلا الموقعين لأنها من أفضل صيغ الصور التي تستخدمها الصحف الإلكترونية لصغر حجمها وبالتالي سرعة تحميلها على الصفحة وقابلية ضغط حجم الصورة مع الحفاظ على جودتها ووضوحها.

أما فيما يخص إجمالي استخدام الصور بجميع صيغها الثلاث، احتل موقع صحيفة الشعب المركز الأول بنسبة 63.29%، يليه موقع صحيفة TSA في المركز الثاني بنسبة 36.70%.

الفصل الرابع عرض وتحليل نتائج الدراسة

تتشابه نتائج هذه الدراسة إلى ما توصلت إليه دراسة الباحثة لعيدلي شهيناز حيث أن صيغ الصور المستخدمة في الصحافة الإلكترونية الجزائرية كانت بنسبة 94.42% ذات الصيغة JPEG، أما صيغة الصور PNG فقد بلغت نسبتها بينما لم تستعمل صيغة الصور GIF على مواقع الصحف، وهذه النتيجة تعني أن أكثر الصور المستخدمة في الصحف الإلكترونية هي الصور الفوتوغرافية وتكون إما معلوماتية، أو شخصية، أو إيضاحية¹.

تتشابه نتائج هذه الدراسة مع نتائج دراسة الباحثة بيرق حسين موسى حيث أشارت إلى أن صيغ الصور JPG تحصلت على أعلى نسبة والتي قدرت بـ 99.43%، وعزت الباحثة سبب ذلك إلى أن النسق JPG هو أفضل صيغ الصور التي تستعملها الصحف الإلكترونية لصغر حجمها وبالتالي سرعة تحميلها على الصفحة وقابلية ضغط حجم الصورة مع الحفاظ على جودتها ووضوحها².

وتتباين نتائج هذه الدراسة مع نتائج دراسة نوير بنت سيف بتال الدغيلي العتيبي إذ تحصلت صيغ الصور GIF على نسبة 92.8% حيث وظفتها الصحيفة في تقديم أيقوناتها وبعض الصور التي استعملت كفواصل وهي تلائم هذه الصيغ من الصور إذ تتميز بقلّة الألوان، كما استخدمتها كخلفية لبعض الموضوعات وهي مناسبة لذلك لكونها تدعم خاصية الشفافية. وحلّت صيغ الصور JPG في المركز الثاني بنسبة 7.2%، وقد استعمل هذا النسق في تقديم الصور الفوتوغرافية المرافقة للأخبار ورسوم الكاريكاتير، وهي تتناسب مع الصور ذات التعقيدات اللونية لإظهار تفاصيلها بدقّة. في حين لم توظف صيغ الصور JPG نهائياً³.

قد يستقبل مصمم موقع الصحيفة الإلكترونية صور خام Raw images، ممّا يتطلب إجراء تعديلات عليها بواسطة برامج التعديل على الصور كبرنامج الفوتوشوب Photoshop، لتحسين جودتها أو إضافة عناصر بصرية أخرى لمحتوى هذه الصور لتلاءم السياق الذي ستنتشر فيه على موقع الصحيفة الإلكترونية.

لذا يجب على مصممي المواقع استخدام صور ذات جودة عالية وفي نفس الوقت لا تحتاج لوقت طويل للتحميل، لأن الزائر للموقع غير صبور ويغادر الموقع عند إدراكه لطول مدة تحميل صفحاته⁴.

1- لعيدلي شهيناز: "الصحافة الإلكترونية الجزائرية: دراسة تحليلية ميدانية"، المرجع السابق، ص293.
2- بيرق حسين موسى: فن الإخراج الصحفي لمواقع الجرائد الإلكترونية، المرجع السابق، ص191، 192.
3- نوير بنت سيف بتال الدغيلي العتيبي: "أسلوب البوابة في إخراج الصحف السعودية الإلكترونية: دراسة تحليلية على صحيفة الرياض الإلكترونية"، المرجع السابق، ص161، 162.

4- Kyle Prinsloo: **Web design & beyond**, studywebdevelopment.com, 2019, p42.

الفصل الرابع عرض وتحليل نتائج الدراسة

ولضمان صور ذات جودة عالية ولا تؤثر على وقت تحميل الموقع، ينصح الخبراء بالطرق التالية:

- توظيف ما يسمى CDN الذي هو عبارة عن شبكة من الخوادم حول العالم، مبدأ عملها الأساسي هو تحسين أداء وسرعة التحميل لأي موقع ويب.
- الاستعانة بمنصة Publitio لاستضافة الصور بهدف تسريع وقت التحميل.
- استخدام أدوات ضغط حجم ملف الصور كأداة TinyPNG.

2.3.1.1.1.1. أنواع الصور:

جدول رقم (06): يوضح أنواع الصور المستخدمة

المجموع		TSA		الشعب أونلاين		الصحيفة الإلكترونية
%	ك	%	ك	%	ك	أنواع الصور
30.78	754	27.58	248	32.64	506	الصور الشخصية
68.80	1685	71.52	643	67.22	1042	الصور الموضوعية
00	00	00	00	00	00	الصور الكاريكاتورية
00.40	10	00.88	08	00.12	02	أخرى
100	2449	100	899	100	1550	المجموع
100	2449	36.70	899	63.29	1550	المجموع العام

يُبيّن الجدول رقم (06) أن موقعي الصحفيتين الإلكترونيتين محل الدراسة لم تهمل إرفاق مختلف الصور مع المواد التحريرية بهدف جذب الانتباه وتوصيل المعاني، إذ "تعتبر أهم وظيفة تترتب عن نشر صورة ما، هي نقل الأخبار، وغالبا ما تكون الصورة أهم، بل أنجح وسيلة إعلامية في الجريدة بأكملها، فبوسعها أن تعطي المضمون أو الهدف الإخباري بسرعة أكثر، وبوضوح أفضل من التعبير اللفظي. لذلك نجد أن الصورة الصحفية الجيدة تجذب الانتباه وتثير الاهتمام وتقدم رسائل مؤثرة في رواية "خبر" ما، أو عرض "موضوع" في شكل لا تستطيع الكلمات وحدها" ¹.

كما يُبيّن الجدول أن الصحيفة الإلكترونية الشعب أونلاين قد استعملت الصور الموضوعية التي جاءت في المرتبة الأولى بنسبة عالية قدرت بـ 67.22%، تليها الصور الشخصية في المرتبة الثانية بنسبة بلغت 32.64%، بينما حلت صور أخرى في المرتبة

1- أحمد عبيد: التحليل الموضوعي للصور الصحفية: الأسس والتطبيقات، المرجع السابق، ص 52، 53.

الفصل الرابع عرض وتحليل نتائج الدراسة

الثالثة بنسبة جد ضئيلة بلغت 00.12% فقط. وفي المرتبة الأخيرة بنسبة منعدمة صور الكاريكاتير التي لم تُوظَّف إطلاقاً في موقع الصحيفة خلال فترة الدراسة.

وتُبين نتائج الجدول أن الصحيفة الإلكترونية TSA قد استعملت الصور الموضوعية التي جاءت في المركز الأول بنسبة عالية قدرت بـ 71.52%، تليها الصور الشخصية في المركز الثاني بنسبة بلغت 27.58%، بينما جاءت صور أخرى في المركز الثالث بنسبة جد ضئيلة بلغت 00.88% فقط. وفي المركز الأخير بنسبة منعدمة صور الكاريكاتير التي لم تُوظَّف إطلاقاً في موقع الصحيفة خلال فترة الدراسة.

وكانت النتائج بصفة عامة على النحو التالي: الصور الموضوعية في المركز الأول بنسبة 68.80%، الصور الشخصية في المركز الثاني بنسبة 30.78%، صور أخرى في المركز الثالث بنسبة جد ضعيفة قدرت بـ 00.40%، أما صور الكاريكاتير فجاءت في المرتبة الأخيرة بنسبة منعدمة.

أمّا فيما يخص إجمالي استخدام الصور بجميع أنواعها، احتل موقع صحيفة الشعب المركز الأول بنسبة 63.29%، يليه موقع صحيفة TSA في المركز الثاني بنسبة 36.70%.

ويُلاحظ غياب الصور الكاريكاتورية في كلتا الصحيفتين لأن استخدام هذا النوع من الصور مرتبط بنوع السياسة التحريرية التي تعتمد أي صحيفة، حيث نجد أن صحيفة الشعب أونلاين صحيفة عمومية غير معارضة، حيث يُستعمل هذا النوع من الصور عادة للتعبير عن الآراء والمواقف السياسية المعارضة التي تتبناها الصحيفة من خلال تغطيتها لمختلف المواضيع مستعينة بالنقد اللاذع والساخر. وهذا ما كانت تنتهجه صحيفة TSA في السابق حيث كانت تستخدم الكاريكاتير، لكن ما لاحظته الباحثة غياب هذا النوع الصحفي في فترة التحليل، ويُفسّر هذا نتيجة المشاكل التي تعرضت لها الصحيفة مرات عديدة من إيقاف صدور ها على شبكة الإنترنت بسبب سياستها المعارضة مما حثم عليها التعديل في مضمونها الصحفي المنشور وعدم توظيف فن الكاريكاتير في النسخة غير المدفوعة.

تتشابه نتائج الدراسة مع دراسة الباحثة لعبدلي شهيناز حيث أشارت إلى أن 43.35% من الصور المستخدمة في الصحافة الإلكترونية الجزائرية كانت ذات بعد معلوماتي، بينما بلغت نسبة الصور الشخصية 32.98%، أما الصور التوضيحية والرسوم فقد بلغ عددها 23.67%.

1- لعبدلي شهيناز: "الصحافة الإلكترونية الجزائرية: دراسة تحليلية ميدانية"، المرجع السابق، ص 293.

الفصل الرابع عرض وتحليل نتائج الدراسة

كما بينت نتائج دراسة الباحثة عبير محمد سليم لبد اهتمام مواقع الصحف الفلسطينية بإرفاق صور إخبارية مع المضامين التحريرية، حيث بلغت بصفة عامة 37.12%، تليها الصور الشخصية بنسبة 27.18%، وأخيرا الصور الموضوعية بنسبة 19%.

3.3.1.1.1.1. أحجام الصور:

جدول رقم (07): يوضح أحجام الصور المستخدمة

المجموع		TSA		الشعب أونلاين		الصحيفة الإلكترونية
%	ك	%	ك	%	ك	أحجام الصور
11.39	279	13.79	124	10	155	كبيرة
51.89	1271	72.41	651	40	620	متوسطة
36.70	899	13.79	124	50	775	صغيرة
100	2449	100	899	100	1550	المجموع
100	2449	36.70	899	63.29	1550	المجموع العام

تبيّن نتائج الجدول رقم (07) بالنسبة لموقع صحيفة الشعب أونلاين أن الصور الصغيرة جاءت في المركز الأول بنسبة 50%، تليها الصور المتوسطة في المرتبة الثانية بنسبة 40%، بينما اكتفت الصور الكبيرة بأصغر نسبة تمثلت في 10% فقط. وتفسّر هذه النتائج أن موقع الصحيفة يستخدم الصور الصغيرة التي تتسم بحجم أقل مقارنة بالصور المتوسطة والكبيرة مما يضمن سرعة تحميل لصفحات موقع الصحيفة، خاصة الصفحة الرئيسية.

أمّا بالنسبة لصحيفة TSA فقد حلّت الصور المتوسطة في المركز الأول بنسبة قدّرت بـ 72.41%، وتقاومت الصور الكبيرة والصغيرة المركز الثاني بنسبة مماثلة بلغت 13.79%.

وجاءت النتائج بصفة عامة على النحو التالي: الصور المتوسطة في المرتبة الأولى بنسبة 51.89%، الصور الصغيرة في المرتبة الثانية بنسبة 36.70%، أما الصور الكبيرة في المرتبة الأخيرة بنسبة 11.39%.

1- عبير محمد سليم لبد: "إخراج الصحف الفلسطينية اليومية على شبكة الإنترنت: دراسة تحليلية مقارنة"، المرجع السابق، ص 211.

أمّا فيما يخص إجمالي استخدام الصور بجميع أحجامها، احتل موقع صحيفة الشعب المركز الأول بنسبة 63.29%، يليه موقع صحيفة TSA في المركز الثاني بنسبة 36.70%.

2.1.1.1. العناصر البنائية الإلكترونية:

1.2.1.1.1. شريط الصور المتحرك:

جدول رقم (08): يوضح شريط الصور المتحرك

TSA	الشعب أونلاين	الصحيفة الإلكترونية شريط صور متحرك
لا يوجد	لا يوجد	شريط لعدة أحداث
لا يوجد	لا يوجد	شريط لأحد

تُبيّن نتائج الجدول أعلاه أن الصحيفتين الإلكترونيتين الشعب أونلاين و TSA لم يستخدمتا شريط صور متحرك لعدة أحداث ولحدث واحد طيلة فترة الدراسة.

بخصوص الصحيفة الإلكترونية الشعب أونلاين فقد استعملت شريط لعدة أحداث لكن غير مصور، حيث يحتوي على مجرد عناوين مكتوبة فقط دون صور، كما يوضحه الشكل رقم (10). كما أنها أهملت استخدام شريط لأحد واحد.



الشكل رقم (11): نموذج لشريط متحرك لعدة أحداث غير مصور في موقع صحيفة الشعب

تتباين نتائج هذه الدراسة مع ما توصلت إليه دراسة الباحثة بورقعة سمية أن كل من صحيفة الشروق أونلاين وصحيفة الخبر أونلاين قد اهتمتا بتوفير شريط للصور، والذي يُعدّ بعدا تفاعليا له وزنه في الصفحة الرئيسية للصحف الإلكترونية، حيث يملك دور في جذب المستخدم للمشاهدة¹.

وأیضا تتباين نتائج هذه الدراسة إلى ما أشارت إليه دراسة عبير محمد سليم لبد والتي أوضحت نتائجها أن الصحف محل الدراسة قد استعملت اليوم صور مستقلا أي يغطي عدة

1- بورقعة سمية: "الصحافة الإلكترونية في الجزائر: دراسة تحليلية ميدانية للتفاعلية في الصحافة الإلكترونية الجزائرية (الشروق أونلاين، الخبر أونلاين، النهار أونلاين) نموذجا"، المرجع السابق، ص 374.

الفصل الرابع عرض وتحليل نتائج الدراسة

أحداث بنسبة 91.48%، وألبوم صور لحدث واحد بنسبة 8.52%، إلا أنه يوجد في صحيفتي القدس وفلسطين فقط، في حين يُلاحظ الغياب التام لألبوم الصور في صحيفتي الأيام والحياة الجديدة رغم ضرورته في تلخيص الأحداث وتوثيقها بالإضافة إلى البصمة الجمالية التي يضيفها على الصحف الإلكترونية¹.

أما الباحث عباس ناجي حسن فقد بينت نتائج دراسته أن موقع العربية نت كان أكثر توظيفا لشريط الصور المتحرك².

كما تتباين أيضا مع دراسة الباحثة حميدة بن معزوز فقد أوضحت غياب استخدام شريط الصور لحدث واحد في الصحيفتين الإلكترونية محل الدراسة: الجزائر تايمز وAlgerie 360°، حيث اهتمتا باستخدام شريط صور متحرك لعدة أحداث فقط وذلك طيلة فترة الدراسة. وبالتالي كانت نسبة استخدام العينة لشريط الصور المتحرك 50%³.

للشريط المتحرك في مواقع الصحف الإلكترونية عدة وظائف أهمها: جذب انتباه المستخدم بفضل خاصية الحركة والتصميم المميز له، وأيضا تسهيل تصفح أهم وآخر الأخبار وأحدثها من خلال ضغط المستخدم على أي خبر أو حدث يلفت انتباهه، كما يسهم في عرض هذه الأخبار بشكل ملخص وواضح لجميع المستخدمين.

1- عيبر محمد سليم ليد: "إخراج مواقع الصحف الفلسطينية اليومية على شبكة الإنترنت: دراسة تحليلية مقارنة"، المرجع السابق، ص216.

2- عباس ناجي حسن: الوسائط المتعددة في الإعلام الإلكتروني: دراسة مقارنة - العربية نت. محيط. راديو سوا. إذاعة العراق الحر. تلفزيون شرقية. وكالة نينا. أنموذجا، المرجع السابق، ص203.

3- حميدة بن معزوز: "خصائص وسمات الصحافة الإلكترونية الجزائرية: دراسة وصفية تحليلية لصحيفتي "الجزائر تايمز" و"Algerie 360°"، أطروحة دكتوراه، جامعة الأمير عبد القادر، قسنطينة، 2021، ص364.

2.2.1.1.1 عناصر الوسائط المتعددة:

جدول رقم (09): يوضح عناصر الوسائط المتعددة المستخدمة

المجموع		"TSA"		الشعب أونلاين		الصحيفة الإلكترونية
%	ك	%	ك	%	ك	عناصر الوسائط المتعددة
64.52	5797	73.01	3999	51.26	1798	النصوص
27.26	2449	16.41	899	44.19	1550	الصور
08.21	738	10.57	579	04.53	159	مقاطع الفيديو
0	0	0	0	0	0	المقاطع الصوتية
0	0	0	0	0	0	الرسوم المتحركة
100	8984	100	5477	100	3507	المجموع
100	8984	60.96	5477	39.03	3507	المجموع العام

يُبين الجدول أعلاه بالنسبة للصحيفة الإلكترونية الشعب أونلاين، احتلال النصوص المركز الأول بنسبة قدرت بـ 51.26%، تليها الصور في المركز الثاني بنسبة بلغت 44.19%، بينما اكتفت مقاطع الفيديو بأصغر نسبة تمثلت في 04.53% فقط في المركز الثالث. أما المقاطع الصوتية أو الرسوم المتحركة فلم تُستخدم في موقع الصحيفة.

أما بالنسبة لصحيفة TSA فقد حلت النصوص في المرتبة الأولى بنسبة قدرت بـ 73.01%، وجاءت في المرتبة الثانية الصور بنسبة بلغت 16.41%، بينما اكتفت مقاطع الفيديو بأصغر نسبة تمثلت في 10.57% فقط. أما المقاطع الصوتية أو الرسوم المتحركة فلم تُستخدم في موقع الصحيفة.

وجاءت النتائج بصفة عامة على النحو التالي: النصوص في المرتبة الأولى بنسبة 64.52%، الصور في المرتبة الثانية بنسبة 27.26%، مقاطع الفيديو في المرتبة الأخيرة بنسبة 08.21%.

كما يُظهر الجدول رقم (09) أن نسبة استخدام الوسائط المتعددة في صحيفتي الشعب أونلاين و TSA قد بلغت بشكل عام 39.03% و 60.96% على التوالي، حيث يُلاحظ أن موقع صحيفة TSA هو الأكثر استخداماً للوسائط المتعددة مقارنة بموقع صحيفة الشعب أونلاين، إلا أنه رغم هذه النتائج يُفترض على الصحيفتين الإلكترونيتين أن تحرصا أكثر على التوظيف المثالي لجميع عناصر الوسائط المتعددة نظراً لأهميتها الكبيرة خاصة الرسوم المتحركة والمقاطع الصوتية التي غابت تماماً.

الفصل الرابع عرض وتحليل نتائج الدراسة

تتشابه نتائج الدراسة مع دراسة الباحثة سمية بورقعة حيث أشارت نتائج دراستها إلى غياب المقاطع الصوتية والذي يُعدّ دليلاً سلبياً يكشف عن عجز الصحف الإلكترونية الجزائرية في توظيف هذا الصنف من التطبيقات¹.

كما تتشابه نتائج دراستنا مع نتائج الباحث جاسم محمد الشيخ جابر والتي أشارت أن الصحف الإلكترونية العربية لم توظف الوسائط المتعددة بكامل إمكاناتها التقنية، باستثناء صحيفة إيلاف حيث أوضحت نتائج الدراسة أن أربع صحف فقط من مجتمع البحث قد نشرت فيديو هات، وأن صحيفة واحدة تعرض تسجيلات صوتية، أما بخصوص الصور فإن جميع صحف الدراسة تستخدمها في عرض المواد الإعلامية رغم عدم الإشارة إلى مصدر هذه الصور².

تختلف هذه النتيجة مع ما أشار إليه الباحث ثائر محمد تلاحمة إذ دلت نتائج دراسته أن المواقع الإخبارية الفلسطينية تستعمل الوسائط المتعددة (صور، نصوص، فيديو) في النشر بنسبة 100%، ويفسر الباحث هذه النتيجة أن كل مواقع الدراسة توظف التقنيات التكنولوجية الحديثة في النشر وهذا ما يجعلها في مصاف المواقع الإعلامية النموذجية³.

نلاحظ أن الباحث ثائر محمد تلاحمة اقتصر مفهوم الوسائط المتعددة عنده في ثلاث مكونات فقط وهي: (صورة، نصوص، فيديو) متجاهلاً الرسوم المتحركة والمقاطع الصوتية رغم أهميتها، وهذا ما يفسر بلوغ نسبة توظيف الوسائط المتعددة في مواقع الدراسة 100%.

كما تتفق نتائج الدراسة مع ما أشارت إليه دراسة جاسم جابر إلى أن مواقع الدراسة لم توظف ميزة الوسائط المتعددة بكامل الإمكانيات التقنية التي تمنحها الإنترنت وبرامج الكمبيوتر، باستثناء صحيفة إيلاف، حيث أظهرت نتائج الدراسة أن أربع صحف فقط من مجتمع الدراسة قد عرضت أفلام فيديو، وأن صحيفة واحدة تعرض تسجيلات ومواد صوتية⁴.

كما تقترب نتائج الدراسة مع ما أوضحتها دراسة الباحثة عبير محمد سليم لبد حيث أظهرت أن صحيفتي الأيام والحياة الجديدة لم تعط أي اهتمام لعناصر الوسائط المتعددة، عكس جريدتي القدس وفلسطين حيث وظفتا بعض أشكال هذه الوسائط⁵.

1- سمية بورقعة: "الصحافة الرقمية: تطبيقات في التفاعلية - الجزائر أنموذجاً"، المرجع السابق، ص222.
2- جاسم محمد الشيخ جابر: "الصحافة الإلكترونية العربية: دراسة تحليلية لعينة من الصحف الإلكترونية العربية"، المرجع السابق، ص408.
3- ثائر محمد تلاحمة: "حراسة البوابة الإعلامية والتفاعلية في المواقع الإخبارية الفلسطينية على شبكة الإنترنت"، المرجع السابق، ص78.
4- جاسم محمد الشيخ جابر: "الصحافة الإلكترونية العربية: دراسة تحليلية لعينة من الصحف الإلكترونية العربية" المرجع السابق، ص408.
5- عبير محمد سليم لبد: "إخراج مواقع الصحف الفلسطينية اليومية على شبكة الإنترنت: دراسة تحليلية مقارنة"، المرجع السابق، ص219.

وأكد الباحث ليث عبد الستار عيادة اللهبي من خلال دراسته أن استخدام الصحف الإلكترونية العراقية اقتصر على النصوص في تقديم المضامين الإعلامية، مهمله بذلك الوسائط الأخرى، لتجعل من الصحيفة الإلكترونية نسخة كربونية من الصحيفة الورقية، وهذا ما يؤدي إلى حرمان المستخدم من حرية اختيار الوسائط التي يفضلها في التعرض للمضامين الإعلامية، وبتنوع هذه الوسائط المتاحة تكون الصحيفة الإلكترونية بذلك قد نجحت في إبعاد الملل والضجر عن المستخدم والعكس صحيح¹.

وأشارت دراسة محمد الشربيني أن مجالات الأطفال الإلكترونية العربية لا توظف مقاطع الفيديو، وإنما ملفات فلاش؛ لأنها أخف وأسهل عند التحميل، أما مجالات الأطفال الإلكترونية الأجنبية فتوظف مقاطع الفيديو، أما بالنسبة للصوت فلا تستعمل مجالات الأطفال الإلكترونية أي ملفات صوتية، بينما أن الأجنبية توظف ملفات صوتية وموسيقى².

أما دراسة الباحث محمد يونس فقد أشارت إلى أن 33.30% من الصحف الخليجية محل الدراسة تستعين بالوسائط المتعددة على مواقعها الإلكترونية، حيث تعرض أخبار وتقارير مصورة، فمثلاً نجد أن صحيفة عكاظ السعودية منحت لمستخدميها بابا للفيديوهات، أما صحيفتا البيان الإماراتية والشبيبة العمانية فتنتشر أخباراً مرفوقة بمقاطع الفيديو³.

1.1.2.1.1. الرسوم المتحركة:

وأظهرت نتائج الدراسة أن الصحيفتين الإلكترونيتين "الشعب أونلاين" و "TSA" تجاهلت تماماً استخدام الرسوم المتحركة.

تتفق نتائج دراستنا مع بحث الباحثة نوير بنت سيف بطل الدقيلي العتيبي، والتي أوضحت أن الرسوم المتحركة المستعملة في مواقع الدراسة حلت في المركز الأخير بنسبة 1.90%، وهي نسبة تعتبر جد ضئيلة.

كما تتشابه نتائج هذه الدراسة مع دراسة الباحثة عبير محمد سليم لبد حيث تشير نتائج دراستها إلى الإهمال الكلي للرسوم المتحركة في مواقع الدراسة⁴.

للرسوم المتحركة دور كبير في ضمان تجربة مستخدم ممتعة وسهلة، بسبب اعتمادها على التصميم التفاعلي الذي يركز على استعمال هذه الرسوم كعناصر جذب بصرية لها

1- ليث عبد الستار عيادة اللهبي: "التعددية السياسية والإعلامية وأثرها في بناء القصة الخبرية في الصحافة الإلكترونية: دراسة تطبيقية على عينة من الصحف الإلكترونية العراقية"، رسالة ماجستير، قسم الصحافة بكلية الإعلام، القاهرة، 2014، ص151.

2- محمد الشربيني: المرجع السابق، ص370.

3- محمد يونس: الصحافة الورقية والإلكترونية في دول الخليج العربي: النشأة والتطور، المرجع السابق، ص301.

4- عبير محمد سليم لبد: "إخراج مواقع الصحف الفلسطينية اليومية على شبكة الإنترنت: دراسة تحليلية مقارنة"، المرجع السابق، ص219، 220.

الفصل الرابع عرض وتحليل نتائج الدراسة

أهداف معينة تضيف على التصميم العام للصحيفة لمسة وقيمة جمالية وفعالية تعمل على جذب انتباه المستخدم وتقديم الفائدة المرجوة¹.

2.2.2.1.1.1 المقاطع الصوتية:

أكدت نتائج الدراسة أن صحيفتي الشعب أونلاين و TSA لم تستخدم المقاطع الصوتية نهائياً.

تتفق نتائج هذه الدراسة مع دراسة الباحثين ماجد سالم تريان وعبير محمد لبد حيث أكدت النتائج إهمال مواقع الدراسة المقاطع الصوتية رغم أهميتها في دعم مصداقية المحتوى المنشور.

كما تتشابه هذه النتيجة مع ما أشار إليه الباحث ماجد فضل صقر حبيب حيث أوضحت نتائج دراسته عدم استعمال مواقع الصحف اليومية الفلسطينية للمقاطع الصوتية إذ أنه لم يسجل طوال مدة الدراسة استخدام أي نوع من الملفات الصوتية التي تعتبر داعماً أساسياً للمضامين التحريرية².

كما تتباين مع دراسة الباحثة عبير محمد سليم لبد، فقد أوضحت إلى أن موقع جريدة فلسطين انفرد بتوظيف الصوت خلال فترة الدراسة، حيث استخدم تسجيلات صوتية حول الحياة الزوجية الناجحة على شكل حلقات، لكن تمّ نشر حلقتين فقط طيلة فترة الدراسة، وتفسّر الباحثة عدم استكمال عرض هذه الحلقات على موقع جريدة فلسطين إلى تدهور الظروف السياسية التي سببها العدوان الإسرائيلي على قطاع غزة في تلك الفترة³.

يُعدّ استخدام المقاطع الصوتية في الصحف الإلكترونية قيمة مضافة لهذا الصنف من الصحف، فقد أكدت دراسة بير جلاند 2008 إلى أن نصف مواقع الصحف الأمريكية على الإنترنت تستعمل الملفات الصوتية المرافقة للقصص الإخبارية. كما بينت ليلي 2011 إلى أن الصحفيين الذين قامت بعمل مسح عليهم قالوا بأن المقاطع الصوتية كانت أدوات فعالة في رواية القصة، ولكنهم أكدوا أن مديري الأخبار كانوا يضغطون عليهم لإنتاج مقاطع فيديو بدلاً من المقاطع الصوتية⁴.

1- نورهان صندوق: "التصميم التفاعلي في صفحة الويب ودوره في التسويق الإلكتروني"، المرجع السابق، ص55.

2- ماجد فضل صقر حبيب: "التفاعلية في المواقع الإلكترونية لصحف اليومية الفلسطينية: دراسة تحليلية"، المرجع السابق، ص164.

3- عبير محمد سليم لبد: "إخراج مواقع الصحف الفلسطينية اليومية على شبكة الإنترنت: دراسة تحليلية مقارنة"، المرجع السابق، ص216.

4- عباس ناجي حسن: "الوسائط المتعددة في الإعلام الإلكتروني: دراسة مقارنة -العربية نت. محيط. راديو سوا. إذاعة العراق الحر. تلفزيون شرقية. وكالة نينا. أنموذجاً"، المرجع السابق، ص220.

3.2.2.1.1.1 مقاطع الفيديو:

جدول رقم (10): يوضح مقاطع الفيديو المستخدمة

المجموع		"TSA"		الشعب أونلاين		الصحيفة الإلكترونية
%	ك	%	ك	%	ك	عناصر الوسائط المتعددة
100	735	100	576	100	159	مقاطع الفيديو
100	735	100	576	100	159	المجموع
100	735	78.36	576	21.63	159	المجموع العام

يوضح الجدول أعلاه أن موقع صحيفة TSA حلّ في المركز الأول بنسبة 78.36% كأكثر موقع استخداما لمقاطع الفيديو، بينما جاء موقع الشعب أونلاين في المركز الثاني بنسبة 21.63%، وقد حرصت كلتا الصحيفتين على إرفاق الفيديوهات مع النص المكتوب محاولة بذلك توظيف هذه الفيديوهات في القصة الخبرية كدعم لها، وكشكل من أشكال التنوع في الدعائم التي تثري بها الصحف الإلكترونية محتواها. وقد خصّصت الصحيفة الإلكترونية أرشيفا خاصا بكل الفيديوهات المنشورة. أنظر الشكل رقم (12).

Djebel Chélia : un atelier au cœur de la forêt suscite la polémique (vidéo)

Une vidéo montrant des plats de cuisine en bois entreposés à même le sol à l'intérieur de la réserve naturelle du Djebel Chélia dans les Aurès suscite une polémique depuis...

الشكل رقم (12): تدعيم الخبر بالفيديو في موقع صحيفة TSA

Jeudi en Premier League, **Riyad Mahrez**, qui a entamé la rencontre comme remplaçant, a été incorporé à l'heure de jeu lors du choc Chelsea – Manchester City, un match qu'il ne fallait pas perdre pour les Cityzens (2^e), au risque d'être distancés par le leader Arsenal dans la course au titre.



الشكل رقم (13): نموذج لفيديو في موقع صحيفة TSA

Vidéos



L'enseignante poignardée à Batna s'exprime

Rayhana Benchia, enseignante dans un collège à Batna, a été poignardée par un mineur. Transportée...



VIDEO. Manchester City - Chelsea : somptueux coup franc de Mahrez

Riyad Mahrez marche sur l'eau. L'international algérien de Manchester City affiche une grande forme en...



VIDÉO. Rezig : les dattes algériennes sont « super bio »

Les dattes algériennes ne sont pas seulement bio, elles sont « super bio ». La qualification...



VIDÉO. Maroc : effondrement spectaculaire d'une maison à Casablanca

Une maison de deux étages s'est effondrée dans la nuit de lundi à mardi...



Arabie saoudite - Argentine : les mots forts d'Hervé Renard à la mi-temps - Vidéo

Le sélectionneur de l'Arabie saoudite Hervé Renard a tenu un discours incroyable à ses...



VIDÉO. Suède - Algérie : le magnifique geste d'Amoura

Face à la Suède samedi soir, l'international algérien Mohamed El Amine Amoura a eu une nouvelle...

الشكل رقم (14): يوضح قسم Videos الذي يضم الفيديوهات المؤرشفة في موقع صحيفة TSA

كما وفرت صحيفة الشعب أونلاين ركن خاص تحت اسم "ملتيميديا الشعب" والذي يحتوي على مجموعة من الفيديوهات المعنونة كما يوضحه الشكل رقم (15).



الشكل رقم (15): قسم الفيديوهات "ملتيميديا الشعب" في موقع صحيفة الشعب

تتشابه نتائج دراستنا مع دراسة الباحثين ماجد سالم تربيان وعبير محمد لبد حيث أظهرت نتائج الدراسة اعتماد مواقع العينة على مقاطع الفيديو كأحد أهم أنواع الوسائط المتعددة بنسبة 83.33% حيث انفرد موقع المركز الفلسطيني للإعلام باستعماله للانفوجرافيك كأحد أصناف الوسائط المتعددة الحديثة التي لا تُوظف بكثرة في مواقع الأخبار الإلكترونية الفلسطينية، وهذه نقطة محسوبة لإدارة موقع المركز الفلسطيني للإعلام، إذ يميل لاستخدام هذا النوع من الوسائط في الصحف الإلكترونية نظراً لدوره في توضيح الخرائط واختصار المعلومات¹.

كما تتشابه نتائج هذه الدراسة مع دراسة الباحثة عبير محمد سليم لبد حيث تظهر النتائج حرص مواقع صحف الدراسة على توظيف مقاطع الفيديو بنسبة 93.26%².

وتتباين النتيجة مع ما توصل إليه الباحث ماجد فضل صقر حبيب، حيث بينت دراسته ضعف توظيف مواقع الدراسة لمقاطع الفيديو ويفسر الباحث ذلك إلى أن تحضير وإعداد ملفات الفيديو عملية مكلفة وتتطلب فريق بشري مدرب وكذا تقنية عالية، كما يرجع ضعف استخدام الفيديوهات إلى أسباب مهنية كصعوبة الحصول على مقاطع الفيديو لدعم المضمون الإخباري، وقد تكون هذه الفيديوهات مرافقة للمادة الإعلامية وداعماً لها، كما

1- ماجد سالم تربيان، عبير محمد لبد: "تصميم وإخراج المواقع الإلكترونية الإخبارية الفلسطينية: دراسة تحليلية مقارنة"، المرجع السابق، ص132.

2- عبير محمد سليم لبد: "إخراج مواقع الصحف الفلسطينية اليومية على شبكة الإنترنت: دراسة تحليلية مقارنة"، المرجع السابق، ص219، 220.

الفصل الرابع عرض وتحليل نتائج الدراسة

قد تكون على شكل محتوى إعلامي مستقل بذاته مُصاغ على شكل عنوان جذاب يُغري المستخدم لمشاهدة هذه الفيديوهات¹.

الصحفي الإلكتروني المحترف يتمتع بمهارات تقنية عالية في إنتاج المحتوى الإعلامي وإنتاج الوسائط المتعددة بمختلف أنواعها، خاصة الفيديو الذي أصبح من الطرق المفضلة لكبريات المؤسسات الإعلامية بما فيها المؤسسات الصحفية، لما له تأثير كبير في الرفع من شعبية الصحيفة الإلكترونية من خلال جذب أكبر عدد ممكن من الزوار للموقع وضمان التنوع في المحتوى الإخباري الذي تكون فيه النصوص مدعومة بملفات الفيديو التي تثير وتنوع خيارات التصفح والتعرض للمحتوى أمام المستخدمين.

3.2.1.1.1 الروابط الفائقة:

خلقت الروابط الفائقة الفارق بين الصحف التقليدية والصحف الإلكترونية، فمتصفح الصحيفة المطبوعة يقرأ موضوع صحفي مغلق يكتمل عند وصوله إلى آخر كلمة في هذا الموضوع، في حين أن زائر الصحيفة الإلكترونية يتصفح نص يتسم بعلاقة ذات صلة بنصوص أخرى بواسطة خاصية الترابطية النصية، التي تمنح له المزيد من المواضيع والتفاصيل التي تثير بها الصحيفة الإلكترونية مادتها الإعلامية².

كما أن النص الفائق أعطى أفضلية المساحة المفتوحة التي تتسم بها الصحيفة الإلكترونية عن غيرها من الصحف المطبوعة، إضافة إلى ميزة العمق المعرفي وثراء المحتوى في الصحيفة الإلكترونية.

جدول رقم (11): يوضح استخدام أنواع الروابط الفائقة

المجموع		TSA		الشعب أونلاين		الصحف الإلكترونية
%	ك	%	ك	%	ك	نوع النص الفائق
09.02	744	08.57	372	09.52	372	رابط فائق خارجي
90.22	7440	90.71	3937	89.68	3503	رابط فائق داخلي
00.75	62	00.71	31	00.79	31	رابط فائق محلي
100	8246	100	4340	100	3906	المجموع
100	8246	52.63	4340	47.36	3906	المجموع العام

1- ماجد فضل صقر حبيب: "التفاعلية في المواقع الإلكترونية للصحف اليومية الفلسطينية: دراسة تحليلية"، المرجع السابق، ص165.

2- ماهر عودة الشمايلة وآخرون: الإعلام الرقمي الجديد، المرجع السابق، ص188.

الفصل الرابع عرض وتحليل نتائج الدراسة

يُظهر الجدول أعلاه، اتفاق موقعي الصحيفتين اليوميّتين على استخدام النص الفائق الداخلي، أي أنها تحيل القارئ إلى صفحاتها الداخلية، ولا ترسل به لمواقع أخرى، وجاءت نسبة الروابط الفائقة الداخلية في موقع TSA في المركز الأول بنسبة 90.71%، وفي المرتبة الثانية موقع الشعب أونلاين الذي استخدم الروابط الفائقة الداخلية بنسبة قُدّرت بـ89.68%.

وحسب الدراسات والأبحاث المتعلقة بالصحافة الإلكترونية أن الرابط الفائق الداخلي، هو الذي ينقل المستخدم إلى الصفحات الداخلية من نفس الموقع بناءً على العناوين المعروضة له، وهذا الصنف شائع في كل الصحف الإلكترونية عبر النت، وتوظفه هذه الصحف في عرض العناوين التي سبق ونشرتها في الصفحة الرئيسية¹.

ومن أهم الأمثلة والنماذج عن استخدام الروابط الفائقة الداخلية في كلا موقعي الصحيفتين الإلكترونية، نجد قسم أحدث الأخبار الذي يحوي على أهم وأحدث العناوين والأحداث كما يوضحه الشكل رقم (16)، وقسم الأكثر مقروئية Les plus في موقع صحيفة TSA كما هو مبين في الشكل رقم (17).



الشكل رقم (16): نموذج من الروابط الداخلية في موقع صحيفة الشعب

1- حلمي محسب: إخراج الصحف الإلكترونية على شبكة الإنترنت، المرجع السابق، ص108.

Les plus lus

1 Adhésion aux Brics : pourquoi c'est une opportunité pour l'Algérie

2 Niger : l'Algérie ferme son espace aérien aux avions militaires français

الشكل رقم (17): نموذج من الروابط الداخلية في موقع صحيفة TSA

أما الروابط الفائقة الخارجية فقد تمّ توظيفها توظيفاً ضعيفاً في موقعي الصحيفتين، حيث كانت حيث جاء موقع صحيفة الشعب أونلاين في المركز الأول بنسبة 09.52%، وتمثلت مسارات هذه الروابط الفائقة الخارجية عند الضّغط عليها بواسطة المستخدم تنقله إلى صفحات صحيفة الشعب أونلاين على مختلف مواقع الشبكات الرقمية الاجتماعية، كما يوجد رابط فائق خارجي لصورة إعلانية ينقل المتصفح إلى موقع خارجي تجاري يتمثل في موقع مؤسسة اتصالات الجزائر باعتبارها صاحبة إعلان تجاري على موقع صحيفة الشعب أونلاين ورابط فائق خارجي آخر لصورة إعلانية تنقل المستخدم إلى موقع للتسجيل في معهد للتكوين في مجال الصحافة والإعلام تابع لمؤسسة صحيفة الشعب. وبقية الروابط الفائقة الخارجية تتمثل في صور عند الضّغط عليها تنقل المستخدم خارج موقع صحيفة الشعب أونلاين إلى صفحات ويب تابعة لمؤسسة صحيفة الشعب تعنى بالشؤون السياسية، الاقتصادية، الثقافية، التاريخية، الرياضية والتنمية.

جيو بوليتيكا

نوازل

ذكرة

الرياضي

التربية

الاقتصادي

الشكل رقم (18): نموذج من الروابط الخارجية في موقع صحيفة الشعب

ويلاحظ أن موقع صحيفة الشعب أونلاين استغلت الروابط الفائقة الخارجية استغلالاً أمثلاً من خلال توجيه المتصفح خارج موقع الصحيفة إلى مواقع أخرى لها علاقة بالصحيفة الإلكترونية، وعدم الإكثار منها بهدف عدم تشتيت زوار الموقع وضمان بقاءهم مدة أطول في الموقع. حيث تشير بعض الدراسات أن تقنية الترابطية النصية لم تُوظف بكامل إمكاناتها بواسطة الصحف الإلكترونية، لعدة عوامل من أبرزها خشية هذه الصحف من تضيق المتصفح في حال استعماله للنصوص الفائقة الخارجية التي تربطه بمواقع أخرى قد تغريه ولا يعود إلى الموقع الأصلي مرة ثانية، وكون عملية الربط تحتاج إلى

الفصل الرابع عرض وتحليل نتائج الدراسة

جهد وزمن وتقصي للمواقع الأخرى المتواجدة على الإنترنت مما يُعدّ خسارة للوقت، وأيضا إلى بروز جدال الاشكالات القانونية والأخلاقية حول الملكية وحقوقها¹.


أما صحيفة TSA فقد حلت ثانيا بنسبة 08.57%، في توظيفها للروابط الفائقة الخارجية، التي تمثلت في روابط خارجية فائقة تنقل المستخدمين إلى مواقع الشبكات الرقمية الاجتماعية (Facebook, Twitter, LinkedIn, YouTube, Instagram, Apple) للاطلاع على صفحات صحيفة TSA، وبقية الروابط الفائقة الخارجية تتمثل في روابط لصور إعلانية تنقل المتصفح إلى الصفحة الرئيسية لمواقع المعلنين على موقع صحيفة TSA.



الشكل رقم (19): نموذج من الروابط الخارجية في موقع صحيفة TSA

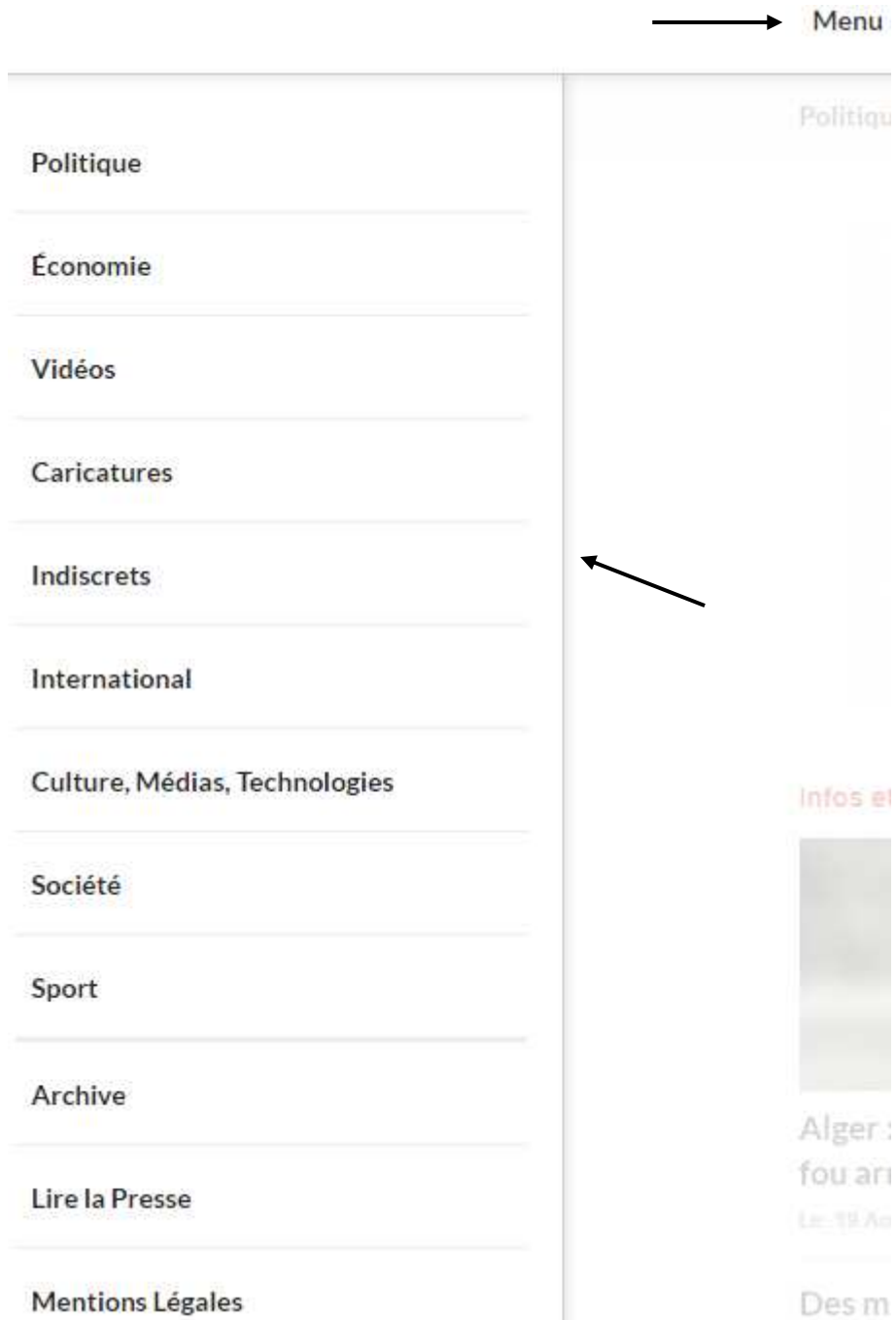
نفس الملاحظة تنطبق على موقع صحيفة الشعب أونلاين الذي وظف الروابط الفائقة الخارجية توظيفا فعالا من خلال توجيه المتصفحين خارج موقع الصحيفة إلى مواقع أخرى (مواقع المعلنين) لها علاقة بالصحيفة الإلكترونية وتعود بالربح المادي عليها، وعدم الإكثار منها بهدف عدم تشتيت زوار الموقع وضمان بقاءهم مدة أطول في الموقع.

وبخصوص الروابط الفائقة المحلية حلت في المركز الأخير من حيث الاستخدام في موقعي الصحفيتين الإلكترونية، حيث تقارب جدا كلا موقعي الصحفيتين في نسبة استخدامهما التي قدرت بـ 00.79% في موقع صحيفة الشعب أونلاين، وبنسبة 00.71%.

ويلاحظ أن موقع صحيفة الشعب أونلاين يوفر أيقونة  كرابط على صفحته الرئيسية تمكن المستخدم عند الضغط عليها من الانتقال من أسفل إلى أعلى الصفحة الرئيسية، رغم أن ارتفاع الصفحة الرئيسية للموقع ليس كبير مقارنة مع ارتفاع الصفحة الرئيسية لموقع TSA الذي أهمل مثل هذه الأيقونة.

ويتمثل الرابط الفائق المحلي المستخدم في صحيفة TSA في كلمة قائمة التجول Menu التي عند ضغطها تنبثق قائمة تجول أخرى مع البقاء في نفس الصفحة.

1- جاسم محمد الشيخ جابر: "الصحافة الإلكترونية العربية: دراسة تحليلية لعينة من الصحف الإلكترونية العربية"، المرجع السابق، ص 397.



الشكل رقم (20): نموذج من الروابط الداخلية في موقع صحيفة TSA

الفصل الرابع عرض وتحليل نتائج الدراسة

وإجمالاً، توزعت النسب في الاستخدام الإجمالي للروابط الفائقة بكل أنواعها على موقعي صحيفتي الدراسة كالتالي: موقع صحيفة TSA بنسبة 52.63% في المرتبة الأولى، يليه موقع صحيفة الشعب أونلاين بنسبة 47.36%.

وتتباين الدراسة مع ما توصل إليه ماجد حبيب في دراسته، التي أشارت لعدم حرص أي من مواقع الصحف الفلسطينية اليومية على استعمال النص الفائق بأنواعه الثلاثة¹، ويفسر الاختلاف لاعتباره أن الروابط الموجودة على الصفحة الرئيسية لمواقع الدراسة بأنها وصلات تحويلية، وهذا ما يتعارض مع رأي المصممين، فقد اعتبر جميع المصممين الروابط الموجودة على الصفحات الرئيسية لأي موقع كان روابط داخلية، وموضحين أنه من خلال برمجة الموقع يتم برمجتها على أنها روابط داخلية للموقع².

وبينت دراسة حلمي محاسب أن موقع CNN يعرض الروابط الإخبارية على موقعه بأصناف النصوص الفائقة الثلاثة (الداخلية، الخارجية والمحلية)؛ فهو يربط الحدث بقوى فاعلة في الموضوع، ومواقع خاصة لمنظمات وهيئات دولية، كما يعرض توسعة للحدث بتفصيله في الصفحات الداخلية، أما الجزيرة فلم يستعن بالروابط الخارجية بالموقع³.

كما تتباين هذه النتيجة إلى ما أشارت إليه دراسة الباحث ماجد فضل صقر حبيب حيث اتفقت مواقع الصحف اليومية الفلسطينية على عدم استعمال النص المتشعب داخل نصوص المحتوى المنشور على مواقع الدراسة، ويرجع الباحث عدم استعانة مواقع الدراسة بالنص المتشعب بسبب أنه مكلف ويحتاج إلى فريق كبير لإعداده، مع ضمان المتابعة المستمرة بواسطة المحرر، حيث يقع استخدام النص المتشعب تحت مسؤوليته⁴.

وتختلف أيضاً نتيجة الدراسة مع نتائج دراسة الباحث جاسم محمد الشيخ جابر والتي توضح غياب تقنية النصوص الفائقة (الروابط الداخلية والخارجية) عن معظم الصحف العربية محل الدراسة باستثناء إيلاف ومأرب برس، حيث أن هذه النصوص تمنح للزائر إمكانية التنقل إلى مواضيع ذات صلة سواء داخل الصحيفة نفسها أو في مواقع أخرى من خلال هذه الروابط التي توضع داخل النص أو على جوانبه⁵.

1- ماجد حبيب: "التفاعلية في المواقع الإلكترونية للصحف اليومية الفلسطينية: دراسة تحليلية"، المرجع السابق، ص161.

2- سليم أيد: "إخراج مواقع الصحف الفلسطينية اليومية على شبكة الإنترنت"، المرجع السابق، ص225.

3- حلمي محاسب: "قياس تفاعلية المواقع التلفزيونية الإخبارية على الإنترنت: بالتطبيق على موقعي الجزيرة وCNN"، المرجع السابق، ص240.

4- ماجد فضل صقر حبيب: "التفاعلية في المواقع الإلكترونية للصحف اليومية الفلسطينية: دراسة تحليلية"، المرجع السابق، ص161.

5- جاسم محمد الشيخ جابر: "الصحافة الإلكترونية العربية: دراسة تحليلية لعينة من الصحف الإلكترونية العربية"، المرجع السابق، ص404، 407.

الفصل الرابع عرض وتحليل نتائج الدراسة

كما توصلت دراسة الباحثة سمية بورقعة إلى غياب الروابط الفائقة ضمن الخبر والتي تنتقل المتصفح لموضوعات أخرى ذات صلة بالمواد المعروضة. ويخفف غياب التفاعلية الملاحية من مستوى التفاعلية¹.

وأوضحت دراسة الباحث رابح عمار عدم استطاعة الصحف محل الدراسة على استخدام النص الفائق في تحرير مختلف المواضيع، إذ جاءت أغلب المقالات خالية من الروابط التشعبية، وهذا ما يسبب محدودية مستويات التعمق في القراءة الذي ينطبق على الصحف الورقية².

ويفسّر نصر الدين العياضي عدم استعانة الصحف الإلكترونية الجزائرية بالكتابة من منطلق النص المتشعب، إلى طغيان الطابع النصالي والتجنيدي على العمل الصحفي في الوقت الحالي، حيث أن هذا الطابع يقدم للمضمون الإعلامي أفضلية قصوى، بينما يفتت النص المتشعب هذا المضمون ويقضي على مركزيته، لأنه يحتوي على ما يعرف بتعددية المصادر والأصوات في صناعته **Polyphonie**. أضف إلى ذلك وجود سبب آخر لعدم استخدام الصحف الجزائرية للنص المتشعب يتمثل في التنافس حول عائدات الإعلان الذي يحتم على الصحيفة إبقاء المستخدم أطول مدة ممكنة في موقع الصحيفة³.

1- سمية بورقعة: الصحافة الرقمية: تطبيقات في التفاعلية -الجزائر أنموذجاً، المرجع السابق، ص222.
2- رابح عمار: "الصحافة الإلكترونية وتحديات الفضاء الإلكتروني..دراسة ميدانية للصحافة الإلكترونية الجزائرية"، المرجع السابق، ص327.
3- نصر الدين العياضي: "الصحافة الجزائرية في بيئة الواب: إرهابات التغيير"، المجلة الجزائرية للعلوم الاجتماعية والإنسانية، جامعة الجزائر3، (العدد6)، جوان، 2016، ص180، 181.

1.3.2.1.1.1 أشكال الروابط الفائقة:

جدول رقم (12): يوضح أشكال الروابط الفائقة المستخدمة

المجموع		TSA		الشعب أونلاين		الصحيفة الإلكترونية
%	ك	%	ك	%	ك	أشكال الروابط الفائقة
05.26	434	05.71	248	04.76	186	أيقونات
30.45	2511	21.42	930	40.47	1581	الصور كروابط
46.61	3844	52.85	2294	39.68	1550	العناوين كروابط
16.91	1395	19.28	837	14.28	558	كلمات قوائم التجوال
00.75	62	0.71	31	00.79	31	زر (Button)
100	8246	100	4340	100	3906	المجموع
100	8246	52.63	4340	47.36	3906	المجموع العام

يوضح الجدول أعلاه أن الصحيفة الإلكترونية الشعب أونلاين قد استخدمت شكل العناوين كروابط بنسبة بلغت 39.68% محتلة المرتبة الأولى، يليها شكل الصور كروابط في المرتبة الثانية بنسبة بلغت 40.47%، بينما جاء شكل الروابط الفائقة (كلمات قوائم التجوال) في المرتبة الثالثة بنسبة بلغت 14.28%. أما شكل الأيقونات فحلّ في المركز ما قبل الأخير بنسبة بلغت 04.76%، أما في المرتبة الأخيرة جاء شكل الزر (Button) بنسبة شبه منعدمة بلغت 00.79%.

أما بخصوص الصحيفة الإلكترونية TSA قد استخدمت شكل العناوين كروابط بنسبة قُدرت بـ 52.85% محتلة المرتبة الأولى، يليها شكل الصور كروابط في المرتبة الثانية بنسبة بلغت 21.42%، بينما جاء شكل الروابط الفائقة (كلمات قوائم التجوال) في المرتبة الثالثة بنسبة بلغت 19.28%. أما شكل الأيقونات فحلّ في المركز ما قبل الأخير بنسبة بلغت 05.71%، أما في المرتبة الأخيرة جاء شكل الزر (Button) بنسبة شبه منعدمة بلغت 00.71%.

أمّا فيما يخصّ النسبة الإجمالية لاستخدام جميع أشكال الروابط الفائقة في موقعي الدراسة، احتلّ موقع صحيفة TSA المركز الأول بنسبة 52.63%، ليحلّ بعده موقع صحيفة الشعب أونلاين بنسبة 47.36%.

الفصل الرابع عرض وتحليل نتائج الدراسة

تقترب نتائج الدراسة الحالية مع نتائج الباحثة بيرق حسين موسى حيث أوضحت نتائجها إلى أن مواقع الدراسة الثلاثة اتفقت على استعمال شكلين من الروابط وهما: (العناوين وروابط صورية)، كما انفردت جريدة الصباح باستخدامها للكلمات المفتاحية والأيقونات للكلمات المفتاحية والأيقونات كأحد أشكال روابط التجول¹.

2.1.1. العناصر البنائية المساعدة:

1.2.1.1. الألوان:

بالنسبة لمواقع الصحف الإلكترونية تُعدّ الألوان من أهم العناصر البنائية الشكلية عند عملية الإخراج والتصميم، لدورها في المساهمة في إظهار هوية الصحيفة، مع إثراءها بصريا بواسطة التأثيرات البصرية المساعدة في بناء تجربة المستخدم، بالإضافة إلى تحكمها في ردود أفعاله على حسب ثقافته وبيئته وأيضا إدراكاته².

1.1.2.1.1. الألوان في العناوين:

جدول رقم (13): يوضح الألوان المستخدمة في العناوين

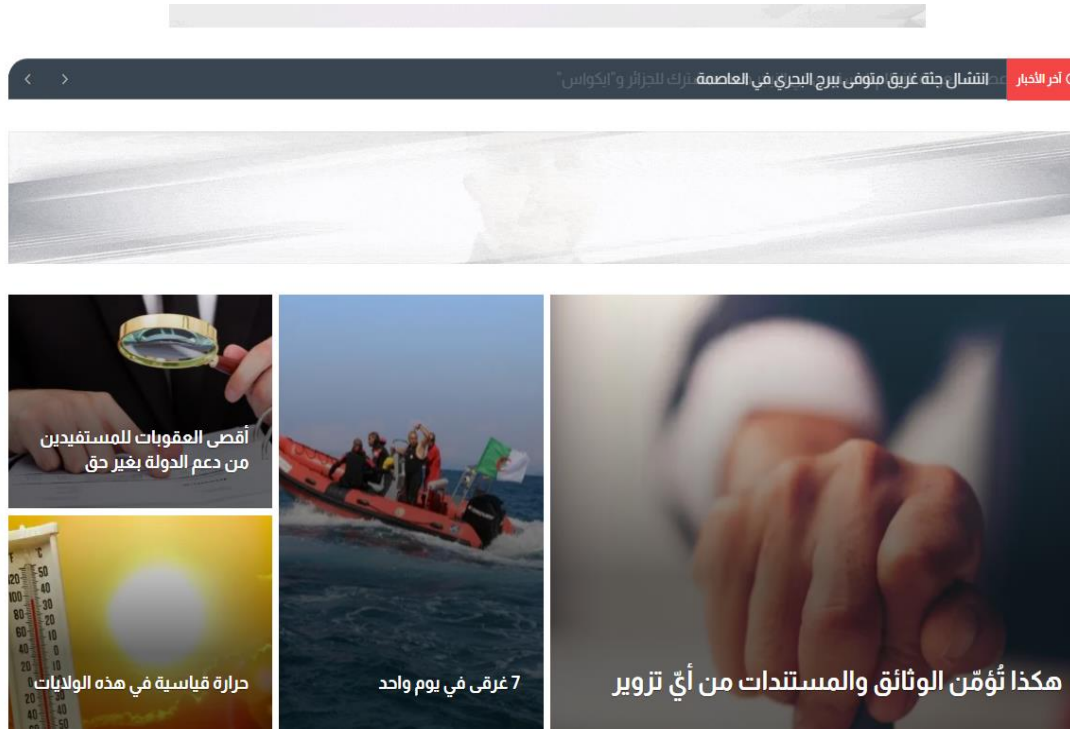
المجموع		"TSA"		الشعب أونلاين		الصحيفة الإلكترونية
%	ك	%	ك	%	ك	ألوان العناوين
77.03	3224	96.10	2294	51.72	930	الأسود
0	0	0	0	0	0	الرمادي
20.00	837	0	0	46.55	837	الأبيض
00.74	31	01.30	31	0	0	الأزرق
02.22	93	02.60	62	01.72	31	الأحمر
100	4185	100	2387	100	1798	المجموع
100	4185	57.03	2387	42.96	1798	المجموع العام

تشير نتائج الجدول أعلاه بأن كل من موقعي صحيفتي الدراسة الشعب أونلاين وTSA يعتمدون بدرجة أولى على اللون الأسود بنسب متباينة في العناوين، حيث جاء في الصدارة موقع TSA بنسبة 96.10%، وجاء ثانيا موقع الشعب أونلاين بنسبة بلغت 51.72%. وهذا راجع لكون اللون الأسود من أكثر الألوان تفضيلا لدى القراء لأنه مريح للعين. ويأتي اللون الأبيض ثانيا بالنسبة لموقع الشعب أونلاين بنسبة 46.55%، فيما لم

1- بيرق حسين موسى: فن الإخراج الصحفي لمواقع الجرائد الإلكترونية، المرجع السابق، ص198.
2- نورهان صندوق: "التصميم التفاعلي في صفحة الويب ودوره في التسويق الإلكتروني"، المرجع السابق، ص46.

الفصل الرابع عرض وتحليل نتائج الدراسة

يعتمد موقع "TSA" على اللون الأبيض في العناوين طوال فترة التحليل، وهذا راجع لاعتماده بشكل كلي على الأرضيات البيضاء.



الشكل رقم (21): العناوين باللون الأبيض في موقع صحيفة الشعب



الشكل رقم (22): العناوين باللون الأسود في موقع صحيفة الشعب

Essalam TV : la sanction de l'Arav est tombée

L'Autorité de contrôle de l'audiovisuel (Arav) a décidé de suspendre « tous les programmes » d'Essalam TV pour une durée de 20 jours. Cette suspension entre en vigueur à compter du...

Publicité - Culture, Médias, Technologies

L'hallucinant échange sur l'investissement en Algérie

Les obstacles à l'investissement en Algérie persistent, en dépit des mises en garde du président de la République contre les blocages et les engagements des autorités à faciliter le travail...

Publicité - Économie

3 Décès d'un jeune du botulisme à Constantine : Atun Maratun se défend

4 Adhésion aux Brics : six pays admis, l'Algérie doit encore attendre

Publicité

5 L'hallucinant échange sur l'investissement en Algérie

6 Candidature de l'Algérie aux Brics non retenue : les réactions

Publicité

7 Essalam TV : la sanction de l'Arav est tombée

الشكل رقم (23): العناوين باللون الأسود في موقع صحيفة TSA

ويأتي اللون الأزرق ثالثا بالنسبة لموقع "TSA" بنسبة 01.30%، فيما لم يعتمد موقع "الشعب أونلاين" على اللون الأزرق في العناوين طوال فترة التحليل. ويأتي اللون الأحمر أخيرا بالنسبة لموقعي صحيفتي الدراسة "الشعب أونلاين" الذي استخدمته في عنوان وحيد هو عنوان قسم الأرشيف و"TSA" بنسبة 1.72% بالنسبة للأول، وبنسبة 02.60% بالنسبة للثاني.

الأرشيف

الشكل رقم (24): العنوان باللون الأحمر في موقع صحيفة الشعب

Les plus lus

- 1 Alerte météo : nouvelle vague de chaleur sur le nord de l'Algérie
- 2 Brics : l'Algérie réagit, Lavrov révèle les « critères » retenus

الشكل رقم (25): العنوان باللون الأحمر في موقع صحيفة TSA

Communiqués de presse



Alliance Assurances signe une convention d'assurances avec Fiat Algérie, filiale du groupe Stellantis El-Djazair

الشكل رقم (26): العنوان باللون الأزرق في موقع صحيفة TSA

كما تُظهر نتائج الجدول، أن اللون الأسود جاء في المرتبة الأولى كأكثر لون مستخدم في العناوين من طرفي موقعي الدراسة بنسبة 77.03%، يليه اللون الأبيض في المرتبة الثانية بنسبة 20.00%، ثم جاء اللون الأحمر في المرتبة الثالثة بنسبة 02.22%، يليه اللون الأزرق في المرتبة الرابعة بنسبة 00.74%، وأخير حلّ اللون الرمادي بنسبة منعدمة.

وفيما يخصّ النسبة الإجمالية لأكثر موقع صحيفة استخدم الألوان في العناوين، جاء موقع صحيفة TSA الشعب أونلاين في المركز الأول بنسبة 57.03%، يليه موقع صحيفة الشعب في المركز الثاني بنسبة 42.96%.

2.1.2.1.1. الألوان في المتون:

جدول رقم (14): يوضح الألوان المستخدمة في المتون

المجموع		TSA		الشعب أونلاين		الصحيفة الإلكترونية
%	ك	%	ك	%	ك	ألوان المتون
0	0	0	0	0	0	الأسود
100	1612	100	1612	0	0	الرمادي
0	0	0	0	0	0	الأبيض
0	0	0	0	0	0	الأزرق
0	0	0	0	0	0	الأحمر
100	1612	100	1612	0	0	المجموع
100	1612	100	1612	0	0	المجموع العام

تشير نتائج الجدول أعلاه بأن موقع "TSA" يعتمد بدرجة أولى على اللون الرمادي كلون وحيد ورئيسي في كتابة المتن على الصفحة الرئيسية بنسبة 100%، باعتبار أن موقع الصحيفة اعتمد على أسلوب الوحدات الإلكترونية الذي يتميز بإرفاق مقدمة عن الخبر مع العنوان والصورة وباقي التفاصيل يجدها القارئ داخل صفحات الموقع، وهذا راجع لكون اللون الرمادي مناسب جدا للخلفيات البيضاء مما يضمن تباين لوني مناسب وواضح عند عملية تصفح المحتوى على الموقع. في حين أن المتن على الصفحة الرئيسية لموقع "الشعب أونلاين" غير متوفر بسبب اعتماد الموقع لأسلوب البوابة الذي يكتفي في الصفحة الرئيسية بذكر عنوان الخبر وإرفاقه بصورة وبقية التفاصيل المذكورة في المتن يطلع عليها القارئ في الصفحات الداخلية للموقع. وهذا ما يفسر انعدام تكرارات ونسب ألوان المتون على موقع "الشعب أونلاين".

Pluies en Algérie : un mort et 3 personnes portées disparues



Les fortes pluies qui se sont abattues ce mercredi 16 août sur plusieurs régions d'Algérie ont fait un mort, alors que trois personnes sont portées disparues, selon un bilan provisoire...



الشكل رقم (27): لون خط المتن في الصفحة الرئيسية لموقع صحيفة TSA

3.1.2.1.1. الألوان في الأرضيات:

جدول رقم (15): يوضح الألوان المستخدمة في الأرضيات

المجموع		TSA		الشعب أونلاين		الصحيفة الإلكترونية ألوان الأرضيات
%	ك	%	ك	%	ك	
12.49	248	0	0	17.02	248	الأسود
07.80	155	23.48	124	02.12	31	الرمادي
57.78	1147	76.32	403	51.06	744	الأبيض
0	0	0	0	0	0	الأزرق
21.86	434	0	0	29.78	434	الأحمر
0.05	01	0.18	01	0	0	الأصفر
100	1985	100	528	100	1457	المجموع
100	1985	26.59	528	73.40	1457	المجموع العام

تُبين نتائج الجدول أعلاه بأن كل من موقعي صحيفتي الدراسة "الشعب أونلاين" و"تسا" يعتمدون بدرجة أولى على اللون الأبيض بنسب متفاوتة في الأرضيات، حيث جاء في الصدارة موقع "تسا" بنسبة 76.32%، وجاء ثانياً موقع "الشعب أونلاين" بنسبة 51.06%. وهذا راجع لكون اللون الأبيض من أكثر الألوان المريحة للعين كخلفية للنصوص. ويأتي اللون الأحمر ثانياً بالنسبة لموقع "الشعب أونلاين" بنسبة 29.78%، فيما لم يعتمد موقع "تسا" على اللون الأحمر في الأرضيات طوال فترة التحليل، وهذا راجع للاعتماد بشكل كلي على الأرضيات البيضاء والرمادية.

ويأتي اللون الرمادي ثالثاً بالنسبة لموقع "تسا" بنسبة 23.48%، فيما احتل اللون الرمادي في موقع "الشعب أونلاين" في المرتبة الأخيرة بنسبة 02.12%.

ويأتي اللون الأسود رابعاً في الترتيب بالنسبة لموقع "الشعب أونلاين" بنسبة 17.02%، في حين أن موقع "تسا" لم يعتمد على اللون الأسود كلون للأرضيات.

ويأتي اللون الأصفر خامساً في الترتيب بالنسبة لموقع "تسا" بنسبة 0.18%، في حين أن موقع "الشعب أونلاين" لم يعتمد مطلقاً على اللون الأصفر كلون من ألوان الأرضيات.

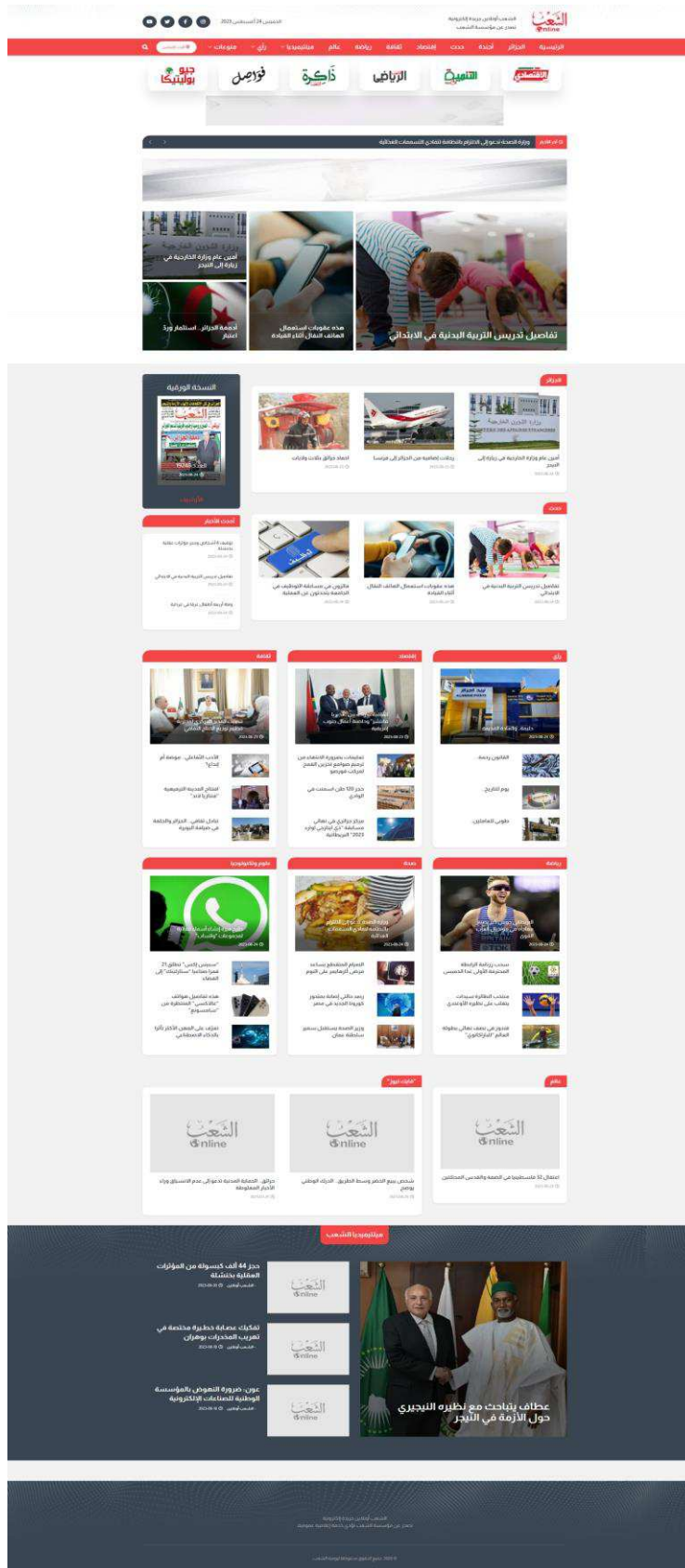
ويأتي اللون الأزرق في المرتبة الأخيرة بالنسبة لكلا الموقعين بتكرار منعدم وبنسب منعدمة.

الفصل الرابع عرض وتحليل نتائج الدراسة

كما تظهر نتائج الجدول أيضا، أن اللون الأبيض جاء في المرتبة الأولى كأكثر لون مستخدم من طرفي موقعي الدراسة بنسبة 57.78%، يليه اللون الأحمر في المرتبة الثانية بنسبة 21.86%، ويفسر توظيف كلا موقعي الصحفيتين الإلكترونيتين للون الأحمر بعد اللون الأبيض، لأنه من ألوان الهوية البصرية لكلا الموقعين، حيث شعارا كلا الصحفيتين أحمر، ثم جاء اللون الأسود في المرتبة الثالثة بنسبة 12.49%، يليه اللون الرمادي في المرتبة ما قبل الأخيرة بنسبة 07.80%، ثم في اللون الأصفر في المرتبة الأخيرة بنسبة 0.05%

وفيما يخص النسبة الإجمالية لاستخدام الألوان في موقعي الدراسة، جاء موقع صحيفة الشعب أونلاين كأكثر موقع استخداما للألوان في الأرضيات في المركز الأول بنسبة 73.40%، يليه موقع TSA في المركز الثاني بنسبة 26.59%.

الفصل الرابع عرض وتحليل نتائج الدراسة



الشكل رقم (28): ألوان الأرضيات في الصفحة الرئيسية لموقع صحيفة الشعب



الشكل رقم (29): ألوان الأرضيات في الصفحة الرئيسية لموقع صحيفة TSA

جدول رقم (16): يوضح الألوان المستخدمة في العناوين والمتون والأرضيات

المجموع		TSA		الشعب أونلاين		الصحيفة الإلكترونية الألوان
%	ك	%	ك	%	ك	
53.77	4185	52.72	2387	55.23	1798	الألوان في العناوين
20.71	1612	35.60	1612	0	0	الألوان في المتون
25.50	1985	11.66	528	44.76	1457	الألوان في الأرضيات
100	7782	100	4527	100	3255	المجموع
100	7782	58.17	4527	41.82	3255	المجموع العام

تشير نتائج الجدول أعلاه بأن كل من موقعي صحيفتي الدراسة "الشعب أونلاين" و" TSA" أكثر استعمالاً للألوان في العناوين، حيث جاء في الصدارة موقع الشعب أونلاين بنسبة 55.23%، وجاء ثانياً موقع TSA بنسبة 52.72%. أما الألوان في الأرضيات فجاءت ثانياً بنسبة 44.76% في موقع الشعب أونلاين، أما الألوان في المتون فحلت أخيراً بنسبة منعدمة في موقع الشعب أونلاين. أمّا فيما يخصّ موقع TSA جاءت الألوان في المتون في المرتبة الثانية بنسبة 35.60%، تليها الألوان في الأرضيات في المرتبة الأخيرة بنسبة 11.66%.

كما أنّ الصحيفتين الإلكترونيتين محل الدراسة قد اعتمدتا بشكل عام على استخدام الألوان في العناوين بنسبة 53.77% في المركز الأول، يليه استخدام الألوان في الأرضيات في المركز الثاني بنسبة 25.50%، وأخيراً استخدام الألوان في المتون بنسبة بلغت 20.71%.

وفيما يخص النسبة الإجمالية لأكثر موقع استخداماً للألوان في كل العناصر (العناوين، المتون والأرضيات)، جاء موقع TSA في الصدارة بنسبة 58.17%، يليه موقع الشعب أونلاين بنسبة 41.82%.

تتشابه نتائج هذه الدراسة مع نتائج دراسة الباحثين ماجد سالم تربان وعبير محمد لبد حيث أشارت دراستهما إلى أن استعمال الألوان في مواقع العينة قد تنوعت بين الأرضيات والعناوين بنسب متقاربة وهي على التوالي: 46.85% و 43.35%، في حين لم توظف

الفصل الرابع عرض وتحليل نتائج الدراسة

في النصوص سوى 10%، ويفسّر الباحثان هذا إلى اعتماد معظم مواقع الدراسة على أسلوب البوابة في إخراجها لصحتها¹.

تتقارب نتائج الدراسة الحالية مع نتائج دراسة الباحثة عبير محمد سليم لبد التي بينت أن مواقع الدراسة اعتمدت على استعمال الألوان في العناوين بنسبة 59.4% من إجمالي استخدام الألوان في مواقع الدراسة، ثم توظيفها في الأرضيات بنسبة 37.01%، أما بخصوص استعمال الألوان في النصوص فتحصّلت على أقل نسبة حيث قدرت ب3.59%. وانفرد موقع جريدة فلسطين في استخدام الألوان في النصوص ويُفسّر سبب ذلك لاعتمادها على أسلوب الوحدات الإلكترونية في إخراج موضوعاتها².

ويُستحسن أن يكون توظيف الألوان في الصحف الإلكترونية مبنياً على معايير علمية ولا يكون استعمالها اعتباطياً، لذا فاختيارها ليس سهلاً إذ يجب على المصمم أو المخرج أن ينتبه للتفاصيل الدقيقة، حيث يجب اختيار ألوان ذات تباين مدروس لحجب أي تشويش بصري مما يعني وضوحاً ومقروئية عالية للنص الذي سيقراه المستخدم، إلا أن الإكثار من توظيف التباين في الألوان قد يؤدي إلى فوضى بصرية. ويؤثر لون النص وعلاقته مع الخلفية على إدراك المستخدم له لذا نجد مصممي المواقع لم يُجمعوا على تحديد مبدأ متفق عليه لاختيار لون النص مراعاة للون الخلفية. كما يعمل اللون على ربط المستخدم بصرياً عبر اختيار لون أو مجموعة من الألوان حتى تعطي للمستخدم إمكانية التعرف على الموقع بصرياً عند الدخول³.

1- ماجد سالم تريان، عبير محمد لبد: "تصميم وإخراج المواقع الإلكترونية الإخبارية الفلسطينية: دراسة تحليلية مقارنة"، المرجع السابق، ص138.

2- عبير محمد سليم لبد: "إخراج مواقع الصحف الفلسطينية اليومية على شبكة الإنترنت: دراسة تحليلية مقارنة"، المرجع السابق، ص228.

3- نورهان صندوق: "التصميم التفاعلي في صفحة الويب ودوره في التسويق الإلكتروني"، المرجع السابق، ص48، 49.

2.2.1.1. عناصر الفصل:

جدول رقم (17): يوضح عناصر الفصل المستخدمة

المجموع		TSA		الشعب أونلاين		الصحيفة الإلكترونية
%	ك	%	ك	%	ك	عناصر الفصل
18.70	806	11.88	372	36.84	434	البياض
60.43	2604	78.21	2449	13.15	155	الخطوط
20.86	899	09.90	310	50	589	الإطارات
0	0	0	0	0	0	الصور كفواصل
100	4309	100	3131	100	1178	المجموع
100	4309	72.66	3131	27.33	1178	المجموع العام

تُظهر نتائج الجدول أعلاه أن صحيفة "الشعب أونلاين" فقد اعتمدت على الإطارات في الفصل بين موضوعاتها بنسبة 50% في المركز الأول، ثم البياض بنسبة 36.84% في المركز الثاني، تليها الخطوط بنسبة 13.15%، بينما لم تستعمل صحيفة "الشعب أونلاين" المرتبة الصور كفواصل بين موضوعاتها.

أما صحيفة "TSA" فقد اعتمدت على الخطوط للفصل بين موضوعاتها بنسبة قدرت بـ 78.21% في المرتبة الأولى، يليه البياض في المركز الثاني بنسبة 11.88%، وأخيرا الإطارات بنسبة ضئيلة قُدرت بـ 09.90%، بينما لم تستعمل صحيفة "TSA" الصور كفواصل بين موضوعاتها.

أيضا موقع صحيفة TSA جاء في المرتبة الأولى كأكثر موقع استخداما لعناصر الفصل بنسبة 72.66%، يليه موقع الشعب أونلاين بنسبة 27.33%. وهذا راجع لأن موقع TSA أكثر محتوى وأكبر طولا ومساحة من موقع الشعب أونلاين، مما يستلزم توظيف عناصر الفصل بشكل كبير في موقع TSA مقارنة بموقع صحيفة الشعب أونلاين.

بالإضافة إلى استخدام صحيفتي "الشعب أونلاين" و" TSA" بشكل عام الخطوط كعنصر من عناصر الفصل والتي حازت على المركز الأول وبنسبة قدرت بـ 60.43%، تليها الإطارات في المركز الثاني بنسبة 20.86%، بينما البياض حاز على المرتبة الثالثة وبنسبة بلغت 18.70%، أما الصور كفواصل فقد احتلت المرتبة الأخيرة وبنسبة معدومة قدرت بصفر بالمئة.

الفصل الرابع عرض وتحليل نتائج الدراسة

تتباين نتائج هذه الدراسة عن النتائج التي بينتها دراسة الباحثة عبير محمد سليم لبد حيث ارتكزت مواقع الدراسة بصفة كبيرة على الخطوط للفصل بين موضوعاتها بنسبة قُدرت بـ 51.98% من إجمالي استعمال المواقع لأدوات الفصل، ثم العناوين بـ 16.59%، يلي العناوين البيضاء بنسبة 14.52%، ثم الصور بنسبة 11.60%، وأخيرا الإطارات بأقل نسبة قُدرت بـ 05.40%¹.

إن توظيف الإطارات بكثرة كوسيلة للفصل بين مختلف المواد الإعلامية ليس سيئا إذ تتيح هذه الإطارات القدرة على التحكم في ما ينوي مصمم الويب عرضه في الصفحة، ويُفسر سبب ذلك كون مضامين هذه الإطارات تتحرك بشكل انفرادي عن باقي العناصر حيث تعمل على تحديد تصميم الصفحة وترتيب محتواها كما يمكن أن تساهم في تصميم مكانزمات التنقل في الصفحة، إذ يمكن للمصمم أن يجعل رأس الصفحة وقائمة المضامين ظاهرة بصفة مستمرة للمستخدم².

1- عبير محمد سليم لبد: "إخراج مواقع الصحف الفلسطينية اليومية على شبكة الإنترنت: دراسة تحليلية مقارنة"، المرجع السابق، ص 228.
2- نورهان صندوق: "التصميم التفاعلي في صفحة الويب ودوره في التسويق الإلكتروني"، المرجع السابق، ص 65.

3.1.1. العناصر البنائية الثابتة في الصفحة الرئيسية:

1.3.1.1. مكونات هوية الصحيفة الإلكترونية:

1.1.3.1.1. شعار الصحيفة الإلكترونية:

هوية الصحيفة الإلكترونية هي كلمة السر نحو تحقيق النجاح في عالم الإعلام الإلكتروني. كما تمنح لموقع الصحيفة بصمة مميزة عن باقي المواقع، وتعتبر عن محتواه وأهدافه على المدى القريب والبعيد. وتضم الهوية الرقمية عدة عناصر مهمة، مثل التصميم الجرافيكي، اللون، الشعار، والأسلوب الكتابي، والمواضيع التي يعالجها. حيث أن التصميم للموقع له دور مهم في تحديد هذه الهوية التي تعمل على جذب الزوار. كما أن الخطوط والألوان تعكس نمط الموقع وقواعده التحريرية، بينما الشعار ترتبط به هوية الموقع حيث يكون في عقول القراء صورة ذهنية عن الصحيفة سواء بالسلب أو بالإيجاب، لذا ينصح أن يكون الشعار بسيطاً يتسم بتصميم فيه الإبداع والتميز. أما الأسلوب الكتابي يعكس هو كذلك هوية الموقع، فمن خلال اللغة والأسلوب الصحفي يمكن للموقع أن يعبر عن كيفية عرضه للمحتوى مع تحديد الجمهور المستهدف، إضافة إلى أن نوعية الموضوعات المنشورة على الموقع لها دور فعال في تحديد هوية ومهمته من خلال تعبيرهم عن قيم ورؤية الموقع.

جدول رقم (18): يوضح شعارا الصحيفتين الإلكترونيتين

TSA	الشعب أونلاين	الصحيفة الإلكترونية	
		شعار الصحيفة الإلكترونية	
لا يوجد	يوجد	رأس الصفحة جهة اليمين	موقع الشعار
يوجد	لا يوجد	رأس الصفحة في الوسط	
لا يوجد	لا يوجد	رأس الصفحة جهة اليسار	
لا يوجد	لا يوجد	مكتوب	نوع الشعار
يوجد	يوجد	مصور	
لا يوجد	لا يوجد	مكتوب ومصور	
يوجد	يوجد	ثابت	صيغة الشعار
لا يوجد	لا يوجد	متحرك	



الشكل رقم (30): شعار موقع صحيفة الشعب

من خلال الجدول رقم (18) والشكل رقم (30) في الأعلى نلاحظ أن الصحيفة الإلكترونية "الشعب أونلاين" تتبنى شعارا ثابتا ومصورا كخاصية تميّزها عن غيرها من الصحف الإلكترونية مرفوقا بشعار مكتوب "الشعب أونلاين جريدة إلكترونية تصدر عن مؤسسة الشعب"، ويتمثل هذا الشعار في إسم الصحيفة "الشعب" بالإضافة إلى كلمة Online باللغة الأجنبية التي تدلّ على طبعة الصحيفة الإلكترونية، أمّا بخصوص موقع الشعار فهو يتواجد في رأس الصفحة جهة اليمين كون اللغة الأصلية للصحيفة هي اللغة العربية.



الشكل رقم (31): شعار موقع صحيفة TSA

أمّا الصحيفة الإلكترونية الجزائرية "TSA" فلم تتبنى أي شعار مكتوب إذ اكتفت بالإسم المختصر للصحيفة "Tous sur L'Algerie" "TSA" الصحيفة متخذة إياه شعارا ثابتا ومصورا لها، وقد تمّ وضعه في رأس الصفحة الرئيسية في منتصف الصفحة، وقد صُمّم في شكل بسيط ومتناسق. أنظر الشكل رقم (31).

2.1.3.1.1. معلومات عن الصحيفة:

جدول رقم (19): يوضح أهم المعلومات المتوفرة عن الصحيفتين الإلكترونيتين

TSA	الشعب أونلاين	الصحيفة الإلكترونية معلومات عن الصحيفة
لا يوجد	يوجد	معلومات عن الناشر
لا يوجد	يوجد	معلومات عن هيئة التحرير
لا يوجد	لا يوجد	العنوان البريدي
لا يوجد	لا يوجد	رقم الفاكس والهاتف
لا يوجد	لا يوجد	تاريخ الإنشاء

نلاحظ من خلال الجدول رقم (19)، وجود معلومات بخصوص الناشر وراء صحيفة "الشعب أونلاين" الذي يتمثل في مؤسسة الشعب التي تتميز بطابع عمومي، كما تتوفر المعلومات عن هيئة التحرير من محررين وصحفيين في مختلف الأقسام بوضع الأسماء مع وضع لبعض الصحفيين فقط وسائل اتصال بهم كروابط مواقع التواصل الاجتماعي للصحفيين أو الإيميل، عكس صحيفة "TSA" التي لم توفر أي معلومة على موقعها بخصوص الناشر، كما اكتفت بذكر أسماء بعض صحفيها دون إرفاق وسائل الاتصال بهم كحساباتهم على مواقع التواصل الاجتماعي، أو عنوان بريدهم الإلكتروني.

أمّا بخصوص مقر الصحيفة الإلكترونية أو العنوان البريدي لها فنجد أن كلتا الصحيفتين الإلكترونيتين "الشعب أونلاين" و" TSA" لا تضعان عنوانا لمقرهما في موقعهما الإلكتروني، ويُعتبر وضوح العنوان البريدي ومقر الصحيفة الإلكترونية دليلا على وجودها المادي وهذا ما يضيف عليها نوع من الثقة وكذا المصداقية.

فيما يخصّ رقم الفاكس والهاتف وكذا تاريخ الإنشاء فيلاحظ غياب هذه المعلومات على الصفحة الرئيسية لكلتا الصحيفتين الإلكترونيتين محل الدراسة.

تتشابه نتائج هذه الدراسة مع ما توصل إليه الباحث جاسم محمد الشيخ جابر إذ أفرزت نتائج دراسته مؤشرات جد مهمة، حيث أن نسبة من الصحف الإلكترونية لم تفصح عن جهة الإصدار أو الناشر وكذا غياب المعلومات عن العاملين فيها، وبلغ عدد الصحف الإلكترونية من عينة الدراسة التي لم تتوفر فيها هذه المعلومات 7 من مجموع 19 مقابل 11 كانت واضحة في بيان المعلومات عن المؤسسة التي تصدر عنها وتحدد سياستها والأساليب والمعايير التحريرية والأخلاقية¹.

1- جاسم محمد الشيخ جابر: "الصحافة الإلكترونية العربية: دراسة تحليلية لعينة من الصحف الإلكترونية العربية"، المرجع السابق، ص405.

الفصل الرابع عرض وتحليل نتائج الدراسة

يُعدّ عدم ذكر المعلومات الخاصة بالصحيفة الإلكترونية عائقاً يمسّ بمصداقية الصحيفة ويضرب بمعايير وشروط مهنة الصحافة بعرض الحائط، حيث أن التزام الصحف الإلكترونية بتعريف نفسها للمتصفح يمثل نقطة انطلاق لكسب ثقته وإغراءه لزيارة الموقع من خلال وضع جميع المعلومات التي لها علاقة بجهة الإصدار أو الناشر، وأيضاً تاريخ الإنشاء، بالإضافة إلى العنوان ورقم الهاتف والفاكس وغيرها، حتى يتمكّن الزائر من التعرف أكثر على موقع الصحيفة. كما يُستحسن أن تتوفر المعلومات على الصفحة الرئيسية عبر الضغط على أيقونة من نحن.

2.3.1.1. مساحة الصفحة الرئيسية:

تمّ قياس أبعاد (الطول والعرض) الصفحة الرئيسية لكلا موقعي الصحيفتين "الشعب أونلاين" و "TSA" بعد تصفحهما على متصفح Edge Microsoft على جهاز (حاسوب من نوع HP ZOOK 17 G3 يتميز بوضوح شاشة عالية الدقة (FHD) (1920*1080)، حيث يختلف عرض الصفحة الرئيسية لأي موقع على حسب نوع الجهاز المعروضة عليه سواء جهاز حاسوب، أو لوح إلكتروني أو هاتف محمول.

جدول رقم (20): يوضح مساحة الصفحة الرئيسية لكلتا الصحيفتين الإلكترونيتين

الصحيفة الإلكترونية	الشعب أونلاين	TSA
مساحة الصفحة الرئيسية	1131	1131
عرض الصفحة الرئيسية	4636.34	15920.3
ارتفاع الصفحة الرئيسية	4636.34*1131	15920.3*1131
مساحة الصفحة الإجمالية		

من خلال الجدول أعلاه يتضح أن عرض الصفحة الرئيسية لصحيفة "الشعب أونلاين" بلغ 1131 بيكسل، بينما ارتفاعها بلغ حوالي 4636.34 بيكسل. أمّا بخصوص صحيفة "TSA" فبلغ عرضها 1131 بيكسل، في حين أن ارتفاع صفحتها الرئيسية بلغ 15920.3 بيكسل. كما تشير نتائج الجدول أن الصفحة الرئيسية لصحيفة "TSA" أطول من الصفحة الرئيسية لصحيفة "الشعب أونلاين". ولحساب مساحة الصفحة الرئيسية لكل موقع يُضرب عرض الصفحة في ارتفاعها لنحصل على قيمة مساحة الصفحة الرئيسية بوحدة البيكسل.

وفي هذا السياق ترى الباحثة عبير محمد سليم لبد من خلال دراستها أن المصممين قد اتفقوا "على أن طبيعة الموقع تؤثر بشكل مباشر على ارتفاع الصفحة الرئيسية للموقع، مؤكداً أن المواقع الإعلامية تمتاز بطول الارتفاع، لكن لا بدّ من مراعاة المستخدم واحتياجاته، مبينين أنه لا يوجد ارتفاع مثالي للموقع، وعن علاقة ارتفاع الصفحة الرئيسية

الفصل الرابع عرض وتحليل نتائج الدراسة

للموقع وعلاقتها بالحجم والزمن المستغرق لتحميل الموقع... وأنه كلما اعتمد الموقع على النصوص والقليل من الصور يكون أسرع للتحميل مقارنة بالمواقع التي تزخر بالوسائط المتعددة"¹.

وقد تباينت الدراسات حول تحديد المساحة المثالية للصفحة الرئيسية للمواقع الإلكترونية؛ نظرا لاختلاف مقاسات شاشات الكمبيوتر من مستخدم لآخر، فهناك شاشات بمقاس 21، 17، 19، 14، ومن ثم أبعاد الصفحة ستختلف من شاشة لأخرى، وأيضا لاختلاف أنظمة التشغيل والمتصفح، بالإضافة إلى اختلاف حجم المحتوى من موقع لآخر، لذا فإن عملية تحديد مساحة الصفحة الرئيسية للموقع تخضع للنواحي الحسية لدى المصمم، ولكن ما تم الاتفاق عليه عدم جعل الصفحة طويلة؛ مما يؤدي لممل القارئ، أو عريضا مما يؤثر على ظهور المحتوى على الشاشة².

وفي ظل التطورات والتقدم التكنولوجي والتقنيّات المستخدمة في عالم التصميم، وارتباط تصميم المواقع الإلكترونية بمقاس شاشات الأجهزة المستخدمة، وفي ظل انتشار الأجهزة الذكية واللوحية، إضافة إلى الشاشات العرضية، هذا ساعد على ظهور مفاهيم حديثة لتواكب التطورات الحادثة في عالم الويب، ولعلّ أهمّها مفهوم التصميم المتجاوب Responsive Web Design الذي حلّ مشكلة اختلاف عرض الشاشة المستخدمة، حيث يتكيف تصميم المواقع مع المقاسات المختلفة لكافة شاشات الأجهزة، من خلال تصميم يعتمد على النسبة المئوية، أي كلما صغر حجم الشاشة يصغر التصميم بما يتناسب مع الشاشة³.

يقوم المصمم بتحديد دقة وحجم الشاشة ليتماشى الموقع مع برمجيات المتصفحات المختلفة بعدها يقوم المصمم بتحديد قياس صفحة الموقع قبل البدء في التصميم، فإذا كان عرض الصفحة أكبر من أن تحتويه شاشة الحاسوب لدى المستخدم، عندها يوفر المتصفح تلقائيا شريط التمرير الأفقي الذي لا يُفضّل بالنسبة للمستخدمين. أمّا بالنسبة للمصممين فهم يرون أن أشرطة التمرير العمودية أو الأفقية تعمل على إبقاء المستخدم في الصفحة لمدة أطول⁴.

كما تفضّل بعض الصحف عرض الكثير من الموضوعات والمواد الإعلامية على صفحاتها الرئيسية كما هو الحال بالنسبة لصحيفة "TSA"، ونتيجة لذلك تظهر صفحات البدء بأطوال مبالغ فيها، وفي الواجهات التي تتسم بالطول الزائد لا تُعتبر الصفحة كوحدة

1- عبير محمد سليم ليد: "إخراج مواقع الصحف الفلسطينية اليومية على شبكة الإنترنت: دراسة تحليلية مقارنة"، المرجع السابق، ص154.

2- هيثم مؤيد: "تأثير الأساليب الإخراجية للصحف الإلكترونية على تذكر الطلاب للمحتوى الصحفي المقدم بها دراسة شبه تجريبية على عينة من طلاب الجامعة" المرجع السابق، ص26، 27.

3- عبير محمد سليم ليد: "إخراج مواقع الصحف الفلسطينية اليومية على شبكة الإنترنت"، المرجع السابق، ص153.

4- نورهان صندوق: "التصميم التفاعلي في صفحة الويب ودوره في التسويق الإلكتروني"، المرجع السابق، ص89، 90.

كاملة بل تُقسّم إلى وحدات باعتبار أن الصفحة الطويلة تمثل أكثر من شاشة، وقد أشارت إحدى الدراسات سنة 2007، أن طول الصفحة المناسب هو 1200 بيكسل فأقل¹.

3.3.1.1 أجزاء الصفحة الرئيسية:

جدول رقم (21): يوضح أجزاء الصفحة الرئيسية

TSA	الشعب أونلاين	الصحيفة الإلكترونية أجزاء الصفحة الرئيسية
لا يوجد	يوجد	رأس وجسم وذيل الصفحة
يوجد	لا يوجد	رأس وجسم الصفحة

يُظهر الجدول أعلاه أن صحيفة "الشعب أونلاين" احتوت صفحتها الرئيسية على رأس وجسم وذيل وذلك طيلة فترة الدراسة. في حين أن صحيفة "TSA" احتوت صفحتها الرئيسية على رأس وجسم فقط.

تتشابه نتائج الدراسة الحالية مع دراسة الباحثة عبير محمد سليم لبد حيث لوحظ أن ثلاثة مواقع فقط من أربعة التزمت في إخراج صفحتها الرئيسية بالأجزاء الرئيسية للصحيفة وتتمثل في: جريدة القدس، جريدة الأيام، جريدة فلسطين، بينما اكتفت جريدة الحياة الجديدة في إخراج موقعها بالرأس والجسم².

وتتشابه أيضا نتائج الدراسة مع نتائج الباحثة نوير بنت سيف بتال الدغيلي العتيبي حيث أشارت إلى أن واجهات مواقع الصحف الإلكترونية محل الدراسة تضم الأقسام الثلاث وهي الترويسة وجسم الصفحة وتذييل الصفحة³.

وتجدر الإشارة إلى أنه "رغم أهمية الأجزاء الثلاث في الصفحة الرئيسية للمواقع الإلكترونية، إلا أن المصممين اختلفوا في ضرورة وجود الأجزاء الثلاث، فيؤكد كل من إبراهيم شقورة وأحمد شقورة وأيمن الشلتوني على أهمية تلك الأجزاء، وأن غياب أي منها يُفقد الموقع جزءا مهما، فغياب الذيل يؤثر على الموقع من حيث الاتصال والتواصل والحقوق الفكرية، إضافة لأهميته في محركات البحث العالمية، بينما يرى أحمد الصعيدي

1- نوير بنت سيف بتال الدغيلي العتيبي: "أسلوب البوابة في إخراج الصحف السعودية الإلكترونية: دراسة تحليلية على صحيفة الرياض الإلكترونية"، المرجع السابق، ص99.

2- عبير محمد سليم لبد: "إخراج مواقع الصحف الفلسطينية اليومية على شبكة الإنترنت: دراسة تحليلية مقارنة"، المرجع السابق، ص188.

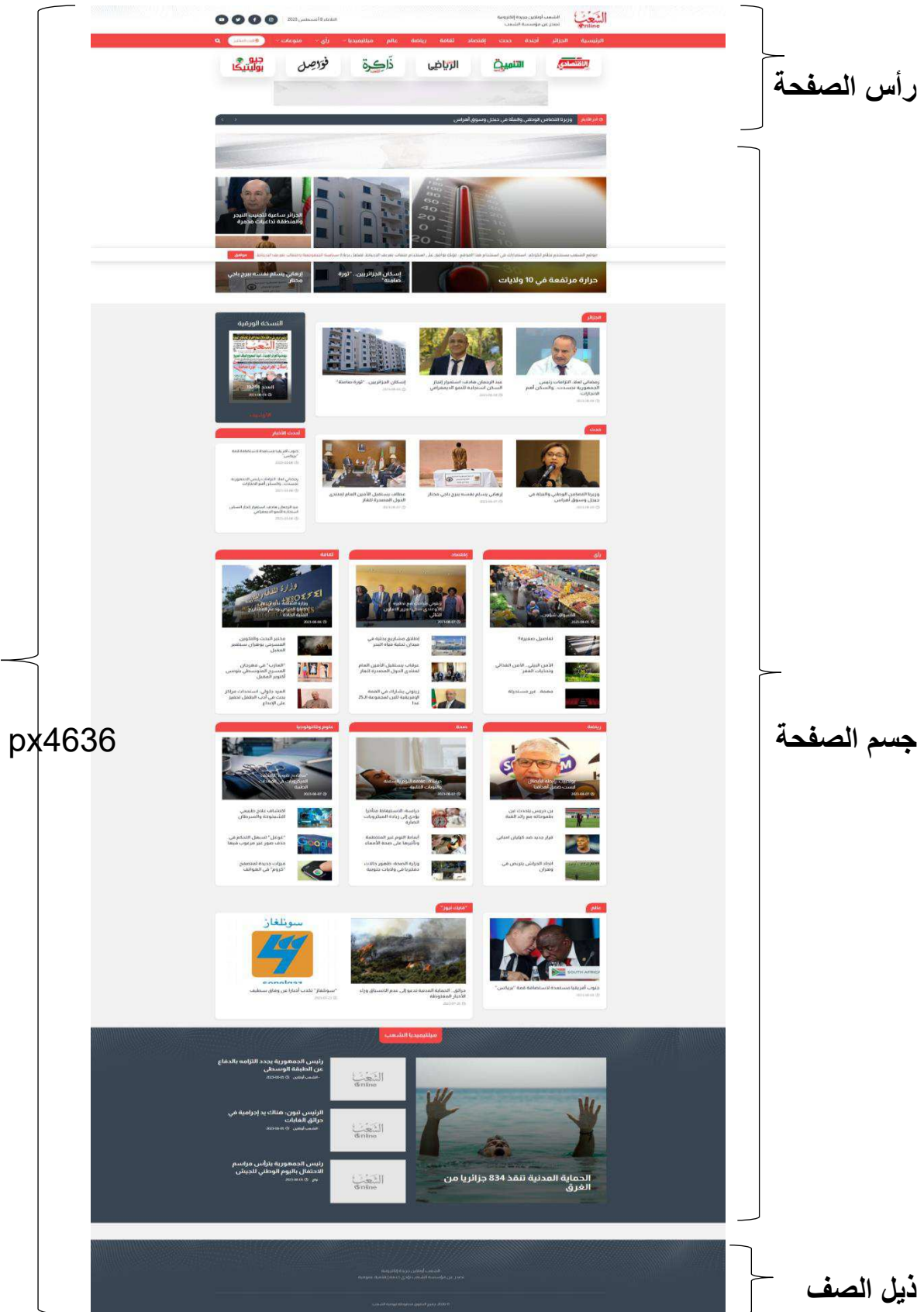
3- نوير بنت سيف بتال الدغيلي العتيبي: "أسلوب البوابة في إخراج الصحف السعودية الإلكترونية: دراسة تحليلية على صحيفة الرياض الإلكترونية"، المرجع السابق، ص238.

الفصل الرابع عرض وتحليل نتائج الدراسة

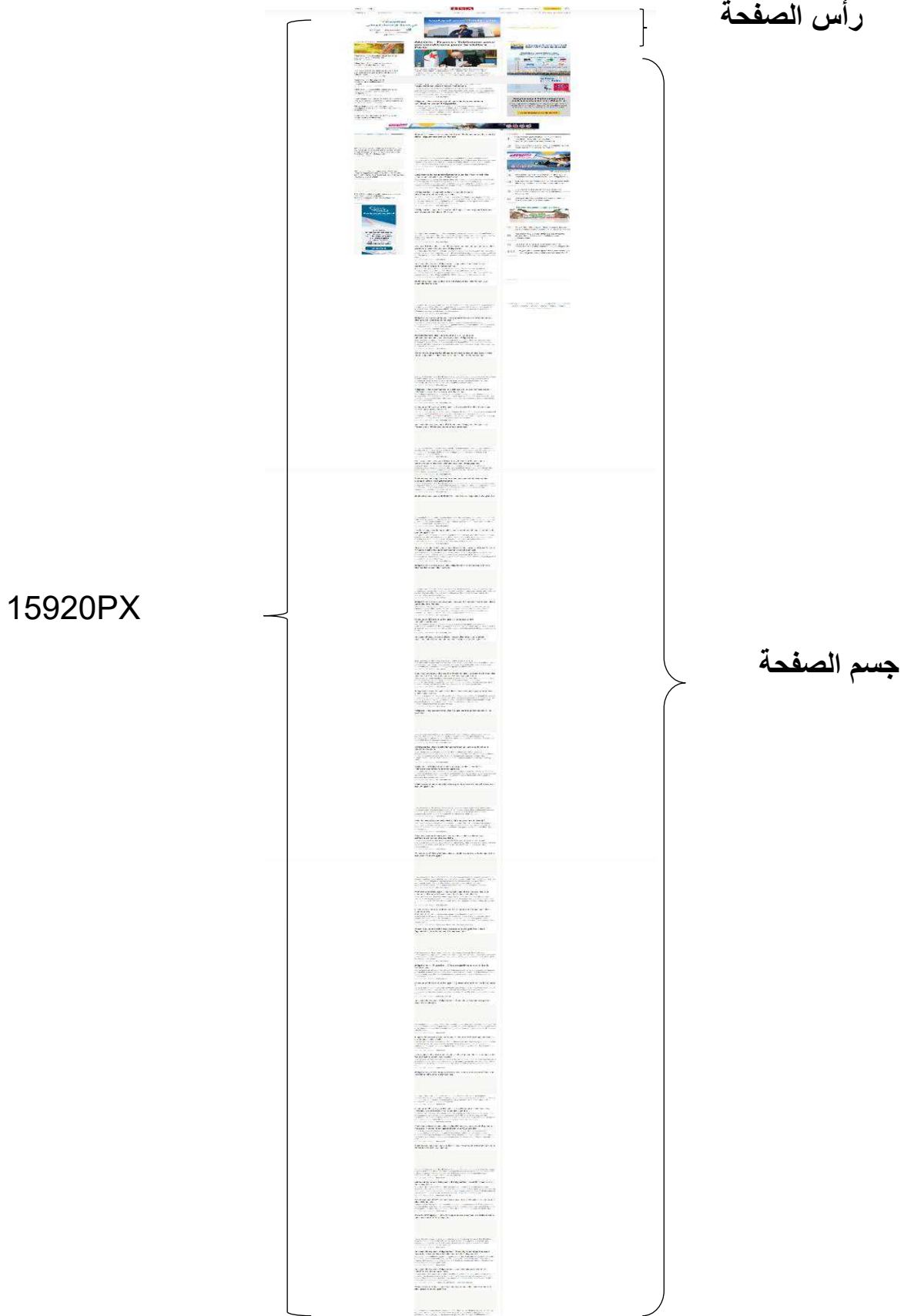
أن الرأس والجسم هما أساسيان لأي موقع إلكتروني ولا يمكن غيابهما، في حين أن ذيل الموقع غير إلزامي حضوره، وغيابه لا يشكل أي خلل في بناء الموقع¹.

أرى أنه يُفضّل تبني التصميم الذي يحرص على تواجد الأجزاء الثلاثة (رأس، وجسم، وذيل) في الصفحة الرئيسية للصحف الإلكترونية لأهمية كل جزء من هذه الأجزاء.

1- عبير محمد سليم ليد: "إخراج مواقع الصحف الفلسطينية اليومية على شبكة الإنترنت: دراسة تحليلية مقارنة"، المرجع السابق، ص188.



الشكل رقم (32): أجزاء الصفحة الرئيسية في موقع صحيفة الشعب




الشكل رقم (33): أجزاء الصفحة الرئيسية في موقع صحيفة TSA

4.3.1.1. أيقونات رأس وذيل الصفحة الرئيسية:


تُعدّ الأيقونات من العناصر الثابتة بالصحف الإلكترونية، التي لها دور كبير في فهم المستخدم لطريقة الإبحار والتجول في موقع الصحيفة بكل سهولة، وتيسّر عليه عملية التعرّض لمختلف المضامين الإعلامية، كما تزيد من جمالية تصميم الموقع التي تجذب المستخدمين.

1.4.3.1.1. أيقونات رأس وذيل الصفحة الرئيسية في صحيفة "الشعب أونلاين":

استخدمت الصحيفة الإلكترونية "الشعب أونلاين" عدة أيقونات في رأس الصفحة،


أنظر الشكل رقم (34) تمثلت هذه الأيقونات في: أيقونة صندوق البحث  ، والتي تقع في شريط التجول أسفل الترويسة جهة اليسار حيث تتيح هذه الأيقونة للمستخدم إمكانية البحث بمجرد النقر عليها.

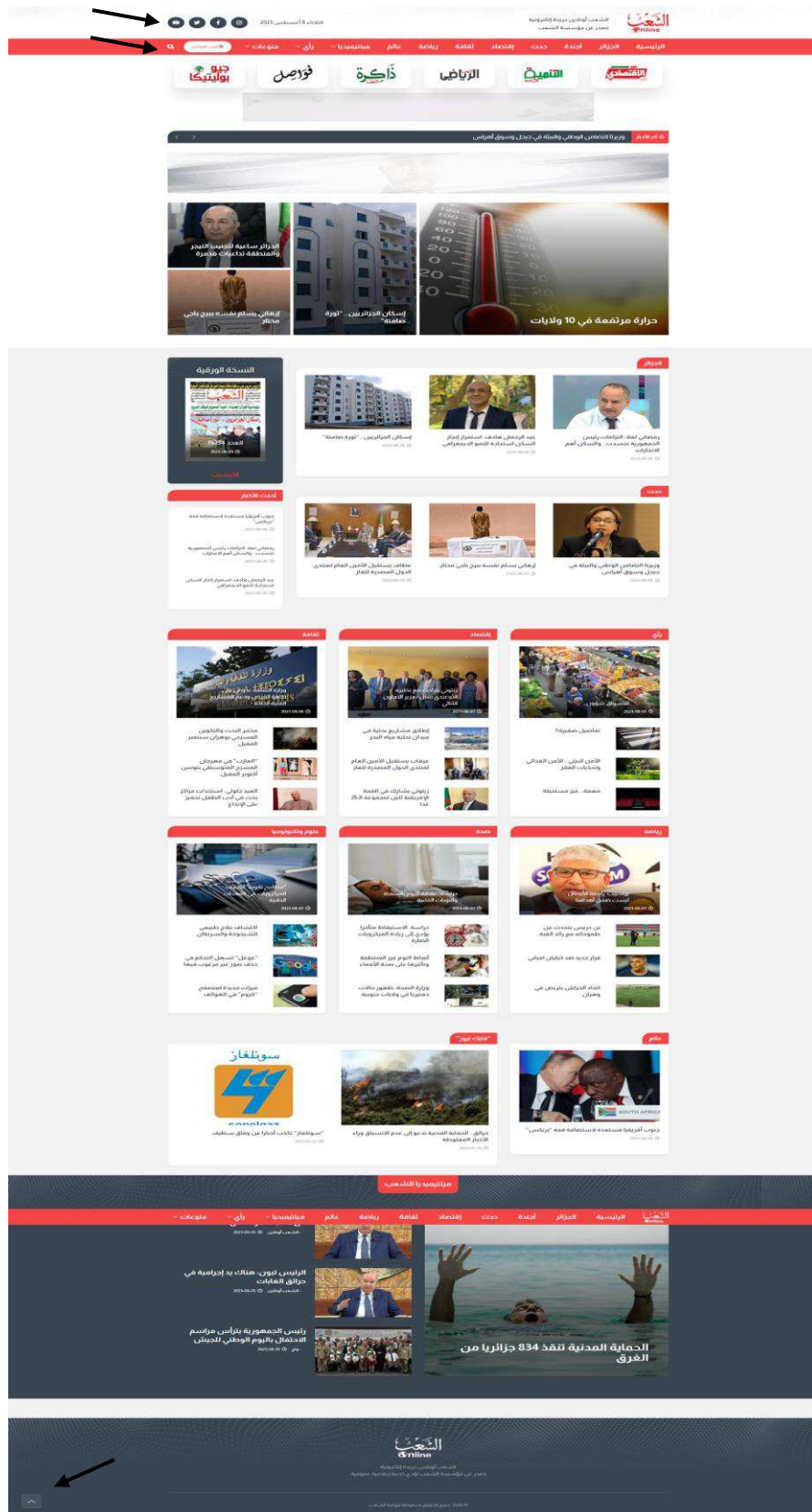
إلى جانب أيقونة صندوق البحث توجد أيضا أيقونات مواقع التواصل الاجتماعي

 ، والتي تقع أعلى شريط التنقل مقابل الترويسة جهة اليسار حيث يفترض أنها تتيح ربط المستخدم بمواقع التواصل الاجتماعي بمجرد النقر عليها، كما أنها مفعلة تسمح للمتصفح عند النقر عليها الولوج لصفحات الشبكات الرقمية الاجتماعية للصحيفة.

أمّا بخصوص أيقونات الخدمات الداعمة، فهي غير متوقّرة على مستوى الصفحة الرئيسية لموقع صحيفة الشعب.

أمّا بخصوص ذيل الصفحة الرئيسية للصحيفة الإلكترونية "الشعب أونلاين"



فيلاحظ وجود أيقونة على شكل سهم متجه نحو الأعلى  ، ينقل المستخدم إلى أعلى الصفحة الرئيسية بمجرد النقر عليه.









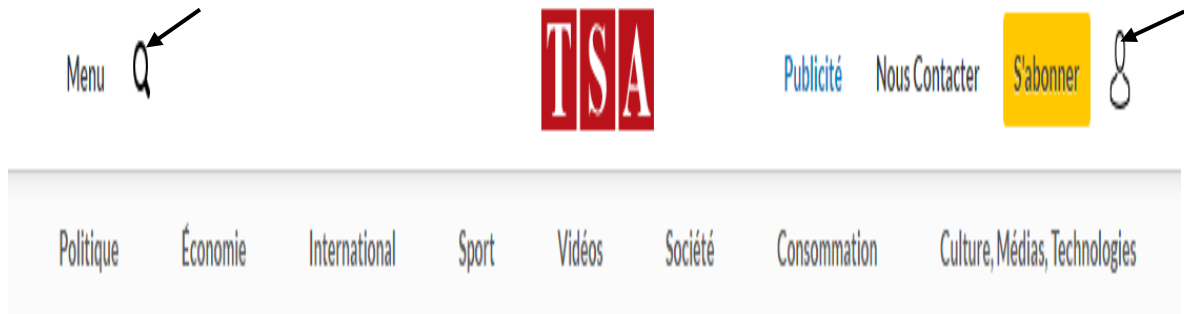
الشكل رقم (34): أيقونات رأس وذيل الصفحة الرئيسية في موقع صحيفة الشعب

ويمكن أن نشير إلى أن لكل جزء من أجزاء الصفحة الرئيسية له دوره الوظيفي والشكلي، فنجد أن رأس الصفحة يعمل على منح الصحيفة هويتها الإخراجية والتي تميز الموقع عن غيره من المواقع... أما ذيل الصفحة فهو يضم معلومات حفظ حقوق الصحيفة وكذا تاريخ النشأة، كما يتم عبره إدراج قائمة جديدة بعناصر ترى الصحيفة أنها ذات وظائف ثانوية، أو تقوم بتكرار بعض العناصر التي وردت أعلى الصفحة نتيجة لبعد المستخدم عنها¹.

2.4.3.1.1. أيقونات رأس وجسم الصفحة الرئيسية في صحيفة "TSA":

استخدمت الصحيفة الإلكترونية "TSA" أيقونتين في الترويسة، أنظر الشكل رقم (35) وتمثلتا في: أيقونة صندوق البحث  ، والتي تقع أعلى الترويسة على اليسار حيث تسمح هذه الأيقونة للمستخدم البحث بمجرد الضغط عليها، وأيقونة تسجيل دخول المشترك إلى حسابه في موقع الصحيفة .

أما فيما يخص أيقونات مواقع التواصل الاجتماعي     ، فهي تقع أسفل الصفحة الرئيسية جهة اليمين حيث تعمل هذه الأيقونات على ربط المستخدم بمواقع التواصل الاجتماعي (الفايسبوك، تويتر، يوتيوب ولينكدان) عند الضغط عليها أيضا. كما تتوفر أيضا أيقونتان خاصتين بمنصتي Google play و Apple   لتحميل تطبيقي موقع الصحيفة على المنصتين، لكن عند النقر يتضح أن الرابطين معطلين.



الشكل رقم (35): أيقونات رأس موقع صحيفة TSA

1- نوير بنت سيف بتال الدغيلي العتيبي: " أسلوب البوابة في إخراج الصحف السعودية الإلكترونية: دراسة تحليلية على صحيفة الرياض الإلكترونية"، المرجع السابق، ص239.

أما بخصوص الدليل، لا تتوفر الصفحة الرئيسية لموقع صحيفة "TSA" على ذيل.



الشكل رقم (36): أيقونات مواقع التواصل الاجتماعي أسفل الصفحة الرئيسية لموقع صحيفة TSA

5.3.1.1. قوائم التجوال في الصفحة الرئيسية:

1.5.3.1.1. نوع قوائم التجوال:

تُعتبر القائمة الرئيسية أحد المكونات الهامة في عملية الإبحار والتجول على مستوى الموقع، لذا تحتاج المواقع لقوائم؛ لأنها عنصر من شكلها وتصميمها، فالشكل الإخراجي للموقع يختلف من موقع لآخر بسبب نوع القوائم، حيث تعرض القوائم مجموعة من الروابط، حيث يُمكن تجميع عدد من الاختيارات في الصفحة الرئيسية عبرها، بالإضافة إلى تقليلها عدد مرات الوصول للصفحة المرغوبة¹.

جدول رقم (22): يوضح نوع قوائم التجوال

TSA	الشعب أونلاين	الصحيفة الإلكترونية نوع قائمة التجوال
توجد	توجد	القوائم الثابتة
لا توجد	لا توجد	القوائم المنبثقة
لا توجد	توجد	القوائم المنسدلة
توجد	لا توجد	قوائم القفز

يُشير الجدول أعلاه أن الصحيفة الإلكترونية "الشعب أونلاين" قد اعتمدت على القائمة الثابتة التي لا تتفرع منها أية عناوين فرعية، بالإضافة إلى نوع آخر من القوائم وهو: القوائم المنسدلة بشكل رأسي إلى الأسفل بجانب القائمة الثابتة، وهي عبارة عن قائمة تحتوي على عدد من العناوين الفرعية تندرج تحتها، وتكون تلك العناوين مخفية وبمجرد النقر على القائمة تظهر العناوين الفرعية، وتساعد القوائم المنسدلة في التقليل من عدد

1- منار فتحي محمد: تصميم مواقع الصحف الإلكترونية، المرجع السابق، ص164، 165.

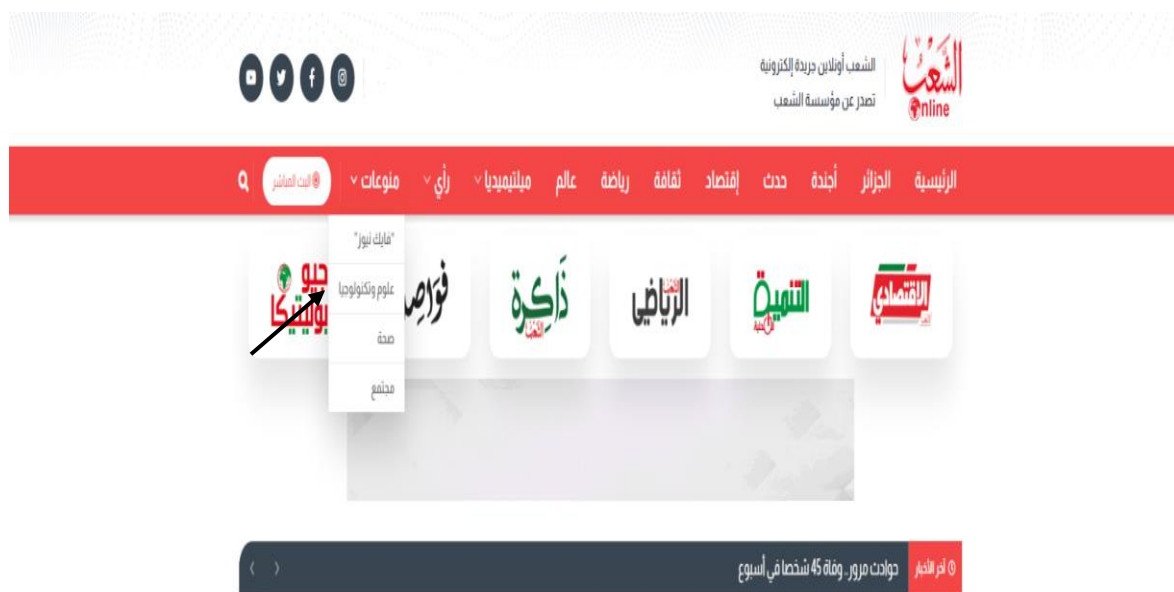
الفصل الرابع عرض وتحليل نتائج الدراسة

الروابط الموجودة على الصفحة الرئيسية للموقع، كما تساعد المستخدم للوصول إلى المعلومات التي يريدها بسهولة، إضافة إلى ترتيب وتصنيف المعلومات.

بينما اعتمدت الصحيفة الإلكترونية "TSA" على القائمة الثابتة بالإضافة إلى نوع واحد من قوائم التجوال تتمثل في قوائم القفز حيث عندما يضغط المستخدم على كلمة Menu تقفز القائمة التي تظهر في الشكل رقم (40).



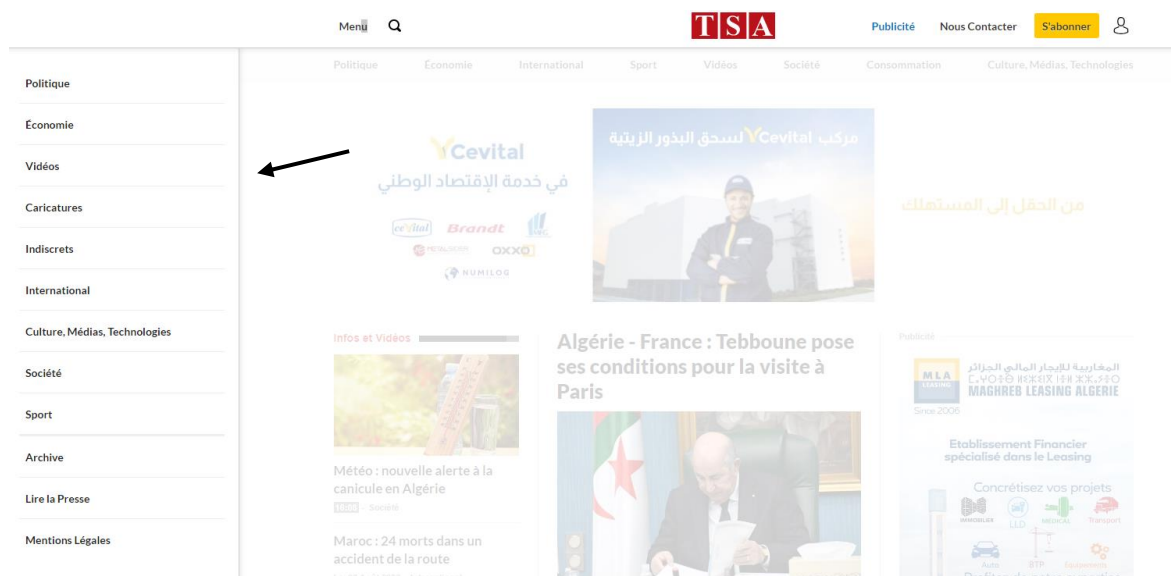
الشكل رقم (37): القائمة الثابتة في موقع صحيفة الشعب



الشكل رقم (38): نموذج لقائمة منسدلة إلى الأسفل في موقع صحيفة الشعب



الشكل رقم (39): القائمة الثابتة في موقع صحيفة TSA



الشكل رقم (40): قوائم القفز في موقع صحيفة TSA

تتشابه نتائج الدراسة إلى ما أشارت إليه الباحثة عبير محمد سليم لبد في دراستها، حيث أظهرت فيها تفرّد موقع جريدة القدس باستعمال القوائم المنسدلة بشكل رأسي، وهي عبارة عن قائمة تضمّ عناوين فرعية، ويعمل هذا النوع من القوائم على التقليل من عدد الروابط المتواجدة على الصفحة الرئيسية للصحيفة الإلكترونية، وترى الباحثة أن القائمة المنسدلة بشكل رأسي التي وظّفها موقع جريدة القدس تغطي جزءاً من المحتوى المتواجد أسفل القائمة، إلا أن هذه المشكلة يمكن حلّها من خلال تقنية برمجية تعمل على وضع حد لهذه المشكلة¹.

1- عبير محمد سليم لبد: "إخراج مواقع الصحف الفلسطينية اليومية على شبكة الإنترنت: دراسة تحليلية مقارنة"، المرجع السابق، ص165

2.5.3.1.1. أساليب عرض قوائم التجوال:

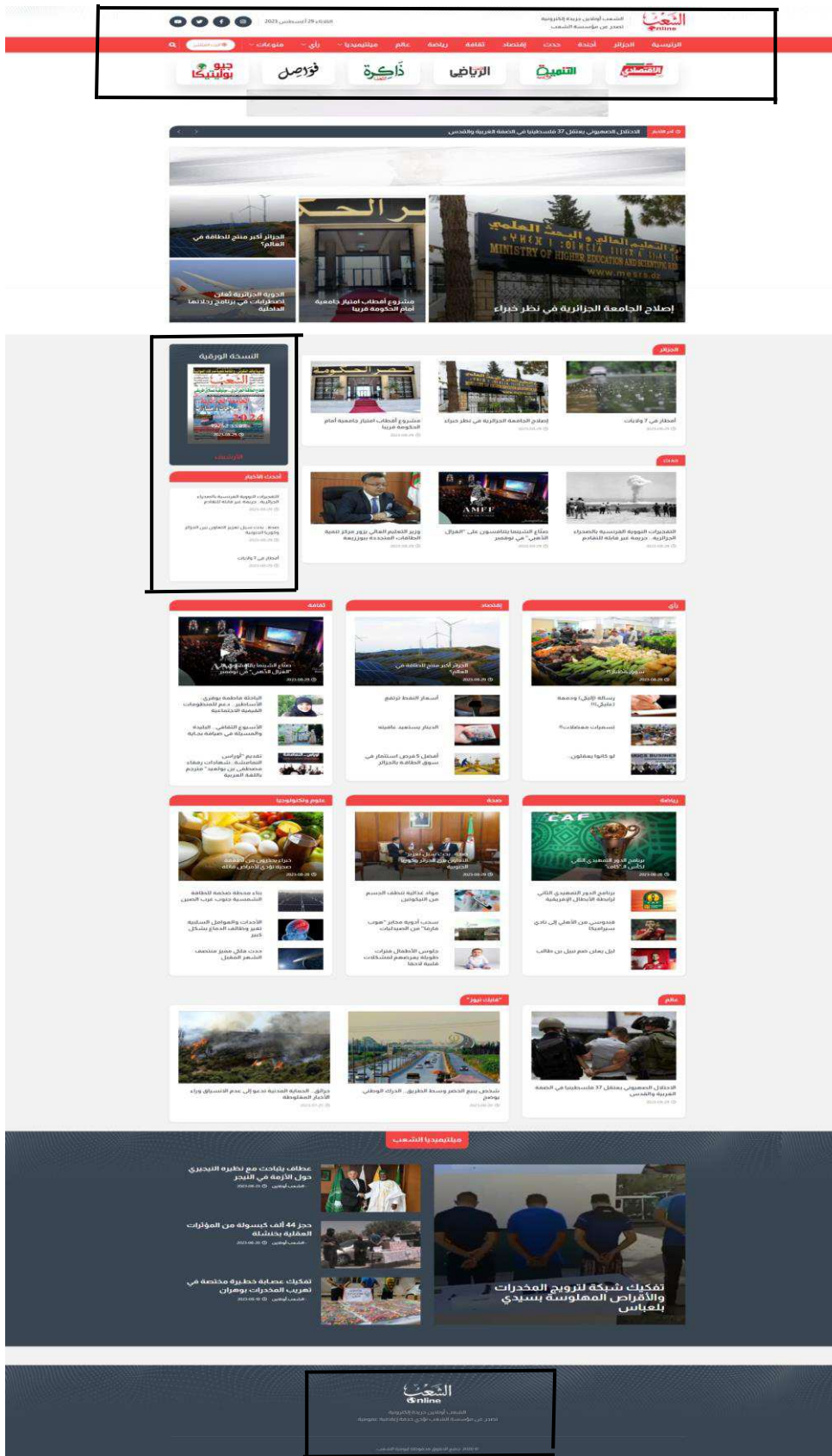
جدول رقم (23): يوضح أساليب عرض قوائم التجوال المستخدمة

TSA	الشعب أونلاين	الصحيفة الإلكترونية
		أساليب عرض قائمة التجوال
موجود	موجود	نموذج أعلى ويسار الصفحة وأسفل الصفحة
غير موجود	غير موجود	نموذج يمين أو يسار الصفحة
غير موجود	غير موجود	نموذج أعلى وأسفل الصفحة

يتفرق الأسلوب المُتَّبَع لعرض قوائم التجوال والملاحة في مواقع صحف الدراسة، فبواسطة تلك القوائم يُسمح للمستخدم التنقل في أجزاء الموقع من خلال أقسام الموقع أو عناوين المقالات الصحفية، أو أكثر المواضيع قراءة وتعليقا ومشاركة وغيرها من التقسيمات التي تساعد المستخدم على التجول في الموقع، وتكون هذه القوائم ثابتة بالصفحات الداخلية للموقع أيضا، فاعتمد موقع صحيفة الشعب أونلاين نموذج أعلى وأسفل ويسار الصفحة، حيث وضع شريط التنقل أعلى صفحة البدء تتفرع منها قوائم منسدلة من الروابط التالية: ملتيميديا، رأي، منوعات، كما نلاحظ أيضا وجود قائمة خاصة بأحدث الأخبار على يسار الصفحة، وكذا توجد أسفل شريط التنقل مباشرة قائمة تجول أخرى إضافة إلى توفر روابط تجول في ذيل الصفحة. كما يوضحه الشكل رقم (41).

كما اعتمد موقع صحيفة TSA على نفس النموذج أعلى ويسار وأسفل الصفحة، حيث نجد شريط التنقل في أعلى الصفحة الرئيسية، كما نجد قائمة تجول على يسار الصفحة خاصة معنونة ب: Infos et Videos، وأيضا نجد قوائم أخرى للتجوال في أسفل يمين الصفحة الرئيسية للصحيفة "TSA" والتي تساعد المستخدم للوصول إلى المحتوى الإعلامي بكل سهولة، في حالة ما إذا اختفت قوائم التجوال المتواجدة بأعلى الصفحة. كما هو مبين في الشكل (42).

الفصل الرابع عرض وتحليل نتائج الدراسة



الشكل رقم (41): نموذج أعلى وأسفل ويسار الصفحة الرئيسية لقوائم التجوال في موقع صحيفة الشعب



الشكل رقم (42): نموذج أعلى وأسفل ويسار الصفحة الرئيسية لقوائم التجوال في موقع صحيفة TSA

الفصل الرابع عرض وتحليل نتائج الدراسة

تتشابه نتائج الدراسة مع دراسة الباحثة عبير محمد سليم لبد التي أشارت في دراستها أنّ كل من موقعي جريدتي القدس وفلسطين استخدمتا نموذجاً أعلى وأسفل الصفحة الرئيسية، بينما اقتصر موقع جريدة الحياة الجديدة على أعلى ويمين الصفحة الرئيسية، بينما توزعت قوائم التجوال في الصفحة الرئيسية لجريدة الأيام أعلى ويسار ويمين وأسفل الصفحة¹.

وفي هذا الصدد، يُشار إلى أن قوائم التجوال توفر العديد من الخيارات أمام المستخدم وتساعد على التجول في موقع الصحيفة، وتيسر عملية التعرض للمضامين الإعلامية المختلفة.

4.1.1. العناصر البنائية الثابتة التفاعلية في الصفحة الرئيسية:

1.4.1.1. العناصر البنائية الثابتة التفاعلية المعلوماتية:

1.1.4.1.1. محركات البحث:

يُعنى بها المكونات البنائية التي تُمكن المستخدم الوصول إلى المعلومات التي يرغب بها بيسر، ويتحقق ذلك عبر الكلمات المفتاحية ذات الصلة بالمواضيع والأخبار التي ينوي الإطلاع عليها، ولمحركات البحث عدة أنواع أهمها: بحث داخل الموقع الإلكتروني بشقيه البسيط والمتقدم، وآخر بحث خارج الموقع أي من خلال مواقع الويب.

جدول رقم (24): يبين أنواع محركات البحث المستخدمة

TSA	الشعب أونلاين	الصحيفة الإلكترونية	
		محركات البحث	
يوجد	يوجد	بحث بسيط	داخلي
		بحث متقدم	
لا يوجد	لا يوجد	خارجي	

يبين الجدول أعلاه أن الصحيفتين الإلكترونيتين "الشعب أونلاين" و "TSA" قد أتاحتنا لمستخدميهما محرك بحث داخلي بسيط كما هو موضح في الشكلين رقم (43) و (44) على التوالي، بينما أهملتا محرك البحث الداخلي المتقدم، هذا الأخير الذي يتسم بالدقة وغازارة المعلومات.

حيث يوفر كلا موقعي الصحيفتين خدمة البحث داخل الموقع فقط، من خلال البحث البسيط داخل مواد الموقع عبر الكلمات المفتاحية، ولم يوفر البحث المتقدم الذي يتيح

1- عبير محمد سليم لبد: "إخراج مواقع الصحف الفلسطينية اليومية على شبكة الإنترنت: دراسة تحليلية مقارنة"، المرجع السابق، ص165.

الفصل الرابع عرض وتحليل نتائج الدراسة

للمستخدم خيارات تساعد في تحديد نوع الموضوع وزمن حدوثه وغيرها من الخيارات التي تزيد من دقة البحث والوصول إلى المعلومات التي يرغب بها.

الشعب Online
الشعب أونلاين جريدة إلكترونية
تصدر عن مؤسسة الشعب

الرئيسية الجزائر أجندة حدث اقتصاد ثقافة رياضة عالم مليونديا رأي موعات أخبار العالم

الجزائر

نتائج البحث لـ 'الجزائر'

الاتحاد الجزائري يدخل في تربع مفاق 2023-08-08

تنسى.. الجزائر في الفوج الأول لكأس ديفيس 2023-08-08

الضمان الجزائري إلى "بركس".. نقاط القوة 2023-08-09

الفريق أول شقيربة: الجيش مسند لمواجهة أي خطر على الجزائر 2023-08-08

حظ مباشر بين الجزائر وجوهانسبرغ 2023-08-08

6 رياضيين يمثلون الجزائر في بطولة العالم للتجديت 2023-08-08

الجزائر ساعية لتجنب النيجر والمنطقة داعيات مدمرة 2023-08-08

إسكان الجزائريين.. "تورة صامتة" 2023-08-08

مجمع "بون" المائيري يجتهد مشاريع صناعية بـ6 ملايين دولار في الجزائر 2023-08-08

الجزائر تدعو إلى ضرورة تحقيق البلدان النامية للتكفاء الذاتي 2023-08-08


1 2 1891


الشعب Online
الشعب أونلاين جريدة إلكترونية
تصدر عن مؤسسة الشعب لأجل جبهة إعلامية عمومية

جميع الحقوق محفوظة لجمعية الشعب © 2023


الشكل رقم (43): بحث داخلي بسيط في موقع صحيفة الشعب

Menu




Publicité
Nous Contacter
S'abonner



Politique Economie International Sport Vidéos Société Consommation Culture, Médias, Technologies




5 جوبلية 1962 - 2023
ذكرى عيدي الاستقلال والشباب
الجزائر تستحق




Recherches (Algerie)




La crise au Niger vise l'affaiblissement de l'Algérie (Abdelaziz Rahabi)
Il y a 2 heures
Abdelaziz Rahabi s'est exprimé sur la crise au Niger et son impact sur l'Algérie...



Algérie - États-Unis : Attaf en visite de travail à Washington
Le ministre des Affaires étrangères Ahmed Attaf a entamé ce mardi 8 août une...




« L'Armée est prête à faire face à toute menace contre l'Algérie »
Alors qu'une intervention militaire est en cours au Niger, Saïd Chanegriha rassure sur les capacités de...




Algérie - États-Unis : Attaf en visite de travail à Washington
Le ministre des Affaires étrangères Ahmed Attaf a entamé ce mardi 8 août une...

TSA+


- 1 Un groupe malaisien compte investir 6 milliards de dollars en Algérie
- 2 Après l'avertissement de Tebboune, les prix des légumes secs fixés
- 3 Le film Barbie suscite la polémique dans le monde arabe
- 4 Algérie - États-Unis : Attaf en visite de travail à Washington




Niger : les risques d'une intervention militaire pour l'Algérie
L'Algérie a mis en garde contre une intervention militaire au Niger la veille de...




Météo : nouvelle alerte à la canicule en Algérie
L'Algérie continue de vivre au rythme des alertes à la canicule. Après un mois...




Les tensions persistent sur le marché de l'automobile en Algérie
Les tensions sur le marché de l'automobile en Algérie persistent malgré le retour en...



L'Algérie rappelle les conditions d'exportation des sels
Le ministère de l'Énergie et des Mines a appelé les opérateurs économiques exerçant des...



L'Algérie incite ses entreprises à participer au sommet des Brics
L'Algérie multiplie les signes sur sa volonté d'adhérer au groupe des Brics qui est...



Fouad Maala, l'influenceur veut planter des arbres partout en Algérie
« Khadra bi idni allah, (verte avec la volonté de Dieu) » c'est le...

1 2 3 4 ... 2,982

- 5 L'Algérie rappelle les conditions d'exportation des sels
- 6 La gestion du dossier du Sahara occidental par Sánchez inquiète les services espagnols
- 7 Les tensions persistent sur le marché de l'automobile en Algérie

الشكل رقم (44): بحث داخلي بسيط في موقع صحيفة TSA

الفصل الرابع عرض وتحليل نتائج الدراسة

كما يُلاحظ عدم توفّر ميزة البحث الخارجي عبر ربط الموقع بمحركات البحث العالمية عبر شبكة الويب التي تمنح الكثير من الإضافات والشروحات المفصّلة، مما يعني تجسيدا لما يُسمّى بالعمق المعرفي الذي يستفيد منه المستخدم بإعطاءه القدرة على التجول عبر المواقع الأخرى التي تتميز بغزارة المعلومات والتنوع المعرفي. كما يُفسّر غياب خدمة البحث الخارجي لرغبة موقعي الصحيفتين عينة الدراسة على إبقاء المستخدم في الموقع لمدة طويلة.

تتشابه هذه النتيجة مع ما أوضحه الباحث ماجد فضل صقر حبيب في دراسته أن مواقع الصحف اليومية الفلسطينية قد عملت على استعمال محركات البحث بنسبة متوسطة قدرت بـ50% حيث أن جميع مواقع الدراسة قد سمحت لمستخدميها بإمكانية البحث البسيط، بينما يلاحظ اهتمام موقعي صحيفتي الحياة الجديدة وفلسطين على توظيف البحث المتقدم رفقة البحث البسيط، كما يُلاحظ عدم توفّر البحث الخارجي في كل مواقع الدراسة¹.

وفي هذا الصدد، بينت دراسة صالح العنزي أن كل صحف الدراسة توفر خدمة البحث في أعدادها السابقة، على اعتبارها أنها في مقدمة الخدمات التي يستفيد منها قراء الصحف الإلكترونية².

تتباين مع دراسة جاسم جابر التي أشارت إلى أن نسبة كبيرة من مواقع الدراسة قد أتاحت خدمة البحث، التي كانت على مستويين، الأول: البحث داخل الموقع، والثاني: ربط الموقع مع محركات البحث المشهورة في شبكة الإنترنت³.

كما أوضحت دراسة حلمي محسب ضرورة توفر محركات البحث بأصنافها، والذي أشار في دراسته، أن موقعي قناة الجزيرة وقناة CNN قد وفرتا خدمة البحث الشامل بالموقع، وأيضا خدمة البحث في أجزاء الموقع، مع تميز موقع قناة CNN بتوفير خدمة البحث داخل مواقع الويب⁴.

كما تتشابه مع دراسة لبد التي أشارت إلى تفاوت مواقع الصحف الفلسطينية اليومية الإلكترونية في توفير خدمة البحث بمواقعها، فاتفقت كلها في توفير البحث الداخلي، ولم تتيح أيا منهم البحث خارج الموقع من خلال مواقع البحث العالمية على شبكة الويب، إذ توفر مواقع صحف الدراسة خدمة البحث البسيط، بواسطة الكلمات المفتاحية، ولكن يتسم موقعا جريدتي فلسطين والحياة الجديدة بإتاحة خدمة البحث المتقدم، عبر التقسيمات وتحديد

1- ماجد فضل صقر حبيب: "التفاعلية في المواقع الإلكترونية للصحف اليومية الفلسطينية: دراسة تحليلية"، المرجع السابق، ص134.

2- صالح بن زيد بن صالح العنزي: "إخراج الصحف السعودية الإلكترونية في ضوء السمات الاتصالية لشبكة الإنترنت: دراسة وصفية تحليلية"، المرجع السابق، ص189، 190.

3- جاسم محمد الشيخ جابر: "الصحافة الإلكترونية العربية: دراسة تحليلية لعينة من الصحف العربية"، المرجع السابق ص409.

4- حلمي محسب: "قياس تفاعلية المواقع التلفزيونية الإخبارية على الإنترنت: بالتطبيق على موقعي الجزيرة وCNN"، المرجع السابق، ص241.

الفصل الرابع عرض وتحليل نتائج الدراسة

المدة الزمنية للبحث، وهذا يسهل على المستخدم الحصول على المعلومات التي يرغب بها بسرعة ويسر¹.

2.1.4.1.1. الأرشيف الإلكتروني:

يُعتبر توفر الأرشيف لأي موقع كان أمراً ضرورياً، فوجود الأرشيف للمواد المنشورة يسمح للمستخدم بالبحث والوصول إلى المعلومات التي يرغب بها، والاطلاع عليها. ويمكن الاستفادة من المادة الإعلامية المؤرشفة في تدعيم المضامين الإخبارية الجديدة، واستخدامها كمعلومات خلفية عن الحدث.

وتتشكل المادة الإعلامية الرقمية المؤرشفة من: المقاطع الصوتية، مقاطع الفيديو، الصور وكذا النصوص، هذه الخاصية تضيف لها نوعاً من الثراء والتكامل في تقديم المضامين الإعلامية، بالإضافة إلى القدرة على حفظ واسترجاع حجم كبير من المضامين المؤرشفة التي توفرها البيئة الإعلامية الحديثة².

لذا فالأرشيف الإلكتروني يُعتبر مظهراً من مظاهر ثراء الوسيلة الاتصالية كما يعطي المستخدم عمقا معرفياً. وبناء على نظرية ثراء وسائل الإعلام نجد أن الوسيلة الإعلامية التي لديها إمكانية تسجيل العملية الاتصالية (التسجيل الخارجي) هي الوسيلة الأكثر ثراءً، فالوسيلة الإعلامية التي تقوم بأرشفة المحتوى الإعلامي بكامل مضامينه هي وسيلة ثرية جداً، وهذا ما لاحظناه في الصحيفتين الإلكترونيتين محل الدراسة إذ احتوت كلاهما على أرشيف لمحتوياتها الإخبارية.

جدول رقم (25): يبين خاصية إتاحة الأرشيف الإلكتروني

الأرشيف		الصحيفة
غير مجاني	مجاني	
لا يوجد	يوجد	الشعب أونلاين
يوجد	لا يوجد	TSA

يبين الجدول أعلاه أن الوصول إلى خدمة الأرشيف الإلكتروني في صحيفة الشعب أونلاين مجاني ومتوفر لكل القراء دون استثناء، على عكس صحيفة TSA توفر خدمة الأرشيف الإلكتروني من خلال اشتراك مدفوع، بمعنى أن خدمة الأرشيف الإلكتروني غير مجانية.

1- عبير سليم ليد: "إخراج مواقع الصحف الفلسطينية على الإنترنت"، المرجع السابق، ص194.
2- سعد كاظم حسن: "أولويات أوجه الثراء الإعلامي لدى مستخدمي الصحف الإلكترونية العراقية"، مجلة الباحث الإعلامي، جامعة بغداد، (المجلد8)، (العدد32)، 2016، ص66.

تتيح صحيفة "الشعب أونلاين" إمكانية البحث في أرشيف موادها التحريرية عن طريق تخصيص مكان خاص في الصفحة الرئيسية لتحميل الأرشيف الإلكتروني للنسخ الورقية (صيغة PDF) باعتبار أن صحيفة الشعب الإلكترونية لها نسخة ورقية، حيث لهذه الخدمة دور في توسيع إدراك المستخدم والرفع من عمقه المعرفي وتوضيح المواد الإعلامية له. أنظر الشكل رقم (45).




الشكل رقم (45): خدمة البحث في أرشيف موقع صحيفة الشعب

أمّا فيما يخصّ صحيفة "TSA" فهي أيضا وفرت لمستخدميها إمكانية الولوج إلى أرشيف المواد التحريرية عن طريق الدخول لأحد الأبواب المختارة من طرف المستخدم، ليجد كل ما تم نشره من مواد إعلامية في تلك الأبواب، لكن خدمة الاطلاع على الأرشيف الإلكتروني للصحيفة محصور فقط للقراء المشتركين باشتراك شهري كما يوضحه الشكل رقم (46).

Politique
Économie
Vidéos
Caricatures
Indiscrets
International
Culture, Médias, Technologies
Société
Sport
<u>Archive</u>
Lire la Presse
Mentions Légales

الشكل رقم (46): يوضح كيفية الوصول إلى أرشيف موقع صحيفة TSA



L'actualité fiable sur l'Algérie, en temps réel.

Pourquoi s'abonner sur TSA :

- ✓ Accès à l'ensemble de nos contenus.
- ✓ Des informations exclusives réservées uniquement aux abonnés.
- ✓ Des documents à télécharger.
- ✓ Un tarif très avantageux, sans engagement de durée.
- ✓ Naviguer sans publicité.
- ✓ Accès aux archives.

Inscription

Gratuit

[S'inscrire](#)

Rejoignez Nous

Abonnement Algérie

10000 DZD/an (HT)

[Voir la procédure](#)

Abonnement annuel en Dinars (DZD)

Déjà abonné? [Se connecter](#)

الشكل رقم (47): يوضح كيفية الوصول عبر الاشتراك المدفوع إلى أرشيف صحيفة TSA

تتشابه النتيجة مع ما أشار إليه الباحث رابح عمار حيث أوضحت دراسته أن أرشيف الصحيفة تم ربطه في الموقع بخدمة البحث أحيانا، وأحيانا أخرى وفر موقع الصحيفة أرشيفا دون آلية بحث، مع القدرة على التصفح من خلال تحديد تاريخ العدد. وهذا ما جعل إمكانية البحث عن المواضيع المتقاربة مهمة صعبة، مما يعني منع المستخدم من إثراء معلوماته بالتعرض لخلفيات الأخبار¹.

تتفق هذه النتيجة مع ما أشارت إليه نتائج دراسة الباحث ماجد فضل صقر حبيب حيث اتفقت مواقع الصحف اليومية الفلسطينية على توفير أرشيف موادها التحريرية

1- رابح عمار: "الصحافة الإلكترونية وتحديات الفضاء الإلكتروني.. دراسة ميدانية للصحافة الإلكترونية الجزائرية"، المرجع السابق، ص326.

الفصل الرابع عرض وتحليل نتائج الدراسة

لمستخدميها. إلا أن معظم المضامين الإخبارية المنشورة يتم الرجوع إليها من خلال البحث، لكنها غير متوفرة ضمن أبوابها¹.

كما تتفق الدراسة مع نتائج دراسة الباحث صالح بن زيد العنزي والتي أوضحت أن أهم الخدمات التي أتاحتها الصحف الإلكترونية السعودية عينة الدراسة هي خدمة البحث في الأرشيف، إذ قدمت كل الصحف عينة الدراسة هذه الخدمة لمستخدميها².

3.1.4.1.1 خريطة الموقع:

هي خريطة تشمل كل عناوين أقسام الموقع والخدمات التي يوفرها، وأحياناً تبين خريطة الموقع أبرز عناوين الأخبار الرئيسية للموقع، مع قدرة المستخدم التحوّل إلى الموضوع أو الصفحة التي يرغب بها عبر الضغط على العنوان الذي يفضله.

وتتمثل أهمية خريطة الموقع في تبيان المسارات التي يستطيع المستخدم الوصول من خلالها إلى المحتوى الصحفي الذي ينوي الإطلاع عليه، وتمنح للمستخدم نظرة عامة من صفحة واحدة لكامل بناء الموقع، وتُقدّم عادة في صورة تخطيط هرمي لبناء الموقع، موقّرة روابط لجميع الأقسام.

جدول رقم (26): يبين خدمة خريطة الموقع

الصحيفة الإلكترونية	الشعب أونلاين	TSA
خريطة الموقع	لا توجد	لا توجد

لم تتيح الصحيفتان الإلكترونيتان "الشعب أونلاين" و" TSA" لمستخدميها خريطة للموقع رغم دورها الكبير والفعال في تيسير الحصول على المعلومات، والتعرف على أقسام وهيكل الموقع. قد يُفسّر ذلك لوضوح معالم البناء العام لموقعي هاتين الصحيفتين.

تتشابه نتيجة هذه الدراسة مع ما أشار إليه الباحثان ماجد سالم تربران وعبير محمد لبد، حيث بينت دراستهما أن مواقع العينة لم توفر خريطة لمواقعها تبين طريقة استخدامها، بالرغم من أهمية خريطة الموقع في تبسيط الوصول إلى المعلومات، وأيضاً التعرف على الأقسام المختلفة لموقع الصحيفة، إلا أن موقع المركز الفلسطيني للإعلام كان الاستثناء بإتاحته خريطة للموقع، لأن موقع المركز الفلسطيني للإعلام يُعتبر من المواقع الكبيرة والتي تنشر محتواها بعدة لغات أجنبية³.

1- ماجد فضل صقر حبيب: "التفاعلية في المواقع الإلكترونية للصحف اليومية الفلسطينية: دراسة تحليلية"، المرجع السابق، ص179.

2- صالح بن زيد بن صالح العنزي: "إخراج الصحف السعودية الإلكترونية في ضوء السمات الاتصالية لشبكة الإنترنت: دراسة وصفية تحليلية"، المرجع السابق، ص156.

3- ماجد سالم تربران، عبير محمد لبد: "تصميم وإخراج المواقع الإلكترونية الإخبارية الفلسطينية: دراسة تحليلية مقارنة"، المرجع السابق، ص134.

الفصل الرابع عرض وتحليل نتائج الدراسة

وأيضاً أشارت دراسة Carina Ihlstrom & Jonas Lundberg، أن جميع مواقع الدراسة لم توفر خريطة لمواقعها، التي تُسهّل عملية الإبحار في الموقع والبحث عن المعلومات¹، وأوضحت دراسة حلمي محاسب عدم استخدام الصحف المصرية من عينة الدراسة خريطة لمواقعها، معتمدة فقط على تفرّعات الصفحة الرئيسية².

وفي هذا السياق، أوضح المصمّمون أن خريطة الموقع تُعدّ تطبيقاً لبنية هذا الموقع لتُستعمل كآلية من آليات التنقل ضمنه. وتوفّر خريطة الموقع صورة توضيحية كاملة عن بنية الموقع في عقل المستخدم حتى يتمكّن من تحديد وجهته بسرعة ودقة. وتوظّف أيضاً في المواقع التي تنقسم إلى العديد من الأجزاء وتشمل الكثير من المعلومات. أمّا بخصوص المواقع التي تكون فيها الأدوار محددة والتي تتميز ببيان معالمها فهي ليست بحاجة إلى هذا النوع من الخرائط³.

جدول رقم (27): يبين إجمالي استخدام العناصر البنائية الثابتة التفاعلية

TSA	الشعب أونلاين	الصحيفة الإلكترونية		
		العناصر البنائية الثابتة التفاعلية		
يوجد	يوجد	بحث بسيط	داخلي	محركات البحث
لا يوجد	لا يوجد	بحث متقدم		
لا يوجد	لا يوجد	خارجي		
يوجد	يوجد	الأرشيف الإلكتروني		
لا توجد	لا توجد	خريطة الموقع		

يوضّح الجدول أعلاه إلى أن استعمال العناصر البنائية الثابتة التفاعلية لكل من الصحيفتين الإلكترونيتين "الشعب" و"TSA" كان استعمالاً محدوداً وضعيفاً جداً، حيث لم يوفر كل العناصر البنائية الثابتة التفاعلية مثل البحث المتقدم، خريطة الموقع ومجانبة للأرشيف الإلكتروني، إذ يُفترض أن تعطي كلتا الصحيفتين الإلكترونيتين أهمية كبيرة للعناصر البنائية التفاعلية باعتبارها أدوات تعمل على تحقيق ميزة سهولة التعرّض بنسبة عالية، بهدف ضمان تصفّح سهل ويسير وممتع للصحيفة الإلكترونية، وبالتالي بقاءة لمدة طويلة وهو يتصفّح الموقع.

1- Ihlstrom, C. & Lundberg, J., Op. Cit. p63.


2- حلمي محاسب: "إخراج الصحف الإلكترونية على شبكة الإنترنت"، المرجع السابق، ص379.

3- نور هان صندوق: "التصميم التفاعلي في صفحة الويب ودوره في التسويق الإلكتروني"، المرجع السابق، ص102.

4.1.4.1.1. الخدمات الداعمة (الإضافية):

الجدول رقم (28): يوضح أهم الخدمات الداعمة المتوفرة

TSA	الشعب أونلاين	الصحيفة الإلكترونية الخدمات الداعمة
لا يوجد	لا يوجد	القرآن الكريم
لا يوجد	لا يوجد	مواقيت الصلاة
يوجد	يوجد	حالة الطقس
لا يوجد	لا يوجد	خدمة RSS
لا يوجد	لا يوجد	أسعار العملات
لا يوجد	لا يوجد	الاشتراك بالقائمة البريدية
لا يوجد	لا يوجد	الاشتراك بالنسخة المطبوعة
يوجد	لا يوجد	الاشتراك بالنسخة المدفوعة
لا يوجد	يوجد	خدمة التكوين في مجال الإعلام والصحافة
لا يوجد	لا يوجد	عروض التوظيف
لا يوجد	لا يوجد	تسليية
لا يوجد	لا يوجد	حفظ المواد الإعلامية
لا يوجد	لا يوجد	طباعة المواد الإعلامية
لا يوجد	لا يوجد	ربط الصحيفة بالفضائيات
لا يوجد	لا يوجد	ربط الصحيفة بالقنوات الإذاعية

يبين الجدول أعلاه أن الصحيفتين الإلكترونيتين "الشعب أونلاين" و" TSA" محل الدراسة لم تعطيا الخدمات الإضافية أهمية كبيرة، حيث أتاح الموقعان عدد ضئيل جدا من الخدمات الإضافية تتمثل فيما يلي: بالنسبة لموقع صحيفة الشعب أبرز خدمة إضافية هي إتاحة تحميل النسخة المطبوعة للمستخدمين مع محاولته توفير خاصية توفير البث المباشر للقناة الفضائية بتوفير زر أعلى الصفحة ، لكن عند ضغط المستخدم عليه يظهر أنه مجرد رابط معطل. كما وقّرت خدمة إضافية أخرى تتمثل في تقديم تكوين في مجال الإعلام والاتصال يقدمه معهد مؤسسة صحيفة الشعب بتوفير رابط إعلان دائم في أعلى الصفحة الرئيسية يمكن أي متصفح التسجيل من خلاله.

الفصل الرابع عرض وتحليل نتائج الدراسة

أمّا بالنسبة لموقع صحيفة TSA، أهم خدمة إضافية توفرها هي خدمة أحوال الطقس حيث وفرت رابطا خاص  يسمح للمستخدمين بتصفح أخبار وحالة الطقس في الجزائر، إضافة إلى توفر خدمة إضافية أخرى تتمثل في إتاحة خدمة فتح حساب والاشتراك المدفوع للقراء بتخصيص زر خاص . مع الإهمال التام لتوفير باقي الخدمات الداعمة الأخرى.

وبشكل عام نجد أن الخدمات الداعمة التي وفرتها الصحفتان الإلكترونيتان محل الدراسة قليلة جدا مع الإهمال التام لخدمات إضافية مهمّة جدا كخدمة توفير خلاصات الأخبار RSS، وهذا يدلّ على عدم استغلال كلا موقعا الصحفيّين لكامل الإمكانيات التقنية التي توفرها شبكة الإنترنت.

تتفق عموما نتائج هذه الدراسة مع دراسة الباحث صالح بن زيد بن صالح العنزي حيث أشارت نتائج دراسته أن الصحف السعودية: (الجزيرة، الرياض، اليوم، المدينة) توفر بعض الخدمات الداعمة لمستخدميها تمثل أبرزها في ما يلي: (درجات الحرارة، أوقات الصلاة، أسعار الأسهم السعودية، أسعار العملات)، باستثناء صحيفتي عكاظ والوطن اللتين لم توفرأ أية خدمات داعمة¹.

وتشير الأبحاث والدراسات على أهمية توفير خدمات إضافية تختلف عن الخدمات التي توفرها النسخة المطبوعة، ففي دراسة فايز الشهري توضح أن عددا قليلا من الصحف العربية الإلكترونية استفادت من الخدمات التي يمنحها الإنترنت، ووفرت مجموعة من الخدمات الإضافية لمواقعها، وبينت دراسة سعيد النجار أن 46.5% من مواقع صحف الدراسة توفرّ معلومات خدمية على الصفحة الرئيسية لموقع الصحيفة، مثل: أخبار الطقس، وأسعار العملات، الذهب، ومواقيت الصلاة، وغيرها².

تعدّ الخدمات الداعمة أداة جذب بالنسبة لمستخدمي الصحف الإلكترونية، إذ تعمل على إبقاء المستخدم أطول فترة زمنية ممكنة في الموقع، حيث توفر له أبرز الخدمات التي يرغب بها أثناء تصفّحه للصحيفة الإلكترونية، دون الحاجة إلى مغادرة الموقع بهدف الاطلاع على مواقيت الصلاة أو أحوال الطقس أو حتى الاستماع إلى قناة إذاعية معينة وغيرها من الخدمات الداعمة التي تهتم بعض الصحف الإلكترونية بتوفيرها لمستخدميها.

1- صالح بن زيد بن صالح العنزي: "إخراج الصحف السعودية الإلكترونية في ضوء السمات الاتصالية لشبكة الإنترنت: دراسة وصفية تحليلية"، المرجع السابق، ص155.

2- سعيد غريب النجار: مدخل إلى الإخراج الصحفي، المرجع السابق، ص573.

2.4.1.1. العناصر البنائية الثابتة التفاعلية الاتصالية:

1.2.4.1.1. البريد الإلكتروني:

الجدول رقم (29): يوضح خدمة البريد الإلكتروني

TSA	الشعب أونلاين	الصحيفة الإلكترونية
		البريد الإلكتروني
لا يوجد	لا يوجد	البريد الإلكتروني لإدارة الصحيفة
لا يوجد	لا يوجد	البريد الإلكتروني لمحربي الصحيفة
يوجد	لا يوجد	البريد الإلكتروني لأقسام الصحيفة

فيما يخص الصحيفة الإلكترونية "الشعب أونلاين" لم توفر إطلاقاً لمستخدميها خدمة البريد الإلكتروني، سواء الخاص بإدارة الصحيفة، أو بمحربي الصحيفة أو الخاص لأقسام الصحيفة. ويفسر استغناء صحيفة "الشعب أونلاين" عن خدمة البريد الإلكتروني بشكل تام لاستعانتها بمواقع التواصل الاجتماعي حيث وفرت أيقونات لصفحاتها على مواقع الشبكات الرقمية الاجتماعية حيث يمكن للمستخدمين عند الضغط على روابطها التحول إلى صفحة الصحيفة مع إمكانية التواصل وإرسال الرسائل. انظر الشكل رقم (48).



الشكل رقم (48): أيقونات مواقع الشبكات الرقمية في موقع صحيفة الشعب

أما صحيفة "TSA" فقد وفرت لمستخدميها عنوان وحيد للبريد الإلكتروني، الأول خاص خاص بأحد أقسام الصحيفة الإلكترونية وهو قسم الإعلانات بينما أهملت عنوان البريد الخاص بإدارة الجريدة الإلكترونية والبريد الإلكتروني لمحربي الصحيفة. انظر الشكل رقم (49).

Comment annoncer sur TSA?



Consulter la brochure et choisir les emplacements.

1

Vous avez fait votre choix ou vous avez besoin de plus d'informations: Envoyez un mail à l'équipe commerciale de TSA à l'adresse, publicite@tsa-algerie.com.

2

الشكل رقم (49): البريد الإلكتروني الخاص بموقع صحيفة TSA

حيث نلاحظ أن البريد الإلكتروني المتاح للمستخدمين وُضع لأهداف الإعلانات والإشهارات بدرجة أولى كون الإعلان أحد أبرز مصادر تمويل الصحافة الإلكترونية. حيث يُمكن الأفراد والشركات من التواصل مع قسم الإشهار في الصحيفة لنشر إعلاناتهم عليها، ويُلاحظ أيضا الغياب التام للتواصل مع أقسام الصحيفة، وهو الأمر الذي لا يتواءم مع أحد أهم مميزات الصحافة الرقمية عن الصحافة المطبوعة المتمثلة في خاصية التفاعلية في اتجاهين ومتعددة الاتجاهات، والتي تسمح بتبادل آني للأدوار الاتصالية بين القائم بالاتصال والجمهور.

تتباين هذه النتيجة مع ما أشار إليه الباحث ماجد فضل صقر حبيب في دراسته أن الصحف اليومية الفلسطينية حرصت على توفير البريد الإلكتروني بنسبة بلغت 75%، حيث تشابهت نسبة موقعي صحيفتي الأيام والحياة الجديدة التي بلغت 100%، أما موقع صحيفة فلسطين فتحصل على نسبة 66.67%، وفي المركز الأخير تحصل موقع صحيفة القدس على نسبة قدرت بـ 33.33%¹.

أما دراسة الباحث سعيد محمد الغريب النجار فقد بينت أن 70.40% من صحف الدراسة تعرض عنوانا بريديا إلكترونيا واحدا على الصفحة الرئيسية لموقع الصحيفة، ونسبة 18.30% تعرض أكثر من عنوان بريدي على الصفحة الرئيسية للصحيفة الإلكترونية، بينما بلغت نسبة إتاحة إمكانية الاتصال بمحرري القصص الإخبارية لموقع الصحيفة 11.30%².

1- ماجد فضل صقر حبيب: "التفاعلية في المواقع الإلكترونية للصحف اليومية الفلسطينية: دراسة تحليلية"، المرجع السابق، ص185.

2- سعيد محمد الغريب النجار: "التفاعلية في الصحف العربية على الإنترنت"، المرجع السابق، ص573.

الفصل الرابع عرض وتحليل نتائج الدراسة

بينت الباحثة عبير محمد سليم لبد حرص جميع مواقع الصحف الفلسطينية محل الدراسة على إتاحة بريد إلكتروني خاص بالموقع وإدارته وأقسامه، كما أتاحت موقعا صحيفتي الأيام والحياة الجديدة بريدا إلكترونيا لبعض محرري المقالات الصحفية بشكل مؤقت فقط¹.

وأشارت دراسة حلمي محسب تفوق موقع CNN على موقع الجزيرة في اهتمامه بتوفير عناوين بريد إلكتروني للموقع، وأقسامه إضافة إلى عناوين بريد إلكتروني لخدمات الموقع، مثل السفر، والصحة، والتعليم...، في حين اقتصر موقع الجزيرة على إتاحة صنفين من عناوين البريد الإلكتروني، هما: بريد إلكتروني خاص للموقع، وآخر لأقسامه².

أمّا الباحث رابح عمار فقد أوضحت نتائج دراسته أنّ استعمال البريد الإلكتروني في مواقع الدراسة تحسّل على أكبر نسبة، إذ تصدر قائمة الوسائط الاتصالية المستعملة بنسبة بلغت 94.44%³. وهي نسبة عالية توضح مدى اهتمام هذه المواقع بالبريد الإلكتروني والذي يُعدّ من بين الوسائط الاتصالية التفاعلية.

تتشابه الدراسة مع النتائج التي بينتها نجوى فهمي في دراستها فيما يرتبط بعدم اهتمام الصحف الإلكترونية العربية بإقامة صلة مباشرة بين محرريها ومتصفحها، فهي لا تتيح عناوين للبريد الإلكتروني لمحرريها⁴، وكذلك مع دراسة فايز الشهري التي بينت أن صحف الدراسة توفر عناوين البريد الإلكتروني، ولكن الرد على الشكوى واستفسارات الجمهور نادرا ما يتم الإجابة عليها⁵. وتتشابه الدراسة مع النتائج التي أشار إليها ماجد حبيب، التي أكدت اهتمام مواقع الصحف اليومية الفلسطينية بتوفير عناوين بريد إلكتروني، وجاءت بنسبة 75%⁶.

ويلاحظ أنه في "السابق لم يكن الصحافيون يهتمون باقتراحات ونقد الجمهور لهم لكنهم اليوم مجبرون على أخذ رأيه والتحاور معه. فعلاقة الصحافة / جمهور التي كانت في السابق عمودية تنتج الآن لتأخذ منحى أفقيا"⁷. لذا وجب على إدارة الصحيفة الإلكترونية

1- عبير محمد سليم لبد: "إخراج مواقع الصحف الفلسطينية اليومية على شبكة الإنترنت: دراسة تحليلية مقارنة"، المرجع السابق، ص203.

2- حلمي محسب: "قياس تفاعلية المواقع التلفزيونية الإخبارية على الإنترنت: بالتطبيق على موقعي الجزيرة وCNN"، المرجع السابق، ص242.

3- رابح عمار: "الصحافة الإلكترونية وتحديات الفضاء الإلكتروني... دراسة ميدانية للصحافة الإلكترونية الجزائرية"، المرجع السابق، ص371.

4- نجوى فهمي: "التفاعلية في المواقع الإخبارية العربية على شبكة الإنترنت: دراسة تحليلية"، المجلة المصرية لبحوث الرأي العام، (المجلد2)، (العدد4)، جامعة القاهرة، القاهرة، أكتوبر - ديسمبر 2001، المرجع السابق، ص221، 269..

5- Alshehri, F., op. cit. p225.

6- ماجد فضل صقر حبيب: "التفاعلية في المواقع الإلكترونية للصحف اليومية الفلسطينية: دراسة تحليلية"، المرجع السابق، ص185.

7- ريمي ريفيل: الثورة الرقمية: ثورة ثقافية؟، تر: سعيد بلميخوت، ط1، عالم المعرفة المجلس الوطني للثقافة والفنون والآداب، الكويت، 2018، ص140، 141.

الفصل الرابع عرض وتحليل نتائج الدراسة

ومحرريها مد جسور التفاعل مع الجمهور عبر تقنية البريد الإلكتروني للتعرف على مدى رضا المستخدمين ومدى استفادتهم ومعرفة ردودهم الإيجابية حول جدوى المعلومات المقدمة، بهدف استقبال رجع الصدى وبالتالي التكيف وفقاً لاحتياجات هذا المستخدم¹.

ويدلّ توفير أكثر من عنوان إلكتروني لمستخدمي الصحف الإلكترونية على درجة اهتمام الصحيفة بخاصيتي التفاعلية والمشاركة.

2.2.4.1.1. الشبكات الاجتماعية الرقمية:

الجدول رقم (30): يوضح الشبكات الرقمية الإجتماعية

TSA	الشعب أونلاين	الصحيفة الإلكترونية
		الشبكات الرقمية
يوجد	يوجد	فايسبوك
يوجد	يوجد	تويتر
يوجد	يوجد	يوتيوب
يوجد	لا يوجد	لنكدان
لا يوجد	يوجد	انستغرام
لا يوجد	لا يوجد	تيك توك

توضّح بيانات الجدول أعلاه إلى أن موقعي الصحيفتين الشعب وTSA يحوزان صفحات خاصة بإدارة الجريدة على مواقع التواصل الاجتماعي تُعدّ الأكثر انتشاراً، وهي: الفاييسبوك وتويتر ويوتيوب وانستغرام بالنسبة لصحيفة الشعب ولنكدان بالنسبة لصحيفة TSA، ورغم ذلك إلا أنها لم ترق بمستوى الاستفادة من هذه المنصات، حيث اقتصرت على نشر بعض أخبار النسخة الإلكترونية والورقية، ولا يتم تحديث الصفحة وتغذيتها بالأخبار العاجلة بشكل آني ومستمر، حيث صور البروفيل على تويتر هو شعارها القديم، أما قناتها على اليوتيوب غير محدثة بشكل دائم.

1- محمد لعقاب: مهارات الكتابة للإعلام الجديد، المرجع السابق، ص74.



الشكل رقم (50): صفحة موقع صحيفة الشعب على منصة فايسبوك



الشكل رقم (51): صفحة موقع صحيفة الشعب على منصة تويتر

الفصل الرابع عرض وتحليل نتائج الدراسة



الشكل رقم (52): صفحة موقع صحيفة الشعب على منصة إنستغرام



الشكل رقم (53): قناة موقع صحيفة الشعب على منصة اليوتيوب



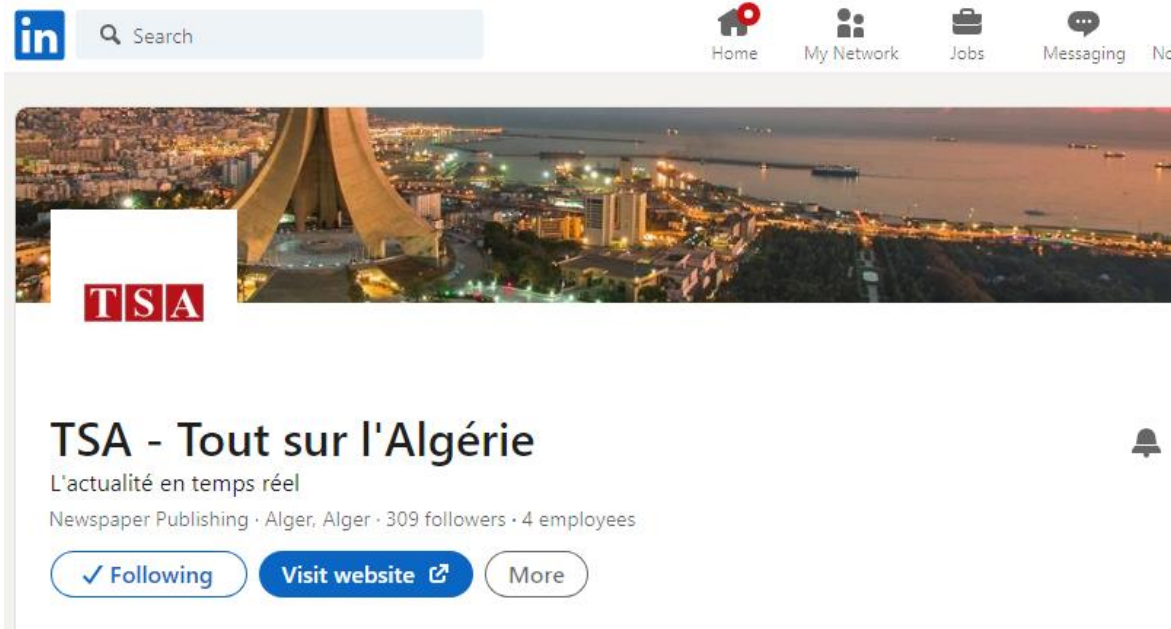
الشكل رقم (54): صفحة موقع صحيفة TSA على منصة فايسبوك

الفصل الرابع عرض وتحليل نتائج الدراسة



Twitter profile page for TSA Algérie. The profile picture shows a large crowd of people in a tunnel. The bio reads: "Premier quotidien électronique algérien. Information en temps réel sur l'Algérie". The page shows 1.3M followers and 118 following.

الشكل رقم (55): صفحة موقع صحيفة TSA على منصة تويتر



LinkedIn profile page for TSA - Tout sur l'Algérie. The profile picture shows a night view of the city of Algiers. The bio reads: "L'actualité en temps réel". The page shows 309 followers and 4 employees.

الشكل رقم (56): صفحة موقع صحيفة TSA على منصة لينكدان



الشكل رقم (57): قناة موقع صحيفة TSA على منصة اليوتيوب

تختلف هذه النتيجة مع ما أشار إليه الباحث ماجد فضل صقر حبيب حيث بينت نتائج دراسته حرص مواقع الصحف اليومية الفلسطينية على توظيف مواقع التواصل الاجتماعي بنسبة 100%، ويفسر الباحث استخدام مواقع الدراسة لمواقع التواصل الاجتماعي بهذه النسبة بهدف نشر مواضيعها، لأن عملية ربط هذه الموضوعات بمواقع التواصل الاجتماعي لا يحتاج مجهودا كبيرا من محرري المواد المنشورة، لأنهم يعتمدون على تقنية برمجية يتم تفعيلها واستخدامها بشكل تلقائي ومستمر، خاصة بعد الشعبية الكبيرة والإقبال الكبير على هذه المواقع خاصة من فئة الشباب¹.

أما الباحثة عبير سليم لبد فقد أوضحت نتائج دراستها إلى أن موقع صحيفة الأيام لم يستخدم مواقع التواصل الاجتماعي بصفة نهائية، عكس صحيفة الحياة الجديدة التي لديها صفحات خاصة بإدارة الصحيفة على ثلاث مواقع للتواصل الاجتماعي وهي: (الفيس بوك، تويتر، اليوتيوب) إلا أنها لم تستفد من خصائص هذه المواقع. في حين استفادت صحيفتنا القدس وفلسطين من الشبكات الاجتماعية الرقمية في متابعة الأحداث الجارية، وأيضا نشر عناوين أخبارها ومقاطع الفيديو، كما تحرص على نشر الأخبار العاجلة لحظة وقوعها، وانفردت صحيفة فلسطين بامتلاكها صفحتين على: (جوجل، وفليكر للصور)².

تتشابه نتائج الدراسة مع النتائج التي أشارت إليها دراسة الباحثان ماجد سالم تربران وعبير محمد لبد حيث بينت اتفاق مواقع الدراسة على توفير مواقع التواصل الاجتماعي بهدف تواصل محرري هذه المواقع مع جمهورهم، حيث تعتبر مواقع التواصل الاجتماعي ضرورة لكل مؤسسة اتصالية ترغب بتعزيز التواصل مع جمهورها خاصة في ظل ما يسمى بصحافة المواطن³.

1- ماجد فضل صقر حبيب: "التفاعلية في المواقع الإلكترونية للصحف اليومية الفلسطينية: دراسة تحليلية"، المرجع السابق، ص194.
2- ماجد سالم تربران، عبير محمد لبد: "تصميم وإخراج المواقع الإلكترونية الإخبارية الفلسطينية: دراسة تحليلية مقارنة"، المرجع السابق، ص207.
3- ماجد سالم تربران، عبير محمد لبد: "تصميم وإخراج المواقع الإلكترونية الإخبارية الفلسطينية: دراسة تحليلية مقارنة"، المرجع نفسه، ص134.

ما يميز مواقع الشبكات الرقمية الاجتماعية أنها تمكّنت في عصرنا الحالي "أن تكون مصدرا أساسيا للمعلومات وأشرطة الفيديو وشهادات الناس فالمواطن الإعلامي لجأ إلى تصوير الأحداث على هاتفه أو كاميراته الرقمية ومن ثمّ وضع أشرطة الفيديو على الشبكات الاجتماعية حتى باتت مؤسسات إعلامية كبرى، مثل CNN وbbc News، تأخذ قدرا كبيرا من المعلومات الموجودة على التويتر وعددا من الأشرطة المحمّلة على اليوتيوب"¹.

يُعدّ استخدام أو وصل مواقع التواصل الاجتماعي بالصحف الإلكترونية من نتائج البيئة الرقمية الحديثة والتي رفعت من درجة التفاعلية في الصحافة الرقمية، ليس عبر ربط مواقع الصحف بمواقع التواصل الاجتماعي فقط، وإنما من خلال مهمة إضافية هي متابعة وإدارة صفحاتها على مواقع هذه الشبكات الرقمية، حتى يكون دورها فعالا ومؤثرا في العملية الاتصالية. لذا يجب على الفريق الصحفي بغرف الأخبار الذكية التحقق والتأكد من صحة الأخبار والصور والفيديوهات التي التقطتها كاميرات المواطن من خلال مختلف التقنيات والآليات الرقمية الحديثة حتى لا تفقد هذه الأخبار مصداقيتها.

وفي هذا السياق، يرى الباحث رابح عمار من خلال دراسته بأن دور متابعة وإدارة هذه المواقع الاجتماعية تُعدّ من الأدوار الحديثة التي تقع على مسؤولية الصحفي والتي أفرزتها البيئة الإعلامية الحديثة حيث عبّر عن ممارستها 44.44% من عينة الدراسة، وهذا أدى إلى إسناد مهمة إدارة وتسيير صفحات الوسائط الاجتماعية إلى صحفيين مختصين في إطار ما اصطلح على تسميته ب: Social Media Editor².

تُعدّ مواقع التواصل الاجتماعي من أبرز الوسائط الاتصالية بالنسبة للصحف الرقمية، فبواسطتها تنشر آخر الأخبار لحظة وقوعها، كما تسهّل عملية تواصل المستخدم مع محرر المادة الإعلامية من جهة، وتواصل المستخدمين مع بعضهم البعض من جهة أخرى، بالإضافة إلى قدرة المستخدم أن يعلّق على هذه الأخبار ويشاركها مع الآخرين، فمواقع التواصل الاجتماعي تُعدّ منصة حرة لتبادل الآراء في بيئة تفاعلية، وأيضا مساهمتها الفعالة في الترويج والإشهار للصحف الإلكترونية.

3.2.4.1.1. المنتديات:

فيما يخصّ المنتديات فيلاحظ الغياب التام لها في كلتا الصفحتين الإلكترونيتين ويُعدّ التخلي عن استخدام المنتديات في الصحف الإلكترونية مؤشر على الانخفاض الحاد لمستويات خاصيتي التفاعلية والمشاركة، إذ تُعدّ المنتديات أحد الوسائط الاتصالية للحوار وتبادل الأفكار والآراء بين المستخدمين والمحررين من جهة، وبين المستخدمين فيما بينهم

1- فاضل محمد البدراني: الإعلام وتشكيل الرأي العام وصناعة القيم: الأخلاقيات والإعلام، مركز دراسات الوحدة العربية، بيروت، 2013، ص372.

2- رابح عمار: "الصحافة الإلكترونية وتحديات الفضاء الإلكتروني...دراسة ميدانية للصحافة الإلكترونية الجزائرية"، المرجع السابق، ص388.

الفصل الرابع عرض وتحليل نتائج الدراسة

من جهة أخرى، ممّا يضمن توسع لجمهور الصحيفة الإلكترونية، كما قد تحقّر هذه الحوارات المحرّرين بموضوعات تثير إعجاب الجماهير الواسعة.

تتفق هذه النتيجة مع ما أشار إليه الباحث ماجد فضل صقر حبيب في دراسته عدم توقّر أي منتدى في مواقع الصحف اليومية الفلسطينية محل الدراسة، وهذا ما يؤكد أن هذه المواقع عبارة عن مساحة لنشر المادة المطبوعة في الصحيفة على شبكة الإنترنت¹.

تتشابه نتيجة الدراسة الحالية مع ما أشارت إليه دراسة الباحثة قبالي آمنة إلى حضور متواضع جدا للمنتديات في ظل حضور قوي لشبكات التواصل الاجتماعي عبر الصحف الإلكترونية محل الدراسة، حيث تُعتبر هذه الشبكات الاجتماعية بديل مستقبلي لكل طرق التفاعل الثلاث: (مستخدم/محتوى، مستخدم/محرر، مستخدم/مستخدم)².

تتفق أيضا هذه النتيجة مع ما توصلت إليه الباحثة نوير بنت سيف بتال الدغيلي العتيبي حيث بينت دراستها أن المنتديات تحصّلت على أصغر نسبة إذ بلغت 9.80%، وتؤكد الباحثة أن المنتديات في الصحف الإلكترونية لا تشبه المنتديات المعروفة بالشكل المتعارف عليه والمتمثل في طرح الموضوعات من قبل الأعضاء بل الصحيفة الإلكترونية هي المتكفّلة بتقديم موضوع للنقاش وإبداء الرأي³.

أمّا الباحث نصر الدين العياضي فيرى أن منتديات موقعي الشروق والخبر والتي بدأت العمل رسميا بتاريخ 2012/07/10 تُعتبر من المنتديات التي تملك شعبية كبيرة. وقد فسّمت هذه المنتديات إلى منتديات فرعية ذات بُعد معلوماتي... ومنتدى الشكاوي والاقتراحات، هذا التقسيم قد يُعفي الموقع من عرض موضوعات أساسية للنقاش لتوفر أرضية خصبة لآلاف المشتركين... ويُلاحظ أن هذه المنتديات لا تستغل الجمهور الواسع التي كسبته من مختلف ربوع الوطن كمصدر للأخبار. ويُركّز الخطاب المسيطر في منتديات الجرائد الجزائرية اهتمامه على الأنا الجمعي والهوياتي وخاصة في صحيفة الشروق⁴.

تُعتبر المنتديات وسيط اتصالي للحوار ولتبادل الأفكار والمعلومات، وتُعدّ أيضا مصدرا غنيا للمعلومات، كما تعمل على تعزيز التفاعلية والمشاركة، لذا فاستخدام هذه المنتديات في الصحف الإلكترونية أصبح أكثر من ضرورة للرفع من درجة خاصية التفاعلية في مواقع الصحف الإلكترونية.

1- ماجد فضل صقر حبيب: "التفاعلية في المواقع الإلكترونية للصحف اليومية الفلسطينية: دراسة تحليلية"، المرجع السابق، ص188.

2- آمنة قبالي: "التفاعلية في الصحافة الإلكترونية -دراسة في استخدامات وإشباع النخبة الأكاديمية الجزائرية: دراسة تحليلية ميدانية"، المرجع السابق، ص447.

3- نوير بنت سيف بتال الدغيلي العتيبي: "أسلوب البوابة في إخراج الصحف السعودية الإلكترونية: دراسة تحليلية على صحيفة الرياض الإلكترونية"، المرجع السابق، ص216.

4- نصر الدين العياضي: "الصحافة الجزائرية في بيئة الويب: إرهاصات التغيير"، المرجع السابق، ص184، 185.

4.2.4.1.1. استطلاعات الرأي:

تُعتبر استطلاعات الرأي في الصحافة الإلكترونية وسيلة هامة وفعالة تستعمل لقياس آراء الجماهير والمشاركة المجتمعية في موضوعات مختلفة. تعكس هذه الاستطلاعات التحول الكبير الذي شهدته وسائل الإعلام ووسائل الاتصال الاجتماعي في العصر الإلكتروني. إن توفر شبكة الإنترنت وسرعة انتشار المعلومات عالمياً، جعلت من الصحافة الرقمية بيئة اتصالية مثالية لاستضافة هذه الاستطلاعات.

تختلف مواضيع هذه الاستطلاعات بشكل كبير، بدءاً من القضايا السياسية والاقتصادية وصولاً إلى الموضوعات الاجتماعية والثقافية، حيث لهذه الاستطلاعات دور في تقوية التفاعل بين المتلقي والقائم بالاتصال، وتعطي الفرصة للأفراد للتعبير عن آرائهم بشكل تلقائي، بالإضافة إلى ذلك تُعتبر الاستطلاعات وسيلة هامة للصحافة لاختبار الرأي العام وفهم ردود أفعال وآراء الأفراد تجاه موضوعات معينة.

تُعدّ استطلاعات الرأي في الصحافة الرقمية أداة ضرورية للتفاعل مع المستخدمين، واختبار ردود أفعالهم ومواقفهم، كما لها دور فعال في تكوين الرأي العام والمشاركة الديمقراطية في البيئة الإلكترونية.

يبين الجدول رقم (31) أن كلا موقعي الصحيفتين الشعب وTSA لم يوظفا استطلاعات الرأي خلال فترة الدراسة.

وتشير دراسة حلمي محاسب أن موقع صحيفة الأهرام لم يستفد من استطلاعات الرأي، بينما استفاد منه موقع صحيفة الجمهورية في عمل استفتاء رياضي، أما النيويورك تايمز واليو أس إيه توداي فقد استخدمتا في توفير العديد من الاستطلاعات السياسية والاقتصادية والاجتماعية بأساليب علمية¹.

وتتباين نتيجة الدراسة مع ما توصلت إليه دراسة ماجد حبيب والتي أظهرت أن 50% من مواقع الصحف الإلكترونية الفلسطينية حرصت على الاستعانة باستطلاعات الرأي. ويرى الباحث ضرورة توفرها في الصحف الإلكترونية، حيث أنها تسمح للمستخدم الإدلاء برأيه، كما تُوظف في قياس اتجاهات الراي العام في موضوع ما².

وتتباين نتيجة الدراسة مع ما أشار إليه الباحث سعيد النجار بأن 49.3% من مواقع عينة الدراسة توفر استطلاعات للرأي حول مواضيع معينة على الصفحة الرئيسية للموقع³.

1- حلمي محاسب: إخراج الصحف الإلكترونية على شبكة الإنترنت، المرجع السابق، ص378.
2- ماجد فضل صقر حبيب: "التفاعلية في المواقع الإلكترونية للصحف اليومية الفلسطينية: دراسة تحليلية"، المرجع السابق، ص190.
3- سعيد محمد الغريب النجار: "التفاعلية في الصحف العربية على الإنترنت"، المرجع السابق، ص574.

الفصل الرابع عرض وتحليل نتائج الدراسة

كما تتباين مع دراسة الباحثة عبير محمد سليم لبد فقد أوضحت نتائج دراستها أن صحيفة القدس اتسمت بتوفير استطلاعات الرأي حول القضايا المطروحة حيث عرضت خلال فترة الدراسة سؤالين، بينما خصّصت صحيفة الحياة الجديدة مساحة لاستطلاع الرأي لكنها غير مفعّلة¹.

كما يرى الباحث رابح عمار من خلال دراسته أن العديد من مواقع الصحف الجزائرية يترأسها موقعي صحيفة الخبر والشروق تقوم بعمل استطلاعات للرأي حول مختلف القضايا مع نشر نتائج هذه الاستطلاعات. إلا أن هذه المواقع لا تتشارك مع المستخدمين في اختيار مواضيع الاستطلاعات كما هو سائد لدى بعض الصحف الغربية².

5.2.4.1.1 وسائل الاتصال الشخصي:

الجدول رقم (31): يوضح أهم وسائل الاتصال الشخصي المتوفرة في عينة الدراسة

TSA	الشعب أونلاين	الصحيفة الإلكترونية	
		العناصر البنائية الثابتة الاتصالية	
لا يوجد	لا يوجد	إدارة الصحيفة	البريد الإلكتروني
لا يوجد	لا يوجد	لمحرري الصحيفة	
يوجد	لا يوجد	لأقسام الصحيفة	
لا يوجد	لا يوجد	استفتاء الرأي	
يوجد	يوجد	الشبكات الاجتماعية الرقمية	
لا يوجد	لا يوجد	المنتديات	

يشير الجدول أعلاه أن صحيفتي "الشعب أونلاين" و "TSA" لم يستعملتا بشكل عام كل أصناف وسائل الاتصال الشخصي، حيث تركز استخدامهما للشبكات الاجتماعية الرقمية، كما نلاحظ بالنسبة للبريد الإلكتروني، أفراد موقع صحيفة TSA بإتاحة بريد إلكتروني واحد خاص بقسم الإشهار في صحيفة TSA، أما موقع صحيفة الشعب لم يتيح أي بريد إلكتروني على مستوى الموقع.

أما بخصوص المنتديات واستطلاعات الرأي فكلتا موقعي الصحيفتين لم يستخدماها، وعموما فإن استعمال وتوظيف هذه الوسائل الاتصالية كان استخداما محدودا جدا مقارنة مع ما توفره البيئة الرقمية الحديثة من إمكانيات تقنية تمنح المستخدم وسائل اتصالية متعددة

1- عبير محمد سليم لبد: "إخراج مواقع الصحف الفلسطينية اليومية على شبكة الإنترنت: دراسة تحليلية مقارنة"، المرجع السابق، ص205.

2- رابح عمار: "الصحافة الإلكترونية وتحديات الفضاء الإلكتروني.. دراسة ميدانية للصحافة الإلكترونية الجزائرية"، المرجع السابق، ص339.

الفصل الرابع عرض وتحليل نتائج الدراسة

مثل البريد الإلكتروني والمنتديات وأيضا مواقع التواصل الاجتماعي، هذه الأخيرة التي تهدف الصحف الرقمية في استثمارها لما تعطيه من إمكانية التفاعل الآني مع المستخدم، كما أن هذه المواقع الاجتماعية تُعتبر مصدرا من مصادر المعلومات، فبواسطتها يمكن تصفح مختلف الأخبار والأحداث في كامل أرجاء العالم. وبدل الاستخدام الأمثل لوسائط الاتصال الشخصي في الصحف الإلكترونية من أهم العلامات التي تزيد من مستوى التفاعلية في مواقع الصحف الرقمية.

ويلاحظ أن "المتلقي الرقمي (العصري) أكثر تفاعلا من متلقي الإعلام التقليدي لأنه يستطيع أن يردّ على الرسالة الموجهة إليه ونقلها للآخرين والتفاعل معهم؛ مما يعطي بُعدا جديدا لطبيعة الاتصال، فمستخدمو الإيميل والفيس بوك والمجتمعات الرقمية ليسوا فقط متلقين فهم شيء آخر، وهذا هو نتاج التفاعل الأفقي فهو يسهم في توسيع الاتصالات المقوية للعلاقات الشخصية"¹.

وحسب نظرية ثراء وسائل الإعلام فإن المؤسسة الإعلامية التي توظف نماذج متنوعة من التفاعل سواء المتزامن أو غير المتزامن عبر مختلف الوسائط الاتصالية كالمنتديات والبريد الإلكتروني ومواقع التواصل الاجتماعي هي الوسيلة الإخبارية الأكثر ثراء، مع العلم أن التزامن يُعدّ أساس من الأسس القاعدية لهذه النظرية. وقد سجلت نتائج الدراسة استخداما محدودا وضعيفا لوسائط الاتصال الشخصي، مما يؤشر على انخفاض في مستوى ثراء موقعي الصحفيتين الإلكترونيتين عينة الدراسة.

1- ستيفن كولمان، كارين روس: الإعلام والجمهور، ط1، تر: صباح حسن عبد القادر، دار الفجر للنشر والتوزيع، القاهرة، 2012، ص25.

2.1. أساليب إخراج وعرض الصفحة الرئيسية:

1.2.1. سرعة تحميل الصفحة الرئيسية:

الجدول رقم (32): يوضح سرعة تحميل الصفحة الرئيسية للصحفتين الإلكترونيتين

TSA	الشعب أونلاين	الصحيفة الإلكترونية
3.5	4.2	متوسط سرعة تحميل الصفحة الرئيسية بالثانية

تُبيّن نتائج الجدول أعلاه عن تفاوت سرعة تحميل الصفحة الرئيسية لكلا موقعي صحيفتي الدراسة، حيث توضح أن موقع "TSA" هو الأسرع مقارنة بصحيفة الشعب، حيث لا يزيد متوسط الوقت الذي يمكن للمتلقّي فيه رؤية جميع أجزاء الصفحة الرئيسية عن 3.5 ثانية، فيما حلّ ثانياً موقع صحيفة الشعب بـ 4.2 ثانية، ويُعدّ هذا الوقت بطيء بعض الشيء، حيث أن هذا البطء في تحميل الصفحة الرئيسية قد ينتج عنه نفور المستخدمين من الموقع بسبب طول الانتظار.

وفي العصر الإلكتروني، تُعدّ الصحف الرقمية مصدراً رئيسياً للمعلومات لملايين المستخدمين، لهذا السبب لا تكفي هذه الصحف بتقديم محتوى ذو جودة عالية بل أيضاً تركز على أن تكون سرعة تحميل الصفحة الرئيسية لديها متوافقة مع المعايير المطلوبة، حيث يمكن أن تتسبب سرعة تحميل الصفحة الرئيسية البطيئة في إحباط المستخدمين وإنقاص التفاعل مع الموقع مما يؤثر على مداخل موقع الصحيفة، لذا يتوجب على مواقع الصحف الإلكترونية أن يعملوا على تحسين سرعة تحميل صفحاتهم الرئيسية لضمان توفير تجربة مستخدم سهلة ومرضية له.

وحسب موقع أداة اختبار سرعة المواقع "لبينغدوم"، فإن متوسط وقت تحميل الصفحة الرئيسية لأحسن 100 صحيفة إلكترونية في العالم هو 10.5 ثانية. إلا أن هذا الوقت ما زال بعيداً عن الوقت النموذجي الموصى به من قبل شركة جوجل، وهو أقل من 3 ثوانٍ، كما تتيح جوجل أيضاً عدة أدوات ومجموعة من الاقتراحات لإعانة مسيري المواقع في تحليل وتحسين سرعة موقعهم عبر الإنترنت، مثل PageSpeed Insights ووحدة PageSpeed ونظام اسم النطاق العام لجوجل والمكتبات المستضافة.

مع عدم إغفال ذكر أنّ أحد العوائق التي تقف في وجه الصحف الإلكترونية هو طريقة تحسين سرعة الصفحة الرئيسية، مما ينتج عنه تجربة مستخدم سهلة، وتقليل لمعدل ارتداد زوار الموقع، وتحسين لترتيب صفحات موقع الصحيفة على محركات البحث، ولتحقيق كل ما سبق يمكن اتباع النصائح التالية:

- توظيف وصلة تخزين مؤقت أو خدمة لحفظ الملفات الثابتة وإتاحتها بشكل أسرع للقراء، حيث يمكن أن ينتج عن تقليل التخزين المؤقت من عدد الطلبات وأعباء الخادم، مما يضمن حدوث تسريع لتحميل الصفحة الرئيسية¹.
- استعمال شبكة توزيع المحتوى (CDN) لتوزيع محتوى مواقع الصحف الإلكترونية عبر خوادم متعددة حول العالم. لـ CDN عدة أدوار أبرزها: تقليل التأخير واستهلاك عرض النطاق الترددي، وأيضاً توفير ميزات الأمان والموثوقية، مع تجنب إعادة التوجيهات والوصلات الإضافية والنصوص من الطرف الثالث التي يمكن أن تبطئ تحميل الصفحة الرئيسية، وتضيف إعادة التوجيهات تحولات إضافية وتُحسّن من وقت التحميل، في حين أن العناصر البصرية والنصوص قد تزيد من حجم الصفحة وتُعقد من تكوينها².
- القيام بتحسين الصور والفيديوهات وغيرها من ملفات الوسائط بواسطة ضغطها وتغيير حجمها وتحميلها بشكل تكراري. الصور ذات الحجم الكبير هي المسبب الرئيسي لتحميل الصفحات ببطء، لذلك يمكن أن يحسن تصغير حجمها الفرق بشكل مؤثر في سرعة تحميل الصفحة الرئيسية، بالإضافة إلى تصغير ودمج ملفات CSS و JavaScript و HTML لتقليل حجمها وعدد الطلبات، كما يمكن الاستعانة بأدوات مثل Gzip أو Brotli لضغط الملفات، والوصلات المتحركة أو WP Rocket لتصغيرها ودمجها³.

هذه بعض الأساليب المشهورة والفعّالة لتحسين سرعة تحميل الصفحة الرئيسية للصحف الإلكترونية، إلا أنه يجب دائماً اختبار سرعة الصفحة الرئيسية لموقع الصحيفة باستعمال أدوات مثل Google PageSpeed Insights أو Lighthouse لتحديد وإصلاح أي مشكلات تقنية قد تؤثر على أداء موقع الصحيفة الإلكترونية.

وبناء على ما ذكر، يجب على الصحف الإلكترونية أن تهتم بتحسين سرعة تحميل الصفحة الرئيسية لديها لأنها تؤثر بشكل فعال على رضا المستخدمين ومداخل الصحيفة، ويتحقق ذلك عبر توظيف حزمة متنوعة من الأدوات والتقنيات لتحليل وتحسين أداء موقعها على شبكة الإنترنت، بحيث يمكن للصحف الإلكترونية توفير خدمة أحسن لمستخدميها تتسم بالسرعة والجودة العالية.

1- Muller, Britney: "Page Speed Optimization: Metrics, Tools, and How to Improve Best of Whiteboard Friday." Moz, 3 July 2020, <https://moz.com/blog/page-speed-optimization>

2- Duò, Matteo: "9 Quick Ways to Improve Page Loading Speed." HubSpot Blog, 15 Oct. 2020, <https://blog.hubspot.com/marketing/how-to-reduce-your-websites-page-speed>.

3- Muller, Britney: "Page Speed Optimization: Metrics, Tools, and How to Improve Best of Whiteboard Friday, Op, Cit.

2.2.1. أساليب إخراج الصفحة الرئيسية:

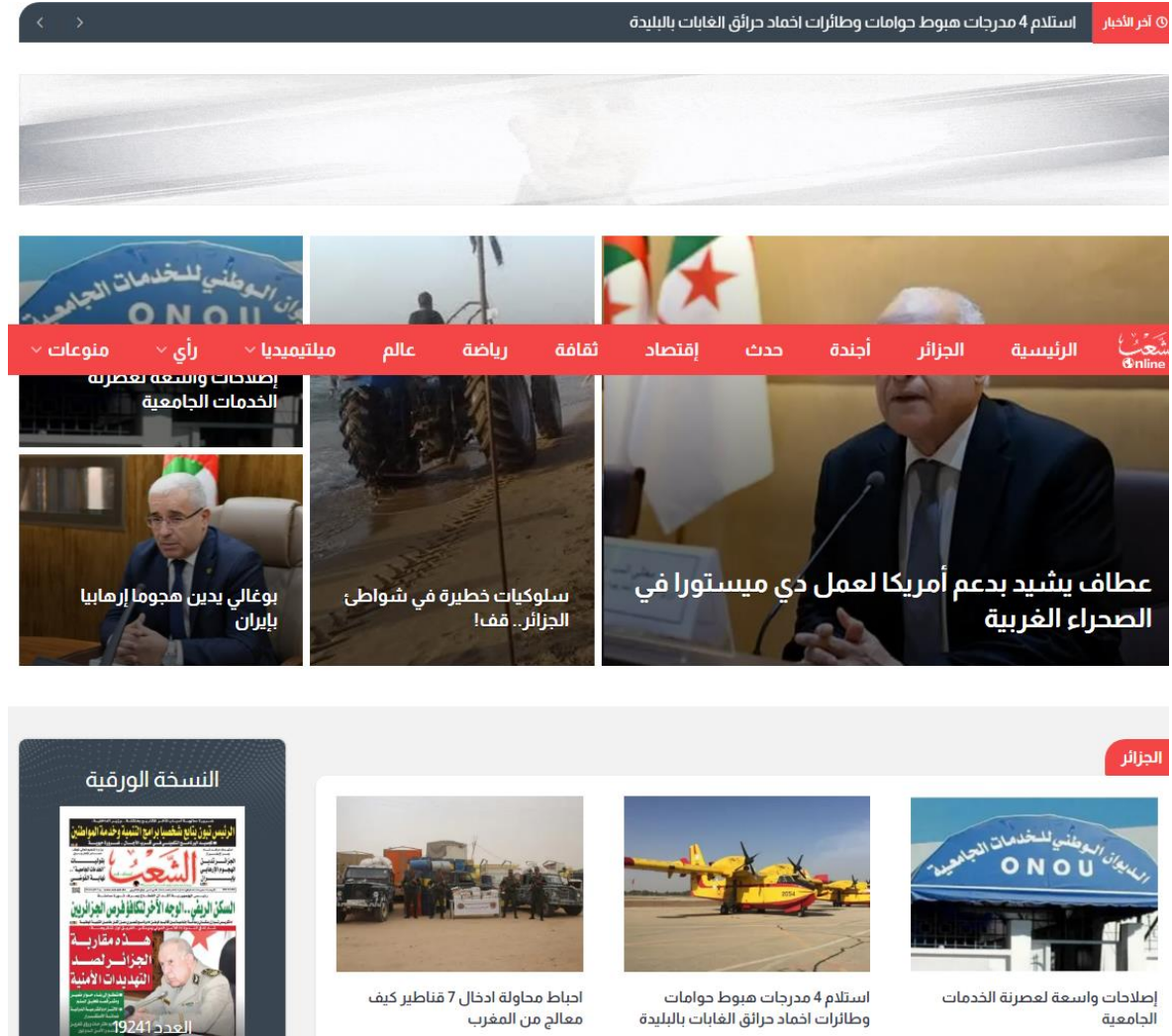
جدول رقم (33): يوضح أساليب إخراج الصفحة الرئيسية

TSA	الشعب أونلاين	الصحيفة الإلكترونية
		أساليب الإخراج
لا يوجد	لا يوجد	أسلوب الوحدات الإلكترونية فقط
لا يوجد	يوجد	أسلوب البوابة الإلكترونية فقط
يوجد	لا يوجد	الأسلوب المختلط (مزيج بين أسلوب الوحدات والبوابة الإلكترونية)

يوضح الجدول أعلاه أن الصحيفة الإلكترونية "الشعب أونلاين" قد اعتمدت على أسلوب البوابة الإلكترونية في إخراجها للصفحة الرئيسية، وأيضاً كما يوضحه الشكل رقم (58)، وذلك فترة الدراسة.

وهو أسلوب يعتمد على عرض الروابط الفائقة ونشر عناوين المضامين الإخبارية الموجودة في الصفحات الداخلية للموقع، دون عرض أي موجز أو تعليق حول تفاصيل هذه المواد الإخبارية الموجود داخل الصفحات الداخلية. وأيضاً يوفر أسلوب البوابة مساحة كبيرة للمكونات البنائية في واجهة المستخدم، مما يمنح للمصمم إرياحية ومرونة عند تقديم هذه العناصر البنائية.

الفصل الرابع عرض وتحليل نتائج الدراسة



الشكل رقم (58): أسلوب البوابة الإلكترونية في موقع صحيفة الشعب

أما صحيفة "TSA" فقد اعتمدت على الأسلوب المختلط (أسلوب البوابة + أسلوب الوحدات الإلكترونية) في إخراج الصفحة الرئيسية طيلة فترة الدراسة كما يوضحه الشكل رقم (59). وهذا الأسلوب الإخراجي الحديث يزوج بين أسلوب الوحدات الإلكترونية عبر عرض ونشر عناوين مرافقة لموجز سريع، واسلوب البوابة الإلكترونية من خلال نشر وعرض مجموعة من الروابط الفائقة فقط دون موجز أو متن، مع إمكانية إرفاق الوسائط المتعددة مع المحتوى الإخباري.

Infos et Vidéos



Menu

Un automobiliste roule à contresens sur la rocade d'Alger (Vidéo)
13 Août 2021 - Société

Un automobiliste roule à contresens sur la rocade d'Alger (Vidéo)
Le: 13 Août 2021 - Société

De nouveaux horaires pour la surveillance des plages
13 Août 2021 - Société

Météo : nouvelle alerte à la canicule en Algérie
13 Août 2021 - Société

Maroc : 24 morts dans un accident de la route
13 Août 2021 - International

Un terroriste qui activait au Sahel se rend à Bordj Badji Mokhtar
13 Août 2021 - Société

Canicule : jusqu'à 48°C dans plusieurs wilayas dimanche et lundi
13 Août 2021 - Société

Météo : nouvelle alerte à la canicule sur le Nord de l'Algérie

Médecins en Algérie : il faut un salaire « d'au moins 140.000 dinars »



Chaque année, de nombreux médecins algériens quittent le pays pour s'installer à l'étranger, notamment en France. La question des salaires est une des raisons principales du malaise des médecins en poste...

Niger : un consensus se dessine autour de la position algérienne
Le projet d'une médiation algérienne dans la recherche d'une solution pacifique à la crise au Niger continue de faire son chemin. La position algérienne commence à faire consensus, ce qui...

Algérie - Maroc : le Qatar prêt à une médiation
Le Qatar se dit prêt à jouer le rôle de médiateur entre l'Algérie et le Maroc qui n'entretiennent plus de relations diplomatiques depuis août 2021. Au lendemain de la rupture des...

الشكل رقم (59): أسلوب الإخراج المختلط في موقع صحيفة TSA

تتشابه نتائج دراستنا مع دراسة الباحثة عبير محمد سليم لبد التي أوضحت أن معظم مواقع الصحف الفلسطينية اليومية وظفت أسلوب البوابة، في حين انفرد موقع جريدة فلسطين باستخدام أسلوب الوحدات الإلكترونية الذي يقدم عنوان الخبر مع الملخص، وحثت الأبحاث والدراسات على أن أسلوب البوابة يُعدّ الأسلوب الملائم لتصميم الصفحات الرئيسية في الصحف الإلكترونية، كما يُعتبر من الطرق العصرية الذي تعتمد عليها معظم الصحف الإلكترونية خاصة تلك الصحف التي تعرض حيز كبير من الأخبار والأبواب¹.

1- عبير محمد سليم لبد: "إخراج مواقع الصحف الفلسطينية اليومية على شبكة الإنترنت: دراسة تحليلية مقارنة"، المرجع السابق، ص169، 170

كما تتشابه أيضا مع دراسة الباحث صالح بن زيد بن صالح العنزي فقد بينت نتائجها أن الصحف السعودية الإلكترونية تتبنى في إخراجها أسلوبين فقط هما: أسلوب الوحدات الإلكترونية، وأسلوب البوابة حيث أوضحت أن صحيفة الجزيرة، الوطن، المدينة، واليوم تستعمل أسلوب الوحدات الإلكترونية، في حين أن صحيفة عكاظ الإلكترونية توظف أسلوبين هما: أسلوب الوحدات الإلكترونية، وأسلوب البوابة بشكل جد متقارب، وتنفرد صحيفة الرياض الإلكترونية بتوظيف أسلوب البوابة الإلكترونية¹.

ويرتكز أسلوب الوحدات الإلكترونية الذي تعتمد عليه العديد من المواقع في نشر المواد الإخبارية على الصفحة الرئيسية على سرد الأخبار بشكل موجه، مع توفر روابط في نهاية كل خبر للاستزادة عن موضوع هذه الأخبار. ويسمح أسلوب الوحدات الإلكترونية بتيسير التصفح عبر منح المستخدم نبذة موجزة عن الأحداث الجارية قبل التطرق إلى تفاصيلها، بالإضافة إلى تبني هذا الأسلوب الصور الصغيرة والألوان الهادئة، والتركيز على عناوين ومقدمات الأخبار مع نشر التكميلات في الصفحات الداخلية².

ويؤنى أسلوب البوابة على فكرة مفادها عرض أكبر قدر من العناصر البنائية المكونة للصحيفة الإلكترونية، خاصة النصوص التشعبية والروابط الجرافيكية التي تكون كمفاتيح وعناوين للدخول للصفحات الداخلية، وهذه الفكرة مستوحاة من البوابات الإلكترونية التي تضم أجزاء متعددة ومضمون ضخم، لذا يتطلب أن تظهر صفحاتها الرئيسية كدليل يوجه المستخدم. كما يوظف أسلوب البوابة عناصر الفصل بشكل كبير، وهذا ما أشارت إليه دراسة الباحثة نوير العتيبي حيث حصلت العناصر البنائية المساعدة على أكبر نسبة 65.30% من إجمالي العناصر البنائية وذلك بهدف فصل المضامين المتنوعة. وتعتبر كثرة المحتويات على الصفحة الرئيسية خاصية من خصائص أسلوب البوابة.

وتحت العديد من الأبحاث والدراسات "أن أسلوب البوابة يُعدّ الأسلوب الأمثل لتصميم الصفحات الرئيسية في الصحف الإلكترونية لما يضيفه هذا الأسلوب من أبعاد اتصالية توحى بالثراء المعرفي والتقني للصحف الإلكترونية"³.

ويمكن الحكم على أن أسلوب البوابة يُظهر كثيرا ميزات الصحافة الرقمية حيث يتيح عملية عرض الكثير من الأخبار مما يؤدي إلى تجسيد خاصية المحتوى المتنوع، وأيضا العمق المعرفي، كما أن الصحافة الإلكترونية استفادت من ميزة المساحة المفتوحة التي حررت الصحافة الإلكترونية من ضيق المساحة، معتمدة بالدرجة الأولى على تقنية النص

1- صالح بن زيد بن صالح العنزي: "إخراج الصحف السعودية الإلكترونية في ضوء السمات الاتصالية لشبكة الإنترنت: دراسة وصفية تحليلية"، المرجع السابق، ص155.

2- عادل فهمي، مصطفى علوان: تصميم المواقع الإلكترونية ومعايير تقييمها، المرجع السابق، ص73.

3- صالح بن زيد بن صالح العنزي: "إخراج الصحف السعودية الإلكترونية في ضوء السمات الاتصالية لشبكة الإنترنت: دراسة وصفية تحليلية"، المرجع السابق، ص186، 187.

الفصل الرابع عرض وتحليل نتائج الدراسة

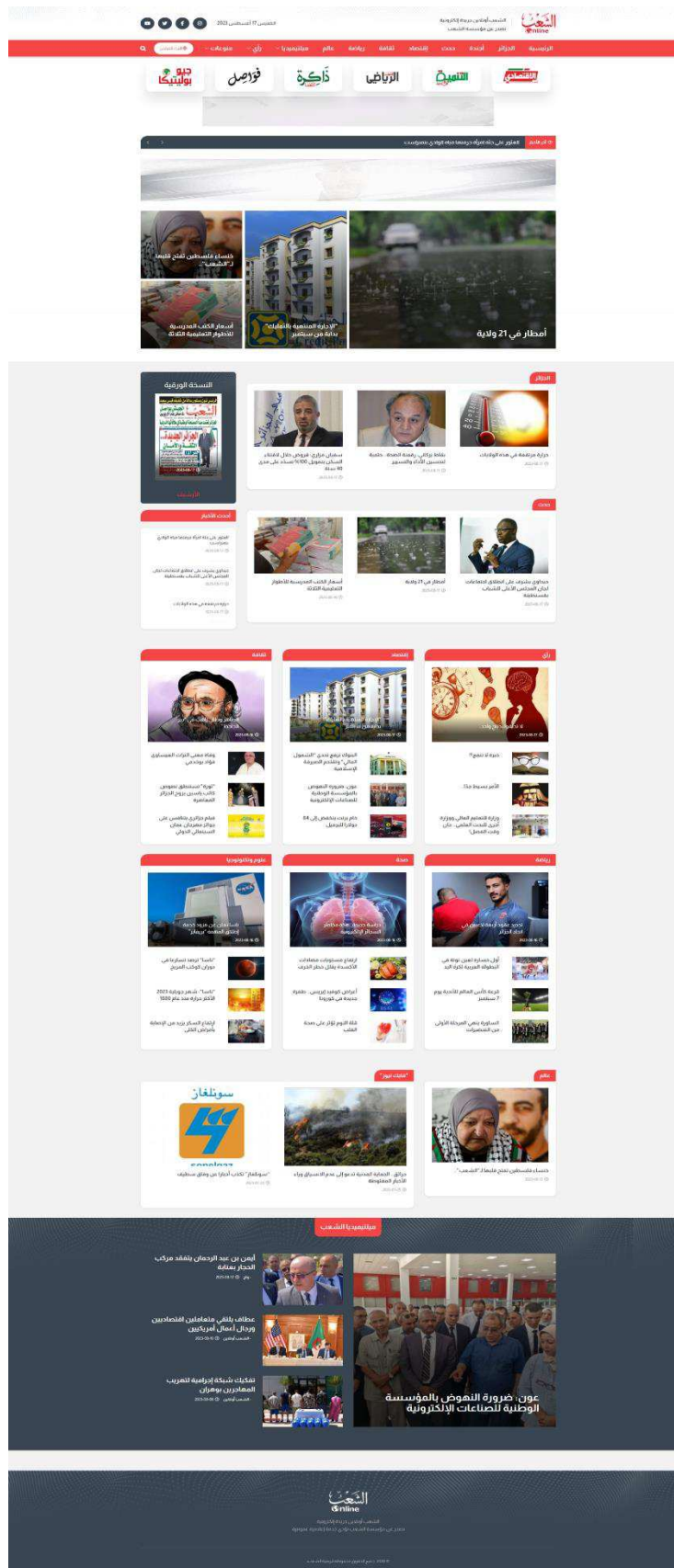
الفائق التي أتاحت نشر كم هائل من المضامين الإخبارية وبالتالي أدى إلى ما يُسمّى بالإشباع الإعلامي.

3.2.1. أساليب عرض الصفحة الرئيسية:

جدول رقم (34): يوضح أساليب عرض الصفحة الرئيسية

TSA	الشعب أونلاين	الصحيفة الإلكترونية
		أساليب العرض
يوجد	يوجد	الأسلوب الرأسي
لا يوجد	لا يوجد	الأسلوب الأفقي
لا يوجد	لا يوجد	الأسلوب المختلط

يوضّح الجدول أعلاه أن كلاً من صحيفتي "الشعب أونلاين" و" TSA" قد استخدمتا أسلوب العرض الرأسي في الصفحة الرئيسية كما يوضّحه الشكلين (60) و(61) على التوالي، وهذا الأسلوب يسمح بعرض عدد معتبر من الأخبار كما يريح المستخدم أثناء القراءة ويعتمد على توفير خاصية Scroll Bar على يمين الصفحة.



الشكل رقم (60): الإتجاه الرأسي في موقع صحيفة الشعب



الشكل رقم (61): الإتجاه الرأسي في موقع صحيفة TSA

الفصل الرابع عرض وتحليل نتائج الدراسة

تقترب نتائج الدراسة مع دراسة الباحثة عبير محمد سليم لبد التي جاء فيها توظيف موقعا جريدتي القدس وفلسطين الأسلوب الرأسي، أما موقع جريدة الحياة فقد استخدم أسلوب العرض الأفقي، بينما اعتمد موقع جريدة الأيام الأسلوب المختلط. وتتباين الدراسات حول أفضلية اتجاه أسلوب عرض الموضوعات في الصحف الإلكترونية، رغم ميل الكثير من هذه الدراسات إلى الاتجاه الأفقي على أنه الأكثر تفضيلا بين المستخدمين¹.

إلا أن هناك بعض الدراسات لها رأي مخالف حيث توصلت دراسة Carl Schierhorn and others إلى أن الإخراج الرأسي يلائم تصميم الصحف والمواقع الإلكترونية، ويحقق الراحة لدى المستخدم لأنه يتيح له قراءة النصوص الإلكترونية المعروضة بسهولة، من خلال إدراكه لجميع العناصر الإلكترونية ذات الصلة بجوانب الإخراج بكل يسر دون الاستعانة بتمرير الشريط من أسفل الصفحة لتحريكها يمينا ويسارا مما يسبب له تشتيتا، بالإضافة إلى الشريط الموجود يمين الصفحة والذي يحركها إلى أعلى وأسفل مما يفقده عنصر التركيز ويسبب له عدم الراحة².

وفي نفس الموضوع نجد أن المستخدمين في معظم الأوقات لا يفضلون استخدام أشرطة التمرير الأفقية إذ أنّ عملية التنقل من بداية السطر إلى نهايته مرارا وتكرارا تظهر أنها مملة جدًا، حيث تفضّل شريحة كبيرة من المستخدمين أشرطة التمرير العمودية من الأعلى إلى الأسفل³. ويلاحظ أن كلا الأسلوبين لديهما إيجابيات وسلبيات ويحتكم في الاختيار بينهما إلى رؤية مصمّم ومخرج الصحف الإلكترونية وأيضا غايات الصحيفة.

وتتباين الدراسات حول أفضلية اتجاه العرض للموضوعات في الصحف الإلكترونية، رغم ميل الكثير منها إلى أن الاتجاه الأفقي هو الأكثر تفضيلا بين المستخدمين حسب ما اشارت إليه دراسة هيثم مؤيد⁴، التي أوضحت تفضيل المستخدمين للأسلوب الأفقي في تقديم الموضوعات الصحفية على مواقع صحف الدراسة، مفسرا ذلك بضمان رؤية أكبر حيّز من المعلومات دون الحاجة إلى استعمال شريط التحريك Scroll Bar الموجود على يمين الصفحة، منبّها أن الاتجاه الرأسي يجعل المستخدم يشعر بالملل والتشتت، بينما ترى دراسة كارل تشير هون وآخرون⁵ أن الاتجاه الرأسي هو الملائم لنشر المحتويات الصحفية على مواقع الصحف الإلكترونية؛ لأن ذلك يتيح إمكانية قراءة النصوص المنشورة بيسر، إلى جانب إدراك المستخدم للعناصر ذات الصلة بالخبر المعروض.

- 1- عبير محمد سليم لبد: "إخراج مواقع الصحف الفلسطينية اليومية على شبكة الإنترنت: دراسة تحليلية مقارنة"، المرجع السابق، ص171، 172.
- 2- عبير محمد سليم لبد: "إخراج مواقع الصحف الفلسطينية اليومية على شبكة الإنترنت: دراسة تحليلية مقارنة"، المرجع نفسه، ص145.
- 3- نور هان صندوق: "التصميم التفاعلي في صفحة الويب ودوره في التسويق الإلكتروني"، المرجع السابق، ص89.
- 4- هيثم مؤيد: تأثير الأساليب الإخراجية للصحف الإلكترونية على تذكّر الطلاب للمحتوى الصحفي المقدم بها دراسة شبه تجريبية على عينة من طلاب الجامعة"، المرجع السابق، ص313.
- 5- عبير محمد سليم لبد: "إخراج مواقع الصحف الفلسطينية على شبكة الإنترنت: دراسة تحليلية مقارنة"، المرجع السابق، ص172.

4.2.1. التصميم المتجاوب للصفحة الرئيسية مع الشاشات المختلفة:

للتصميم المتجاوب أهمية كبيرة في عصرنا الرقمي الحالي، هذه الأهمية زادت بازدياد عدد الأفراد المستخدمين لأجهزة الهواتف المحمولة لتصفح المواقع المختلفة على شبكة الإنترنت، كما تسمح تقنيات التصميم المتجاوب بتحسين محركات البحث (SEO) لأن "غوغل" تعطي أفضلية للمواقع ذات التصميم المتجاوب على حساب المواقع غير المتجاوبة¹.

والتصميم المتجاوب هو أسلوب لتصميم صفحات الموقع الإلكتروني يمكنها من عرض محتوياتها بشكل مناسب على مجموعة متنوعة من الأجهزة الذكية وأحجام مختلفة من الشاشات. ويُعدّ جانباً مهماً جداً في عالم تصميم المواقع لأنه يسمح للمستخدمين الوصول إلى نفس المضمون على أجهزة مختلفة دون الحاجة إلى تكبيره أو تصغيره².

وسهولة الوصول وقابلية القراءة على أي جهاز ذكي لمواقع الصحف الإلكترونية ميزة مهمة جداً لها، لذلك يجب على مصممي هذه المواقع تصميمها بشكل احترافي يعتمد بشكل أساسي على الأخذ بعين الاعتبار التصميم للهواتف المحمولة أولاً، ثم التصميم الموجه للشاشات الصغيرة يليه التصميم للأجهزة ذات الشاشة الكبيرة³.

وهذا ما يُمكن المستخدمين من قراءة المحتوى والاطلاع عليه ببسر على جميع شاشات الأجهزة الذكية، بالإضافة إلى أن مواقع الصحف الإلكترونية تقوم بالاعتماد على الصور ومقاطع الفيديو لجذب أكبر عدد ممكن من الزوار وضمان بقاءهم لمدة طويلة في الموقع. وعموماً اعتماد تقنية التصميم المتجاوب مع مختلف الشاشات مهم لتوفر تجربة مستخدم ناجحة وسهولة التعرض لمضامين الموقع⁴.

1- Parlakkiliç, A.: "Evaluating the effects of responsive design on the usability of academic websites in the pandemic", Educ Inf Technol, 27, 2022, p1307,1322, <https://doi.org/10.1007/s10639-021-10650-9>

2- Parlakkiliç, A.: Op. Cit.

3- Noémie Lamory: "Designing a responsive online newspaper — a UX case study", Feb 10, 2019, retrieved from: <https://uxdesign.cc/responsive-web-design-1d83ae86334a>, 27/07/2023.

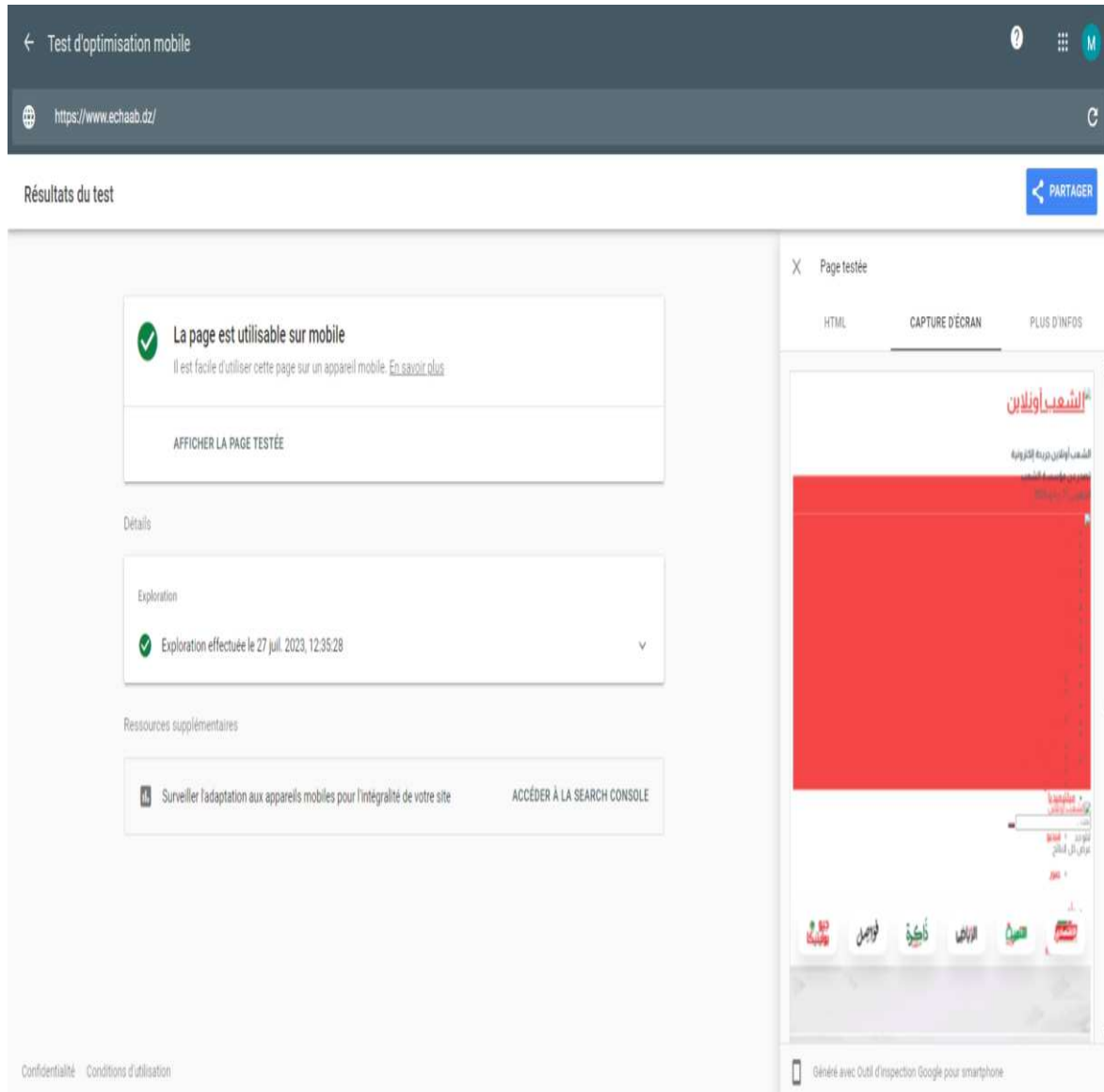
4- Aigars Silkalns: "19 Best Newspaper Website Designs 2023", July 25, 2023, retrieved from: <https://colorlib.com/wp/newspaper-website-design>, 27/07/2023.

جدول رقم (35): يوضح تجاوب تصميم الصفحة الرئيسية حسب شاشة العرض

TSA		الشعب أونلاين		الصحيفة الإلكترونية
غير متجاوب	متجاوب	غير متجاوب	متجاوب	التصميم المتجاوب
–	✓	–	✓	شاشة الكمبيوتر
–	✓	–	✓	شاشة اللوح الإلكتروني
–	✓	–	✓	شاشة الهاتف المحمول

يُظهر الجدول أعلاه أن موقعي الصحيفتين الإلكترونيتين الشعب وTSA يتميزان بتجاوب صفحاتهما الرئيسية على أجهزة الكمبيوتر، الهاتف المحمول (Mobile-friendly) واللوح الإلكتروني (Tablet)، وتم التحقق من ذلك من خلال الاعتماد على أداة تقنية* وظيفتها فحص خاصية التصميم المتجاوب على مختلف الشاشات بالنسبة للمواقع الإلكترونية. إضافة إلى التأكد من تجاوب موقعي الصحيفتين على مختلف شاشات الأجهزة الذكية بواسطة ما يُسمى بالفحص اليدوي والذي يعتمد فيه الباحث على تصفح كلا الموقعين على (جهاز كمبيوتر محمول HP ZOOK 17 G3)، و(جهاز هاتف محمول Sumsung M32) باعتبار أن الحواسيب والهواتف المحمولة بصفة عامة أكثر الأجهزة الذكية المستعملة في تصفح مواقع الإنترنت، وهذا ما قام به الباحث حيث لاحظ تجاوب كلا موقعي الصحيفتين الإلكترونيتين على مختلف هذه الأجهزة الذكية ولم يتعرض لأي مشاكل تقنية في عرض المحتوى وتصفحه، حيث سارت عملية تصفح الموقعين والتجول فيهما بشكل عادي وسهل.

* تتمثل وظيفة هذه الأداة المقدمة من شركة غوغل للتأكد من تجاوب صفحات الويب على الأجهزة النقالة مثل الهواتف المحمولة واللوح الإلكتروني (Tablet)، ورابط موقع هذه الأداة هو: <https://search.google.com/test/mobile-friendly?hl=fr>.



الشكل رقم (62): نتيجة فحص تجاوب الصفحة الرئيسية لموقع صحيفة الشعب مع شاشات الأجهزة النقالة

Test d'optimisation mobile

https://www.tsa-algerie.dz/

Résultats du test

La page est utilisable sur mobile
Il est facile d'utiliser cette page sur un appareil mobile. [En savoir plus](#)

AFFICHER LA PAGE TESTÉE

Détails

Exploration

Exploration effectuée le 27 juil. 2023, 12:14:59

Ressources supplémentaires

Surveiller l'adaptation aux appareils mobiles pour l'intégralité de votre site ACCÉDER À LA SEARCH CONSOLE

Page testée

HTML CAPTURE D'ÉCRAN PLUS D'INFOS

TSA S'ABONNER

Publicité

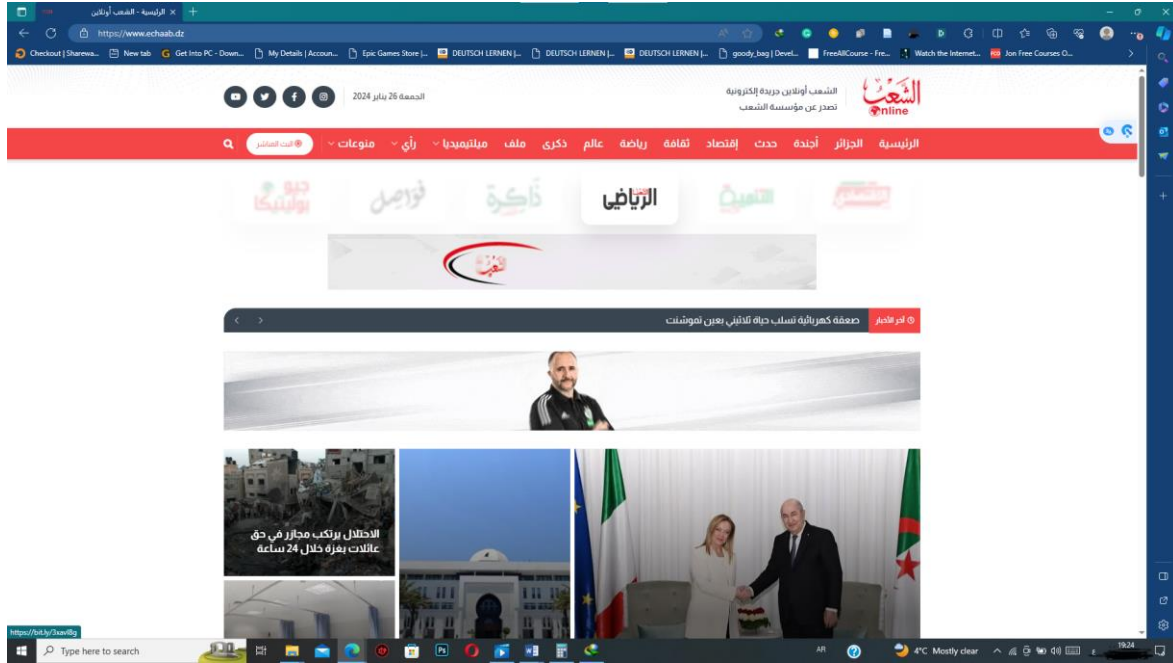
Banlieues, accord de 1968, Algérie-France: entretien avec Ghaleb Bencheikh

Une Algérienne à la tête de Peugeot

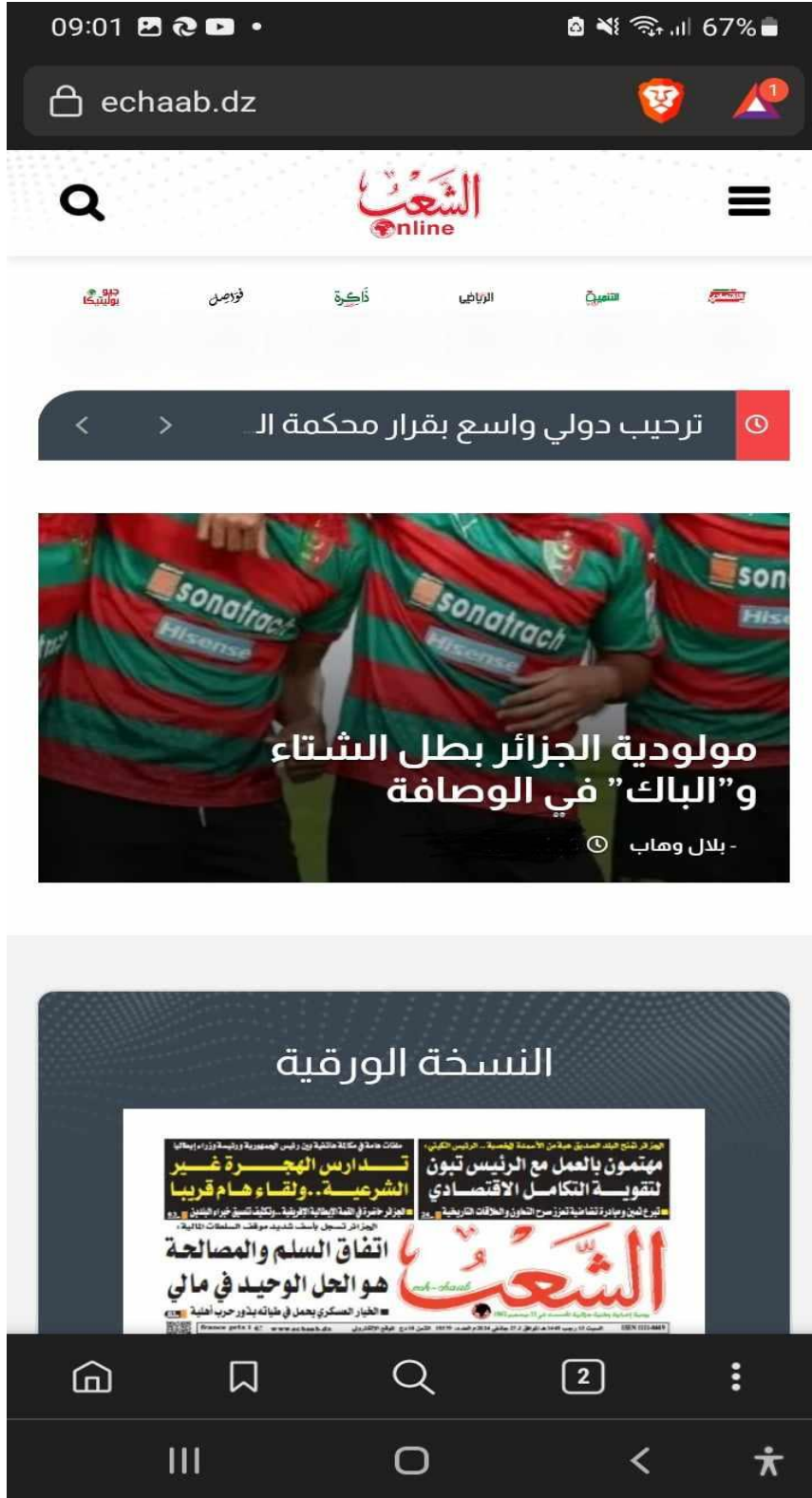
Généré avec Outil d'inspection Google pour smartphone

الشكل رقم (63): نتيجة فحص تجاوب الصفحة الرئيسية لموقع صحيفة TSA مع شاشات الأجهزة النقالة

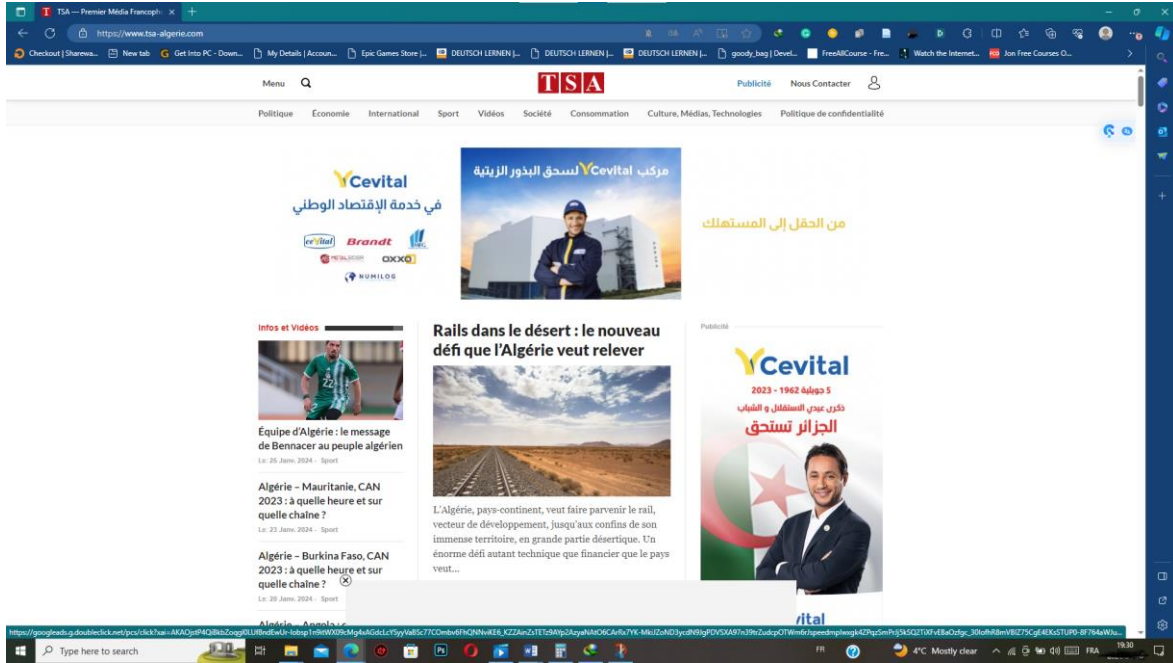
الفصل الرابع عرض وتحليل نتائج الدراسة



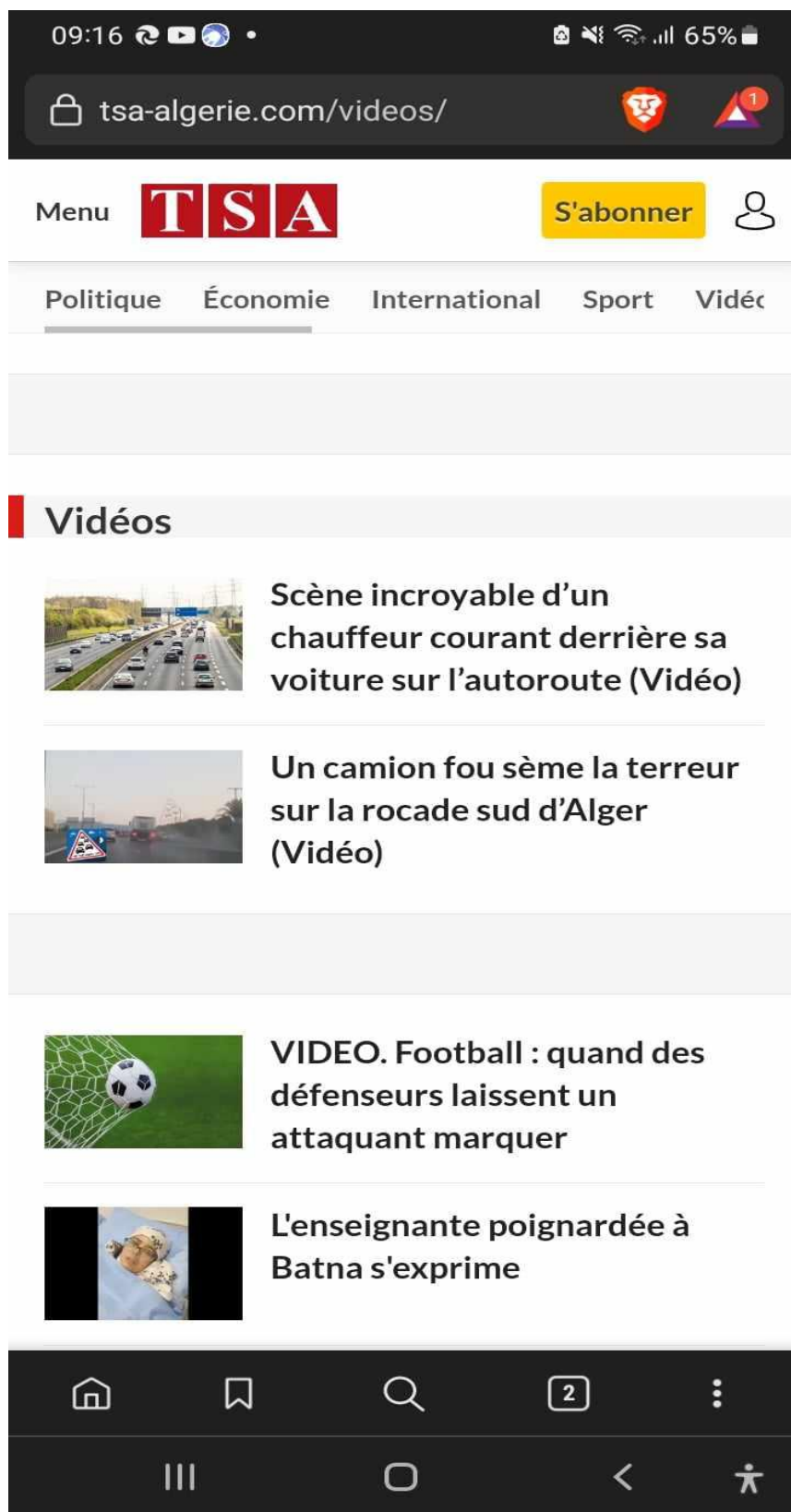
الشكل رقم (64): نتيجة الفحص اليدوي لتجاوب الصفحة الرئيسية لموقع صحيفة الشعب على جهاز الكمبيوتر



الشكل رقم (65): نتيجة الفحص اليدوي لتجاوب الصفحة الرئيسية لموقع صحيفة الشعب على جهاز الهاتف النقال



الشكل رقم (66): نتيجة الفحص اليدوي لتجاوب الصفحة الرئيسية لموقع صحيفة TSA على جهاز الكمبيوتر



الشكل رقم (67): نتيجة الفحص اليدوي لتجاوب الصفحة الرئيسية لموقع صحيفة TSA على جهاز الهاتف النقال

الفصل الرابع عرض وتحليل نتائج الدراسة

ويوجد العديد من الأسباب التي تضطر مصممي مواقع الويب لتصميم مواقع تتناسب مع شاشات الأجهزة الذكية بمختلف أنواعها، أهم هذه العوامل ما يلي:

أولاً: الزيادة المتسارعة في أعداد المستخدمين الذين يتصفحون الإنترنت عبر الهواتف الذكية والأجهزة اللوحية، مما يعني أن نسبة كبيرة من زورا المواقع الإلكترونية يعتمدون في تصفحهم لها على جهاز الهاتف المحمول، وبالتالي إذا لم يحرص المصممون على أن يكون للموقع تصميم متجاوب مع شاشة الهاتف الذكية، سيواجه المستخدمون عراقيل في عرض محتويات الموقع والتفاعل معها، وبالتالي حدوث تجربة مستخدم سيئة جدا تسبب لهم الإحباط ومغادرة الموقع.

ثانياً: تعتمد "غوغل" معيار توفر التصميم المتجاوب مع شاشة الهاتف الذكي كمعيار في ترتيب صفحات أي موقع في نتائج البحث، وهذا يعني أن مواقع الويب التي لا يتوافق تصميمها مع شاشات الهاتف الذكي قد تحتل مراتب متدنية في نتائج البحث، ما ينتج عنه صعوبة إيجاد المستخدمين لها.

وتتمثل أهمية وجود موقع ويب يتوافق مع الأجهزة النقالة في عدة نقاط، أهمها:

- يزداد عدد الأشخاص الذين يستخدمون الإنترنت عبر أجهزة الهواتف الذكية والأجهزة اللوحية بسرعة في السنوات الأخيرة، وهذا يعني أن جزءاً كبيراً من حركة زيارة المواقع الإلكترونية، من المرجح أن يأتي من مستخدمي الأجهزة الذكية المحمولة، فإذا لم يكن الموقع الإلكتروني يتوافق مع الأجهزة النقالة، فقد يواجه هؤلاء المستخدمون صعوبة في التصفح والتفاعل مع الموقع، مما يؤدي إلى تجربة مستخدم سيئة مما يدفعهم للمغادرة.
- تستخدم محركات البحث مثل جوجل معيار تجاوب تصميم الموقع الإلكتروني على شاشات المواقع النقالة كعامل في ترتيب نتائج البحث، وهذا يعني أن المواقع الإلكترونية التي لا تتوافق مع الأجهزة الذكية المحمولة قد تحتل مرتبة أدنى في نتائج البحث، مما يجعل من الأصعب على المستخدمين العثور عليها.
- استخدام أي موقع إلكتروني لتقنيات التصميم المتجاوب مع مختلف شاشات الأجهزة الذكية يضمن وصول واسع للجماهير وبناء سمعة ممتازة على شبكة الإنترنت، بالإضافة إلى ضمان توفير تجربة مستخدم سهلة وممتعة مع تحسين ترتيب صفحات الموقع على محركات البحث.
- يمكن لوجود موقع ويب يتوافق تصميمه مع الأجهزة النقالة مساعدة الشركات على الوصول إلى جمهور أوسع وتحسين وجودها عبر الإنترنت، من خلال توفير تجربة سلسة واستخدام سهل وممتع على جميع الأجهزة، وبالتالي يمكن للشركات جذب المزيد من العملاء والاحتفاظ بهم، مما يؤدي إلى زيادة التفاعل والتحويلات.

3.1. أشكال وأنواع الإعلانات في الصفحة الرئيسية:

1.3.1. عدد الإعلانات ومساحتها:

تُعتبر الإعلانات مصدراً ضرورياً لمواقع الويب؛ لأنها ببساطة المصدر الأساسي لمداخل الموقع التي تبقى مستمرة على شبكة الإنترنت، من خلال تخصيص هذه المواقع لمساحات إعلانية من صفحاتها خاصة الصفحة الرئيسية، كما يُعزى ذلك إلى أهمية الإشهار الإلكتروني المستفيد من خاصية الحدود المفتوحة التي تتيح لأي فرد من أي مكان في العالم وفي أي وقت مشاهدة هذا الإعلان الإلكتروني الذي قد يكون إشهاراً لصالح شركات محلية أو عالمية، بالإضافة إلى توظيف تقنيات الحركة والتفاعلية (Motion and Microinteraction) التي تضيف حركية وحيوية للموقع وتوفر تجربة مستخدم ممتعة للمستخدم.

جدول رقم (36) : يبين إجمالي عدد ومساحة الإعلانات في موقعي الصحفتين

مواقع الصحف	الشعب أونلاين	TSA
عدد الإعلانات	2	8
إجمالي مساحة الإعلانات بالبيكسل	100298.94	990970
نسبة مساحة الإعلانات لمساحة الصفحة	1.91	5.50

يُلاحظ من خلال الجدول أعلاه تباين موقعي الصحفتين الإلكترونيتين في النسبة المخصصة للإعلانات على صفحاتهما الرئيسية، ويرجع ذلك لسياسة كل صحيفة، ومصدر تمويلها، فتمتاز صحيفة TSA بكثرة الإعلانات، واعتمادها على الإعلانات بشكل أساسي كمصدر للتمويل لكونها جريدة مستقلة وخاصة، فقد بلغت نسبة الإعلانات 05.50% من مساحة الصفحة الرئيسية للموقع.

حيث أن صحيفة "TSA" اهتمت بتواجد الإعلانات في موقعها بشكل ملفت إذ خصّصت ثمانى مساحات إعلانية كاملة على صفحاتها الرئيسية، موزعة في أماكن مختلفة: (أسفل، أعلى، وسط، يمين ويسار)، وبأشكال متنوعة (أفقية وعمودية) أنظر الأشكال رقم (67، 68). ويرجع اهتمام الصحيفة الإلكترونية بالإعلانات باعتبارها من أهم مصادر تمويلها من جهة كما تُعتبر عنصر جذب بالنسبة للمستخدم من جهة أخرى، لكن يُنصح بعدم المبالغة في عرضها لأنها قد تكون مصدر توتر وتشويش وإحباط للمستخدم وهذا ما ينتج عنه المغادرة الفورية لموقع الصحيفة.



الشكل رقم (68): نموذج من مساحة أفقية إعلانية في موقع صحيفة TSA



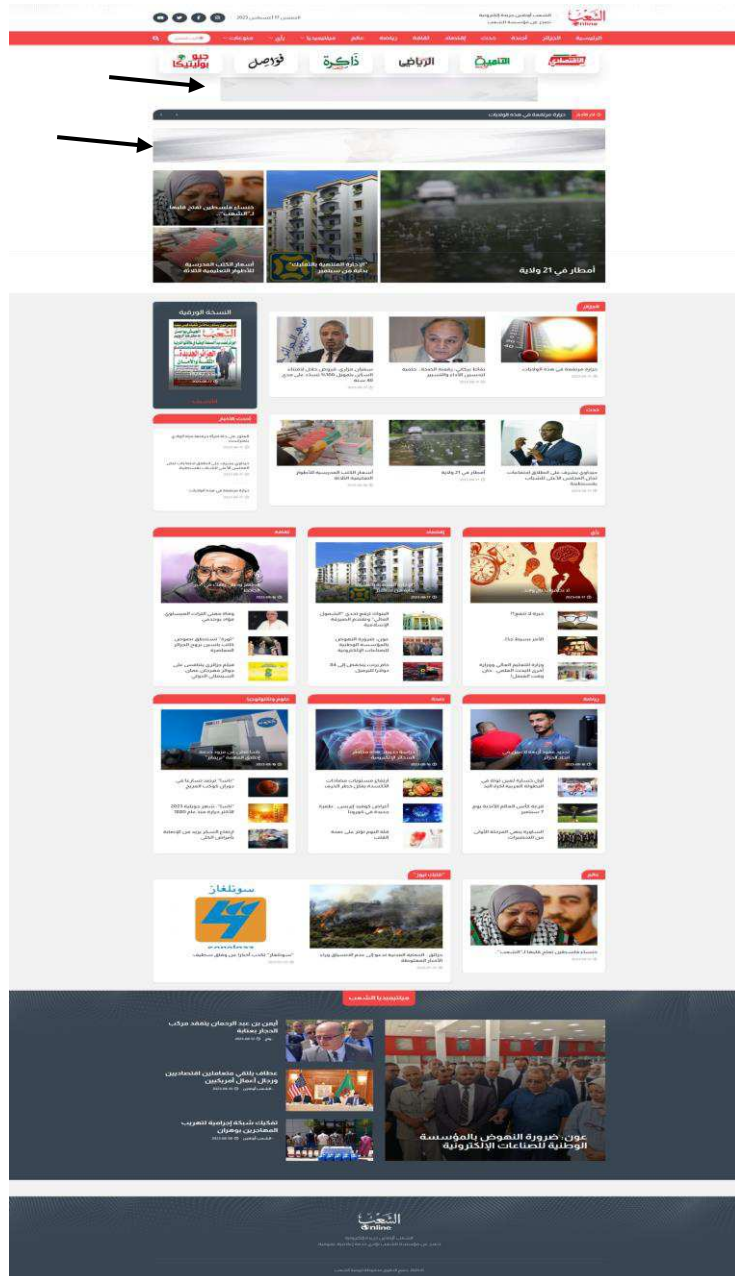
الشكل رقم (69): نموذج من مساحة عمودية إعلانية في موقع صحيفة TSA

أمّا في موقع صحيفة الشعب أونلاين كانت نسبة الإعلانات ضعيفة جدا حيث احتوى الموقع على إعلانين فقط، بلغت نسبتهما من مساحة الصفحة الرئيسية للموقع 01.91% ويفسر الباحث قلّة الإعلانات التجارية في موقع صحيفة الشعب لكون الصحيفة ذات طابع عمومي، فسياسة الموقع مؤيدة لموقف الحكومة التي تغطّي نفقات الموقع.

حيث أن صحيفة "الشعب أونلاين" تحتوي فقط على إعلانين على صفحتها الرئيسية، ويفسر هذا كون هذه الصحيفة ذات طابع عمومي تستفيد من أموال الإشهار العمومي حيث

الفصل الرابع عرض وتحليل نتائج الدراسة

نلاحظ أن الإعلانين أحدهما إشهار لمعهد مؤسسة الشعب المتخصص في التكوين في مجال الصحافة، والإعلان الآخر إشهار لمؤسسة اتصالات وطنية ذات طابع عمومي تتمثل في اتصالات الجزائر، لهذا لم تركز الصحيفة على توفير مساحات إعلانية كثيرة لاستقطاب مختلف المؤسسات التجارية الراغبة بالإشهار والإعلان لضمان استفادتها من أموال الإشهار العمومي.



الشكل رقم (70): نموذج من مساحة أفقية إعلانية في موقع صحيفة الشعب

تتقارب نتائج الدراسة مع ما أشارت إليه نتائج دراسة الباحث عبد الأمير مويث الفيصل أن الصحف الإلكترونية التي جرى عليها البحث لا تحتوي عددا كبيرا من الإشهارات على صفحاتها، حيث لا يزيد عدد الإعلانات في أحسن الحالات على ثلاثة إعلانات كما هو الحال في صحيفتي اتجاهات والجريدة، أما صحيفتا باب وإيلاف فقد بلغ عدد الإعلانات على صفحاتهما إعلانين فقط، إلا أن الباحث لم يلاحظ أن هناك تحديدا لحجم الإعلان في مساحة معينة حيث أنه رصد أن حجم الإعلان متغير في كل مرة¹.

وتتقارب نتائج الدراسة إلى ما توصلت إليه دراسة الباحثة عبير محمد سليم لبد حيث أوضحت نتائج دراستها محدودية المساحات الإعلانية في مواقع عينة الدراسة بشكل عام وفي جريدتي الأيام والحياة الجديدة خصوصا، ويُفسّر ذلك إلى كون كلا الموقعين يدعمان السياسات الحكومية، حيث تُعتبر صحيفة الحياة الجديدة حكومية وبالتالي فهي ممولة من طرف الحكومة ونفس الملاحظة تنطبق على صحيفة الأيام. وقد أجمع المصمّمون على عدم وجود نسبة معينة للإعلانات في مواقع الصحف على شبكة الإنترنت، وأن نسبة تواجدها تتحكم فيها رؤية وخطة مسيرري الموقع، ويُستحسن التقليل من المساحات الإعلانية حتى لا تشتت المستخدم، حيث أنها بسبب اعتمادها على تقنية الفلاش فهي تحتاج إلى برامج لتشغيله، ومساحة تخزينية، كما تُسهم في ببطء تحميل صفحات الموقع².

وتتشابه أيضا نتائج الدراسة مع ما أشارت إليه دراسة الباحث حاتم الصريدي حيث سجّل غياب مُلفت للمساحات المخصّصة للإعلانات وعروض التسويق بشكل عام. ووفقا لرأيه فهذه النقطة مرتبطة بسبب تشترك فيه عموما مواقع الإنترنت العربية ويتمثل في ضعف سوق الإعلانات على شبكة الإنترنت مقارنة بتواجدها الضخم عبر مختلف وسائل الإعلام والإعلان الأخرى³.

كما تُلفت الانتباه إلى أن الإشهارات تُعدّ من أبرز المداخل المالية لمواقع الصحف الإلكترونية الجزائرية إذا لم نقل أنها المصدر الوحيد وخاصة في ظل غياب النموذج المدفوع أو نصف المجاني، والذي سجّل غيابه إلا في نطاق ضيق، فالصحيفة الإلكترونية "TSA" على سبيل المثال تتبنّى النموذج نصف المجاني الذي يعتمد على اشتراكات القراء إلى جانب الإعلانات، لكن تبقى الإعلانات هي المصدر الرئيسي رقم واحد لتمويل الصحف الإلكترونية الجزائرية لضمان استمراريتها وبقائها في سكة المنافسة مع وسائل الإعلام والاتصال الأخرى.

1- عبد الأمير مويث الفيصل: الصحافة الإلكترونية في الوطن العربي، المرجع السابق، ص284.
2- عبير محمد سليم لبد: "إخراج مواقع الصحف الفلسطينية اليومية على شبكة الإنترنت: دراسة تحليلية مقارنة"، المرجع السابق، ص182.
3- حاتم الصريدي: "الصحافة الإلكترونية البحرينية: دراسة في تقييم واجهة الاستخدام والوصول إلى المعلومات"، المرجع السابق، ص120، 121.

2.3.1. شكل الإعلانات:

جدول رقم (37): يوضح أشكال الإعلانات المنشورة في الصفحة الرئيسية

TSA	الشعب أونلاين	الصحيفة الإلكترونية شكل الإعلانات
توجد	لا توجد	إعلانات ثابتة
لا توجد	توجد	إعلانات متحركة

يوضح الجدول أعلاه أن الصحيفة الإلكترونية "الشعب أونلاين" توظف الإعلانات المتحركة، التي تتصف بقدرتها على جذب انتباه المستخدم، لكن الإكثار والمبالغة في عرض هذا النوع من الإعلانات على الموقع قد يُحبط ويشتت المستخدم أيضاً، لذا يُفضل الجمع بين الإعلانات الثابتة والمتحركة وذلك لإضفاء شيء من الجمالية والجاذبية من جهة، وبعض الحركة والحيوية على موقع الصحيفة من جهة أخرى. بينما نلاحظ أن الصحيفة الإلكترونية "TSA" تستعمل الإعلانات الثابتة.

يُعدّ الإشهار مكوّن من مكوّنات النشر الإلكتروني في صحافة أونلاين، فالإعلان الذي يوظف الصور والألوان والعناصر الإيضاحية، والمصمّم بأسلوب إبداعي وجمالي يضيف على الموقع الكثير من الحيوية والحركة... أيضاً يُعدّ الإعلان منطقة نشطة على غرار الصنف القابل للنقر Clickable الذي ينقل المستخدم عند ضغطه لموقع الجهة المعلنة¹.

وللإعلان صنفان هما الإعلانات الثابتة والإعلانات المتحركة التي تُستخدم في التسويق الإلكتروني، حيث أن الإعلانات الثابتة هي التي تظهر كصورة ساكنة Static لا تضمّ أي حركة أو صوت بل تعتمد على الصورة أو النص فقط لإيصال المعلومة على صفحات الموقع الإلكتروني أو تطبيقات الويب، على عكس الإعلانات المتحركة التي تظهر في شكل مقطع فيديو أو رسم متحرك وتحتوي على حركة أو صوت، كما نُشير إلى أن كلا النوعين لهما إيجابيات وسلبيات لذا يُفترض على الجهة المُعلنة اختيار النوع الملائم لجمهورها المستهدف وغاياتها من الإعلان.

الميزة الأبرز للإعلانات الثابتة هي شغلها مساحة أقل من الإعلانات المتحركة، ممّا يعني تسريعاً في عملية تحميل صفحات الموقع، بالإضافة إلى أنها تكلف أقل مقارنة بالإعلانات المتحركة، ولا تتطلب مهارات عالية في التصميم أو البرمجة، مع ذكر خاصية مهمّة تتمثل في أنها تتيح للمعلن التركيز على رسالة واضحة وبسيطة لا تسبّب تشتيتاً أو إزعاجاً للمستخدم.

1- عبد الأمير موييت الفيصل: الصحافة الإلكترونية في الوطن العربي، المرجع السابق، ص248.

الفصل الرابع عرض وتحليل نتائج الدراسة

أمّا فيما يخصّ الإعلانات المتحرّكة التي من إيجابياتها جذب انتباه المستخدم بشكل أكبر مقارنة بالإعلانات الثابتة، وتحقّق فضوله وتزيد من اهتمامه بالمنتج أو الخدمة، وأيضا تتيح للجهة المُعلنة عرض مزايا المنتج أو الخدمة بشكل أحسن عبر إضافة عنصري التفاعلية والترفيه، إلى جانب كل مذكرناه، تزيد الإعلانات المتحرّكة من فرص مشاركة العميل للإشهار مع الآخرين مما يعني زيادة في مجال التأثير.

أمّا بخصوص عيوب الإعلانات الثابتة أنها قد تظهر ممّلة أو تقليدية، حيث أنها لا تستطيع مجارة الإعلانات المتحرّكة في لفت انتباه العميل، إضافة إلى فقدان فعاليتها مع مرور الزمن إذا لم يُعدّل محتواها وشكلها، وأيضا هذا النوع من الإعلانات قد لا يكون كافيا لشرح المنتج أو الخدمة بشكل مفصّل وشامل، وقد تتطلب تدعيما لها بنص أو رابط فائق.

أمّا بالنسبة لعيوب الإعلانات المتحرّكة، فإنّها تشغل مساحة كبيرة، مما يعني حدوث بطئ لسرعة تحميل صفحات الموقع الإلكتروني، كما أنها مكلفة ماديا مقارنة بالإعلانات الثابتة، وتتطلب فريق يحوز مهارات وخبرة عالية في التصميم والبرمجة لإعدادها، إضافة إلى إمكانية كونها مصدر إزعاج وتشتيت للعميل مما ينتج عنه غلقها وتجاهلها من طرفه.

مما يعني أن اختيار نوع الإعلان يركز على عدة مواصفات، مثل طبيعة المنتج أو الخدمة، جمهورها المستهدف، ميزانية المعلن، وهدف الحملة الإعلانية، ويجب على الجهة المُعلنة قياس أداء الإعلانات بصفة منتظمة، وتجريب كلا نوعي الإعلانات والمقارنة بين نتائجهما والتحسين الدوري لتصميمها ومحتواها بهدف الرفع من فعاليتها.

أمّا الفروقات بين الإعلانات الثابتة والإعلانات المتحرّكة يمكن أن يكون لها دور في تحديد مستوى كفاءة الحملة الإعلانية ودرجة رضا العملاء، وعموما تُعدّ الإعلانات المتحرّكة أكثر جاذبية وإبداعا وتملك القدرة على نقل رسائل معقّدة بشكل مبسّط، كما أنّها تتيح للمستخدمين التفاعل مع الإعلان بأساليب متنوعة مثل النقر أو التمرير أو التحكم في الصوت، حيث يمكن أن تؤدي هذه التفاعلات إلى رفع معدلات التحويل والولاء للماركة التجارية.

ولكن هذا لا يُقصد به أن الإعلانات الثابتة لا جدوى منها، بل لها مزايا خاصة تنفرد بها مثل يسر إعدادها وصيانتها وتحديثها، وتكلفتها المعقولة وسرعتها في التحميل على شبكة الإنترنت، ولا تسبب إزعاجا كبيرا للعملاء الذين قد يحسّون بالملل والتوتر جراء الإعلانات المزودة بالصوت والتي تغطّي جزء كبير من الشاشة، إضافة إلى أن بعض

الفصل الرابع عرض وتحليل نتائج الدراسة

الدراسات تشير إلى أن هذا النوع من الإعلانات فعّال في رفع درجة التذكّر وتحقيق شهرة واسعة للجهة المُعلنة مقارنة بالإعلانات المتحرّكة¹.

ولذلك، فإن اختيار نوع الإعلان الملائم يجب أن يتناسب مع غايات ومميزات الحملة الإعلانية والجمهور المستهدف والميزانية المتوفرة، كما يجب أن يتم فحص وقياس أداء الإعلانات بشكل منتظم لتحسينها وتطويرها.

3.3.1. نوع الإعلانات:

جدول رقم (38): يوضح نوع الإعلانات

TSA	الشعب أونلاين	الصحيفة الإلكترونية نوع الإعلانات
توجد	توجد	إعلانات تجارية
لا توجد	لا توجد	إعلانات خدمية
لا توجد	لا توجد	إعلانات سياسية

يوضّح الجدول أعلاه أن الصحيفتين الإلكترونيتين "الشعب أونلاين" و" TSA" تعرضان على صفحاتهما الرئيسية الإعلانات التجارية فقط، مع ملاحظة الغياب التام للإعلانات الخدمية والسياسية، وهذه النتيجة منطقية باعتبار أن الإعلان التجاري من أهم مداخل الصحف الإلكترونية الذي يضمن بقاءها واستمراريتها في المنافسة مع وسائل الإعلام والاتصال الأخرى.

وأشارت الباحثة لعبدلي شهيناز في نتائج دراستها إلى أن الإعلان التجاري تحسّل على أعلى نسبة والتي بلغت بـ 41.04%، ويسعى الإعلان التجاري إلى تحقيق الربح المادي للصحيفة ويُعدّ الممّول الأساسي للصحافة عبر الخط، يليه الإعلان الخدمي الذي يروّج لخدمات مجانية أو بأسعار رمزية لمستخدمي الموقع بنسبة 39.30%².

أما الباحثة سمية بورقعة فتري أن الصحافة الإلكترونية الجزائرية تعطي للإعلان الإلكتروني أهمية بالغة حيث يُعدّ مصدر دخل الموقع كما يُعتبر أداة متاحة ويسيرة للمستخدم³.

1- Choi, Y. K., & Rifon, N. J.: "Antecedents and consequences of web advertising credibility: A study of consumer response to banner ads", Journal of Interactive Advertising, 3(1), 2002, p12, 24.

2- لعبدلي شهيناز: "الصحافة الإلكترونية الجزائرية: دراسة تحليلية ميدانية"، المرجع السابق، ص286.
3- سمية بورقعة: "الصحافة الرقمية: تطبيقات في التفاعلية - الجزائر أنموذجاً"، المرجع السابق، ص238.

الفصل الرابع عرض وتحليل نتائج الدراسة

كما بيّنت نتائج دراسة الباحث عبد الأمير موبت الفيصل أن الصحف الإلكترونية عيّنة الدراسة قد وظّفت الإعلان التجاري بنسبة 80%، وأن جميع صحف الدراسة استعملت هذا الصنف من الإعلانات باستثناء صحيفة سودانيل. في حين بلغ استخدام الإعلان الخدمي نسبة 60% حيث استعملته صحيفة الجريدة، اتجاهات وإيلاف¹.

ساهم التقدم التكنولوجي في تطور صناعة الإعلانات، من خلال تنوع الآليات التي تتباين وفقاً للجمهور المستهدف والمنتج المعلن عنه، والإشهار الرقمي غير مكلف مقارنة بالإشهار المطبوع، كما يتّصف بالمرونة وقابلية التعديل عليه على حسب تطوّر المنتجات والخدمات، بالإضافة إلى توقّر بعض البرمجيات إحصائيات تتميز بالدقة حول أداء الحملة الإعلانية وعدد المتفاعلين معها².

وأشار الباحث رابح عمار من خلال دراسته إلى أن مواقع الصحف اليومية الجزائرية تعتمد على النموذج المجاني المبني على تقديم وعرض المحتوى الإعلامي مجاناً. ممّا يجعل الإعلان على الموقع يمثل المصدر الوحيد لمداخل الصحيفة الإلكترونية. إلا أنّ عائدات الإعلان في معظم الصحف الرقمية لا تسدّ احتياجات وأعباء موقع الصحيفة الإلكترونية ولا طاقم عملها... بالرغم من الصعوبات المذكورة، ويرى رئيس تحرير موقع الخبر أن المعلن الجزائري بدأ يدرك ضرورة الإشهار الرقمي في ظل توسّع استخدام شبكة الإنترنت سواء بواسطة الأفراد أو المؤسسات، ففي معظم الأوقات تطلب الجهة المعلنة معلومات دقيقة عن الموقع³.

للإشهارات في الصحافة عبر الخط دور كبير مهم من خلال مساهمتها في تمويل الصّحف، إضافة إلى أنها تترك بصمة جمالية على مستوى موقع الصحيفة مع إضفاء الكثير من الحركة والحيوية التي تغري وتحفز مستخدمي الموقع، إلا أنّ التوظيف غير المدروس والمبالغ فيه للإشهارات، يترك نتائج سلبية على تجربة المستخدم مثل التشنّث، التوتّر والإحباط مما يضطرّه لمغادرة موقع الصحيفة.

1- عبد الأمير موبت الفيصل: الصحافة الإلكترونية في الوطن العربي، المرجع السابق، ص248.
2- نورهان صندوق: "التصميم التفاعلي في صفحة الويب ودوره في التسويق الإلكتروني"، المرجع السابق، ص197، 198.
3- رابح عمار: "الصحافة الإلكترونية وتحديات الفضاء الإلكتروني..دراسة ميدانية للصحافة الإلكترونية الجزائرية"، المرجع السابق، ص364، 365.

4.3.1. موقع الإعلانات على الصفحة الرئيسية:

تتيح الصحافة الرقمية لمستخدميها عدّة خدمات، من أهمها: توفير المعلومات وخدمة الترفيه، إلا أنّها تواجه حتمية تنويع مداخيلها الماليّة لضمان استمرارها في ظل المنافسة الشديدة مع وسائل الإعلام التقليدية والحديثة، مثل وسائل التواصل الاجتماعي، ويتمثّل أشهر مصدر يمكن للصحف الإلكترونيّة أن تحقق الربح للصحف الإلكترونيّة هو عرض الإعلانات على مواقعها.

بحيث يكون هذا العرض وانتقاء موقع وعدد وصنف الإعلانات مدروس ومخطّط بعناية فائقة، لأن اختيار مكان عرض الإعلان في الموقع له تأثير كبير على تجربة المستخدم ومعدّل النقر والمداخيل الإجمالية سواء بالسلب أو بالإيجاب، لذا توجد عدة عوامل تتحكم في اختيار المكان المثالي لعرض الإعلان في موقع الصحيفة على الإنترنت، أبرزها:

- تصميم وتخطيط الموقع الإلكتروني للصحيفة: مصمّم ومطور الموقع ينبغي أن يقوم بتخطيط واضح يوفر للمستخدم التصفح والإبحار ببسر، وإيجاد المضمون الذي يرغب به دون أي حاجز، إضافة إلى الحرص على عدم حدوث تداخل بين الإعلانات ومضمون موقع الصحيفة، وألّا تكون الإعلانات معيقا للتجول عبر صفحات الموقع أو استخدام الموقع، فمثلا تستخدم بعض الصّحف الإلكترونيّة نمط تخطيط الشبكة أو الأعمدة التي تتيح عرض الإعلانات في هوامش الصفحة أو بين الأجزاء دون أي إعاقة لتدقّق المواد الإخبارية.
- نوع وحجم الإعلانات: الإعلانات يُستحسن أن تكون ذات صلة بالمضمون والجمهور المستهدف، وأن تكون منسجمة مع هويّة الموقع وخطّه التحريري، وأيضا أن تكون الإعلانات ذات تصميم متجاوب مع مقاسات شاشات الأجهزة الذكية التي يتصفّح بواسطتها المستخدم الموقع، وألّا تكون إعلانات ذات تصميم سيئ ومحتوى ضعيف من الناحية التسويقية التي تسبّب التوتر والإحباط للمستخدم، إضافة إلى تجنب الإعلانات المنبثقة بكثرة أو تلقائية التشغيل المسبّبة لتشتت المستخدم.
- مضمون وسياق صفحة الويب: كما يُفضّل أن تكون الإعلانات مرتبطة ارتباط متين بموضوع صفحة الويب، وأن تحتوي على قيمة مضافة ينتفع منها المستخدم، مع ضرورة أن تكون هذه الإعلانات ملفته لانتباهه بعرضها في أماكن استراتيجية دون أن تنافس المضمون الرئيسي وتشتت المستخدمين، فمثلا توظف بعض مواقع الصحف إعلانات ضمن المحتوى الإخباري حيث تظهر كجزء منه، أو تستعين بإعلانات لها صلة بموضوع الصفحة تستهدف كلمات مفتاحية معينة أو جمل على الصفحة.

جدول رقم (39): يوضح موقع الإعلانات في الصفحة الرئيسية

TSA	الشعب أونلاين	الصحيفة الإلكترونية
		موقع الإعلانات
يوجد	يوجد	أعلى الصفحة
يوجد	لا يوجد	وسط الصفحة
يوجد	لا يوجد	هامش الصفحة
يوجد	لا يوجد	أسفل الصفحة

بناءً على هذه نتائج الجدول أعلاه، يُمكن القول إن صحيفة الشعب أونلاين تعتمد بشكل أساسي على وضع الإعلانات في أعلى الصفحة فقط، بينما TSA تقدم توزيعاً أكثر تنوعاً لموقع الإعلانات حيث تنشر إعلاناتها في مختلف المواقع على الصفحة الرئيسية سواء أعلى الصفحة، وسطها أو أسفلها أو على هامشها يمينا ويسارا.

ويُفسر تنوع مواقع الإعلانات على مستوى الصفحة الرئيسية لموقع صحيفة TSA لكثرة الإعلانات الربحية المنشورة حيث تخصص ثماني مساحات إعلانية تختلف رسوم كل إعلان على حسب موقعه على مستوى الصفحة الرئيسية لموقع الصحيفة الإلكترونية.

الأماكن النموذجية للإعلانات على صفحات مواقع الصحف الإلكترونية هي التي لها الإمكانية على جذب أكبر عدد ممكن من المستخدمين، دون أن تشكل أي عائق أمامهم في الإطلاع على مضمون الموقع أو تجعلهم يشعرون بالإحباط، وأشهر هذه الأماكن، هي: الزاوية اليسرى في أعلى الصفحة، الشريط الجانبي على جهة اليمين، والإعلانات المضمّنة داخل المحتوى أو بالقرب منه.

النتائج العامة للدراسة

ثانياً: النتائج العامة للدراسة

نحاول أن نستعرض النتائج العامة للدراسة المتعلقة بالاتجاهات الإخراجية في الصحافة الإلكترونية الجزائرية:

1.1. العناصر البنائية الإخراجية:

1.1.1. العناصر البنائية الأساسية:

1.1.1.1. العناصر البنائية التقليدية:

كشفت الدراسة التحليلية أن الصحيفة الإلكترونية "الشعب أونلاين" استعملت نوع وحيد من الخط في كتابة العناوين ويتمثل في: Almarai، أما بالنسبة للمتن فقد استخدمت نفس الخط Almarai، أما صحيفة "TSA" فقد استعملت خط وحيد في كتابة العناوين هو خط: Lato، أما بالنسبة للمتن فقد استخدمت نوعين من الخط تمثلاً في: Georgia وArial.

ويُشار إلى أن رابطة الشبكة العالمية تنصح ألا يتعدى عدد الخطوط المستخدمة في صفحة الويب ثلاثة خطوط كأقصى حد، وهذا ما تقيّدت به كلتا الصحيفتين الإلكترونيتين "الشعب أونلاين" و"تسا"، حيث أن موقع صحيفة الشعب استخدم نوع وحيد فقط في كتابة العناوين والمتمن، أما موقع صحيفة "TSA" استخدم ثلاثة أنواع من الخطوط في كتابة العناوين والمتمن.

كما كشفت الدراسة أن موقعي صحيفتي "الشعب" و"تسا" قد استخدمتا العناوين الثابتة في تصميم الصفحة الرئيسية لتنظيم وترتيب عناصرها من الناحية الشكلية ولعرض أبوابها الثابتة. كما استخدمتا العناوين المجمعة في الصفحة الرئيسية للإعلان عن محتوياتهما حتى يتمكن المستخدم من اختيار المواضيع بكل سهولة ويسر، وهذا ما يتناسب مع خصائص متصفح الصحف الإلكترونية الذي يقوم بمسح المحتوى الإلكتروني بسرعة وعجلة عكس قارئ الصحيفة المطبوعة الذي يتصف بالصبر والقراءة التفصيلية لمضمونها. ويُمكن القول أن غياب العناوين الفرعية في الصفحة الرئيسية للصحيفتين الإلكترونيتين محل الدراسة يعود لتواجد مختلف المقالات والموضوعات في الصفحات الداخلية لموقع الصحيفة.

كما أشارت نتائج الدراسة إلى أن الصحيفتين الإلكترونيتين محل الدراسة استخدمتا صيغ الصور JPG بنسبة 86.07%، تليها صيغ الصور PNG بنسبة 11.39%، وأخيراً صيغ الصور GIF بأقل نسبة قدرت بـ 02.53%. وتوزّعت أنواع الصور المستخدمة في الصحيفتين الإلكترونيتين محل الدراسة بشكل عام كما يلي: الصور الموضوعية في المركز الأول وبنسبة 68.80%، ثم الصور الشخصية بنسبة 30.78%، تليها صور أخرى بنسبة 00.40%، وفي المركز الأخير الصور الكاريكاتورية بنسبة

منعدمة. كما توزّعت أحجام الصور المستخدمة في الصحيفتين الإلكترونيتين محل الدراسة بشكل عام كما يلي: الصور متوسطة الحجم في المركز الأول بنسبة قدرت بـ 51.89%، تليها الصور صغيرة الحجم في المركز الثاني بنسبة بلغت 36.70%، تليها الصور كبيرة الحجم في المركز الأخير بنسبة بلغت 11.39%.

2.1.1.1. العناصر البنائية الإلكترونية:

1.2.1.1.1. شريط الصور المتحرك:

غاب استخدام شريط الصور لحدث واحد أو عدّة أحداث في الصحيفتين الإلكترونيتين محل الدراسة، حيث اكتفى موقع صحيفة الشعب أونلاين بتوفير شريط غير مصوّر لعدّة أحداث. أمّا موقع صحيفة TSA لم يستخدم أي نوع من شريط الأحداث سواء المصوّر أو غير المصوّر.

2.2.1.1.1. عناصر الوسائط المتعددة:

كما أشارت نتائج الدراسة إلى أن الصحيفتين الإلكترونيتين محل الدراسة استخدمتا عناصر الوسائط المتعددة (النصوص، الصور، الفيديو)، حيث احتلت النصوص المركز الأوّل بنسبة 64.52%، تليها الصور في المركز الثاني بنسبة 27.26%، يليها الفيديو في المركز الثالث بنسبة 08.21%، وأخيرا المقاطع الصوتية والرسوم المتحركة بنسبة منعدمة.

لم يستخدم موقعي الصحيفتين الإلكترونيتين محل الدراسة المقاطع الصوتية والصور المتحركة خلال فترة الدراسة، على الرغم من وظيفتها الفعالة كمكوّنات بنائية إلكترونية في إثراء وتنويع المحتوى الإخباري للصحيفة، ودورها في جذب المستخدم من خلال اعتمادها على أساليب إقناعية متنوعة مع النشر العقلاني لها على الموقع من طرف المحرّرين لأن المبالغة في الاستخدام تؤدي إلى تشتيت المستخدمين وتؤثر سلبياً على جودة سرعة تحميل صفحات الموقع الصحفي.

كما كشفت الدراسة أنّ موقع صحيفة TSA حلّ في المركز الأول بنسبة بلغت 78.36% كأكثر موقع استخداماً لمقاطع الفيديو، بينما جاء موقع الشعب أونلاين في المركز الثاني بنسبة بلغت 21.63%، واقتصر استخدام صحيفة "الشعب أونلاين" لمقاطع الفيديو في ركن خاص تحت اسم "ملتيميديا الشعب". وقد اهتمت كلتا الصحيفتين بإرفاق الفيديوهات مع النصوص كوجه من أوجه دعم المحتوى الإخباري، وكشكل من أشكال التنوع في الدعائم التي تثري بها الصحف الإلكترونية مضمونها. وقد خصّصت الصحيفة الإلكترونية "TSA" أرشيفاً خاصاً بكل الفيديوهات المنشورة.

3.2.1.1.1. الروابط الفائقة:

كشفت نتائج الدراسة اعتماد الصحيفتين الإلكترونيتين محل الدراسة على استخدام نوع الروابط الفائقة الداخلية بنسبة بلغت 90.22% ، تليها الروابط الفائقة الخارجية بنسبة 09.02%، وفي المرتبة الأخيرة الروابط الفائقة المحلية بنسبة 00.75% فقط.

1.3.2.1.1.1. أشكال الروابط الفائقة

أمّا فيما يخصّ النسبة الإجمالية لاستخدام جميع أشكال الروابط الفائقة في موقعي الدراسة، احتلّ موقع صحيفة TSA المركز الأول بنسبة 52.63%، ليحلّ بعده موقع صحيفة الشعب أونلاين بنسبة 47.36%.

كما احتلّ شكل الروابط الفائقة: العناوين كروابط المركز الأول بنسبة 46.61% كأكثر شكل مستخدم في كلا موقعي الصحيفتين، يليه شكل الصور كروابط بنسبة بلغت 30.45%، يليه شكل كلمات قوائم التجول بنسبة بلغت 16.91%، ثم يليه شكل الأيقونات بنسبة بلغت 05.26%، يليه شكل الزر (Button) في المرتبة الأخيرة بنسبة 00.75%.

2.1.1. العناصر البنائية المساعدة:

1.2.1.1. الألوان:

أن اللون الأسود جاء في المرتبة الأولى كأكثر لون مستخدم في العناوين من طرفي موقعي الدراسة بنسبة 77.03%، يليه اللون الأبيض في المرتبة الثانية بنسبة 20.00%، ثم جاء اللون الأحمر في المرتبة الثالثة بنسبة 02.22%، يليه اللون الأزرق في المرتبة الرابعة بنسبة 00.74%، وأخير حلّ اللون الرمادي بنسبة منعدمة.

وفيما يخصّ النسبة الإجمالية لأكثر موقع صحيفة استخدم الألوان في العناوين، جاء موقع صحيفة TSA الشعب أونلاين في المركز الأول بنسبة 57.03%، يليه موقع صحيفة الشعب في المركز الثاني بنسبة 42.96%.

كما كشفت نتائج الدراسة أن موقع "TSA" يعتمد بدرجة أولى على اللون الرمادي كلون وحيد وأساسي في كتابة المتن على الصفحة الرئيسية بنسبة بلغت 100%، باعتبار أن موقع الصحيفة اعتمد على أسلوب الوحدات الإلكترونية الذي يتصف بإرفاق مقدمة عن الخبر مع العنوان والصورة وباقي التفاصيل يجدها المستخدم داخل صفحات الموقع، بينما لا يتوفر المتن على الصفحة الرئيسية لموقع "الشعب أونلاين" بسبب اعتماد الموقع لأسلوب البوابة الذي يكتفي في الصفحة الرئيسية بذكر عنوان الخبر وإرفاقه بصورة وبقية التفاصيل المذكورة في المتن يطلّع عليها القارئ في الصفحات الداخلية للموقع.

كما كشفت نتائج الدراسة، أن اللون الأبيض جاء في المركز الأول كأكثر لون مستخدم في الأرضيات من طرفي موقعي الدراسة بنسبة بلغت 57.78%، يليه اللون الأحمر في المرتبة الثانية بنسبة بلغت 21.86%، لأنّ هذه الألوان من ألوان الهوية البصرية لكلا

الموقعين، حيث لون شعارا كلا الصحفيتين أحمر، ثم حلّ اللون الأسود في المرتبة الثالثة بنسبة بلغت 12.49%، يليه اللون الرمادي في المرتبة ما قبل الأخيرة بنسبة بلغت 07.80%، ثمّ في اللون الأصفر في المرتبة الأخيرة بنسبة بلغت 0.05%

وفيما يخصّ النسبة الإجمالية لاستخدام الألوان في موقعي الدراسة، جاء موقع صحيفة الشعب أونلاين كأكثر موقع استخداماً للألوان في الأرضيات في المركز الأول بنسبة 73.40%، يليه موقع TSA في المركز الثاني بنسبة 26.59%.

وكشفت نتائج الدراسة اعتماد الصحفيتين الإلكترونيتين محل الدراسة بشكل عام على استخدام الألوان في العناوين بنسبة 53.77%، بينما اكتفنا باستخدام الألوان في الأرضيات بنسبة 25.50%، أما بخصوص استخدام الألوان في المتون فقد تحصّلت على أقل نسبة قُدرت بـ 20.71%.

وتعتبر الألوان من أبرز الخصائص الشكلية لموقع الصحيفة الإلكترونية، حيث تضيف لمسة جمالية وإبداعية على الموقع بواسطة التأثيرات البصرية للألوان، وأيضاً تعطي للصحيفة شخصية مميزة ومستقلة من خلال ترسيخ هويتها البصرية في ذهن المستخدم.

2.2.1.1. عناصر الفصل:

كشفت نتائج الدراسة اعتماد موقعي صحيفتي "الشعب أونلاين" و" TSA" على استخدام الخطوط للفصل بين موضوعاتها بنسبة قدرت بـ 60.43%، تليها الإطارات في المركز الثاني بنسبة 20.86%، بينما البياض حاز على المرتبة الثالثة وبنسبة بلغت 18.70%، أما الصور كفواصل فقد احتلت المرتبة الأخيرة وبنسبة منعدمة.

3.1.1. العناصر البنائية الثابتة:

1.3.1.1. مكونات الهوية:

بيّنت نتائج الدراسة أن كلتا الصحفيتين الإلكترونيتين لديها شعار خاص بها، حيث تتبنى صحيفة "الشعب أونلاين" شعاراً ثابتاً ومصوراً كخاصية تميزها عن غيرها من الصحف الإلكترونية مرفوقاً بشعار مكتوب "الشعب أونلاين جريدة إلكترونية تصدر عن مؤسسة الشعب"، ويتمثل هذا الشعار في إسم الصحيفة "الشعب" بالإضافة إلى كلمة Online باللغة الأجنبية التي تدلّ على طبعة الصحيفة الإلكترونية، أما بخصوص موقع الشعار فهو يتواجد في رأس الصفحة جهة اليمين كون اللغة الأصلية للصحيفة هي اللغة العربية. أما بخصوص الصحيفة الإلكترونية الجزائرية "TSA" فقد اتخذت من اسمها شعاراً لها في شكل بسيط ومتناسق. ويعبّر الشعار عن هوية الصحيفة كما يُعتبر سمة من السمات الشكلية للصحيفة الإلكترونية والتي تميزها عن غيرها من الصحف الإلكترونية.

ولم تتبنى أي شعار مكتوب إذ اكتفت بالإسم المختصر للصحيفة "Tous sur L'Algerie" "TSA" متخذة إياه شعارا ثابتا ومصوّرا لها، وقد تم وضعه في رأس الصفحة الرئيسية في منتصف الصفحة، وقد صُمّم في شكل بسيط ومتناسق.

وبيّنت نتائج الدراسة توقّر معلومات خاصة بالناشر لصحيفة "الشعب أونلاين" الذي يتمثّل في مؤسسة الشعب التي تتّسم بطابع عمومي، كما تتوقّر المعلومات عن هيئة التحرير من محررين وصحفيين في مختلف الأقسام بوضع الأسماء، لكن اقتصرّت إتاحة وسائل الاتصال بهم كروابط مواقع التواصل الاجتماعي أو الإيميل لبعض الصحفيين فقط، عكس صحيفة "TSA" التي لم تتح أي معلومة على موقعها بخصوص الناشر، كما اكتفت بذكر أسماء بعض صحفيها دون إرفاق وسائل الاتصال بهم كحساباتهم على مواقع التواصل الاجتماعي، أو عنوان بريدهم الإلكتروني.

أمّا فيما يخصّ مقر الصحيفة الإلكترونية أو العنوان البريدي لها فنجد أن كلتا الصحيفتين الإلكترونيتين "الشعب أونلاين" و" TSA" لا تضعان عنوانا لمقرهما في موقعهما الإلكتروني، ويُعدّ وضوح العنوان البريدي ومقر الصحيفة الإلكترونية مؤشرا على وجودها المادي وهذا ما يضيف عليها نوع من الثقة وأيضا المصداقية. وبخصوص رقم الفاكس والهاتف وكذا تاريخ الإنشاء فيلاحظ عدم توقّر هذه المعلومات على الصفحة الرئيسية لكلتا الصحيفتين الإلكترونيتين محل الدراسة.

وكشفت نتائج الدراسة الغياب التام للمعلومات التي تخصّ الناشر وهيئة التحرير ورقم الفاكس والهاتف وكذا تاريخ الإنشاء، وذلك في كلتا الصحيفتين الإلكترونيتين محل الدراسة وانفردت صحيفة "TSA" بتوفيرها لعنوان بريدي خاص بقسم الإشهار لمستخدميها.

عدم حرص مسيري الصحف الرقمية على إتاحة المعلومات الخاصة بها المتمثلة في: جهة الإصدار أو الناشر، تاريخ الإنشاء وغيرها، يُعتبر أمرا ينعكس سلبيا على مصداقية الصحيفة، وأمر يتنافى مع شروط مهنة الصحافة ومبادئها، لذا من الضرورة نشر جميع المعلومات الخاصة بتعريف المؤسسة الصحفية، والتي تسمح ببناء الثقة والمصداقية بينها وبين مستخدميها وتتيح التواصل المتبادل بينهما مما يضيف تفاعلية أكثر.

2.3.1.1. مساحة الصفحة الرئيسية:

بيّنت نتائج الدراسة أن عرض الصفحة الرئيسية لكلتا موقعي الصحيفتين "الشعب أونلاين" و" TSA" عند تصفحهما على متصفح Microsoft Edge على جهاز حاسوب (من نوع HP ZBook 17 G3 يتميز بوضوح شاشة عالية الدقة (FHD) 1920*1080)، بلغ 1131 بيكسل، بينما بلغ ارتفاعهما 4636.34 بيكسل و15920.30 بيكسل على التوالي. ولحساب مساحة الصفحة الرئيسية لكل موقع يُضرب عرض الصفحة في ارتفاعها لنحصل على قيمة مساحة الصفحة الرئيسية بوحدة البيكسل.

كما لوحظ أن الصفحة الرئيسية لصحيفة "TSA" أطول من الصفحة الرئيسية لصحيفة "الشعب أونلاين".

3.3.1.1 أجزاء الصفحة الرئيسية:

بيّنت نتائج الدراسة احتواء الصفحة الرئيسية لصحيفة "الشعب أونلاين" على رأس وجسم وذيل وذلك طيلة فترة الدراسة، في حين أن صحيفة "TSA" احتوت صفحتها الرئيسية على رأس وجسم فقط. وقد اختلف مصمّمو المواقع في ضرورة تواجد الأجزاء الثلاث في الصفحة الرئيسية للصحف الإلكترونية، فمنهم من يؤكد على أهمية تلك الأجزاء وأن غياب أي منها يُفقد الموقع جزءاً مهماً، بينما يرى البعض الآخر أن الرأس والجسم هما أساسيان لأي موقع إلكتروني، أما الذيل فهو غير ضروري وغيابه لا يشكّل أي خلل في بناء الموقع الإلكتروني.

4.3.1.1 أيقونات رأس وذيل الصفحة الرئيسية:

أوضحت نتائج الدراسة أن كلتا الصحيفتين الإلكترونيتين محل الدراسة قد استخدمتا أيقونة صندوق البحث وأيقونات مواقع التواصل الاجتماعي، مع غياب أيقونات الخدمات الداعمة على مستوى موقعي الصحيفتين، كما انفردت صحيفة "TSA" باستخدام أيقونة تسجيل دخول المشترك إلى حسابه في موقع الصحيفة، وتُعتبر الأيقونات من العناصر الثابتة بالصحف الإلكترونية التي تساعد على إرشاد المستخدم في كيفية التجوال عبر موقع الصحيفة بكل سهولة ويسر، كما تضيف على الموقع صبغة جمالية جذابة.

5.3.1.1 قوائم التجوال في الصفحة الرئيسية:

كشفت نتائج الدراسة أن الصحيفة الإلكترونية "الشعب أونلاين" قد اعتمدت على القائمة الثابتة التي لا تتفرّع منها أيّة عناوين فرعية، بالإضافة إلى نوع آخر من القوائم وهو: القوائم المنسدلة بشكل رأسي إلى الأسفل بجانب القائمة الثابتة، في حين اعتمدت الصحيفة الإلكترونية "TSA" على القائمة الثابتة بالإضافة إلى نوع واحد من قوائم التجوال تمثل في قوائم القفز حيث عندما يضغط المستخدم على كلمة Menu تقفز القائمة.

6.3.1.1 أساليب عرض قوائم التجوال:

كشفت نتائج الدراسة اعتماد كلا موقعي الصحيفتين الإلكترونيتين الشعب أونلاين وTSA، على نموذج أعلى وأسفل ويسار الصفحة.

4.1.1. العناصر البنائية الثابتة التفاعلية في الصفحة الرئيسية:

1.4.1.1. العناصر البنائية الثابتة التفاعلية المعلوماتية:

بيّنت نتائج الدراسة أن الصحيفتين الإلكترونيتين "الشعب أونلاين" و" TSA" قد أتاحتا لمستخدميهما محرك بحث داخلي بسيط، بينما أهملتا محرك البحث الداخلي المتقدم، هذا الأخير يتسم بالدقة وغازارة المعلومات.

حيث يوفّر كلا موقعي الصحيفتين خدمة البحث داخل الموقع فقط، من خلال البحث البسيط داخل مواد الموقع عبر الكلمات المفتاحية، ولم يوفر البحث المتقدم الذي يتيح للمستخدم خيارات تساعد في تحديد نوع الموضوع وزمن حدوثه وغيرها من الخيارات التي تزيد من دقة البحث والوصول إلى المعلومات التي يرغب بها.

كما أسفرت النتائج عن عدم توفّر ميزة البحث الخارجي عبر ربط الموقع بمحركات البحث العالمية عبر شبكة الويب التي تمنح الكثير من الإضافات والشروحات المفصلة، مما يعني تجسيدا لما يُسمّى بالعمق المعرفي الذي يستفيد منه المستخدم بإعطائه القدرة على التحوّل عبر المواقع الأخرى التي تتميز بغازارة المعلومات والتنوع المعرفي، كما يُفسّر غياب خدمة البحث الخارجي لرغبة موقعي الصحيفتين عينة الدراسة على إبقاء المستخدم في الموقع لمدة طويلة.

1.1.4.1.1. الأرشيف الإلكتروني:

أوضحت نتائج الدراسة أن الوصول إلى خدمة الأرشيف الإلكتروني في صحيفة الشعب أونلاين مجاني ومتوفّر لكل القراء دون استثناء، على عكس صحيفة TSA توفّر خدمة الأرشيف الإلكتروني من خلال اشتراك مدفوع، بمعنى أن خدمة الأرشيف الإلكتروني غير مجانية.

كما تتيح صحيفة "الشعب أونلاين" إمكانية البحث في أرشيف موادها التحريرية عن طريق تخصيص مكان خاص في الصفحة الرئيسية لتحميل الأرشيف الإلكتروني للنسخ الورقية (صيغة PDF) باعتبار أن صحيفة الشعب الإلكترونية لها نسخة ورقية، حيث لهذه الخدمة دور في توسيع إدراك المستخدم والرفع من عمقه المعرفي وتوضيح المواد الإعلامية له.

أمّا بخصوص صحيفة "TSA" فهي أيضا وفّرت لمستخدميها إمكانية الولوج إلى أرشيف المواد التحريرية عن طريق الدخول لأحد الأبواب المختارة من طرف المستخدم، ليجد كل ما تمّ نشره من مواد إعلامية في تلك الأبواب، لكن خدمة الاطلاع على الأرشيف الإلكتروني للصحيفة محصور فقط للقراء المشتركين باشتراك شهري.

2.1.4.1.1. خريطة الموقع:

لم تتيح الصحفتان الإلكترونيتان "الشعب أونلاين" و" TSA" لمستخدميها خريطة للموقع رغم دورها الكبير والفعال في تيسير الحصول على المعلومات، والتعرّف على أقسام وهيكل الموقع، وقد يُفسّر ذلك لوضوح معالم البناء الشكلي العام لموقعي هاتين الصحفيتين.

3.1.4.1.1. الخدمات الداعمة (الإضافية):

بيّنت نتائج الدراسة أن الصحفيتين الإلكترونيتين "الشعب أونلاين" و" TSA" محل الدراسة لم تعطيا الخدمات الإضافية أهمية كبيرة، حيث وقّرا الموقعين عدد ضئيل جدًا من الخدمات الإضافية تتمثل فيما يلي: بالنسبة لموقع صحيفة الشعب أبرز خدمة إضافية هي إتاحة تحميل النسخة المطبوعة للمستخدمين مع محاولته توفير خاصية البث المباشر للقناة الفضائية بإتاحة زر أعلى الصفحة، لكن عند ضغط المستخدم عليه يظهر أنه مجرد رابط معطل، كما وقّرت خدمة إضافية أخرى تتمثل في تقديم تكوين في مجال الإعلام والاتصال يقدمه معهد مؤسسة صحيفة الشعب بتوفير رابط إعلان دائم في أعلى الصفحة الرئيسية يمكن لأي متصفح التسجيل من خلاله.

أمّا بالنسبة لموقع صحيفة TSA، أهم خدمة إضافية توفرها هي خدمة أحوال الطقس حيث وقّرت رابطا خاص يسمح للمستخدمين بتصفح أخبار وحالة الطقس في الجزائر، إضافة إلى توفير خدمة إضافية أخرى تتمثل في إتاحة خدمة فتح حساب والاشتراك المدفوع للقراء بتخصيص زر خاص لذلك، مع الإهمال التام لتوفير باقي الخدمات الداعمة الأخرى.

وبشكل عام نجد أن الخدمات الداعمة التي وقّرتها الصحفتان الإلكترونيتان محل الدراسة قليلة جدا مع الإهمال التام لخدمات إضافية مهمة جدًا كخدمة توفير خلاصات الأخبار RSS، وهذا يدلّ على عدم استغلال كلا موقعا الصحفيتين لكامل الإمكانيات التقنية التي توفرها شبكة الإنترنت.

2.4.1.1. العناصر البنائية الثابتة التفاعلية الاتصالية:

1.2.4.1.1. وسائط الاتصال الشخصي:

كشفت نتائج الدراسة أن صحيفتي "الشعب أونلاين" و" TSA" لم يستخدمتا بشكل عام جميع أصناف وسائط الاتصال الشخصي، حيث تركّز استخدامهما للشبكات الاجتماعية الرقمية، كما نلاحظ بالنسبة للبريد الإلكتروني، انفراد موقع صحيفة TSA بإتاحة بريد إلكتروني واحد خاص بقسم الإشهار في صحيفة TSA، أمّا موقع صحيفة الشعب لم يتيح أي بريد إلكتروني على مستوى الموقع، أمّا بخصوص المنتديات واستطلاعات الرأي فكلتا موقعي الصحفيتين لم يستخدمها.

وعموما فإن استعمال وتوظيف هذه الوسائل الاتصالية كان استخداما محدودا جدًا مقارنة مع ما توفره البيئة الرقمية الحديثة من إمكانيات تقنية تمنح المستخدم وسائط اتصالية متعددة مثل البريد الإلكتروني والمنتديات وأيضا مواقع التواصل الاجتماعي، هذه الأخيرة التي تهدف الصحف الرقمية في استثمارها لما تعطيه من إمكانية التفاعل الآني مع المستخدم، كما أن هذه المواقع الاجتماعية تُعتبر مصدرا من مصادر المعلومات، فبواسطتها يمكن تصفح مختلف الأخبار والأحداث في كامل أرجاء العالم، وبدل الاستخدام الأمثل لوسائط الاتصال الشخصي في الصحف الإلكترونية من أهم العلامات التي تزيد من مستوى التفاعلية في مواقع الصحف الرقمية.

2.1. أساليب إخراج وعرض الصفحة الرئيسية:

1.2.1. سرعة تحميل الصفحة الرئيسية:

أسفرت نتائج الدراسة عن تفاوت سرعة تحميل الصفحة الرئيسية لكلا موقعي صحيفتي الدراسة، حيث توضّح أن موقع "TSA" هو الأسرع مقارنة بموقع صحيفة الشعب، حيث لا يزيد متوسط الوقت الذي يمكن للمتلقّي فيه رؤية جميع أجزاء الصفحة الرئيسية عن 3.5 ثانية، فيما حلّ ثانيًا موقع صحيفة الشعب بـ 4.2 ثانية، ويُعتبر هذا الوقت بطيء بعض الشيء، حيث أن هذا البطء في تحميل الصفحة الرئيسية قد ينتج عنه نفور المستخدمين من الموقع بسبب طول الانتظار.

وفي البنية الإلكترونية، تُعدّ الصحف الإلكترونية مصدرا رئيسيا للمعلومات لملايين المستخدمين، لهذا السبب لا تكتفي هذه الصحف بتقديم مضمون ذو جودة عالية بل أيضا تركز على أن تكون سرعة تحميل الصفحة الرئيسية لديها متوافقة مع المعايير المطلوبة، حيث يمكن أن تتسبب سرعة تحميل الصفحة الرئيسية البطيئة في إحباط المستخدمين وإنفاص التفاعل مع الموقع مما يؤثر على مداخيل موقع الصحيفة، لذا يتوجّب على مواقع الصحف الإلكترونية أن يعملوا على تحسين سرعة تحميل صفحاتهم الرئيسية لضمان توفير تجربة مستخدم سهلة ومرضية له.

2.2.1. أساليب إخراج الصفحة الرئيسية:

كشفت نتائج الدراسة أن الصحيفة الإلكترونية "الشعب أونلاين" قد اعتمدت على أسلوب البوابة الإلكترونية في إخراجها للصفحة الرئيسية، أما صحيفة "TSA" فقد اعتمدت على الأسلوب المختلط (أسلوب البوابة + أسلوب الوحدات الإلكترونية) في إخراج الصفحة الرئيسية.

3.2.1. أساليب عرض الصفحة الرئيسية:

أوضحت نتائج الدراسة أن كلا من صحيفة "الشعب أونلاين" وصحيفة "TSA" قد استخدم أسلوب العرض الرأسي في الصفحة الرئيسية على التوالي، وهذا الأسلوب يسمح بعرض عدد معتبر من الأخبار كما يريح المستخدم أثناء القراءة ويعتمد على توفير خاصية Scroll Bar على يمين الصفحة.

4.2.1. التصميم المتجاوب للصفحة الرئيسية مع الشاشات المختلفة:

كشفت نتائج الدراسة أن موقعي الصحفيتين الإلكترونيتين الشعب و TSA يتميزان بتجاوب صفحاتهما الرئيسية على أجهزة الكمبيوتر، الهاتف المحمول (Mobile-friendly) واللوح الإلكتروني (Tablet)، وتم التحقق من ذلك من خلال الاعتماد على أدوات تقنية وظيفتها فحص خاصية التصميم المتجاوب على مختلف الشاشات بالنسبة للمواقع الإلكترونية وأيضا الاعتماد على الفحص اليدوي.

3.1. أشكال وأنواع الإعلانات المتاحة في الصفحة الرئيسية:

1.3.1. عدد الإعلانات ومساحتها:

أوضحت نتائج الدراسة تباين موقعي الصحفيتين الإلكترونيتين في النسبة المخصصة للإعلانات على صفحاتهما الرئيسية، ويرجع ذلك لسياسة كل صحيفة، ومصدر تمويلها، فتمتاز صحيفة TSA بكثرة الإعلانات، واعتمادها على الإعلانات بشكل أساسي كمصدر للتمويل كونها جريدة مستقلة وخاصة، فقد بلغت نسبة الإعلانات 05.50% من مساحة الصفحة الرئيسية للموقع.

حيث أن صحيفة "TSA" فقد اهتمت بتواجد الإعلانات في موقعها بشكل ملفت إذ خصّصت ثمان مساحات إعلانية كاملة على صفحتها الرئيسية، موزّعة في أماكن مختلفة: (أسفل، أعلى، وسط، يمين ويسار)، وبأشكال متنوعة (أفقية وعمودية).

وقد يرجع اهتمام الصحيفة الإلكترونية بالإعلانات باعتبارها من أهم مصادر تمويلها من جهة كما تُعتبر عنصر جذب بالنسبة للمستخدم من جهة أخرى، لكن يُنصح بعدم المبالغة في عرضها لأنها قد تكون مصدر توتر وتشويش وإحباط للمستخدم وهذا ما ينتج عنه المغادرة الفورية لموقع الصحيفة.

أما في موقع صحيفة الشعب أونلاين كانت نسبة الإعلانات ضعيفة جدا حيث احتوى الموقع على إعلانين فقط، بلغت نسبتهما من مساحة الصفحة الرئيسية للموقع 01.91% ويفسر الباحث قلة الإعلانات التجارية في موقع صحيفة الشعب لكون الصحيفة ذات طابع عمومي، فسياسة الموقع مؤيدة لموقف الحكومة التي تغطي نفقات الموقع.

حيث أن صحيفة "الشعب أونلاين" تحتوي فقط على إعلانين على صفحتها الرئيسية، وقد يُفسر هذا كون هذه الصحيفة ذات طابع عمومي تستفيد من أموال الإشهار العمومي

حيث نلاحظ أن الإعلانين أحدهما إشهار لمعهد مؤسسة الشعب المتخصص في التكوين في مجال الصحافة والإعلان الآخر إشهار لمؤسسة اتصالات وطنية ذات طابع عمومي تتمثل في اتصالات الجزائر، لهذا لم تركز الصحيفة على توفير مساحات إعلانية كثيرة لاستقطاب مختلف المؤسسات التجارية الراغبة بالإشهار والإعلان لضمان استفادتها من أموال الإشهار العمومي.

2.3.1. شكل الإعلانات:

كشفت نتائج الدراسة أن الصحيفة الإلكترونية "الشعب أونلاين" توظف الإعلانات المتحركة فقط، بينما الصحيفة الإلكترونية "TSA" تستعمل الإعلانات الثابتة فقط.

والجدير بالذكر أن الصحف الإلكترونية الجزائرية تتبنى في معظمها النموذج المجاني معتمدة بذلك على عائدات الإعلان لتبقى بعيدة كل البعد عن وضع نموذج اقتصادي يتماشى مع البيئة الإلكترونية الجديدة، إذ يستوجب على هذه الصحف تبني استراتيجيات تسويقية تسهم في استمرارية هذا النوع من الصحف وجذب أكبر عدد ممكن من المستخدمين.

3.3.1. نوع الإعلانات:

بيّنت نتائج الدراسة أن الصحيفتين الإلكترونيتين "الشعب أونلاين" و" TSA" تعرضان على صفحاتهما الرئيسية على الإعلانات التجارية فقط، مع ملاحظة الغياب التام للإعلانات الخدمية والسياسية، وهذه النتيجة منطقية باعتبار أن الإعلان التجاري من أهم مداخل الصحف الإلكترونية الذي يضمن بقاءها واستمراريتها في المنافسة مع وسائل الإعلام والاتصال الأخرى.

4.3.1. موقع الإعلانات على الصفحة الرئيسية:

كشفت نتائج الدراسة أنّ صحيفة الشعب أونلاين تعتمد بشكل أساسي على وضع الإعلانات في أعلى الصفحة فقط، بينما TSA تقدم توزيعاً أكثر تنوعاً لموقع الإعلانات حيث تنشر إعلاناتها في مختلف المواقع على الصفحة الرئيسية سواء أعلى الصفحة، وسطها أو أسفلها أو على هامشها يمينا ويسارا.

ويُفسر تنوع مواقع الإعلانات على مستوى الصفحة الرئيسية لموقع صحيفة TSA لكثرة الإعلانات الربحية المنشورة حيث تخصص ثمان مساحات إعلانية تختلف رسوم كل إعلان على حسب موقعه على مستوى الصفحة الرئيسية لموقع الصحيفة الإلكترونية.

الأماكن النموذجية للإشهارات على صفحات مواقع الصحف الإلكترونية هي التي لها القدرة على جذب أكبر عدد ممكن من المستخدمين، دون أن تشكل أي عائق أمامهم في الإطلاع على محتوى الموقع أو تجعلهم يشعرون بالإحباط، وأشهر هذه الأماكن هي:

الزاوية اليسرى في أعلى الصفحة، الشريط الجانبي على جهة اليمين، والإعلانات المضمنة داخل المحتوى أو بالقرب منه.

خاتمة

تُعدّ الصحافة الرقمية من أبرز إنجازات ميدان الإعلام في عصرنا الحالي، حيث تمثل هذه الأداة الإعلامية والاتصالية تحولا نوعيا في طريقة نقل المعلومات وأخبار الأحداث الجارية إلى القراء ومستخدمي الإنترنت، بالإضافة إلى أنها تسمح للصحفيين، المدونين والأفراد العاديين توزيع ونشر المضامين الإخبارية وتحليلاتها بسرعة فائقة عبر شبكة الإنترنت، لهذا استفادت وسائل الإعلام التقليدية من هذا التطور أيضا، حيث أنشئت الصحف والمجلات والتلفزيونات والإذاعات نسخا إلكترونية من منصاتهما بغرض الوصول إلى أكبر عدد ممكن من الجماهير والتفاعل معهم.

كما تتسم الصحافة عبر الخط بالعديد من الخصائص، منها الوصول السريع واليسير إلى المعلومات عبر استعمال المستخدمين للأجهزة الذكية والحواسيب المكتبية، كما توفر للمتصفحين فرصة للمشاركة الفعالة في إنتاج القصص الإخبارية بواسطة التعليقات والنشر والمشاركة على وسائل التواصل الاجتماعي، وأيضا تتيح للصحفيين تقديم ونشر مضمون إخباري متعدد الوسائط يحتوي على النصوص والصور ومقاطع الفيديو والرسوم بهدف زيادة فهم الموضوعات المنشورة.

ولميزة سهولة التعرض والاستخدام علاقة وطيدة وقوية مع الجانب الشكلي لموقع الصحيفة الإلكترونية، لذا فالتوظيف الجيد لعناصرها البنائية الإخراجية سواء التقليدية أو الإلكترونية على الصفحة الرئيسية له نتائج إيجابية على تجربة المستخدم، كما تجدر الإشارة إلى أن مستخدم الويب مستعجل وقلق ويحاول دائما أن يتحصل على المعلومة التي يرغب بها في وقت قصير جدا وبأقل جهد، لذلك يجب على المصممين اختيار نوع وحجم الخط المناسب لتسهيل مسح المحتوى من طرف عين المستخدم، وأيضا الإشارة إلى أن استعمال العناوين المجمع في الصفحة الرئيسية يسمح للمستخدم اختيار الموضوعات الإخبارية بكل سهولة، أما قوائم الإبحار والتجوال فتتيح خيارات متنوعة له وتسهل له عملية التجول داخل الموقع وعملية التعرض للمحتويات الإخبارية المنشورة والتفاعل معها.

ولضمان استغلال مواقع الصحف الإلكترونية لهذه المزايا المذكورة، لا بد من الحرص على توافرها مع الخصائص الشكلية لمواقع الصحف الإلكترونية، ويتحقق ذلك بإعطاء أهمية كبيرة لتصميم وإخراج الصفحة الرئيسية للصحيفة الإلكترونية لأنها تحمل كافة العناصر البنائية الإخراجية، بالإضافة إلى وجوب الاختيار المناسب للأسلوب الإخراجي لعرض مختلف موادها الإخبارية، والذي يعطيها كذلك شخصية ثابتة ومستقلة تميزها عن غيرها من مواقع الصحف الأخرى، ويضمن لها أن تزيد من فرص جذب المستخدمين وإبقاءهم أكبر فترة ممكنة في تصفح الموقع، وأيضا عدم إغفال تطبيق أساسيات وتقنيات ما يسمى بالتصميم المتجاوب **Responsive Web Design** على مختلف شاشات الأجهزة الذكية التي تعرف انتشارا واسعا ومتزايدا مع الأيام بين الأفراد.

وتحتاج الصحافة الرقمية الجزائرية الاستغناء عن ممارسات النشر الورقي، والتوجه التام نحو الاستفادة أكثر من الميزات الاتصالية التي توفرها شبكة الإنترنت، فالبرغم أن

البنية الإلكترونية الحديثة توفر وسائل متنوعة تساعد على تحقيق التفاعلية ومشاركة المحتويات الإخبارية بين المستخدمين، من خلال توظيف مواقع الصحف الإلكترونية لوسائل التواصل الاجتماعي واستطلاعات الرأي والتعليقات للتفاعل مع الجمهور بشكل مكثف وجمع آراء وملاحظات القراء. كما تتيح أيضا إمكانية تعدد الوسائط من خلال إتاحة الإنترنت لمواقع الصحف الإلكترونية استخدام مجموعة متنوعة من الوسائط مثل الصور والفيديو والرسوم والحركة لإثراء القصص الإخبارية وجعلها أكثر وضوحا، إلى جانب هذا، الإنترنت أتاحت ميزة توسيع وصول المواد الصحفية إلى جمهور واسع عبر العالم في أي وقت وفي أي مكان. إلا أن غياب الاستغلال الأمثل لكامل هذه الميزات أدى إلى انخفاض مستوى التفاعلية ومشاركة المضامين الصحفية في مواقع هذه الصحف.

وتعدّ الوسائط المتعددة مظهرا من مظاهر ثراء الوسيلة الإعلامية وتنوع منشوراتها، إلا أن استخدامها بواسطة مواقع الصحف الجزائرية عينة الدراسة اقتصر على النصوص والصور والفيديوهات مع الغياب التام للمقاطع الصوتية والرسوم المتحركة، بالإضافة إلى لفت النظر أنه كلما زاد حجم الوسائط المتعددة كلما زاد وقت تحميل الصفحة الرئيسية، مما يجعل صفح البداية في الموقع بطيئة التحميل، مما ينتج عنه مغادرة المستخدم للموقع والتوجه نحو المواقع المنافسة، والعكس يحدث في حالة توفير تجربة مستخدم ممتازة تبدأ بتسريع وقت تحميل الصفحة الرئيسية وباقي صفحات موقع الصحيفة الإلكترونية.

أما فيما يخص الروابط الفائقة، فإن الصحف الإلكترونية الجزائرية تركز على استخدام الروابط الداخلية التي تنتقل المتصفحين داخل صفحات الموقع والإبحار بين مختلف محتوياتها الإعلامية، مع توظيفها المحدود للروابط الفائقة المحلية التي تنتقل القارئ من عنصر إلى عنصر آخر متواجد في نفس الصفحة، أما من جانب استخدامها للروابط الفائقة الخارجية التي تنتقل القارئ إلى موقع مختلف تماما أو منافس، كان الاستخدام محدودا جدا حيث اقتصر على توفير روابط فائقة خارجية تنتقل المستخدم إلى مواقع أخرى لها علاقة وثيقة بموقع الصحيفة الإلكترونية، أو إلى مواقع لمؤسسات تجارية قامت بالإعلان على صفحات موقع الصحيفة الإلكترونية.

كما نلاحظ أن مواقع الصحف الإلكترونية الجزائرية تنوع في استخدام الأساليب الإخراجية، حيث تستخدم بعض هذه الصحف أسلوب البوابة الذي يظهر كثيرا ميزات الصحافة الرقمية، حيث يتيح عرض الكثير من الأخبار المتنوعة التي تجسد خاصية التنوع وأيضا العمق المعرفي، مستفيدة أيضا من ميزة الحدود المفتوحة التي خلصت الصحافة الإلكترونية من عائق ضيق المساحة من خلال تكنولوجيا النص الفائق التي أتاحت نشر كم هائل من المضامين الإخبارية مما أدى إلى ما يسمى بالزخم الإعلامي. أما البعض الآخر فيستخدم الأسلوب المختلط في إخراج صفحاته، وهو عبارة عن مزيج بين أسلوب البوابة الإلكترونية وأسلوب الوحدات الإلكترونية.

أما فيما يخص الإعلانات فهي تسهم في تمويل الصحف الإلكترونية كما قد تجذب لها العديد من الزوار. ونجد أن الصحف الإلكترونية تتبنى في معظمها النموذج المجاني معتمدة بذلك على عائدات الإعلان لتبقى بعيدة كل البعد عن وضع نموذج اقتصادي يتماشى مع البيئة الإلكترونية الجديدة، إذ يستوجب على هذه الصحف تبني استراتيجيات تسويقية تسهم في استمراريتها وجذب أكبر عدد ممكن من المستخدمين، كما حاولت في ذلك صحيفة TSA بخلق مصدر تمويل آخر يتمثل في الاشتراكات المدفوعة للقراء.

ويمكن تقديم بعض التوصيات من خلال ما ذكر سابقا التي قد تساعد في تحسين إخراج وتطوير الصحف الإلكترونية الجزائرية تتمثل فيما يلي:

- العمل على تطوير إخراج وتصميم مواقع الصحف الجزائرية على شبكة الإنترنت بشكل منهجي يضمن الاستغلال المثالي للميزات الاتصالية التي تتيحها شبكة الإنترنت، وتجنب إضافة عناصر بنائية في الموقع وظيفتها معطلة، مثل الخدمات والأيقونات غير المفعله.
- تطبيق آخر التقنيات والترندات والأنماط الإخراجية المتبعة في ميدان تصميم المواقع، كتقنية التصميم التفاعلي Responsive Web Design، الذي يتكيف ويتجاوب مع مقاسات شاشات الأجهزة الذكية المختلفة من بينها الهاتف المحمول الذي يعرف انتشارا متزايدا بين الأفراد.
- أخذ رغبات واحتياجات المستخدمين بعين الاعتبار عند إخراج وتصميم مواقع الصحف الإلكترونية، إضافة إلى الخصائص التي ينفرد بها مستخدمو الإنترنت عن القراء التقليديين للصحف الورقية. فمستخدمو مواقع الويب يتميزون بمسح المحتوى وعدم الصبر لذا يجب على مصممي مواقع الصحف تصميم تجربة مستخدم سهلة وواضحة وممتعة في نفس الوقت.
- التوظيف الجمالي والوظيفي للصور لأنها عنصر جذب بالموقع، كما أنها تجعل المصمم يستغني عن حجم كبير من النصوص على واجهة الموقع، كما أنها يمكن أن تشكل ألبومات الصور؛ التي تساهم في إيجاز الأحداث بصور موثقة وتجذب عين المستخدم.
- إتاحة خريطة الموقع للمستخدمين، لأن توفيرها في الموقع يعمل على تسهيل تصفح موقع الصحيفة بتبيان بنية معلومات وأقسام وأجزاء الموقع، إضافة إلى نشر استطلاعات الرأي حول القضايا الساخنة على الموقع بغرض زيادة التفاعل مع المستخدمين ومعرفة اتجاهاتهم نحو القضايا الهامة.
- الحرص على استغلال مواقع التواصل الاجتماعي بشكل يضمن الترويج والتسويق لموقع الصحيفة الإلكترونية للوصول لأكبر عدد ممكن من الجماهير، من خلال التحديث المستمر لصفحاتها على هذه المنصات بالنشر اليومي لآخر أخبار الأحداث الجارية على المستوى المحلي والعالمي، وأيضا إتاحة الفرصة للمستخدمين للتعبير

- عن آرائهم والتفاعل مع المحتوى المنشور على مواقع التواصل الاجتماعي، بالإضافة إلى الاهتمام بإثراء الصحف بالعناصر البنائية التفاعلية، كغرف الدردشة والمنتديات وتدعيم المواقع بالخدمات الداعمة والإضافية التفاعلية.
- البعد عن الاستخدام المتكرر للخطوط القديمة التي تنتجها المتصفحات، وتوظيف الخطوط العربية التي تتسم بالانقرائية العالية والوضوح حسب المصممين، أو تصميم خطوط خاصة بهوية وشخصية الصحيفة لإضفاء مزيد من الشخصية والاستقلالية والتميز لموقع الصحيفة الإلكترونية.
 - عمل المزيد من الأبحاث العلمية في مجال الصحافة الإلكترونية عموماً، وإخراج وتصميم المواقع والعناصر البنائية لها.
 - عمل دراسات وأبحاث خاصة بحركة العين Eye Tracking على واجهات الصحف الإلكترونية الجزائرية، والاهتمام بدراسة الألوان وتأثيراتها الفسيولوجية، وكذلك إنقرائية خطوط الحاسوب.
 - أهمية تفعيل استفادة الصحف الجزائرية الإلكترونية من نتائج الدراسات العلمية وتطبيقها للنهوض بالمستوى الفني والصحفي الذي تقوم به.
 - الحرص على توظيف كافة أنواع الوسائط المتعددة والاستفادة منها مثل البودكاست والرسوم المتحركة في القصص الإخبارية مما يضمن التنوع وسهولة التعرض للمحتويات المنشورة، ويضمن أيضاً تجربة مستخدم ممتعة وسهلة.

قائمة المراجع

أولاً: باللغة العربية والمترجمة إلى اللغة العربية:

• المعاجم والقواميس:

1. ابن منظور الأنصاري الإفريقي المصري: لسان العرب، (المجلد 4)، ط1، دار الكتب العالمية، بيروت، 2005.
2. ابن منظور الأنصاري الإفريقي المصري: لسان العرب، ط3، دار صادر، بيروت، 1994.
3. أحمد زكي بدوي: معجم مصطلحات الإعلان العربي الإنجليزي الفرنسي، ط2، دار الكتاب المصرية، دار الكتاب اللبناني، بيروت، 1994.
4. أحمد مختار عبد الحميد عمر: معجم اللغة العربية المعاصرة، (المجلد1)، ط1، عالم الكتب، القاهرة، 2008.
5. أسد الدين التميمي: مصطلحات الإنترنت والحاسوب: أول معجم شامل بكل مصطلحات الإنترنت والحاسوب، دار أسامة للنشر والتوزيع، 2009.
6. خضير شعبان: مصطلحات في الإعلام والاتصال، ط1، دار اللسان العربي، الجزائر، 1422، ص1.
7. طه أحمد الزبيدي: معجم مصطلحات الدعوة والإعلام الإسلامي: عربي/إنجليزي، ط1، دار الفجر للطباعة والنشر، العراق، دار النفائس، الأردن، 2010.
8. كرم شلبي: معجم المصطلحات الإعلامية إنجليزي عربي، ط1، دار الشرق، القاهرة، 1989.
9. مجمع اللغة العربية: المعجم الوسيط، مكتبة الشروق العربية، القاهرة.
10. محمد جمال الفار: معجم المصطلحات الإعلامية، ط1، دار أسامة للنشر والتوزيع، عمان، 2014.
11. محمد منير حجاب: المعجم الإعلامي، دار الفجر للنشر والتوزيع، القاهرة، 2004.
12. محمد منير حجاب: الموسوعة الإعلامية، (المجلد 4)، ط1، دار الفجر للنشر والتوزيع، القاهرة، 2003.
13. المنجد الوسيط في العربية المعاصرة، ط1، دار المشرق، بيروت، 2003.
14. المنجد في اللغة العربية المعاصرة، ط2، دار المشرق، بيروت، 2001.
15. مي العبد، عبد الكريم شين: معجم في المفاهيم الحديثة للإعلام والاتصال، ط1، دار النهضة العربية، بيروت، 2014.

• الكتب:

16. إبراهيم إسماعيل: الإعلام المعاصر: وسائله، مهاراته، تأثيراته، أخلاقياته، ط1، وزارة الثقافة والفنون والتراث، قطر، 2014.
17. إبراهيم السيد حسنين: الاتجاهات الحديثة في الإعلام الصحفي، ط1، مؤسسة طيبة للنشر والتوزيع، القاهرة، 2015.
18. إبراهيم إمام: دراسات في الفن الصحفي، مكتبة الأنجلو المصرية، القاهرة، 1975.
19. إبراهيم بعزبز: الصحافة الإلكترونية والتطبيقات الإعلامية الحديثة، ط1، دار الكتاب الحديث، الجزائر، 2012.
20. أحمد أبو بكر الهوش: الأرشفة الإلكترونية الأسس النظرية والتطبيقات العملية، ط1، دار حميثرا للنشر والترجمة، القاهرة، 2019.
21. أحمد العبد أبو السعيد: الكتابة لوسائل الإعلام، ط1، دار اليازوري العلمية للنشر والتوزيع، عمان، 2014.
22. أحمد بدر: الإعلام الدولي دراسات في الاتصال والدعاية الدولية، مطبعة مدبولي للنشر والتوزيع، القاهرة، 2002.
23. أحمد بدر: علوم الإعلام: البحث العلمي، المناهج، التطبيقات، ط1، دار قباء الحديثة، القاهرة، 2008.
24. أحمد توفيق محمد الأنصاري: الأسس العامة لإعداد الإعلاميين، ط1، دار اليازوري العلمية للنشر والتوزيع، عمان، 2014.
25. أحمد حسين الصاوي: طباعة الصحف وإخراجها، الدار القومية للطباعة، القاهرة، 1965.
26. أحمد عبيد: التحليل الموضوعي للصور الصحفية الأسس والتطبيقات، العربي للنشر والتوزيع، القاهرة، 2016.
27. أحمد يوسف حافظ أحمد: النشر الإلكتروني، ط1، دار نهضة مصر للطباعة والنشر، القاهرة، 2013.
28. أسعد عطوان، يوسف مطر: مناهج البحث العلمي، ط1، دار الكتب العلمية، بيروت، 2018.
29. إسماعيل إبراهيم: اتجاهات حديثة في الإخراج الصحفي، ط1، دار الفجر للنشر والتوزيع، القاهرة، 2015.
30. إسماعيل إبراهيم: فن المقال الصحفي (الأسس النظرية والتطبيقات العملية)، ط1، دار الفجر للنشر والتوزيع، القاهرة، 2001.
31. إسماعيل فتحي إبراهيم: فن الإخراج الصحفي بين النظرية والتطبيق، ط1، العربي للنشر والتوزيع، القاهرة، 2019.
32. أشرف صالح: إخراج الصحف السعودية دراسة لعينة من الجرائد السعودية اليومية، الطباعي للنشر والتوزيع، القاهرة، 1987.
33. أشرف فهمي خوخة: التوثيق الإعلامي ومصادر المعلومات، دار المعرفة الجامعية، الإسكندرية، 2011.

- 34.** أشرف محمود صالح، شريف درويش اللبان: الإخراج الصحفي الأسس النظرية والتطبيقات العملية، ط1، دار النهضة العربية، القاهرة، 2001.
- 35.** أفل إيد الصقر، يوسف أبو عيد: مهارات الكتابة الصحفية، ط1، دار عالم الثقافة، عمان، 2010.
- 36.** أمل خطاب: تكنولوجيا الاتصال الحديثة ودورها في تطوير الأداء الصحفي، ط1، دار العالم العربي، القاهرة، 2009.
- 37.** إيمان عبد الرؤوف سليمان: التوظيف الإعلامي، ط1، دار غيداء للنشر والتوزيع، عمان، 2020.
- 38.** باديس لونيس: الإنترنت من المنظومة التقنية إلى المنظومة الثقافية، ط1، ألفا للوثائق، قسنطينة، 2021.
- 39.** باسم سرحان: طرائق البحث الاجتماعي الكمية، ط1، المركز العربي للأبحاث ودراسة السياسات، بيروت، 2017.
- 40.** باية سيفون: الإنترنت والصحافة الإلكترونية دراسة في طبيعة العلاقة والتأثير، ط1، دار الخلدونية، القبة القديمة، 2016.
- 41.** برهان شاوي: مدخل في لاتصال الجماهيري ونظرياته، ط1، دار الكندي، إربد، 2003.
- 42.** بسام عبد الرحمان المشاقبة: نظريات الاتصال، ط1، دار أسامة للنشر والتوزيع، عمان، 2015.
- 43.** بسنت العقباوي: الصحافة الإلكترونية وبنيتها على شبكة الإنترنت، ط1، مكتبة خوارزم العلمية، جدة، 2010.
- 44.** بشرى حسين الحمداني: التربية الإعلامية ومحو الأمية الرقمية، ط1، دار وائل للنشر والتوزيع، عمان، 2015.
- 45.** بليغ حمدي إسماعيل: استراتيجيات تدريس اللغة العربية أطر نظرية وتطبيقات عملية، ط1، دار المناهج للنشر والتوزيع، عمان، 2011.
- 46.** بوب نورتون، كاثي سميث: التجارة على الإنترنت، تر: مركز التعريب والبرمجة، الدار العربية للعلوم، بيروت، 1997.
- 47.** بيرق حسين جمعة الربيعي: دراسات وبحوث في الإعلام والصحافة، ط1، دار أمجد للنشر والتوزيع، عمان، 2015.
- 48.** بيرق حسين جمعة موسى: فن الإخراج الصحفي لمواقع الجرائد الإلكترونية: دراسة تحليلية، ط1، دار غيداء للنشر والتوزيع، عمان، 2015.
- 49.** تغريد مصطفى علي جمعه: النشر الإلكتروني في الجامعات المصرية، ط1، القاهرة، دار العلوم للنشر والتوزيع، 2018.
- 50.** تيسير أبو عرجة: الإعلام العربي وسائله ووسائله وقضاياها، ط1، دار مجدلاوي للنشر والتوزيع، عمان، 2012.
- 51.** جبار العبيدي، محمد عبد السلام: موضوعات إعلامية، مركز عبادي للنشر والتوزيع، صنعاء، 1995.

52. جلال ملاتي: استقلال الصحافة عن طريق الإنترنت، رسالة اليونسكو، الجزائر، فيفري 2000.
53. جمال عبد ناموس القيسي: الأخبار في الصحافة الإلكترونية: موقعا BBC العربية وإيلاف أنموذجا، ط1، دار الفجر للنشر والتوزيع، بغداد، دار النفائس للنشر والتوزيع، عمان، 2013.
54. جميل حمداوي: البحث التربوي مناهجه وتقنياته، ط1، مطبعة الجسور، وجدة، 2013.
55. جواد الدلو: الحديث الصحفي وتطبيقاته العملية، ط1، دار البشير للطباعة والنشر والتوزيع، غزة، 1995.
56. جون أولمان: التحقيق الصحفي (أساليب وتقنيات متطورة)، تر: ليلي زيدان، مراجعة: أميرة فريد، ط1، الدار الدولية للنشر والتوزيع، القاهرة، 2000.
57. الحاج علي آدم علي: استخدامات التيبوغرافيا في تصميم الصحف الإلكترونية، ط1، جامعة غرب كردفان، السودان، 2015.
58. حارث عبود، مظهر العاني: الإعلام والهجرة إلى العصر الرقمي، ط1، دار الحامد للنشر والتوزيع، عمان، 2015.
59. حردان هادي الجنابي: الإعلام الإسلامي الإلكتروني: دراسة للمواقع الإسلامية على الإنترنت، ط1، العربي للنشر والتوزيع، القاهرة، 2016.
60. حسن إبراهيم مكي، بركات عبد العزيز محمد: المدخل إلى علم الاتصال، منشورات ذات السلاسل، الكويت، 1995.
61. حسن عماد مكاوي: تكنولوجيا الاتصال الحديثة في عصر المعلومات، ط4، الدار المصرية اللبنانية، القاهرة، 2005.
62. حسن عماد مكاوي، ليلي حسين السيد: الاتصال ونظرياته المعاصرة، ط10، الدار المصرية اللبنانية، القاهرة، 2021.
63. حسن فراج حسن: تكنولوجيا الإقناع.. في تصميم مواقع الصحف الإلكترونية، ط1، دار العربي للنشر والتوزيع، القاهرة، 2019.
64. حسني محمد نصر: الإنترنت والإعلام (الصحافة الإلكترونية)، ط1، مكتبة الفلاح، الكويت، 2003.
65. حسني نصر: الإنترنت والصحافة الإلكترونية، ط3، دار الفلاح للنشر والتوزيع، الإمارات، 2009.
66. حسني نصر، سناء عبد الرحمن: التحرير الصحفي في عصر المعلومات - الخبر الصحفي، دار الكتاب الجامعي، الإمارات العربية المتحدة، 2009.
67. حسنين شفيق: الإخراج الصحفي الإلكتروني والتجهيزات الفنية، ط1، دار فكر وفن للنشر والتوزيع، القاهرة، 2009.
68. حسنين شفيق: الجوانب العملية في إخراج الجريدة، ط1، رحمة برس للطباعة والنشر، القاهرة، 2006.
69. حسنين شفيق: الصحافة المتخصصة المطبوعة والإلكترونية، (ج 1)، معهد الإعلام وفنون الاتصال مدينة الثقافة والعلوم، القاهرة، 2009.

70. حسنين شفيق: الوسائط المتعددة وتطبيقاتها في الإعلام، ط2، رحمة برس للطباعة والنشر، القاهرة، 2002.
71. حسين عبد الجبار: اتجاهات الإعلام الحديث والمعاصر، ط1، دار أسامة للنشر والتوزيع، عمان، 2011.
72. حسين علي الفلاحي: الإعلام التقليدي والإعلام الجديد، ط1، دار غيداء للنشر والتوزيع، عمان، 2014.
73. حسين نيازي الصيفي: وسائل الإعلان ونقاط الاتصال، ط1، مكتبة الملك فهد الوطنية، الرياض، 2020.
74. حلمي محسب: إخراج الصحف الإلكترونية على شبكة الإنترنت، ط1، دار العلوم للنشر والتوزيع، القاهرة، 2007.
75. حمدان خضر السالم: الكاريكاتير في الصحافة، ط1، نبلاء ناشرون وموزعون، عمان، 2014.
76. حيدر عبد الكريم محسن الزهيدى: مناهج البحث التربوي، ط1، مركز دبيونو لتعليم التفكير، عمان، 2017.
77. خالد العزب: السياسات الإعلامية: الدولة المؤسسة الفرد، ط1، أطلس للنشر والإنتاج الإعلامي، الجيزة، 2012.
78. خالد محمد غازي: التحرير الصحفي..توظيف تكنولوجيا الاتصال، ط1، وكالة الصحافة العربية، الجيزة، 2021.
79. خالد محمد غازي: الصحافة الإلكترونية العربية: الالتزام والانفلات في الخطاب والطرح، ط1، وكالة الصحافة العربية، الجيزة، 2016.
80. ربحي مصطفى عليان: مناهج وأساليب البحث العلمي، دار صفا للتوزيع والنشر، عمان، 2000.
81. ربيعة فندوشي وآخرون: التكوين المهني والأخلاقي للصحفيين وممارسي الاتصال، ط1، ألفا للوثائق، قسنطينة، 2020.
82. رديم يونس كرو العزاوي: مقدمة في منهج البحث العلمي، ط1، دار دجلة، عمان، 2008.
83. رحيمة عيساني: مدخل إلى الإعلام والاتصال، المفاهيم الأساسية والوظائف الجديدة في عصر العولمة الإعلامية، ط1، مطبوعات الكتاب والحكمة، باتنة، 2007.
84. رشدي أحمد طعيمة: تحليل المحتوى في العلوم الإنسانية، ط1، دار الفكر العربي، القاهرة، 2004.
85. رضا عبد الواحد أمين: الصحافة الإلكترونية، ط1، دار الفجر للنشر والتوزيع، القاهرة، 2007.
86. رضا عبد الواحد أمين: النظريات العلمية في مجال الإعلام الإلكتروني، ط1، منتدى سوق الأزبكية، القاهرة، 2007.
87. رعد منير نشيرات: دليل توظيف الكمبيوتر والإنترنت في العمل الصحفي، الوكالة الأمريكية للتنمية الدولية USAID، الأردن، 2010.

88. رمزي أحمد عبد الحي: التعليم غن بعد في الوطن العربي وتحديات القرن الحادي والعشرين، ط1، المكتبة الأنجلو مصرية، القاهرة، 2010.
89. رمزي محمد العربي: التصميم الجرافيكي، مكتبة المجتمع العربي للنشر والتوزيع، عمان، 2005.
90. روبرت هيليرد: الكتابة للتلفزيون والإذاعة ووسائل الإعلام الحديثة، تر: مؤيد فوزي، دار الكتاب الجامعي، الإمارات، 2003.
91. ريم عمر شريتح: الإعلان الإلكتروني مفاهيم واستراتيجيات معاصرة، ط1، دار التربية الحديثة، عمان، 2017.
92. ريمي ريفيل: الثورة الرقمية: ثورة ثقافية؟، تر: سعيد بلميخوت، ط1، عالم المعرفة للمجلس الوطني للثقافة والفنون والآداب، الكويت، 2018.
93. زكريا فكري: الإخراج الصحفي، دار المعرفة الجامعية، القاهرة، 2006.
94. زكرياء بن صغير: مهارات استخدام الإنترنت في العمل الصحفي، ط1، دار الخلدونية، الجزائر، 2016.
95. زهير عبد اللطيف عابد: الرأي العام وطرق قياسه، ط1، دار اليازوري العلمية للنشر والتوزيع، عمان، 2014.
96. زيد منير سليمان: الصحافة الإلكترونية، دار أسامة للنشر والتوزيع، عمان، 2008.
97. زينب الأشوح: طرق وأساليب البحث العلمي وأهم ركائزه، ط1، المجموعة العربية للتدريب والنشر، القاهرة، 2014.
98. ساعد ساعد: فنيات التحرير الصحفي، دار الخلدونية، الجزائر، 2007.
99. ستيفن كولمان، كارين روس: الإعلام والجمهور، ط1، تر: صباح حسن عبد القادر، دار الفجر للنشر والتوزيع، القاهرة، 2012.
100. سعد سلمان المشهداني: مناهج البحث الإعلامي، ط1، دار الكتاب الجامعي، العين، 2017.
101. سعيد الغريب النجار: مدخل إلى الإخراج الصحفي، ط2، الدار المصرية اللبنانية، القاهرة، 2009.
102. سعيد الغريب: الصحيفة الإلكترونية والورقية دراسة مقارنة في المفهوم والسمات الأساسية، ط1، الدار المصرية اللبنانية، القاهرة، 2000.
103. سعيد النجار: مدخل إلى الإخراج الصحفي، ط1، الدار المصرية اللبنانية، القاهرة، 2001.
104. السعيد بومعيزة، عبد الرحمان عزي: الإعلام والمجتمع رؤية سوسولوجية مع تطبيقات على المنطقة العربية والإسلامية، ط1، دار الورسم للطباعة والنشر، الجزائر، 2010.
105. سعيد جمعة عقل، نورالدين أحمد النادي: التسويق عبر الإنترنت، مكتبة المجتمع العربي للنشر والتوزيع، عمان، 2007.
106. سمية بورقعة: الصحافة الإلكترونية الجزائر أنموذجاً، ط1، ألفا للوثائق، قسنطينة، 2019.

107. سمير حسين: دراسات في مناهج البحث العلمي: بحوث الإعلام، ط2، عالم الكتب، القاهرة، 1995.
108. سمير صبحي: الجورنال من الصفحة الأولى إلى الصفحة الأخيرة، دار عالم الكتب، القاهرة، 1995.
109. سناء محمد جبور: الإعلام والرأي العام العربي والعالمى، ط1، دار أسامة للنشر والتوزيع، عمان، 2010.
110. سوتيريوس سارانتاكوس: البحث الاجتماعي، تر: شحدة فارح، ط1، المركز العربي للأبحاث ودراسة السياسات، الطعنين، 2017.
111. سوؤد القادري وآخرون: الفنون الصحفية، دار الحكمة، بغداد، 1991.
112. سوزان محمد بدر زهر: مهارات البحث على الإنترنت لطلاب القرن الحادي والعشرين، ط1، دار العلوم العربية، بيروت، 2016.
113. سوزان موزي: الثورة المعلوماتية والتكنولوجية وسياسات التنمية، ط1، دار المنهل اللبناني، بيروت، 2009.
114. السيد أحمد مصطفى: البحث العلمى مفهومه وإجراءاته ومناهجه، بنغازي، جامعة قار يونس، 1994.
115. الشركة المصرية العالمية للنشر لونجمان: الإنترنت، ط1، مكتبة لبنان، بيروت، 2004.
116. شروق سامي فوزي: التأثيرات الإعلامية على جمهور المستقبلين، ط1، مؤسسة طيبة للنشر والتوزيع، القاهرة، 2014.
117. شريف درويش اللبان: الصحافة الإلكترونية دراسات فى التفاعلية وتصميم المواقع، ط1، الدار المصرية اللبنانية، القاهرة، 2005.
118. شريف درويش اللبان: تكنولوجيات النشر الصحفى التكنولوجيات الحديثة، الدار المصرية اللبنانية، القاهرة، 2001.
119. شريف درويش اللبان: فن الإخراج الصحفى، ط1، العربي للنشر والتوزيع، القاهرة، 1995.
120. شهيناز لعيدلي: الصحافة الإلكترونية بين التحرير والتصميم والتفاعلية، ط1، ألفا للوثائق، قسنطينة، 2020.
121. صالح فلاق شبرة: الجديد فى صحافة الويب 2.0 استخدام الأدوات الرقمية والمنصات التفاعلية، ط1، دار الأكاديميين للنشر والتوزيع، عمان، 2021.
122. صلاح عبد الحميد: فن التحرير الصحفى، ط1، مؤسسة طيبة للنشر والتوزيع، القاهرة، 2013.
123. صليحة غلاب، ليلى عين سوية: الإشهار الإلكتروني متطلباته، أشكاله، أساليبه، ط1، ألفا للوثائق، قسنطينة، 2020.
124. طلعت همام: مئة سؤال عن الإخراج الصحفى، ط1، دار الفرقان للنشر والتوزيع، عمان، 1984.
125. طه العنكي، نرجس العقابي: أصول البحث العلمى فى العلوم السياسية، دار الأمان، الرباط، 2015.

126. طه عبد العاطي نجم: مناهج البحث الإعلامي، ط1، دار كلمة للنشر والتوزيع، الإسكندرية، 2015.
127. عادل فهمي، مصطفى علوان: تصميم المواقع الإلكترونية معايير تقييمها، وكالة الصحافة العربية، الجيزة، 2023.
128. عاطف عدلي العبد: المنهج العلمي في البحوث الإعلامية، دار الهاني للطباعة، القاهرة، 1999.
129. عامر إبراهيم قندلجي: الإعلام الإلكتروني، ط1، دار المسيرة للنشر والتوزيع، عمان، 2015.
130. عامر إبراهيم قندلجي: البحث العلمي واستخدام مصادر المعلومات التقليدية والإلكترونية، ط1، دار اليازوري العلمية للنشر والتوزيع، عمان، 2007.
131. عامر مصباح: الإقناع الاجتماعي خلفيته النظرية وآلياته العملية، ط2، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 2006.
132. عايد حمدان الهرش وآخرون: تصميم البرمجيات التعليمية وإنتاجها وتطبيقاتها التربوية، ط1، دار المسيرة للنشر والتوزيع والطباعة، عمان، 2012.
133. عباس مصطفى صادق: الإعلام الجديد المفاهيم والوسائل والتطبيقات، دار الشروق للنشر والتوزيع، عمان، 2008.
134. عباس ناجي حسن: الصحفي الإلكتروني، ط1، دار صفاء للنشر والتوزيع، عمان، 2012.
135. عباس ناجي حسن: الوسائط المتعددة في الإعلام الإلكتروني: دراسة مقارنة - العربية نت، محيط، راديو سوا، إذاعة العراق الحر، تلفزيون شرقية، وكالة نينا، أنموذجاً، ط1، دار صفاء للنشر والتوزيع، عمان، 2016.
136. عبد الأمير الفيصل: الصحافة الإلكترونية في الوطن العربي، ط1، دار الشروق للنشر والتوزيع، عمان، 2006.
137. عبد الأمير الفيصل: مدخل في صحافة الإنترنت، ط1، دار الكتاب الجامعي، العين، 2014.
138. عبد الباسط أحمد هاشم شاهين: الإعلان: الإبداع، الاستراتيجية، التكتيك، ط1، دار أمجد للطباعة والنشر، عمان، 2020.
139. عبد الباسط أحمد هاشم شاهين: التفاعلية على مواقع الصحف الإلكترونية، ط1، دار العلوم للنشر والتوزيع، القاهرة، 2014.
140. عبد الرحمان عواطف، ناديا سالم، ليلي عبد العزيز: تحليل المضمون في الدراسات الإعلامية، دار العربي للطباعة والنشر والتوزيع، القاهرة، 1982.
141. عبد الرزاق الدليمي: الإعلان في القرن الحادي والعشرين، ط1، دار اليازوري للنشر والتوزيع، عمان، 2015.
142. عبد الرزاق الدليمي: الخبر في وسائل الإعلام، ط1، دار المسيرة للنشر والتوزيع، عمان، 2012.
143. عبد الرزاق الدليمي: الصحافة الإلكترونية والتكنولوجيا الرقمية، ط1، دار أسامة للنشر والتوزيع، عمان، 2010.

144. عبد الرزاق محمد الدليمي: الإعلام الجديد والصحافة الإلكترونية، ط1، دار وائل للنشر والتوزيع، عمان، 2011
145. عبد الرزاق محمد الدليمي: الإعلام الدولي في القرن الحادي والعشرين، ط1، دار المسيرة للنشر والتوزيع والطباعة، عمان، 2011.
146. عبد الرؤوف محمد محمد إسماعيل: المدينة الذكية: استراتيجية دعم التحول الرقمي، ط1، روابط للنشر وتقنية المعلومات، القاهرة، 2018.
147. عبد العزيز الشريف: الإعلام الإلكتروني، ط1، دار يافا العلمية للنشر والتوزيع، عمان، 2014.
148. عبد العزيز الصويغي: الإخراج الصحفي والتصميم، دار الملتقى ودار الآن للطباعة والنشر، قبرص، 1998.
149. عبد العزيز بدر العسكر: الإخراج الصحفي أهميته الوظيفية واتجاهاته الحديثة، ط1، مكتبة العبيكان، الرياض، 1998.
150. عبد العزيز خالد الشريف: الإعلام الإلكتروني، ط1، دار يافا العلمية للنشر والتوزيع، عمان، 2014.
151. عبد العزيز سعيد الصويغي: فن صناعة الصحافة ماضيه وحاضره ومستقبله، المنشأة العامة للنشر والتوزيع والإعلان، طرابلس، 1984.
152. عبد العزيز شرف: اللغة الإعلامية، المركز الثقافي الاجتماعي، القاهرة، 1980.
153. عبد الغفور عبد الفتاح قارئ: معجم مصطلحات المكتبات والمعلومات، مكتبة الملك فهد الوطنية، الرياض، 2000.
154. عبد اللطيف حمزة: المدخل إلى فن التحرير الصحفي، ط4، دار الفكر العربي، القاهرة، 1968.
155. عبد الله عبد الرحيم معوض: تصميم المواقع الإخبارية: الرؤية - المنهج - القياس، العربي للنشر والتوزيع، القاهرة، 2019.
156. عذراء عيواج: محاضرات في فنون التحرير الصحفي، ط1، ألفا للوثائق، قسنطينة، 2018.
157. العربي بوعمامة: الإعلام الاقتصادي، ط1، ألفا للوثائق، قسنطينة، 2020.
158. عزام محمد علي الجويلي: القواعد الدولية للإعلام، ط1، دار المعتز للنشر والتوزيع، عمان، 2014.
159. عصام الدين مصطفى صالح: الصحافة في مهب الإعلام البديل وحرية تداول المعلومات، ط1، دار الفكر الجامعي، الإسكندرية، 2019.
160. عصام سليمان موسى: المدخل في الاتصال الجماهيري، ط6، إثراء للنشر والتوزيع، عمان، 2012.
161. عصام عبد الهادي: الإخراج الصحفي للعناصر التيبوغرافية والجرافكية، دار النهضة العربية، القاهرة، 1998.
162. عقيل حسين عقيل: خطوات البحث العلمي: من تحديد المشكلة إلى تفسير النتيجة، ط1، دار ابن كثير، بيروت، 2010.

163. علي سالم عاشور وآخرون: دراسات في الاتصال والإعلام، ط1، ألفا للوثائق، قسنطينة، 2020.
164. علي عبد الرحمان عواض: صحافة الإنترنت في العالم العربي، الواقع والتحديات، كلية الاتصال والدراسات والبحث العلمي، الشارقة، 2006.
165. علي عبد الفتاح كنعان: الصحافة الإلكترونية في ظل الثورة التكنولوجية، ط1، دار اليازوري العلمية للنشر والتوزيع، عمان، 2014.
166. علي عبد الفتاح كنعان: إدارة المؤسسات الإعلامية، ط1، دار اليازوري للنشر والتوزيع، عمان، 2016.
167. علي عبد الفتاح كنعان: الإعلام الدولي والعولمة الجديدة، ط1، دار اليازوري للنشر والتوزيع، عمان، 2014.
168. علي عبد الفتاح كنعان: الصحافة الإلكترونية العربية، ط1، دار اليازوري للنشر والتوزيع، عمان، 2014.
169. علي عبد الفتاح كنعان: الصحافة الإلكترونية، ط1، دار اليازوري العلمية للنشر والتوزيع، عمان، 2014.
170. علي عبد الفتاح كنعان: الصحافة مفهومها وأنواعها، دار المعتر للنشر والتوزيع، عمان، 2014.
171. علي فرجاني: مهارات المراسل التلفزيوني وفن صناعة التقارير الإخبارية، ط1، دار أمجد للنشر والتوزيع، عمان، 2016.
172. علي فلاح الزعبي: الإعلان الفعال: منظور تطبيقي متكامل، دار اليازوري العلمية للنشر والتوزيع، عمان، 2008.
173. علي كمال شاكور: تطبيقات الإنترنت لإخصائي المكتبات والمعلومات: أسس نظرية وتطبيقات عملية، ط1، الدار المصرية اللبنانية، القاهرة، 2008.
174. علي محمد شمو: التكنولوجيا الحديثة والاتصال الدولي والإنترنت، الشركة السعودية للأبحاث والنشر، جدة، 1998.
175. عماد عمر سرحان: سر النجاح في بناء وتأسيس وإدارة المواقع الإلكترونية، ط1، العبيكان للنشر، الرياض، 2012.
176. عيسى سعيدات وآخرون: دراسات في لغة الإعلام والصحافة، ط1، ألفا للوثائق، قسنطينة، 2019.
177. عيسى محمود الحسن: إخراج الصحف والمجلات، ط2، دار زهران، عمان، 2009.
178. غاري شنايدر: كيف نستخدم الإنترنت، تر: أحمد بيطار، شعاع للنشر والعلوم، حلب، 2012.
179. غالب عبد المعطي فريجات: مدخل إلى تكنولوجيا التعليم، ط1، دار كنوز المعرفة للنشر والتوزيع، عمان، 2014.
180. غالب عوض النوايسة: الإنترنت والنشر الإلكتروني، ط1، دار صفاء للنشر والتوزيع، عمان، 2011.

181. غالب كاظم جواد الدعيمي: الإعلام الجديد اعتمادية متصاعدة ووسائل متجددة، ط1، دار أمجد للنشر والتوزيع، عمان، 2017.
182. غسان عبد الوهاب الحسن: إيديولوجيا الإخراج الصحفي، ط1، دار أسامة للنشر والتوزيع، عمان، 2012.
183. فاروق أبو زيد: فن الكتابة الصحفية، ط4، عالم الكتب، القاهرة، 1990.
184. فاضل محمد البدراني: الإعلام وتشكيل الرأي العام وصناعة القيم: الأخلاقيات والإعلام، مركز دراسات الوحدة العربية، بيروت، 2013.
185. فاطمة الزهراء نسيبة: الجريمة الإلكترونية وأثرها على الفرد والمجتمع: دراسة سوسيولوجية، ط1، ألفا للوثائق، قسنطينة، 2020.
186. فاطمة عوض صابر، ميرفت علي خفاجة: أسس ومبادئ البحث العلمي، ط1، مكتبة ومطبعة الإشعاع الفني، الإسكندرية، 2002.
187. فايزة يخلف: مسالك خطاب الصورة: المؤلف والمختلف، مركز الكتاب الأكاديمي، عمان، 2020.
188. فتحى حسين عامر: استطلاعات الرأي العام على الإنترنت، العربي للنشر والتوزيع، القاهرة، 2013.
189. فتحى حسين عامر: الصحافة الإلكترونية.. الحاضر والمستقبل، ط1، العربي للنشر والتوزيع، القاهرة، 2018.
190. فتحى حسين عامر: صحافة الفيديو: تقنياتها وإشكالياتها، العربي للنشر والتوزيع، القاهرة، 2020.
191. فداء حسين أبو دبسة، خلود بدر غيث: تكنولوجيا الطباعة والإخراج الصحفي، ط1، دار الإعصار العلمي للنشر والتوزيع، عمان، 2010.
192. فضة عباسي بصلي، محمد الفاتح حمدي: مدخل لعلوم الاتصال والإعلام، ط1، دار أسامة للنشر والتوزيع، عمان، 2017.
193. فضيل دليو: وسائل الاتصال وتكنولوجياته، منشورات جامعة منتوري قسنطينة، الجزائر، 2002.
194. فضيل دليو: التكنولوجيا الجديدة للإعلام والاتصال: المفهوم-الاستعمالات-الآفاق، ط1، دار الثقافة للنشر والتوزيع، الجزائر، 2010.
195. فضيل دليو: تاريخ الصحافة المكتوبة الجزائرية: 1830-2013، دار هومه، الجزائر، 2014.
196. فضيل دليو: تاريخ وسائل الإعلام والاتصال، ط4، دار الخلدونية للنشر والتوزيع، الجزائر، 2013.
197. فؤاد أحمد الساري: وسائل الإعلام النشأة والتطور، دار أسامة للنشر والتوزيع، عمان، 2011.
198. فؤاد عبد المنعم البكري: الإعلام الدولي، عالم الكتب، القاهرة، 2011.
199. فيصل أبو عيشة: الإعلام الإلكتروني، ط1، دار أسامة للنشر والتوزيع، عمان، 2009.

200. كامل خورشيد مراد: الاتصال الجماهيري والإعلام التطور الخصائص النظرية، ط1، دار المسيرة للنشر والتوزيع والطباعة، عمان، 2011.
201. كاملة بنت علي بن سعيد الترك الكثيري، عبد المجيد صالح بوعزة، منهجية تقييم محتوى المواقع الإلكترونية وقابلية استخدامها، ط1، دار صفاء للنشر والتوزيع، عمان، 2016.
202. لؤي خليل: الإعلام الصحفي، ط1، دار أسامة للنشر والتوزيع، عمان، 2014.
203. ماجد سالم تربان: الإنترنت والصحافة الإلكترونية: رؤية مستقبلية، ط1، الدار المصرية اللبنانية، القاهرة، 2008.
204. ماهر الذهبي: إخراج وإنتاج الصحف والمجلات، محاضرات لطلبة قسم الصحافة، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، 1987-1988.
205. ماهر عودة الشمايلة وآخرون: الصحافة الإلكترونية الرقمية، ط1، دار الإعصار العلمي للنشر والتوزيع، عمان، 2015.
206. متولي النقيب: مهارات البحث عن المعلومات وإعداد البحوث في البيئة الرقمية، ط1، الدار المصرية اللبنانية، بيروت، 2008.
207. مجد الدين خمش: العولمة وتأثيراتها في المجتمع العربي، ط1، دار مجدلاوي للنشر والتوزيع، عمان، 2010.
208. مجد الهاشمي: تكنولوجيا وسائل الاتصال الجماهيري، ط1، دار أسامة للنشر والتوزيع، عمان، 2012.
209. محسن جلوب الكناني: تقنيات الحوار الإعلامي (قناة الجزيرة نموذجاً)، ط1، دار أسامة للنشر والتوزيع، عمان، 2011.
210. محمد الجندي: الوسائط المتعددة للصحافة والإعلام، ط1، مجموعة النيل العربية، القاهرة، 2020.
211. محمد الحفناوي: بدايات الفن الصحفي، ط1، دار العلم والإيمان، مصر، 2014.
212. محمد الفاتح حمدي وآخرون: تكنولوجيا الاتصال والإعلام الحديثة: الاستخدام والتأثير، ط1، كنوز الحكمة للنشر والتوزيع، الجزائر، 2011.
213. محمد بن سعود البشر: نظريات التأثير الإعلامي، ط1، العبيكان للنشر، الرياض، 2014.
214. محمد بن عبد العزيز الحيزان: البحوث الإعلامية: أسسها- أساليبها- مجالاتها، مكتبة الملك فهد الوطنية، الرياض، 2004.
215. محمد بني يونس: الأشخاص ذوي الهمم في إطار السياق الثقافي الاجتماعي: واقع وطموحات، ط1، مركز الكتاب الأكاديمي، عمان، 2020.
216. محمد بهجت كشك: العلاقات العامة والخدمة الاجتماعية، المكتب الجامعي الحديث، الإسكندرية، 1994.
217. محمد جمال بدوي: صناعة الأخبار في عصر الذكاء الاصطناعي، ط1، دار التعليم الجامعي للنشر والتوزيع، الإسكندرية، 2023.
218. محمد حسني نصر: الإنترنت والإعلام الصحافة الإلكترونية، ط1، مكتبة الفلاح للنشر والتوزيع، العين، 2003.

- 219.** محمد شطاح: صحافة الإنترنت ومستقبل الصحافة الورقية "المكتوبة" في الجزائر، كلية علوم الإعلام والاتصال، جامعة عنابة، 2005.
- 220.** محمد شطاح: قضايا الإعلام في زمن العولمة بين التكنولوجيا والإيدولوجيا، دراسات في الوسائل والرسائل، دار الهدى للطباعة والنشر والتوزيع، عين مليلة، 2006.
- 221.** محمد شيخو معمو: كيف تصمم مواقع ويب جميلة، ط1، شعاع للنشر والعلوم، حلب، 2009.
- 222.** محمد عبد الحميد: الإعلام والاتصال على شبكة الإنترنت، عالم الكتب، القاهرة، 2007.
- 223.** محمد عبد الحميد: البحث العلمي في الدراسات الإعلامية، ط1، عالم الكتب، القاهرة، 2000.
- 224.** محمد عبد الحميد: المدونات الإعلام البديل، عالم الكتب، القاهرة، 2009.
- 225.** محمد عبد الحميد: تحليل المحتوى في بحوث الإعلام، ط1، عالم الكتب، القاهرة، 2010.
- 226.** محمد عبد الحميد، السيد بهنسي: تأثيرات الصورة الصحفية النظرية والتطبيق، ط1، عالم الكتب، القاهرة، 2004.
- 227.** محمد عبد العال النعيمي وآخرون: طرق ومناهج البحث العلمي، ط1، الوراق للنشر والتوزيع، عمان، 2014.
- 228.** محمد عمر الطنوبي: نظريات الاتصال، ط1، مكتبة ومطبعة دار الإشعاع الفنية، الإسكندرية، 2001.
- 229.** محمد فضلى: الصحافة الإلكترونية الواقع والمستقبل، دار الفجر للنشر والتوزيع، القاهرة، 2005.
- 230.** محمد لعقاب: مهارات الكتابة للإعلام الجديد، ط1، دار هومه للنشر والتوزيع، الجزائر، 2013.
- 231.** محمد محمود الحيلة: تكنولوجيا التعليم بين النظرية والتطبيق، دار الفكر للنشر والتوزيع، عمان، 2018.
- 232.** محمد مرضي الشمري: المدخل إلى دراسة العلاقات العامة والإعلام، ط1، العربي للنشر والتوزيع، القاهرة، 2016.
- 233.** محمد يونس: الصحافة الورقية والإلكترونية في دول الخليج العربي النشأة والتطور، ط1، الدار المصرية اللبنانية، القاهرة، 2014.
- 234.** محمود أحمد درويش: مناهج البحث في العلوم الإنسانية، ط1، مؤسسة الأمة العربية للنشر والتوزيع، مصر، 2018.
- 235.** محمود أدهم: التحقيق الصحفي، ط1، دار الثقافة للنشر والتوزيع، القاهرة، 1980.
- 236.** محمود خليل شريف اللبان: اتجاهات حديثة في الإنتاج الصحفي، ط1، دار العربي للنشر والتوزيع، القاهرة، 2000.
- 237.** محمود خليل: الصحافة الإلكترونية: أسس بناء الأنظمة التطبيقية في التحرير الصحفي، العربي للنشر والتوزيع، القاهرة، 1997.

238. محمود خليل: الصحافة الرقمية أسس بناء الأنظمة التطبيقية في التحرير الصحفي، ط1، العربي للنشر والتوزيع، القاهرة، 1997.
239. محمود عبد الله الخوالدة، حسين على العموش: علم النفس السياسي والإعلامي، دار الحامد، عمان، 2008.
240. محمود علم الدين: الإخراج الصحفي، ط1، العربي للنشر والتوزيع، القاهرة، 1989.
241. محمود علم الدين: الصحافة في عصر المعلومات: الأساسيات والمستحدثات، ط1، العربي للنشر والتوزيع، القاهرة، 2000.
242. محمود علم الدين: مقدمة إلى الصحافة الإلكترونية، دار السحاب، القاهرة، 2008.
243. محمود محمد جابر: الاتجاهات الحديثة في الصحافة الدولية، ط1، مكتبة الوفاء القانونية، الإسكندرية، 2015.
244. محي الدين تيتاوي: النشر الإلكتروني والإخراج الصحفي، ط1، وكالة الصحافة العربية، الجيزة، 2016.
245. مراد شلباية وآخرون: تطبيقات الوسائط المتعددة، دار المسيرة للنشر والتوزيع، عمان، 2002.
246. مرعي مذكور: الصحافة الإمكانيات التجاوزات الآفاق، ط1، دار النشر للجامعات، القاهرة، 2013.
247. مروان عبد المجيد إبراهيم: أسس البحث العلمي لإعداد الرسائل الجامعية، ط1، مؤسسة الوراق، عمان، 2000.
248. مسعود عمر نصر: إنشاء وتطوير وإدارة مواقع الإنترنت، ط2، دار صفاء للنشر والتوزيع، عمان، 2009.
249. مصطفى يوسف كافي: الإعلام المعاصر وتحديات العولمة، ط1، ألفا دوك، قسنطينة، 2017.
250. مضر زهران، عمر عدنان زهران: التعليم عن طريق الإنترنت، زهران للنشر، عمان، 2011.
251. ملفين ل.ديفلير، ساندر بول روكيتش: نظريات وسائل الإعلام، تر: كمال عبد الرؤوف، ط1، الدار الدولية للنشر والتوزيع، القاهرة، 2002.
252. منار فتحي محمد رزق: تصميم مواقع الصحف الإلكترونية، ط1، دار العالم العربي، القاهرة، 2011.
253. منال المزاهرة: نظريات الاتصال، ط1، دار المسيرة للنشر والتوزيع والطباعة، عمان، 2012.
254. منذر عبد الحميد الضامن: أساسيات البحث العلمي، ط1، دار المسيرة للنشر والتوزيع، عمان، 2007.
255. منير سليم أبو راس: مدخل في الإخراج الصحفي، قسم الصحافة والإعلام، كلية الآداب، الجامعة الإسلامية غزة، 2017.
256. مهدي سليمان النعيمي: أب ت صحافة، البحرين، 2017.

257. موريس أنجرس: منهجية البحث العلمي في العلوم الإنسانية، تر: بوزيد صحراوي وآخرون، دار القصة، الجزائر، 2004.
258. ناصر سعود الرحامنة: الاتجاهات الإعلامية الحديثة: الصحافة الإلكترونية، ط1، دار أمجد للنشر والتوزيع، عمان، 2016.
259. ناصف جاسم محمد: في فكر التصميم: نظريات ودراسات مستقبلية في التصميم، ط1، دار مجدلاوي للنشر والتوزيع، عمان، 2013.
260. نرمين علاء الدين: إدارة استراتيجيات تواصل المنظمات عبر وسائل التواصل الاجتماعي، العربي للنشر والتوزيع، القاهرة، 2020.
261. نزهة حنون: المدونات الإلكترونية والرأي العام، ط1، ألفا للوثائق، قسنطينة، 2020.
262. نصر الدين العياضي: إشكاليات الإعلام في عصر العولمة، الجزائر، كلية العلوم السياسية والإعلامية، جامعة الجزائر، 2003.
263. نصر الدين لعياضي: اقترابات نظرية من الأنواع الصحفية، ط2، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 2007.
264. نصر حسني: الإنترنت والإعلام والصحافة الإلكترونية، ط2، مكتبة الفلاح للنشر والتوزيع، العين، 2003.
265. نور الدين أحمد النادي وآخرون، الإعلان (التقليدي والإلكتروني)، مكتبة المجتمع العربي، عمان، 2011.
266. نور الدين أحمد النادي، رستم أبو رستم: فن الإخراج الصحفي، ط1، مكتبة المجتمع العربي للنشر، عمان، 2004.
267. نورالدين أحمد النادي وآخرون: التصوير الفوتوغرافي، ط1، مكتبة المجتمع العربي للنشر والتوزيع، عمان، 2009.
268. نورالدين أحمد النادي: فن الإخراج الصحفي، ط2، مكتبة المجتمع العربي، عمان، 2006.
269. هادي نعمان الهيتي: الاتصال الجماهيري المنظور الجديد، دار الشؤون الثقافية، بغداد، 1998.
270. هالة الطويل: تصميم مواقع الويب، دليل المصمم والمطور، ط1، شعاع للنشر والتوزيع، حلب، 2007.
271. هاني إبراهيم البطل: الإخراج الصحفي فن وعلم، ط1، عالم الكتب، القاهرة، 2011.
272. وسام كمال: الإعلام الإلكتروني والمحمول بين المهنية وتحديات التطور التكنولوجي، ط1، دار الفجر للنشر والتوزيع، القاهرة، 2014.
273. وسام محمد أحمد: الوسائط المتعددة في الصحافة: تصميمها وإنتاجها، العربي للنشر والتوزيع، القاهرة، 2018.
274. وليد رفيق العياصرة: تكنولوجيا التعليم والتعليم الإلكتروني، ط1، دار أسامة للنشر والتوزيع، نبلأ ناشرون وموزعون، عمان، 2017.

275. يوسف تمار: تحليل المحتوى للباحثين والطلبة الجامعيين، طاكسيج كوم للدراسات والنشر والتوزيع، الجزائر، 2007.

• رسائل جامعية:

276. أشرف صالح: "دراسة مقارنة بين الطباعة البارزة والملساء وأثر الطباعة الملساء في تطور الإخراج الصحفي"، رسالة دكتوراه غير منشورة، كلية الإعلام، القاهرة، 1983.

277. إلهام بوتلجي: "الصحافة الإلكترونية الجزائرية واتجاهات القراء: دراسة مسحية لجمهور جريدة الشروق أون لاين"، مذكرة ماجستير، قسم علوم الإعلام والاتصال، جامعة الجزائر 3، 2010.

278. أمنة قجالي: "التفاعلية في الصحافة الإلكترونية- دراسة في استخدامات وإشباع النخبة الأكاديمية الجزائرية: دراسة تحليلية ميدانية"، أطروحة دكتوراه، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، جامعة باتنة، 2017.

279. أمنة نبیح: "المدونات العربية الإلكترونية المكتوبة بين التعبير الحر والصحافة البديلة"، رسالة الماجستير في علوم الإعلام والاتصال، جامعة الجزائر 2، 2008.

280. إنصاف أحمد عبد الكريم معروف: "تقنيات التصميم الصحفي وانعكاساتها في الصحافة المحلية والدولية دراسة مقارنة بين صحيفتي الرأي العام السودانية والشرق الأوسط الدولية في الفترة من يناير 2013 إلى ديسمبر 2013"، أطروحة دكتوراه، كلية الدراسات العليا، جامعة السودان، 2015.

281. بورقة سمية: "الصحافة الإلكترونية في الجزائر: دراسة تحليلية ميدانية للتفاعلية في الصحافة الإلكترونية الجزائرية (الشروق أون لاين، الخبر أون لاين، النهار أون لاين) أنموذجاً"، رسالة دكتوراه، كلية علوم الإعلام والاتصال والسمعي والبصري، قسم الاتصال والعلاقات العامة، جامعة قسنطينة 3، 2015.

282. تيميزار فاطمة: "إسهامات الإنترنت في تطوير الصحافة المكتوبة في الجزائر"، رسالة ماجستير في علوم الإعلام والاتصال، كلية العلوم السياسية والإعلام، جامعة الجزائر، 2008.

283. حسن حسين حسين: "تصميم الصحف الإلكترونية العربية دراسة تطبيقية على عينة من الصحف الإلكترونية والعاملين في مراحل التصميم"، رسالة دكتوراه، جامعة أم درمان الإسلامية، كلية الإعلام، السودان، 2012، ص 51. متوفرة على الرابط: <http://search.mandumah.com/Record/786321>

- 284.** حمادة نور طابع السمان : "تصميم الصفحة الرئيسية في مواقع الصحف العربية والعالمية على شبكة الإنترنت: دراسة تحليلية مقارنة"، رسالة ماجستير غير منشورة، كلية الآداب، قسم الإعلام، جامعة المنيا، 2007.
- 285.** حميدة بن معزوز: "خصائص وسمات الصحافة الإلكترونية الجزائرية: دراسة وصفية تحليلية لصحيفتي "الجزائر تايمز" و"Algerie 360"، أطروحة دكتوراه، جامعة الأمير عبد القادر، قسنطينة، 2021.
- 286.** خالد بن فيصل الفرم: الصحافة الإلكترونية وتطبيقاتها: دراسة مقارنة على عينة من الصحف العربية والأمريكية، أطروحة الدكتوراه، كلية الدعوة والإعلام، قسم الإعلام، جامعة الإمام محمد بن سعود، السعودية، 2006.
- 287.** رابح عمار: "الصحافة الإلكترونية وتحديات الفضاء الإلكتروني...دراسة ميدانية للصحافة الإلكترونية الجزائرية"، أطروحة دكتوراه، قسم علوم الإعلام والاتصال، جامعة وهران، 2017.
- 288.** زينب ليث عباس: "الأساليب الفنية للإعلان في شبكة المعلومات العالمية"، رسالة ماجستير، كلية الإعلام، جامعة بغداد، 2006.
- 289.** شهيناز لعبدلي: "الصحافة الإلكترونية الجزائرية: دراسة تحليلية ميدانية"، أطروحة دكتوراه، كلية علوم الإعلام والاتصال والسمعي البصري، جامعة قسنطينة 3، 2017.
- 290.** صالح بن زيد بن صالح العنزي: "إخراج الصحف السعودية الإلكترونية في ضوء السمات الاتصالية لشبكة الإنترنت: دراسة وصفية تحليلية"، رسالة ماجستير، كلية الدعوة والإعلام، قسم الإعلام، جامعة الإمام محمد بن سعود الإسلامية، 2006.
- 291.** عبد الدايم عادل المهدي: "اتجاهات القارئ العربي نحو الصحافة الإلكترونية: دراسة تطبيقية على عينة من القراء العرب بدولة قطر خلال الفترة من 2001-2002"، رسالة ماجستير، كلية الإعلام، جامعة أم درمان الإسلامية، السودان، 2006.
- 292.** عبد الدايم عادل المهدي: "اتجاهات القارئ العربي نحو الصحافة الإلكترونية: دراسة تطبيقية على عينة من القراء العرب بدولة قطر خلال الفترة من 2001-2002"، رسالة ماجستير، كلية الإعلام، جامعة أم درمان الإسلامية، السودان، 2006، متوفرة على الرابط: <http://search.mandumah.com/Record/564211>
- 293.** عبير محمد سليم لبد: "إخراج مواقع الصحف الفلسطينية اليومية على شبكة الإنترنت: دراسة تحليلية مقارنة"، رسالة ماجستير، كلية الآداب، قسم الصحافة، الجامعة الإسلامية، غزة، 2014.

- 294.** علي قسايسية: "المنطلقات النظرية والمنهجية لدراسات التلقي، دراسة نقدية تحليلية لأبحاث الجمهور بالجزائر"، أطروحة لنيل شهادة دكتوراه دولة في الإعلام والاتصال، جامعة الجزائر، 2006.
- 295.** غازي خالد محمد: "الصحافة الإلكترونية العربية الالتزام والتجاوز في الخطاب والطرح"، أطروحة دكتوراه منشورة، كلية الإعلام، جامعة PHU الأمريكية، 2009.
- 296.** قوراري صونية: "اتجاهات جمهور الطلبة نحو الصحافة الإلكترونية"، شهادة ماجستير في الإعلام والاتصال، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، جامعة بسكرة، 2011.
- 297.** ليث عبد الستار عيادة الهبيبي: "التعددية السياسية والإعلامية وأثرها في بناء القصة الخبرية في الصحافة الإلكترونية: دراسة تطبيقية على عينة من الصحف الإلكترونية العراقية"، رسالة ماجستير، قسم الصحافة بكلية الإعلام، القاهرة، 2011.
- 298.** ماجد حبيب: "التفاعلية في المواقع الإلكترونية للصحف اليومية الفلسطينية: دراسة تحليلية"، رسالة ماجستير، كلية الإعلام والآداب، قسم الصحافة والإعلام، الجامعة الإسلامية، غزة، 2014.
- 299.** محمد الشربيني: "أساليب تصميم مجلات الأطفال الإلكترونية على شبكة الإنترنت وعلاقتها بتعرض الأطفال لهذه المجالات: دراسة في التقنيات والجمهور والقائم بالاتصال"، رسالة دكتوراه منشورة في كتاب صحافة الأطفال الإلكترونية، دار العالم العربي، القاهرة، 2008.
- 300.** محمد بن عبد الله العودة وآخرون: "الأسس التشكيلية في تصميم غلاف مجلة الإمامة"، بحث مقدم لاستكمال درجة الماجستير بقسم الإعلام، كلية الدعوة والإعلام، جامعة الإمام محمد بن سعود الإسلامية، الرياض، 1984.
- 301.** محمد مليك: "النشر الإلكتروني ومستقبل الصحافة المطبوعة"، رسالة ماجستير في علوم الإعلام والاتصال، جامعة الجزائر، 2006.
- 302.** محمود علم الدين: "مستحدثات الفن الصحفي في الجريدة"، رسالة دكتوراه غير منشورة، جامعة القاهرة، مصر، 1984.
- 303.** مروة إبراهيم سليمان: "تقنية طباعة الصحف اليومية ودورها في تدعيم الإعلان التجاري أمام منافسة وسائل الإعلان الإلكترونية (دراسة حالة على صحيفة الأهرام للفترة 1960-2000)"، رسالة ماجستير غير منشورة، كلية الإعلام والاتصال، جامعة القاهرة، 2003.
- 304.** مريم نريمان نوما: "استخدام مواقع التواصل الاجتماعي وتأثيره في العلاقات الاجتماعية: دراسة عينة من مستخدمي موقع الفيسبوك في الجزائر"، رسالة ماجستير

غير منشورة، كلية الإعلام والاتصال/الإعلام وتكنولوجيا الاتصال الحديثة، جامعة الحاج لخضر -باتنة-، الجزائر، 2012.

305. منار فتحي محمد رزق: "تصميم المواقع الإلكترونية للصحف المصرية على شبكة الإنترنت: دراسة مقارنة في التقنيات والقائم بالاتصال والجمهور"، رسالة دكتوراه غير منشورة، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، 2012.

306. نوير بنت سيف بتال الدغليبي العتيبي: "أسلوب البوابة في إخراج الصحف السعودية الإلكترونية"، بحث تكميلي لنيل درجة الماجستير في الصحافة والنشر الإلكتروني، كلية الدعوة والإعلام، قسم الإعلام، جامعة الإمام محمد بن سعود الإسلامية، 2010.

307. نوير بنت سيف بتال الدغليبي العتيبي: "أسلوب البوابة في إخراج الصحف السعودية الإلكترونية: دراسة وصفية تحليلية على صحيفة الرياض الإلكترونية"، رسالة ماجستير، قسم الإعلام، كلية الدعوة والإعلام، تخصص الصحافة والنشر الإلكتروني، جامعة الإمام محمد بن سعود الإسلامية، المملكة العربية السعودية، 2010.

308. هيثم مؤيد: "تأثير الأساليب الإخراجية للصحف الإلكترونية على تذكر الطلاب للمحتوى الصحفي المقدم بها دراسة شبه تجريبية على عينة من طلاب الجامعة"، رسالة دكتوراه غير منشورة، جامعة المنصورة، 2010.

309. وسام زكي قشطة: "واقع المخرج الصحفي في الصحافة الفلسطينية: دراسة ميدانية"، رسالة ماجستير، كلية الآداب، الجامعة الإسلامية بغزة، 2018.

310. يمينة بلعالي: "الصحافة الإلكترونية في الجزائر: بين تحدي الواقع والتطلع نحو المستقبل"، رسالة ماجستير، كلية العلوم السياسية والإعلام، قسم علوم الإعلام والاتصال، جامعة الجزائر، 2006.

• الدوريات:

- 311.** أبو السعود إبراهيم: "الإنترنت والمهارات الصحفية، دراسة عن تجربة الأهرام واستراتيجية التوعية والإعلام لتعزيز المحتوى الرقمي العربي"، مجلة الدراسات الإعلامية، (العدد 111)، أبريل 2003.
- 312.** انتصار إبراهيم عبد الرزاق: "خصائص الإخراج الصحفي بالحاسوب في الصحافة العراقية"، مجلة الآداب، (العدد 87)، كلية الآداب، جامعة بغداد، 2008.
- 313.** جعفر هشام: "الصحافة الإلكترونية في مصر: الواقع والتحديات"، الدراسات الإعلامية، المركز العربي الاقليمي للدراسات الإعلامية للسكان والتنمية والبيئة، (العدد 114)، مارس 2004، متوفر على الرابط:
<http://search.mandumah.com/Record/729179>
- 314.** حلمي محسب: "التوجهات الموضوعية والنظرية والمنهجية لدراسات الإنترنت: بالتطبيق على عينة من المجلات المصرية والأمريكية"، مجلة الدراسات الإنسانية المنوفية، 2007.
- 315.** خالد منصر: "دور الصحافة الإلكترونية في تكوين الرأي العام مقارنة نظرية"، مجلة تاريخ العلوم، جامعة زيان عاشور الجلفة، (العدد 11)، مارس 2018.
- 316.** خلود العصيمي: "أدوات التحرير الإلكتروني في الصحافة الإلكترونية السعودية: دراسة مسحية على القائم بالاتصال"، المجلة العربية للإعلام وثقافة الطفل، المؤسسة العربية للتربية والعلوم والآداب، (العدد 7)، أبريل 2019، متوفرة على الرابط:
<http://search.mandumah.com/Record/955276>
- 317.** رامي أكرم شريم: "الإعلام العربي في الإنترنت"، مجلة الإذاعات العربية، اتحاد إذاعات الدول العربية، (العدد 1)، 2001.
- 318.** سالت محمد الطيب: "تحدي الوسيط الإعلامي الجديد الصحافة الإلكترونية"، مجلة الحقوق والعلوم الإنسانية، جامعة زيان عاشور بالجلفة، (العدد 7)، فيفري 2011.
- 319.** سعد كاظم حسن: "السرد والخبر الصحفي الإلكتروني: مقارنة سيميائية"، مجلة الباحث الإعلامي، جامعة بغداد، (المجلد 8)، العدد (33، 34)، 2016، ص 192.
- 320.** سعد كاظم حسن: "أولويات أوجه الثراء الإعلامي لدى مستخدمي الصحف الإلكترونية العراقية"، مجلة الباحث الإعلامي، جامعة بغداد، (المجلد 8)، (العدد 32)، 2016.

- 321.** سعيد الغريب: "الصحيفة الإلكترونية والورقية.. دراسة مقارنة في المفهوم والسمات الأساسية بالتطبيق على الصحف الإلكترونية المصرية"، المجلة المصرية لبحوث الإعلام، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، أكتوبر – ديسمبر 2002.
- 322.** سلوى أحمد أبو العلا: "تصميم المواقع الإلكترونية في ضوء الاتجاهات الحديثة (دراسة تحليلية من المستوى الثاني)"، المجلة العلمية لبحوث الصحافة، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، (العدد14)، 2018
- 323.** سمير صبحي: "تأثير التكنولوجيا الحديثة على إنتاج الصحيفة اليومية إيجابيا وسلبيا"، مجلة دراسات إعلامية، (العدد43)، 1986.
- 324.** السيد بخيت: "الصحافة وآفاق المستقبل"، جريدة البيان الإماراتية، 6/آب/1996.
- 325.** شريف درويش اللبان: "الاتجاهات العالمية الحديثة في استخدامات الوسائل الإلكترونية في الإخراج الصحفي"، المجلة المصرية لبحوث الإعلام، (العدد7)، جويلية 2000.
- 326.** الصادق الحمامي: "تجديد الإعلام مناقشة حول هوية الصحافة الإلكترونية"، المجلة العربية للإعلام والاتصال، الجمعية السعودية للإعلام والاتصال، جامعة الملك سعود، (العدد5)، نوفمبر 2009. متوفر على الرابط:
<http://search.mandumah.com/Reord/337237>
- 327.** الصادق رابح: "الصحافة الإلكترونية وعصر الواب"، المجلة المصرية لبحوث الرأي العام، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، (المجلد9)، (العدد3)، يونيو 2009، ص201، 259. متوفر على الرابط:
<http://search.mandumah.com/Record/954442>
- 328.** عارف رشاد: "شبكات الاتصال في الدول العربية"، عالم الكمبيوتر، (العدد88)، أفريل 1995.
- 329.** عبد الكريم علي الديبسي، زهير ياسين الطاهات: "دور شبكات التواصل الاجتماعي في تشكيل الرأي العام لدى طلبة الجامعات الأردنية، العلوم الإنسانية والاجتماعية"، مجلة دراسات، (المجلد40)، (العدد1)، الأردن، 2013.
- 330.** عدنان الحسيني: "مواقع الإعلام العربي وأزمة استيعاب الإنترنت"، مجلة إنترنت العالم العربي، (المجلد1)، (العدد4)، جانفي 1998.
- 331.** علي قسايسية: "مدخل لإشكالية جمهور الواب"، المجلة الجزائرية للاتصال، جامعة الجزائر، (العدد18)، جوان 2004.

332. عمران الهاشمي المجذوب: "أساليب ومدارس إخراج الصفحة الأولى بالصحف"، مجلة جامعة الزيتونة، (العدد15)، جامعة الزيتونة، متوفر على الرابط:
<http://search.mandumah.com/record/841056>

333. فوزي عبد الغني خلاف: "العناصر البنائية في الصحف العربية الإلكترونية: دراسة تحليلية مقارنة على صحف الأهرام والأنوار والشرق الأوسط"، مجلة كلية الآداب، جامعة الزقازيق، (العدد 28)، أبريل 2000.

334. فيصل إلياس: "صحافة العالم ومقروئية الصحف"، مجلة الإنترنت والمجتمع السعودية، (العدد7)، 2002.

335. كهينة سلام: "اقتصاديات الصحافة المكتوبة الورقية والإلكترونية"، مجلة الحكمة للدراسات الإعلامية والاتصالية، مؤسسة كنوز الحكمة للنشر والتوزيع، (العدد7)، جوان 2016، متوفر على الرابط:
<http://search.mandumah.com/Record/769902>

336. لجين بنت محمد بن علي أحمد باقاسي: "الاتجاهات الحديثة لإخراج صحافة البيانات (الإنفوجرافيك) في الصحف السعودية"، المجلة العربية للإعلام والاتصال، الجمعية السعودية للإعلام والاتصال، جامعة الملك سعود، (المجلد20)، (العدد30)، 2018.

337. لغروس محمد: "الصحافة الإلكترونية بالمغرب: إكراهات وتحديات"، مجلة الفرقان، (العدد77)، 2016، متوفر على الرابط:
<http://search.mandumah.com/Record/937124>

338. ماجد سالم تربران: "فن التقرير الصحفي في المواقع الإخبارية الفلسطينية"، مجلة جامعة الأقصى (سلسلة العلوم الإنسانية)، فلسطين، (المجلد16)، (العدد2)، جوان 2012.

339. ماجد سالم تربران، عبير محمد لبد: "تصميم وإخراج المواقع الإلكترونية الإخبارية الفلسطينية: دراسة تحليلية مقارنة"، مجلة الجامعة الإسلامية للبحوث الإنسانية، الجامعة الإسلامية غزة، (المجلد25)، (العدد2)، 2017.

340. محمد الفاتح حمدي: "واقع الصحافة الإلكترونية وأثرها على مستقبل الصحافة الورقية: دراسة تحليلية"، مجلة التراث، جامعة الجلفة، (العدد17)، مارس 2015.

341. محمد سلامة: "الصحافة الإلكترونية.. السلطة الخامسة"، مجلة الفن الإذاعي، اتحاد الإذاعة والتلفزيون، العدد(197)، جانفي 2010.

342. محمد فريد محمود عزت: "الصحافة الإلكترونية التفاعلية: النشأة والتطور والمميزات والسلبيات"، اللجنة الوطنية القطرية للتربية والثقافة والعلوم، (المجلد40)،

(العدد 175)، مارس 2011. متوفر على الرابط

<http://search.mandumah.com/Record/127523>

343. مسعودان نسمة وآخرون: "رهانات الصحافة الإلكترونية"، المجلة العربية للعلوم الاجتماعية، المؤسسة العربية للاستشارات العلمية وتنمية الموارد البشرية، (المجلد 1)، (العدد 13)، يناير 2018.

344. نجوى عبد السلام فهمي: "تجربة الصحافة الإلكترونية المصرية والعربية الواقع وآفاق المستقبل"، المجلة العلمية لبحوث الإعلام، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، (العدد 4)، ديسمبر 1998.

345. نجوى فهمي: "التفاعلية في المواقع الإخبارية العربية على شبكة الإنترنت: دراسة تحليلية"، المجلة المصرية لبحوث الرأي العام، (المجلد 2)، (العدد 4)، جامعة القاهرة، القاهرة، أكتوبر - ديسمبر 2001.

346. نصر الدين العياضي: "الصحافة الجزائرية في بيئة الواب: إرهابات التغيير"، المجلة الجزائرية للعلوم الاجتماعية والإنسانية، جامعة الجزائر 3، (العدد 6)، جوان، 2016.

347. نوار الصفتي: "الصحافة الدولية وبنيتها على الإنترنت: دراسة وصفية تحليلية"، المجلة المصرية لبحوث الإعلام، (العدد 3)، أكتوبر/ ديسمبر 2000.

348. وليد محمد عمشه، أروى ظبيان: "استخدامات طلبة الجامعات الأردنية لثراء مبتكرات شبكات التواصل التفاعلية والإشباع المحققة (دراسة مسحية)"، مجلة جامعة القدس المفتوحة للأبحاث والدراسات، جامعة القدس، (العدد 42)، 2017.

• مؤتمرات وملتقيات علمية:

349. أحمد محمد الأمين موسى: "توظيف الوسائط المتعددة في الإعلام الإلكتروني العربي"، ورقة عمل مقدمة لمؤتمر صحافة الإنترنت: "الواقع والتحديات" المحور الثاني تقنيات وبرمجيات الصحافة الإلكترونية"، الشارقة، نوفمبر 2005.

350. بخيت السيد: "تأثير تكنولوجيا الاتصال الحديثة على الممارسات الصحفية في الصحافة العربية"، ضمن أبحاث المؤتمر العلمي الخامس لكلية الإعلام المنشورة في كتاب تكنولوجيا الاتصال: الواقع والمستقبل، القاهرة، 2019.

351. جاسم محمد الشيخ جابر: "الصحافة الإلكترونية العربية: دراسة تحليلية لعينة من الصحف العربية"، أبحاث المؤتمر الدولي: الإعلام الجديد: تكنولوجيا جديدة. لعالم جديد، جامعة البحرين، 7 - 9 أبريل 2009.

352. جمال بوعجيمي، بلقاسم بروان: "الصحافة الإلكترونية في الجزائر واقع وآفاق"، مؤتمر صحافة الإنترنت، جامعة الشارقة، 2015.

353. جمال غيطاس: "الصحافة الإلكترونية"، المؤتمر الرابع للصحفيين، مجموعة المكتبيين العرب، القاهرة، 2005.

354. حاتم الصريدي: "الصحف الإلكترونية البحرينية: دراسة في تقييم واجهة الاستخدام والوصول إلى المعلومات"، مجلة أبحاث المؤتمر الدولي: الإعلام الجديد: تكنولوجيا جديدة... لعالم جديد، جامعة البحرين، 7-9 أبريل 2009.

355. رضا عبد الواحد أمين: "الإمكانات التقنية في مواقع الصحف الإلكترونية العربية: دراسة تحليلية لعينة من الصحف العربية على الإنترنت"، مؤتمر الإعلام العربي والإنترنت، المنظمة العربية للتنمية الإدارية، شرم الشيخ، مصر، أغسطس 2006.

356. رضا عبد الواحد أمين: "الإمكانات التقنية في مواقع الصحف الإلكترونية العربية: دراسة تحليلية لعينة من الصحف العربية على الإنترنت"، مؤتمر الإعلام العربي والإنترنت، المنظمة العربية للتنمية الإدارية، شرم الشيخ، مصر، أغسطس 2006.

357. سعيد محمد الغريب النجار: "التفاعلية في الصحف العربية على الإنترنت"، أبحاث المؤتمر الدولي: الإعلام الجديد: تكنولوجيا جديدة. لعالم جديد، جامعة البحرين، 7-9 أبريل 2009.

358. شريف درويش اللبان: "حرية التعبير والرقابة في وسائل الإعلام الجديدة"، بحث مقدم إلى مؤتمر ثورة الاتصال والمجتمع الخليجي، جامعة السلطان قابوس، مسقط، 2002.

359. الصادق رابح: "إعلام المواطن بين الخطابات الاحتفائية والرؤى المعارضة"، ورقة بحثية غير منشورة، المؤتمر الدولي الثاني عشر للجمعية العربية الأمريكية لأساتذة الاتصال، دبي، 27-31 أكتوبر 2007.

360. عبد الأمير الفيصل: "الصحافة الإلكترونية مقاربة أولية"، مؤتمر صحافة الإنترنت في الوطن العربي الواقع والتحديات، جامعة الشارقة، كلية الاتصال، الشارقة، 22 نوفمبر 2005.

361. النعمي السائح العالم: "الممارسة المهنية للصحفيين في الصحافة الإلكترونية"، ملتقى الصحافة الإلكترونية مستقبل وسائل الإعلام في العصر الرقمي، المنظمة العربية للتنمية الإدارية، القاهرة، نوفمبر 2010، متوفر على الرابط:
<http://search.mandumah.com/Record/122413>

362. نور الدين البيار: "تجربة الرابطة المغربية في الصحافة الإلكترونية"، ملتقى الصحافة الإلكترونية: مستقبل وسائل الإعلام في العصر الرقمي، المنظمة العربية للتنمية الإدارية، القاهرة، نوفمبر 2010.

• المقابلات:

363. مقابلة عبر تطبيق Discord: مع السيد "Daniel Shifano" مختص في تصميم واجهات المواقع والتطبيقات، بتاريخ 2023/03/15.
364. مقابلة عبر تطبيق Discord: مع السيد "Michal Malewicz" مختص في تصميم واجهات المواقع والتطبيقات، بتاريخ 2023/03/20.

ثانياً: باللغة الأجنبية:

• Dictionnaires :

365. Le dictionnaire du Français, edition n°2, Hachette, Paris, 1989.
366. Sally Wehmeier, Michael Ashby: Oxford Advanced Learner's Dictionary of current English, Sixth edition, Oxford University press, UK, 2000.

• Ouvrages:

367. Edmund Arnold: Modern Newspaper Design, (1), Harper & Row, New York, 1969.
368. Ethan Marcotte: Responsive Web Design, Jeffrey Zeldman, New York, 2011.
369. Hollander, E.P: Social psychology, Fourth ed, Oxford University Press, New York, 1981.
370. Jacqueline Aglietta : Mesure de l'audience des Médias et de L'Internet, Médias, E-Médias, La documentation Française, Paris, 2001.
371. Jean Miot : Bill Gates ne tuera pas Gutenberg, Médias, E-Médias, La documentation française, Paris, 2001.
372. Jennifer Niederst Robins: Learning Web Design, 5th Edition, OReilly, Canada, 2018.

373. Livingston, Sonia, **Young People and New Media Childhood and Changing Media Environment**, First Edition, Sage Publications, London, 2002.
374. M Harrower: **the newspaper designer's handbook**, ed 5, MC Graw_Hill, Imprint of New York, NY, 2002.
375. Pierre Albert, Nathalie Sonnac : **La presse Française au défi du numérique**, 8^{-ème} édition, la documentation, Paris. 2014.
376. Powell, Thomas, **Web Design: The complete Reference**, 2nd ed. McGraw-Hill, New York, 2002.
377. Randy Reddick and Elliot King: **Online Journalist, Using the Internet and Other Electric Resources**, Second Edition, Harcourt Brace College publishers, Orlando, 1997.
378. UN, the global information society: **A statistical view, for development partnership on measuring ICT**, Santiago, 2008.
379. Yves Agnès : **Manuel de journalisme -L'écrit et le numérique**, 3^{-ème} édition, édition la Découverte, Paris, 2015.
- **Mémoires et Thèses :**
380. Alshehri, F., "**Electronic Newspapers on the Internet: A study of the production and consumption of Arab dailies on the world wide web**", (Unpublished Doctor Thesis), Department of Journalism Studies, University of Sheffield UK, 2000.
381. Donaghy R.: "**Evaluating Online Newspapers Using Established Web Design Guidelines**". (Unpublished Master Thesis), School of Information and Library science, University of North Carolina, USA, 2002.

• **Articles :**

382. Carina Ihlström, Jonas Lundberg: "A Genre Perspective on Online Newspaper Front page design", **Journal of Web engineering**, Vol.5(5), Rinton press, 2004.

383. Choi, Y. K., & Rifon, N. J.: "Antecedents and consequences of web advertising credibility: A study of consumer response to banner ads", **Journal of Interactive Advertising**, 3(1), 2002.

384. Christophe Deleu : "Les médias et l'Internet en France", **les cahiers du journalisme**, revue N°4, Janvier 1998.

385. Deuze, M, "The web and its journalisms: Considering the consequences of different types of news media online", **New Media & Society**, 5, 2003.

386. Eric S, Fredin and Prabu David: "Browsing and the hypermedia interaction cycle, A model of self-Efficacy and goal dynamics", **in J&MC Quarterly**, Vol.75, N°.1, 1998.

387. Jesus Gonzalez et al., "Web Newspaper Layout Optimization Using Simulated Annealing", **Man & Cybernetics**, Vol. 32, N°. 5, University of Granda, Spain, October 2002.

388. Khattak, A, Nasir, M & Sultan, K: "The Role of Information Technology in Media Industry", **International Journal of Business and Social Science**, Vol. 3 N°1, 2012.

389. Li, X., "Web Page Design and Graphic Use of Three U.S. Newspapers", **Journalism and Mass Communication Quarterly**, Vol. 75, N°. 2.1998.

390. Li, Xigen, "Web Page Design and Graphic use of three Newspapers", **Journalism Quarterly and Mass Communication**, Vol 75, No.2, Summer 1998.

391. Parlakkiliç, A.: "Evaluating the effects of responsive design on the usability of academic websites in the

pandemic", Educ Inf Technol, 27, 2022, <https://doi.org/10.1007/s10639-021-10650-9>.

392. Sadoc HAMMAMI : "Eléments d'une méthodologie d'analyse de la presse électronique", revue Tunisienne de la communication, N°46. Juillet-décembre. 2006.

393. Scholl, A : "Sampling Journalists", Communications, 21(3), 1996.

394. Utt, S., & Pasternack, S.: "Front Page Design: Some Trends Continue", Newspaper Research Journal, Vol. 24, N°. 3, summer 2003.

ثالثًا: مواقع الإنترنت:

395. "What is a User Interface (UI)? lesson 4: UI Principles, User Experience Nanodegree", Udacity, <https://classroom.udacity.com/nanodegrees/nd578/parts/c564aa14-a306-4a27-b2cf-46fc80dc433e/modules/721ef6c4-d283-460a-bc7d-a917d0770260/lessons/f091b548-0ad8-466a-b98b-5a0632e7fa94/concepts/310b86d8-9c44-4c59-84a3-210ee7265f87>.

396. Aigars Silkalns: "19 Best Newspaper Website Designs 2023", July 25, 2023, retrieved from: <https://colorlib.com/wp/newspaper-website-design,27/07/2023>.

397. Duò, Matteo: "9 Quick Ways to Improve Page Loading Speed." HubSpot Blog, 15 Oct. 2020, <https://blog.hubspot.com/marketing/how-to-reduce-your-websites-page-speed>.

398. Ivan Tuchkov: Color blindness: "how to design an accessible user interface", Aug 22, 2018, retrieved 15/10/2022 at: <https://uxdesign.cc/color-blindness-in-user-interfaces-66c27331b858>

399. Jakob Nielsen: **Accessible Design for Users with Disabilities**, September 30, 1996, Nielsen Norman Group, retrieved: 15/10/2022 at: <https://www.nngroup.com/articles/accessible-design-for-users-with-disabilities/>

400. Kyle Prinsloo: **Web design & beyond**, studywebdevelopment.com, 2019.

401. Muller, Britney: "Page Speed Optimization: Metrics, Tools, and How to Improve — Best of Whiteboard Friday." Moz, 3 July 2020, <https://moz.com/blog/page-speed-optimization>.

402. Noémie Lamory: "Designing a responsive online newspaper — a UX case study", Feb 10, 2019, retrieved from: <https://uxdesign.cc/responsive-web-design-1d83ae86334a>, 27/07/2023.

403. W3C: **مقدمة لولوجية الويب**، منشور بتاريخ: 2019/07/16، على الرابط: <https://www.w3.org/WAI/fundamentals/accessibility-intro/ar>، تم الولوج بتاريخ: 2022/10/15.

404. تم استخدام الأداة المقدمة من شركة غوغل للتأكد من تجاوز صفحات الويب على الأجهزة النقالة مثل الهواتف المحمولة واللوح الإلكتروني (Tablet)، ورابط موقع هذه الأداة هو: <https://search.google.com/test/mobile-friendly?hl=fr>.

405. تم الاستعانة عند إجراء المقابلات بتطبيق يقدم خدمة اتصالات صوتية ومرئية ونصية يستعملها أكثر من مئة مليون شخص للتواصل مع بعضهم البعض. رابط التطبيق على شبكة الإنترنت: <https://discord.com>.

406. الحوارية: **ما هو التصميم التفاعلي**، تاريخ الولوج: 2022/10/31، الرابط: <https://programs.edraak.org/learn/course/interactiondesign-v>

407. الحوارية: **ما هي ال Gestalt principles** - الجزء الاول، تاريخ الولوج: 2022/10/31، الرابط:

<https://programs.edraak.org/learn/course/interactiondesign-v1>

408. قام الباحث بتحويل وحدة القياس المستخدمة في حجم الخطوط وهي البيكسل إلى بنط، من خلال الموقع المتوفر على الرابط:

<https://www.translatorscafe.com/unit-converter/en-US/typography/>

421. موقع: <https://www.squarespace.com/about/company>، تاريخ الزيارة: 2023/05/21، الساعة: 21:20.
422. موقع: <https://www.figma.com/about/>، تاريخ الزيارة: 2023/05/10، الساعة: 15:10.
423. موقع: <https://www.sketch.com/about-us/>، تاريخ الزيارة: 2023/05/10، الساعة: 15:05.
424. موقع: <https://www.wix.com/about/us>، تاريخ الزيارة: 2023/05/21، الساعة: 23:00.

الملاحق

جامعة محمد خيضر – بسكرة

كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية

قسم الإعلام والاتصال

استمارة تحليل المواقع الإلكترونية:

في إطار إنجاز أطروحة دكتوراه ل.م.د تخصص صحافة مكتوبة

تحت عنوان: **الاتجاهات الإخراجية في الصحافة الإلكترونية الجزائرية**

دراسة وصفية تحليلية لصحيفتي "الشعب أونلاين" و" TSA"

إشراف الأستاذ الدكتور:

أ.د جفافة داود

إعداد الطالب:

بلعدي معمر

يشرفني أن أضع بين أيديكم استمارة تحليل المضمون التي تندرج في إطار إنجاز أطروحة دكتوراه ل.م.د تخصص صحافة مكتوبة تحت عنوان: "الاتجاهات الإخراجية في الصحافة الإلكترونية الجزائرية: دراسة وصفية تحليلية لصحيفتي "الشعب أونلاين" و" TSA" لذا نرجو منكم التكرم بتحكيم هذه الاستمارة المستعملة في هذه الدراسة.

شكرا على حسن تعاونكم

استمارة تحليل المضمون

1. العناصر البنائية الإخراجية:

1.1. العناصر البنائية الأساسية:

لا تقاس	تقاس	الفئات الفرعية	الفئات
		<p>1.1.1.1. الخط المستخدم</p> <ul style="list-style-type: none"> - نوع خط العنوان - حجم خط العنوان - نوع خط المتن - حجم خط المتن - عدد الخطوط المستخدمة 	<p>1.1.1. العناصر البنائية التقليدية</p>
		<p>2.1.1.1. أشكال العناوين المستخدمة</p> <ul style="list-style-type: none"> - العناوين الثابتة - العناوين المتغيرة - العناوين الرئيسية - العناوين المجمعمة - العناوين الفرعية 	
		<p>3.1.1.1. الصور المستخدمة</p> <p>1.3.1.1.1. صيغ الصور</p> <ul style="list-style-type: none"> - Gif - Jpg - Png <p>2.3.1.1.1. أنواع الصور</p> <ul style="list-style-type: none"> - صور شخصية 	

		<ul style="list-style-type: none"> - صور موضوعية - رسوم وصور ساخرة (كاريكاتير، صور مركبة ساخرة) <p>3.3.1.1.1. أحجام الصور</p> <ul style="list-style-type: none"> - صور كبيرة - صور متوسطة - صور صغيرة 	
--	--	---	--

		<p>2.1.1. العناصر البنائية الإلكترونية</p> <p>1.2.1.1. شريط الصور المتحرك</p> <ul style="list-style-type: none"> - شريط لعدة أحداث - شريط لأحدث واحد 	
		<p>2.2.1.1. الوسائط المتعددة</p> <ul style="list-style-type: none"> - النصوص - مقاطع الفيديو - المقاطع الصوتية - الرسوم المتحركة 	
		<p>3.2.1.1. الروابط الفائقة</p> <ul style="list-style-type: none"> - رابط فائق خارجي - رابط فائق داخلي - رابط فائق محلي <p>1.3.2.1.1. أشكال الروابط الفائقة</p> <ul style="list-style-type: none"> - أيقونات - الصور كروابط - العناوين كروابط - كلمات قوائم التجوال - زر (Button) 	

2.1. العناصر البنائية المساعدة:

لا تقاس	تقاس	الفئات الفرعية	الفئات
		1.1.2.1. الألوان في العناوين	1.2.1. الألوان
		2.1.2.1. الألوان في المتون	
		3.1.2.1. الألوان في الأرضيات	
		1.2.2.1. البياض	2.2.1. عناصر الفصل
		2.2.2.1. الخطوط	
		3.2.2.1. الإطارات	
		4.2.2.1. الصور كفواصل	

3.1. العناصر البنائية الثابتة في الصفحة الرئيسية:

لا تقاس	تقاس	الفئات الفرعية	الفئات
		1.1.3.1. شعار الصحيفة الإلكترونية - موقع الشعار • رأس الصفحة جهة اليمين • رأس الصفحة في الوسط • رأس الصفحة جهة اليسار - نوع الشعار • مكتوب	1.3.1. مكونات هوية الصحيفة الإلكترونية

		<ul style="list-style-type: none"> ● مصور ● مكتوب ومصور - صيغة الشعار - ثابت - متحرك 	
		<p>2.1.3.1. معلومات عن الصحيفة</p> <ul style="list-style-type: none"> - معلومات عن الناشر - معلومات عن هيئة التحرير - العنوان البريدي - رقم الفاكس والهاتف - تاريخ الإنشاء 	
		<p>1.2.3.1. عرض الصفحة الرئيسية</p>	<p>2.3.1. مساحة الصفحة الرئيسية</p>
		<p>2.2.3.1. ارتفاع الصفحة الرئيسية</p>	
		<p>1.3.3.1. رأس وجسم وذيل الصفحة</p>	<p>3.3.1. أجزاء الصفحة الرئيسية</p>
		<p>2.3.3.1. رأس وجسم الصفحة</p>	
		<ul style="list-style-type: none"> - أيقونة صندوق البحث 	<p>4.3.1. أيقونات رأس وذيل الصفحة</p>
		<ul style="list-style-type: none"> - أيقونات مواقع التواصل الاجتماعي 	
		<ul style="list-style-type: none"> - أيقونات الخدمات الداعمة 	

		– أيقونة الأرشيف الإلكتروني	
		– أيقونات الوصلات الملاحية	

		1.5.3.1. نوع قوائم التجول – القوائم المنبثقة – القوائم المنسدلة – قوائم القفز	5.3.1. قوائم التجوال في الصفحة الرئيسية
		2.5.3.1. أساليب عرض قوائم التجوال – نموذج رأس ويسار الصفحة وأسفل الصفحة – نموذج يمين أو يسار الصفحة – نموذج أعلى وأسفل الصفحة	

4.1. العناصر البنائية الثابتة التفاعلية في الصفحة الرئيسية:

لا تقاس	تقاس	الفئات الفرعية	الفئات
		1.1.4.1. محركات البحث بحث داخلي – البحث البسيط – البحث المتقدم بحث خارجي	1.4.1. العناصر البنائية الثابتة التفاعلية المعلوماتية:

		2.1.4.1. الأرشيف الإلكتروني	
		3.1.4.1. خريطة الموقع	
		4.1.4.1. الخدمات الداعمة <ul style="list-style-type: none"> - القرآن الكريم - مواقيت الصلاة - حالة الطقس - خدمة RSS - أسعار العملات - الاشتراك بالقائمة البريدية - الاشتراك بالنسخة المطبوعة - الاشتراك بالنسخة المدفوعة - خدمة التكوين في مجال الإعلام والصحافة - عروض التوظيف - تسلية - حفظ المواد الإعلامية - طباعة المواد الإعلامية - ربط الصحيفة بالفضائيات - ربط الصحيفة بالقنوات الإذاعية 	

		<p>1.2.4.1. البريد الإلكتروني</p> <p>– بريد إلكتروني خاص بموقع الصحيفة</p> <p>– بريد إلكتروني لمحرر الصحيفة</p> <p>– بريد إلكتروني لأقسام الصحيفة</p>	<p>2.4.1. العناصر البنائية الثابتة التفاعلية الاتصالية</p>
		<p>2.2.4.1. الشبكات الاجتماعية الرقمية</p> <p>– Facebook</p> <p>– Tiktok</p> <p>– Twiter</p> <p>– LinkedIn</p> <p>– Instagram</p> <p>– Youtube</p>	
		<p>3.2.4.1. المنتديات</p>	
		<p>4.2.4.1. استطلاعات الرأي</p>	
		<p>5.2.4.1. غرف الدردشة</p>	

2. أساليب إخراج وعرض الصفحة الرئيسية:

الفئات	الفئات الفرعية	تقاس	لا تقاس
1.2. سرعة تحميل الصفحة الرئيسية	/		
2.2. أساليب إخراج الصفحة الرئيسية	1.2.2. أسلوب الوحدات الإلكترونية		
	2.2.2. أسلوب البوابة الإلكترونية		
	3.2.2. أسلوب الوحدة الإلكترونية		
	4.2.2. الأسلوب المختلط		
3.2. أساليب عرض الصفحة الرئيسية	1.3.2. الأسلوب الرأسي		
	2.3.2. الأسلوب الأفقي		
	3.3.2. الأسلوب المختلط		
4.2. التصميم المتجاوب للصفحة الرئيسية مع الشاشات المختلفة	1.4.2. شاشة الكمبيوتر		
	2.4.2. شاشة اللوح الإلكتروني		
	3.4.2. شاشة الهاتف النقال		

3. أشكال وأنواع الإعلانات في الصفحة الرئيسية:

الفئات	الفئات الفرعية	تقاس	لا تقاس
1.3. عدد الإعلانات ومساحتها	/		
2.3. شكل الإعلانات	1.2.3. إعلانات ثابتة		
	2.2.3. إعلانات متحركة		
3.3. نوع الإعلانات	1.3.3. إعلانات تجارية		
	2.3.3. إعلانات خدمية		
	3.3.3. إعلانات سياسية		
3.4. موقع الإعلانات	1.3.4. أعلى الصفحة		
	2.3.4. وسط الصفحة		
	3.3.4. هامش الصفحة		
	4.3.4. أسفل الصفحة		

ملخص الدراسة :

– ملخص باللغة العربية

– ملخص باللغة الإنجليزية

المُلخَص :

تستهدف الدراسة وصف ورصد واقع إخراج وتصميم مواقع الصحف الجزائرية اليومية على شبكة الإنترنت من جانب البناء العام للموقع، والاتجاهات الإخراجية التي تبنتها، ووصف العناصر البنائية المكوّنة للصفحة الرئيسية لموقعي صحيفتي الدراسة.

وتتنمي هذه الدراسة إلى الدراسات الوصفية، التي تهدف إلى توصيف البناء العام لمواقع الصحف الجزائرية على شبكة الإنترنت بما يحتويه من عناصر بنائية، واستكشاف أساليب عرض المواد التحريرية على الصفحة الرئيسية، وقد استخدمت الدراسة منهج المسح، كما استخدمت أداة تحليل المضمون كأداة أساسية لتحليل الصحيفتين الإلكترونيتين الجزائريتين "الشعب أونلاين" و"TSA" والتي تم اختيارهما بطريقة عمدية، أما العينة الزمنية للدراسة فقد حددت مدة شهر كامل متواصل ابتداء من 2023/05/20 إلى غاية 2023/06/19. واستعانت الدراسة بأداتي الملاحظة والمقابلة كأدوات مساعدة لجمع المعلومات.

وقد توصلت الدراسة إلى مجموعة من النتائج أهمها:

- الصفحة الرئيسية لموقع صحيفة "TSA" أسرع تحميلا من الصفحة الرئيسية لموقع "الشعب أونلاين" وأطول منها. إضافة إلى أن مساحة الصفحة الرئيسية لموقع "TSA" أكبر من مساحة الصفحة الرئيسية لموقع صحيفة "الشعب أونلاين".
- عدم استخدام الرسوم المتحركة والمقاطع الصوتية تماما في كلا موقعي الصحيفتين عينة الدراسة.
- اعتماد أسلوب البوابة الإلكترونية في إخراج الصفحة الرئيسية لصحيفة "الشعب أونلاين"، أما صحيفة "TSA" فقد اعتمدت على الأسلوب المختلط في إخراج صفحتها الرئيسية.
- استخدمت كلتا الصحيفتين الإلكترونيتين "الشعب أونلاين" و"TSA" أسلوب العرض الرأسي في عرض الصفحة الرئيسية.
- تصميم كلتا صفحتي البداية لكلا موقعي الصحيفتين "الشعب أونلاين" و"TSA" متجاوب مع شاشات الأجهزة الذكية.
- الاستخدام المحدود والضعيف للإعلانات في صحيفة "الشعب أونلاين" وحضورها بقوة في صحيفة "TSA".

الكلمات المفتاحية : الصحافة الإلكترونية الجزائرية، إخراج الصحف الإلكترونية، العناصر البنائية الإخراجية، التصميم الصحفي، الإخراج الصحفي.

Abstract

The study aims to describe and observe the reality of the design and layout of the Algerian daily newspaper websites on the Internet from the perspective of the general structure of the site, the layout trends that they adopted, and the description of the structural elements that make up the homepage of both study sites.

This study belongs to the descriptive studies, which aim to describe the general structure design of Algerian online newspapers with its structural elements and explore the methods of presenting the editorial materials on the homepage. The study used the survey method. The content analysis tool is the principal tool for analyzing the two Algerian electronic newspapers. We selected the study sample from online Algerian newspapers intentionally. For the temporal sample of the study, the researcher determined it in one month from 20/05/2023 to 19/06/2023. In addition, the study used observation and interview tools for collecting information.

The study reached a set of results, the most important of which are:

- The homepage of the "TSA" newspaper website is faster to load than the homepage of the "Echaab" Online website and longer than it. In addition, the area of the homepage of the "TSA" website is larger than the area of the homepage of the "Echaab" Online newspaper website.
- Both online newspapers did not use animation and audio clips.
- The "Echaab" Online newspaper adopted an online portal style in its homepage design, while the "TSA" newspaper adopted a mixed style in its homepage design.
- Both online newspapers used the vertical display style to show the homepage.

- The homepage design for both online newspapers is responsive to the screens of smart devices.
- Limited and minimum use of Ads on the "Echaab" online newspaper homepage, while the "TSA" online newspaper published considerable Ads on its homepage.

Keywords: Algerian electronic journalism, Electronic newspapers layout, Layout structural elements, Journalistic design, Journalistic layout.