



العملية الاتصالية وتحولاتها في ظل الصحافة الإلكترونية

The Communication Process and Its Transformations in Light of Electronic Journalism

كريمة بوفلافة*

جامعة الجزائر 3، boufellaga.karima@univ-alger.dz

تاريخ النشر: 2024/06/30

تاريخ القبول: 2024/06/29

تاريخ الاستلام: 2024/05/20

DOI: 10.53284/2120-011-002-005

ملخص:

نهدف من خلال هذا المقال إلى إبراز كيفية تحول الصحافة الإلكترونية إلى وسيط إعلامي جماهيري تفاعلي مكن المؤسسات وحتى الأفراد من إرسال واستقبال المعلومات بشكل غير مسبوق، إذ تعد الخصائص التي تسم الصحافة الإلكترونية بمثابة المعالم المميزة للنشر على شبكة الانترنت، ولذلك فإن نجاح الإصدارات الصحفية على شبكة الانترنت يقتضي فهم هذه الخصائص، والعمل على الاستفادة الوظيفية منها، لتقديم نمط اتصالي جديد يتناسب مع طبيعة النشر الإلكتروني. لذلك فإن التطور الأكثر أهمية في الصحافة الإلكترونية لا يتعلق بالتطور الحاصل في الوسيلة كناقل اتصالي، بل ثمة تغيرات تمس كافة أطراف العملية الاتصالية، إذ يتم الإرسال عبر الشبكات، وتصاغ الرسائل وفق مفهوم النص الفائق، وعلى مستوى العلاقة مع الجمهور ظهر مفهوم التفاعلية وتبادل الأدوار بين المرسل والمستقبل، وعلى مستوى البيئة الاتصالية كسرت ثورة المعلومات حواجز الانتشار كالمكان والزمان واللغات والثقافات. كلمات مفتاحية: بيئة رقمية، تفاعلية، صحافة إلكترونية، عملية اتصالية، نشر إلكتروني

Abstract:

This paper aims to elucidate the transformative role of electronic journalism as an interactive mass media platform, enabling unprecedented information exchange. The unique attributes of electronic journalism are central to online publishing, necessitating an understanding of these characteristics for successful e-journalism. The evolution of electronic newspapers extends beyond the medium's enhancement as a communication conduit, affecting all stakeholders in the process. Information became disseminated through networks under hypertext messages. The relationship between content creators and audiences has been redefined by interactivity and role exchange. The information revolution has eliminated traditional barriers such as geographical, temporal, linguistic, and cultural constraints.

Keywords : Digital Environment, Interactivity, Electronic Journalism, Communication Process, Electronic Publishing

* المؤلف المرسل



1. مقدمة:

حملت التطورات التكنولوجية المتسارعة منذ منتصف تسعينيات القرن الماضي مظاهر ثورة هائلة في مجال الاتصال؛ فبفعل انتشار الانترنت في أرجاء العالم وربط أجزائه المترامية بفضائها الواسع، تم تمهيد طريق التقارب والتعارف وتبادل الأفكار والآراء لكافة المجتمعات الإنسانية، واستفاد جميع متصفح الشبكة من خدمات الوسائط المتعددة المتاحة فيها، وأصبحت بذلك الوسيلة الأفضل والأجدر لتحقيق التواصل بين الأفراد والجماعات. (حسن سوداني ومحمد المنصور، 2015، ص 21)

ومن بين أهم الفضائل المتاحة على الانترنت نجد الصحف الإلكترونية التي توفر إمكانية النشر للكتاب وإمكانية كتابة الردود على المواضيع المنشورة عبر صفحاتها للزوار، ومن ثمة إمكانية النقاش بين المتصفحين عموماً، "على اعتبار أن تمكين الجمهور إعلامياً يساعد على الاحتفاظ به، ويدعم مكانة الصحيفة الإلكترونية المعنوية وإمكاناتها الاقتصادية ويثري مضامينها، كما يتلاءم مع طبيعة التطورات الحديثة في صناعة الإعلام؛ ويمكنها من استيعاب الأنواع الصحفية الجديدة في إطارها دون أن تشكل منافساً جديداً لها". (السيد بخيت، 2015)

فمع تطور شبكة الانترنت وتوسع أفاقها رأت الصحافة الورقية أن هذه الشبكة قد تشكل خطراً كبيراً على مستقبلها، فسارع القارئون عليها إلى إنشاء مواقع لها عبر الشبكة وقررت الاستفادة منها بدل الدخول معها في منافسة غير متكافئة العناصر ولا مضمونة العواقب، رغبة منها في جذب نوعية محددة من القراء في الفضاء الإلكتروني الفسيح ومسايرة للتطور التكنولوجي السريع في العالم، ومع مرور الوقت نمت ظاهرة الصحافة الإلكترونية شيئاً فشيئاً، واستفادت من عدد من الإمكانيات التي وجدت في الانترنت، فأضافت لها أبعاداً أخرى مكّنت القارئ من المشاركة في عملية صنع وإنتاج المحتوى الإعلامي الرقمي. (محمد الفاتح حمدي، 2010/2009، ص 21)

تتمحور مشكلة الموضوع حول تلمسنا للتغيرات العميقة التي لحقت بعناصر العملية الاتصالية جراء استخدام الصحف الإلكترونية على شبكة الانترنت، فبعدما كان الاتصال يتم بشكل أحادي بين المرسل والمستقبل في وسائل الإعلام التقليدية ونخص بالذكر الصحافة المكتوبة؛ نجده الآن اتصالاً تبادلياً تكاد تختفي فيه الأدوار التقليدية لصالح الفورية والتفاعلية والمشاركة الفعالة في إنتاج المحتويات، ما أنتج بيئة اتصالية جديدة ذات خصائص وممارسات جديدة سنوردها في سياق هذا المقال.

فماذا يقصد تحديدًا بالصحافة الإلكترونية؟ وما هي مستويات استفادتها من شبكة الانترنت؟ وما هي المكونات الجديدة للعملية الاتصالية في الصحافة الإلكترونية ضمن البيئة الرقمية؟

وعليه فإننا نهدف من خلال هذا الطرح إلى تحقيق ما يلي:

- تحديد المفاهيم المتعلقة بالعملية الاتصالية والصحافة الإلكترونية.
- إظهار مستويات استفادة الصحافة من البيئة الاتصالية الجديدة.
- إبراز الخصائص الإعلامية المستحدثة في الصحافة الإلكترونية.
- استخلاص تحولات جديدة في عناصر عملية الاتصالية في ظل الصحافة الإلكترونية.



2- مدخل مفاهيمي:

1-2- العملية الاتصالية:

قدّم جورج لندبرج تعريفاً شهيراً للاتصال على أنه: "شكل من أشكال من التفاعل التي تحدث عن طريق رموز قد تكون لغوية أو عبارة عن حركات أو صور أو أي شيء آخر يعمل كمنبه للسلوك". (محمد سيد محمد، 1986، ص 29) ويعتبر الاتصال "محور الخبرة الإنسانية، ويعني تشارك المعلومات والأفكار التي تتضمن الرموز والكلمات والصور المختلفة". (Mohamed Meziane, 2006, p.171) فالاتصال هو "العملية التي يتم عن واسطتها انتقال المعارف من شخص إلى آخر حتى تصبح مشاعة بينهما، وتؤدي إلى التفاهم بين هذين الشخصين أو أكثر، وبذلك يصبح لهذه العملية عناصر ومكونات واتجاهها تسير فيه وهدفا تسعى لتحقيقه ومجالا تعمل فيه ويؤثر فيها" (محمد جمال الفار، 2006، ص 87). وقد ظهرت الكثير من النماذج التي أخذت في التطور تدريجياً من طبيعتها الثنائية إلى الدائرية، ونتيجة لذلك تحدّدت عناصر العملية الاتصالية التي تتضمن ما يلي:

أ- المصدر؛ وهو المرسل القائم بالاتصال الذي قام بإنشاء الرسالة وإرسالها، يمكن أن يكون فرداً واحداً أو جماعة من الأفراد، وقد يكون مؤسسة، "ولا شك أن عملية الاتصال تتأثر بالمرسل من خلال شخصيته وخبراته واتجاهاته والأسلوب الذي يتّخذه في رسالته فكل هذه العوامل تساهم في تحديد المعلومات المراد نقلها أو إرسالها". (جمال محمد أبوشنب، 2006، ص 14)

ب- الرسالة؛ وهي الفكرة المنقولة من المصدر إلى المستقبل، أو المعنى أو حتّى المحتوى، وتتضمّن بدورها مجموعة من المعاني والآراء والأفكار المتعلقة بموضوعات محدّدة، يتمّ التعبير عنها بالرموز إمّا بالشكل المنطوق أو غير المنطوق، "ولا بد أن تتوفر مجموعة من الشروط في الرسالة منها الدقة والوضوح واستخدام لغة سليمة ذات فائدة؛ حتى يتسنى للمستقبل استيعاب الرسالة، ويتحقق بذلك هدف العملية الاتصالية" (سلوى عثمان الصديقي وهناء حافظ بدوي، 1999، ص 29)

ج- الوسيلة؛ وتسمّى أيضاً القناة، وهي الأداة التي يتمّ عن طريقها نقل الرسالة وإيصالها من المرسل إلى المستقبل، "ففي عملية الاتصال يختار المرسل وسيلة لنقل رسالته إما شفويا أو عن طريق الكتابة، أو قد تكون الوسيلة سمعية أو بصرية، أو سمعية بصرية معا، أو إلكترونية كالانترنت والمواقع الإلكترونية، ومواقع التواصل الاجتماعي، فكلها تعتبر وسائط ينطبق عليها وصف ماكلوهان بأنها "امتداد لحواس الإنسان" كما أنها تتفق أكثر مع عبارته الشهيرة "الوسيلة هي الرسالة" وبالتالي فالقناة هي عنصر ضروري ومهم في جودة العملية الاتصالية" (فضيل دليو، 1998، ص 49)

د- المتلقّي؛ وهو المستقبل الذي يتلقى هذه الرسالة سواء كانت اتصالية أو إعلامية، "قد يكون شخصا واحداً أو مجموعة من الأشخاص" (محمد عبد الحميد، 2007، ص 31)، "والمستقبل إذا تلقى الرسالة يقوم بحل رموزها وإدراك معناها بغية التوصل إلى تفسير محتواها، وتتم بالتالي الاستجابة سواء بالقبول والتنفيذ أو بعدم القبول والرفض" (عاطف علي العبد، 1993، ص 16)، وهذا هو الهدف المرجو من العملية الاتصالية. وتشكل ظروف المتلقي وصفاته ومدى استيعابه دوراً مهماً في إدراك فحوى الرسالة الإعلامية. وقد ظهر مصطلح



حرية المتلقي للتعبير عن القدرة على الاختيار التي تتيحها البيئة الاتصالية الجديدة؛ من خلال تعدد البدائل في المحتوى والعرض والتقديم؛ والإفادة من مصادر المعلومات المتعددة والمتاحة في صور مختلفة.

هـ- **رجع الصدى**؛ ويسمى رد الفعل ويكون دوماً في اتجاه عكسي أثناء حدوث العملية الاتصالية، ففي هذه الحالة يصبح المستقبل هو نقطة إرسال الرسالة والمرسل هو المتلقي لها، والغرض هو إبداء المستقبل لموقفه من محتوى الرسالة، فيظهر فيه مدى فهمه وقبوله لها أو رفضه لها.

"وعن طريق رجع الصدى يستطيع المصدر أن يفهم ما إذا كان المستقبل قد تلقى الرسالة أم لا، فبعد أن تصل الرسالة إلى المستقبل ويفهمها يتحول هذا المستقبل إلى مرسل يقوم بعملية الإرجاع" (جمال محمد أبو شنب، 2006، ص 14). وبفضل عملية رجع الصدى يمكن للمرسل أن يقدّر ما إذا كانت الرسالة قد حققت هدفها أم لا.

وهناك من الباحثين من يضيف عناصر أخرى للعملية الاتصالية منها التشويش الذي يرافق الرسالة في مسارها بين المرسل والمستقبل ويعمل على إعاقة وصولها بالشكل الذي يريده المرسل، وأيضاً عنصر الأثر الذي يتشكل كنتيجة للاتصال ويساهم في حدوثه كل من المرسل والمتلقي، وهناك أيضاً عنصر السياق الذي يشير إلى الظروف والبيئة الزمانية والمكانية التي تحدث فيها عملية الاتصال.

2-2- الصحافة الإلكترونية:

يعد مفهوم الصحافة الإلكترونية جزءاً من مفهوم أوسع وأشمل هو النشر الإلكتروني، ويعتبر مصطلح الصحافة الإلكترونية ترجمة لمصطلحات عديدة من المؤلفات الأجنبية، فيطلق عليها مسميات كثيرة منها: الصحافة على الخط والصحافة الرقمية وصحافة الانترنت والصحافة غير الورقية، مما يزيد من غموض المصطلح وتعقيد المفهوم أكثر.

فيقصد بها في المراجع الأجنبية الصحف والمجلات الإلكترونية المستقلة كلية عن الصحف والمجلات المطبوعة على الورق، بينما تشير في المراجع العربية إلى تلك الصحف والمجلات المتوفرة على شبكة الانترنت سواء كانت لديها نسخ ورقية أم لا.

فقد عرفها الباحث رضا عبد الواحد أمين بأنها تلك الصحف التي تصدر وتنشر عبر شبكة الانترنت أو غيرها من الشبكات المعلوماتية، سواء كانت صحيفة إلكترونية ليست لها مقابل مطبوع ورقى أو نسخة إلكترونية لصحيفة ورقية، وسواء كانت متخصصة أو عامة، وسواء كانت ملخصات من النسخة الورقية أو نقلاط مطابقة لها، بشرط إصدارها بانتظام وتحيين محتوياتها دورياً حسب تحديد جهة الصدور. (رضا عبد الواحد أمين، 2007، ص 93)

بينما تذهب سناء عبد الرحمان وحسني نصر إلى أن الصحافة الإلكترونية هي الصحافة المستقلة التي ليس لها مقابل ورقى، يتم نشرها على شبكة الانترنت، بحيث يمكن للمتصفح قراءتها والبحث داخلها، كما يمكنه حفظ وطبع ما يريد منها" (حسني محمد نصر، 2004، ص 4)



أما فايز الشهري فيرى بأنها: "تكامل بين الإمكانيات الهائلة المتاحة لتخزين وتنسيق وتبويب وتصنيف المعلومات واسترجاعها في ثواني قليلة، وبين التطورات المذهلة في وسائل الاتصال الجماهيرية التي حولت العالم إلى قرية إلكترونية صغيرة". (فايز عبد الله الشهري، 1999)

3- مستويات استفادة الصحافة من البيئة الرقمية الجديدة:

هناك علاقة كبيرة وواضحة بين المجال الصحفي وتكنولوجيا الاتصال بسبب زيادة أهمية وقيمة المعلومات وسرعة جمعها وطرق معالجتها وطريقة توزيعها واستقبالها، وهي مهام من صميم العمل الإعلامي والصحفي؛ حيث زادت من تجديد روح العمل الصحفي بالإضافة إلى تطوير الأداء الصحفي نفسه بخلق ممارسات صحفية جديدة، إذ وجد الصحفيون أنفسهم أمام نظام تكنولوجي جديد ومسؤوليات جديدة، وبدأ استخدام الكمبيوتر كأداة للجمع والتقصي عن المعلومات والوثائق والبيانات. ويمكن القول إن البيئة الاتصالية الجديدة وفرت للصحف التقليدية عدة خدمات جديدة، ساهمت في إحداث ثورة حقيقية في مجال العمل الإعلامي على المستويات التالية:

3-1- كمصدر للمعلومات: تستعين الصحافة بالبيئة الجديدة كأداة مساعدة لتغطياتها الإخبارية، أو كممول أساسي بالمصادر لتغطية الأحداث والأخبار العاجلة عبر المواقع الإلكترونية الإخبارية المنتشرة على شبكة الانترنت، سواء كانت مواقع وكالات أنباء أو مواقع جرائد ومجلات أو بنوك معلومات أو محطات إذاعية وتلفزيونية عالمية، ويمكن أن تستفيد منها أيضا كمصدر لاستكمال المعلومات والتفاصيل أو الرجوع لخلفيات الأحداث المهمة، وكمصدر للحصول على الصور الثابتة والمتحركة، كما يمكنها الوصول إلى آخر الإصدارات والكتب عبر المكتبات الإلكترونية المتاحة. (فيصل علي فرحان المخلافي، 2005)

3-2- كوسيلة اتصال: سواء كانت داخلية كنظام للاتصال الداخلي في المؤسسة، أو خارجية للاتصال بالمراسلين والمندوبين التابعين للمؤسسة، ويمكن عبر البيئة الاتصالية الجديدة أيضا عقد الاجتماعات التحريرية مع المراسلين والمندوبين (محمود علم الدين، 2005، ص 252)، ويمكن أيضا للصحفيين الاستفادة منها في إجراء لقاءات ومقابلات عن بعد مع مختلف الضيوف والشخصيات الوطنية والدولية.

3-3- كوسيط للنشر الصحفي: يمكن أن تستفيد الصحف التقليدية المطبوعة من الإمكانيات الرقمية في إصدار نسخ إلكترونية لها تساعد على الاستمرار والانتشار سواء كنسخ ثابتة (PDF) أو متحركة، وقد تعيد الصحيفة نشر محتوياتها بشكل كامل أو ملخصات منها فقط أو تخزن أرشيفها أو تقوم بإنشاء مواقع لصحف ومجلات بشكل كامل على الشبكة. (فيصل علي فرحان المخلافي، 2005)

3-4- كوسيلة اتصال تفاعلي: وذلك من خلال "إتاحة المؤسسات الصحفية على مواقعها منذ البداية خدمة البحث في المحتويات، فيقوم المستخدم بعمل بحث عن معلومة إخبارية معينة، وأن يختار الوقت المناسب له" (محمود كمال الدين وآخرون، 2007)، وتوسيع فرص مشاركة الجمهور "وتوفير قنوات الاتصال عبر مختلف الأنظمة التفاعلية كالبريد الإلكتروني والهاتف والتعليق والتصويت" (حسنين شفيق، 2008، ص 81) والتدوين، وصولا إلى التفاعل مع صفحاتها على شبكات التواصل الاجتماعي، فلا نجد الآن صحيفة إلكترونية إلا ولها روافد رقمية تحمل شعارها، وتحاول تتبع جمهورها أينما ذهب، محاولة منها للإمسك به وكسبه في عالم افتراضي سريع التحول والانتشار.



3-5- كوسيط إعلاني: بإمكان الصحيفة الإلكترونية أن تستفيد ماديا من عروض الإعلانات عبر موقعها أو إصداراتها الصحفية المختلفة من منتجات و سلع وتسويق ودعاية للشركات والأفراد عبر العالم. (Adel. F. Bane, 1995, p.p. 32-36)، إذ بإمكان المؤسسات الصحفية التي تمتلك مواقع على الانترنت أن تستفيد من الشركات المعلنه للسلع التي ترغب في نشر إعلاناتها عبر موقعها، ما يؤهل الصحافة الإلكترونية لتكون وسيلة إعلام وإعلان في ذات الوقت. (محمود كمال الدين وآخرون، 2007، ص.ص 209 - 211)

4- الخصائص الإعلامية المستحدثة في الصحافة الإلكترونية:

برغم قصر عمر الصحف الإلكترونية مقارنة بنظيرتها الورقية، إلا أنها استطاعت أن تكون لها شخصية وأسلوبا يختلف عما كان عليه الأمر عبر الورق، تلك الشخصية أصبح لها عدد من السمات مكنها من المساهمة في تلبية حق الجمهور المستخدم في المعرفة والمشاركة، نحاول جمعها فيما يلي:

4-1- العمق المعرفي: لا شك أن تتميز الخدمات الإعلامية المتاحة في المواقع الإخبارية بالشمول والعمق المعرفي، وذلك من خلال ما تقترحه تلك المواقع من تفاصيل إضافية تعنى بتقديم خلفيات معمقة عن الأحداث التي تتناولها عبر آلية الروابط (Links). (حسين علي إبراهيم الفلاحي، 2014، ص 163)

4-2- تعدد خيارات التصفح: لا تتوقف مواقع الصحف في عملية النشر عند حد ما تتوفر عليه من مضامين إعلامية وإخبارية، بل بإمكانها أن توفر زيادة في المعلومات والأخبار والخدمات، وبذلك فإن تلك المواقع تعمل على توفير خيارات جديدة لمتصفحها أكثر من قيامها بتقديم مضمون إعلامي محدد.

4-3- الانتشار الواسع: أهم ما يميز الانترنت هو قدرتها على التعامل مع الأحداث والقضايا العالمية دون حدود، وهو ما أتاح لمواقع الصحف نشر المزيد من الأخبار الدولية عبر صفحاتها الأولى يوميا، ومن جانب آخر يمنح النشر الإلكتروني للصحف الطابع العالمي دون حدود رقابية بشكل آني وبتكاليف بسيطة.

4-4- إمكانية الربط بين العناصر المتعددة: تتيح المواقع الإخبارية لزوارها الانتقال في تصفح المعلومات من مكان إلى مكان آخر مختلف تماما، كما يمكن أن توفر أيضا تلك المواقع الربط بين معلومات ومعارف وخبرات عديدة لأفراد مختلفين في مجالات وسياقات مختلفة.

4-5- مواكبة الاهتمامات الخاصة بالمستخدم: تمكّن البيئة الرقمية الجديدة المواقع الإخبارية من أن تتكيف مع اهتمامات ومجالات كل فرد مستخدم لها بتقديم مضمون إعلامي على مقاسه، ويتحقق هذا من خلال توفير عدة خيارات للمستخدم ويقوم هو باختيار منها ما يناسبه، أو عن طريق ما يعرف بدفع المحتوى بعد وضع قائمة من مجالات الاهتمام ثم يقوم الموقع بتبليتها وتوفيرها له. (عبد الرزاق محمد الدليحي، 2011)



العملية الاتصالية وتحولاتها في ظل الصحافة الإلكترونية

4-6- الفورية في نقل الأخبار: مكن النقل الفوري للأخبار ومتابعة التطورات مواقع الصحف الإلكترونية من منافسة وسائل الإعلام السمعية البصرية (الإذاعة والتلفزيون)، ثم انتقلت لتسابق القنوات الفضائية ذات المواعيد الثابتة في بث النشرات الإخبارية، فقد تنشر الصحيفة الإلكترونية خبراً عن حدث ما بعد أقل من 30 ثانية من وقوعه.

4-7- تحديث المضمون بشكل مستمر: بإمكان المواقع الإخبارية تحديث محتوياتها من الأخبار والمعلومات والتقارير وملاحقة الأحداث فور وقوعها، بشكل دائم ومستمر يسمح لها بمراجعة مادتها والتحقق من صحتها ودقة المعلومات الواردة بها بسرعة فائقة.

4-8- استخدام خاصية النص الفائق "HTML": توفر المواقع الصحفية لزوارها مختلف الروابط والوصلات التي تحيل إلى محتويات إعلامية أخرى ذات علاقة بالموضوع المطلوب أو اقتراحات لمواضيع أخرى مختلفة، قد تكون عبارة عن نصوص أو مواد سمعية أو مصورة أو كليهما، وقد تكون داخل الموقع أو تنقل المستخدم إلى مواقع أخرى. (محرز حسين غالي، 2009، ص.ص 94-95)

4-9- المرونة: ويقصد بها قدرة مستخدم الموقع الإخباري على الوصول السهل والسريع إلى مصادر عديدة ومتنوعة من المعلومات، وهو ما يساعده على اختيار المعلومات والأخبار التي يعتبرها جيدة ومفيدة، ويتجنب تلك الأقل أهمية ومصداقية.

4-10- التفاعلية: تمكن هذه الخاصية المتصفح لموقع الصحيفة الإلكترونية من خوض تجربة الحوار المباشر أو غير المباشر مع المشرفين على الموقع وعرض آرائه واقتراحاته عليهم، وأيضاً تتجلى خاصية التفاعلية في المشاركة في منتديات الحوار بين مستخدمي الموقع حول الأحداث والموضوعات التي يتيحها الموقع أو يطرحها زواره للنقاش وإبداء الرأي. (عبد الأمير الفيصل، 2006، ص. ص 116-117) والآن بما أن الصحف الإلكترونية أنشأت صفحات لها على مواقع الشبكات الاجتماعية ووسعت نطاق نشر محتوياتها بها فقد مكنت المستخدمين من المشاركة والتفاعل مع مضامينها والتعبير عن آرائهم حولها وحول طريقة تناولها.

4-11- قابلية التحويل: يوفر النشر الإلكتروني لمواقع الصحف عرض محتوياتها مرفقة بالنصوص المكتوبة والصور الثابتة والمتحركة والصوت، وهو ما يوفر للمستخدمين إمكانية الاختيار ما بين مختلف تلك العناصر وفق احتياجاتهم، وبالتالي الحصول على قصص إخبارية بالشكل الذي يريدونه.

4-12- توسيع النشر: توفر المواقع الصحفية فرصة إرسال المحتويات والقصص الإخبارية ومشاركتها بين المستخدمين عبر خدمة (إرسال لصديق) سواء داخل الموقع أو عبر صفحاتها على مواقع التواصل الاجتماعي، مما يساعد في توسيع دائرة الانتشار ووصول المحتويات إلى أكبر عدد من المستخدمين.

5- تحولات عميقة في عناصر العملية الاتصالية في ظل الصحافة الإلكترونية

لقد أحدثت التطورات التقنية تأثيرات عميقة على المجتمعات الإنسانية وشكلت نقلة نوعية في أساليب الاتصال والتواصل، وخلقت بيئة تواصلية جديدة في واقع المعرفة الإنسانية تستحق الوقوف عندها والدراسة المتعمقة لدلالاتها العلمية والمعرفية، ذلك أن أي تطور تقني أو علمي ينطلق من واقع معرفي جديد ويؤسس لقناعات حديثة ذات جذور في الماضي واستشراف للمستقبل. إن تلك التقنية انعكست على



الاتصال في أصوله النظرية والمعرفية بما يتطلب دراسة ومراجعة للكثير من المسلمات السابقة وإعادة تعريف للكثير مما يعتبر في السابق ثوابت متفق عليها، خاصة وأن معظم النظريات الاتصالية بنيت على دراسات تجريبية من بيئات مجتمعية مختلفة وهي اليوم تشهد تغيرات متسارعة (إبراهيم الصديق علي، 2015/2014، ص 2)

ولا يعني تحول الصحافة الإلكترونية مجرد استبدال المطبوعة المقروءة على صفحات جرائد ومجلات إلى مادة إلكترونية؛ ويتم التعامل معها في إطار شاشة سواء أخذ هذا التعامل شكل القراءة أو الاستماع، بل إن المسألة تتجاوز ذلك بكثير حيث مسّت التحولات كافة أطراف العملية الاتصالية الصحفية لتشمل الوسيلة والرسالة والمرسل والمستقبل والتغذية المرتدة. وفيما يلي سنعرض أهم الانعكاسات التي أحدثتها الانترنت على عناصر العملية الاتصالية بولوجها عالم الصحافة.

1-5- القائم بالاتصال: كما أسلفنا فإن القائم بالاتصال هو المرسل الذي تنطلق منه الرسالة وتبدأ عنده العملية الاتصالية، ولكن في ظل الإمكانيات الجديدة التي أتاحتها الشبكة يمكن ملاحظة أن المرسل أصبح يخضع لرقابة شديدة من طرف جمهوره، ليتحول في الكثير من الأحيان إلى مستقبل يتلقى ملاحظات قرائه واقتراحاتهم وحتى مشاركاتهم وشهاداتهم على الأحداث التي تواجدوا فيها أثناء وقوع الحدث.

ولما كان الصحفي في الصحافة المكتوبة ليس عليه أن يتقن استخدام الكمبيوتر والانترنت، فإنه عكس ذلك في الصحافة الإلكترونية، مما استوجب عليه مسيرة التطورات التكنولوجية الحاصلة في مجال الحاسوب والبرامج والتطبيقات الجديدة والتكيف مهنيًا معها من خلال تدريب وتأهيل الكوادر الصحفية لتحقيق ما أصبح يعرف بالصحفي المتعدد المهارات أو الصحفي المتكامل، الذي لا يقوم فقط بإنتاج النصوص الإخبارية وإتقانها لغويًا ومعرفيًا كما كان يُنتظر منه سابقًا، بل أصبح يُتوقع منه التحكم في العديد من المهارات منها مهارات الكتابة الرقمية التشعبية المختصرة، المهارات البصرية والتصويرية ومهارات تحميل وتخزين المحتويات على الانترنت. (كمال حميدو، 2018)

ومن جانب آخر توقع الخبراء في الماضي القريب أن تستفيد الصحافة من الوكلاء الآليين ليقوموا مقام المراسل الصحفي العالمي، فيقومون بالبحث فائق السرعة عن المعلومات عبر شبكة الانترنت، ويضيفونها إلى مواقع الصحف الإلكترونية معتمدين على تقنيات وتطبيقات الذكاء الاصطناعي في هذه المسألة، وتوقع هؤلاء أنه من الممكن في ظل هذه التحولات الهيكلية والعميقة أن يظهر نوعان من العمالة داخل المؤسسات الإعلامية، عمالة رقمية تقوم بعمليات جمع وتصنيف ونشر الأخبار بشكل سريع، وأخرى بشرية مهمتها الإشراف والتدقيق والتمحيص في المعلومات والأخبار التي يتم إنتاجها.

وهو النقاش الذي أثير مؤخرا بعد ظهور تطبيق ChatGPT في نهاية عام 2022 القائم على تدعيم النصوص والصور وتحويلها إلى مقاطع فيديو، وإلى مقالات إعلامية لا تختلف عن المقالات التي ينتجها صحفيون بشر، وبإمكانه إجراء محادثات والإجابة عن تساؤلات المستخدمين المختلفة، لكن ورغم المخاوف الكبيرة التي رافقت ظهور هذه التقنية المتعلقة بإمكانية استخدامها لإنتاج محتويات مزيفة ومضللة، إلا أنها تبقى تعبر عن ثورة حقيقية في مجال العمل الإعلامي يمكن الاستفادة من مزاياها وضبط استخدامها لتطوير المحتويات الصحفية على الانترنت وزيادة إقبال المستخدمين عليها.



5-2- الرسالة: لا توجد اختلافات جوهرية في كتابة مضمون الرسالة الصحفية عبر الصحافة الإلكترونية عنها عبر الصحافة المطبوعة، ولكن الاختلاف البارز يظهر في سهولة التعامل مع الرسالة؛ سواء من ناحية الوصول إليها أو حفظها أو تخزينها، فالانترنت قد أتاحت للصحافة خصائص كثيرة تتعلق بالرسالة التي لم تعد مادة جامدة بل أصبحت مدعومة بالصور الثابتة والمتحركة والأصوات والرسومات والخرائط التوضيحية. (فيصل علي فرحان المخلافي، 2005، ص 136)

وتقترب الرسالة في الصحافة الإلكترونية من الوسيلة الحاملة لها، فالوسيلة هي الرسالة كما قال ماكلوهان، لكن الاختلاف المهم يكمن في كيفية كتابة الرسالة واستقبالها، يحتاج الصحفي في إعداد موضوعاته للشبكة إلى تخطيط الوحدات الفوقية Hyperlinks والأشكال غير الخطية.

فإذا كانت العناصر القديمة للرسالة الصحفية تلخص في النص المكتوب الذي يحمل كلمات وجمل والقليل من الصور؛ فإن العناصر الجديدة للصحيفة الإلكترونية التي وفرتها الانترنت تشمل ما يلي: (أمين سعيد عبد الغنى، 2008، ص. ص 67-68)

- الفضاء (Space): وهو مفتوح وغير محدود المكان والزمان كما كان في الصحافة المكتوبة.

- التصميم (Design): وفيه يتم ترتيب المحتويات والنصوص ترتيباً حسب الأهمية أو ترتيباً أبجدياً.

- الخريطة (Map): تقوم بتوضيح مكونات النص الرئيسية، وتعرض نقاطاً كممرات للمعلومات التي تصل بين نقاط الالتقاء والوصلات والممرات.

- الوصلات (Links): وهي التي تربط نقاط الالتقاء بين مختلف النصوص.

- نقاط الالتقاء (Nodes): وهي عبارة عن مستودعات للمعلومات، وتعتبر أصغر جزء من النص الفائق.

- الممرات (The pathways): وهي المسالك التي يتبعها المستخدم في متابعته للنصوص، قد تكون إرشادية أو تصنيفية أو تنظيمية للأحداث حسب تاريخها أو مكان وقوعها.

- الأيقونات (Icones): وهي عبارة عن رموز تدل على ما خلفها من مضامين، وتكون غالباً رسومات.

- التجول الحر (Browsing): ويتحقق بواسطة الارتباطات التشعبية الخاصة بالنص الفائق.

- المشاهدة (Views): يمكن مشاهدة النص الفائق عبر عدة طرق منها إمكانية تكبيره وتصغيره، أو فتح نوافذ داخله، كما يعرض قائمة بالعناوين في النص ليختار المستخدم الجزء الذي يريد الاطلاع عليه.



3-5- الوسيلة: يختلف الشكل التقليدي للصحيفة المطبوعة تماما عن الشكل الإلكتروني الحديث خاصة مع توظيف خدمات الوسائط المتعددة التي تمكن من تلقي المادة الصحفية على عدة مستويات نصية وصور ثابتة وصور متحركة وأصوات، مع إمكانية استقبال تلك العناصر الخاصة بالموضوع على شاشة واحدة مقسمة إلى عدة أجزاء أو شاشات عديدة.

ومن الواضح أن إدخال عنصر الصورة المتحركة والعنصر السمعي في عملية إخراج الصحف الإلكترونية قد أحدث تحولا جذريا في الشكل العام لها، بالإضافة إلى أن كل مادة صحفية متواجدة داخل الصحيفة الإلكترونية تستعين بمجموعة من الملفات المرفقة والتي يمكن فتحها بسهولة، كلها عناصر أضفت شكلا جديدا وجذابا للصحيفة الإلكترونية.

4-5- المستقبل: لا شك أن هناك الكثير من القراء الذين يعجزون عن قراءة الصحف المطبوعة، فيلجأون إلى الراديو والتلفزيون، لكن بفضل الإمكانيات التكنولوجية التي أصبحت موفرة للصحف الإلكترونية المستندة إلى تقنيات الحاسوب فقد تم تخطي عقبة القراءة، وأصبح بإمكان خاصية الوسائط المتعددة قراءة مضمون المادة الصحفية آليا دون الحاجة لقراءتها من طرف المستخدم. (كارول ريتش، 2004، ص. ص 26-28)

كما ظهر أهم جانب في تعامل المستخدم مع الصحف الإلكترونية الذي يتمثل في إحياء الجانب التفاعلي في التعامل معها كوسيلة إعلام مما يؤدي إلى تجاوز أنظمة الاتصال التقليدية" (فيصل عبد الأمير، 2004، ص. ص 116 - 117)، "إذ لا تتوقف أدوار مستقبل الرسالة عند حدود التلقي وتأدية العملية المعرفية ضمن ما كان يعرف بالاتصال الذاتي بمعزل عن القائم بالاتصال مرسل الرسالة، أو تتحدد مواقفه إما في قبول الرسالة والاستمرار في تلقيها أو التوقف عن العملية الاتصالية والعزوف عنها فقط، ولكن هنا بإمكان المتلقي أن يتحول إلى مشارك في العملية الاتصالية ويؤثر في تحديد عناصرها باختياراته المختلفة". (محمد عبد الحميد، 2007، ص. ص 31 - 32)

ونتيجة عن خاصية التفاعلية هذه أنه لم يعد كاف وصف المستقبل بأنه نشط (Active) بناء على اختياراته من المضامين المتنوعة، أو أنه عنيد (Obstinate) بناء على قبوله أو رفضه للمحتوى المقدم أو للقائم بالاتصال، بل تحول إلى مشارك ومتفاعل في عملية الاتصال برمتها يساهم في التأثير في عناصرها وفي نتائجها، بما أدى إلى توسيع مفاهيم "ديمقراطية الاتصال" و"الحق في الاتصال" ليصل إلى المشاركة النشطة والإيجابية في العملية الاتصالية، وليس فقط مجرد إتاحة الوسائل الاتصالية. (محمد عبد الحميد، 2007، ص. ص 31 - 32)

5-5- التغذية العكسية: ساهمت الصحافة الإلكترونية في تعميق مفهوم رجع الصدى (Feed Back) من خلال خلق التفاعل بين الصحف وقرائها، وتنمية قدرات القراء في التواصل والمشاركة في صنع الصحيفة، وإبداء الرأي والتحليل والنقد إلى إنتاج المادة الإعلامية، وتعتبر التغذية العكسية أو المرتدة في الصحيفة الإلكترونية تغذية بصرية مسموعة يتم نقلها وإظهارها بالصورة والصوت بشكل مباشرة بين مرسل الرسالة ومتلقيها، وهذا يعني أنها تغذية تفاعلية ثنائية مباشرة.

كما يساهم البعد التفاعلي للصحافة الإلكترونية أيضا في تعامل المستخدم مع المضمون الإلكتروني بحرية أكبر من خلال البحث في الموقع والتعليق على المقالات والمشاركة في استفتاءات الرأي، كما تتسم مواقع الصحافة الإلكترونية بإحداثها لفضاءات النقاش الجماعي حول مسائل تهم الشأن العام بأبعاده المختلفة من خلال فضاءات الدردشة والحوار وحتى المدونات. (الصادق الحمامي، 2006، ص 8)



أما الآن فنشهد اجتياح محتويات الصحف الإلكترونية لمواقع الشبكات الاجتماعية لتوسيع نطاق وصولها وجذب جمهور جديد، إذ تتيح لهم هذه الإستراتيجية الاستفادة من قاعدة المستخدمين الواسعة لمنصات التواصل الاجتماعي لمشاركة محتوى الأخبار والتفاعل مع القراء وزيادة حركة المرور إلى مواقعهم الإلكترونية، بما يجعلها تتكيف مع متطلبات المشهد الإعلامي في العصر الرقمي، إذ أصبحت منصات التواصل الاجتماعي مثل فيسبوك وتويتر وإنستغرام وغيرها توفر للصحف قنوات مباشرة للتفاعل مع المستخدمين ومشاركة تحديثات الأخبار والترويج لعلاماتهم التجارية، مما يؤدي في النهاية إلى تعزيز تواجدهم عبر الانترنت ومشاركة الجمهور.

6 - خاتمة:

بناء على ما تقدّم نصل إلى أنّ الخصائص والسمات التي توافرت للصحف الإلكترونية قد مكّنتها من استقطاب الأعداد الكبيرة من الجمهور؛ الذي وجد فيها ضالته من المعلومات الغزيرة و المتنوعة والجديدة، والتي لم تستطع أن توفرها له وسائل الإعلام والاتصال التقليدية، وعلى هذا فإن ما تتيحه التطبيقات المذكورة للجمهور المستخدم من حرية الوصول إلى مصادر المعلومات والحصول على المعلومات بأنواعها وأشكالها المختلفة وحرية إرسالها واستقبالها والاستفادة منها قد ساهم بصورة واضحة في رفع مناسب المعرفة بأنواعها، والتي يمكن لها أن تنقل المجتمع إلى حالة الرقي المنشود إن أحسن استغلالها والاستفادة منها، أو توظيفها بفعالية ونجاح ومنهجية سليمة تتوافق مع خصوصيات المجتمعات.

كما أن الأدوات التي تتيحها الانترنت للصحف الإلكترونية كالوصلات الفائقة والبريد الإلكتروني التفاعلي الخاص بالمحررين وحساباتهم على مواقع التواصل الاجتماعي ومنتديات الحوار والنقاش على الشبكات الإخبارية وصفحاتها على شبكات التواصل الاجتماعي، قد مكّنت جميعها من خلق صحافة جديدة تكاد تختفي معها عناصر العملية الاتصالية المعروفة، وحتما لن يتوقف التطور في هذا المستوى مادامت التكنولوجيات الجديدة في تغيرات متواصلة ومتسارعة؛ مؤثرة بذلك على مختلف الوسائط الإعلامية التي التحقت هي الأخرى بالشبكة محاولة منها لتطوير تطبيقاتها والتكيف مع المستجدات المتلاحقة؛ وإلا فإن مصيرها سيكون الزوال والاندثار لا محالة.



7. قائمة المراجع:

المؤلفات:

- أمين سعيد عبد الغنى، وسائل الإعلام الجديدة والموجة الرقمية الثانية، ايتراك للطباعة والنشر والتوزيع، القاهرة، 2008.
- جمال محمد أبوشنب، نظريات الاتصال والإعلام (المفاهيم المداخل النظرية والقضايا)، دار المعرفة الجامعية، الإسكندرية، 2006.
- حسن سوداني ومحمد المنصور، شبكات التواصل الاجتماعي وتأثيرها على جمهور المتلقين، مركز الكتاب الأكاديمي، عمان، 2015.
- حسني محمد نصر، الأنترنت والإعلام (الصحافة الإلكترونية)، مكتبة الفلاح للنشر والتوزيع، الكويت، 2004.
- حسنين شفيق، الإعلام التفاعلي ثورة تكنولوجية جديدة في نظم الحاسبات والاتصالات، دار فكاروفن للطباعة والنشر والتوزيع، القاهرة، 2008.
- حسين علي إبراهيم الفلاحي، الإعلام التقليدي والإعلام الجديد، دار غيداء للنشر والتوزيع، عمان، 2014.
- خالد محمد غازي، الصحافة الإلكترونية العربية، دار الكتب المصرية، الجيزة، 2010.
- رضا عبد الواحد أمين، الصحافة الإلكترونية، دار الفجر للنشر والتوزيع، القاهرة، 2007.
- سلوى عثمان الصديقي وهناء حافظ بدوي، أبعاد العملية الاتصالية، المكتب الجامعي الحديث، الأزارطة، 1999.
- عاطف عدلي العبد، الاتصال والرأي العام (الأسس النظرية والإسهامات العربية)، دار الفكر العربي للنشر والتوزيع، القاهرة، 1993.
- عبد الأمير مويت الفيصل، الصحافة الإلكترونية في الوطن العربي، دار الشروق للنشر والتوزيع، عمان، 2006.
- عبد الرزاق محمد الدليهي، الصحافة الإلكترونية والتكنولوجيا الرقمية، دار الثقافة للنشر والتوزيع، عمان، 2011.
- فضيل دليو، في وسائل الاتصال الجماهيرية، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 1998.
- فيصل علي فرحان المخلافي، المؤسسات الإعلامية في عصر تكنولوجيا المعلومات (دراسة لواقع المؤسسات الصحفية اليمنية)، المكتب الجامعي الحديث، القاهرة، 2005.
- كارول ريتش، كتابة الأخبار والتقارير الإخبارية، ترجمة: عبد الستار جواد، دار الكتاب الجامعي، العين، 2001.
- محرز حسين غالي، صناعة الصحافة في العالم، تحديات الوضع الراهن وسيناريوهات المستقبل، القاهرة، الدار المصرية اللبنانية، القاهرة، 2009.
- محمد جمال الفار، المعجم الإعلامي، دار أسامة للنشر والتوزيع، عمان، 2006.
- محمود خليل، الصحافة الإلكترونية (أسس بناء الأنظمة التطبيقية في التحرير الصحفي)، العربي للنشر والتوزيع، القاهرة، 1997.
- محمد سيد محمد، المسؤولية الإعلامية في الإسلام، المؤسسة الوطنية للكتاب، الجزائر، 1986.
- محمد عبد الحميد، الاتصال والإعلام على شبكة الانترنت، عالم الكتب، القاهرة، 2007.
- محمود علم الدين، تكنولوجيا المعلومات والاتصال ومستقبل صناعة الصحف، السحاب للنشر والتوزيع، القاهرة، 2005.
- محمود كمال الدين وآخرون، مستقبل طباعة الصحف العربية رقمياً، الدار المصرية اللبنانية، المكتبة الإعلامية، القاهرة، 2007.
- Adel. F. Bane, Internet Insights, How Academies arousing the Internet, Computers in libraries, February, 1995.
- Mohamed Meziane, La communication, édition El hikma, Alger, 2006.



• الأطروحات:

- فايز عبد الله الشهري، تجربة الصحافة الإلكترونية العربية على شبكة الانترنت، رسالة دكتوراه غير منشورة، جامعة شيفيلد، المملكة المتحدة، 1999
- إبراهيم الصديق علي، تأثير الانترنت على العملية الاتصالية (حالة الأخبار بتلفزيون السودان)، أطروحة دكتوراه غير منشورة، كلية علوم الاتصال، جامعة السودان للعلوم والتكنولوجيا، 2015/2014
- محمد الفاتح حمدي، استخدامات النخبة للصحافة الإلكترونية وانعكاساتها على مقروئية الصحف الورقية، رسالة ماجستير في علوم الإعلام والاتصال، كلية الحقوق، جامعة باتنة، 2010/2009

• المقالات:

- الصادق الحمامي، الإعلام الجديد مقارنة تواصلية، مجلة الإذاعات العربية، العدد 4، 2006.

• مواقع الانترنت:

- السيد بخيت (2011)، إعلام المستخدم: المفهوم والعوامل المؤثرة وواقعه في البيئة الإعلامية الإلكترونية العربية، مجلة الإذاعات العربية، متاح على الرابط: http://www.asbu.net/asbutext/pdf/2011_03_039.pdf، تم التصفح يوم: 2019/04/19
- كمال حميدو (2018)، الإعلام الاجتماعي وتحولات البيئة الاتصالية العربية الجديدة، مركز الجزيرة للدراسات، متاح على الرابط، <http://studies.aljazeera.net/ar/profile/180306085714137.html> ، تم التصفح يوم: 2020/05/13