

1430هـ/2009م

الإعلام والنشر الإلكتروني على الانترنت

أ.م.د. مؤيد قاسم الخفاف*

تاريخ القبول: 2009/1/21

تاريخ التقديم: 2008/7/24

المقدمة

بعد ربط الشبكات المحلية ببعضها وظهور الانترنت حدثت تغييرات جذرية في مجمل وسائل الاتصال وأصبح المنتج الثقافي والمعلوماتي والإخباري والترفيهي يتخذ طابعاً عالمياً وظهرت كيانات ضخمة بعد سياسات الدمج التي تبنتها بعض الشركات للسيطرة على الأسواق العالمية من شبكات الراديو والتلفزيون ونظم الحاسبات وفي مجال صناعة الالكترونيات كل ذلك اثر على طبيعة العمل الإعلامي وعلى المنتج الإعلامي والمعلوماتي وعلى حق الاتصال وشهدت الشبكة تغييرات جذرية وأصبحت "الشيء الحقيقية". وأصبح الإعلام الإلكتروني مسألة حيوية وضرورية في مجمل الحياة العامة وفي الإعلام والاقتصاد والسياسة والعلم والمعلومات والإدارة والتوزيع وغيرها وظهرت وسائل متعددة تسهل عملية الإعلام والتواصل وأصبح لدور النشر العالمية والجامعات ومراكز البحوث والمعلومات والمكتبات والجامعات والأشخاص والشركات مواقع خاصة على الشبكة، وتسارعت كل وسائل الإعلام إلى اختيار مواقع لها وأصبح من غير الممكن لأي وسيلة ان لا يكون لها موقع على الشبكة ولذلك أصبح الإعلام الإلكتروني على الانترنت حقيقة واقعة انتشر بسرعة وازداد تأثيره وحجمه خلال مدة قصيرة. ومن هنا جاءت أهمية تناول هذا الموضوع والتعريف بالإعلام الإلكتروني وبيداياته وتأثيره على وسائل الاتصال خاصة بعد ظهور أشكال متعددة للإعلام الإلكتروني واكتساحها الساحة الإعلامية، وقد جاء البحث في خمسة مباحث، تناول الأول العولمة وتأثيرها على صناعة الاتصال ووسائله وعلى حق الاتصال والتطورات التكنولوجية وظهور الانترنت وانتشارها على نطاق واسع. وتطرق المبحث الثاني إلى التطورات

* قسم المعلومات والمكتبات/ كلية الآداب/ جامعة الموصل.

التي أحدثتها الانترنت في الفضاء الإعلامي وخاصة بعد دخول الكمبيوتر إلى كل مفاصل العمل الصحفي، وعرض المبحث الثالث التعريف بالإعلام الإلكتروني وماهيته ثم مميزاته وأسباب انتشاره. أما المبحث الرابع فقد اقتصر على أشكال الإعلام الإلكتروني والتعريف بالصحافة الإلكترونية وبداية ظهورها ثم المدونات وبدايتها ثم اليوتيوب الذي ظهر حديثاً، وأسباب الانتشار السريع الذي حظيت به هذه الأشكال وتأثيراتها على العملية الإعلامية ووسائلها المختلفة. أما المبحث الخامس فقد تطرق إلى الإعلام الإلكتروني لما له من تأثير وأهمية كبيرة على كل وسائل الإعلام وخاصة أن النشر الإلكتروني استقطب الإعلام فأثر إيجابياً على الإعلام الإلكتروني وأشكاله المختلفة وأعطاه دعماً كبيراً يقابل ذلك انحسار الإعلام في وسائل الإعلام التقليدية الأخرى فأفقدتها عاملاً مهماً من عوامل ديمومتها. ثم تناول الواقع الإعلامي الحالي الذي يشهده العالم وفي الأخير قدم المبحث خلاصة لمدى تأثير الإعلام الإلكتروني على وسائل الإعلام الأخرى مع تقديم بعض الاستنتاجات المهمة.

1430هـ/2009م

المبحث الأول

العولمة وصناعة الاتصال وظهور الانترنت

العولمة وصناعة الاتصال : ظهر البعد العولمي للاتصال مع ربط الشبكات المحلية بعضها ببعض، وظهور الانترنت التي أحدثت تغييرات جذرية على المستوى العالمي في مجمل المعطيات المتعلقة بهذا الميدان⁽¹⁾. وأدت العولمة إلى ظهور خدمات اتصالية متحررة من النظم والقيود الحكومية وفتحت المجال أمام تأسيس خدمات اتصالية إلكترونية غير حكومية لتعزيز القدرة على المنافسة في السوق الإعلامية الدولية، وجعلت المنتج الثقافي والمعلوماتي والإخباري والترفيهي في مجال الصناعة والاستهلاك يتخذ طابعا عالميا برغم الترويج للثقافة العالمية والكونية. وأدى اتجاه صناعة الاتصال الجماهيري إلى التركيز في كيانات ضخمة، وإلى امتداد هذا التركيز من السلاسل الصحفية إلى شبكات الراديو والتلفزيون ونظم الكابل والحاسبات الإلكترونية وصناعة الإلكترونيات، وفي حالات كثيرة تمتد أنشطة هذه الكيانات الإعلامية العملاقة إلى تملك إدارة أعمال أخرى ليس لها علاقة بإدارة الاتصال، وهو ما يؤدي إلى تشكيل كيانات جديدة بين ملاك المكونات المادية وملاك المحتوى الإعلامي فيؤثر على طبيعة العمل الإعلامي بكل مفاصله⁽²⁾. ومع زيادة الاندماج بين الوسائل التكنولوجية، واندماج العديد من القنوات الاتصالية كانت النتيجة زيادة تأثير البعد التجاري والاقتصادي على المنتج

(1) د. الصادق الرايح، الإعلام والتكنولوجي الحديثة، الطبعة الأولى، العين، دار الكتاب

الجامعي، 2004، ص 78 و79.

(2) د. الصادق الرايح، وسائل الإعلام والعولمة، مجلة المستقبل العربي، العدد 543، أيار،

1999، ص 23-37.

الإعلامي والمعلوماتي⁽¹⁾، فقد شهدت السنوات القليلة الماضية بروز شركات عالمية عملاقة تبنت استراتيجيات التحالف والدمج، كوسيلة للسيطرة على الأسواق، أو لمواجهة المنافسين، وفي ظل تزايد الاتجاه نحو إدارة بلا حدود جغرافية وخاصة مع تطور شبكات المعلومات والاتصالات وظهور الانترنت والتجارة الإلكترونية، وهو ما يترك تأثيرات كبيرة على حق الوصول لوسائل الاتصال ومدى تنوع أسواقها والكم الهائل من الخيارات المعرفية والثقافية التي يطرحها، ومدى تمتع الإعلاميين باستقلاليتهم في عملهم. وكان من ابرز الصفقات التي عقدت في عام 2001، اندماج شركة (أمريكا أون لاين) التي تدير انجح بوابة الكترونية في أمريكا مع شركة (تايمز وارنر) وهي واحدة من اكبر شركات النشر والاتصال في العلم، بصفقة قدرت بـ (365 مليار دولار)، وفي سوق الاتصالات السلكية واللاسلكية مثلاً تتحكم خمس شركات فقط بـ 50% من المبيعات، وكذلك في سوق أجهزة المحولات الهاتفية العامة التي تتحكم فيها خمس شركات بـ 76% من هذه السوق، فدعا البعض إلى النظر بريبة إلى اندماج وسائل الإعلام في عدد محدد من الشركات الغربية المتعددة الجنسيات وتأثير ذلك على مفهوم حق الاتصال باعتبار أن هيمنة المحتوى الغربي الذي تروج له هذه الشركات يؤدي إلى تخلف الهويات الثقافية والوطنية في العديد من الأمم⁽²⁾.

التطورات التكنولوجية وظهور الانترنت: شهد العالم منذ الربع الأخير من القرن الماضي الكثير من الانجازات التكنولوجية الحديثة التي ساهمت في زيادة فعالية وسائل الاتصال الحديثة، فكانت أشرطة الفيديو والكابل سنوات السبعينيات، ثم القنوات الإذاعية (FM)، والتليماتيك (الاستعمال المقترن لتكنولوجية المعلوماتية ووسائل الاتصال في إنتاج وبث توزيع ومراقبة المعلومات)، والمعلوماتية،

(3) د. عواطف عبد الرحمن، مجلة الدراسات الإعلامية، 1998، ذكر في د. السيد بخيت، الانترنت وسيلة اتصال جديدة، الجوانب الإعلامية والصحفية، والتعليمية والقانونية، العين: دار الكتاب الجامعي، 2004، ص56.

(2) Leslie Regan Shade (1999) "Whose Right to Communication" paper presented to Citizens at the Crossroads: Whose Information Society, London, Oct. 21-24.

والتلفزيون عالي الأداء، ثم التلفزيون التفاعلي وأخيراً الانترنت والطرق السيارة للمعلومات⁽¹⁾.

وشهدت شبكة الانترنت خلال السنوات الأخيرة تغيرات جذرية ليس في الميدان الأكاديمي والعلمي فقط بل تجاوزته إلى عوالم أخرى، فوصلت في أولاً إلى مختبرات الأبحاث الخاصة، ثم إلى مجموعة المؤسسات بكل أنواعها، وحينئذ إلى الجمهور. ويمكننا التمييز بين مرحلتين في تطور هذا النظام الاتصالي الجديد، مرحلة السبعينيات والثمانينيات حيث كانت الشبكة في خدمة الميدان العلمي فقط، ثم مرحلة التسعينيات، حيث بدأت عملية إنشاء "شبكة عنكبوتية" عالمية امتدت لتشمل المؤسسات التجارية والجمهور. ففي المرحلة الأولى، قام الفاعلون ببناء إطار اجتماعي وتقني يمثل رؤاهم ومصالحهم، ووضعوا ما أطلق عليه البعض "الشيء . الحدود"، ومعنى ذلك أنهم قاموا بجعل الانترنت تقنية يتقاسمون فيها بينهم ولا تتعدى حدودها إطار الأهداف التي حددها لهذه التقنية. وفي المقابل، فإن انترنت التسعينيات لم تأخذ شكلها النهائي، إذ يمكن اعتبارها "الشيء . الحقيقية"، وهذا يعني أن معالمها لم تتحدد بعد، فهي كالحقبة توضع فيها أشياء كثيرة غير متناسقة في غالب الأحيان. إن القرية الانترنتية تمكن أعضائها على اختلاف توجهاتهم من تقريب اهتماماتهم في المجالات الثقافية والبحثية والاجتماعية والعلمية، والتسليية واللعب، والرياضة، والهوايات... الخ والتواصل والتعاون معها بطريقة تفاعلية تختصر الحواجز المادية والمعنوية، وإجمالاً فإن هذه "الاحتياجات" المعرفية وورشات التواصل التفاعلي سيطبعان بالتأكيد الخريطة الجديدة لجغرافية المعارف وطرائق تشكلها وتقاسمها وتوزيعها⁽²⁾ وأوجدت الشبكة أجواء افتراضية في العديد من العلوم والمعارف فظهر مصطلح المكتبة الافتراضية والصحيفة الافتراضية والطب الافتراضي والجامعة الافتراضية والندوات الافتراضية والتسوق الافتراضي والتجارة الافتراضية والحكومة الافتراضية... الخ واستطاعت الانترنت تجميع رجال الأعمال في معرض افتراضي كبير وشركات افتراضية، أو

(2) د. الصادق الربيع، الإعلام والتكنولوجيا، م.ن، ص 185-188.

(1) م.ن، ص 191-194 و198-201.

سوق دولية افتراضية ضخمة، حيث كل شيء يتم بسرعة، ويتجه مع الأيام نحو مزيد من الفعالية. كما ظهر مصطلح الواقع الخائلي وهو مفهوم جديد إضافته تكنولوجيا المعلومات إلى قاموس الحياة المعاصرة وينظر إليه على انه بيئة اصطناعية لممارسة الخبرات بصورة اقرب ما تكون إلى تلك التي في دنيا الواقع، وبمعنى آخر إقامة عوالم ميكروية رقمية من خلال تكنولوجيا المحاكاة قوامها الرمز، وذلك من اجل ممارسة التجارب والخبرات قبل القيام بها في عالم الواقع (1). وظهر مصطلح اخر هو (الهجرة الخائيلية للعماله) وهو نزيف العقول عن بعد الناجم عن الهجرة الفعلية للعقول وتوظيف العقول والكفاءات في مجال تكنولوجيا المعلومات والاتصال لجهات خارجية على الرغم من تواجد هذه العقول في بلدانها(2). وهكذا فان هذه التكنولوجيا ساهمت في إيجاد وخلق طرائق جديدة وفعالة في المجالات التجارية والطبية والعلمية والرياضية والمكتبية والاقتصادية وف مجمل الحياة العامة، لذلك فان الكثير من الدول تسعى إلى دمج هذا المشروع في إستراتيجيتها المستقبلية القائمة على إعطاء أولوية خاصة للتكنولوجيات الجديدة باعتبارها إحدى المرتكزات الأساسية لمجتمعات الألفية الثالثة. وهكذا أدى اندماج الاتصالات والبرمجيات والشبكات إلى ظهور الإعلام الالكتروني (3) وأصبح هذا الإعلام مسألة حيوية وضرورية في مجال الإنتاج والإدارة والتوزيع بشكل عام وفي مجال إنتاج المعلومات وتداولها وحفظها بشكل خاص، وأصبح الحاسب الآلي الوسيط الذي يتم من خلاله تكامل عملية الإعلام الالكتروني باستعمال وسائط متعددة كالأقراص المرنة والأقراص المدمجة أو من خلال الشبكات الالكترونية العنكبوتية كالانترنت، ويتم من خلالها تقديم المواد المطبوعة وغير المطبوعة

(1) د. نبيل علي، تحديات عصر المعلومات، مكتبة الأسرة، القاهرة، الهيئة المصرية العامة للكتاب، 2003. ص94 و190.

(2) م.ن، ص33.

(3) د. احمد أنور بدر، النشر الالكتروني ومشكلاته المعاصرة، " النشر الالكتروني وتأثيره على مجتمع المكتبات والمعلومات"، أبحاث ودراسات المؤتمر العلمي الثاني لمركز بحوث نظم وخدمات المعلومات بالتعاون مع قسم المكتبات والوثائق والمعلومات بكلية الآداب، جامعة القاهرة، 1999/6/25، إعداد وتحرير د. محمد فتحي عبد الهادي، المكتبة الأكاديمية، 2001، ص28.

1430هـ/2009م

بصيغة مضغوطة أو مدعومة بوسائط متعددة كالأصوات والرسوم والصور الثابتة والمتحركة وتتميز تقنيات الحاسوب بالمرونة والدمج بين أكثر من وسيلة في خزن المعلومات واسترجاعها ومعالجتها، وأصبح متاحاً منذ مطلع القرن الحادي والعشرين تداول المعلومات الكترونياً من خلال الحواسيب المرتبطة بشبكة المعلومات وبالأخص الإنترنت. وتشير الدلائل إلى أن التواصل عن بعد عبر الوسيط الإلكتروني سيقبل مفهوم التواصل اللغوي الذي اعتدنا عليه من حيث طبيعة العلاقة بين المرسل والمستقبل أو من حيث تنوع أشكال التواصل واتساع نطاقه وتعدد مطالب فعالياته، وأتاح الإنترنت لأي مؤلف أن يطرح أفكاره أو ينشرها على الملأ أو يوجهها لفئة معينة من المشاركين بعيداً عن سيطرة الناشرين. إنها عملية الإعلام الفوري من غير حاجة إلى سكرتارية تحرير أو طباعة أو تجليد أو توزيع⁽¹⁾. وأصبح لدور الإعلام العالمية والجامعات ومراكز البحوث والمعلومات مواقع الكترونية يستطيع المستفيد من خلالها تصفح المعلومات بسرعة فائقة وأتاح هذا الإعلام وضع كميات ضخمة من المعلومات على أقراص CD وتسويقها واستعمالها في المكاتب والمنازل وأصبحت الإنترنت من أقوى أسلحة العولمة المضادة والتصدي لمظاهر الظلم، وأصبح الإعلام الإلكتروني سلاحاً في يد الضعيف لمواجهة عنف القوى القابضة على زمام السلطة، وأصبح إعلاماً جديداً لا يسعى إلى تهميش جماهيري، أو تحويل المواطنين إلى كتل صامتة، إعلاماً يتيح للمتفاعل (المتلقي) وسائل عملية للنفاذ إلى أعماق مضمون ما يتلقاه ليتفاعل معه إيجابياً ويشارك برأيه وفعله في توجيه العمل الثقافي، إعلاماً غير مضلل، لا يحابي السلطة ولا يسلب حق جماهيره في أن تعرف الحقيقة تحت ذريعة الأمن، ولا يخفي وراء وسائله أهواء من يراعاه من ممولي الإعلانات والدعاية وهكذا تزايد دور الإنترنت يوماً بعد يوم كوسيط إعلامي مثير سواء أكان في الصحافة التفاعلية أم الإعلام التلفزيوني التفاعلي⁽²⁾. وأصبح الإعلام الإلكتروني وسيلة فعالة لا يمكن الاستغناء عنها.

(1) د. نبيل علي، م.ن، ص 77 و 208.

(2) م.ن، ص 150 و 226 و 246 و 258.

المبحث الثاني

التغيرات التي أحدثتها الانترنت في الفضاء الإعلامي ودخول الكمبيوتر

دفعت ثورة المعلومات وتكنولوجيا الاتصال وظهور الانترنت إلى إعادة التفكير في النظام الإعلامي الدولي، وإعادة مناقشة مفاهيم حقوق الإنسان والتنمية والمعلوماتية والتدفق المعلوماتي وحرية التعبير وحرية الإعلام وصناعة الإخبار، وتقديم مفاهيم جديدة لحل الإشكاليات الاتصالية والإعلامية القديمة⁽¹⁾. وصياغة السياسات الاتصالية الجديدة والتي تشهد تحولاً تاريخياً نحو مزيد من المنافسة، والاندماج، والخصخصة، والعولمة، والرقمنة، والليبرالية وتطبيق مفهوم آليات السوق على الخدمات المعلوماتية والإعلامية⁽²⁾. ومن وجهة نظر العملية الاتصالية فإن الانترنت تتنوع فيها أطراف المشاركين كمصادر ويتبادل القائم بالاتصال والجمهور أدوار المرسل والمستقبل معاً وتختفي مفاهيم حراس البوابة. ويمكن أن يكون الاتصال من طرف واحد إلى طرف آخر، ومن طرف إلى عدة أطراف، أما جمهور الانترنت فيمكن أن يكون واحد من ملايين محتملين وكذلك يمكن أن يتحول دوره من مجرد جمهور إلى منتج للرسالة. كما ان الانترنت تزيد من فعالية أشكال الحق في الاتصال، سواء أكان رأياً أم فكرةً أم إبداعاً أم معلومةً أم غيرها، إذ يمكن إعادة نسخها بسهولة وتوزيعها للملايين في اللحظة ذاتها والسماح بمشاركة الآخرين في تفعيلها مع سهولة حفظها وتخزينها واسترجاعها وإعادة إنتاجها في صور جديدة. والانترنت كوسيلة اتصالية كونية تساعد في خلق نظام اجتماعي واقتصادي يتسم باللامركزية، وإنها ذات طابع عالمي عابر للحدود الجغرافية يُمكن جميع دول العالم من الاتصال مع بعضها بشكل دائم ومن غير حواجز أو رقابة. وتتيح الانترنت إدخال البيانات والمعلومات

(1) د. مصطفى المصمودي، العرب في المجتمع المعلوماتي، دبي مؤسسة البيان للطباعة والنشر، 1997، ص93.

(2) Hamelink, Gees j. (2000). Human Development in World Communication and Information, 1999-2000, Report Paris.

1430هـ/2009م

ونشرها في ثوانٍ معدودة لا تخضع لهيمنة منظمة أو مؤسسة حكومية أو غير حكومية. وتتمتع بسيادة على مساحات افتراضية ليس لها روابط أو صلات مكانية أرضية، لها تأثيرها على عالم الاقتصاد والتجارة، وأتاحت سوقاً أمام الملايين من التجار والمستهلكين ويسرت أمامهم سبل الحصول على السلع والخدمات بلا حاجة إلى الانتقال من مكان إلى آخر. وان الانترنت تعد بمثابة مجتمع افتراضي يعلو فوق الحدود ويخترق الزمان ويتجاوز قدرات كل سلطة سياسية أو تشريعية أو تنفيذية. وتتسم باللامركزية، فذلك يحد من إمكانية التحكم فيها أو ممارسة الرقابة عليها من قبل أي جهة أو فرد أو حكومة وهي تجسد احد أهم مظاهر التعددية الاتصالية.⁽¹⁾

دخول الكمبيوتر صناعة الصحف: بدأ الصحفيون في منتصف التسعينيات يدركون أهمية وقيمة الكمبيوتر والانترنت وقواعد المعلومات والوسائل التكنولوجية والاتصالية الحديثة في حياتهم اليومية كصحفيين وبدأوا يتكيفون مع هذا العالم الرقمي الجديد، وتزايد استخدام مصادر المعلومات الالكترونية والأرشيفات الالكترونية. وهو ما جعل استخدام الكمبيوتر في الصحف لأجل جمع المتن، وتحليل الإحصائيات، وتصميم الصفحات وعرض الجغرافيكس شيئاً أساسياً. واخذ بعض الصحفيين بجمع الأخبار وكتابتها وتحليلها وتحريرها وتوضيحها⁽²⁾. وتزايد عدد الصحف التي تستخدم الانترنت منذ عام 1995⁽³⁾، حيث وفرت الانترنت للصحفيين فرصاً عديدة لتطوير مهاراتهم في البحث والتحليل والتغطية⁽⁴⁾، وسمحت لهم بالوصول إلى كم كبير من المعلومات بسرعة ومن مصادر متعددة، وتعمق أبعاد الموضوعات، وهي أيضاً تساعد في الاطلاع على الفنون الصحفية، وإجراء

(1) د. السيد بخيت، م.ن، ص19 و20 و67 و239.

(2) Garrison, B. Computer-assisted reporting. Hillsdale, Nj: Lawrence, Erlbaum Associates, 1995a.

(3) Lucinda Davenport, et al. Computers in Newsrooms of Michigan's newspapers. NRJ. No.17, Vol.3-4, Sum 1996, pp.14 -27.

(4) Bruce Garrison. Online Services, Internet in 1995 Newsroom, NRJ. Vol.18, No.3-4 sum/Fall 1997, pp.79-93.

الحوارات والتحقيقات والتعامل مع الأخبار ووكالات الأنباء، ومصادر الأخبار والمعلومات، والإحصائيات والتحقق من مصداقيتها وتقييمها ومقارنتها مع المعلومات الأخرى المتوفرة في مواقع أخرى، وتساعد في التغطية السريعة والفورية للأحداث، والاتصال المباشر بصناع الأحداث، وإجراء حوارات فردية وجماعية، مكتوبة ومرئية ومسموعة، وتنفيذ تحقيقات صحفية حول أحداث وموضوعات في مجالات متنوعة ومن أماكن متعددة، إضافة إلى استحداث أشكال صحفية واتصالية جديدة مثل عقد المؤتمرات عن بعد⁽¹⁾. وبدأت الصحف باستخدام الإعلام الإلكتروني وزادت من عدد صفحاتها⁽²⁾. كما أن التطبيقات الالكترونية في الصحف عملت على تنمية العملية الإبداعية لدى مستخدميها وطورت مهارات ومواهب الصحفيين⁽³⁾. وأن تأثير التكنولوجيا الجديدة امتد إلى الأشكال والممارسات الصحفية، وإعداد القصص المتعمقة والحصول على خلفيات الموضوعات، وتقييم الاتجاهات العامة والإعداد للحوارات وفحص المعلومات⁽⁴⁾. ومع دخول الانترنت الفضاء الصحفي حدث الكثير من التغيرات سواء فيما يتعلق بالأشكال والأنماط الصحفية أم بالممارسات الصحفية، فالانترنت والصحافة الالكترونية من جهة والصحافة المطبوعة من جهة أخرى تتبادلان تقديم المعلومات كل منهما للأخرى، فتقنيات الانترنت مكنت الصحافة الالكترونية من استعمال أساليب جديدة ومتطورة في تقديم موادها وفي الإخراج وتصميم الصفحات واستخدام الصور والأشكال وغيرها. كل ذلك سيمكن الصحافة المطبوعة أيضاً من الاستفادة من هذه الأساليب في تطوير إنتاج نسخها الورقية، وسيصبح ذلك في المستقبل القريب دافعا لها نحو المزيد من التطور، والحرص على مواكبة

-
- (1) Andrew C. Gordan, Journalism and the Internet, Media Studies Journal, Sum -18, 1995, Vol.9. No.3, p.173.
 - (2) Wilson, Homard Alan, Desktop Technology for News Paper: Use of Computer Tool. ERIC ED 38898719.
 - (3) Brill. Ann Marie, Pagination and the Newsroom: A study of implementation of New Technology, Ph.D. University of Minnesota, 1998.
 - (4) Thomas L. Jacobson and Jhon Ullman, Commercial Databases and Reporting: Opinion of News paper Journalist and Librarians, NJR. Win, 1989. pp.15-25.

1430هـ/2009م

التكنولوجيا العصرية وتقنياتها⁽¹⁾. وإن الانترنت كذلك وفرت للصحافة خدمات خاصة، ومكنت قراءها من الاطلاع على طبعاتها المحلية من خلال النسخ الالكترونية على الشبكة وأتاحت هذه الخدمة لقراء الصحيفة خارج المدن من معرفة محتواها. كما أتاحت الانترنت لقراء الصحيفة الانترنتيين الاطلاع على أرشيفها مجاناً أو بالمقابل، ومكنت الصحافة من تكثيف حضورها مع تخفيض تكاليف طباعتها وتوزيعها. واستطاعت الصحافة بفضل الانترنت من زيادة قرائها وتنوعهم⁽²⁾. وإن الانترنت ساعدت التلفزيون والصحافة الالكترونية على الانتشار وعلى اكتساح كل وسائل الإعلام الأخرى وزيادة نسب القراءة والاستماع على المستوى العالمي وفي مستوى الإيرادات الإعلانية والإعلامية، والمواقع المتعددة على الشبكة جعلتها مهيمنة على الأخبار ونشرها قبل الصحف بحدود (24) ساعة وبذلك كسرت احتكار الصحف الذي استمر مدة طويلة. وسارعت الفضائيات هي الأخرى إلى اخذ موقعها على الانترنت من خلال توفير الخطوط ذات السعة الكبيرة (برود باتير)، وصار البث التلفزيوني عبر الانترنت بالنص والصورة والفيديو حقيقة بين يدي من يريد متابعتها. وأصبحت شاشة الكمبيوتر بجانب شاشة التلفزيون في مكاتب هذه الفضائيات. وكذلك أقدمت الفضائيات على إيجاد حلول لنشر الأخبار فلجأت إلى إبراز الأخبار على الشاشة من خلال رقعة حمراء مسجل عليها بأحرف كبيرة كلمة (عاجل) لتقدم خبراً مهماً، كان لسنوات قليلة ينتظر حتى موعد نشرة الأخبار، ولم تكتف الفضائيات بذلك، بل صارت تعرض أشرطة الأخبار تحت صورة المذيع أو المذيعة أو المادة التسجيلية التي تقدمها، وهذا الشريط لا ينقطع لعناونات ومجموعة من الأخبار طيلة مدة البث التلفزيوني، فذلك يجعل المشاهد ينتظر المزيد من التفاصيل عن الأخبار المقدمة. أمام كل هذه التحديات تحاول الصحافة المطبوعة والإعلام التقليدي التصدي لهذه

(1) د. سعيد غريب، في ظل مواجهة الوسائل الأخرى، الصحافة الالكترونية الأكثر تأثيراً والأعمق فكراً، جريدة البيان الإماراتية. تموز 2002.

(2) د. الصادق الربيع، الإعلام والتكنولوجيا الحديثة، م. ن، ص 102 و 201.

المعضلات، سواء أكان من خلال اختيار موقع لها على الشبكة أم من خلال البحث عن قراء جدد، وتطوير التوزيع والترويج لحقائق جديدة وعصرنه تقنيات صناعة الصحافة. هذه التطورات انعكست أثارها ايجابيا على مهنة الصحافة ومجموعة فضائها الثقافي، وبنث فيها روحا جديدة، وأصبح من المتعذر على وسائل الإعلام الكبرى المخاطرة بالبقاء خارج الشبكة التي وفرت إمكانيات هائلة لوسيلة للاتصال بجمهورها وجلب عدد اكبر من المعلنين.⁽¹⁾

وقد أشار إمبراطور الإعلام العالمي روبرت مردوخ في نيسان عام 2005 وهو الذي يملك كبريات الصحف "تايمز" و"ذا صن" و"صن داي تايمز" في بريطانيا إلى أن الكثيرين أسأؤوا تقدير تأثير الانترنت على قطاع الصحف وطالبوا بضرورة التوجه نحو الانترنت، مشيرا إلى أن التحدي الكبير أمام الصحف هو تحويل مواقعها الالكترونية إلى المواقع المفضلة للمستخدمين. وأقدم مردوخ على شراء موقع التعارف والمدونات الشخصية الشبابي الالكتروني "ماي سبيس دوت كوم" بمبلغ (580) مليون دولار في حزيران عام 2005⁽²⁾. وقد وجدت صحيفة نيويورك تايمز الواسعة الانتشار في أمريكا أنها، بعد ظهور الانترنت والنشر الالكتروني، تخسر 10-30% من قرائها سنوياً، ومن أجل معالجة ذلك لجأت إلى وضع إستراتيجية تطوير الصحيفة، وأقدمت على بيع حصصها في ثمانى محطات تلفزيونية لكي تستمر في موقعها على الانترنت الذي كلفها (100) مليون دولار. وقد اتجهت صحيفة (الغارديان) البريطانية نحو التخصص من موقعها الالكتروني على الشبكة، حيث تقدم أربعة مواقع متخصصة، موقع للأخبار، وموقع لكرة القدم، وثالث للكريكت، ورابع للإعلانات المبوبة. وتشكل النسخة الورقية مصدرا لـ 40% من مادة هذه المواقع، واتضح إن 90% من زوار هذه المواقع يبحثون عن معلومات لا تنشر في الصحيفة الورقية المطبوعة. فصحيفة (الاندبنت) البريطانية، ومن خلال موقعها الالكتروني، وضعت كل قدراتها للتأثير في نسبة الـ 10% أو 20% أو 30% التي لا تقرأ الجريدة، وجريدة (لبراسيون) الفرنسية غيرت

(1) م.ن، ص 12- 18.

(2) "Alt = ،Private "Type" = pict

1430هـ/2009م

سياستها العامة على الانترنت شكلا ومضمونا لتكون اقرب إلى الجمهور الواسع فزادت من عدد الصفحات والأبواب والزوايا والاهتمامات، وزادت من عدد الصور الملونة لتكون أكثر تشويقاً للقراء. وصحيفة (اللوموند) اتبعت فلسفة جديدة وصيغا متجددا في الإخراج، وطورت موقعها على الانترنت، فأدى ذلك إلى زيادة عدد قراء نسخها الالكترونية يوما بعد يوم. كما استطاعت أكثر من (600) صحيفة عام 1997 تقديم خدمات صوتية للمعلومات عن الطقس والرياضة، وإتاحة الوصول إلى قواعد المعلومات الخاصة بهما على شبكة الانترنت (1). وأنشأت جريدة (واشنطن بوست) الأمريكية أول موقع إخباري الكتروني لها عام 1994، كلف تنفيذه عشرات الملايين من الدولارات، وقامت الجريدة من خلاله بنشر العديد من موضوعاتها على الشبكة مقابل بدل شهري لا يتجاوز عشرة دولارات، ويتضمن نشرة تعدها الصحيفة، ويعاد تحديثها فوراً في كل مرة تتغير فيها الأحداث مع وجود مراجع وثائقية وتاريخية وإعلانات. وقد أطلق على هذا النوع من النشر "الخبر الرقمي"، وكانت هذه بداية ظهور الإعلام متعدد الوسائط عن طريق الربط بين تقنيات الكمبيوتر وتقنيات المعلومات. (2) وشهدت المجلات حضوراً واسعاً على الانترنت وبلغ عددها في عام 2000 و 2001 ما بين (9000) إلى (15000) مجلة من مختلف النماذج والأشكال التي لها نسخ ورقية وغير ورقية، المجانية منها وغير المجانية، تلك التي تتطلب اشتراكاً، تجارية كانت أم أكاديمية، وقد انعكس حضور هذه المجلات على الانترنت، ايجابياً على المردودات الكلية لهذه المجلات، وحدث انخفاضاً مهماً في تكاليف إنتاجها، وتحسناً كبيراً في سرعة طباعتها، نتج عنه تكثيف لحضورها وتمكنها من الجمع بين الوسائط المتعددة والنمذجة والبرمجيات التطبيقية والروابط التشعبية، والمجلات المنشورة على الخط المباشر تختلف عن النسخة الورقية وأنها لن تحل محلها في المستقبل القريب.

(1) د. مايكل كندي، الكتابة في فضاء الانترنت، دبي: بحوث الملتقى العربي لصحافة تقنية المعلومات، دبي، 203، منشور على الانترنت في موقع الدراسات والبحوث الإستراتيجية.

(2) د. الصادق الرايح، الإعلام والتكنولوجية الحديثة، م.ن، ص201. www.estratigea.com

وفي هذا المجال نشر مركز رصد الأمراض، إحدى مجالاته الإلكترونية على الشبكة لكنه بعد أن تلقى العديد من الطلبات التي أوضح فيها مرسلوها أنهم يرغبون بنشرها مطبوعة أضطر المركز إلى نشرها بالشكل التقليدي أيضا.⁽¹⁾

(2) د. نجيب الشريجي، أثر النشر الإلكتروني على مكنتبات العلوم الصحية، النشر الإلكتروني وتأثيره على مجتمع المكنتبات والمعلومات، أبحاث ودراسات المؤتمر العلمي الثاني لمركز بحوث نظم وخدمات المعلومات: م.ن، ص 137.

المبحث الثالث

مفهوم الإعلام الإلكتروني ومميزاته

مفهوم الإعلام الإلكتروني وتعريفه: يعرف الإعلام الإلكتروني بأنه إعلام معرفي وموسوعي شامل ومفتوح ومتيسير للجميع يتجاوز كل القيود والحوازر والعقبات والمكان ويتميز بالآنية والتفاعلية وهو إعلان آني "ذاتا ثنائية"، يتناسب كلياً مع الحياة العصرية وتعقيداتها ومستلزماتها، وهو أقل كلفة وأسرع انتشاراً وليس له حدود في حجمه ومكان وصوله، وتعد كل من الصحافة الإلكترونية والمدونات الإلكترونية واليوتيوب أشكالاً متعددة من الإعلام الإلكتروني.

مميزات الإعلام الإلكتروني وأسباب انتشاره:

أولاً للمتصفحين والمتابعين من الزوار والجمهور العام:

1. **العالمية:** حيث أتاح تخطي الحدود الوطنية والقومية وأصبح ظاهرة كونية اختزل المسافات وأزالتها وساعد في تحرير الإنسان من قيود حجمه وأقاع زمنه وأصبح قادراً على التفاعل مع إيقاعات زمنية تختلف عن إيقاع زمنه البيولوجي⁽¹⁾.
2. **السرعة والآنية:** إذ تفوق على جميع وسائل الإعلام في سرعة تقديم الخدمة المباشرة والفورية للجمهور المستقبل أينما كان وساعد على النقل المباشر للأحداث وأصبحت عملية آنية يصفها البعض بأنها "ذاتا ثنائية"⁽²⁾.
3. **التفاعلية:** وفر ظاهرة التفاعلية في العملية الاتصالية⁽³⁾. بين المستقبل والمرسل وأزال الفروق بينهما⁽¹⁾. وكسر الاحتكار الأحادي للمرسل وأتاح

(1) أسامة الشريف، الصحيفة الإلكترونية والصحيفة المطبوعة، بحوث الندوة العلمية للمؤتمر التاسع لاتحاد الصحفيين العرب، عمان: دار الكتب المصرية، 2000، ص 18.

(2) د. السيد بخيت، م.ن، ص 179.

(3) سهام المؤمن، الوظيفة التفاعلية للانترنت، رسالة ماجستير غير منشورة، بيروت، الجامعة الأمريكية، ص 186.

للمستقبل ان يكون مؤثراً وان يتحكم بالعملية الاتصالية ووسع من دائرة المشاركة والتبادل والحوار (2). وزاد من إمكانية التحرك والتوصيل والشيوع والانتشار والتحوير والإضافة، وأتاح لكل إنسان ان يكون قائماً بالاتصال أو ناشراً أو صحفياً وان يصدر صحيفة أو كتاباً أو ينشر فلماً أو موضوعاً أو مادة على الشبكة(3).

4. **الرقابة والقيود:** قلل من الرقابة "حراس البوابة" وأزال القيود التي تفرضها المؤسسات الإعلامية(4) وتحرر من الضغوطات التي يتعرض لها الإعلاميون، وقلل من أهمية التفسير في وسائل الإعلام حيث تكتظ الشبكة بالتحليلات من أطراف متعددة.

5. **البحوث ورجع الصدى:** سهل للباحثين إجراء البحوث على الجمهور المستهدف والتعرف على حجمه وفئاته ومستوياته والقيام برحلات ميدانية الكترونية ومعرفة وقياس رجح الصدى ومدى إدراك وتصور الجمهور لطبيعة المضمون الاتصالي.

6. **تنوع القراءات وتفاعل الحواس:** أتاح مجالاً لتغيير طرائق البحث وادخل طرائق جديدة للقارئ في متابعة الأخبار والحصول على المعلومات واختيار القراءة المناسبة من مصادر متنوعة فذلك يجعل قارئ الشاشة مترابطاً مع هذه المصادر، وهذه الآلية يطلق عليها (الروابط النصية) "المفرعة" أي علاقة النصوص ببعضها وترابطها وتفرعها (5). وأتاح أيضاً لمتابع الشاشة توظيف

(4) أسامة الشريف، م.ن، ص 4.

(1) د. السيد بخيت، م.ن، ص 180.

(2) د. محمد عمر، هل نفهم لغة الكتابة في الصحافة الالكترونية، مجلة العلم، العدد 309 أيار 2003، ص 117.

(3) أسامة الشريف، م.ن، ص 18.

(4) د. السيد بخيت، م.ن، ص 36.

1430هـ/2009م

- أكثر من حاسة عند متابعتها لها فإن بإمكانه استخدام حواس السمع والبصر واللمس مع إمكانية التوقف والتأمل والتفكير والاختيار⁽¹⁾.
7. **خارطة للمحتويات:** وفر تقديم خارطة يمكن للقارئ أو المتصفح الاستدلال بها للوصول إلى المحتويات فتعتمد صفحة رئيسية فيها محتوى المضمون بشكل تفصيلي في صفحة الاستقبال وتوضح الأبواب الرئيسية والعناوين وتسهل للمتصفح الوصول إلى موضوعه بسهولة.
8. **اتصال القادة أو السياسيين بالجمهور:** فتح للقادة والزعماء السياسيين مجالاً حياً لتوضيح مواقفهم وآرائهم التي لا يتناولها الإعلام الرسمي وساعدهم على معرفة المواقف الواضحة من خلال الاتصال بالمواطنين بشكل مباشر والاطلاع على القضايا التي تهمهم وإمكانية التماز معهم والدفاع عن ما يشوب مواقفهم من غموض.
9. **تواصل العلماء العلميين من ذوي الاهتمامات الخاصة:** أتاح للعلماء والعلميين من ذوي الاختصاصات في مجال العلوم المختلفة نشر مواضيعهم وأبحاثهم والتعريف بأنفسهم وأفكارهم ونتاجاتهم، وسهل للآخرين الاطلاع عليها وساعد على تداول المواضيع والتماز فيما بينهم في مجال تخصصهم، وسهل لذوي الاهتمامات الخاصة من أصحاب المهن والهوايات التماز فيما بينهم والتداول بشأن اهتماماتهم.
10. **مصدر رئيسي للإخبار:** أصبح مصدراً رئيسياً للإخبار فيما يخص مدراء الشركات الذين يحتلون مواقع تنفيذية عليا وخاصة فيما يتعلق بالإخبار الاقتصادية وأخبار المال، وهذا يدل على ان الإعلام الالكتروني سيكون له دور مؤثر في تشكيل النخبة التي تتحكم في الاقتصاد العالمي وتتخذ القرارات الاقتصادية ثم تؤثر على الإدارة السياسية في المجتمعات الصناعية بشكل

(5) صلاح الدين حافظ، مستقبل الكلمة المطبوعة في عصر الانترنت وتكنولوجيا المعلومات، ندوة أقامتها جريدة السفير اللبنانية في 28/3/2000، ذكر في عبد الأمير موييت، الصحافة الالكترونية في الوطن العربي، م.ن، ص 164.

خاص والعالم بشكل عام وهذه النخبة أيضاً ستدعم الإعلام والنشر الإلكتروني عن طريق الإعلانات لتحقيق أغراضهم ومصالحهم يضاف إلى ذلك أنه أصبح مصدراً رئيسياً للأخبار للجمهور والقادة والسياسيين والتجمعات والأحزاب وغيرها.

ثانياً: للصحفيين والإعلاميين ووسائل الإعلام:

يوفر كما ضخماً من المعلومات للإعلاميين والصحفيين ويمنحهم حرية كبرى في الاطلاع على عدد كبير من المصادر والحصول على المعلومات (1) والأخبار الجديدة والصور والخرائط والرسوم والربط بين النصوص المنشورة في عدد كبير من المواقع (2) والحصول على أولويات المواضيع من مراكز البحوث والمعلومات ومن وكالات الأنباء والدوريات والصحف والإذاعات والقنوات الفضائية ومن الكتب والمتاحف والأرشيفات ومن مراكز التوثيق، والاطلاع على الوثائق والمستندات والبيانات والإحصائيات والحصول عليها بسهولة، مع إمكانية استخدام قواعد المعلومات والمكتبات والاستفادة من أدوات البحث والتخزين والاسترجاع ومن القواميس الإلكترونية والموسوعات وزيارة المواقع الأكاديمية المتخصصة وتصفح المجالات الأكاديمية والصحف والإصدارات الجديدة.

1. رفع مستوى الأداء الصحفي: وإمكانية الوصول إلى أطراف الحدث وسهولة معرفة الحقائق ومصادرها وتقديم مواضيع أكثر عمقاً (3) واتساعاً، وإجراء المسوحات الميدانية وعقد المؤتمرات والندوات والحوارات عن بعد واستلام نشاطات المدونين والمراسلين من مواد وصور وتسجيلات، والاطلاع على

(1) د. عواطف عبد الرحمن، الإعلام في عصر المعلومات، جريدة الأهرام، العدد 42009، 12 أيلول 2001.

(2) د. نجاح كاظم، هل مستقبل الكلمة المطبوعة مضمون في ظل الصحافة الإلكترونية، جريدة الشرق الأوسط، 24 نيسان 2001.

(3) د. السيد بخيت، م. ن، 179-181.

الأفكار المستحدثة والجديدة وإمكانية تقييمها وتبنيها ويتيح أيضاً للصحفيين المبتدئين والمحترفين على حد سواء إظهار إمكانياتهم وقابلياتهم وتنمية قدراتهم وفتح آفاق جديدة في اختيار وإعداد المواضيع الصحفية من المواقع المنتشرة على الشبكة وتبنيهم إلى أهمية بعض القضايا التي يطرحها الجمهور وكذلك إن الآراء والأفكار التي تطرح حول موضوع عبر الشبكة تشكل رصيماً مهماً وسهلاً للصحفي وتساذه على إعداد المواضيع الخاصة به.

2. **فضاء بلا حدود:** حيث المساحة الواسعة والمفتوحة لاستيعاب (1) المادة

الإعلامية من المعلومات والصور والرسوم والتخطيطات والإعلانات وإمكانية نشر كمية كبيرة منها بعيداً عن الضغوطات المهنية والفنية التي تتعرض لها الوسائل الأخرى.

3. **استخدام البريد الإلكتروني:** ويكون ذلك في سهولة استخدام البريد الإلكتروني

من إرسال وتلقي الرسائل والمواضيع والاتصال المباشر والسريع بمصادر المعلومات وتلقي الأخبار واستلام المقالات والدراسات والأبحاث والمواضيع الجاهزة للنشر والتعرف على مواعيد المؤتمرات والاجتماعات المحلية والإقليمية والدولية والتحاور والتخاطب وتبادل الأفكار مع المتخصصين حول المواضيع المطروحة.

4. **الإعلانات والخدمات:** ساعد على ظهور نماذج متطورة من الإعلانات

الإلكترونية تخدم المعلنين والجهات المعلنه وتحقق أرباحاً للطرفين وتساعد في تقديم خدمات للمشاركين من خلال تحول المؤسسة الإعلامية إلى مزود الخدمات للمشاركين وتقديم خدمات التصميم وإصدار الصحف والنشرات والمطبوعات لحساب الغير (2).

(1) م.ن، ص 181.

(2) سعد لبيب، حرية الصحافة الإلكترونية في ظل تكنولوجيا الاتصال، مجلة متابعات

إعلامية، العدد 43، صنعاء، 1994، ص 86.

5. تقنيات متطورة، وقليل من الجهد والوقت والأموال: فإنه وفر الاطلاع على تقنيات متطورة ومتجددة وأتاح بشكل دائم الاطلاع على التقنيات الجديدة في إعداد وتصميم وإخراج الصفحات وبفنون متنوعة وبأشكال متجددة واختزل الكثير من الوقت في إعداد المواضيع والصفحات وقلل من تكاليف الطبع والتوزيع والنقل⁽¹⁾.

(3) جمال الراشد، دور الخدمات الالكترونية في تطوير الإعلام، المجلة المصرية لبحوث الإعلام العدد التاسع، جامعة القاهرة، كلية الإعلام، أيلول 2003، ص 78.

1430هـ/2009م

المبحث الرابع

أشكال الإعلام الإلكتروني

أولاً: الصحافة الإلكترونية، تعريفها وظهورها

تعرف الصحافة الإلكترونية: أنها إصدار الكتروني على شبكة الانترنت يتضمن مزيجاً من الأخبار والوقائع والأحداث الجارية والمقالات والتعليقات والتحليلات والرسائل والقصص والمذكرات الخاصة والأدلة والشواهد والآراء والانطباعات والخواطر والصور والإعلانات والخدمات المرتبطة بموضوعات عامة أو خاصة، وقد يكون الإصدار نسخة الكترونية على الشبكة فقط، أو قد يكون نسخة لصحيفة ورقية مطبوعة أو موجزاً لأهم محتوياتها، وعادة ما تأخذ النسخ الإلكترونية هذه شكلاً من أشكال الجريدة الورقية، وتكون محتويات الإصدار نصاً، صوراً ثابتة، صوراً متحركة، تسجيلات صوتية، وأفلاماً، وقد يكون الإصدار لشخص واحد أو أكثر أو لأطراف معينة، وقد يكون منابر ومساحات للرأي العام أو خدمات مرجعية واتصالات مجتمعية، ويكون تفاعلياً، أي أن باستطاعة كل من يرغب التحوار مع من يصدر المنشور، إضافة مداخلته وتعليقاته واستفساراته حال صدوره، ويمكن أن يكون دورياً وغير دوري. وهذا المنشور الإلكتروني يجمع بين نظام الملفات المتتابعة والمتسلسلة، وتتوفر له إمكانية تخزين وتنسيق وتبويب وتصنيف جميع محتوياته، مؤرخة ومرتببة زمنياً، مع إمكانية استرجاعها فوراً، وتكون المادة التي تحتويها الصحيفة الإلكترونية بمستويات عديدة نصية، صور ثابتة، صور متحركة، وهذا يختلف عن الشكل العام للصحيفة المطبوعة التي تعتمد على وحدة الصفحة. وقد احدث دخول عنصر الصورة المتحركة في إطار الصحيفة الإلكترونية، والعنصر السمعي تطورا وتحولا جذريا في الشكل الإخراجي العام

للصحيفة⁽¹⁾. وتعد (شيكاجو أون لاين) أول صحيفة إلكترونية صدرت في الولايات المتحدة الأمريكية على شبكة أمريكا أون لاين، تم إصدارها بواسطة شيكاغو تريبيون في أيار عام 1992⁽²⁾، وبعدها اتجهت غالبية الصحف الأمريكية إلى النشر عبر الانترنت خلال عامي (1994 - 1995)، فقد ازداد عدد الصحف اليومية الأمريكية التي أنشأت مواقع إلكترونية من (60) صحيفة نهاية عام 1994 إلى (115) صحيفة عام (1995) ثم (368) في منتصف عام (1996)⁽³⁾. وبدأت الصحافة الإلكترونية عبر الانترنت في منافسة الصحافة المطبوعة في أمريكا منذ أن قامت مجلة نيوزويك الأمريكية بمتابعة فضيحة الرئيس الأمريكي كلنتون مع مونيكا لوينسكي عبر موقعها على الانترنت، فقد قدم موقعها تفاصيل عن الموضوع قبل الموعد الأسبوعي لصدور المجلة⁽⁴⁾، وتعد صحيفة (ديريستاندر) أول صحيفة باللغة الألمانية تدخل عالم الانترنت في شباط (1995)⁽⁵⁾. أما أول صحيفة إلكترونية عربية فكانت جريدة (الشرق الأوسط) التي بدأت في 9 أيلول 1995 بنشر موادها الصحفية اليومية إلكترونياً عبر الانترنت. وكانت صحيفة (النهار) اللبنانية الصحيفة العربية الثانية التي أصدرت طبعة إلكترونية يومية، وذلك في الأول من كانون الثاني 1996، تلتها جريدة (الحياة) في الأول من حزيران 1996، وجريدة (السفير) اللبنانية ثم (الأيام البحرينية) في نهاية العام نفسه. وشهد عام 1997 التواجد الإلكتروني لصحف "الأردن" "الوطن" العمانية "الوطن" القطرية و"القبس" و"السياسة" الكويتيتين، وصدرت بقية الصحف العربية خلال ربع العام 1998⁽⁶⁾. وبحلول عام (2000) ارتفع عدد الصحف على الانترنت في جميع أنحاء العالم إلى (2600) صحيفة إلكترونية، إلى جانب

(1) عائشة عبد الله، التفاعل الاتصالي بين الجمهور والصحافة، رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة القاهرة كلية الإعلام، قسم الصحافة، 1994، ص 201 ذكر في عبد الأمير

موبيت، م.ن.

(1) د. السيد بخيت، م. ن - 181.

(2) أسامة الشريف، م. ن، ص 18.

(3) د. الصادق الرايح، الإعلام والتكنولوجيا، م. ن، ص 102.

(4) د. السيد بخيت، م. ن، ص 360 و 361.

(5) د. الصادق الرايح، الإعلام والتكنولوجيا، م. ن، ص 13.

1430هـ/2009م

(1200) موقع لمحطات تلفزيونية، وبلغ عدد مستخدمي الانترنت في جميع أنحاء العالم في نفس العام إلى ما يقرب من (300 مليون شخص⁽¹⁾. وارتفع عدد الصحف على الانترنت عام (2002) إلى (3250) صحيفة. وبين عام (2002-2003) تزايد عدد الصحف التي احتلت لها موقعاً على الانترنت بنسبة (0، 6 %)، ففي إحصائية أجريت عام (2002) ظهر أن عدد مواقع الصحف اليومية فقط على الانترنت بلغ في الولايات المتحدة الأمريكية (2794) موقعاً، وفي فرنسا بلغ عدد الصحف اليومية على الانترنت (534) موقعاً وفي ألمانيا (756) موقعاً، وفي المكسيك (630) موقعاً⁽²⁾.

ثانياً: المدونات: تعريفها وظهورها

تُعرف المدونة بأنها صحيفة إلكترونية شخصية على الانترنت⁽³⁾، تحتوي على تسجيلات أو كتابات قصيرة، سمعية، وبصرية، وفيديوية، ويمكن عدّها مقالات مرتبة زمنياً وبشكل معكوس، أي تبدأ بالأحدث، ولها روابط إلكترونية متشعبة تشير إلى صفحات ذات صلة بالموضوع، وهي وسيلة محادثة تمنح القراء فرصة تسجيل تعليقاتهم ومناقشاتهم. والمدونة هي موقع شخصي أو نشرة خاصة لشخص أو أشخاص أو مؤسسات، يسجل عليها أصحابها تجربتهم الشخصية أو نشاطاتهم، وتتضمن أخباراً ومعلومات ووقائع وتعليقات وتحليلات وآراء وانطباعات من يسجلها، وقد توثق بعضها بالأدلة والشواهد وأحياناً تكون مدعومة بالصور والأفلام.

والمدونة تمثل مزيجاً من المذكرات اليومية (في البيئة الورقية) والموقع العنكبوتي والتجمع الإلكتروني⁽⁴⁾، وهي وسيلة إعلامية مؤثرة، ومصدر للمعلومات

(6) صلاح الدين حافظ، م. ن.

(1) د. نجوى عبد السلام، تجربة الصحافة الإلكترونية المصرية والعربية، م. ن، ص211.

(2) د. عبد الرحمن فراج، المدونات الإلكترونية، م ع إشارة خاصة إلى مدونات المكتبات والمكتبيين، مجلة المعلوماتية، عدد 14، يونيو 2006، ص10.

(3) %Dg%85 D87. D9 88%D9%D8%Ag ذكر في د. عبد الرحمن فراج، م. ن، ص10.

والأخبار، ظهرت بعد الحداثة، وأنهت عصر الوسائل الجماهيرية، وأصبح بإمكان الفرد أن يتعامل مع فرد أو أفراد وليس مع جماهير، وبذلك أضحت المدونات مصدراً مهماً لوسائل الإعلام والأشخاص والشركات. والمدونة تطبق من تطبيقات الانترنت وخدمة من خدماتها، وهي من أساليب الإعلام والاتصال الالكترونية الحديثة على الشبكة، يعمل من خلال نظام لإدارة المحتوى، وهو في أبسط صوره عبارة عن صفحة ويب تظهر عليها التدوينات (المدخلات) مؤرخة ومرتببة ترتيباً زمنياً تصاعدياً⁽¹⁾. نشأت المدونات في منتصف التسعينيات من القرن الماضي، وانتشرت على الشبكة العنكبوتية بعد عام 1999⁽²⁾. ويرجع البعض ظهورها إلى حرب البلقان في كوسوفو حيث لجأت الأطراف المتصارعة آنذاك إلى الانترنت، واستخدمته في الحرب النفسية كسلاح دعائي للتأثير على الرأي العام العالمي⁽³⁾. وبعد البعض أحداث 11 أيلول في أمريكا عام 2001 نقطة تحول مركزية على الانترنت فقد نجحت المواقع الشخصية في تقديم نشرة إخبارية واسعة أثناء الحرب، وأصبحت المدونات مصدراً للتغطية الإخبارية. ومنذ ذلك الوقت تتحدث شبكة CNN عن ظهور صحافة شعبية على الانترنت هي المدونات. ويرى البعض الآخر أن الحرب على العراق كانت سبباً من أسباب انتشار المدونات، فانه كانت الشبكة الوسيلة الأهم للتواصل ومتابعة أخبار العراقيين في الخارج⁽⁴⁾. وخاصة الشباب منهم، حيث شكل هؤلاء تجمعات ومنظمات افتراضية فيما بينهم وأنضم إليهم لاحقاً بعد الاحتلال عدد من شباب الداخل بعد الانتشار الواسع للانترنت في العراق⁽⁵⁾. وتعد الولايات المتحدة الدولة الأولى من حيث استخدام المدونات،

(1) م. ن، ص10.

(2) د. الصادق الربيع، الإعلام والتكنولوجيا الحديثة، م. ن، ص212.

(3) هولفر هانك، إعداد عماد م. غانم، اعتداءات 11 سبتمبر الإرهابية، نقطة تحول جوهريّة في تاريخ الصحافة الالكترونية DW-WORLD. DEVTSCHЕ WELLE نافذة لرؤية تاريخية أخرى، قضايل وأحداث. 2006/9/4 سحبت 2006/9/9.

(5) برونزريك. البلوج، أداة قوة لجمع معلومات السوق، مؤتمر عام مديري المواقع، نقلاً عن صحيفة الجزيرة على الانترنت 2004/5/9.

(6) مدونة محمد قاسم، "شباب العراق مولعون بالانترنت" 2006 /2/13 سحبت 2006/9/9.

1430هـ/2009م

وأصبح لها تأثير في مختلف أوجه الحياة الأمريكية فقد ازداد عدد قراء المدونات، وأصبح أكثر من ربع سكان الولايات المتحدة عام 2004 يتابعون المدونات (1). وتأتي المدونات السياسية بالمرتبة الأولى تليها الموسيقية ثم الدينية. وثمة خدمة خاصة تكلف خمسة دولارات في الشهر يمكن من خلالها للمشارك الوصول إلى المواقع التي يطلبها عن طريق الهاتف المحمول وطلب المعلومات التي يريدها من أي مكان في العالم (2). وتأتي فرنسا بالمرتبة الثانية من حيث الاهتمام بالمدونات إذ يوجد فيها أكثر من مليوني مدونة، وأصبح للمدونين وزنهم في الحياة السياسية الفرنسية، وفي بريطانيا ظهرت المدونات بعد أحداث 11 أيلول وحين فاجأت البعض حالة عدم اليقين بما حصل وجعلهم يبحثون عن مصادر للأخبار خارج نطاق الإعلام التقليدي. وأصبح عدد المدونات التي يتم كشفها يومياً من (20-50 مليون مدونة يتضاعف كل خمسة أشهر تقريباً (3). ومن أهم أسباب انتشار المدونات عدم تمتع مجموعة كبيرة من الشباب بالحرية المناسبة للتعبير عن آرائهم واحتجاجاتهم وغضبهم تجاه قضاياهم ومشكلاتهم وهمومهم.

ثالثاً: يوتيوب you tube

هو موقع مجاني على شبكة الانترنت يحتوي ملايين الفيديوها ت، يتيح لكل شخص استخدام الفيديو والكاميرا المحمولة والموبايل، وان يبث شريطاً مرئياً أو صوتياً في أي وقت، ولا يتجاوز الشريط الواحد أكثر من (1000) ميغابايت، ويتم تعريف الشريط بثلاثة عنوانات أو بطاقات على اقل تقدير (4). تأسس هذا

(1) فيصل الأمين وسامي فرحات، مستقبل البلوغز وصحافة المستقبل، مجلة هاي، أكتوبر

2005، ذكر في مجلة المعلوماتية، عدد 14، م. ن.

(2) جهاد الخازن، عيون وأذان (البلوغز والمدونات) جريدة الحياة، 2006/1/3 موقع دار الحياة، 2007/1/27.

(3) م. ن.

(4) هيام الحايك "الشبكة الاجتماعية الجديدة في الويب" مجلة المعلوماتية، المملكة العربية

السعودية، مارس 2007، ص 23.

الموقع منذ شهر شباط (فبراير) 2005، واستطاع الزوار استخدامه في بداية شهر أيار (مايو) 2005، وبعد ستة أشهر بدأ الموقع بشكل رسمي وانتشر انتشاراً واسعاً⁽¹⁾. عرف البعض هذه الظاهرة بالإعلام الجديد، أو الإعلام الحر أو الفردي أو الشعبي⁽²⁾ الذي تجسده عدة وسائل منها يوتيوب والصحافة الإلكترونية والمدونات. تعتمد فكرة الموقع الأساسية على المستخدمين، فإنه يستطيع كل مستخدم تكوين حساب في الموقع، ثم رفع ملفات الفيديو التي يرغبون المشاركة فيها مع غيرهم ويخدم الموقع جميع فئات مستخدمي النت، وما يميّز الموقع استخدامه تقنية الفلاش، فيسهل عرض الفيديو للمستخدمين بتقنية عالية وسرعة كبيرة وبتكلفة أقل، فيقوم المستخدم برفع ملفات الفيديو بأي صيغة كانت، ويقوم يوتيوب بشكل أوتوماتيكي بتحويلها إلى صيغة فيديو فلاش، وذلك يجعله قابلاً للعمل على أغلب أجهزة العرض لمختلف الشركات، وقد استفاد الموقع من فكرة التدوين بالفيديو لجذب عدد أكبر من المستخدمين، ومع تنامي عدد المدونين فصح المجال لمدوني الفيديو باستخدام مساهماتهم على سيرفرات يوتيوب بدلاً من مواقعهم. ووضع شيفرة برمجته داخل صفحات مواقعهم في الأماكن التي يرغبون بظهور الفيديو فيها⁽³⁾. يعد يوتيوب من أكبر عشر مواقع على مستوى العالم من حيث عدد الزوار⁽⁴⁾. وقد تضاعف عدد زواره خلال مدة قصيرة، وقدر عددهم خلال عام 2007 بـ(30) مليون شخص⁽⁵⁾ سماه البعض (عملاق مشاركة الفيديو) وعدّته مجلة تايم الأمريكية بأنه الإعلام البديل⁽⁶⁾ وغير المكلف. ويقول عنه خبراء خبراء الإعلام انه يشكل إعلماً موازياً، ويمثل تحدياً للإعلام التقليدي، ولاسيما محطات التلفزة والقنوات الفضائية. ويمكن أن يتحول إلى نافذة جديدة، ويكون

(1) م.ن.

(2) قناة MBC 2007/2/18، ساعة 9، 40 مساءً.

(3) هيام الحايك م. ن.

(4) 7 things you should know about. you tube <http://www.educause.edu/ir/library/pdf/eli7018-pdfEli> م. ن هيام الحائك، م.

(5) قناة MBC 2007/2/18، م. ن.

(6) قناة الجزيرة 2007/12/24 ما وراء الخبر الساعة 9، 30.

1430هـ/2009م

مصدراً للدخل في المجالات العلمية والإخبارية والتجارية والفنية وغيرها، وقد أقدمت شركة (جوجل) على شراء هذا الموقع بمبلغ مليار ونصف دولار⁽¹⁾. وأطاح يوتيوب بحقوق الملكية الفردية وحقوق النشر، فهو لا يخضع لأيّة رقابة سياسة أو تحريرية أو موثيق إعلامية، وقد أثار عرض تسجيل مصور عن تعذيب سجين من قبل شرطيّين مصريّين الرأي العام المصري، وأثار تساؤلات عن مدى مرجعية يوتيوب ومدى مصداقية ما يعرض من تسجيلات وأفلام. وقد استفادت ملكة بريطانية من انتشاره الواسع وبثت رسالة تهنئة بمناسبة أعياد الميلاد عام 2007⁽²⁾.

الإعلان الإلكتروني

بعد ما وفرته عملية النشر الإلكتروني في الانترنت من إمكانيات هائلة ومتنوعة، أخذ الإعلان يكتسب أهمية كبيرة بعد ما أصبح بالإمكان الحصول على معطيات بطريقة سهلة، من المواقع الإلكترونية نفسها، حيث يستطيع كل موقع معرفة عدد المترددين عليه تلقائياً، وأصبح بالمستطاع تسجيل اسم وعنوان الزائر، ووجدت برمجيات تطبيقية تسهل عملية التحليل الكمي إذا أن التردد يسمح لمعظم المواقع بتقديم أرقام حقيقية عن المترددين عليها لكل المؤسسات المهمة بالإعلان على تلك المواقع، وقد أعطى مصداقية لمعرفة عدد زوار كل موقع، ولا يستطع ع الموقع تقديم أرقام غير صحيحة عن عدد الزائرين، هذه الإمكانيات جعلت وسائل الإعلام التقليدية وخاصة المكتوبة تتسابق من أجل اختيار موقع لها على الشبكة للتعريف بنفسها ونشاطاتها، وقد سارعت هذه الوسائل، وخاصة الكبرى منها، وبمجرد حضورها على الانترنت إلى محاولة وضع وتكييف نموذج تجاري يتلاءم مع مقتضيات الشبكة، وان يكون الإعلان هو الأداة الفعالة، لأنه من غير اللجوء

(1) م.ن.

(2) م.ن.

إلى الإعلان لا يمكن الحديث عن محتوى بالمعنى التقليدي للكلمة (1). وثمة مؤشرات تدل على أن النشر والتوزيع الإلكتروني للصحف هو مجال يمكن ان يحقق أرباحاً كبيرة، ففي دراسة أعدها ونشر نتائجها مكتب إعلان انترنت (Internet Advertising Bureau) قدرت زيادة نسبة الإنفاق الإعلاني 27% باستعمال انترنت بمبلغ (980) مليون دولار خلال الربع الأول من عام 1996 قياساً بالربع الأول من عام 1995. (2) وتشير مجلة كولومبيا جورنالزم رفيو إلى ان الإنفاق على الانترنت في الولايات المتحدة الأمريكية بلغ (4.6) بليون دولار عام 1999. وان إجمالي الإنفاق على مواقع الصحف على الانترنت بلغ (368) مليون دولار، واستمرت معدلات نمو الإعلانات في الارتفاع وازداد عدد المعلنين في العامين 2002-2003 وشمل أصنافاً من السلع والخدمات وأصبح الإعلان على الانترنت مقبولاً واعتمد عالمياً كبيئة إعلانية مؤثرة وناجحة(3).

الواقع الإعلامي الحالي: أما الواقع الإعلامي الحالي فقد تغير كثيراً عما كان عليه من قبل فنرى حالياً قراءً يكتبون في مدوناتهم ويتابعها الملايين، وأصبح قارئ الإعلام الإلكتروني يرغب في متابعة الأخبار الخام، ويقارن بين ما تنشره المواقع سعياً إلى تكوين رأيه الخاص، وتزايد قراء الانترنت بعد ظهور المدونات التي تقدم آراءً كثيرة للمدونين والراغبين وهذا يلقي تجاوباً كبيراً من قبل القراء على مستوى العالم، وأصبح بإمكان الجميع المشاركة في إعداد وتقديم وتدقيق المعلومات وكتابة أرائهم. أمام هذا التغيير الذي شهده الواقع الإعلامي نجد صحفاً عملاقة حائرة بما تقدمه للقارئ، وقنوات تلفزيونية تقدم برامجها عبر الانترنت، بل وعبر الهاتف النقال، وأصبحت مواقع وليدة وبميزانية بسيطة وفي وقت قصير أكثر تأثيراً من مؤسسات عملاقة وتجذب إليها الملايين، وتنافس مؤسسات تقليدية كبرى تقف خلفها شركات ودول (4). وأصبح محرر واحد يقوم مقام مؤسسة تقليدية كاملة، فهو

(3) د. الصادق الراجح، الإعلام والتكنولوجيا الحديثة، م. ن، ص 95-98.

(1) م.ن، ص 97-99.

(2) سعود صالح، هل الصحافة الورقية في طريقها إلى الانقراض، موقع Google، بحث الصحافة الإلكترونية.

(4) <http://www.Elaph.com/elaph/web/interview/2/2/2007/10463.htm>

الذي يختار الأخبار والعنوانات والصور والأفلام للمواضيع التي ينشرها في صحيفته الالكترونية، ويقدم مادته قبل الآخرين بدقائق ويسبق المراسل والوكالة والمحرر في وسائل الإعلام الأخرى التي لها إجراءاتها التقليدية التي تخضع لبعض الاعتبارات، فليس ثمة اجتماع يحضره محرر الصحيفة الإلكترونية أو المدونة أو يوتيوب كما هو الحال في الصحف المطبوعة أو محطات التلفزيون حيث يقرر فيه الرئيس لمؤوسيه تقسيم العمل ويوزع الأدوار، فالاجتماع يدور في عقل الناشر الالكتروني وهو الذي يقرر ما الذي يفعله وما الذي يقدمه للقارئ الالكتروني. وقد انتفت في النشر الالكتروني الحاجة إلى رئيس التحرير، وسكرتير التحرير، ومسؤول الصحيفة والمندوب، والمحرر وغيرها من العنوانات التقليدية، وانتفت الحاجة إلى الورق والحبر وتلاشت مشاكل وتكاليف الشحن والتوزيع والمرجع⁽¹⁾. أما مهنة الصحافة وحرفيتها فإنها تشهد تغييراً كبيراً، فمع الثورة الرقمية وتبني النشاط الصحفي للمعلوماتية تأثرت وسائل الإعلام التقليدية أكثر من غيرها، وتخلخل دورها الأصلي الذي أسسه عمل فكري جماعي وتفاعل بين مهن عديدة، وأصبح الإعلام تحكمه ثنائية توازنية هشة، فمن ناحية ثمة قانون السوق الذي يفرض على الفضاء الإعلامي ممارسات والتزامات معينة، باعتبار أن آليات السوق في جزء منها تتطلب نشاطاً تجارياً، ومن ناحية أخرى نجد المسؤولي ة الاجتماعية التي تفرض على الصحفي المسؤول الالتزام بها حتى يحفظ هويته وحرفيته التي تميزه عن الآخرين. وفي المستقبل القريب ربما يشهد العمل الصحفي تحولات كبيرة تفرضها وسائل الإعلام الجديدة، وإن الصحفي لن يستطيع أن يكون صحفياً فقط، بل سيكون ملزماً بالتحكم بكفاءتين مختلفتين أو أكثر⁽²⁾.

(1) <http://usinfo.State.gov/journals/itgic/0306/ija/Gillmor.htm>.

(2) د. الصادق الرايح، الإعلام والتكنولوجيا، م. ن، ص 28.

Electronic Information and Publishing on Internet**Asst. Prof. Dr. Mu'yad Qasim Al-Khaffaf******Abstract***

On connecting the local information networks, and consequently forming the international network, a substantial change has occurred in all means of communication. Accordingly, the electronic publishing has become an essential issue in the public life and in the areas of information, economics, politics, management, distribution, etc. Other multi-media also emerged to facilitate the process of publishing and communication. Also the international publishers, universities, research centers, information centers, libraries, companies and people have established their own sites on the internet. Therefore, electronic information on the internet has become a fact that has grown and spread within a short period of time. Thus, the importance of this study comes from these facts.

The study consists of five parts: the first part covers the issue of globalization and its influence on the process of communication, technological developments and the emergence of internet. The second part includes the developments that the internet has caused in the field of information. The third part identifies the electronic information and the reasons of its spread. The fourth part

* Dept. of Information and Librarianship/ College of Arts/ University of Mosul.

1430هـ/2009م

includes the forms of electronic publishing and identifies the electronic journalism, blogs, and you-tubes which have appeared recently and also the reasons behind the fast spread of these forms of electronic publishing and their effects on information and its media. The fifth part covers the electronic advertisement and its effects on the traditional and electronic information media. It also reflects the present status of information in the world. The study also provides a summary of the influence of information on the traditional information media with some conclusions.