

الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية

وزارة التعليم العالي و البحث العلمي

جامعة الأمير عبد القادر للعلوم الإسلامية-قسنطينة-

قسم: الدعوة و الاعلام و الاتصال

تخصص: صحافة



كلية: أصول الدين

الرقم التسلسلي: .....

رقم التسجيل: .....

## المعايير الفنية و المهنية في الصحافة الإلكترونية الجزائرية

دراسة تحليلية و ميدانية

أطروحة مقدمة لنيل شهادة الدكتوراه " ل.م. د." في تخصص صحافة

إشراف الدكتورة:

ليلي فيلاي

إعداد الطالبة :

مهيرة بثينة

لجنة المناقشة

الاسم و اللقب	الرتبة العلمية	مؤسسة العمل	الصفة
أ.د/ رقية بوسنان	أستاذ	جامعة الأمير عبد القادر للعلوم الإسلامية	رئيسا
د/ ليلي فيلاي	أستاذ	جامعة الأمير عبد القادر للعلوم الإسلامية	مشرفا و مقرا
د/ إلياس طلحة	أستاذ محاضر -أ-	جامعة الأمير عبد القادر للعلوم الإسلامية	عضوا
د/ حميد بوشوشة	أستاذ محاضر -أ-	جامعة صالح بوبنيدر قسنطينة 03	عضوا
د/ حليلة عايش	أستاذ محاضر -أ-	جامعة صالح بوبنيدر قسنطينة 03	عضوا

السنة الجامعية: 1441/1442 هـ - 2020/ 2021 م

جامعة الأميرة  
عبد القادر للعالم الإسلامي

الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية

وزارة التعليم العالي و البحث العلمي

جامعة الأمير عبد القادر للعلوم الإسلامية-قسنطينة-

قسم: الدعوة و الاعلام و الاتصال

تخصص: صحافة



كلية: أصول الدين

الرقم التسلسلي: .....

رقم التسجيل: .....

## المعايير الفنية و المهنية في الصحافة الإلكترونية الجزائرية

دراسة تحليلية و ميدانية

أطروحة مقدمة لنيل شهادة الدكتوراه " ل. م. د." في تخصص صحافة

إشراف الدكتورة:

ليلى فيلاي

إعداد الطالبة :

مهيرة بثينة

لجنة المناقشة

الاسم و اللقب	الرتبة العلمية	مؤسسة العمل	الصفة
أ.د/ رقية بوسنان	أستاذ	جامعة الأمير عبد القادر للعلوم الإسلامية	رئيسا
د/ ليلى فيلاي	أستاذ	جامعة الأمير عبد القادر للعلوم الإسلامية	مشرفا و مقرا
د/ إلياس طلحة	أستاذ محاضر -أ-	جامعة الأمير عبد القادر للعلوم الإسلامية	عضوا
د/ حميد بوشوشة	أستاذ محاضر -أ-	جامعة صالح بوبنيدر قسنطينة 03	عضوا
د/ حليلة عايش	أستاذ محاضر -أ-	جامعة صالح بوبنيدر قسنطينة 03	عضوا

السنة الجامعية: 1441/1442هـ - 2020/ 2021 م

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

جامعة الأزهر  
مركز الدراسات والبحوث  
الاسلامية  
العلوم للعلوم  
جامعة الأزهر

# الإهداء

أهدي هذه الأطروحة التي تمخضت عن سبيل طويل من الصبر، الجهد، السهر، والتعثر والوقوف:

إلى من تجرعا الكأس فارغا ليسقياني قطرة حب، إلى من حصدا الأشواك عن دربي ليمهدا لي سبيل العلم، إلى من علماني بأن الدنيا كفاح وسلاحها العلم والمعرفة إلى من انتظرا نتهائي من هذه الأطروحة ليفتخروني إلى سندي في هذه الحياة وأعلى ما لدي في الوجود والدي الكريمين - منيسة و عبد الحفيظ - حفظهما الله من كل مكروه.

إلى من ساندني في هذا المسار منذ أول خطوة فيه، إلى من شاركني الحياة بحلوها ومرها، إلى من كان لي نعم الرفيق في صعودي سلالم النجاح، إلى زوجي محمد الأمين حفظه الله وجعله تاجا يزين رأسي.

إلى من كانا لي أنيسا في صغري، وفي كبري، إلى من شهدا عبوري أحلك السبل للوصول لهذه المرحلة، إلى من كانا عوننا في وسندا لي في جميع حالاتي إلى أخواني التوأمين هبة الله وعماد الدين.

إلى من شاركني همومي، أحزاني وأفراحي، إلى التي أثرتني على نفسها في الدعاء لي بالتوفيق ليلا نهارا، إلى من ربتي منذ نعومة أظفاري، إلى عمتي وحببتي لويذة أطلال الله في عمرها وحفظها من كل مكروه.

إلى من تجرعت ألم فقدانهم، إلى من سكنت أرواحهم جنان النعيم، إلى من علمني فرأهم أن أقف صامدة، شامخة وأن لا أنحني لأي رياح تود أن تسقطني من سلم النجاح، إلى مهجة فؤادي أولادي نورهان، جود وإياد الذين كانوا بجانبني في مراحل صعبة جدا من تقدمي في هذا البحث لكنهم فارقوني قبل أن أصل لمبتغاي عوضني الله في مصيبي وأخلفني كل خير.

إلى من كانوا سندا لي في جميع مراحل حياتي العلمية والعائلية، إلى من كانوا ينتظرون وبلهفة أن أصل لهذه المرحلة، إلى من جعلوني قدوة لأبنائهم إلى أعمامي وزوجاتهم وأبنائهم.

وفي الأخير أهدي هذا العمل إلى كل روح شاركتني بدعائها. وإلى كل الزملاء والأصدقاء.

وإلى كل طالب صحافة وإعلام عسى أن تكون هذه الأطروحة مرجعا ينتفع به في مجال الصحافة

الإلكترونية

# شكر و عرفان

قال رسول الله عليه الصلاة والسلام "من لم يشكر الناس، لم يشكر الله عز وجل"  
أشكر الله عز وجل لأنه أنار لي درب العلم والمعرفة وأحمده على توفيقه في استكمال  
هذه الأطروحة

أوجه خالص شكري وإمتناني عرفانا بجميلها للأستاذة المشرفة :

د ليلي فيلاي

التي تكرمت بنصحي وتوجيهي طيلة مسار إنجازي لهذه الأطروحة، كما أشكرها على  
رحابة صدرها وسمو خلقها، وتميز أسلوبها في إبداء ملاحظاتها أو إثراء الدراسة أسأل  
الله أن يجازيها فيما قدمت لي خير جزاء وأن يبارك لها في عائلتها و مسارها العلمي.

كما لا يفوتني أن أتقدم بجزيل الشكر لكل الأساتذة من داخل الجزائر وخارجها ممن  
تكرموا وقبلوا تحكيم استمارتي الدراسة التحليلية والميدانية كل باسمه: أ.د. أحمد  
عبدلي، جامعة الأمير عبد القادر للعلوم الإسلامية، قسنطينة، أ.د. فوضيل دليو،  
جامعة صالح بوبنيدر، قسنطينة، د. نصر الدين بوزيان، جامعة صالح بوبنيدر،  
قسنطينة، د. سكيينة العابد، جامعة صالح بوبنيدر، قسنطينة، أ.د. ماجد سالم تربان،  
جامعة الأقصى، فلسطين، أ.د. جواد راغب الدلو، الجامعة الإسلامية، غزة،  
فلسطين، أ.د. تيسير أبو عرجة، جامعة البترا، الأردن، أ.د. عبد الأمير الفيصل (رحمه الله  
)، جامعة بغداد، العراق أقدر ما قدموه لي من نصائح وتوجيهات أفادتني في الكثير  
من جزئيات الأطروحة

أشكر كافة الأساتذة الذين تتلمذت على أيديهم طيلة مشواري الدراسي منذ تعليمي  
الإبتدائي إلى غاية تعليمي الجامعي، كما أقدم جزيل شكري لكافة أساتذة الإعلام بكلية  
علوم الإعلام والاتصال والسمعي البصري - جامعة قسنطينة - الذين ساهموا في  
تكويني في مساري الليسانس والماستر، وأشكر أساتذة الإعلام بجامعة الأمير عبد  
القادر لمساهماتهم في صقل تكويتي الأكاديمي في مسار الدكتوراه.

كما لا أنسى أن أقدم جزيل شكري وإمتناني لكافة من ساهم من قريب أو من بعيد و  
لو بدعوة صالحة وخالصة لله عز وجل

## الملخص

تسعى الدراسة - في شقيها التحليلي و الميداني - إلى التعرف على مدى التزام صحيفة الشروق أون لاين بالمعايير المهنية والفنية للعمل الصحفي الإلكتروني، وللوصول إلى النتائج تم اتباع منهج المسح الوصفي الذي وظف أسلوب تحليل محتوى للمواد المنشورة في صحيفة الشروق أون لاين لعينة قصدية بلغ قوامها 5838 مفردة. أما في الجانب الميداني فقد تم الاعتماد على استمارة إلكترونية وزعت على عينة عشوائية قوامها 250 مستخدم لصحيفة الشروق أون لاين تم الحصول على بياناتها و اختبار فروض الدراسة إحصائياً باستخدام برنامج الحزمة الإحصائية للعلوم الاجتماعية spss. ووظفت بالدراسة ثلاثة مداخل نظرية و هي نظرية الاستخدامات و الإشباعات ونظرية الممارسة ونظرية النموذج المهجن.

توصلت الدراسة التحليلية فيما يخص المعايير الفنية إلى أن صحيفة الشروق أون لاين لم تلتزم بتطبيق مبادئ الكتابة الصحفية الإلكترونية من خلال استخدامها لفقرات طويلة، كما أنها لم توظف الوسائط المتعددة و النصوص الفائقة بشكل كبير، و لم تول اهتماماً كافياً بسبل تحقيق التفاعلية مع متصفحها. أما فيما يخص التزامها بالمعايير المهنية فقد أكدت نتائج الدراسة بأنها تعتمد على التنوع في مصادر المعلومات و الفاعلين فيها لمعالجة موادها الصحفية التي غلب عليها التقرير الصحفي. راعت الصحيفة كذلك أغلب أبعاد معيار الحياد و عدم الانحياز، و التنوع الجغرافي و الموضوعاتي و اللغوي.

كشفت نتائج الدراسة الميدانية على أن أغلب الباحثين من مستخدمي صحيفة الشروق أون لاين يرون بأنها تراعي كل من معيار جاذبية التصميم و يُسر الاستخدام، الملاءمة و الوضوح اللغوي و الفورية بنسب متفاوتة، في حين أنها لم تراعي أبعاد معيار تنوع خيارات المحتوى. أما بالنسبة للالتزام بالمعايير المهنية فقد أوضحت نتائج ردود الباحثين بأنهم وافقوا على العبارات التي تمثل أبعاد كل من معيار الحياد والمسؤولية والتنوع و الشمول و التفاعلية بنسب متفاوتة، و قد أجاب أغلب الباحثين على أبعاد معيار المصدقية بـ "موافق إلى حد ما"، في حين أنهم لم يوافقوا على العبارات المتعلقة بأبعاد معيار الاستقلالية.

الكلمات المفتاحية: المعايير الفنية، المعايير المهنية، الصحافة الإلكترونية، الشروق أون لاين

## Abstract

This research in its both analytical and practical framework aims at exploring Echorouk Online newspaper's commitment to the professional and technical standards of the electronic press. To reach the findings, the research uses a descriptive survey given to a sample of 5838 person, the survey analyses the content published in Echorouk Online newspaper. Concerning the practical part an electronic questionnaire was administered to a random sample of 250 user of Echorouk Online newspaper .The needed data needed was collected and the study hypotheses were statistically tested using the SPSS statistical package programme .Three theoretical approaches were implemented in the study: the theory of uses and gratifications, the theory of practice, and the theory of the hybrid model.

The analytical study of the technical standards arrived to the conclusion that Echorouk Online newspaper did not respect the writing principles of electronic newspapers through its use of long paragraphs, and did not work enough to achieve a massive interaction among the users. Regarding its commitment to the professional standards, the study reveals that the electronic newspaper employs a variety of information sources in the treatment of its subjects. The results of the study show that the newspaper is neutral and far from being biased and respects the geographical, topical and linguistic diversity.

The findings indicate that most of the respondents of the questionnaire find that the newspaper respects the standards of the design and that of easier readability, clarity, visibility and the convenience of information in addition to linguistic clarity with varying proportions. However, it failed to meet the content diversity dimension. As for the commitment to the professional standards, the respondents agreed on the statements which indicate that the newspaper responds to the different dimensions of neutrality, responsibility, diversity comprehensiveness and interactivity criteria in varying degrees. Unlike the first dimension, the second one showed almost the opposite result; the majority of respondents answered with "partially agree" on credibility standards and did not agree on the statements concerning freedom of press.

**Key words:** technical standards , professional standards, electronic journalism, Echorouk



## Résumé

L'étude cherche -à la fois dans son côté analytique et de terrain- à identifier dans quelle mesure Echorouk Online adhère aux normes professionnelles et techniques du journalisme électronique, et pour atteindre les résultats, une approche d'enquête descriptive a été suivie, qui a utilisé une méthode d'analyse de contenu pour les documents publiés dans Echorouk Online pour un échantillon intentionnel de 5838 individus. Dans le côté terrain, un formulaire électronique a été utilisé et distribué au hasard sur 250 utilisateurs du journal, ses données ont été traitées et les hypothèses de l'étude ont été testées statistiquement à l'aide de SPSS. Trois approches théoriques sont utilisées dans l'étude, qui sont : La théorie des utilisations et des gratifications, la théorie de la pratique et la théorie du modèle hybride.

L'étude analytique s'est conclue sur les normes techniques que le journal Echorouk Online n'a pas adhéré aux principes de l'écriture journalistique électronique en utilisant de longs paragraphes, aussi qu'il n'utilisait pas non plus le multimédia et l'Hypertextes, et il n'a pas accordé suffisamment d'attention aux moyens d'atteindre l'interactivité avec ses utilisateurs concernant. Quant à son engagement envers les normes professionnelles, les résultats de l'étude affirment qu'il dépend sur la variation des sources d'informations diversification et des acteurs qui ont été dominés dans les rapports de presse. Aussi le journal a pris en compte les critères de neutralité et de partialité, la diversité géographique thématique et linguistique.

Les résultats d'étude de terrain ont montré que la plupart des utilisateurs du journal Echorouk Online voient qu'il prend en compte les critères de design la gravité, la facilité d'utilisation, La pertinence, la clarté linguistique immédiat à des degrés divers, alors qu'il ne prend pas en considération les dimensions des normes pour la diversité des options du contenu. En ce qui concerne le respect des normes professionnelles, les résultats des réponses des répondants indiquent qu'ils acceptaient des expressions qui constituent les dimensions de chaque norme la neutralité, la responsabilité, la diversité, l'inclusion, et l'interactivité à degrés variable. Alors qu'ils voient qu'il ne respecte pas la norme de fiabilité et d'indépendance.

**Mots clés:** Les critères techniques, Les critères professionnels, journalisme électronique, Echorouk Online

## فهرس الموضوعات

الصفحة	العنوان
	إهداء شكر و عرفان ملخص الدراسة باللغة العربية ملخص الدراسة باللغة الإنجليزية ملخص الدراسة باللغة الفرنسية فهرس الموضوعات
6 -1	مقدمة .....
<b>الفصل الأول: الإطار المنهجي للدراسة:</b>	
09	المبحث الأول: الإجراءات المنهجية للدراسة.....
09	1. الإشكالية .....
11	2. تساؤلات الدراسة.....
12	3. فروض الدراسة .....
12	4. أهداف الدراسة.....
13	5. أسباب اختيار الموضوع .....
14	6. أهمية الدراسة.....
15	7. منهج الدراسة.....
16	8. أدوات جمع البيانات .....
23	9. مجتمع و عينة الدراسة.....
26	10. الحدود الزمانية و المكانية للدراسة.....
26	11. الدراسات السابقة.....
46	12. المداخل النظرية للدراسة.....
59	13. مفاهيم و مصطلحات الدراسة.....
66	14. صعوبات الدراسة.....
67	المبحث الثاني: إجراءات المعالجة الإحصائية لأدوات جمع البيانات:.....
67	I. إجراءات صدق و ثبات أدوات جمع البيانات.....

72	II. الأساليب الإحصائية المستخدمة في جمع البيانات.....
الفصل الثاني: الصحافة الإلكترونية نشأتها و تطورها في العالم و في الجزائر	
76	المبحث الأول: الصحافة الإلكترونية، نشأتها، تطورها و خصائصها.....
76	أولا: مفهوم الصحافة الإلكترونية.....
80	ثانيا: نشأة و تطور الصحافة الإلكترونية.....
80	I. بدايات الصحافة الإلكترونية في العالم الغربي.....
89	II. بدايات الصحافة الإلكترونية في العالم العربي.....
91	ثالثا: أنواع الصحف الإلكترونية.....
96	رابعا: سمات و خصائص الصحافة الإلكترونية.....
101	المبحث الثاني: الصحافة الإلكترونية في الجزائر.....
102	أولا: الصحافة الجزائرية قبل و بعد التعددية الإعلامية.....
102	I. مرحلة ما قبل التعددية الإعلامية (1962-1989).....
104	II. مرحلة التعددية الإعلامية.....
111	ثانيا: دخول الإنترنت إلى الجزائر.....
116	ثالثا: بدايات الصحافة الإلكترونية في الجزائر.....
118	رابعا: أنواع الصحف الإلكترونية الجزائرية.....
121	خامسا: مؤشرات تطور الصحف الإلكترونية الجزائرية.....
125	خامسا: صحيفة الشروق أون لاین كنموذج للصحف الإلكترونية الجزائرية.....
130	المبحث الثالث: تحرير الصحافة الإلكترونية و المهارات التي تتطلبها.....
130	أولا: الفرق بين الكتابة للإنترنت و الكتابة للوسائل الإعلامية الأخرى.....
131	I. مراحل إعداد المادة الصحفية في الصحف الإلكترونية.....
134	II. تحرير الصحفي الإلكتروني، عناصره و مبادئه.....
141	ثانيا: الفنون التحريرية و قوالب التحرير الصحفي الإلكتروني.....
141	I. الفنون التحريرية المستخدمة في تحرير الصحف الإلكترونية.....
148	II. قوالب التحرير الصحفي الإلكتروني.....
الفصل الثالث: تصميم و إخراج الصحافة الإلكترونية	
158	المبحث الأول: الفرق بين التصميم و الإخراج.....
160	المبحث الثاني: إخراج الصحف الإلكترونية.....
161	أولا: العناصر البنائية التقليدية.....

161	I. العناصر البنائية التبيوغرافية.....
165	II. العناصر البنائية الجرافيكية.....
170	ثانيا:العناصر البنائية الإلكترونية.....
170	I. عناصر الوسائط المتعددة.....
184	ثالثا:العناصر التفاعلية.....
188	I.العناصر التفاعلية التواصلية.....
191	II. العناصر التفاعلية المعلوماتية.....
192	المبحث الثالث: تصميم مواقع الصحف الإلكترونية.....
192	أولا:الفروق بين التصميم الطباعي و تصميم الويب .....
195	ثانيا:مبادئ تصميم الصحف الإلكترونية.....
201	ثالثا: مكونات موقع الصحف الإلكترونية .....
204	رابعا: مستويات تصميم واجهة المستخدم.....
204	I. تصميم المعلومات Information Design.....
209	II. تصميم التجول Navigation Design.....
212	III. تصميم الصفحة الرئيسية Design Home Page.....
218	خامسا:نماذج إخراج و تصميم الصفحة الرئيسية للصحف الإلكترونية.....
219	I. الأساليب الإخراجية المتعلقة بعرض المحتوى الصحفي في الصفحة الرئيسية للصحيفة الإلكترونية
220	II. الأساليب الإخراجية المتبعة في إخراج قوائم التحوال .....
226	المبحث الرابع: المعايير تقييم فاعلية تصميم و إخراج واجهة الصحف الإلكترونية.....
226	أولا:معايير عامة تعنى بتقييم المواقع الإلكترونية بغض النظر عن طبيعتها .....
233	ثانيا:معايير تعنى بتقييم مواقع الصحف الإلكترونية.....
الفصل الرابع: المعايير المهنية و الأخلاقية في الصحافة الإلكترونية	
259	المبحث الأول:المبادئ الأخلاقية للعمل الصحفي و دورها في تطويره.....
259	أولا:مفهوم المعايير المهنية Professional Standards.....
261	ثانيا:نشأة الأخلاقيات المهنية الإعلامية .....
266	ثالثا:الاتجاهات البحثية المتعلقة بتحليل الأخلاقيات المهنية للعمل الإعلامي في البيئة الإلكترونية.....
269	رابعا:الضوابط المهنية و التقنية للعمل الصحفي الإلكتروني و متطلباته.....
269	I. المهارات التقنية لصحفي الإنترنت.....
275	II. علاقة الضوابط و المعايير التقنية في الصحافة الإلكترونية بأخلاقيات المهنة.....

278	خامسا:المسؤولية المهنية و الاجتماعية للممارسة الإعلامية و دورها في تطوير العمل الصحفي .....
298	المبحث الثاني : الضوابط المهنية ،الأخلاقية و القانونية للصحافة الإلكترونية .....
302	أولا:القيم المهنية للعمل الصحفي الإلكتروني في موائيق الشرف الإعلامية.....
304	1. ميثاق شرف الفيديرالية الدولية للصحفيين.....
305	2. ميثاق جمعية الصحفيين الأمريكيين المحترفين.....
307	3. ميثاق اتحاد الصحفيين العرب.....
311	4. مسودة ميثاق الاتحاد العربي للصحافة الإلكترونية.....
313	ثالثا:الضوابط القانونية و التشريعية للصحافة الإلكترونية في الوطن العربي.....
315	1. التجربة الجزائرية.....
317	2. التجربة المصرية.....
319	3. التجربة التونسية.....
320	4. التجربة المغربية.....
322	رابعا:المعايير المهنية و الأخلاقية للصحافة الإلكترونية في الدراسات الإعلامية.....
<b>الفصل الخامس:تحليل محتوى صحيفة الشروق أون لاین لمعرفة مدى التزامها بالمعايير الفنية والمهنية للصحافة الإلكترونية</b>	
338	أولا :المعايير الفنية في صحيفة الشروق أون لاین .....
338	I. العناصر البنائية المكونة للصفحة الرئيسية لموقع صحيفة الشروق أون لاین.....
338	1. مكونات هوية موقع صحيفة الشروق أون لاین.....
340	2. قوائم التجوال المستخدمة في صحيفة الشروق أون لاین.....
350	3. أساليب إخراج الصفحة الرئيسية لصحيفة الشروق أون لاین.....
352	4. الإعلانات المستخدمة بصحيفة الشروق أون لاین.....
355	II. فئة العناصر البنائية الجرافيكية الموظفة بصحيفة الشروق أون لاین.....
355	1. توظيف النصوص بصحيفة الشروق أون لاین.....
366	2. توظيف الصور و الرسوم بصحيفة الشروق أون لاین.....
374	3. توظيف الألوان بصحيفة الشروق أون لاین.....
377	4. الحدود و الفواصل المستخدمة بصحيفة الشروق أون لاین.....
379	5. الأيقونات الموظفة بصحيفة الشروق أون لاین .....
382	III. فئة العناصر البنائية الإلكترونية الموظفة بصحيفة الشروق أون لاین.....
382	1. استخدام الوسائط المتعددة Multimedia بصحيفة الشروق أون لاین.....
390	2. استخدام النصوص الفائقة Hypertexte بصحيفة الشروق أون لاین.....

397	IV. فئة العناصر التفاعلية الموظفة بصحيفة الشروق أون لاین.....
398	1. العناصر التفاعلية التواصلية بصحيفة الشروق أون لاین.....
413	2. العناصر التفاعلية المعلوماتية بصحيفة الشروق أون لاین.....
425	ثانيا: المعايير المهنية في صحيفة الشروق أون لاین.....
425	1. معيار توفر مصادر المعلومات.....
446	2. معيار الحياد و عدم الإنحياز.....
448	3. معيار الفورية.....
551	4. معيار التنوع في عرض المواضيع.....
495	5. معيار تنوع الفاعلين في الحدث.....
<b>الفصل السادس: تقييم مستخدمي صحيفة الشروق أون لاین مدى التزامها بالمعايير الفنية والمهنية للصحافة الإلكترونية</b>	
505	المبحث الأول: عرض و تحليل إجابات أفراد العينة حول مدى التزام صحيفة الشروق أون لاین بالمعايير الفنية و المهنية للصحافة الإلكترونية.....
505	أولاً: السمات العامة لأفراد العينة.....
510	ثانياً: عادات مستخدمي صحيفة الشروق أون و دوافع تصفحهم لها.....
528	ثالثاً: تقييم أفراد العينة مدى مراعاة صحيفة الشروق أون لاین للمعايير الفنية للصحافة الإلكترونية:.....
528	1. معيار جاذبية التصميم.....
533	2. معيار يُسر الاستخدام.....
538	3. معيار الملاءمة.....
543	4. معيار تنوع خيارات المحتوى.....
547	5. معيار الفورية.....
550	6. معيار الوضوح اللغوي.....
554	رابعاً: تقييم أفراد العينة مدى مراعاة صحيفة الشروق أون لاین للمعايير المهنية للصحافة الإلكترونية:.....
554	1. معيار المصداقية.....
560	2. معيار الحياد.....
565	3. معيار المسؤولية.....
569	4. معيار الإستقلالية.....
573	5. معيار التنوع و الشمول.....
577	6. معيار التفاعلية.....

581	المبحث الثالث: اختبار فروض الدراسة الميدانية و مناقشة نتائجها.....
581	أولا: اختبار الفرضيات المتعلقة باختبار إجابات أفراد العينة حول مدى التزام صحيفة الشروق أون لاين بالمعايير المهنية للصحافة الإلكترونية تعزى لسماتهم العامة.....
593	ثانيا: اختبار الفرضيات المتعلقة باختبار إجابات أفراد العينة حول مدى التزام صحيفة الشروق أون لاين بالمعايير الفنية للصحافة الإلكترونية تعزى لسماتهم العامة.....
نتائج الدراسة التحليلية و الميدانية	
610	أولا: نتائج الدراسة التحليلية.....
610	I. نتائج تتعلق بالمعايير الفنية.....
613	II. نتائج تتعلق بالمعايير المهنية.....
615	ثانيا: نتائج الدراسة الميدانية.....
620	ثالثا: نتائج اختبار فروض الدراسة.....
623	رابعا: مقارنة نتائج الدراسة بنتائج الدراسات السابقة.....
628	خامسا: نتائج الدراسة على ضوء منظور الدراسة.....
633	خاتمة و توصيات.....
640	قائمة المصادر و المراجع.....
674	قائمة الملاحق.....
687	قائمة الجداول.....
691	قائمة الأشكال.....

# مقدمة

جامعة الأمير  
عبد القادر للعلوم الإسلامية



أدى ظهور شبكة الإنترنت كحقل اتصالي جديد إلى مساهمتها في تقليص حواجز الزمان والمكان إضافة إلى تميزها بالتنوع اللامتناهي فيما تحتويه من معلومات و أخبار ، كل هذا شكل سبيل إلكتروني سريع يسمح بنفاذ أفراد الجمهور إلى المعلومات مهما اختلفت اهتماماتهم. وقد تأثر الميدان الإعلامي كغيره من الميادين الأخرى بالتطورات السريعة لتكنولوجيات الإعلام و الاتصال التي أوجدتها شبكة الإنترنت، ما أدى إلى إفراز مجموعة من المستحدثات الإعلامية الحديثة. ما جعل وسائل الإعلام التقليدية تسارع إلى خلق فضاءات إلكترونية لها لتوطيد جسور التواصل بينها و بين جمهورها و سعيها للاستفادة من السمات الاتصالية المميزة للإنترنت التي تلعب دورا مؤثرا في الفعل الاتصالي، خاصة و أن الإعلام إلكتروني يمتاز قدرات عالية في نشر المعلومات و سهولة النفاذ إليها ، ما خلق بذلك تحديا كبيرا للإعلام التقليدي الذي استحوذ على اهتمام الملايين من المستخدمين في فترة زمنية قصيرة ، نظرا لمساهمته في تبادل أدوار المرسل والمستقبل ليغني بذلك مفهوم الجمهور المتلقي السليبي الذي أصبح فاعلا و متفاعل، منتجا و مستهلك للمضامين الإعلامية المختلفة في آن واحد.

تولدت الصحافة الإلكترونية إذن و التي تعتبر أهم أشكال الإعلام الإلكتروني نتاج بحث الصحف الورقية على منافذ أو منصات جديدة عبر شبكة الإنترنت، خاصة و أن الصحافة الإلكترونية تتميز بسمات جديدة افتقدتها الصحافة الورقية أهمها أنها غيرت من سبل إنتاج و توزيع المحتوى الصحفي من خلال النشر على نطاق واسع و مخاطبة جمهور عريض دون الخضوع لآليات رقابية مثلما هو الحال في الصحافة التقليدية. إضافة إلى خلقها أساليب تحريرية تفاعلية جديدة تتلاءم وطبيعة جمهور الوسائط المتعددة. و لم تتوقف استفادة الصحف الإلكترونية على ما أتاحتها شبكة الإنترنت و توظيف الحاسب الآلي في جميع مراحل العمل الصحفي عند هذا الحد، بل مكنها من تطوير تقنيات تصميم و بناء مواقعها الإلكترونية بما يتلاءم مع احتياجات المستخدمين. و أضحت بساطة التصميم و سهولة الإبحار في موقع الصحيفة الإلكترونية معيارا ضروريا لقياس مدى رضا المستخدمين عن صحيفة دون الأخرى.

إن الهدف الأول للصحف الإلكترونية هو الاستحواذ على المستخدم لأكبر وقت ممكن من الدقائق فإذا لم تنجح في إقناعه بزيارتها مرة أخرى فمن الصعب عليها جعله يلج إلى موقعها مرة أخرى خاصة في ظل وجود الملايين من المواقع الصحفية و الإخبارية عبر الشبكة. حيث يختلف مستخدمي الصحف الإلكترونية بقدرتهم على التعامل مع المواقع و ذلك وفقا لمستوياتهم التعليمية و فئاتهم العمرية ، خاصة الشباب ممن هم أكثر تأقلا مع تصاميم المواقع الصحفية والإخبارية مقارنة بنظرائهم ممن هم أكبر سنا. لذا يتوجب مصممي الصحف الإلكترونية مراعاة عدة مبادئ تتعلق بالجوانب التصميمية و الإخراجية التي تيسر من استخدام الموقع لجميع فئات المستخدمين خاصة ما وأن المستخدم ليس مصمم ويب ليتمكن من فهم تعقيدات بناء موقع صحيفة معينة و بالتالي فإن تصميم واجهة الصحيفة التفاعلية يكون وفقا لمبدأ (WYSIWYG) و هو اختصار لـ " **What You See Is What You Get**" أي أن ما يراه المصمم هو ما يحصل عليه المستخدم لذا يجب أن يدرك بأنه كلما كان الموقع بسيطاً كلما كان سهلاً في التصفح من قبل المستخدم .

يتعلق تصميم الصحف الإلكترونية بمدى مراعاة المصممين و مسؤولي هذه الصحف لمجموعة من المعايير الفنية أي الشكلية خاصة ما يتعلق بطرق تنظيم المحتوى الصحفي داخل موقع الصحيفة مع الأخذ بعين الاعتبار توظيف العناصر الإلكترونية و التفاعلية التي من شأنها أن تؤثر على فاعلية التصميم و جاذبيته. و يؤكد العديد من المختصين من أمثال **Mark Deuze** و **Jakob Nielsen** و **Mike Ward** بأنه من الضروري وضع معايير تتعلق بتقييم المواقع الإعلامية على غرار الصحف الإلكترونية بغية التأكد من سهولة وصول المستخدم لمحتواها، و قابلية استخدام موقعها، و كفاءة الصفحة الرئيسية من ناحية سهولة تحميلها ،هذا بالإضافة إلى معايير أخرى تتعلق بسهولة استخدام موقع الصحيفة الإلكترونية، وتنوعها لأساليب تقديم محتواها كتوظيف الوسائط المتعددة و قوالب جديدة مثل الإنفوجرافيك والفيديوغرافيك.

دفعت هذه التطورات التي مست جوانب فنية و مهنية للعمل الصحفي العديد من المؤسسات الإعلامية للحرص على التواجد ضمن شبكة الإنترنت على غرار الصحف المكتوبة الجزائرية. و يحيل الحديث عن بدايات الصحافة الإلكترونية في الجزائر التي كانت محتشمة في بداياتها نظرا لضعف

الإمكانيات المادية و التقنية آنذاك و عدم انتشار الإنترنت على نطاق واسع ،حيث كانت هذه الصحف عبارة عن نسخات إلكترونية لصفح ورقية خاصة حافظت على استمراريتها لقرابة عقدين من الزمن والتي امتلكت بدورها سمعة و قاعدة جماهيرية كبيرة، مكنتها من التواجد عبر الدعامتين و أصبحت في بداياتها تعيد نشر محتوى الصحيفة الورقية في موقعها الإلكتروني مئما هو الحال بالنسبة ل صحيفة الشروق -محل الدراسة- و صحيفة الخبر و صحيفة الوطن **El Watan** و غيرها . لكن هذا لا ينفي عدم وجود النوع الثاني من الصحف الإلكترونية التي لها وجود إلكتروني فقط ،إلا أن الشكل الأول التابع لمؤسسات إعلامية صحفية أخرى هو الذي يسيطر على الفضاء الصحفي الإلكتروني في الجزائر.

إن حادثة الصحافة الإلكترونية بالجزائر دفعت إلى بروز ممارسات صحفية جديدة ولدت تحديا مهنيا كبيرا للصحفيين الممتهين للإعلام التقليدي الذين اصطبغت على كتاباتهم الصحفية في الصحف الإلكترونية الأساليب التقليدية في التحرير الصحفي كالتفصيل أكثر في سرد الأحداث ضمن فقرات طويلة و الكتابة الجامدة التي تخاطب حاسة واحدة.لذا فرضت طبيعة الوسيط الإلكتروني على الصحفيين اكتساب مهارات جديدة تمكنهم من التأقلم مع متطلبات البيئة الإلكترونية كتوظيف الروابط التشعبية و الوسائط المتعددة في الكتابة الرقمية و الفيديوهات التوضيحية لتكون مرافقة للمادة الصحفية مما يدعمها و يزيد من متابعتها من قبل المستخدمين.

ارتبط كذلك ظهور صحافة الإنترنت و سرعة انتشارها في بداياتها إلى انعدام أطر و ضوابط قانونية و أخلاقية تضبط الممارسات المهنية ، خاصة في ظل الانفتاح على مصادر متعددة و تغير في أدوار طرفي الاتصال أي المرسل و المستقبل الذي أصبح من شأنه أن يثري المحتوى الصحفي وأن يكون منتجا له، كل هذا دفع إلى زيادة الحاجة لوجود مدونات سلوك مهنية تضبط العمل الإعلامي الإلكتروني وفقا لمتطلبات الوسيط الذي تنشر من خلاله و دون تقييد حرية الصحفي في الوصول إلى مصادر المعلومات. و بالرغم من اختلاف طبيعة الصحافة الإلكترونية عن الصحافة الورقية إلى أنها لا تزال تخضع للقوانين التي تحكم هذه الأخيرة في العديد من الدول و التي أهتمت بتقنين هذا النوع الجديد من الصحافة

وبالرغم من تواجده في الساحة الإعلامية لأكثر من عقدين من الزمن مؤخرا نتاج ظروف سياسية مثلما حدث في الدول العربية بعد الربيع العربي.

كما سعت العديد من الدول و المنظمات المهنية الصحفية و المختصين في المجال الإعلامي إلى وضع معايير مهنية لتنظيم مسارات الممارسة في الصحافة الإلكترونية و التي استمدت معظمها من المعايير المهنية و القواعد الأخلاقية التي توطر العمل الصحفي في كل مجالاته سواء في الصحافة المكتوبة أو السمعية، والبصرية. و قد اجتهد العديد من الباحثين في تطويع هذه المبادئ مع خصائص و سمات البيئة الإلكترونية ومواصفاتها التكنولوجية والتواصلية الجديدة التي تنتمي إليها صحافة الإنترنت، و كذا إضافة معايير جديدة تتعلق بالجانب التقني من شأنها أن تساهم في تطوير جودة المحتوى الإعلامي الإلكتروني من جهة ومن جهة أخرى تتلاءم مع سماته كميّار التفاعلية و التأكد من صحة الروابط الفائقة الموظفة مع المحتوى الصحفي و التحديث المستمر للمعلومات دون الإخلال بصحتها وموثوقيتها.

أصبح البحث عن معايير و ضوابط أخلاقية للعمل الصحفي الإلكتروني ضرورة ملحة تفرضها البيئة الإعلامية التي تتسم بالديناميكية و بروز أنماط و مستحدثات إعلامية جديدة غيرت من أساليب نشر و تلقي المعلومات، في ظل الضبابية التي تشهدها التشريعات الإعلامية التي تهتم بشؤون الصحافة الإلكترونية قصد تنظيمها و ضمان تكريس أخلاقيات المهنة وتحديد مقاييس نشاطها مثلما هو الحال في الجزائر. إذ أنه و على الرغم من تضمين سبع مواد في القانون العضوي المتعلق بالإعلام لسنة 2012 تتعلق بالأنشطة الإعلامية عبر الويب كتلفزيون و راديو الويب وكذلك الصحافة الإلكترونية إلا أن ذلك لا يزال غير كافي نظرا لعدم تحديد ضوابط كل نشاط على حدى و شروطه، كما يتوجب أن يكون لها قانون خاص بما مثلما هو معمول به في الدول المتقدمة.

كل هذا يحيلنا كباحثين إلى طرح جملة من التساؤلات حول ما إذا كانت الاستفادة من المزايا الاتصالية للإنترنت قد قلصت الهوة بين الممارسة والمهارات الصحفية الإلكترونية و ما تتطلبه هذه البيئة الديناميكية التي جاءت بتغييرات جديدة للعمل الصحفي مهنيا و فنيا. و هل لا تزال الصحف الجزائرية الإلكترونية تتخبط في صورة المطبوعة الورقية و لم تغير من أسلوب عرضها لمحتواها مقارنة بمحتوى

صحيفتها المطبوعة؟. لذا كان لابد أن تكون هناك دراسات أكاديمية تعنى بدراسة مدى تطبيق المعايير الفنية و المهنية في الصحافة الجزائرية على الخصوص نظرا لقلّة الدراسات العربية والوطنية التي ركزت على هذا الجانب أو التي تناولت جانب و لم تسلط الضوء على الآخر بالرغم من أنهما مكملان لبعضهما فبدون تطبيق معايير فنية شكلية لا تستطيع الصحيفة أن تستحوذ على المستخدم ليطلع على ما تنشره من محتوى ، كما لا يمكن الاهتمام بالجانب الشكلي فقط دون توخي تطبيق معايير مهنية تعزز من ثقة المستخدم في الصحيفة.

ركزت الدراسة الحالية على الجوانب المتعلقة **بالوسيلة** التي يقدم من خلالها المحتوى الصحفي - **الرسالة** - لصحيفة الشروق أون لاین الجزائرية محل الدراسة، أما الدراسة الميدانية فاستهدفت التعرف على مدى مراعاة صحيفة الشروق أون لاین للمعايير الفنية و المهنية من وجهة نظر **مستخدميها** ، و قد استعانت الباحثة **بالقائم بالاتصال أو المرسل** و هو مدير بوابة الشروق أون لاین لتحليل النتائج التي توصلت إليها كل من الدراسة التحليلية و الميدانية. و بالتالي فقد اقسمت هذه الدراسة وفقا لمتغيراتها ولما تقتضيه أهدافها إلى ستة فصول لمحاولة الإلمام بجميع الجوانب النظرية ، المنهجية والتطبيقية للموضوع للوصول إلى النتائج العامة للدراسة الميدانية و التحليلية.

حيث تضمن **الفصل الأول** في هذه الدراسة الإجراءات المنهجية و الإحصائية المتبعة في شقي الدراسة التحليلي و الميداني . في حين تم التطرق في **الفصل الثاني** و الذي جاء تحت عنوان: "**الصحافة الإلكترونية نشأتها وتطورها في العالم و في الجزائر**" لعرض من التعريفات الإجرائية التي قدمها الباحثين للصحافة الإلكترونية، بالإضافة إلى نشأتها و تطورهما في العالم الغربي و العربي ، وصولا للجزائر . كما تم عرض في هذا الفصل كذلك أهم التطورات التي أوجدتها الصحافة الإلكترونية خاصة على الكتابة الصحفية.

أما في **الفصل الثالث** المعنون بـ "**تصميم و إخراج الصحافة الإلكترونية**" فسعى للتفصيل أكثر في أهم العناصر البنائية الموظفة في إخراج الصحف الإلكترونية كالتقليدية، الإلكترونية و التفاعلية . والتطرق كذلك إلى أهم مبادئ تصميم الصحف الإلكترونية و الفروق بين التصميم الطباعي و تصميم الويب. ثم

عرضت الباحثة أهم معايير تقييم فاعلية تصميم و إخراج واجهة الصحف الإلكترونية سواءا المعايير العامة التي تعنى بتقييم المواقع الإلكترونية بغض النظر عن طبيعتها أو معايير تعنى بتقييم مواقع الصحف الإلكترونية على وجه التحديد. في حين سعى الفصل الرابع الموسوم بـ: "المعايير المهنية في الصحافة الإلكترونية" إلى تسليط الضوء على أهم المبادئ و المعايير المهنية و الأخلاقية للعمل الإعلامي في البيئة الإلكترونية و الاتجاهات البحثية التي ولدتها هذه الممارسات الجديدة..

أما في الفصل الخامس المتعلق بالدراسة التحليلية و الموسوم بـ "تحليل محتوى صحيفة الشروق أون لاين لمعرفة مدى التزامها بالمعايير الفنية و المهنية للصحافة الإلكترونية" تضمن عرض نتائج تحليل محتوى صحيفة الشروق أون لاين من الناحية الفنية و المهنية و تفسيرها. في حين تضمن الفصل السادس المتعلق بالدراسة الميدانية و الموسوم بـ "تقييم مستخدمي صحيفة الشروق أون لاين لمدى التزامها بالمعايير الفنية و المهنية للصحافة الإلكترونية إضافة إلى اختبار فروض الدراسة الميدانية و مناقشة نتائجها.

لتخلص الباحثة في آخر الدراسة إلى أهم نتائجها التي صنفت وفق متطلبات و أهداف البحث وأدوات جمع البيانات إلى نتائج الدراسة التحليلية، ثم نتائج الدراسة الميدانية، و نتائج اختبار فروض الدراسة، و نتائج الدراسة وفق الدراسات السابقة، و نتائج الدراسة وفق منظور الدراسة. لتتمكن انطلاقا من ذلك في وضع توصيات الدراسة التي يمكن أن تكون انطلاقة لبحوث ميدانية و تحليلية أخرى تعني بالجانب الفني (الشكلي) و المهني للصحافة الإلكترونية الجزائرية على وجه الخصوص.

جامعة الأمير  
عبد القادر بن محمد  
الإسلامية

الفصل الأول:  
الإطار المنهجي للدراسة

## الفصل الأول: الإطار المنهجي للدراسة:

### المبحث الأول: الإجراءات المنهجية للدراسة:

1. الإشكالية
2. تساؤلات الدراسة
3. فروض الدراسة
4. أهداف الدراسة
5. أسباب اختيار الموضوع
6. أهمية الدراسة
7. منهج الدراسة
8. أدوات جمع البيانات
9. مجتمع و عينة الدراسة
10. الحدود الزمانية و المكانية للدراسة التحليلية و الميدانية
11. الدراسات السابقة
12. المداخل النظرية للدراسة
13. مفاهيم و مصطلحات الدراسة
14. صعوبات الدراسة

### المبحث الثاني: إجراءات المعالجة الإحصائية للأدوات جمع البيانات:

- I. إجراءات صدق و ثبات أدوات جمع البيانات
- II. الأساليب الإحصائية المستخدمة في معالجة البيانات



## الفصل الأول: الإطار المنهجي للدراسة:

### المبحث الأول: الإجراءات المنهجية للدراسة:

#### 1. الإشكالية :

وجدت الصحافة المكتوبة على غرار الوسائل الإعلامية الأخرى نفسها أمام تحديات هامة على صعيد أدائها الصحفي في ظل تأثير تكنولوجيات الإعلام و الاتصال الحديثة و التي طورت من نمط معالجة و نشر المحتوى الإعلامي شكلا و مضمونا. و قد شجعت الميزات التفاعلية التي أتاحتها شبكة الإنترنت و سهولة الانتشار على المدى الواسع الصحف الورقية إلى المسارعة للولوج لهذه الشبكة بغية إصدار نسخها الإلكترونية للمحافظة على قرائها من جهة، و لضمان الترويج لطبعاتها الورقية من جهة أخرى. و تعد الصحافة الإلكترونية من أبرز مظاهر الإعلام الإلكتروني الحديثة التي عززت المشهد الإعلامي و الاتصالي، فمنذ ظهورها في بداية التسعينيات من القرن الماضي و استفادتها مما أتاحتها شبكة الإنترنت أفرزت بذلك نمطا مهنيا جديدا غير من طابع صناعة المحتوى الصحفي و استقباله من خلال استخدام لأكثر من حاسة في آن واحد وبنقرة واحدة، فبالإضافة لقراءة الأخبار يمكن لمستخدميها كذلك مشاهدة تسجيلات سمعصرية تُدعم المحتوى الصحفي المنشور، مما خلق طابع تفاعلي تشاركي بين المتصفح و الصحفي .

لم يرتبط ظهور الصحافة الإلكترونية فقط بمواكبة التطور التقني في المجال الإعلامي والاتصالي، وإنما ارتبط كذلك بالمنافسة الشديدة التي فرضها هذا التطور فيما بين الوسائل الإعلامية كتزايد أعداد القنوات التلفزيونية الفضائية، بالإضافة أيضا إلى المشاكل الفنية التي تواجهها الصحافة الورقية أهمها المساحة الصغيرة و المحدودة للخبر و التي تحول دون العرض الكافي لكمية كبيرة من المعلومات المتعلقة به، على عكس الموقع الإلكتروني للصحيفة و الذي يمتاز بالمساحة غير المحدودة و التي تسمح بالتنوع في طرح ومعالجة المعلومات المختلفة، إضافة إلى إتاحتها النشر الفوري للأخبار و تغطيتها بشكل آني لحظة وقوعها على عكس الأخبار الباتنة التي تنشرها الصحف الورقية .

منحت الصحافة الإلكترونية كذلك جملة من التغييرات على المستوى الهيكلي للصحافة التقليدية، فمن الناحية الفنية تتميز الصحافة الإلكترونية بعناصر فنية حديثة تميزها عن الصحافة الورقية في جوانب تصميمها وإخراجها مستعينة بالعناصر التفاعلية التي أتاحتها شبكة الإنترنت. وبالرغم من أن جانبها الفني مهم في جذب المستخدمين لمطالعة محتواها إلا أن جماهيريتها لا تقتصر على ذلك وإنما تتعداه إلى مدى مراعاة طاقمها الصحفي للمبادئ المهنية للعمل الصحفي الإلكتروني على وجه التحديد، حيث أصبحوا مطالبين بتطوير مهاراتهم المهنية سواء من الناحية التقنية المتعلقة بالكتابة الصحفية الإلكترونية التي يشترط فيها الاختصار و مزجها بالوسائط التفاعلية، أو من الناحية المهنية والأخلاقية كالاكتفاء على مصادر موثوقة و عدم التحيز لرأي دون الآخر و الالتزام بالدقة أثناء طرح المواضيع، إضافة لتوخي المسؤولية الأخلاقية و الإجتماعية.

لذلك حرصت غالبية المؤسسات الصحفية في الجزائر على غرار الدول الأخرى إلى السعي لإعطاء أهمية لولوجها للفضاء الإلكتروني، إذ باتت تواجد الصحافة المكتوبة على الشبكة العنكبوتية ضروريا لضمان حضورها الدائم على الساحة الإعلامية العالمية. و ارتبط ظهورها في الجزائر بولوجها إلى عالم الإنترنت في نهاية التسعينيات تزامنا و الانفتاح السياسي و الإعلامي الذي شهدته الجزائر في تلك الآونة، خاصة وأنها أتاحت مجالا كبيرا من الحرية في التعبير عن الرأي ما أدى إلى خلق منابر إعلامية عبر الواب، سواء كانت مواقع اخبارية أو عبارة عن دعامة الكترونية للصحيفة الورقية -و التي تعتبر من أبرز أشكال الصحافة الإلكترونية تواجدا في الجزائر- . و غيرها من الصحف الإلكترونية الجزائرية تواجه صحيفة الشروق أون لاين باعتبارها أنها تصنف ضمن أهم الصحف الإلكترونية تصفحا بالجزائر مجموعة من التحديات الفنية و المهنية و التي تنعكس بالضرورة على مدى تصفحها من قبل المستخدمين ، و هو ما يلزمها بمراعاة عدة معايير سواء في جانبها الفني المتعلق بتوظيف عناصر تصميمية تفاعلية، أو في الجانب المهني الذي يلزمهم بمجموعة من المبادئ المهنية كالاكتفاء على مصادر موثوقة. و بناء على ذلك تتأسس مشكلة الدراسة الحالية في السؤال الرئيس التالي :هل صحيفة الشروق أون لاين تلتزم بالمعايير الفنية و المهنية المميزة للصحافة الإلكترونية؟

## 2. تساؤلات الدراسة :

ليتسنى الفهم الدقيق لمشكلة الدراسة و محاولة الإجابة على سؤالها الرئيس، يمكن تجزئه لمجموعة من التساؤلات الفرعية التالية:

### 1.2. تساؤلات الدراسة التحليلية: و التي يمكن تقسيمها وفق متغيرات الدراسة إلى:

#### أ. التساؤلات المتعلقة بالمعايير الفنية :

- ما هي أهم العناصر البنائية المكونة للصفحة الرئيسية لموقع صحيفة الشروق أون لاين؟
- فيما تتمثل العناصر البنائية الجرافيكية المستخدمة في صحيفة الشروق أون لاين؟
- ما هي نوعية العناصر البنائية الإلكترونية الموظفة في صحيفة الشروق أون لاين؟
- ما أهم العناصر التفاعلية التي تتيحها صحيفة الشروق أون لاين؟

#### ب. التساؤلات المتعلقة بالمعايير المهنية :

- هل صحيفة الشروق أون لاين تراعي معياري الحياد و المصدقية في المحتوى الذي تعالجه؟
- هل صحيفة الشروق أون لاين تراعي معيار الفورية لمحتويات موقعها؟
- هل صحيفة الشروق أون لاين تراعي معيار التنوع في عرض المواضيع التي تعالجها؟

### 2.2. تساؤلات الدراسة الميدانية :

- فيما تتمثل دوافع تعرض مستخدمي صحيفة الشروق أون لاين و ماهي مختلف الإشباعات التي يحققها تعرضهم لها؟
- كيف يقيم مستخدمي صحيفة الشروق أون لاين جانبها الفني التصميمي و الإخراجي؟
- كيف يقيم مستخدمي صحيفة الشروق أون لاين مهنية محتواها؟

### 3. فروض الدراسة :

تنطلق الدراسة الميدانية لهذه الدراسة من فرضية إحصائية<sup>1\*</sup> رئيسية تتمثل في: " لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة  $\alpha = 0.05$  بين متوسطات إجابات أفراد العينة فيما يتعلق بتقييمهم لمدى التزام صحيفة الشروق أون لاين بالمعايير الفنية و المهنية للصحافة الإلكترونية تعزى لسماهم العامة المتمثلة في (الجنس، السن، المستوى التعليمي، الوظيفة)" و التي تندرج ضمنها الفروض الإحصائية الجزئية التالية :

– الفرضية الجزئية الأولى: لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة  $\alpha = 0.05$  بين مدى مراعاة صحيفة الشروق أون لاين للمعايير الفنية للصحافة الإلكترونية حسب أفراد العينة تعزى لسماهم العامة المتمثلة في (الجنس، السن، المستوى التعليمي، الوظيفة).

– الفرضية الجزئية الثانية: لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة  $\alpha = 0.05$  بين مدى مراعاة صحيفة الشروق أون لاين للمعايير الفنية للصحافة الإلكترونية حسب أفراد العينة تعزى لسماهم العامة المتمثلة في (الجنس، السن، المستوى التعليمي، الوظيفة).

### 4. أهداف الدراسة :

تستهدف هذه الدراسة في شقيها التحليلي و الميداني إلى تحقيق مجموعة من الأهداف هي:

#### 1.4. أهداف الجانب التحليلي للدراسة:

- السعي للتعرف على أهم العناصر البنائية التقليدية، الجرافيكية و الإلكترونية المكونة للصفحة الرئيسية لموقع صحيفة الشروق أون لاين
- التعرف على أهم العناصر التفاعلية التي تقدمها صحيفة الشروق أون لاين.

<sup>1\*</sup> تصاغ الفروض الإحصائية **Statistical Hypotheses** بغية التمهيد لاستخدام الطرق و الإجراءات الإحصائية متى توفرت لها مقوماتها مثل البيانات الكمية و بناء العلاقات بشكل إحصائي يتضمن شكل العلاقة و الدلالة و حدود الثقة التي يقبل في إطارها بناء العلاقة. (مُجد عبد الحميد، البحث العلمي في الدراسات الإعلامية، ط1، عالم الكتب، القاهرة، مصر، 2000، ص117)

– الكشف على مدى مراعاة صحيفة الشروق أون لاين للمعايير المهنية للصحافة الإلكترونية و المتمثلة في معياري الحياد و المصدقية ، و الفورية ، و التنوع في عرض المواضيع المختلفة في محتوياتها المنشورة.

#### 2.4. أهداف الجانب الميداني للدراسة:

- الكشف عن عادات مستخدمي صحيفة الشروق أون لاين و دوافع تصفحهم لها.
- السعي للتعرف على رأي مستخدمي موقع صحيفة الشروق أون لاين في هيكله موقعها.
- السعي للتعرف على تقييم مستخدمي موقع صحيفة الشروق أون لاين لمهنية مضمونها ومراعاته للمعايير الأخلاقية و المهنية.

#### 5. أسباب اختيار الموضوع :

يرجع اختيار هذا الموضوع من قبل الباحثة إلى عدة أسباب تتعلق بمجموعة من النواحي أهمها:

#### 1.5. أسباب ذاتية :

تعود هذه الأسباب الذاتية لرغبة الباحثة في الخوض في هذا المجال المتعلق بالإعلام الإلكتروني عامة و الصحافة الإلكترونية الجزائرية على وجه الخصوص نظرا لحداثة الموضوع و قلة الدراسات التي تناولت الجانب الفني و المهني للصحف الإلكترونية الجزائرية. و من جهة أخرى اهتمام الباحثة بهذا المجال بغية تدعيم مسارها الأكاديمي و الإلمام بكافة المستجدات المتعلقة بالمجال الإعلامي خاصة و أنها سلطت الضوء في رسالتها في طور الليسانس و الماجستير على المجال السمعي بصري بحكم تخصصها فيه.

#### 2.5. أسباب موضوعية:ترجع هذه الأسباب الموضوعية للدراسة لما يلي :

- سعي المؤسسات الصحفية الجزائرية إلى ركوب موجة التحولات الحديثة التي أفرزتها شبكة الإنترنت و التي أُلقت بظلالها على عدة جوانب فيها أهمها الجانب المهني و الشكلي.

– الحاجة الملحة لضرورة إلقاء الضوء على الصحافة الإلكترونية الجزائرية و التي تعتبر فتيمة مقارنة مع الصحف الإلكترونية العالمية و تقديم مجموعة من الاقتراحات لتطويرها مستنديين بذلك تحليل محتوى صحيفة الشروق أون لاين و التعرف على مدى مراعاتها لمعايير العمل الصحفي الإلكتروني الفنية والمهنية من وجهة نظر مستخدميها من أفراد العينة.

– نقص الدراسات المتعلقة بهذا المجال في ظل التغير المتسارع الذي تشهده الساحة الإعلامية وضرورة مواكبة هذه التحولات من قبل المؤسسات الصحفية الجزائرية التي يتوجب عليها أن تتجنب أن تكون متواجدة فقط في الشبكة العنكبوتية ، لكن يفترض بها أن تحاول توظيف الإمكانيات التي تتيحها الشبكة لتطوير محتواها الصحفي و تكوين قاعدة جماهيرية خاصة بها دون الاعتماد فقط على جمهورها من الصحيفة الورقية.

## 6. أهمية الدراسة:

تكتسي هذه الدراسة أهميتها في كونها من البحوث الإعلامية الحديثة التي تُعنى بدراسة الصحافة الإلكترونية الجزائرية من ناحية تصميمها الفني و ممارستها المهنية خاصة في ظل ازدياد أعداد مستخدميها نتاجا لخدماتها و سيماتها . حيث ستقودنا الإجراءات المنهجية المتبعة في إجراء هذا البحث إلى لمس أهمية هذه الدراسة في عدة جوانب هي :

– تمكن هذه الدراسة في جانبها **العلمي الأكاديمي** من إثراء المكتبة الإعلامية بدراسة جديدة حول المعايير الفنية و المهنية للصحافة الإلكترونية الجزائرية خاصة في ظل نقص الدراسات الميدانية التحليلية في هذا الجانب الذي يدرس العناصر الجرافيكية الشكلية لصحيفة الشروق أون لاين الإلكترونية من جهة و مدى إلتزامها بتطبيق المعايير المهنية للصحافة الإلكترونية في مضمونها من جهة أخرى.

– تساعد هذه الدراسة في **الجانب المهني** عن مجموعة من القواعد و الأسس التي تتبعها صحيفة الشروق أون لاين في ممارستها الإعلامية و مدى تطبيقها لأسس العمل الصحفي الإلكتروني.

– تكمن أهمية هذه الدراسة **الجانب التكنولوجي** في كونها من الدراسات الحديثة في المجال الإعلامي خاصة مع ظهور تقنيات النشر الإلكتروني.

## 7. منهج الدراسة:

اقتضت أهداف الدراسة الحالية استخدام المنهج المسحي **Survey Method** الذي يندرج ضمن الدراسات الوصفية، و الذي يعرف بكونه عبارة عن دراسة عامة لظاهرة معينة و هو كذلك طريقة من طرق التحليل و التفسير بشكل علمي منظم من أجل الوصول إلى أغراض محددة لوضعية أو مشكلة اجتماعية.<sup>1</sup> و يسعى الباحث عند استخدامه لمسح جمهور القراء أو المستمعين أو المشاهدين أو مسح الرأي العام أو المادة الاتصالية (عن طريق تحليل المضمون) للوصول إلى ارتباطات **Correlations** معينة، أو البحث عن قيم سائدة أو رموز دلالية، بحيث يمكن الوصول إليها عن طريق تطبيق إجراءات منهجية صارمة.<sup>2</sup>

يهتم كذلك المنهج المسحي من ناحية دراسة جمهور المتلقين بوصف حجم و تركيب هذا الجمهور و تصنيف الدوافع و الحاجات و المعايير الثقافية و الاجتماعية، و كذلك الأنماط السلوكية و درجاتها أو شدتها، و مستويات الاهتمام و التفضيل و يمثل الوصف في هذا الإطار إجابة على السؤال لمن...؟ أي وصف الجمهور المتلقي. و لا تقف حدود الوصف عند الإجابة على هذا السؤال بل يتعدى ذلك لرصد استخدامات جمهور المتلقين أو فئاته لوسائل الإعلام، و الكشف عن وجود أو غياب دوافع الاستخدام في إطار بحوث الاستخدامات و الإشباع أو الاستخدامات و التأثيرات.<sup>3</sup>

استخدمت الباحثة منهج المسح الوصفي التحليلي في هذه الدراسة التي تستهدف التعرف على مدى التزام صحيفة الشروق أون لاین بمراعاة المعايير الفنية و المهنية للصحافة الإلكترونية لكونها تتلاءم مع الأدوات البحثية المستخدمة في جمع البيانات و تفسيرها و قد تم استخدامه في جانبي الدراسة التحليلي من خلال مسح المواد المنشورة في صحيفة الشروق أون لاین و في الجانب الميداني عن طريق مسح لمستخدميها .

<sup>1</sup> محمود أحمد درويش، مناهج البحث في العلوم الانسانية، ط1، مؤسسة الأمة العربية للنشر و التوزيع، القاهرة، مصر، 2018، ص118.

<sup>2</sup> المرجع نفسه، ص176.

<sup>3</sup> محمد عبد الحميد، مرجع سابق، ص160، 159.

## 8. أدوات جمع البيانات :

يمكن إجمال الإجراءات المنهجية للدراسة وفقا لما تتطلبه هذه الدراسة التحليلية الميدانية و التي تعنى بدراسة مدى توفر المعايير المهنية و الفنية التقنية في صحيفة الشروق أون لاين الجزائرية ، في مجموعة من المراحل حسب الأداة المستخدمة في جمع البيانات و المتمثلة في :

### 1.8. أدوات جمع البيانات في الجانب النظري:

تم الاعتماد على مسح ما توفر من بحوث و كتب و مراجع باللغة العربية ، الانجليزية و الفرنسية، في شكلها الورقي و الإلكتروني و التي تتقاطع محتوياتها مع متغيرات الدراسة بحيث تشمل على تغطية لكافة الجوانب المتعلقة بالصحافة الإلكترونية سواء من الناحية المهنية، الأخلاقية، تصميمها و إخراجها و غيرها. كما قامت الباحثة بمسح ما توفر من الإنتاج الفكري المتعلق بالمعايير التي وضعت من قبل الباحثين حول تقييم فاعلية مواقع الويب بشكل عام و مواقع الصحف الإلكترونية على وجه التحديد .

ارتبطت هذه المعايير بعدة جوانب تتقاطع مع عرض المحتوى الصحفي إلكترونيًا ، كالمعايير المتعلقة بجودة المواقع الصحفية الإلكترونية ، معايير التصميم الإلكتروني الجيد للصحف عبر الخط، معايير الإخراج الإلكتروني الجيد للصحف الإلكترونية، و المعايير المهنية و التي تشمل معايير و أسس التحرير الصحفي الإلكتروني، و المعايير المتعلقة بالجانب الاخلاقي للعمل الصحفي الإلكتروني . لتخلص في الأخير لوضع قائمة من المعايير المتعلقة بتقييم الجانب الفني و المهني لصحيفة الشروق أون لاين عبر أداتي تحليل محتوى موقعها الإلكتروني و استبيان موجه لجمهورها.



## 2.8. أدوات جمع البيانات في الجانب التطبيقي الميداني و التحليلي:

## أ. الإستبيان:

يعرف الاستبيان أو الاستمارة بكونه عبارة عن أداة تتضمن مجموعة من الأسئلة أو الجمل الخبرية التي يطلب من المفحوص الاجابة عنها بطريقة يحددها الباحث حسب أغراض البحث، و هي أداة لجمع المعلومات المتعلقة بموضوع البحث عن طريق استمارة معينة تحتوي على عدد من الأسئلة مرتبة بأسلوب منطقي مناسب، يجري توزيعها على أشخاص معينين لتعبئتها.<sup>1</sup> حيث استخدمت الباحثة أداة الاستمارة بهدف رصد اتجاهات جمهور قراء صحيفة الشروق أون لاين نحو مضمونها و خصائصه الديموغرافية إضافة لاحتياجاته و عادات استخدامه لها عن طريق جملة من الأسئلة الموجهة لعينة من متصفحها، بحيث تم توزيع هذا الاستبيان في شكل الكتروني عبر شبكة الإنترنت و ذلك لسهولة الوصول لزوار الصحيفة .

تم تقسيم الاستمارة إلى أربعة 04 محاور ، حيث تضمن المحور الأول السمات العامة لعينة الدراسة من مستخدمي صحيفة الشروق أون لاين و قد تضمن أربعة أسئلة. في حين جاء المحور الثاني ليصف عادات مستخدمي صحيفة الشروق أون لاين و دوافع تصفحهم لها. و قد تضمن هذا المحور 09 أسئلة. أما المحور الثالث فعنون بتقييم متصفح صحيفة الشروق أون لاين مدى مراعاتها للمعايير الفنية للصحافة الإلكترونية و قد تضمن هذا المحور 21 سؤالاً مقسمة وفقاً للمعيار الذي تعبر عنه، أما المحور الرابع فقد تضمن تقييم أفراد العينة مدى مراعاة صحيفة الشروق أون لاين للمعايير المهنية للصحافة الإلكترونية و قد تضمن 21 سؤالاً مقسمة كذلك وفقاً للمعيار الذي تعبر عنه.

<sup>1</sup> ربحي عليان و عثمان غنيم، مناهج و أساليب البحث العلمي النظرية و التطبيق، ط1، دار صفاء للنشر و التوزيع ، عمان، 2000، ص82.

## ب. تحليل المحتوى:

يعرف تحليل المحتوى بكونه أسلوب في البحث لوصف المحتوى الظاهر للاتصال وصفا موضوعيا منظما وكميا و الباحث في هذا الميدان يهتم بالمسح الكمي و النوعي للمواد المطبوعة<sup>1</sup>. و تكمن وظيفة تحليل المحتوى في استخراج معنى و خصائص مضمون النص و الذي يرتبط معناه بسياق انتاجه و طريقة عرضه و استقباله ، و لصعوبة تأويل الخصائص الكامنة لنص ما يستوجب ذلك خليطا من الاستقراء والحدس، إضافة إلى الاستعانة بإطار نظري و مجموعة من الإجراءات البحثية.<sup>2</sup> في حين ترى كلوس كريبندروف **Klaus Krippendorf** بأن تحليل المحتوى هو "عبارة عن تقنية بحثية تستهدف الحصول على الاستدلالات بطريقة موضوعية منتظمة ، و تكون قادرة على التعامل مع كميات كبيرة من البيانات". و هذا ما ينطبق على محتويات الويب و التي تتميز بضخامة حجمها.<sup>3</sup>

يرى ماكميلان **Mc Millan** فيما تعلق بتحليل المحتوى في البيئة الاتصالية الديناميكية التي يتيحها الويب، بأن تحليل محتوى المواقع الإلكترونية يجب أن تمر بخمسة خطوات أساسية هي: صياغة أسئلة البحث أو فرضياته، و تحديد عينة الدراسة، ثم جمع البيانات و ترميزها، ثم التحقق من موثوقيتها وفي الأخير تحليل و تفسير البيانات.<sup>4</sup> إذ يتوجب على الباحثين تحديد وحدات التحليل تبعا لما تقتضيه طبيعة الدراسة و تساؤلاتها البحثية. فطبيعة الويب الديناميكية تحتاج إلى توحيد بعض وحدات التحليل فعلى سبيل المثال كان الباحثين يعتمدون في تحليل وحدات محتوى الوسائل الإعلامية التقليدية على عدد

<sup>1</sup>فاطمة صابر و ميرفت خفاجة، أسس و مبادئ البحث العلمي، ط1، مكتبة و مطبعة الإشعاع الفنية ، الإسكندرية ، مصر 2002، ص158.

<sup>2</sup>لارامي و ب. فالي، البحث في الاتصال عناصر، ترجمة فضيل دليو، مخبر علم اجتماع الاتصال للبحث و الترجمة، قسنطينة، الجزائر، 2009، ص92.

<sup>3</sup>Klaus Krippendorff, **Content Analysis: An Introduction to Its Methodology**, 2nd edition, Sage Publication, USA, 2004, p25.

<sup>4</sup>Sally J. McMillan, "The Microscope And The Moving Target : The Challenge of Applying Content Analysis to The World Wide Web", Journalism & Mass Communication Quarterly , Vol 77, N°01, University of Tennessee-Knoxville ,USA, Spring 2000, p81,82.

الكلمات بالنسبة للصحف، أو على الوقت بالنسبة البث بالنسبة للوسائل السمعية البصرية. و لكن هذا المعيار لا يتناسب و طبيعة مواقع الويب و هذا يرجع لتعدد أشكال الوسائط المتعددة (نص، صوت، صورة، فيديو) على شبكة الإنترنت و هو ما يؤدي إلى عدم وجود وحدة قياس واضحة.<sup>1</sup>

حدد ماكميلان في تحليله لمجموعة من الدراسات التي وظفت منهجية تحليل المحتوى المواقع الإخبارية وفق اتجاهين رئيسيين وفقا لوحدة التحليل المستخدمة، حيث تضمن الاتجاه الأول الدراسات التي اعتمدت على "موقع الويب" بالكامل مهما بلغ عدد صفحاته كوحدة تحليل. أما الاتجاه الثاني فتضمن الدراسات التي اعتمدت على الصفحة الرئيسية "Home Page" كوحدة للتحليل.

### ب.1. تحديد وحدات التحليل :

تعتبر وحدة تحليل المحتوى أصغر قسم أو جزء أو قطاع من المحتوى المراد تحليله، و تسمى وحدات الترميز و العملية تسمى بالتكويد **Coding**.<sup>2</sup> حيث تسهل هذه الوحدات من إخضاع وحدات المحتوى للعد و القياس، و يعطي وجودها أو غيابها و تكرارها أو إبرازها دلالات تفيد في تفسير النتائج الكمية.<sup>3</sup> اعتمدت هذه الدراسة على مجموعة من الوحدات في تحليل محتوى موقع صحيفة الشروق أون لاين كميًا و نوعيًا نظرا لطبيعة الويب و تتمثل هذه الوحدات فيما يلي :

- وحدة الطبيعة للمادة الإعلامية : و هي التي يستخدمها منتج المادة الإعلامية لتقديمها إلى جمهوره.<sup>4</sup> و يمكن تحديد الوحدة الطبيعية في هذه الدراسة بالصفحة الرئيسية للموقع **Home Page** بما فيها روابط الصفحات الفرعية المرتبطة بالصفحة الرئيسية و المتعلقة بالمواد الصحفية المنشورة ، و هذا

<sup>1</sup> Ibid, p92,93.

<sup>2</sup> إبراهيم أبراش، المنهج العلمي وتطبيقاته في العلوم الاجتماعية، ط1، دار الشروق للنشر و التوزيع، عمان، الاردن، 2009، ص200.

<sup>3</sup> محمد عبد الحميد، تحليل المحتوى في بحوث الإعلام، ط1، دار الشروق للنشر و التوزيع و الطباعة، جدة، السعودية، 2009، ص136.

<sup>4</sup> فتحي حسين عامر، الرأي العام الإلكتروني، ط1، دار النشر للجامعات، مصر، 2012، ص111.

راجع لكون زوار موقع الصحيفة الإلكترونية يقررون البقاء أو مغادرة الموقع على أساس الانطباع الأول الذي يتولد لديهم عند تصفح الصفحة الرئيسية التي تتضمن معظم مؤشرات المعايير الفنية و المهنية .

- **وحدة الموضوع:** تعتبر من أكثر وحدات تحليل المحتوى استخداما في مادة الاتصال، و الموضوع في صورته المختصرة عبارة عن جملة بسيطة أو فكرة تدور حول مسألة معينة.<sup>1</sup> و لقد تم استخدام هذه الوحدة لقياس مؤشرات المعايير المهنية التي يتوجب أن تلتزم بها صحيفة الشروق أون لاين.

- **وحدة الكلمة:** تعد الكلمة من أصغر مقاطع النصوص، و قد تخص كل كلمات المحتوى، بحسابها و تصنيفها حسب طبيعتها أو وظيفتها في النص، كأن تصنف الكلمات إلى أفعال أوأوصاف، أو نعوت<sup>2</sup> و قد تم الاعتماد على هذه الوحدة للكشف عن مدى وجود أخطاء في الصياغة اللغوية من عدمه، و ما إذا كان هناك مفردات أو مصطلحات متحيزة بالإضافة لاستخراج الكلمات الدالة على مؤشرات المعايير المهنية كالمصادقية.

- **وحدة العد و القياس:** تم الاعتماد على حساب تكرار ظهور الوحدات السابقة لرصد وجود مؤشرات معايير فئات التحليل الفنية و المهنية.

## ب.2. فئات تحليل المحتوى :

توزعت استمارة تحليل مضمون عينة من أعداد صحيفة الشروق أون لاين للوصول إلى تقييم مدى تطبيقها للمعايير الفنية و المهنية للصحف الإلكترونية إلى فئتين رئيسيتين هما : فئات الشكل ( **كيف قيل ؟** ) و فئات المضمون ( **ماذا قيل ؟** ) . حيث تتضمن كلا منها عدة فئات فرعية وجدناها ملبية لأغراض الدراسة و هي كما يلي :

<sup>1</sup>زكي عزمي، عاطف العبد، الأسلوب الإحصائي و استخداماته في بحوث الرأي العام و الإعلام ، ط1، دار الفكر العربي، القاهرة، مصر، 1993، ص210.

<sup>2</sup>يوسف تمار ، تحليل المجتمع للباحثين و طلبة جامعيين ، ط1، المسح للدراسات و النشر و التوزيع ، الجزائر، 2007 ، ص84 85.

**I. فئات المعايير الفنية (كيف قيل؟):** و هي تلك الفئات التي تصف المحتوى الشكلي للمضمون الذي سيخضع للتحليل، و عادة ما تحاول الإجابة عن سؤال: **كيف قيل؟** التي تعتبر أحد ركائز تحليل المحتوى، فالشكل الذي يقدم به المضمون إلى جمهور القراء أو المتفرجين أو المستمعين من خلال مختلف قنوات الاتصال، يعد بالأهمية التي تجعل هؤلاء يميلون إلى الاضطلاع على المضمون أولاً.<sup>1</sup> أما فيما يخص المواقع الإعلامية و الصحفية الإلكترونية، فيرتبط شكلها الظاهر بالسمات الاتصالية المميزة التي وفرتها شبكة الإنترنت و التي تميزها عن الإعلام التقليدي . حيث يرتبط هذا الجزء من تحليل المحتوى بتقييم هذا المواقع الإعلامية الإلكترونية انطلاقاً من قابلية الاستخدام و سهولة التصفح من قبل المستخدم وفاعلية تصميم الموقع. و انطلاقاً من معايير تصميم واجهة المستخدم نستطيع استخراج مجموعة من الفئات الفرعية التي تنتمي لفئة **كيف قيل؟** و التي سنستخدمها في تحليل محتوى صحيفة الشروق أن لاین فيما يلي :

**1) فئة العناصر البنائية المكونة للصفحة الرئيسية لصحيفة الشروق أون لاین :** و تتمثل هذه العناصر في المكونات الأساسية الثابتة التي تشكل البناء العام لموقع الصحيفة الإلكترونية و المتمثلة في : **مكونات هوية الموقع ،** توفر معلومات حول الصحيفة ، و فئة **قوائم التجول(أساليب إخراج قوائم التجول، أنواع قوائم التجول)،** و **أساليب إخراج الصفحة الرئيسية، والإعلانات.**

**2) فئة العناصر البنائية الجرافيكية :** و تضم النصوص: يقاس من خلال هذه الفئة خصائص النصوص المستخدمة في صفحات الموقع و هل نوع و حجم الخطوط المستخدمة تيسر قراءتها، و تضم هذه الفئة **(نوع و حجم خطوط المتن، نوع و حجم خطوط العناوين، نوع و حجم خطوط العناوين الرئيسية ، نوع و حجم خطوط العناوين الفرعية، الوضوح اللغوي للنصوص).** و **الصور و الرسوم (نوع الصور و الرسوم المستخدمة ، مساحة الصور)، والألوان ، والحدود و الفواصل، و الأيقونات.**

<sup>1</sup> المرجع نفسه، ص 44.

3) فئة العناصر البنائية الإلكترونية: و تضم استخدام الوسائط المتعددة، و استخدام النصوص الفائقة.

4) فئة العناصر التفاعلية: و تضم العناصر التفاعلية التواصلية (البريد الإلكتروني، التعليق على المواد المنشورة، استطلاعات الرأي العام، المنتديات و غرف الدردشة ،النشرة البريدية، المدونات، ومواقع التواصل الاجتماعي). وكذلك تضم العناصر التفاعلية المعلوماتية (محركات البحث، الأرشيف الإلكتروني، أرشيف الكاريكاتير، أرشيف الملتيميديا، أرشيف خدمة شارك برأيك ،أرشيف الاستفتاءات، أرشيف كتاب المقالات و خريطة الموقع).

II. فئات المعايير المهنية (ماذا قيل؟): و يقصد بها مدى تطبيق صحيفة الشروق أون لاين للمعايير المهنية المتعارف عليها في العمل الصحفي خاصة المتعلقة بالإعلام الإلكتروني ، و تضم هذه الفئة مجموعة من الفئات الفرعية و المتمثلة في :

1) معيار توفر مصادر المعلومات: و التي يقصد به موثوقية المعلومات المنشورة داخل الصحيفة الإلكترونية.

2) معيار الحياد و عدم الانحياز يقصد به طرح المواضيع دون تحيز لرأي دون الآخر

3) معيار الفورية: و يقصد بها مدى استمرارية تحديث محتوى الصحيفة الإلكترونية ، و تضم هذه الفئة العناصر التالية: ذكر تاريخ و ساعة آخر تحديث، توفر تنبيهات إخبارية ،عدد مرات التحديث باليوم (مرة واحدة ،أكثر من مرة، كل 24 ساعة، أكثر من 24 ساعة)،

4) معيار التنوع في عرض المواضيع : التي تقسم لمجموعة من المعايير الفرعية مثل :معيار التنوع الجغرافي (قضايا محلية ،قضايا وطنية ،قضايا عربية، و قضايا دولية) و معيار التنوع الموضوعاتي (مواضيع سياسية ،اجتماعية ،ثقافية، اقتصادية ،دينية،...) ،معيار التنوع اللغوي (عربية، فرنسية، انجليزية)، معيار تنوع الفنون الصحفية المستخدمة ( خبر صحفي، تقرير، تحقيق، روبرتاج...).

5) معيار تنوع الفاعلين في الحدث: و تضم هذه الفئة كل الشخصيات الرسمية و غير الرسمية التي استعانت بها صحيفة الشروق أون لاين لتدعيم محتواها أو كانت فاعلة فيه طيلة فترة الدراسة التحليلية.

### ج. المقابلة:

استخدمت الباحثة كذلك أداة المقابلة و هي "عبارة عن محادثة موجهة بين الباحث و شخص أو أشخاص آخرين بهدف الوصول الى الحقيقة أو موقف معين يسعى الباحث للتعرف عليه من أجل تحقيق أهداف الدراسة"<sup>1</sup>. وُظفت أداة المقابلة في هذه الدراسة بغية الحصول على معلومات حول صحيفة الشروق أون لاين و طريقة العمل فيها و كذا سياستها التحريرية و مدى اختلافها عن النسخة الورقية و هذا عن طريق توجيه مجموعة من الأسئلة لمدير بوابة الشروق الإلكترونية،و ذلك بغية الاستعانة بإجاباته في تفسير النتائج الكمية المتحصل عليها في جانبي الدراسة التحليل و الميداني.

### 9. مجتمع و عينة الدراسة:

تم الاستعانة في تحديد عينة الدراسة الميدانية بأسلوب المسح بالعينة بغية الوصول إلى العناصر الفرعية للمجتمع الأصلي عن طريق إنتقاء عينة قصصية من مستخدمي صحيفة الشروق أون لاين نظرا لعدم توفر إحصائيات محددة حوله و صعوبة الوصول لكافة أفرادها ،ليبلغ بذلك عدد مفردات الدراسة 250 مفردة.

اعتمدت الباحثة -فيما يتعلق بمجتمع و عينة الدراسة التحليلية- على العينة القصصية (العمدية) في إختيار الأشهر (من شهر مارس 2018 إلى غاية شهر فيفري 2019) بما يعادل 12 شهر. ثم تم الإعتماد على العينة المرتبطة بظروف الفرص المتاحة Opportunities و التي تستخدم وفقا للظروف و الوسائل المتاحة للباحث .و يعود سبب اعتماد الباحثة على هذه العينة لعدم توفر قاعدة بيانات تؤرشف موقع صحيفة الشروق أون لاين ،ما اضطرها للاعتماد على ما يوفره

<sup>1</sup> ربحي عليان و عثمان غنيم ،مرجع سابق،ص103.

موقع<sup>1\*</sup> Archive.org من بعض إصدارات الصحيفة. و نظرا لكونه لا يؤرشف جميع أعداد الصحيفة لمدة شهر كامل ، دفع ذلك الباحثة لاختيار الإصدارات المؤرشفة طيلة الفترة الزمنية التي برمجت للتحليل و البالغ عددها سبعة (7) إصدارات لكل شهر-الجدول رقم (01)-، و الممتدة ما بين 05 مارس 2018 إلى غاية 27 فيفري 2019 ، و بالتالي فقد بلغ إجمالي عدد أعداد موقع صحيفة الشروق أون لاین الخاضعة للتحليل 83 عدد بما يعادل 5838 مادة متاحة في الصفحة الرئيسية و الصفحات الداخلية.

---

<sup>1\*</sup>موقع Archive.org: هو موقع إلكتروني يقوم بأرشفة جميع المواقع الإلكترونية المتواجدة عبر شبكة الإنترنت. و هو متاح عبر الرابط التالي: <https://web.archive.org>.



جدول رقم(01): يبين توزيع مفردات العينة من إصدارات صحيفة الشروق أون لاين

الشهر	مارس	أفريل	ماي	جوان	جويلية	أوت	سبتمبر	أكتوبر	نوفمبر	ديسمبر	جانفي	فيفري
التواريخ المصادقة لكل عدد من كل شهر	2018/03/05	2018/04/04	2018/05/01	2018/06/01	2018/07/02	2018/08/07	2018/09/01	2018/12/07	2018/11/03	2018/12/06	2019/01/06	2019/02/04
	2018/03/06	2018/04/09	2018/05/04	2018/06/02	2018/07/04	2018/08/08	2018/09/02	2018/12/11	2018/11/03	2018/12/07	2019/01/07	2019/02/06
	2018/03/12	2018/04/15	2018/05/20	2018/06/05	2018/07/06	2018/08/17	2018/09/04	2018/12/12	2018/11/04	2018/12/08	2019/01/09	2019/02/11
	2018/03/18	2018/04/18	2018/05/25	2018/06/06	2018/07/07	2018/08/18	2018/09/06	2018/12/14	2018/11/15	2018/12/15	2019/01/16	2019/02/12
	2018/03/20	2018/04/20	2018/05/29	2018/06/12	2018/07/09	2018/08/19	2018/09/18	2018/12/17	2018/11/16	2018/12/23	2019/01/23	2019/02/13
	2018/03/23	2018/04/25	2018/05/3	2018/06/29	2018/07/18	2018/08/23	2018/09/27	2018/12/28	2018/11/25	2018/12/24	2019/01/30	2019/02/20
	2018/03/29	2018/04/30	2018/05/31	2018/06/30	2018/07/19	2018/08/26	2018/09/28	2018/12/29	2018/11/26	2018/12/25	2019/01/31	2019/02/27
المجموع	07	07	07	07	07	07	07	07	07	07	07	07

المصدر: من إعداد الباحثة

## 10. الحدود الزمانية و المكانية للدراسة التحليلية و الميدانية:

### 1.10. المجال الزماني للدراسة التحليلية و الميدانية:

امتدت الدراسة في شقها التحليلي إلى ما يقارب تسعة أشهر أي من شهر أفريل 2019 إلى غاية شهر ديسمبر 2019، تم فيها إخضاع المادة قيد الدراسة إلى تحليل المحتوى وفق استمارة التحليل التي تم بناؤها مسبقا و التي تضم مجموعة من الفئات التي تلم بجميع جوانب الموضوع الفنية و المهنية. في حين امتدت الدراسة في شقها الميداني إلى ما يقارب ستة أشهر أي من شهر مارس 2019 إلى غاية شهر أوت 2019 أي إلى غاية استيفاء العدد الكافي لعينة الدراسة و الذي بلغ 250 مستخدم لصحيفة الشروق أون لاين. و قد تم نشر الاستبيان بصفتها الرسمية على الفايسبوك ليتسنى لجميع المشتركين فيها ممن يتصفحونها الإجابة عليه

### 2.10. المجال المكاني للدراسة التحليلية و الميدانية:

يتمثل المجال المكاني للدراسة في موقع صحيفة الشروق أون لاين الذي يرجع تأسيسه لسنة 2005 بعد قرار إنشاء واجهة إلكترونية للطبعة الورقية.

## 11. الدراسات السابقة:

إرتأت الباحثة بعد الاطلاع على أهم ما تيسر من الإنتاج الفكري و الدراسات التي تناولت جوانب من دراستنا الحالية الموسومة بـ"المعايير الفنية و المهنية في الصحافة الإلكترونية الجزائرية -دراسة تحليلية و ميدانية لصحيفة الشروق أون لاين " ، إلى تقسيمها حسب موضوعها وفقا لأربعة محاور و هذا للإمام بجميع جوانب الدراسة سواء من ناحية الدراسات التي تناولت الجانب الإخراجي والتصميمي و الجانب المهني للصحف الإلكترونية ،بالإضافة للدراسات التي اقترحت معايير و مؤشرات هامة لتقييم مهنية و جاذبية تصميم الصحف الإلكترونية.

## 1.11. الدراسات التي تناولت الجانب المهني للصحف الإلكترونية :

1) الدراسة الأولى: للباحث طالب كبحول و الموسومة ب: "مصادقية الصحف الإلكترونية لدى الطلبة الجامعيين الجزائريين: دراسة ميدانية تحليلية على عينة من وسائل الإعلام العربية و الجزائرية و الطلبة الجامعيين الجزائريين"<sup>1</sup>. حيث هدفت هذه الدراسة إلى التعرف على مدى مصداقية وسائل الإعلام الإلكترونية التي عاجلت ما يعرف بالحراك السياسي الذي شهدته بعض من الدول العربية على غرار تونس، مصر، ليبيا، سوريا، اليمن و البحرين . حيث شملت الدراسة مجموعة من الصحف الإلكترونية و البوابات الإعلامية لأربع مؤسسات إعلامية هي: الشروق أونلاين ، الجزيرة نت ، العربية نت ، و الخبر أونلاين. و قد توصل الباحث في نهاية هذه الدراسة و بالاعتماد على المنهج الوصفي التحليلي و باستخدام كل من أداة تحليل المضمون ، الاستبيان و المقابلة إلى مجموعة من النتائج التالية :

- نتائج لدراسة الميدانية: أثبتت نتائج الدراسة الميدانية وجود فروق ذات دلالة إحصائية في :

- درجة المصادقية يعطيها أفراد العينة للصحف الإلكترونية المدروسة تعزى الى أنماط و عادات استخدام هذه الصحف .
- درجة المصادقية التي يعطيها أفراد العينة للصحف الإلكترونية المدروسة تعزى إلى الدوافع و الإشباع المحققة لدى الطلبة الجامعيين الجزائريين من خلال تصفحهم لتلك الصحف الإلكترونية.
- درجة المصادقية التي يعطيها أفراد العينة للصحف الإلكترونية المدروسة تعزى إلى اعتماد أفراد العينة على الصحف الإلكترونية للحصول على المعلومة.

<sup>1</sup> طالب كبحول ، "مصادقية الصحف الإلكترونية لدى الطلبة الجامعيين الجزائريين : دراسة ميدانية تحليلية على عينة من وسائل الإعلام العربية و الجزائرية و الطلبة الجامعيين الجزائريين" ، رسالة دكتوراه غير منشورة ، كلية علوم الإعلام و الاتصال ، قسم الإعلام ، جامعة الجزائر ، 2016.

- نتائج الدراسة التحليلية: توصلت الدراسة التحليلية إلى مجموعة من النتائج أبرزها أن معظم الوسائل الإعلامية محل الدراسة تحولت من ممارسة وظيفتها الأساسية و هي الإعلام إلى ممارسة الدعاية ،متأثرة بالخطاب السياسي لأنظمتها السياسية الحاكمة و هو ما تؤكد المصادر الإخبارية التي اعتمدت عليها .

(2) الدراسة الثانية : للباحث عبد الكريم الديبسي و التي جاءت تحت عنوان "المعايير المهنية في

الصحافة الإلكترونية الأردنية:دراسة مسحية لأساليب الممارسة المهنية في الصحافة الإلكترونية

الأردنية<sup>1</sup> ، تبحث هذه الدراسة في مشكلة ازدياد عدد الصحف الإلكترونية الصادرة في الأردن، دون محددات أو شروط حول طبيعة الممارسة المهنية التي ينبغي توفرها في العمل الصحفي ،و للوصول للنتائج اتبع الباحث المنهج الوصفي التحليلي مستخدماً الاستمارة كأداة لجمع المعلومات حول المبحوثين . و قد خلصت الدراسة إلى مجموعة من النتائج أهمها أن الصحافة الإلكترونية الأردنية لاعتماد أساليب و وسائل لتحقيق المعايير المهنية في نشر الأخبار و التقارير، بالرغم من أن هناك مآخذ عديدة على تلك الأساليب و الوسائل، كما كشفت نتائج الدراسة و من خلال تحميل البيانات أن هناك ضعفاً في اعتماد الصحافة الإلكترونية الأردنية للمعايير المهنية المتمثلة بالموضوعية،الدقة،المصداقية،و الحياد في نشر الأخبار و التقارير.

أجمل الباحث أهم العوامل المؤثرة على تطبيق المعايير المهنية في الصحف الإلكترونية الأردنية والتي جاءت نتاج النتائج التي تحصل عليها في عامل السعي لتحقيق سبق الصحفي دون مراعاة قواعد تدقيق الأخبار و عامل مجارة التنافس مع الصحف الأخرى للحصول على الإعلانات و عامل سعي القائمين على الصحيفة الإلكترونية لتحقيق مصالح خاصة و عامل نقل الأخبار من صحف و مواقع عمى الإنترنت دون تدقيقاً إضافة لعوامل أخرى.و قد خلصت الدراسة في نهايتها إلى أن ضعف اعتماد المعايير المهنية في

<sup>1</sup> عبد الكريم الديبسي، "المعايير المهنية في الصحافة الإلكترونية الأردنية، دراسة مسحية لأساليب الممارسة المهنية في الصحافة الإلكترونية الأردنية"، قسم الصحافة و الإعلام، جامعة البتراء،2011،دراسة منشورة في شكل Pdf، متاحة عبر الرابط التالي: [https://www.uop.edu.jo/download/research/members/350\\_1997\\_%25D8%25AF](https://www.uop.edu.jo/download/research/members/350_1997_%25D8%25AF)، تاريخ

الصحافة الإلكترونية الأردنية له تأثيرات سياسية واقتصادية واجتماعية سلبية محتملة، إضافة إلى تأثيرات سلبية على مصداقية وسائل الإعلام.

(3) الدراسة الثالثة : للباحث حاتم علي العسولي و التي جاءت بعنوان: "المعايير المهنية والأخلاقية للصحافة الإلكترونية الفلسطينية -دراسة تحليلية مقارنة بين صحيفتي القدس ونيويورك تايمز"<sup>1</sup>، حيث حاول الباحث من خلال هذه الدراسة التعرف على واقع تطبيق المعايير المهنية والأخلاقية في الصحافة الإلكترونية الفلسطينية و التعرف على دور هذه المعايير في كفالة حرية الرأي و التعبير و موثيق الشرف المهنية، إضافة للوقوف على الأسباب التي تحول دون مراعاة المحررين في هذه الصحف لهذه المعايير المهنية و الأخلاقية. اتبع الباحث منهج المسح الوصفي و المنهج التحليلي لجمع المعلومات و البيانات و تحليلها وتفسيرها لاستخلاص دلالاتها لينتهي في الأخير إلى مجموعة من النتائج أهمها أن النشر الإلكتروني غير المهني يؤثر على النسيج الاجتماعي و الاقتصادي و السياسي و الفكري، و أن صحيفة القدس الإلكترونية تتسم بالمهنية و المصداقية و الحياد في نقل الأخبار و تستخدم أشكالاً تحريرية و فنية متنوعة في تغطيتها الإعلامية. كما أن الصحافة الإلكترونية الفلسطينية تتمتع بحرية محدودة و هذا يرجع لكون المسؤولية الاجتماعية و الضوابط التشريعية تقيد القائم بالاتصال للإلتزام بالمعايير المهنية والأخلاقية. و في الأخير أوصت الدراسة بالتحلي بالمسؤولية الاجتماعية، المهنية و الأخلاقية اتجاه المجتمع و تعزيز الرقابة المهنية في النشر الإلكتروني، و تجنب المصادر غير الموثوقة في النشر الإلكتروني.

<sup>1</sup> حاتم العسولي، "المعايير المهنية و الأخلاقية للصحافة الإلكترونية الفلسطينية: دراسة تحليلية مقارنة بين صحيفتي القدس ونيويورك تايمز"، رسالة مقدمة لنيل درجة الدكتوراه في علوم الاتصال تخصص صحافة و نشر، كلية علوم الاتصال، قسم الصحافة و النشر، جامعة السودان للعلوم و التكنولوجيا، السودان، 2017. متاح عبر الرابط التالي:

<http://repository.sustech.edu/bitstream/handle/123456789/19428/%d8%a7%d9%84%d9%85%d8%b9%d8%a7%d9%8a%d9%8a%d8%b1%20%d8%a7%d9%84%d9%85%d9%87%d9%86%d9%8a%d8%a9%20%d9%88%d8%a7%20%d8%a3%d9%84%d8%ae%d9%84%d8%a7%d9%82%d9%8a%d8%a9%20...%20.pdf?sequence=1&isAllowed=y>, تاريخ الزيارة: 02/ 05/ 2018.

## 2.11. دراسات اهتمت بتصميم وإخراج الصحف الإلكترونية:

(1) الدراسة الأولى: للباحثان كارينا إهلستورم Carina Ihlstrom وجوناس لوندبورغ Jonas Lundberg والتي جاءت بعنوان: "توصيات مقترحة لتصميم الصحف على شبكة

الإنترنت<sup>1</sup> "Design Recommendations For Online Newspapers: A Genre Perspective"

حيث سعى الباحثان من خلا هذه الدراسة إلى تقديم نظرة شاملة حول القواعد والمعايير الأساسية التي يتوجب الأخذ بها لتصميم الصحف الإلكترونية عن طريق توصيف العلاقة بين المصمم و الغرض من تصميم موقع الصحيفة وبين الجمهور، حيث استخدم الباحثان تحليل المحتوى كأداة لتحليل الواجهات الرئيسية لتسع صحف سويدية خلال سنة 2003 و مقارنته بما خلصت إليه نتائج تحليل سابق لهما لذات العينة سنة 2001. كما استعان الباحثان بإجراء مقابلات مع ناشري ومصممي مواقع الصحف السويدية محل الدراسة وكذلك باستمارة وجهت لمستخدمي هذه الصحف والبالغ عددهم 153 مفردة للتعرف على تقييمهم لهذه الصحف. و من أهم ما خلصت إليها هذه الدراسة ما يلي:

- ضرورة استخدام طول الصفحة الرئيسية لإعطاء نظرة عامة على الموقع بأكمله، حيث أشارت الدراسة التحليلية و الميدانية إلى أهمية الصفحة الأولى لمواقع الصحف الإلكترونية، و هو ما يفسر عودة معظم مستخدمي الصحف السويدية محل الدراسة إلى الصفحة الأولى للبدء من جديدي عند البحث عن شيء آخر بدلا من استخدام عناصر التنقل في الموقع.
- لمتقدم أي من هذه الصحف خريطة لمواقعها ، و ظلت تتيح نفس التصنيفات و تقسيمات المواضيع الصحف و ظلت تتبع نفس تصنيفات مثلما هو الحال في دعامتها الورقية، و هذا ما أرجعه

<sup>1</sup>Ihlstrom Carina & Lundberg Jonas , "Design Recommendations For Online Newspapers: A Genre Perspective", Journal of Web Engineering , Vol.3, No. 1, 2004, Available at: <https://pdfs.semanticscholar.org/e624/25b858dec1538fb7a3fd38902721098df612.pdf> , Retrieved at:18/02/2017.

الباحثان لكون أغلبية أفراد العينة فضلوا إعطاء إطار مرجعي مألوف لديهم عند تصفحهم لأي صحيفة إلكترونية لديها أصل ورقي.

– ضرورة توفير أدوات التجوال أو الملاحاة بأشكال مختلفة، حيث يرى كل من الجمهور الناشرين والناشرين ذوي الخبرة أن الصعوبات في الملاحاة ترجع لزيادة التركي على الصفحات الأولى ما جعلها تفرض دعم التنقل بعدة طرق مختلفة إلى جانب دعم التنقل العادي من خلال القوائم.

– ضرورة توفير شريط ثابت في أعلى الصفحة الرئيسية لإبراز آخر الأخبار العاجلة.

– ضرورة تحديث الموضوعات و الأخبار المنشورة في الموقع و إبراز تاريخ ووقت التحديث حيث أظهر مستخدمي الصحف السويدية تفضيلهم النسخة الإلكترونية عن الورقية لتوفر خاصية تحديث الأخبار.

– توفير محرك بحث متخصص لكل من الأرشيف و محتويات الصحيفة الإلكترونية، حيث أظهر العديد من المستخدمين اهتمامهم بالبحث المتخصص و الذي يرون بأنه يعد أمراً مطلوباً و ضرورياً يتوجب توفره في مواقع الصحف الإلكترونية.

(2) الدراسة الثانية: للباحثين قاسم الردايده، عماد أبو شنب، شيماء همام، و هاني أبو سالم، والتي

جاءت موسومة ب: "تقييم قابلية استخدام المواقع الإخبارية الإلكترونية وفق منظور المستخدم"<sup>1</sup>

### **Usability Evaluation of Online News Websites: A User Perspective**

**Approach**، حيث سعى الباحثين من خلال هذه الدراسة تقييم مواقع الصحف على الإنترنت من

ناحية سهولة و قابلية الاستخدام و الذي يشمل على عدة معايير هي: سهولة الأداء، التصميم الجيد

لواجهة، توظيف أدوات التجوال، استخدام الروابط التشعبية، تنظيم المحتوى الصحفي في الموقع و سهولة

القراءة، مستخدمين في ذلك أداة الإستبيان باللغة العربية و الإنجليزية و الذي وزع لعينة من مستخدمي

مواقع الصحف الإلكترونية الأردنية.

<sup>1</sup>Qasem Al-Radaideh, and all, " Usability Evaluation of Online News Websites: A User Perspective Approach", International Journal of Computer, Electrical, Automation, Control and Information Engineering, Vol:5, No:2, Jordan, 2011. Available at: <https://pdfs.semanticscholar.org/7c51/a693827698f17c6118f01d4537714c29f6bd.pdf>, Retrieved at: 10/02/2017.

و أظهرت نتائج هذه الدراسة أن مستوى قابلية استخدام مواقع الصحف الإلكترونية الأردنية من ناحية تصميمها و جودة محتواها ، حيث أقر أغلب الباحثين بأنها تلي احتياجاتهم المعرفية بحيث تعتبر مصدر هام لحصولهم على المعلومات حول موضوع أو حدث معين في حين تدنت مستويات قابلية استخدام المواقع الصحفية الإلكترونية الأخرى و التي أرجع الباحثين ذلك لضعف محتواها و نقص توظيفها للروابط التشعبية و أدوات التجوال . و في نهاية البحث قدم الباحثين مجموعة من التوصيات التي تستند على نتائج الدراسة و التي يتوجب على هذه المواقع مراعاتها و المتمثلة في:

– تصميم محتوى صفحات الويب منظمة بحيث تسهل للمستخدم التنقل في الصفحات بسهولة دون ضرورة للتمرير يمينا و يسارا.

– ينصح مصممي المواقع الإلكترونية بعدم استخدام الصور أو النصوص فقط لمعالجة المواضيع، إذ يتوجب عليها المزج بينها و بين الوسائط المتعددة الأخرى كالفديو.

– ينصح مصممي المواقع الإلكترونية أيضا بعدم عرض الصور مهمة مثلا لإعلانات اللافتة أو الزخارف التي لا مبرر لوجودها بالإضافة إلى ذلك يجب عليهم التأكد من أن الصور الموجودة على موقع الصحيفة لا تبطئ من وقت تحميل الصفحة.

– التأكد من أن جميع المعلومات المطلوبة من قبل المستخدمين متوفرة في موقع الصحيفة، كما يجب أن تكون محدثة بشكل دوري .

– ضرورة التأكد من أن الجماهير يمكنها بسهولة الاتصال مع المسؤولين عن الموقع و مع الصحفيين عبر البريد الإلكتروني ، علاوة على ذلك التأكد من أن المستخدمين يمكنهم سهولة طباعة و مشاركة الأخبار المتواجدة في موقع الصحيفة.



(3) الدراسة الثالثة : للباحثان ماجد تريان و عبير مُجد لبد و التي جاءت بعنوان: "تصميم وإخراج المواقع الإلكترونية الإخبارية الفلسطينية دراسة تحليلية مقارنة"<sup>1</sup> هدفت الدراسة إلى وصف واقع إخراج وتصميم المواقع الإخبارية الإلكترونية الفلسطينية، من خلال التعرف على تصميم صفحاتها الرئيسية، والعناصر البنائية المكونة لها، وأساليب إخراجها، وطريقة وضع المضامين الإعلامية على صفحاتها. تنتمي هذه الدراسة إلى الدراسات والبحوث الوصفية المقارنة، وتعتمد على منهجين هما منهج المسح و في إطاره استخدم أسلوب تحليل المضمون، والمنهج المقارن لمعرفة أوجه التشابه والاختلاف بين مواقع الدراسة. و توصلت الدراسة إلى عدة نتائج من أهمها: أن موقع وكالة معا هو الأطول بين مواقع الدراسة، حيث بلغ ارتفاع صفحاتها الرئيسية 6644 بكسل، تلاه موقع المركز الفلسطيني للإعلام، و اتفقت المواقع في استخدام القوائم التفرعية، و منها استخدام القوائم المنسدلة، واعتمدت أسلوبا واحدا في إخراج قوائم التجوال، هو نموذج أعلى الصفحة الرئيسية فقط، و في إخراج موضوعاتها على الصفحة الرئيسية اعتمدت على أسلوب البوابة، و فيما يتعلق باتجاه عرض المعلومات استخدمت أسلوب العرض الأفقي. و بينت الدراسة أيضا أن المواقع تستخدم نوعين من الخطوط في كتابة العناوين، و أن أحجام المتون و العناوين جاءت بين 01 01 بنط، كما أنها لم تتح خريطة لمواقعها تبين كيفية استخدامها، و لكنها أتاحت روابط لصفحاتها عبر مواقع التواصل الاجتماعي، إضافة إلى أنها قدمت مجموعة من الخدمات الإضافية، و تنوعت هذه الخدمات، و منها خدمات إخبارية تمثلت في خدمة RSS.

<sup>1</sup> ماجد تريان و عبير مُجد لبد، "تصميم و إخراج المواقع الإلكترونية الإخبارية الفلسطينية دراسة تحليلية مقارنة"، IUG Journal of Humanities Research، المجلد 25، العدد 02، الجامعة الاسلامية، غزة، فلسطين، 2017. متاح عبر الرابط التالي: <https://journals.iugaza.edu.ps/index.php/IUGJHR/article/download/2131/1880>، تاريخ

(4) الدراسة الرابعة: للباحث خالد العنزي و التي جاءت بعنوان "إخراج الصحف السعودية الإلكترونية في ضوء السمات الاتصالية لشبكة الإنترنت"<sup>1</sup>. إذ سعت هذه الدراسة لتحليل الشكل الأساسي الذي تظهر به الصحف السعودية الإلكترونية من حيث الوحدات المكونة لهذا الشكل والعناصر المستخدمة في بنائه، و تحليل التصاميم المتغيرة التي تظهر بها الصحف عينة الدراسة من حيث الوحدات المكونة لهذه التصاميم، و تقويم سعي المصممين و المخرجين لتبني أنماط إخراجية تتوافق مع طبيعة شبكة الإنترنت.

اتبع الباحث المنهج المسحي للتعرف على آراء المصممين للصحف و المواقع، و المنهج الوصفي التحليلي لتحليل واقع إخراج الصحف السعودية على شبكة الإنترنت. و من أهم النتائج التي توصلت لها الدراسة أن الصحف السعودية تستخدم في إخراجها أسلوبين هما أسلوب الوحدات الإلكترونية وأسلوب البوابة، كما أنها تتيح مجموعة من الخدمات لزوارها أهمها خدمة البحث التي جاءت في المرتبة الأولى ، في حين أن غالبية الصحف محل الدراسة لم تتوفر على الخدمات التفاعلية المباشرة مثل المنتديات و الدردشة و الاتصال بالمحررين. و بينت الدراسة أيضا أن الصحف محل الدراسة تستفيد بشكل ضئيل في تصميمها من الوسائط المتعددة بالرغم من كونها تعد من أهم السمات الشكلية للإنترنت لإسهامها في سهولة التصفح، و اقتصر توظيفها فقط على بعض الإعلانات التجارية.

<sup>1</sup> صالح العنزي، "إخراج الصحف السعودية الإلكترونية في ضوء السمات الاتصالية لشبكة الإنترنت"، رسالة مقدمة لنيل شهادة الماجستير في الإعلام، جامعة الإمام محمد بن سعود الإسلامية، كلية الدعوة و الإعلام، قسم الإعلام، المملكة العربية السعودية، 2006. متاح عبر الرابط التالي: <http://doccdn.simplesite.com/d/b0/f8/287104484814158000/e7e6ad44-12d8-4761-a5e1-e6d2b47d140d/%2B%2B%2B.pdf> ، تاريخ الزيارة: 11/ 09/ 2016.

## 3.11. دراسات اهتمت بوضع معايير لتقييم مضمون الصحف الإلكترونية و تصميمها:

(1) الدراسة الأولى : للباحث جاسم محمد الشيخ جابر و الموسومة ب : الصحافة الإلكترونية العربية، المعايير الفنية و المهنية : دراسة تحليلية لعينة من الصحف الإلكترونية العربية<sup>1</sup>، و كان الهدف من هذه الدراسة هو الإجابة عن سؤالين رئيسيين حول خصائص الصحافة الإلكترونية ومعاييرها المهنية و الفنية من جهة و مدى التزام الصحف الإلكترونية العربية بهذه المعايير والخصائص من جهة أخرى و من أجل التوصل للنتائج و الإجابة عن تساؤلات الدراسة أعتمد الباحث على أداتين هما تحليل المحتوى و استبانة المعلومات . و قد خلصت الدراسة إلى النتائج التالية :

- أن معيار المؤسساتية و الذي تعكس المعايير الصحفية المهنية منها و الفنية يعتبر عاملاً أساسياً في العمل الصحفي، و المؤسساتية هنا لا تشترط أن تكون الجهة التي تقف وراء الصحيفة الإلكترونية مؤسسة أو شركة، بل إن المشروع الفردي و الشخصي، إذا توفرت فيه المعالم المادية و المعنوية الواضحة والمباشرة، يمكن اعتباره عملاً مؤسسياً.

- أن بعض من الصحف الإلكترونية محل الدراسة لم تفسح عن جهة الاصدار أو الناشر وغياب المعلومات عن العاملين فيها أو أسماء مراسليها و التي بلغ عددها 7 من مجموع 19 مقابل 11 كانت واضحة في بيان المعلومات عن المؤسسة التي تصدر عنها وتحدد سياستها والاساليب والمعايير التحريرية والاخلاقية و هو ما يمثل أخلاقاً بشروط المهنة ومعاييرها.

- أغلب الصحف الإلكترونية محل الدراسة تخلت عن خاصية الترابطية النصية و التي يستطيع القارئ من خلالها أن ينتقل الى مواضيع ذات صلة سواء داخل الصحيفة ذاتها أو في مواقع أخرى من خلال الروابط التي تثبت داخل النص أو على جوانبه، كما أظهرت نتائج البحث نسبة متدنية من خاصية التفاعلية

<sup>1</sup> جاسم جابر، "الصحافة الإلكترونية العربية، المعايير الفنية و المهنية : دراسة تحليلية"، دراسة مقدمة في المؤتمر الدولي بعنوان الإعلام الجديد تكنولوجيا جديدة لعالم جديد، جامعة البحرين، 2009، دراسة منشورة في شكل Pdf. متاحة عبر الرابط: <http://site.iugaza.edu.ps/jdalou/files/2012/03/%25D8%25A7>، تاريخ الزيارة: 2016/09/11.

الموجودة في صحف العينة و الذي يمثل المجال الذي تفسحه الصحف الاليكترونية العربية لتعليقات القراء و هو ما يجعلها لا تلي حاجة التفاعل الحقيقية.

- غالبية الصحف الاليكترونية العربية لم تستخدم خدمة الوسائط المتعددة بكامل الإمكانيات التقنية التي توفرها خدمة الإنترنت وبرامج الكمبيوتر.

- أسفرت نتائج البحث بأن نسبة كبير من العينة قد وفرت خدمة البحث باستثناء خمسة منها فقط لم توفر هذه الخدمة التي تكون على مستويين الاول البحث داخل موقع الصحيفة نفسها، والمستوى الثاني هو ربط الموقع مع محركات البحث المعروفة في شبكة الإنترنت. كما تشير نتائج البحث فيما يتعلق بتطبيق خاصية الفورية و الانية الى أن عددا غير قليل من الصحف الإلكترونية العربية لم يراعي هذه الخاصية ويطبقها، حيث أن غالبية الصحف محل الدراسة لم تجري اي تغيير على محتواها لمدة تزيد على 24 ساعة.

## (2) الدراسة الثانية: أنجزتها الباحثة نهي جعفر سراجتم و الموسومة ب: أسس و معايير تقييم جودة

الصحافة الإلكترونية<sup>1</sup> قدمت هذه الدراسة كملذكرة لنيل درجة الدكتوراه في الصحافة و النشر سنة 2014، و التي سعت من خلال هذه الدراسة إلى دراسة موضوع قياس و تقييم جودة الصحافة الإلكترونية و استهدفت إلى إعداد قائمة معايير لتقييم جودة مواقع الصحف الإلكترونية و تصميم أداة تصلح كمقياس لتقييم جودة مواقع الصحف الإلكترونية بأسلوب علمي و منهجي. مما يؤدي إلى رفع مستوى جودة الأداء بها و زيادة القدرة التنافسية لها على الفضاء المعلوماتي لمواجهة تحديات عصر العولمة. و للوصول إلى نتائج الدراسة استخدمت الباحثة منهج المسح بشقيه الوصفي و التحليلي بالإضافة للمنهج التاريخي و الإحصائي المقارن ، كما استخدمت أدوات تحليل المحتوى و الإستبيان والملاحظة العلمية. حيث توصلت الدراسة في

<sup>1</sup> نهي جعفر سراجتم، "أسس و معايير تقييم جودة الصحافة الإلكترونية"، رسالة دكتوراه غير منشورة، كلية علوم الاتصال، قسم الصحافة و النشر، جامعة السودان للعلوم و التكنولوجيا، 2014. متاح عبر الرابط التالي:

<http://repository.sustech.edu/bitstream/handle/123456789/11179/%D8%A3%D8%B3%D8%B3%20%D9%88%D9%85%D8%B9%D8%A7%D9%8A%D9%8A%D8%B1%20...pdf?sequence=1&isAllowed=y>  
2017/02/14. تاريخ الزيارة: 2017/02/14.

الأخير إلى تصميم مقياس علمي و منهجي لتقييم جودة الأداء في مواقع الصحف الإلكترونية يتكون من قائمة فحص تحتوي على عدد من المعايير و مؤشرات الدالة عليها و عددها معيار متمثلة فيما يلي :

– معايير جودة المضمون : و هي الدقة، الحداثة و الفورية ،الحياد و الموضوعية، العمق والشمول،إنتاج موضوعات ميدانية، إنتاج نسبة عالية من الموضوعات الذاتية، استخدام النص الفائت،مدى أهمية الموضوعات المنشورة في الموقع ، انفراد الموقع بأخبار هامة ، استخدام القوالب الفنية للخبر ، التنوع في الأشكال الصحفية ، تنوع المعلومات في الموقع و تحليل الأحداث المهمة.

– معايير جودة التصميم : و هي الجاذبية، التميز و الوضوح

– معايير جودة التنظيم: و هي سهولة الاستخدام ، جودة الروابط و سرعة و سهولة الوصول.

– معايير توظيف الوسائط المتعددة : و هي توظيف الوسائط المتعددة ووضوح الوسيط.

– معايير التفاعلية.

– معايير الأمان و الخصوصية.

– معيار المسؤولية الفكرية.

– معايير واجهة المستخدم.

– معيار وضوح الهدف.

– معيار الحرية الصحفية و انتشارها.

يتكون المقياس أيضا من معادلة لقياس درجة جودة الأداء في الموقع، و هي عبارة عن الوسط الحسابي المرجح بالأوزان لهذه المعايير، بالإضافة إلى مقياس فرعي خماسي يمكن من خلاله الحكم على مستوى جودة الأداء في الموقع وفقا لدرجة الأداء المتحصلة من المعادلة فنحكم عليه مثلا بأنه ممتاز أو جيد جدا أو جيد أو وسط أو ضعيف .

(3) الدراسة الثالثة: لنور هازلينا **Nor Hazlina**، هيلين حسان **Helen Hasan** وسيناب

**Sinnapan** و التي عنونت بـ " الصحف الأسترالية على الإنترنت: تحليل محتوى المواقع وقياس

**Australian online newspapers: a website content <sup>1</sup>التفاعلية**

**analysis approach to <sup>1</sup>measure interactivity**. حيث تناولت هذه الدراسة نمو وتطور مفهوم التفاعل في الصحف عبر الإنترنت من ناحية التواصل بوساطة الكمبيوتر والصحافة والإعلان ونظام المعلومات. حيث كان الهدف من هذه الدراسة تحديد مجموعة من الأبعاد التي توفر المحتوى والاختيار وفرصة التواصل وجهد المستخدمين والاستجابة و تخصيص وإدارة المعلومات على الإعدادات المعاصرة لعينة قوامها 12 صحيفة أسترالية على الإنترنت ، متبعين بذلك أداة تحليل المحتوى .و قد خلص الباحثين في نهاية هذه الدراسة لبناء ستة معايير تحدد فاعلية التفاعل في الصحف الإلكترونية وهي :توافر المحتوى واختياره content availability and choice ،فرصة التواصل communication opportunity ،جهد المستخدمين effort of users ،الاستجابة responsiveness ،تخصيص وإدارة المعلومات customization and management of information .

4) الدراسة الرابعة:مارك ديوز Mark Deuze المعنونة بـ "الاتصال عبر الويب: قضايا في مجال

**The Web Communicators :Issues in <sup>2</sup>البحث في صحافة الإنترنت والصحفيين**

**research into online journalism and journalists<sup>2</sup>**. حيث سعى الباحث من خلال هذه الدراسة تقديم بعض الاقتراحات لتطوير أداة بحث شاملة للبيئة الإخبارية على الإنترنت و التي يمكن أن تصمد أمام اختبار الزمن وكذلك تقدم للباحثين في أي مكان نموذجاً للقيام بقياس فاعلية الصحف

<sup>1</sup>Hashim, NH, Hasan, H, and Sinnapan, S," **Australian online newspapers: a website content analysis approach to measure interactivity**", 18th Australasian Conference on Information Systems (ACIS), Toowoomba, Australia, 5-7 Dec 2007. Available at :<http://ro.uow.edu.au/cgi/viewcontent.cgi?article=1435&context=commpapers> , Retrieved at:15/06/2018.

<sup>2</sup>Mark Deuze, "**The Web Communicators :Issues in research into online journalism and journalists**", First Monday, Volume 3, N°12 , 7 December 1998, Available at :<https://firstmonday.org/ojs/index.php/fm/rt/prinFRIENDLY/634/555>, retrieved at:02/01/2019.

الإلكترونية عبر الويب. و قد خلص الباحث في دراسته لبناء نموذج معياري لتحليل الصحف الإلكترونية يتكون من خمسة محاور هي: المحتوى الأساسي Original Content، التصوير الصحفي Photojournalism، الأرشيف Archive، مشاركة الجمهور Audience Participation، تنظيم المحتوى Organize Content.

#### 4.11. دراسات اهتمت بدراسة مستخدمي الصحف الإلكترونية:

(1) الدراسة الأولى: للباحث سعد كاظم حسن و التي جاءت بعنوان: "أنماط استخدام الجمهور العراقي للصحف الإلكترونية: دراسة مسحية"<sup>1</sup>، و قد سعالباحث من خلال هذه الدراسة إلى تحديد أنماط استخدام الجمهور العراقي للصحف الإلكترونية و كيفية تعاملهم مع الفنون الإعلامية المتعددة التي تتضمنها عن طريق إجراء دراسة مسحية معتمدا على أداة الاستبانة التي وزعت على عينة من المستخدمين يبلغ عددهم 600 مستخدم للوصول إلى النتائج. و قد توصل الباحث في نهاية هذه الدراسة إلى مجموعة من النتائج التي مفادها أن:

– جاء المبحوثين الذين يستخدمون الصحف الإلكترونية من 4 إلى 5 مرات أسبوعيا بالمرتبة الأولى بنسبة 31.18% ثم الذين يستخدمونها يوميا بنسبة 27.92% ثم الذين يستخدمونها من 1-3 مرات بنسبة 25.72% و في المرتبة الأخيرة الذين يستخدمونها بصورة غير منتظمة بنسبة 15.10% .

<sup>1</sup> سعد كاظم حسن، "أنماط استخدام الجمهور العراقي للصحف الإلكترونية: دراسة مسحية"، مجلة الآداب، المجلد 02، العدد 16، جامعة بغداد، العراق، 2018، متاح عبر الرابط: <https://www.iasj.net/iasj?func=fulltext&aId=155110> ، تاريخ الزيارة: 2018/08/13.

– جاء المبحوثين الذين يقضون أقل من ساعة يومياً في استخدام الصحف الإلكترونية بالمرتبة الأولى بنسبة 40% ثم الذين يستخدمونها من (ساعة – ساعتين) بنسبة 33.06% ثم الذين يستخدمونها من (ساعتان – ثلاث ساعات) بنسبة 18.11% وبالمرتبة الأخيرة الذين يستخدمونها أكثر من ذلك بنسبة 09.83% .

– جاء المبحوثين الذين يستخدمون الصحف الإلكترونية أحياناً بالمرتبة الأولى بنسبة 47.64% ثم الذين يستخدمونها دائماً بنسبة 38.98% وبالمرتبة الأخيرة الذين يستخدمونها نادراً بنسبة 13.38%

– جاء المبحوثين الذين يستخدمون الهاتف النقال في الاطلاع على الصحف الإلكترونية بالمرتبة الأولى بنسبة 49.84% ثم الذين يستخدمون الحاسوب المحمول في الاطلاع عليها بنسبة 18.13% ثم الذين يستخدمون الأجهزة اللوحية بنسبة 09.32% وبالمرتبة الأخيرة الذين يستخدمون الحاسوب المكتبي بنسبة 02.71% .

– جاء المبحوثين الذين يستخدمون الصحف الإلكترونية المحلية بالمرتبة الأولى بنسبة 62.37% ثم الذين يستخدمون الصحف الإلكترونية العربية بنسبة 35.43% وبالمرتبة الأخيرة الذين يستخدمون الصحف الإلكترونية الأجنبية بنسبة 2.20% .

– جاءت الموضوعات السياسية بالمرتبة الأولى كأكثر الموضوعات اطلعا عليها من قبل المبحوثين في الصحف الإلكترونية بنسبة 19.86% ثم الموضوعات الاجتماعية بنسبة 15.42% ثم الموضوعات الاقتصادية بنسبة 14.67% ثم الموضوعات الرياضية بنسبة 13.86% ثم الموضوعات الفنية بنسبة 11.49% وبالمرتبة الأخيرة الموضوعات الثقافية بنسبة 9.12% وبالمرتبة الأخيرة الموضوعات المنوعة بنسبة 4.79% .

– جاء المبحوثين الذين يستخدمون الصحف الإلكترونية في المساء بالمرتبة الأولى بنسبة 31.25% ثم



الذين يستخدمونها ليلاً بنسبة 31.52% ثم الذين يستخدمونها ظهراً بنسبة 14.75% وبالمرتبة الأخيرة الذين يستخدمونها صباحاً بنسبة 8.81%.

– جاءت الأخبار بالمرتبة الأولى في أولويات الفنون الإعلامية لدى المبحوثين عند استخدامهم للصحف الإلكترونية بنسبة 58.86% ثم الصور بنسبة 12.89% ثم الكاريكاتير بنسبة 11.70% ثم التحقيقات بنسبة 8.46% ثم التقارير الإخبارية بنسبة 3.33% ثم الإنفوغراف بنسبة 1.76% ثم المقابلات بنسبة 1.86% وبالمرتبة الأخيرة الروابط الفائقة بنسبة 0.67%.

– جاءت طريقة الاطلاع على أجزاء من الرابط الفائقة المصاحب للمضامين الإعلامية بالمرتبة الأولى كأكثر الطرق اطلاعا من قبل المبحوثين على الروابط الفائقة بمتوسط حسابي 2.75 و وزن مئوي 83.60 ثم الاطلاع على كل محتويات الرابط بمتوسط حسابي 1.11 و وزن مئوي 64.70.

– جاءت المشاركة بكتابة التعليقات على المضمونات الإعلامية بصورة (نادرة) من قبل المبحوثين بالمرتبة الأولى بنسبة 55.78% ثم (أحيانا) بنسبة 26.93% وبالمرتبة الأخيرة بصورة (دائمة) بنسبة 17.28%.

(2) الدراسة الثانية: وهي دراسة مقدمة من قبل مجموعة من الباحثين و هم هاسينغ شاينز Hsiang

Chyz ، و منغشيه يانغ Mengchieh Yang ، و سيث لويس Seth Lewis ، و نان زهانغ

Nan Zheng ، و التي جاءت موسومة بـ "الاستخدام و الرضا بالمواقع الصحفية الإلكترونية في

السوق المحلية: دراسة مقارنة بين متصفحى نسختي الصحف الإلكترونية والورقية و بين متصفحى

موقعها الإلكتروني فقط<sup>1</sup>"، "Use of and Satisfaction with Newspaper Sites in the

Local Market: Exploring Differences Between Hybrid And Online-

<sup>1</sup>Hsiang Chyz, Mengchieh Yang, Seth Lewis, and Nan Zheng, "Use of and Satisfaction with Newspaper Sites in the Local Market: Exploring Differences Between Hybrid And Online-only Users", Journalism and Mass Communication Quarterly ,Vol 87, No.1, USA, 2010. Available at : <https://sethlewis.org/wp-content/uploads/2014/10/2010-Chyi-Yang-Lewis-Zan-2010-JMCQ.pdf> , Retrieved at: 12/06/2018.

**only Users**، و قد استهدفت هذه الدراسة التي اعتمد فيها الباحثين على المنهج المسحي المقارنة بين متصفح كل من الصحف الورقية و الإلكترونية و بين متصفح النسخة الإلكترونية فقط في الولايات المتحدة الأمريكية. و انطلق الباحث من ثلاثة فروض رئيسية هي:

- توجد فروقات ذات دلالة إحصائية بين استخدام و تفاعل القراء النسختين الورقية والإلكترونية و قراء موقع الصحيفة الإلكترونية فقط تعزى لمتغير نوع الوسيط المستخدم للحصول على المعلومات.
  - توجد فروقات ذات دلالة إحصائية بين مدى رضا القراء النسختين الورقية و الإلكترونية و قراء موقع الصحيفة الإلكترونية فقط تعزى لمتغير الجنس .
  - توجد فروقات ذات دلالة إحصائية بين مدى رضا القراء النسختين الورقية و الإلكترونية و قراء موقع الصحيفة الإلكترونية فقط تعزى لمتغير السن .
- و قد خلصت هذه الدراسة في الأخير إلى ما يلي :

- وجود فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة 0.01 تعزى إلى نوع الوسيط المستخدم في تلقي المعلومات و بين طبيعة الاستخدام و التفاعل مع الوسيط حيث فاق عدد قراء نسختي الصحف الورقية و الإلكترونية في ذات الوقت عدد متصفح مواقعها الإلكترونية فقط بحوالي الضعف، كما أنهم كانوا أكثر نشاطا و تفاعلا مقارنة بالذين يتصفحون الموقع الإلكتروني فقط.

- وجود فروقات ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة 0.01 بين مدى رضا القراء النسختين الورقية و الإلكترونية و قراء موقع الصحيفة الإلكترونية فقط تعزى لمتغير الجنس حيث كان رضى الإناث عن الميزات التي تقدمها المواقع الإلكترونية للنسختين الورقية و الإلكترونية محل الدراسة إيجابيا أكثر من الذكور.

— وجود فروقات ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة 0.01 بين مدى رضا القراء النسختين الورقية و الإلكترونية و قراء موقع الصحيفة الإلكترونية فقط تعزى لمتغير السن حيث كان وجد الباحثين بأن كبار السن ممن يتابعون الطبعة الورقية و الإلكترونية للصحف محل الدراسة يشعرون بالرضا على مواقع الصحف الإلكترونية على الإنترنت.

(3) الدراسة الثالثة: للباحث بورتونسيبيكمان **Burton C. Speakman**<sup>1</sup> و التي جاءت تحت

عنوان: " الصحافة المطبوعة و الإلكترونية: هل تتأثر المصدقية و الدقة بمكان العثور القراء على

المعلومات ", **Print and Online Journalism :Are Believability and**

**Accuracy Affected by Where Readers Find Information** ، و قد سعى

الباحث من خلال اتباعه لمنهج المسح بالعينة و استعانتة بالاستبيان لقياس رأي الجمهور حول مدى تأثير

معياري المصدقية و الدقة بنوع الوسيلة الإعلامية سواء كانت ورقية أو منشورة عبر الإنترنت حيث انتقى

في عينته أربع صحف ورقية و لها دعامة إلكترونية و المتمثلة في : نيويورك تايمز **The New York**

**Times** و نورمانج ستار **Normangee Star** و براين ستايشن إيغل **Bryan-College**

**Station Eagle** و هوستون كرونكل **Houston Chronicle**.

انطلق الباحث من فرضية رئيسية متمثلة في أن دقة و مصداقية الأخبار المنشورة في المواقع الصحف

الإلكترونية محل الدراسة تكون أقل من نظيرتها الورقية من وجهة نظر المبحوثين . و قد توصل الباحث في

نهاية دراسته إلى قبول هذا الفرض الرئيس نظرا لأن الذين يقرؤون أو يتصفحون الطباعات الورقية للصحف

<sup>1</sup>Burton C. Speakman, "Print and Online Journalism :Are Believability and Accuracy Affected by Where Readers Find Information ", ThesesFor the Degree of Master,the Graduate College of Journalism and Mass Communications, the University Nebraska, Lincolne,USA, December 2011.Available at :<https://digitalcommons.unl.edu/cgi/viewcontent.cgi?article=1022&context=journalismdiss> ,Retrieved at: 12/06/2018.

محل الدراسة أكثر من 15 دقيقة في اليوم هم أكثر تصديقا لما تورده ويعتبرونها أكثر دقة مقارنة بالذين يتصفحون نسختها الإلكترونية

(4) الدراسة الرابعة: للباحثين يوشان ليو Yuchun Liu وشيهسيانغكو Chihhsiang Ko و التي جاءت موسومة ب: "تفضيلات المستخدمين من كبار السن و الشباب للمساحات البيضاء في المواقع الإخبارية الإلكترونية"<sup>1</sup> "Old and Young Users White Space"

"Preferences for Online News Web Pages" ، حيث استهدف الباحثان من خلال هذه الدراسة إلى التعرف على تقييم المستخدمين البالغ عددهم 249 متصفح لتصميم المواقع الإخبارية المتمثلة في 20 موقع إخباري صيني و انجليزي والإنجليزية و مدى قابلية استخدامها و جاذبيتها مستعينا بذلك على الاستبيان لجمع المعلومات و برنامج Spss 22 لتحليل النتائج التي استند الباحثان للوصول إليها على فروض بحثية تتمثل في أنه :توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين قابلية استخدام المواقع الإخبارية محل الدراسة و بين تفضيل الباحثين لها تعزى لمتغير السن ،و للمستوى التعليمي و كذلك لمتغير الوظيفة.

و قد خلصت نتائج هذه الدراسة إلى :

– توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة 0.05 بين قابلية استخدام المواقع الإخبارية محل الدراسة و تفضيل الباحثين لها تعزى لمتغير السن لفائدة الذين يتراوح سنهم بين 31 و 45 سنة وكذلك للفئة الذين تجاوزت أعمارهم 60 سنة .

– توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة 0.05 بين قابلية استخدام المواقع الإخبارية محل الدراسة و تفضيل الباحثين لها تعزى لمتغير المستوى التعليمي لفائدة الذين يحملون درجة الماجستير

<sup>1</sup>ChihhsiangKo, Yuchun Liu, "Old and Young Users' White Space Preferences for Online News Web Pages", IEEE Access, Vol: 07,Taiwan,China,26 April2019,Available at: <https://ieeexplore.ieee.org/stamp/stamp.jsp?tp=&arnumber=8700182> , Retrieved at:20/11/2019.

والدكتوراه. كما لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة 0.05 بين قابلية استخدام المواقع الإخبارية محل الدراسة و تفضيل المبحوثين لها تعزى لمتغير الوظيفة.

### 6.11. مدى استفادة الدراسة الحالية من الدراسات السابقة :

يتضح من خلال ما تم عرضه من الدراسات التي تتشارك مع الدراسة الحالية في أحد جوانبها سواء المهنية أو الفنية بأن الدراسة الحالية ستستفيد منها في جوانب عديدة يمكن إجمالها فيما يلي:

– تتقاطع الدراسة الحالية –من حيث الموضوع- مع موضوع البعض من الدراسات السابقة والتي تناولت متغيري الدراسة معا ، في حين هناك من الدراسات السابقة من تناولت أحد متغيرات الدراسة سواء من الناحية الفنية المتعلقة بإخراج و تصميم الصحف الإلكترونية أو من الناحية المهنية أوالأخلاقية. و قد استفادت الباحثة في هذا الجانب في بلورة موضوع الدراسة الحالية و تحديده بشكل دقيق يلي متطلبات البحث العلمية، المنهجية و الزمنية.

– اعتمدت هذه الدراسة –من حيث منهج و أدوات الدراسة- مع معظم هذه الدراسات على الأسلوب المسحي باستخدام أداة تحليل محتوى المواقع الصحفية عبر شبكة الإنترنت،أو عن طريق مسح جمهور الصحف الإلكترونية،أو عن طريق مسح أساليب الممارسة الإعلامية عن طريق دراسة القائمين بالاتصال في هذه الصحف. و هذا ما يتقاطع مع الدراسة الحالية التي تتبع نفس الإجراءات المنهجية المتبعة في بعض الدراسات السابق ذكرها. كما استفادت الدراسة الحالية أيضا من الدراسات السابقة في استخدام الأدوات المنهجية التي تتواءم مع الموضوع المعالج في هذه الدراسة و المتمثلة في تحليل محتوى صحيفة الشروق أون لاين و استمارة دراسة متصفحها.

– اعتمدت الدراسة الحالية – من ناحية الجانب النظري –على بعض الدراسات السابقة الذكر في إثراء جانبها النظري خاصة فيما يتعلق بالجانب الإخراجي للصحف الإلكترونية و التي تشهد قلة في المراجع المتعلقة بهذا الجانب خاصة العربية . إضافة إلى الاستفادة من بعضها في بناء معايير ترجمت مؤشراتهما في استمارة فئات تحليل محتوى موقع صحيفة الشروق أون لاين و التي تمكن من قياس مدى

جودة المعلومات المقدمة فيه من الناحية المهنية و مدى سهولة و يسر استخدام الموقع و جاذبية تصميمه و إخراجه.

- تنوعت نتائج الدراسات السابقة حسب الهدف الذي يسعى كل باحث لبلوغه من خلالها أو من خلال الأدوات المستخدمة لجمع بياناتها، و هو ما جعلها تتفق مع الدراسة الحالية- من ناحية النتائج المتحصل عليها -في بعض الجوانب و تختلف في جوانب أخرى. لذا استفادت الدراسة الحالية من النتائج التي خلصت إليها الدراسات السابقة الذكر لصياغة إشكالية الدراسة و تحديد حدود الموضوع الذي تعالجه، إضافة إلى مقارنتها مع نتائج الدراسة الحالية و تحديد الجوانب أوجه التوافق أو الاختلاف مع الدراسة الحالية في شقيها التحليلي و الميداني.

## 12. المداخل النظرية للدراسة:

اعتمدت الباحثة في هذه الدراسة على ثلاث مداخل نظرية، بحيث تم الاعتماد على كل مدخل في جانب من جوانب هذه الدراسة، ففي الشق الميداني الذي يعتمد على دراسة جمهور صحيفة الشروق أون لاین تم اعتماد نظرية الاستخدامات و الإشباع **Uses & Gratifications Theory**. في حين تم اعتماد مدخلين نظريين في الشق التحليلي الذي بدوره ينقسم إلى دراسة المعايير المهنية في صحيفة الشروق أون لاین و فيه اعتمدنا على نظرية الممارسة **Practice Theory**، ودراسة المعايير الفنية التي تدرس تصميم و إخراج صحيفة الشروق أون لاین و فيه اعتمدنا على النموذج المهجن **Hybrid Model**. و فيما يلي سنقوم بالتفصيل في كل مدخل نظري على حدى.

## 1.12. نظرية الاستخدامات و الإشباعات Uses & Gratifications Theory :

تهتم نظرية الاستخدامات و الإشباعات بدراسة الاتصال الجماهيري دراسة وظيفية منظمة. فخلال عقد الأربعينيات من القرن العشرين، أدى إدراك عواقب الفروق الفردية و التباين الاجتماعي على إدراك السلوك المرتبط بوسائل الإعلام، إلى بداية منظور جديد للعلاقة بين الجماهير ووسائل الإعلام. حيث كان ذلك تحولاً من رؤية الجماهير على أنها عنصر سلبي غير فعال إلى رؤيتها أنها فعالة في انتقاء أفرادها لرسائل و مضمون مفضل من وسائل الإعلام.<sup>1</sup> تقوم هذه النظرية بتحليل وشرح طرق استخدام وسائل الإعلام بدلا من النظر إلى الخيارات الإعلامية التي يقدمها مرسل الرسالة الإعلامية في قوالب جاهزة. فهذه النظرية تنظر لكون الجمهور لديهم خيارات وإرادة حرة في اختيار ما يتعرضون له ، و بالتالي فهم يتخذون قرارات محددة حول وسائل الإعلام التي يجب استخدامها ومتى يقومون باستخدامها . و ترى النظرية بأن هذه الاختيارات والقرارات تستند إلى الدوافع و الاحتياجات الشخصية التي يرغب أفراد الجمهور لتحقيقها.<sup>2</sup>

عمق تيار الاستخدامات و الإشباعات مفهومه الخاص للجمهور من ناحية أن المعنى و التأثيرات تولد من تفاعل النصوص و الأدوار التي يضطلع بها الجمهور ، كما أن فك الرموز يرتبط بمشاركة الجمهور في عملية الاتصال ، و ترتبط المشاركة ذاتها بالطريقة التي تبني بها مختلف الثقافات دور المتلقي.<sup>3</sup> و قامت نظرية الاستخدامات و الإشباعات على عدد من الفروض العلمية التي أخضعتها دراسات المتخصصين للبحث و التحليل، و لعل الفروض الخمسة التي ذكرها كاتز **Katz** و زملاؤه هي أفضل ما ذكر في التراكم النظري ، و يمكن تلخيصها في الآتي:

<sup>1</sup> حسن مكاي و ليلي السيد، الاتصال و نظرياته المعاصرة ، ط1، الدار المصرية اللبنانية، القاهرة، مصر ، 1998، ص239.

<sup>2</sup> Marianne Dainton , Elaine D. Zelley , **Applying Communication Theory for Professional Life: A Practical Introduction**, 2<sup>nd</sup> edition, SAGE Publications, USA, 2011, p165.

<sup>3</sup> أرمان ماتلار و ميشال ماتلار، تاريخ نظريات الاتصال ، ترجمة نصر الدين العياضي و الصادق رابح، ط3، المنظمة العربية للترجمة ، بيروت، لبنان، أكتوبر 2005، ص167.

- أن جمهور وسائل الإعلام مشاركون فاعلون في عملية الاتصال الجماهيري، و يستخدمون وسائل الاتصال لتحقيق أهداف مقصودة تلي توقعاتهم.
  - يعبر استخدام وسائل الاتصال عن الحاجات التي يبحث عنها الجمهور، و يتحكم في ذلك الفروق الفردية، و عوامل التفاعل الاجتماعي، و تنوع الحاجات باختلاف الأفراد.
  - التأكيد على أن الجمهور هو الذي يختار الرسائل و المضمون الذي يلي حاجاته، فالأفراد هم الذين يستخدمون وسائل الاتصال و ليس العكس.
  - يستطيع الجمهور تحديد حاجاته و دوافعه و من ثم يختار الوسائل التي تشبع تلك الحاجات.
  - يمكن استدلال المعايير الثقافية السائدة من خلال الاستخدامات السائدة لوسائل الاتصال و ليس من خلال محتوى الرسائل فقط.<sup>1</sup>
- و قد حدد منظري هذه النظرية ثلاث أهداف رئيسية تتمثل في :
- السعي إلى اكتشاف كيف يستخدم الأفراد وسائل الاتصال، و ذلك بغض النظر عن الجمهور النشط الذي يستطيع أن يختار و يستخدم الوسائل التي تشبع حاجاته و توقعاته.
  - شرح دوافع التعرض لوسيلة معينة من وسائل الاتصال و التفاعل الذي يحدث نتيجة هذا التعرض.
  - التأكيد على نتائج استخدام وسائل الاتصال بهدف فهم عملية الاتصال الجماهيري.
- ترتبط هذه الأهداف بمنظور التحليل الوظيفي من خلال التأكيد على نمط السلوك الفردي، حيث يكون الفرد هو وحدة التحليل **Unit**، و تكون علاقات الفرد بمحيطه الاجتماعي هي البناء

<sup>1</sup>مُجد البشر، نظريات التأثير الإعلامي، ط1، دار العبيكان، الرياض، السعودية، 2014، ص134



**Structure**، و تكون ملاحظة سلوك الأفراد عند استخدامهم لوسائل الاتصال هي الأنشطة **Activities**، في حين تكون نتائج نمط السلوك الفردي في علاقته مع كل من : وسائل الاتصال والمحتوى، و الاهتمامات العامة للجماهير هي الوظائف **Functions**.<sup>1</sup>

صاحب انتشار تكنولوجيا الاتصال الحديثة تأثيرات عديدة، خاصة فيما يتعلق بعملية الاتصال الجماهيري بشكل عام، و تشمل تلك التأثيرات إعطاء المستخدم فرصة أكبر للتحكم في عملية الاتصال. فلم يعد القائم بالاتصال هو المسؤول الوحيد عن اختيار الرسائل و المضامين الإعلامية وفرضها على الجمهور، بل أصبح لمجموعات الجمهور الذي يشترك أفرادها في الاهتمام بموضوع معين دور فعال في المشاركة في إنتاج و صياغة هذه المضامين و يتضح ذلك بشكل واضح في تعامل مستخدمي شبكة الإنترنت، و الانتقائية العالية التي يمارسونها، وكذلك طبيعة الدور الذي يؤديه في عملية الاتصال عبر الإنترنت.<sup>2</sup> وتكمن استفادة الدراسة الحالية من هذه النظرية في شقها الميداني الذي يحاول معرفة كيفية استخدام جمهور صحيفة الشروق أون لاين لموقعها ، كما تهدف للتعرف على الدوافع التي تجعلهم يتعرضون لها وطبيعة الإشباع المحققة من هذا التعرض. إضافة إلى تقييمهم ليسر استخدام الموقع و مدى فاعلية تصميمها و إخراجها من جهة، و من جهة أخرى تقييمهم لمهنتها.

## 2.12. نظرية الممارسة Practice Theory:

قدمت نظرية الممارسة **Practice Theory** من قبل الفيلسوف ألاسدير ماكلينتير **Alasdair MacIntyre** و هي نظرية لها جذور إغريقية قائمة على ما قدمه أرسطو وماركس حول مفهوم نظرية الممارسة القائمة على الأخلاق و الفضائل. حيث قام **MacIntyre** بإعادة صياغة ما جاءت به هذه

<sup>1</sup> حسن مكاوي و ليلى السيد، مرجع سابق، ص 241، 242.

<sup>2</sup> رضا عبد الواحد أمين، النظريات العلمية في مجال الإعلام الإلكتروني، د. ط، منتدى سور الأزيكية، مصر، 2007، ص 66، 67.

النظرية و تطويرها بما يقتضيه العصر الحالي بحيث تكون هذه الفضائل و الاخلاقيات قائمة أولا على الممارسة، و ثانيا على السرد (سرد تطور الحياة البشرية للإنسان) و ،ثالثا على التقاليد(المعارف عليها في المجتمع أو في مهنة ما).

ما يميز هذه النظرية أنها تتماشى مع كافة المهن و المجالات باعتبارها تتناول كيفية الوصول للتميز\* و الجودة في الممارسة التي يقوم بها الفرد في مهنته انطلاقا من تحليه بقواعد السلوك الاخلاقي وواجباته اتجاه المجتمع. و هذا ما جعل الباحثين في أخلاقيات الممارسة الإعلامية يتبنون هذه النظرية ويطوعونها مع معطيات البيئة الإعلامية الديناميكية المتطورة،لذا و حسب هذه النظرية فإن أهم جوانب التميز في الإعلام القديم والجديد هي التحلي بالمبادئ الأخلاقية و المهنية في العمل الصحفي .حيث تساعد هذه النظرية في تسليط الضوء على كيفية تطوير المعايير الأربعة للتميز في الصحافة الإلكترونية وتحاول تقديم طرق و حلول لتخطي الحواجز التي تحول دون تحقيق التميز الصحفي عبر الإنترنت. ولفهم المبادئ و الفروض التي قامت عليها نظرية الممارسة أكثر يمكن إجمال المفاهيم التي قدمها **MacIntyre**.<sup>1</sup> و هذا ما يوضحه الجدول رقم (02).

<sup>1</sup>David A. Craig, Excellence in Online Journalism: Exploring Current Practices in an Evolving Environment, 1<sup>st</sup> edition, SAGE Publication, New York ,USA,2011,p14.

الجدول رقم (02): يبين المفاهيم المعتمدة في نظرية ماكينتر للممارسة و تطبيقاتها في مجال الصحافة

الإلكترونية.

المفهوم	تعريفه	أمثلة تتعلق بالصحافة الإلكترونية
الممارسة Practice	هو نوع من النشاط التعاوني المعترف به على نطاق واسع و الذي من خلاله يمكن للفاعلين فيه التحلي بأسمى معايير التميز و الوصول له.	الممارسة الصحفية الإلكترونية
الهدف Telos	هي الغاية التي يصبو إليها الفرد من ممارسته لعمله.	مساعدة المستخدم على معرفة ما يدور في الساحة الوطنية و الدولية.
المنتجات الداخلية Internal Goods	هي الإنجازات المميزة الناتجة عن الممارسة و التي تتحقق من خلال اتباع معايير التميز.	نشر المعرفة و تعزيز قيم المجتمع الثقافية ، الاجتماعية، الدينية... الخ
معايير التميز Standards of Excellence	و هي عبارة عن ضوابط و معايير الممارسة و التي هي متجذرة في تقاليدھا.	توخي المعايير المهنية و الأخلاقية للممارسة الإعلامية كتنقل الأخبار بسرعة مع توخي الدقة مع العمق في تحليل المعلومات ، الموضوعية ، المصادقية... الخ.
الفضائل /الأخلاق Virtues	التحلي صفات حسن الخلق التي تدفع السلوك الأخلاقي للأفراد و تعزيز الممارسة.	الثابرة، الشجاعة، الصدق، الكفاءة... الخ
المنتجات الخارجية External Goods	هي مختلف الإنجازات الناتجة عن الممارسة الغير الأخلاقية ما يجعلها غير متميزة .	الربح، تحسين الوضع، السلطة..
المؤسسات Institutions	هي الهياكل التنظيمية التي تتم من خلالها الممارسة	مواقع للصحف الإلكترونية.

المصدر: (David A. Craig, Excellence in Online Journalism: Exploring )

Current Practices in an Evolving Environment, p 14, 15. (بتصرف) )

سنفصل فيما يلي أكثر في الفروض الأساسية لهذه النظرية كأساس لتوضيح العلاقة بين ما جاء به هذا المنظور و بين الممارسة المهنية التي تهدف للتميز و الجودة في مواقع الصحافة الإلكترونية و هذا ما يصب في جوهر دراستنا الحالية.

## 1- السياق الاجتماعي للممارسة **The social context of a practices** :

تلتقي الصحافة بتعريف ماكلينتير **MacIntyre** في أنها "معتزف بما على نطاق واسع كنشاط بشري متميز" ، وهو ينطوي على شرط التعاون الذي يمثل فارقا أساسيا بين الأنشطة الصحفية نظرا لكونه يتطلب إجراء مشتركا من قبل حراس البوابة والمراسلين الفنيين لإنشاء الأخبار وعرضها ومشاركتها من خلال وسائل الإعلام.<sup>1</sup> و بالتالي فإن متابعة و تصفح الصحف الإلكترونية تأتي مع مدى جودة ما تقدمه و توحيها للمعايير المهنية للتميز كالسرعة والدقة مع العمق في الأخبار العاجلة ، والشمولية في المضمون ، والنهاية المفتوحة في تطوير القصة. فبالرغم من كون هذه العناصر تتداخل مع ميزات وسائل الإعلام القديمة ، على الرغم من أنها تتجلى بطرق مميزة في عالم الإنترنت.<sup>2</sup>

## 2- الهدف من الممارسة **The Telos or Goal of the Practice** :

ترى ساندرا بوردن "**Sandra Borden** بأن نظرية الفضيلة تشير إلى أن الطريق إلى فهم الأخلاق هو من حيث السعي إلبلوغ الأهداف النهائية بما يحقق خير حياة بشرية كاملة عن طريق أداء العمل المرتبط بالأدوار بشكل جيد". وتشير كذلك إلى أن إسقاط هذا المبدأ على عمل الصحافة بشكل عام و الإلكترونية على وجه الخصوص غالبا ما يحيل إلى الدور الذي تقوم به الصحافة في إطار تعزيز مبادئ الديمقراطية.<sup>3</sup> فحسب الباحثين في أخلاقيات الإعلام فإن الغرض الذي تصبو إليه الصحافة الإلكترونية

<sup>1</sup>Sandra Borden, **Journalism as Practice: MacIntyre, Virtue Ethics and the Press**, 1<sup>st</sup> edition, Routledge Taylor & Francis Group, New Yourk, USA, 2007, p26.

<sup>2</sup>David A. Craig, , Op.cit ,p16.

<sup>3</sup>Sandra Borden, Op.cit ,p16.

كوسيلة إعلامية جديدة لم يتغير بتغير طابع الوسيلة التقنية، فالهدف الأساسي للصحافة هو تزويد المواطنين بالمعلومات التي يحتاجون إليها، سواء كانت تلك الصحافة تتم طباعتها أو تنشر عبر الإنترنت أو أي شكل آخر.

يرتكز إطار عمل الصحافة الإلكترونية كغيرها من الوسائل الإعلامية الأخرى و مهنتها حسب نظرية الممارسة على مدى توفر الصلة الجوهرية الأخلاقية بين منتج وغرض الممارسة. و هذا عن طريق توفر مجموعة من العناصر و التي تمثل الأهداف التي يتوجب على الصحيفة الإلكترونية القيام بها و التي تندرج ضمن ذات النظرية و المتمثلة في: تعتبر وصلة أو وسيلة لتنمية و ازدهار الفرد(الجمهور) - وهي ميزة مهمة في أخلاقيات الفضيلة - ، والإلتزام بخدمة الصالح العام، الإبلاغ عن مختلف الأنشطة والقضايا، الرغبة في إحداث الفارق و التميز عن المؤسسات المنافسة.<sup>1</sup> و يعتبر الهدف المباشر للصحافة-حسب هذه النظرية- هو خلق نوع خاص من المعرفة اللازمة لتنمي أفراد المجتمع ، والصحفيين ينتجون وينشرون هذه المعرفة في شكل أخبار(الهدف النهائي -Telos-)، لمساعدة المواطنين على المعرفة في إطار خدمتها للمجال العام.<sup>2</sup>

### 3- الإنجازات المتميزة (المنتجات الداخلية) Distinctive Achievement of :the practice (Internal Goods)

وضعت هذه النظرية الصحافة مع التعليم في فئة الممارسات الفكرية التي تنتج عنها سلع داخلية **Internal Goods** متداخلة كالمعرفة والاكتشاف والأصالة والحداثة. كما أن الصحافة لها بعد مدني لأنها لا تهتم فقط بتجميع المعلومات ، بل أيضا بخدمة الصالح العام . و من خلال هذا المنظور يمكن إعتبار رعاية المجتمع صفة داخلية للصحافة الإلكترونية على غرار وسائل الإعلام الأخرى .فأي صحفي يقوم بنشر

<sup>1</sup>Ibid,p49.

<sup>2</sup>Ibid,p50.

- الأخبار ينتهج المعرفة ويستفسر عن المواقف والآراء وحلول المشكلات و بالتالي فهم يعمل دائما بمستوى معين من الأصالة و التميز.<sup>1</sup> فبالنسبة لصحافة الإنترنت يمكن تحقيق هذه السلع الداخلية بطرق مميزة مثل:<sup>2</sup>
- المعرفة **Knowledge** : كأن يقوم الصحفي بتوظيف الوسائط المتعددة لإضافة معلومات أكثر للخبر مما يزيد من قدر معرفة الجمهور بالموضوع المطروح ويمكنهم استخدام نماذج متعددة تخدم القصة بشكل أفضل وتساعد الجمهور على التعلم.
  - الاستفسار **Inquiry** : يمكن أن يؤدي التفاعل والحوار حول القصص إلى تفاعل المستخدمين مع المحررين في البحث عن المعلومات و مناقشتها.
  - الأصالة **Originality** : يستطيع الصحفيون عبر الإنترنت الاستفادة من كمية كبيرة من مساهمات القراء (المستخدمين) تطوير القصص الإخبارية، ولكن الأصالة هنا تعني التقييم النقدي لجميع المعلومات والعمل بشكل مستقل أيضا للبحث عن حقيقة القصة باستخدام مصادر موثوقة.
  - الاكتشاف **Discovery** : تساعد المعلومات المقدمة من قبل المستخدمين على اكتشاف رؤى جديدة ومنظور جديد حول الأحداث ، لا سيما أن الإضافات التي يقدمونها قد تعالج زوايا المواضيع التي لم ينتبه لها الصحفيون مأو لم يتمكنوا من الحصول على معلومات حولها.
  - الحداث **Newness**: يستطيع الصحفيون عبر الإنترنت الإبلاغ عن الأخبار العاجلة و كذا ينتجون قصصا متعددة في يوم واحد و يعرضونها في أشكال متنوعة ، مع الحرص على الدقة والسعي إلى التعمق في معالجة زوايا الموضوع المهمة .
  - تعزيز المجتمع **Fostering Community**: يمكن للمحررين في الصحف الإلكترونية التواصل مع القراء عن طريق وسائل تفاعلية تتيحها الإنترنت كمنتديات النقاش ووسائل التواصل الاجتماعي... وغيرها.

<sup>1</sup>David A. Craig , Op.cit ,p18.

<sup>2</sup>Ibid,p18,19.

4- معايير التميز **Standards of Excellence**:

تعتبر معايير التميز أساس نظرية الممارسة كما أنها تحتل مكانا رئيسيا في المنظور الأخلاقي لماكلنتير MacIntyre في مفهومه للممارسة ، والسعي لتحقيق معايير التميز حيث لا يمكن فهم معنى التميز إلا في السياق التاريخي للممارسة ، والتي مع مرور الوقت سوف تتقدم أو تتراجع من خلال "مجموعة متنوعة من أنماط التميز". حيث يذهب MacIntyre إلى حد القول إن أي شخص يقوم بممارسة مهنة ما يجب أن "يقبل سلطة هذه المعايير".<sup>1</sup> و يعني هذا بأن أي شخص يمارس العمل الصحفي سواء كان مستقلا (الصحفي المواطن) أو ينتمي لمؤسسة إعلامية ما ، يحتاج إلى الالتزام بالمعايير المهنية خاصة في ظل ظهور ما يعرف بالصحافة التشاركية التي يشارك المواطن في محتوياتها التي تنشرها ما يجعل الصحفيون يسعون لإنتاج عمل أفضل مما ينتجه الصحفي المواطن ، لكنه يضع في الاعتبار باعتباره صحفي متمرس و منتمي لمؤسسة إعلامية مراعاة المبادئ و الضوابط الأخلاقية و المهنية مثل السرعة، الدقة، الموضوعية، العمق و الشمول و غيرها للقيام بعمل عالي الجودة ،لذا فتعريف ماكلنتير لممارسة يعني أيضا أن الصحفيين الذين يسعون للتميز سيزيدون من فهم ما يعنيه القيام بعمل جيد.

5- الفضائل /الأخلاقيات **Virtues**:

حدد ماكلنتير MacIntyre الفضائل **Virtues** بأنها "جودة إنسانية مكتسبة". وممارستها ضرورية لتحقيق السلع الداخلية . فالفضيلة ليست مهمة فقط للحياة الأخلاقية للأفراد ولكنها أيضا مهمة لصحة الممارسات، باعتبارها حسب ماكلنتير MacIntyre سلع نستخدمها "لتحديد علاقاتنا مع الأشخاص الآخرين الذين نتشارك معهم في هذا النوع من المقاصد والمعايير التي ترشد الممارسات" و على وجه الخصوص ، يشير MacIntyre إلى العدالة والشجاعة والأمانة كسمات حاسمة للممارسة.<sup>2</sup> كما أشارت

<sup>1</sup>Alasdair MacIntyre, **After Virtue: A Study in Moral Theory**, 3<sup>rd</sup> Edition, University of Notre Dame Press, USA, 2007, p189,190.

<sup>2</sup>Alasdair MacIntyre, Op.cit, p191.

بوردين **Borden** إلى الدور الذي تلعبه الفضائل خارج نطاق الأفراد في الحفاظ على ممارسة الصحافة. فعلى سبيل المثال ، قد تكون سمات المبادرة و الفضول لمعرفة الحقيقية بالنسبة للصحفي في مقابل البحث عن "التوافه أو القيل والقال" . و بالتالي فميزة الصحافة هي الاهتمام بما هو جديد ، ما يجعلها ميزة مهمة للفضيلة في سياق الضغوطات التي تواجهها الصحافة الإلكترونية والمتعلقة بالفورية.<sup>1</sup>

## 6- السياقات المؤسسية و السلع الخارجية و Institutional Contexts and External goods:

تختلف السلع الداخلية حسب ماكلنتير **MacIntyre** عن الخارجية بكون الأولى تسعى إلى الوصول إلى الفضائل أي أن الصحافة الإلكترونية تتوخى الأخلاقيات و المعايير المهنية للوصول إلى التميز. في حين أن السلع الخارجية في الصحافة تتمثل حسب لامبث **Lambeth** في: "الثروة الشهرة، المكانة ، والموضع" و غيرها من الإغراءات المتواجدة على الدوام بسبب العلاقة الوطيدة بين الممارسات والمؤسسات، وهي ذات طبيعة مميزة ولازمة بالضرورة لما يسميه ماكلنتير **MacIntyre** بالسلع الخارجية ، و هذا ما يحول دون مراعاة الصحافة للزوايا الأخلاقية . فالوظيفة الأساسية للفضائل في الممارسة الإعلامية حسب ماكلنتير هي مقاومة القوى الفاسدة للمؤسسات و إلى أي القوى سياسية، أو اقتصادية معينة التي تجعل من الصحافة لسان حالها و تحول دون قيامها بمهامها المنوطة بها.<sup>2</sup> إن سعي المؤسسات الصحفية باختلاف الدعامة التي تنشر من خلالها (ورقية، بث اذاعي، بث تلفزي، إلكترونية) إلى التعامل مع ما تبثه من معلومات كسلعة تسعى من خلالها إلى الربح المادي خاصة في ظل المنافسة بين المؤسسات الإعلامية في السبق الصحفي و الفورية يجعلها في سباق مع الربح المادي على حساب جودة المحتوى و العمق في التغطية.

<sup>1</sup>David A. Craig,Op.cit ,p21.

<sup>2</sup>Sandra Borden,Op.cit ,p27.



## 3.12. النموذج المهجن Hybrid Model :

قدم جورج جلدرد **George Gilder** هذا النموذج ليعبر عن التزاوج بين الكمبيوتر و الصحافة حيث يرى **Gilder** بأن الكمبيوتر يعتبر مكملًا فعالًا للعمل الصحفي باعتباره يساهم في تسهيل صناعة الأخبار و مساعدة الصحيفة و طاقمها من تسليم منتجها في وقت يسير ، و من جهة أخرى فهو يساعد في زيادة المعلومات المتاحة لجمهور الصحيفة، وفتح الطريق أمام التزاوج بين الثقافة المطبوعة و الثقافة الرقمية؛ مما عدل من شكل الأخبار و حسن من جودتها عن طريق اتاحة شبكة الإنترنت تحديثها و دمجها مع الوسائط المتعددة كالصور و مقاطع الفيديو ذات الشاشة الكاملة. إضافة لكون الكمبيوتر مكن من إنشاء بيئة جديدة للجمهور تسهل من عملية تصفحهم و قراءتهم و حرية اختيارهم لما يريدون التعرض له في الصحف الإلكترونية.<sup>1</sup>

ولد التزاوج ما بين التقنيات القديمة في تحرير الأخبار و عرضها و تلقيها من قبل الجمهور (الطباعة - القراءة) ، و بين التقنيات الحديثة المتطورة التي أتاحتها التقنيات الحديثة و شبكة الإنترنت (إنترنت- كمبيوتر) نموذجًا هجينًا ييسر العمل الصحفي و يوفر المزيد من المعلومات المتاحة للجمهور و للمحررين، كما يمكن من خلق تفاعل ما بين المحررين و ما بين المستخدمين الذين يمتلكون القدرة على الاختيار. و هذا ما تلخصه المعادلة التالية و التي تمثل بناء النموذج المهجن: النموذج المهجن = النموذج الثابت (الكتابة، الصور الثابتة...) + النموذج الديناميكي (الوسائط المتعددة، ديناميكية التصميم...).

<sup>1</sup>Xigen Li , **Internet Newspapers: The Making of a Mainstream Medium**,

1<sup>st</sup> edition, Lawrence Erlbaum Association , USA, 2006, p36.

يقترح النموذج المهجن لصحف الإنترنت أنه على الرغم من أن التكنولوجيا توفر فرصة لتغيير مظهر الصحيفة التي تنشر على شبكة الويب بشكل كبير ، لكنها تتشارك معها في العديد من العناصر خاصة الثابتة منها كاستخدام الرسوم لتوضيح المقالات الإخبارية أو عرضها كإعلانات.<sup>1</sup>

يتوقع **Gilder** من خلال نموده أن تزوج عنصر التكنولوجيا مع الصحف التقليدية سيغير من شكل النشر الذي أصبح إلكترونيا، و من شكل التصميم و الإخراج، و أيضا سيغير من طابع العمل الصحفي و يطره. و بالتالي فهذا النموذج يتلاءم مع الدراسات المتعلقة بتصميم مواقع الإنترنت ، حيث يتم الاستعانة بالوسائط المتعددة، والنص الفائق، والوسائط الفائقة في بناء صفحات الإنترنت بوصفها أدوات تمثل النموذج الديناميكي بالإضافة إلى الصور والنصوص الثابتة لتمثل النموذج الاستاتيكي (الثابت) حتى يتحقق التكامل الشكلي في صفحة الإنترنت.<sup>2</sup>

و هو ما تسعى إليه الدراسة الحالية في شقها الذي يهدف للوقوف على مدى استفادة موقع صحيفة الشروق اون لاين كنموذج عن الصحف الإلكترونية الجزائرية من التقنيات الحديثة التي أتاحتها شبكة الإنترنت من جهة أخرى، خاصة فيما يتعلق بتوظيف العناصر البنائية التقليدية للصحف الورقية والمتمثلة في النصوص، الصور، الألوان و غيرها، و مدى مزاجتها لهذه العناصر بالوسائل الإلكترونية التفاعلية مثل الوسائط المتعددة، النصوص الفائقة، الرسوم المتحركة.

<sup>1</sup>Ibid,p44.

<sup>2</sup>حلمي محسب، "التوجهات الموضوعية والنظرية والمنهجية لدراسات الإنترنت: بالتطبيق على عينة من المجلات المصرية والأمريكية"، بحث منشور على موقع الجامعة الإسلامية بغزة على شبكة الإنترنت، ص24، متاح عبر الرابط التالي: <http://site.iugaza.edu.ps/awafi/files/2014/03/.pdf>، تاريخ الزيارة: 2019/01/02

## 13. مفاهيم و مصطلحات الدراسة :

## 1.13. المعايير Standards:

يقال المعيار و هو جمع معايير ، و المعيار من المكاييل ما عير قال الليث العيار ما عايرت به المكاييل فالعيار صحيح تام واف تقول عايرت به أي سويته وهو العيار والمعيار.<sup>1</sup> و يعرف المعيار في قاموس أوكسفورد Oxford بكونه يعبر عن "مبادئ السلوك المستندة إلى مفاهيم الشرف والأخلاقيات و يستخدم في تقييم المستوى المطلوب أو المتفق عليه للجودة أو التحصيل".<sup>2</sup>

و يعرفه علماء الاجتماع بأنه يعني وجود مقياس يقيس به الشخص، و يضاهي من خلاله بين الأشياء من حيث فاعليتها و دورها في تحقيق مصالحه، و هذا المقياس الذي يقيمه الشخص يرتبط بوعيه الاجتماعي و إدراكه للأمور ، و ما تؤثر فيه من مؤثرات اجتماعية اقتصادية تحيط به أو بالطبقة الاجتماعية التي ينتمي إليها ، و بالمجتمع و ما يعايشه من ظروف تاريخية و اقتصادية و اجتماعية .<sup>3</sup> إذا يقصد بالمعايير Standards مجموعة الأسس و الضوابط التي يمكن من خلال توفرها من عدمه تقييم فاعلية الأداء .

## 2.13. المعايير الفنية Technical standards:

يقصد بالمعايير الفنية في الصحافة الإلكترونية مختلف الضوابط التي تحكم جودة و فاعلية إخراج وتصميم مواقع الصحف الإلكترونية. و التي تضم العناصر البنائية المكونة للصفحة الرئيسية للموقع والعناصر البنائية الجرافيكية (متن النص ، الصور، و الألوان...)، إضافة إلى العناصر البنائية الإلكترونية (النص

<sup>1</sup> ابن منظور، لسان العرب، متاح عبر الرابط التالي: <http://www.lesanarab.com/kalima/%D8%B9%D9%8A%D8%B1> تاريخ الزيارة: 2019/02/27.

<sup>2</sup>Oxford Dictionary, available at :<https://en.oxforddictionaries.com/definition/standard> , Retrieved at:27/02/2019.

<sup>3</sup> محمد حسام الدين: المسؤولية الاجتماعية للصحافة، ط1، الدار المصرية اللبنانية، القاهرة، 2003، ص112.

المتشعب و الرسوم المتحركة و الوسائط المتعددة) ، و العناصر التفاعلية ( البريد الإلكتروني، المنتديات، التعليق. على المحتوى ..).

### 3.13. المعايير المهنية Professional Standards:

تعرف "القيم المهنية" أو "المعايير المهنية" من خلال منظور علماء الاجتماع الذي يرى أن عملية التقييم تقوم على أساس مقياس و مضاهاة في ضوء مصالح الشخص من جانب ، و في ضوء ما يتجه له المجتمع من وسائل و امكانيات لتحقيق هذه المصالح من جانب آخر ، إذا القيم عملية انتقاء مشروط بالظروف المجتمعية المتاحة ، و القيم كما يعرفها علماء الاجتماع مستوى أو معيار للانتقاء بين البدائل أو مميزات اجتماعية متاحة أمام الشخص الاجتماعي في الموقف الاجتماعي.<sup>1</sup>

تمثل بالمعايير المهنية Professional Standards في مهنة الصحافة مختلف المبادئ التي يجب أن يلتزم بها الصحفي أثناء أدائه لمهامه ، أو بعبارة أخرى هي تلك المعايير التي تقود الصحفي إلى القيام بعمل جديد يجد استحسانا عند الجمهور ، كما أنها أيضا جملة المبادئ الأخلاقية الواجب على الصحفي الالتزام بها بشكل في أدائه لمهامه كمعايير سلوكية تقوده إلى إنتاج عمل ينال به استحسان الرأي العام.<sup>2</sup> و في تعريف آخر تعرف بكونها : "مجموعة القيم و المعايير التي يعتمدها الإعلاميون للتمييز بين ما هو جيد و ما هو سيء ، و بين ما هو صائب أو خاطئ ، و بين ما هو مقبول أو غير مقبول ، فهي تمثل مفهوم الصواب و الخطأ في سلوكهم المهني و لتحقيق ذلك يتم وضع ميثاق يحدد هذه القيم و المعايير و المبادئ و قواعد السلوك و الممارسة".<sup>3</sup>

<sup>1</sup> وائل رفعت خليل، إشكاليات الإعلام و معطيات الواقع، ط1، دار غيداء للنشر و التوزيع، عمان، 2014، ص 326.

<sup>2</sup> ماهر الشمايلة و آخرون، أخلاقيات المهنة الإعلامية، ط1، دار الإعمار العلمي للنشر و التوزيع، عمان، 2015، ص30.

<sup>3</sup> مي العبد الله، المعجم في المفاهيم الحديثة للإعلام و الاتصال، ط1، دار النهضة العربية، بيروت، لبنان، 2014، ص29.

تعرف المعايير المهنية إجرائيا بكونها عبارة عن مجموعة من المبادئ أو القيم التي يفترض على العاملين في المجال الإعلامي التقيد و الالتزام بها وفقا لما تنص عليه قواعد السلوك المهنية لصحفي الإنترنت ، و تضمن هذه المعايير الالتزام بمبدأ الدقة و موثوقية مصادر الموضوعات، و اعتماد الموضوعية و الالتزام بمبدأ التوازن في طرح الآراء و عدم الانحياز لأي جهة كانت، بالإضافة إلى التزام مبدأ الاستقلالية، التنوع و الشمول.

### 4.13. الصحافة الإلكترونية Journalism Online :

تعتبر الصحافة الإلكترونية وسيلة من وسائل الاتصال عبر الشبكة العنكبوتية، تستخدم فنون وآليات و مهارات العمل الصحفي، مضافا إليها مهارات و آليات تقنيات المعلومات التي تناسب استخدام الفضاء الإلكتروني كوسيلة اتصال، مستخدمة في ذلك عناصر الوسائط المتعددة، و النص الفائق، و الوسائل الفائقة للتعامل مع محتويات الصحيفة، و معالجتها، و تحليلها، و نشرها للجماهير، بحيث يتاح للمتلقي التفاعل بإيجابية، و سرعة، و سهولة حسب احتياجاته و قدراته فيتصفح الموضوعات و استقصاء الأنباء الآتية، و إمكانية حفظه للمعلومات و الأخبار و طباعتها.<sup>1</sup> و تتمثل أهم الفروق بين "الصحيفة الإلكترونية" و "الموقع الإخباري الإلكتروني" في طبيعة النشأة، فأصل الصحيفة الإلكترونية أنها نشأت على الورق بالصورة التقليدية كأى صحيفة عادية، لكن القائمين عليها أنتجوا نسخة إلكترونية منها على الإنترنت، أما الموقع الإخباري فقد نشأ على الإنترنت و ليس له أصل و رقي و إنما بيئته الأساسية هي تلك البيئة الافتراضية على الإنترنت.<sup>2</sup>

<sup>1</sup> ماجد سالم تريان، الإنترنت و الصحافة الإلكترونية "رؤية مستقبلية"، ط1، الدار المصرية اللبنانية، القاهرة، مصر، 2008، ص49.

<sup>2</sup> شرين موسى، المواقع الإلكترونية الإخبارية: دراسة في المفاهيم و المصداقية، ط1، دار العالم العربي، القاهرة، مصر، 2015، ص51، 52.

تعرف الباحثة **الصحافة الإلكترونية** بكونها وسيلة اتصالية يتم إصدارها و نشرها عبر شبكة الإنترنت ، و قد تكون إصدار الكتروني للصحيفة ورقية ، أو صحيفة الكترونية ليست لها دعامة ورقية. ويتميز هذا النوع من الصحافة على الدمج ما بين فنون و مهارات العمل الصحفي و بين التقنيات المستخدمة في الفضاء الإلكتروني كاستخدام الوسائط المتعددة و النصوص التشعبية و غيرها من العناصر التفاعلية التي تميزها عن الصحافة المطبوعة. و نظرا لكون **صحيفة الشروق أون لاين** -محل الدراسة- قد جاءت من أصل ورقي قبل أن يكون لها موقع إلكتروني ينشر ما ينتجه طاقم تحرير الصحيفة الإلكترونية بعد أن كان مجرد ناقل لما تصدره صحيفة الشروق اليومي الورقية فهي بذلك تحمل خصائص الصحف الإلكترونية .

### 5.13. مفهوم البوابة الإلكترونية **Portal Electronic**:

تعرف كلمة "بوابة" أو كما يطلق عليها في اللغة الإنجليزية **Portal** في قاموس أوكسفورد **Oxford** بكونها تعني المدخل أو البوابة ، كما تعني كذلك موقع ويب يستخدم كنقطة دخول إلى الإنترنت ، حيث يتم جمع المعلومات التي ستكون مفيدة للشخص المهتم بأنواع معينة من الخدمات أو المواضيع.<sup>1</sup> كما تعرف كذلك بكونها عبارة عن مواقع متعددة الطبقات تتسع لجملة من التطبيقات والوجهات التي تشمل محركات البحث و الأدلة و الفهارس و بعض الخدمات الإخبارية و الإعلان، وتشكل نقطة البداية للاتصال بمواقع الويب الأخرى. و قد جاء اسم البوابة من وظيفتها كباب مفتوح يدخل المرء منه إلى عالم المعلومات و الخدمات الأخرى التي توفرها الإنترنت.<sup>2</sup> و يعرفها عبد الأمير الفيصل بكونها عبارة عن موقع الإنترنت يحتوي على **قاعدة بيانات Data Base** و محرك للبحث في قاعدة المعلومات هذه ، و الواقع أن

<sup>1</sup>The Oxford Dictionary, "Portal Definition" , available at:

<https://www.oxfordlearnersdictionaries.com/definition/english/portal?q=portal>, Retrieved at:10/10/2019.

<sup>2</sup>جليلة خلف ،الوظيفة الإخبارية للبوابة الإلكترونية: دراسات تحليلية للبوابة الإلكترونية العربية (نسيج، محيط، البوابة)، ط1، دار الكتاب الجامعي، العين، الإمارات العربية المتحدة، 2014، ص188.

محرك البحث إذ يبحث عن المعومة المطلوبة في الإنترنت يقوم بعملية البحث في الموقع الذي ينتمي إليه و ليس في أدغال الشبكة العالمية ، و قد دعيت هذه المواقع بالبوابات لأنها تشكل المدخل الأساسي إلى المواقع المجهولة.<sup>1</sup>

ورد مصطلح البوابة الإلكترونية في الدراسة الحالية في إطارها التطبيقي باعتبار أن موقع صحيفة الشروق أون لاين محل الدراسة يعتبر أحد مواقع بوابة الشروق الإلكترونية ، لذلك يعتبر التعريف الأقرب لما جاءت به الدراسة أن البوابة الإلكترونية هر عبارة عن موقع عام يجمع مجموعة من المواقع الأخرى التي تتناول عدة جوانب مختلفة مثل ما هو الحال في بوابة الشروق الإلكترونية التي تضم تسعة مواقع متنوعة ، بحيث أنها تجعل المستخدم الذي يلج إليها يستغني عن البحث عن هذه المواقع في محركات البحث بحيث تكون المعلومات و الخدمات متاحة عبر حيز تفاعلي يتميز بدرجة عالية جدامن التنظيم ضمن موقع واحد جامع لكل المواقع المتعلقة به ما يسهل الوصول إلى أهم المواضيع التي تحظى باهتمام المستخدمين .

### 6.13. التصميم Design:

يعرف التصميم بكونه عملية إبداع مرئي هادف يختلف عن فنون التصوير الزيتي و النحت، كما أنه يتأثر سلبا و إيجابا بمدى نجاحه في إنشاء علاقات بين العناصر التيبوغرافية، أو بعبارة أخرى مدى اتباعه للمبادئ الجرافيكية "البصرية" أو المبادئ التيبوغرافية التي تم إرساء أسسها منذ فترات طويلة.<sup>2</sup> ويقصد بتصميم مواقع الصحف الإلكترونية تلك العلاقة بين الشكل و المضمون التي تمكن المستقبل من اكتشاف معنى ما ، و بذلك يكون مقياس نجاح التصميم متعلقا بمدى ارتباط المضمون بالشكل وتفاعلهما معا. حيث

<sup>1</sup> عبد الأمير الفيصل، الصحافة الإلكترونية في الوطن العربي، ط1، دار الشروق، عمان، الأردن، 2006، ص80.

<sup>2</sup> فتحي اسماعيل، فن الإخراج الصحفي بين النظرية و التطبيق، ط1، دارالعربي للنشر و التوزيع، القاهرة، مصر، 2019، ص27

ينقسم تصميم صفحات الويب إلى مستويين هما: تصميم الواجهة **Interface** وتصميم المعلومات **Information** و لكل مستوى شكله و مضمونه.<sup>1</sup>

يعرفه عبد الله معوض بكونه القالب الذي تقدم فيه المضامين سواءً أكانت عناوين أم صوراً ثابتة أو متحركة، حيث يضمن وضع أفضل و أنسب التصميمات لمواقع الصحف الإلكترونية لتسهيل على المستخدم عملية البحث و التصفح عبر الموقع في وقت قصير كما تعمل على راحة العين أثناء تصفح الموقع من خلال توظيف و توزيع عناصر العين المختلفة ليصبح التصميم بذلك هو حلقة الوصل بين العين و العقل.<sup>2</sup> كما يعرفه حلمي محسب بأنه وضع العناصر البنائية بصورة متناغمة بحيث يدعم كل عنصر بنائي العنصر الآخر مع مراعاة أن لكل عنصر بنائي وظيفة يؤديها داخل البناء الكلي للصحيفة الإلكترونية، و ذلك من خلال استخدام أسس التصميم المتعارف عليها و هي: الوحدة، و التباين، والحركة، إذ يقوم التصميم بوضع كل عنصر بنائي في مكانها المناسب طبقاً للنظريات السيكولوجية والفيزيولوجية للإبصار المرئي.<sup>3</sup>

تعرف الباحثة التصميم **Design** حسبما يقتضيه الهدف من الدراسة الحالية بأنه أسلوب عرض شكل و محتوى الصحيفة الإلكترونية باستخدام التقنيات المتاحة من برامج و تجهيزات. كما يتوجب على مصمم مواقع الصحف الإلكترونية أن يأخذ بعين الاعتبار للجوانب المتعلقة بدراسة فيزيولوجيا القراءة ، و سوسولوجيا الألوان ، و قابلية التصفح و الاستخدام و غيرها من الدراسات التي تناولت طرق تأثير شكل و محتوى الصحيفة الإلكترونية على العادات الإقترائية المتغيرة لمستخدميها و الذي يشكل دافع جذب لتصفحها.

<sup>1</sup> منار محمد، تصميم مواقع الصحف الإلكترونية، ط1، دار العالم العربي، القاهرة، مصر، 2100، ص16.

<sup>2</sup> عبد الله معوض، تصميم المواقع الإخبارية: الرؤية.. المنهج.. القياس، ط1، دار العربي للنشر و التوزيع، القاهرة، مصر، 2019، ص43.

<sup>3</sup> حلمي محسب، إخراج الصحف الإلكترونية على شبكة الإنترنت: دراسة تطبيقية مقارنة بين الصحافتين المصرية والأمريكية، ط1، دار العلوم للتحقيق و الطباعة و النشر و التوزيع، بيروت، لبنان، 2007، ص1.



## 7.13. الإخراج Layout:

يعرف الإخراج الصحفي بأنه خطوة من خطوات إصدار الصحيفة تتعلق بمظهرها الخارجي وشكلها الفني، أي تلك الجوانب المرتبطة بالمضمون و العوامل المؤثرة فيه فهو ذلك الفن الذي يتضمن مجموعة من العمليات الفنية التي تبدأ بعد الانتهاء من عملية التحرير الصحفي من بصع للمادة الصحفية وتصحيحها و مراجعتها و صياغتها في قالب أو الشكل التحريري المناسب.<sup>1</sup> ويعرفه سمير أحمد خليل بكونه مجموعة من العمليات الفنية التي تبدأ بعد الانتهاء من عملية التحرير الصحفي أي من بصع للمادة الصحفية و تصحيحها و مراجعتها و استكمالها ثم صياغتها في قالب أو الشكل التحريري المناسب ، و كذلك بعد عمليات تحرير الإعلان و تجهيزه.<sup>2</sup>

يعرفه فهد العسكر بكونه يمثل إحدى خطوات إنتاج الصحيفة، و هي الخطوة ذات العلاقة بالشكل الذي تظهر به الصحيفة لقراءها ،معبرة عن المضمون الذي تشتمل عليه و متأثرة بمعطياته ذلك من حيث العناصر الطباعية المستخدمة في بناء الوحدات الطباعية المنشورة ، و من حيث توزيع هذه الوحدات على الصحيفة، و على هذا فالإخراج الصحفي عمل متكامل يبدأ دوره عند الإنتهاء من تحرير المواد الصحفية المراد نشرها.<sup>3</sup> و يمكن تعريف الإخراج الصحفي الإلكتروني -انطلاقاً مما سبق ذكره- بكونه يعبر عن طريقة بناء الوحدات الإلكترونية سواء كانت ثابتة، تفاعلية، تكنولوجية أو جرافيكية ، في موقع الصحيفة الإلكترونية يشكل يجعلها تترجم السياسة التحريرية للصحيفة الإلكترونية من جهة و تلبى احتياجات المستخدمين بما ييسر لهم تصفحها ييسر وسهولة.

<sup>1</sup> حسن فراج، تكنولوجيا الإقناع في تصميم مواقع الصحف الإلكترونية، ط1، دارالعربي للنشر والتوزيع، القاهرة، مصر، 2109، ص68

<sup>2</sup> سمير أحمد خليل، فن الإخراج الصحفي، ط1، دارأسامة للنشر و التوزيع، عمان، الأردن ، 2015، ص16 .

<sup>3</sup> فهد العسكر، الإخراج الصحفي أهميته الوظيفية و اتجاهاته الحديثة، ط1، مكتبة العبيكان، الرياض، السعودية، 1998، ص15.

## 14. صعوبات الدراسة:

واجهت الباحثة قبل و أثناء إعداد هذه الدراسة مجموعة من الصعوبات يمكن إجمالها كما يلي :

— من أهم الصعوبات التي واجهتها الباحثة أنها اضطرت لعدم ذكر نوع الصحيفة بعنوان البحث الذي من المفترض أن يكون : "المعايير الفنية و المهنية في الصحافة الإلكترونية الجزائرية دراسة تحليلية وميدانية لصحيفة الشروق أون لاين- " لسقوط ذكر "صحافة الشروق أون لاين" سهوا من محضر تعديل العنوان مما جعله يقتصر على ذكر نوع الدراسة من دون النموذج المتقنى.

— هناك صعوبات أخرى تتعلق بقلة الدراسات سواء عربية أو أجنبية التي ركزت على تحليل محتوى الصحف الإلكترونية من الناحية المهنية، إذ أن أغلبها ركزت على الجانب المتعلق بشكل الصحيفة أي أنها تقتصر على فئة كيف قيل؟ دون الخوض في جانب محتواها.

— انعدام وجود دراسات وطنية و عربية تجريبية تتعلق بفيزيولوجية قراءة المستخدمين للصفحات الإخبارية و الصحفية على الويب ما جعل الباحثة تعتمد على دراسات أجنبية تناولت الموضوع وتحاول اسقاطه ما خلصت إليه لتحليل و تفسير طريقة قراءة و إبحار مستخدمي صحيفة الشروق أون لاين ضمنها خاصة و أنها تعتمد اللغة العربية كلغة أساسية و بالتالي فالتركيز سيكون على الجهة اليمنى على عكس الصحف الإلكترونية الأجنبية.

— صعوبة الوصول لبعض الدراسات الأجنبية التي كانت من الممكن أن تثري الموضوع و تدعمه لاسقاط بعض جوانبه على صحيفة الشروق أون لاين كعينة من بين الصحف الإلكترونية الجزائرية نظرا نظرا لارتفاع كلفة الوصول إليها أو الاطلاع عليها .

## المبحث الثاني: إجراءات المعالجة الإحصائية للأدوات جمع البيانات:

## I. إجراءات الصدق و الثبات أدوات جمع البيانات:

## 1. اختبار صدق استمارة تحليل المحتوى Validity:

يؤثر عدم وضوح بناء المقياس و محتواه للمبحوث و إدراكه له حسب اختلاف مستوى كل مبحوث في ثبات النتائج، لذا فمادام المقياس أو الأداة غير ثابت فإنه لن يكون صادقاً أيضاً في قياس ما يراد قياسه.<sup>1</sup> قامت الباحثة ببناء استمارة لتحليل محتوى العينة المدروسة من إصدارات صحيفة الشروق أون لاين الإلكترونية، انطلاقاً من الدراسات السابقة و المعطيات الحالية التي يتيحها موقع الصحيفة، إضافة إلى المعايير المحدد من قبل الباحثين و التي تعنى بقياس جاذبية تصميم و اخراج محتوى الصحف الإلكترونية. و على أساس ذلك قدمت استمارة تحليل المحتوى مقسمة إلى فئات رئيسية و فرعية إلى مجموعة من المحكمين من ذوي الاختصاص الذين تم اختيارهم بالأخذ بعين الاعتبار الأساتذة الذين تناولوا أحد جوانب الموضوع في دراساتهم، أطروحاتهم، و كتبهم<sup>2</sup>، و هذا بغية التحقق من مدى ملاءمة الاستمارة مع موضوع و أهداف البحث، و درجة بساطة و وضوح العبارات المصاغة في كل محور مع أهداف المحور و مع أهداف

<sup>1</sup> محمد عبد الحميد، مرجع سابق، ص436.

<sup>2</sup>\* الأساتذة المحكمين:

- د. ليلي فيلاي، جامعة الأمير عبد القادر للعلوم الاسلامية، قسنطينة (الأساتذة المشرفة)
- أ.د. أحمد عبدلي، جامعة الأمير عبد القادر للعلوم الاسلامية، قسنطينة
- أ.د. فوضيل دليو، جامعة صالح بونيندر، قسنطينة
- د. نصر الدين بوزيان، جامعة صالح بونيندر، قسنطينة
- د. سكينه العابد، جامعة صالح بونيندر، قسنطينة
- أ.د. ماجد سالم ترينان، جامعة الأقصى، فلسطين
- أ.د. جواد راغب الدلو، الجامعة الاسلامية، غزة، فلسطين
- أ.د. تيسير أبو عرجة، جامعة البترا، الأردن
- أ.د. عبد الأمير الفيصل، جامعة بغداد، العراق

الدراسة ككل للنظر في مدى ملاءمة كل فئة للهدف الذي تقيسه، و انطلاقا من ملاحظاتهم تم تعديل بعض الفئات و إضافة فئات فرعية أخرى.

## 2. صدق و ثبات الاستبيان Validity & Reliability :

و للتأكد من مدى صدق و ثبات أدوات جمع البيانات المستخدمة في الشق الميداني للدراسة الحالية تم اتباع مجموعة من الخطوات عن طريق الإعتماد على عدة أساليب إحصائية تمكن من اختبار صدق و ثبات استبيان الدراسة و التي يمكن التفصيل فيها فيما يلي :

### 1.2. صدق الاستبيان Validity :

#### أ. الصدق الظاهري Face Validity :

يقصد بالصدق الظاهري Face Validity التقييم الذاتي المنهجي ( Subjective But Systematic Evaluation ) مدى جودة المقياس في قياس ما تهدف إليه الدراسة، عن طريق التأكد من صحة المحتوى و فاعلية المقياس المستخدم من خلال عرضه على من هم على دراية بالموضوع من ذوي الاختصاص و من خلال البحوث السابقة التي تناولت ذات الموضوع.<sup>1</sup> حيث اعتمدت الباحثة في بناء استبيان دراسة الجمهور في هذه الدراسة الحالية على مجموعة من الدراسات السابقة العربية و الأجنبية، بالإضافة إلى الاطلاع على التراث النظري للباحثين الذين تناولوا الموضوع و الذي تم توظيفه في جانب الدراسة النظري كذلك. لتليها بعد ذلك مرحلة عرضها على التحكيم في صورته الأولية بعد بنائه و عرضه على الأستاذة المشرفة و من ثم عرضه على مجموعة من الأساتذة الأكاديميين<sup>2</sup> من ذوي الاختصاص، ثم القيام بإضافة، تعديل أو إلغاء بعض الأسئلة التي يرى المحكمين أنها لا تخدم الدراسة الحالية .

<sup>1</sup>Achim Schmitt, **Innovation and Growth in Corporate Restructurings: Solution or Contradiction**, 1<sup>ST</sup> edition ,Gabler edition Wissenschaft, Frankfurt,Germany,2009,p153.

<sup>2</sup>\* تم ذكر أسماء المحكمين في الصفحة السابقة، ص71.

### ب. صدق الاتساق الداخلي Internal Validity :

تم الاعتماد في هذه المرحلة الثانية على صدق الاتساق الداخلي لمعرفة مدى وجود علاقة ارتباطية بين درجة كل فقرة مصاغة في الاستبانة مع الدرجة الكلية للمقياس بشكل عام. لذا قامت الباحثة باختيار عينة تجريبية استطلاعية مكونة من 50 مفردة تمثل نسبة 20% من مجتمع الدراسة، ثم تم الإعتماد على معامل الارتباط بيرسون **Pearlson** للتحقق من صدق الاتساق الداخلي للمقياس ومدى ارتباط أبعاد معايير الدراسة بالدرجة الكلية للمقياس عن طريق الاستعانة بالبرنامج الاحصائي **SPSS**.

الجدول رقم (03): يمثل نتائج معامل بيرسون لقياس ارتباط فقرات أبعاد المعايير الفنية بالدرجة الكلية لها

الرقم	البعد	عدد الفقرات	قيمة معامل الارتباط بيرسون R	مستوى الدلالة Sig
01	جاذبية التصميم	04	**0.654	دال احصائيا
02	يُسر الاستخدام	04	**0.640	دال احصائيا
03	الملاءمة	04	**0.788	دال احصائيا
04	تنوع خيارات المحتوى	03	**0.821	دال احصائيا
06	الوضوح اللغوي	04	**0.745	دال احصائيا
05	الفورية	03	**0.575	دال احصائيا

(\*\*) دال إحصائيا عند مستوى  $\alpha=0.01$

المصدر: من إعداد الباحثة بالاعتماد على مخرجات برنامج Spss25

يتضح من خلال الجدول السابق رقم (03) بأن كل أبعاد المعايير المهنية دالة إحصائيا أي أنها مرتبطة بالدرجة الكلية عند مستوى الدلالة 0.01 .

الجدول رقم(04): يمثل نتائج معامل بيرسون لقياس ارتباط فقرات أبعاد المعايير المهنية بالدرجة الكلية لها

رقم	البعد	عدد الفقرات	قيمة معامل الارتباط بيرسون R	مستوى الدلالة Sig
01	المصادقية	04	<b>**0.841</b>	دال احصائيا
02	الحياد	03	<b>**0.850</b>	دال احصائيا
03	المسؤولية	03	<b>**0.556</b>	دال احصائيا
04	الاستقلالية	03	<b>**0.548</b>	دال احصائيا
05	التنوع	04	<b>**0.702</b>	دال احصائيا
06	التفاعلية	04	<b>**0.531</b>	دال احصائيا

(\*\*) دال إحصائيا عند مستوى  $\alpha=0.01$

المصدر: من إعداد الباحثة بالاعتماد على مخرجات برنامج Spss25

انطلاقاً من خلال الجدول رقم (04) و الذي يمثل نتائج تطبيق معامل بيرسون لقياس ارتباط أبعاد المعايير المهنية محل الدراسة بالدرجة الكلية للمقياس بأن كل الأبعاد دالة إحصائيا أي أنها مرتبطة بالدرجة الكلية عند مستوى الدلالة 0.01.

الجدول رقم(05): يمثل نتائج معامل بيرسون لقياس ارتباط فقرات أبعاد المعايير المهنية و الفنية بالدرجة الكلية للمقياس

البعد	عدد الفقرات	قيمة معامل الارتباط بيرسون R	مستوى الدلالة Sig
المعايير المهنية	21	<b>**0.919</b>	دال احصائيا
المعايير الفنية	21	<b>**0.904</b>	دال احصائيا

(\*\*) دال إحصائيا عند مستوى  $\alpha=0.01$

المصدر: من إعداد الباحثة بالاعتماد على مخرجات برنامج Spss25

يتضح من خلال نتائج معامل بيرسون لقياس مدى ارتباط المعايير المهنية و الفنية بالدرجة الكلية للمقياس المبينة من خلال الجدولين رقم (03) و (04) بأن فقرات أبعاد كل من المعايير المهنية و الفنية

صادقة و متسقة داخليا لما وضعت لقياسه. و هو ما يبرزه الجدول رقم (05) و الذي يوضح بأن كل الأبعاد و البنود التي وضعت لقياس مدى إلتزام صحيفة الشروق أون لاين بالمعايير المهنية و الفنية من وجهة نظر متصفحها قد كانت متسقة فيما بينها داخليا و هذا ما تشير إليه قيمة معامل الإرتباط بيرسون (R) والذي قدر بـ 0.919 بالنسبة للمعايير المهنية و 0.907 بالنسبة للمعايير الفنية و هو إرتباط قوي.

## 2.2. ثبات الإستبيان:

يدل الثبات على اتساق النتائج، بمعنى إذا كرر الباحث نفس القياس تحصل على نفس النتائج. و الثبات في أغلب حالاته هو معامل ارتباط و هناك عدد من الطرق لقياسه، أكثرها شيوعا طريقة ألفا كرونباخ Alpha Cronbach و التي تعتمد على الإتساق الداخلي و تعطي فكرة عن إتساق الأسئلة مع بعضها البعض و مع كل الأسئلة بصفة عامة.<sup>1</sup> و هذا ما جعل الباحثة تعتمد في قياس مدى ثبات و اتساق نتائج المقياس إذا ما تم إعادة تطبيقه مرة أخرى على نفس أفراد العينة باستخدام البرنامج الإحصائي SPSS، و هذا ما بينه الجدول رقم (06) و الذي يتضح من خلاله بأن نسبة معامل ثبات المقياس ألفا كرونباخ<sup>2</sup> Alpha Cronbach بلغت 0.864 لإجمالي أبعاد الدراسة الحالية، و هي نسبة ثبات مرتفعة ما يدل بأن المقياس المستخدم في الدراسة الحالية يفي بالغرض المسطر من أجله.

<sup>1</sup> محمود حسين، الزعبي الوادي، أساليب البحث العلمي : مدخل منهجي تطبيقي، ط1، دار المناهج، عمان، الأردن، 2011، ص216.  
<sup>2</sup> تتراوح قيمة معامل الثبات ألفا كرونباخ Cronbach Alpha بين الصفر (0) و الواحد (1)، بحيث كلما اقتربت القيمة من الصفر كان الثبات منخفضا و هذا يدل على قلة عدد الأسئلة التي تعالج المتغير المراد قياسه، و كلما اقتربت من الواحد كان الثبات مرتفعا، و قد طرحت عدة دراسات و أبحاث في مجال الإحصاء قيم معامل ألفا كرونباخ المقبولة لقبول تطبيق المقياس من عدمه بالرغم من عدم وجود اجماع بشأن القيمة الدنيا للمعامل حتى تكون مقبولة إلى أنها في مجملها ترى بأن قيمته المقبولة تتراوح ما بين 0.7 و 0.9، فكلما اقتربت أو تساوت القيمة مع 0.9 كان المقياس ممتازا  $[\alpha \geq 0.9]$ ، في حين إذا تراوحت قيمة المعامل ما بين 0.8 و 0.9 كان المقياس جيدا  $0.9 > \alpha \geq 0.8$ ، و إذا تراوحت ما بين 0.7 و 0.8 كان المقياس مقبولا  $[0.8 > \alpha \geq 0.7]$ . Ray M. Merrill, **Statistical Methods in Epidemiologic Research**, 1<sup>st</sup> edition, Jones & Bartlett Learning, USA, 2015, p99. (بتصرف)

الجدول رقم (06): يمثل نتائج تطبيق معامل Alpha Cronbach لقياس مدى ثبات أبعاد المعايير الفنية و المهنية

الرقم	البعد	معامل الثبات Alpha Cronbach	مستوى الدلالة Sig
01	جاذبية التصميم	0.857	دال إحصائيا
02	يسر الاستخدام	0.856	دال إحصائيا
03	الملاءمة	0.848	دال إحصائيا
04	تنوع خيارات المحتوى	0.848	دال إحصائيا
05	الوضوح اللغوي	0.847	دال إحصائيا
06	الفورية	0.858	دال إحصائيا
01	المصدقية	0.851	دال إحصائيا
02	الحياد	0.848	دال إحصائيا
03	المسؤولية	0.857	دال إحصائيا
04	الاستقلالية	0.857	دال إحصائيا
05	التنوع	0.846	دال إحصائيا
06	التفاعلية	0.861	دال إحصائيا
الدرجة الكلية للمعايير المهنية و الفنية		0.864	دال إحصائيا

(\*\*) دال إحصائيا عند مستوى  $\alpha=0.01$

المصدر: من إعداد الباحثة بالاعتماد على مخرجات برنامج Spss25

## II. الأساليب الإحصائية المستخدمة في معالجة البيانات:

استعانت الباحثة في تفرغ و تحليل الاستبانة على برنامج التحليل الإحصائي SPSS (Statistical Package for Social Sciences)، و ذلك من خلال توظيف الأساليب الإحصائية التالية:

– استخدمت الباحثة الإحصاء الوصفي عن طريق حساب التكرارات و النسب المئوية للتعرف على اجابات المبحوثين حول مؤشرات أسئلة الاستبيان، و كذلك وظفت مقاييس النزعة المركزية كالمتوسط الحسابي و الذي يستخدم للتعرف على مدى مطابقة و تماثل إجابات أفراد العينة كما استخدم



كذلك الانحراف المعياري للتعرف على درجة انحراف عبارات أبعاد المعايير الفنية و المهنية عن متوسطها الحسابي حسب إجابات أفراد العينة .

– اختبار بيرسون **Pearson** للتحقق من صدق الإتساق الداخلي للإستبانة و مدى ارتباط أبعاد معايير الدراسة بالدرجة الكلية لها.

– اختبار "ألفا كرونباخ" **Alpha Cronbach** لمعرفة ثبات أداة الدراسة.

– اختبار "**T-test Independent sample**" للتعرف على الفروقات في تقييم أفراد العينة لمدى مراعاة صحيفة الشروق أون لاين للمعايير المهنية للعمل الصحفي الإلكتروني تبعاً لجنس المبحوثين.

– اختبار "التباين الأحادي **One Way Anova**" للتعرف على الفروقات في تقييم أفراد العينة لمدى مراعاة صحيفة الشروق أون لاين للمعايير الفنية للصحافة الإلكترونية تبعاً لسماهم العامة.

– اختبار المقارنة البعدية "شيفيه" **Scheffe "Multiple Comparisons**" للتعرف على مستوى إتجاه الفروق في درجة أفراد العينة و أبعاد المعايير المهنية للعمل الصحفي الإلكتروني حسب متغيرات سماهم العامة.

الفصل الثاني :

الصحافة الإلكترونية نشأتها و تطورها

في العالم و في الجزائر

## الفصل الثاني: الصحافة الإلكترونية نشأتها و تطورها في العالم

### وفي الجزائر

المبحث الأول: الصحافة الإلكترونية ،نشأتها ،تطورها و خصائصها:

أولاً: مفهوم الصحافة الإلكترونية

ثانياً: نشأة و تطور الصحافة الإلكترونية

ثالثاً: أنواع الصحف الإلكترونية

رابعاً: سمات و خصائص الصحافة الإلكترونية

المبحث الثاني: الصحافة الإلكترونية في الجزائر:

أولاً: الصحافة الجزائرية قبل و بعد التعددية الإعلامية

ثانياً: دخول الإنترنت إلى الجزائر

ثالثاً: بدايات الصحافة الإلكترونية في الجزائر

رابعاً: أنواع الصحف الإلكترونية الجزائرية

خامساً: مؤشرات تطور الصحف الإلكترونية الجزائرية

سادساً: صحيفة الشروق أون لاین كنموذج للصحف الإلكترونية الجزائرية

المبحث الثالث: تحرير الصحافة الإلكترونية و المهارات التي تتطلبها

أولاً: الفرق بين الكتابة للإنترنت و الكتابة للوسائل الإعلامية الأخرى

ثانياً: الفنون التحريرية و قوالب التحرير الصحفي الإلكتروني

أسهمت التكنولوجيا الحديثة التي أتاحها شبكة الإنترنت في توفير العديد من الوسائط و البدائل الاتصالية التي أضحت تشكل مصدرا هاما لنشر و تلقي المعلومات. و أبرز هذه الوسائط الإعلامية "الصحافة الإلكترونية" التي جاءت نتاج محاولة الصحف الورقية أن تتبنى أساليب جديدة للنشر الصحفي أو ما يسمى بـ"الخبر الرقمي". غيرت صحافة الإنترنت الممارسة الصحفية في عدة نواحي، فكما أثرت على الجانب التقني من خلال استفادتها من تقنيات النشر الإلكتروني عبر الويب، تأثرت كذلك من الناحية المهنية. كما فرضت عدة تحولات في الجانب المهني كالكتابة للويب، والاستعانة بالوسائط المتعددة والنصوص الفائقة لتدعيم الأخبار.

كما انعكست هذه التحولات على جانب تحرير المحتوى الذي يختلف في العديد من جوانبه عن التحرير التقليدي للصحف المكتوبة فإلى جانب توظيف أكبر عدد ممكن من المعلومات في أقل عدد ممكن من الجمل، كذلك غير من الفنون التحريرية و القوالب الصحفية إضافة إلى مبادئ التحرير الصحفي الذي أصبح يلزم به الصحفي و من أهم هذه المبادئ دمج بين الكتابة و التحرير و التصميم إضافة إلى وجوب تمكنه من الحاسب الآلي. لذا نسعى من خلال هذا الفصل التطرق إلى مختلف المفاهيم التي قدمت للصحافة الإلكترونية، بالإضافة إلى نشأتها و تطورها في العالم الغربي و العربي، وصولا للجزائر أين سيتم التطرق في الشق الثاني من هذا الفصل للصحافة الإلكترونية في الجزائر، بداياتها، أنواعها و مؤشرات تطورها وأساليب تحريرها.

## الفصل الثاني: الصحافة الإلكترونية نشأتها و تطورها في العالم و في الجزائر

## المبحث الأول: الصحافة الإلكترونية، نشأتها، تطورها و خصائصها:

## أولا : مفهوم الصحافة الإلكترونية:

دفع تحسين الخدمات على الخط و الإنترنت محترفي الصحافة إلى استثمار مفهوم "الصحافة الإلكترونية" كوسيلة نشر جديدة تكتسب ميزات متعددة، فالنشرة داخل الخط دون أن تكون بديلا عن النشرة الورقية، هي مكملة لها فضلا عن ذلك، بفضل الإنترنت أصبحت تنافس محطات التلفاز والمحطات الإذاعية لأنها تستطيع استثمار وسائل اتصال جديدة: النص، الصوت، الصورة والفيديو<sup>1</sup>. ويشير مصطلح الصحافة الإلكترونية غالبا إلى استعمال قواعد المعلومات و لكنه كذلك يشير إلى استعمال الإنترنت للحصول على مصادر ووثائق و معلومات عن ملايين الموضوعات. ظهرت الصحافة الإلكترونية بمصطلحها Electronic News Paper كإشارة إلى الصحف الورقية التي تنشر على الإنترنت، كما يرتبط مفهومها بمفهوم آخر أكثر و أعم و هو مفهوم النشر الإلكتروني الذي يستخدم للإشارة إلى استخدام الكمبيوتر في عمليات إنشاء و تحرير و تصميم و طباعة و توزيع المطبوعات.<sup>2</sup>

تعد الصحف الإلكترونية جزءا من مفهوم أوسع و أشمل و هو النشر الإلكتروني Electronic Publishing، الذي لا يعني مجرد استخدام أنظمة النشر المكتبي الإلكتروني و أدواته Desktop Publishing DTP، او أنظمة Computer to Plate المتكاملة، بل يمتد حقل النشر الإلكتروني الآن ليشمل أيضا الإنترنت Online Publishing أو توزيع المعلومات و الاخبار من خلال وصلات اتصال عن بعد Telecommunication Link أو من خلال تقنية الوسائط المتعددة، و غيرها من النظم الاتصالية التي تعتمد على شبكات الحاسبات.<sup>3</sup> ويلاحظ انطلاقا من مسح الانتاج الفكري المتعلق

<sup>1</sup> فرنسوا ليسبي و نقولا مكاريز، وسائل الاتصال المتعددة -ميلتيميديا -، ترجمة فؤاد شاهين، ط1، عويدات للنشر و الطباعة، بيروت، 2001، ص35، 34.

<sup>2</sup> علي عبد الفتاح كنعان، الصحافة الإلكترونية في ظل الثورة التكنولوجية، ط1، دار البازوري العملية للنشر و التوزيع، عمان، الأردن، 2014، ص07.

<sup>3</sup> ماجد سالم تربان، الإنترنت و الصحافة المستقبلية "رؤية مستقبلية"، مرجع سابق، ص93.

بالصحافة الإلكترونية أثناء القيام بهذه الدراسة عدم استقرار الباحثين على إطلاق تعبير موحد لها، ففي المراجع الأجنبية تم استخدام التعابير التالية: "Electronic journalism"، "Digital Journalism"، "Interactive NewsPaper"، "Online Journalism"، "Web Journalism"، "Internet Journalism"، "Data Journalism" وغيرها و هذا ما انعكس بدوره على ترجمتها للغة العربية في الدراسات التي تناولت تأثير النشر الإلكتروني و الإنترنت على الصحافة الورقية.

لا يوجد اتفاق موحد كذلك على ذات المسمى أو التعبير و من أبرز الأمثلة عليها ما يلي:  
 "الصحافة الإلكترونية"، "الصحافة الرقمية"، "الصحافة على الخط"، "الصحافة التفاعلية"، "صحافة الويب"، "صحافة الإنترنت"، "صحافة البيانات". أما من الناحية الاصطلاحية فتعددت تعريف الباحثين لمفهوم الصحافة الإلكترونية نظرا لاختلاف مداخلهم النظرية التي يعتمدون عليها في التعريف و من أبرز هذه التعريفات ما يلي :

قدم شريف اللبان تعريفا للصحافة الإلكترونية على أنها "الصحافة كما يتم ممارستها على الخط المباشر"<sup>1</sup> و هو التعريف الذي شكل أساسا تقوم عليه التعريفات المقدمة فيما بعد للصحافة الإلكترونية في الدراسات و البحوث العربية. و يعرفها محمود علم الدين بكونها: "منشور إلكتروني دوري يحتوي على الأحداث الجارية سواء المرتبطة بموضوعات عامة أو بموضوعات ذات طبيعة خاصة، و يتم قراءتها من خلال جهاز كمبيوتر و غالبا ما تكون متاحة عبر شبكة الإنترنت ومرتبطة بصحيفة مطبوعة وهذا التعريف يستبعد المواقع الاخبارية على شبكة الإنترنت و مواقع الخدمات الاخبارية على الخط مثل وكالات الأنباء المتاحة عبر شبكة الإنترنت.<sup>2</sup> و يري حسين نصر بأن الصحافة الإلكترونية هي "عبارة عن صحيفة لا ورقية يتم نشرها على شبكة الإنترنت ويقوم القارئ باستدعائها و تصفحها و البحث داخلها بالإضافة إلى حفظ المادة التي يريدونها منها و طبع ما يرغب في طباعته"<sup>3</sup>. في حين يقدم دوغ ميلسون Douge Millson تعريفا للصحافة الإلكترونية بكونها: "تلك الصحافة الممارسة في الشبكة. و هي تضم نشر الأخبار والتقارير الاخبارية و التحليلات و الحقائق و الأحداث الجارية

<sup>1</sup> شريف درويش اللبان، الصحافة الإلكترونية: دراسات في التفاعلية و تصميم المواقع، ط1، الدار المصرية اللبنانية، القاهرة، مصر، 2005، ص41.

<sup>2</sup> عبد الأمير الفيصل، الصحافة الإلكترونية في الوطن العربي، مرجع سابق، ص77.

<sup>3</sup> منار أحمد، مرجع سابق، ص24.

والتاريخية. و لها عدة مسارات تعمل في الوب وخدمات الطلب الهاتفي مثل امريكا أونلاين و شبكات الإنترنت ، و لوحة النشرات الكمبيوترية.<sup>1</sup>

تعرف الصحافة الإلكترونية كذلك على أنها : "تجمع مفهوم الصحافة و نظام الملفات المتتابعة أو المتسلسلة فهي منشور إلكتروني دوري يحتوي على الأحداث الجارية سواء المرتبطة بموضوعات عامة أو خاصة و يتم قراءتها من جهاز حاسوب و غالبا ما تكون متاحة عبر شبكة الإنترنت ، و الصحيفة الإلكترونية أحيانا تكون مرتبطة بصحيفة مطبوعة" .<sup>2</sup> و يعرفها المشرع الجزائري في القانون العضوي المتعلق بالإعلام في المادة 67 بأنه: " يقصد بالصحافة الإلكترونية، في مفهوم هذا القانون العضوي، كل خدمة اتصال مكتوب عبر الإنترنت موجهة للجمهور أو فئة منه، وينشر بصفة مهنية من قبل شخص طبيعي أو معنوي يخضع للقانون الجزائري، ويتحكم في محتواها الافتتاحي". و يضيف في المادة 68 تعريفا لنشاط الصحافة المكتوبة عبر الإنترنت و الذي يتمثل في: " إنتاج مضمون أصلي موجه إلى الصالح العام، ويجدد بصفة منتظمة ويتكون من أخبار لها صلة بالأحداث وتكون موضوع معالجة ذات طابع صحفي".<sup>3</sup>

ينظر فايز عبد الله الشهري للصحافة الإلكترونية بكونها عبارة عن تكامل تكنولوجي بين أجهزة الحاسبات الإلكترونية و ما تملكه من امكانيات هائلة في تخزين و تنسيق و تبويب وتصنيف المعلومات واسترجاعها في ثوان معدودات ، و بين التطور الهائل في وسائل الاتصالات الجماهيرية التي جعلت العالم قرية إلكترونية صغيرة.<sup>4</sup> كما يميل العديد من الباحثين إلى تعريف الصحافة الإلكترونية بأنها : " الصحف التي يتم إصدارها ونشرها على شبكة الإنترنت سواء كانت هذه الصحف بمثابة نسخ أو إصدارات الكترونية لصحف ورقية مطبوعة Electronic Editions أو موجز لأهم محتويات النسخ الورقية ، أو كجرائد و مجلات الكترونية ليست لها إصدارات عادية مطبوعة على ورق OnLine NewsPaper و هي تتضمن مزيجا من الوسائل الإخبارية والقصص و المقالات و التعليقات والصور و الخدمات

<sup>1</sup> عباس مصطفى صادق، الإعلام الجديد المفاهيم و الوسائل و التطبيقات، ط1، دار الشروق للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 2008، ص158.

<sup>2</sup> علي عبد الفتاح كنعان، الصحافة الإلكترونية، ط1، دار اليازوري العملية للنشر و التوزيع، عمان، الأردن، 2014، ص35.

<sup>3</sup> الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية، " الجريدة الرسمية الجزائرية: القانون العضوي المتعلق بالإعلام رقم 05-12"، المؤرخ في 18 صفر عام 1433 و الموافق لـ 12 يناير سنة 2012، ص08.

<sup>4</sup> عبد الأمير الفيصل، الصحافة الإلكترونية في الوطن العربي، مرجع سابق، ص78.

المرجعية حيث يشير تعبير **On Line Journalism** تحديدا في معظم الكتابات الأجنبية إلى تلك الصحف أو المجلات الإلكترونية المستقلة أي التي ليس لها علاقة بشكل أو بآخر بصحف ورقية مطبوعة.<sup>1</sup>

و تعرف الصحافة الإلكترونية في تعريف آخر لها بكونها "عبارة عن الصحافة التي تتم عبر طرق إلكترونية ، وتعتمد في تكوينها و نشرها على عناصر إلكترونية تستبدل الأدوات التقليدية بتقنيات إلكترونية اتصالية حديثة كالإنترنت ، و تستبدل مخرجاتها الورقية بأخرى رقمية ، كما تحظى هذه الصحافة بحصة متنامية في سوق الإعلام ، و ذلك نتيجة لسهولة الوصول إليها".<sup>2</sup> كما يعرف **Mark Deuze** ديوز الصحافة الإلكترونية "هي استخدام و توظيف التقنيات الرقمية في البحث عن المعلومات، و إنتاج، و توصيل الأخبار و تقديمها عن طريق الإنترنت".<sup>3</sup> ويعرفها **Kevin Kawamoto** كاواموتو بكونها "مفهوم يصعب تحديده بالضبط لأنه يشير إلى عدة معاني مختلفة للعديد من الأشخاص ، لذا يعتبر هذا المفهوم تقاطع للمفاهيم القديمة و الجديدة ، المفهوم القديم للصحافة الذي ظهر قبل ألفي سنة بالعالم الغربي ارتبط بالنصوص الرسمية ذات الاهتمام العام المكتوبة بخط اليد والتي تم نشرها بشكل علني في روما القديمة خلال فترة يوليوس قيصر. في حين ارتبط مفهومها الجديد بالرقمنة و التي تتمثل في عملية تحويل المعلومات إلى نسق يمكن قراءته بواسطة الحاسوب و الذي ظهر خلال القرن العشرين وتتطلب تقنية متقدمة للتوزيع والعرض. باختصار، تقترح هاتان الكلمتان - ممارسة قديمة في سياق جديد - توليفة للتقاليد والابتكار".<sup>4</sup>

يتضح من خلال التعريفات السابقة الذكر ، بأن الباحثين اعتمدوا في وضعها على الخصائص التي تميزها، أو انطلاقا من الوظائف التي تقدمها ، في حين ان أغلبها اعتبرت الصحافة الإلكترونية امتدادا للصحافة الورقية و أنها عبارة عن امتداد لها على الويب ، وهو ما يجعل هذه التعريفات تكون إجرائية

<sup>1</sup> المرجع نفسه، ص78.

<sup>2</sup> نواف حازم و خليل ابراهيم، "الصحافة الإلكترونية ماهيتها و المسؤولية التصديرية الناشئة عن نشاطها" ، مجلة الشريعة و القانون ، العدد 46، أبريل 2011، العراق، ص213. متاح عبر الرابط التالي : <http://sljournal.uaeu.ac.ae/issues/46/images/6-%20.pdf> تاريخ التحميل: 2017/08/07.

<sup>3</sup> Mark Deuze , "Epilogue :Toward a Sociology of Online News", in Chris Paterson, David Domingo, Making Online News: The Ethnography of New Media Production, 1<sup>st</sup> edition, Peter Lang, New York, USA, 2008, p199.

<sup>4</sup> Kevin Kawamoto , Digital Journalism: Emerging Media and the Changing Horizons of Journalism, 1<sup>st</sup> edition, Rowman&Littlefield Publishers, USA, 2003, p03,04.



أكثر من كونها تقدم مؤشرات جديدة لضبط المفهوم. لكن و مهما تعددت المحددات المتعلقة بتوصيف " الصحافة الإلكترونية" إلا أنها تجتمع في أنها شكل معاصر للصحافة التي استفادت من النشر الإلكتروني لتوزيع محتواها التحريري عبر شبكة الإنترنت، سواء كانت نسخة إلكترونية لصحيفة ورقية أو لها دعامة إلكترونية فقط. و تتميز من الناحية الإخراجية و التصميمية بالفاعلية و الآنية في نقل الأخبار والتحديث المستمر، أما من الناحية المهنية فيتوجب عليها أن تخضع على المقومات الأساسية لنقل المعلومات عبر الشبكة.

## ثانيا: نشأة و تطور الصحافة الإلكترونية :

### I. بدايات الصحافة الإلكترونية في العالم الغربي:

ظهرت الصحافة الإلكترونية أو صحافة الإنترنت كما يسميها البعض و تطورت كنتاج لشبكة الإنترنت العالمية، حيث كانت بداياتها الفعلية نتيجة لما أحدثته ثورتا الاتصال و المعلومات و ما نجم عنها من تقنيات و تطورات ألفت بظلالها على الصحافة المطبوعة كجزء من منظومة وسائل الإعلام التقليدية (الراديو، التلفزيون و الصحف) و بدأت تتكون حول نظم الحاسبات المرتبطة ببعضها البعض من خلال شبكة الكمبيوتر المحلية و الدولية و ما تضمنته هذه الشبكات من بث إعلامي يعتمد وسائل تعبير متعددة كالصوت و النص و الصورة و اللون و غيرها. فلم تكذ تمضي سنوات على ظهور الإنترنت حتى امتلأت بالعشرات من المواقع التي تعتبر نسخا إلكترونية لصحف ورقية أو مواقع كبيرة تنشر المواد الإعلامية التي تقدمها الصحيفة الورقية.<sup>1</sup> حيث كان عرض الصحف الإلكترونية في البداية يتم عبر أجهزة التلفزيون و ليس عبر أجهزة الكمبيوتر، حيث تم استخدام الكمبيوتر لإنشاء و تخزين المعلومات في حين يتم عرضها على أجهزة التلفزيون من خلال استخدام صناديق فك الرموز الخاصة بها. و بعد حوالي عشرين عاما أي سنة 1990 بدأت تسليم الأخبار والمعلومات بشكل أساسي إلى أجهزة الكمبيوتر. إذا ففي عام 1970 ظهر نوعان فقط من أنظمة الصحافة عبر الإنترنت و هما : التلكتكست Teletext، والفيديوتاكتست Videotext.<sup>2</sup>

<sup>1</sup> عباس حسن، الصحفي الإلكتروني، ط1، دار صفاء للنشر و التوزيع، عمان، الأردن، 2012، ص49.

<sup>2</sup> Mark Deuze, "Online journalism: Modelling the first generation of news media on the World Wide Web", First Monday journal, Vol 6, N° 10, 1 October 2001, Available at: <https://ojphi.org/ojs/index.php/fm/article/view/893/802>, Retrieved at: 09/07/2018.

يعتبر توظيف تجارب التلتيكست و الفيديو تالكست و التجارب التفاعلية الأخرى في مجالات نقل النصوص شبكيا من قبل هيئة الإذاعة البريطانية BBC و التي كانت سباقة في ولوج الفضاء الإلكتروني قد شكلت نقلة نوعية في تطور صحافة الإنترنت، إضافة لتطور قواعد البيانات الصحفية الشبكية ، و استخدام الكمبيوتر في عمليات ما قبل الطباعة في بداية السبعينيات من القرن الماضي وكذلك استخدام وكالات الأنباء مبكرا لشبكات الكمبيوتر في التراسل الإخباري ففي 08 نوفمبر 1970 أرسلت الأسوشيتد برس تقريرا إخباريا من مكتبها في كولومبيا بكارولينا الشمالية إلى أطلانطا كأول جهة تقوم بنقل الأخبار بشبكات الكمبيوتر.<sup>1</sup>

و تتمثل أول تجربة لنشر الأخبار إلكترونيا سنة 1971 عندما قام " مكتب البريد العام - General Post Office " في المملكة المتحدة ببدء العمل فيما يطلق عليه بخدمة " بريستل - Prestel ". و ببدية إتاحة هذه الخدمة للجمهور عام 1979، قدمت هذه الخدمة نشرات إخبارية، إجراء المعاملات المصرفية من المنزل " Home Banking " ، حجز تذاكر الطيران، و معلومات أخرى بواسطة شاشات خاصة أشبه بشاشات التلفزيون ، و على أية حال فإن الكلفة المرتفعة و العوامل المختلفة الأخرى قد قصرت هذه الخدمة على 65 ألف فرد معظمهم يعملون وكلاء لشركات سياحية.<sup>2</sup>

و يرجع بعض الباحثين بأن ظهور الصحافة الإلكترونية كان ثمرة تعاون بين مؤسستي " بي بي سي - BBC " الإخبارية و " اندبندنت برودكاستنج أو ثوريتي - Broadcasting Independent Authority " عام 1976 ضمن خدمة تلتيكست، فالنظام الخاص بالمؤسسة الأولى كان " سيفاكس - Ceefax " بينما كان النظام بالمؤسسة الثانية " أوراكل - Oracle ".<sup>3</sup> إلا أن تعاون المؤسساتين في هذا المجال لم يلق نجاحا كبيرا، لكن التطور في استخدام أجهزة الكمبيوتر و تطور نظم البرمجة كانت كلها عوامل مؤثرة لظهور الإنترنت ، و بالتالي استخدام تقنياته في نقل و نشر المواد الإعلامية بمختلف صورها و بمختلف اللغات ، و لقد كانت تجارب التلتيكست و الفيديو تكست في

<sup>1</sup> عباس مصطفى صادق، الإعلام الجديد المفاهيم و الوسائل و التطبيقات، مرجع سابق، ص159.

<sup>2</sup> شريف درويش اللبان، مرجع سابق، ص23.

<sup>3</sup> خالد مُجْد غازي، الصحافة الإلكترونية العربية الإلتزام و الإنفلات في الخطاب و الطرح، ط1، دار الكتب المصرية، الجيزة، مصر، 2010، ص78.

هيئة الإذاعة البريطانية و التجارب التفاعلية الأخرى في مجالات نقل النصوص شبكيا خطوات مهمة في مسيرة تطور الصحافة الإلكترونية.<sup>1</sup>

و يرى البعض الآخر بأن أول بداية حقيقية لظهور الصحافة الإلكترونية الشبكية عندما قدمت "كمبيو سيرف - Compu Serve" خدمتها الهاتفية مع 11 صحيفة مشتركة في "الأسوشيتد برس - Associated Press" سنة 1981 ، و كانت أول صحيفة تقدم خدماتها للجماهير هي "كولومبس ديسباتش - Columbus Dispatch" ، أما الصحف الأخرى فتشمل أيضا واشنطن بوسط و نيويورك تايمز ، إلا أن هذه الخدمة توقفت في 1982 بعد انقراض الشراكة. حيث تبع ذلك ظهور الخدمات الصحافية في قوائم الأخبار الإلكترونية "Bulletin Board System BBS" في سنوات 1985 إلى 1988 و من أبرز الصحف التي تواجدت في هذا النظام صحيفة "هاملتون سيكتاتور - Hamilton Spectator" من أونتاريو بكندا<sup>2</sup>. و بالرغم من اختلاف الباحثين في تحديد تاريخ دقيق لتاريخ اصدار أول صحيفة إلكترونية ، إلا أن البعض منهم يرون بأن أول صحيفة في العالم نشرت الكترونيا و بشكل كامل على شبكة الإنترنت هي الصحيفة السويدية " هيلزنبورج داجبلاد - Helsingborgs Dagblad" و ذلك سنة 1990.<sup>3</sup> و بحسب رأي الباحث الأمريكي " مارك ديوز - Mark Deuze" بأن أول صحيفة في الولايات المتحدة الأمريكية أنشأت نسخة إلكترونية لها على الإنترنت كانت "شيكاغو تريبيون - Chicago Tribune" سنة 1992 مع نسختها " شيكاغو أون لاين - Chicago Online" .<sup>4</sup> كانت بعض الخطوات ذات الدلالة في تطوير الجرائد الإلكترونية نتاجا مهما لأبحاث "مركز ميركيوري Mercury" و الذي أتاح صحيفة "سان جوزيه ميركيوري نيوز - San Jose Mercury News" على الإنترنت عام 1993 لتكون في مقدمة الجرائد الإلكترونية المنشورة على الوب ، و عام 1985 اضافت الصحيفة خدمات إضافية كالأرشيف الإخباري ، و توسعت في نشر المعلومات المحلية ، كما أتاحت لوحة النشرة الإلكترونية "Electronic Bulletin Board" للقراء لكي يتصلوا ببعضهم البعض

<sup>1</sup> المرجع نفسه، ص78.

<sup>2</sup> عباس مصطفى صادق، الإعلام الجديد المفاهيم و الوسائل و التطبيقات، مرجع سابق، ص163.

<sup>3</sup> عبد العزيز الشريف، الإعلام الإلكتروني ، ط1، دار يافا العلمية للنشر و التوزيع، عمان، الأردن، 2014، ص54.

<sup>4</sup> Mark Deuze, "Online journalism: Modelling the first generation of news media on the World Wide Web", Op.Cit.

وبالمحررين ، إضافة إلى تقديم الصحيفة خدمة إخبارية شخصية تمكن الأفراد من تلقي مجموعة من المواضيع يتم نقلها عبر البريد الإلكتروني.<sup>1</sup>

يذهب " دافيد كارلسون David Carlson " من جهته إلى أن أول موقع صحفي على الإنترنت انطلق في نوفمبر 1993 في كلية الصحافة و الاتصال الجماهيري بجامعة كاليفورنيا و هو موقع " بالو ألتون أونلاين - Palo Alton Online " و في 19 جانفي 1994 أصبحت مجلة "ألتو بالو ويكلي - Alto Palo Weekely " أول صحيفة تنشر بانتظام على الشبكة ، حيث يتم نشر محتواها الكامل مرتين أسبوعيا ، كما كان الوصول إليها مجانيا، وفي ذات الشهر ذكرت شركة E & P أن عشرون خدمة صحفية عبر الإنترنت موجودة في جميع أنحاء العالم.<sup>2</sup> و سرعان ما أدركت بعض الصحف و المجلات أن الويب يتيح عرض أقرب إلى نموذج الصحيفة الورقية من أي شكل من أشكال videotex. إذ رأوا بأنه من الممكن وضع العناوين والصور والتعليقات النصية والنص معا في صفحة واحدة بطريقة تمثل بشكل وثيق المظهر الكلاسيكي للصحيفة. في حين رفض آخرون الفكرة لأنه في البداية لم تكن هناك إمكانية لتحقيق إيرادات و هذا نظرا لكون مستخدمي الويب آنذاك جمهور صغير لا يرفع اهتمام المعلنين. لكن بعض الناشرين سارعوا إلى التعرف على الإمكانيات ، وسرعان ما بدأ الإندفاع.<sup>3</sup>

و كانت صحيفة "إلكترونيك تيليجراف - Electronic Telegraph" النسخة الإلكترونية من صحيفة "ديلي تلغراف" صحيفة الوب الرائدة في بريطانيا ، بظهورها على الإنترنت في نوفمبر من العام 1994 . و ظهرت صحيفة "التايمز - Times" في سبتمبر من ذلك العام على الوب وتضمنت ندوة نقاش التفاعلية إلا أنها كانت خدمة نصية متواضعة ، و لم يتم تضمينها تكنولوجيا الوب الحديثة . و ظهرت طبعتها الوب الكاملة لصحيفتي "التايمز - Times" و "سانداي تايمز - Sanday Times" في الأول من جانفي ، و كانتا الصحيفتان الرائدتان في المملكة المتحدة اللتان تتضمنان النص الكامل لإصدارين مطبوعين<sup>4</sup>. حيث بدأت غالبية الصحف الأمريكية تتجه إلى النشر

<sup>1</sup> خالد مجد غازي، مرجع سابق، ص80.

<sup>2</sup> David Carlson, "The History of Online Journalism", In Kevin Kawamoto(ed), Digital Journalism: Emerging Media and the Changing Horizons of Journalism, Rowman & Littlefield Publishers, Lanham, USA, 2003, p50.

<sup>3</sup> Ibid, p50.

<sup>4</sup> شريف درويش اللبان، مرجع سابق ، ص 27 ، 28.

عبر الإنترنت خلال عامي 1994-1995، حيث زاد عدد الصحف اليومية الأمريكية التي أنشأت مواقع إلكترونية من 60 صحيفة نهاية عام 1994 إلى 115 صحيفة عام 1995 ثم إلى 368 في منتصف عام 1996.<sup>1</sup>

تعد صحيفة "الواشنطن بوست - Washington Post" أول صحيفة أمريكية تنفذ مشروعاً كلف تنفيذه عشرات الملايين قامت من خلاله عام 1994 ببث العديد من موضوعاتها مقابل بدل شهري لا يتجاوز العشر دولارات و يتضمن نشرة تعدها الصحيفة يعاد صياغتها في كل مرة تتغير فيها الأحداث مع مراجع وثائقية و إعلانات مبنية و إعلانات للخدمة المتبادلة ، حيث أطلق على هذا المشروع اسم (الحبر الرقمي) و الذي كان فاتحة لظهور جيل من الصحف الإلكترونية التي تخلت أول مرة في تاريخها عن الورق و الأحبار ، و النظام التقليدي للتحريم والقراءة لتستخدم جهاز الحاسوب وإمكاناته الواسعة في التوزيع عبر القارات و الدول بلا حواجز أو قيود.<sup>2</sup>

أصدر أطفال من مدرسة متوسطة في روسيا صحيفة مدرسية على الإنترنت باسم "غلاسنيت - Glasenet" في ديسمبر من عام 1994 ، و في 7 ديسمبر من نفس السنة صدرت الصحيفة البريطانية "ديلي تلغراف - Daily Telegraph" على الإنترنت ، كما صدرت أيضاً صحيفة "لوكسومبيرغ ايروب أونلاين - Luxembourg Europe Online" بتمويل من ثلاثة ناشرين أوروبيين . و في 24 أوت من ذات السنة أعلنت "نيو ستريتس تايمز - New Straits Times" من سنغافورة أن عدداً من الصحف الآسيوية مثل "سنغافور بيزنيس - Singapore Business" و "ميلبورن ايج - Melbourne Age" و صحيفة "سيدني مورنغ - Sydney Morning" وضعت أخباراً على الإنترنت. و تميزت سنة 1994 كذلك بصدور صحيفة "رالي نيوز اند اونزيرفر - Raleigh News & Observer" خدمة إلكترونية باسم "ناندو تايمز - Nando Times" على شبكة الوب. وفي نهاية 1995 قالت مجلة "ايديتور اند بليشر - Editor and Publisher" أنه أصبح هناك 330 صحيفة أونلاين منها 38 على نظام بي بي اس - BBS\* ، و 45 على أمريكا أون لاين ، برودجي و كومبيوسيرف و 230 على الإنترنت ، و هناك أيضاً

<sup>1</sup> عباس حسن، مرجع سابق، ص53.

<sup>2</sup> عبد الأمير الفيصل ، الصحافة الإلكترونية في الوطن العربي ، مرجع سابق ، ص 93 ، 94.

بحسب ذات المجلة 11 صحيفة آسيوية و 5 من أستراليا و نيوزلاندا ، و 2 من افريقيا و واحدة من الشرق الأوسط.<sup>1</sup>

تمكنت صحيفتا اللوموند " **Le Monde** " و الليبراسيون "**Libération**" في شهر نيسان عام 1997 من الصدور بدون أن تتم عملية الطباعة الورقية بسبب إضراب عمال مطابع الصحف الباريسية، الصحيفتان صدرتا على مواقعها في الإنترنت لأول مرة و تصرفت إدارتا التحرير بشكل طبيعي و كما هو الحال اليومي للإصدار الورقي ، كما أشارت المحطات الإذاعية لما نشرته الصحيفتان كما تفعل كل يوم كما مارس الصحفيون عملهم بشكل طبيعي إلا أنهم شعروا بضرورة تقديم شيء جديد و إضافي و ذلك لإحساسهم باختلاف العلاقة مع القارئ هذه المرة<sup>2</sup>. و بحلول سنة 1999 ارتفع عدد الصحف على الويب إلى ما يقدر بأربعة عشر ألفا في جميع أنحاء العالم<sup>3</sup>. شهدت فترة التسعينيات زيادة الاهتمام من قبل وسائل الإعلام بشكل عام و الصحف بالتواجد عبر شبكة الإنترنت ، ما شجع العديد من أصحاب المال إلى التوجه نحو شبكة الإنترنت للاستثمار في إنشاء مواقع ويب أدى إلى ارتفاع أسهم شركات الإنترنت بالرغم من وجود عدد قليل من المواقع الإلكترونية المربحة .

و يجمل " **فين كروسي- Vin Crosbei** " في مداخلة له المؤتمر الثالث لصحافة الإنترنت لعام 2001 بجامعة تكساس بأوستن بعنوان " الموجة الثالثة للصحافة الإلكترونية الشبكية" المراحل التي مرت بها الصحافة الإلكترونية بما أطلق عليه مصطلح "الموجات الثلاث " حيث قدم كروسي **Crosbei** رؤية خاصة بمراحل تطور الصحافة الإلكترونية الشبكية يرى فيها أن تاريخ الصحافة الإلكترونية ارتبط بعدة تحولات و تحديات بين ملاك المؤسسات الإعلامية و منافستهم حول التحكم والسيطرة على الشبكة، و بين الشبكات من ناحية ، و بين المستفيدين من ناحية أخرى، و على مدى عشرين عاما منذ ظهورها تمكنت هذه الصحافة من كسر الطابع السلبي للجمهور الذي أصبح يشارك في بناء المحتوى بعد أن كان متلقيا و مستهلكا له فقط. و لخص "لاري بيرو- **Lari Peru**" أفكار كروسي في مقال نشره و علق عليه و على أفكار أخرى طرحت في المؤتمر نفسه بمجلة "أون لاين جورناليزم ريفيو- **On Line Journalism Reveu** ". ففي الموجة الأولى(1982-1992)

<sup>1</sup> عباس مصطفى صادق، الإعلام الجديد المفاهيم و الوسائل و التطبيقات، مرجع سابق ، ص 166،164.

<sup>2</sup> ابراهيم حسنين، الاتجاهات الحديثة في الإعلام الصحفي ، ط1، مؤسسة طيبة للنشر و التوزيع، القاهرة، مصر، 2015، ص 288.

<sup>3</sup> David Carlson, Op.cit. p52.

سادت في البداية عدة تجارب للنشر الإلكتروني الشبكي من نوع الفيديو توكست، ثم آلت الأمور في النهاية إلى شبكات ضخمة مثل كمبيوتر سيرف. و في الموجة الثانية (1993-2001) أخذت المؤسسات الإعلامية علما بالإنترنت فبدأت بالتواجد فيها. أما الموجة الثالثة و التي بدأت قريبا جدا - أي المرحلة الراهنة - هي مرحلة البث المكثف التي تشي بالقوة في التطبيقات الإعلامية ، كما تنبأ بالبرجية أكثر من المرحلتين السابقتين.<sup>1</sup> و يمكن التطرق لميزات كل مرحلة فيما يلي:<sup>2</sup>

#### أ. الموجة الأولى: 1982-1986:

قدمت في هذه الفترة كل من تايمز ميرور Times Mirror ، و نايت رايدر Knight Ridder تجريبتين لخدمات الفيديو توكست videotext وكان ذلك سنة 1982 و تم توقفها بعد أربع سنوات من انطلاقها أي سنة 1986 بسبب فشل هذه الخدمات في تلبية طلبات المستخدمين نظرا لكونهم كانوا متلقين فقط و غير قادرين على التفاعل مع المحتويات المقدمة لهم. وفي نفس الفترة أتاحت كل من كمبيوتر سيرف CompuServe (1980) و برودغي Prodigy (1984) و أمريكا أون لاين AOL (1989) للمستخدمين فرصة لتقاسم التحكم في الشبكة عن طريق تقديمها خدمات تفاعلية كإتاحة الدردشة و التواصل بين المستخدمين و هذا ما يختلف عن الخدمات التي تقدمها الصحافة التقليدية.

#### ب. الموجة الثانية: 1993-2001:

شهدت هذه الفترة عدم ارتياح و انزعاج من قبل الشركات الإعلامية الكبرى من الخدمات التي تقدمها هذه الشبكات و التي تجذب بها المستخدمين . و هذا ما دفع العديد من الناشرين للانضمام إلى الويب كمزودي محتوى ، لكن لم يكن لديهم أي سيطرة و تحكم في شبكاتهم الخاصة مما أدى إلى عدم نجاح الكثير منهم . و لكن مع انتشار الخدمات التي يتيحها الويب كاستخدام الوسائط المتعددة Multimedia، و البريد الإلكتروني E-Mail، و متصفحات الواجهة الرسومية (تم إصدار متصفح Netscape الأول تجاريا في عام 1994، ثم إصدار متصفح Microsoft Internet

<sup>1</sup> عباس مصطفى صادق، الإعلام الجديد المفاهيم و الوسائل و التطبيقات ،مرجع سابق،ص167،168.

<sup>2</sup> "Larry Pryor," **The Future Of News: The Third Wave of Online Journalism**, Online

Journalism Review, posted at : 2002-04-18 and modified: 2002/04/26, Available at: <http://www.ojr.org/ojr/future/1019174689.php> , Retrieved at:09/07/2018.

Explorer في عام 1995). ففي بداية هذه الموجة ، تم تقديم معظم المحتويات مجاناً فقد بنت المؤسسات الإعلامية نماذج أعمالها حول فكرة أنها ستأخذ أرباحها من إيرادات الإعلانات. لكن عندما أدرك مالكي هذه المؤسسات أن الإعلانات لن تباع عبر الإنترنت ، كان قد فات الأوان للبدء في فرض رسوم على المحتوى والخدمات. كما أتاحت تكنولوجيا إدارة المحتوى الجديدة وغير المكلفة لآلاف المستخدمين في إطلاق منشوراتهم الخاصة وأصبحت المواقع الإخبارية الصغيرة والمبتكرة أكثر بروزاً ، كما انتشرت مواقع متخصصة والصحفيون المواطنون ، مما خلق نموذجاً جديداً للأخبار عبر الإنترنت.

### ج. الموجة الثالثة من سنة 2001 إلى يومنا هذا:

تتميز هذه الموجة بوجود ملاك أذكىء و مبتكرين لتحسين منتجاتهم، وموظفين مدربين تدريباً أفضل، وبرامج جديدة تسمح بأشكال جديدة من النشر . حيث ازدهرت في هذه الفترة العديد من المواقع الإخبارية على الإنترنت مثل: [washingtonpost.com](http://washingtonpost.com)، [nytimes.com](http://nytimes.com) ، [latimes.com](http://latimes.com) ، و [wsj.com](http://wsj.com)، و [CNN](http://cnn.com) ، و [CNET](http://cnet.com) ، و [MSNBC](http://msnbc.com) ، و [CBSMarketwatch USA Today](http://CBSMarketwatch.com) بالإضافة إلى العديد من المواقع على المستوى الإقليمي ، مثل [star tribune Com](http://startribune.com) وتوييكا كايبتال جورنال [Topeka Capital-Journal's](http://Topeka Capital-Journal's) . شهدت هذه الفترة زيادة عدد المواقع الإخبارية على شبكة الإنترنت بنحو 15 ٪ في عام 2001 وارتفعت بنسبة أكثر من 70 ٪ في العديد من المواقع الإخبارية الرئيسية. لكن المواقع الإخبارية الناجحة قد استمعت بعناية لاحتياجات المستخدمين وأصبحت أكثر ربحية من خلال السماح للمستخدمين بتشكيل الشبكات الإخبارية. و تميزت هذه المرحلة بتغير العلاقة بين المؤسسات الإعلامية و بين المستخدمين حيث أصبحت العلاقة بينهما أكثر شراكة. ، بالإضافة إلى اهتمامها بتطوير طرق جديدة لتقديم أخبار المجتمع وبناء تفاعل أكثر في تغطيته كاستخدام العديد من المنتديات والاستطلاعات المرتبطة بالقصص كوسائل للمستخدمين لإجراء حوار مع بعضهم البعض أو مع أحد المرسلين.<sup>1</sup>

و يشارك بافلك كروسي **Pavlik Crosby** رؤيته خاصة في ما يتعلق بعملية بناء المحتوى

الإخباري لصحافة الإنترنت الذي تطور عبر ثلاث مراحل ففي المرحلة الأولى كانت صحيفة الإنترنت

<sup>1</sup> Ibid.



تعيد نشر معظم أو كل أو جزء من محتوى الصحيفة الأم، وهذا النوع من الصحافة ما زال سائداً، أما في المرحلة الثانية قام الصحفيون بإعادة إنتاج بعض النصوص لتواءم مع مميزات النشر في الشبكة وذلك بتغذية النص بالروابط والإشارات المرجعية وما إلى ذلك وهذا يمثل درجة متقدمة عن النوع الأول أما في المرحلة الثالثة و فيها يقوم الصحفيون بإنتاج محتوى خاص بصحيفة الإنترنت يستوعبوا فيه مميزات النشر الشبكي ويطبقوا فيه الإشكال الجديدة للتعبير عن الخبر وتشهد هذه المرحلة التي نعيشها حالياً تطوراً مهماً يتعلق بإيجاد الوسائل التي تسهل أكثر عملية الحصول على الأخبار وتحسين طرق توزيع الصحف وتحصيل الاشتراكات ، فهناك الطريقة المعروفة بتحصيل اشتراكات من الزوار إلى كل أو بعض مصادر الصحيفة في شكلها التقليدي وتلجأ إليها الخدمات الإلكترونية للأسماء المعروفة أو تلك الصحف التي نشأت على شبكة الإنترنت وبعضها يستفيد من نظام "البي دي أف-PDF" الذي يسمح بنقل هيئة الطبعة للصحيفة الورقية كما هي ، وهذا النوع تستخدمه في الغالب الصحف والمجلات الورقية التي ترغب في توزيع نفس النسخة الورقية بسمات الكترونية بالاستفادة من ميزات الأرشفة والبحث في المعلومات والتفاعلية ، ويطلق عليه في العادة النسخة الإلكترونية Electronic .<sup>1</sup>Edition

<sup>1</sup> عباس مصطفى صادق، "التطبيقات التقليدية و المستحدثة للصحافة العربية في الإنترنت"، ورقة مقدمة إلى مؤتمر صحافة الإنترنت في العالم العربي الواقع والتحديات، جامعة الشارقة، كلية الاتصال، الشارقة، الإمارات العربية المتحدة، 24/22 نوفمبر 2005 ، ص 6،7. متاح عبر الرابط التالي: <http://site.iugaza.edu.ps/jdalou/files/2012.pdf> ، تاريخ التحميل: 2017/07/07.

## II. بدايات الصحافة الإلكترونية في العالم العربي:

أدت التطورات الايجابية في استخدام الإنترنت إلى تشجيع الكثير من الناشرين العرب إلى الدخول في عالم النشر الإلكتروني ، فمنذ السنوات الأولى لظهور الشبكة العالمية فكر الناشر العربي في استثمار النشر على الخط المباشر، حيث شجعهم على ذلك ازدياد أعداد القراء الذين ارتبطوا بالإنترنت ، فقد أصبحت قراءة رؤوس المواضيع في بعض الصحف العربية التي تنتشر يوميا في الإنترنت موديل العصر.<sup>1</sup> لم تمر الصحافة الإلكترونية العربية بتجارب التلكتكست **Teletext**، إلا في أماكن و أوقات محدودة، و لم تعرف قواعد المعلومات الشبكية كما لم تستفد من خدمات قواعد البيانات، و هو ما جعلها تواجه بدايات صعبة في النشر بالحرف العربي لعدم الاتفاق على لوحة حروف عربية واحدة، الأمر الذي جعل معظم المواقع العربية في الإنترنت تبدأ أولا بصورة النص بدلا من الشكل الطبيعي المعتمد على الحرف الإلكتروني<sup>2</sup>. و كانت بدايات تعامل الصحافة العربية مع تقنية النشر الإلكتروني الذي بدأ الحديث عنه مع إطلاق شركة " آبل -Apple" لأول مرة نظام نشر إلكتروني متكامل عام 1985 لتتطور بعدها الأمور بسرعة فيتغير معها أسلوب النشر الصحافي بطريقة جذرية.<sup>3</sup>

حيث توفرت الصحيفة اليومية العربية إلكترونيا لأول مرة عبر شبكة الإنترنت في التاسع من سبتمبر 1995 و هي صحيفة الشرق الأوسط على شكل صور، و كانت الصحيفة العربية الثانية التي توافرت على الإنترنت هي صحيفة النهار اللبنانية التي أصدرت طبعة إلكترونية يومية خاصة بالشبكة ابتداء من الأول من جانفي 1996، تلتها جريدة الحياة في الأول من جوان 1996 و السفير في نهاية العام<sup>4</sup>. و شهد عام 1997 مولد العديد من الصحف العربية الإلكترونية، كصحيفة "الراية" القطرية التي أصدرت أول نسخة إلكترونية لها في ذات السنة، ثم تلتها صحيفة "الجمهورية" المصرية، و "الجزيرة" السعودية و "القبس" الكويتية، ثم "الشعب" المصرية في الأول من أكتوبر، أما صحيفة "الأهرام" المصرية فلم تتح من خلال الإنترنت إلا في 5 أكتوبر 1998.<sup>5</sup>

<sup>1</sup> عبد الأمير الفيصل، الصحافة الإلكترونية في العالم العربي، مرجع سابق، ص 200.

<sup>2</sup> خالد غازي، مرجع سابق، ص 89.

<sup>3</sup> ماهر الشمايلة و آخرون، الصحافة المتخصصة، ط1، دار الإعصار العلمي للنشر و التوزيع، عمان، الأردن، 2015، ص 206.

<sup>4</sup> رضا عبد الواجد أمين، الصحافة الإلكترونية، ط1، دار الفجر للنشر و التوزيع، القاهرة، مصر، 2007، ص 116.

<sup>5</sup> ياسر البياتي، الإعلام الجديد الدولة الافتراضية الجديدة، ط1، دار البداية، عمان، الأردن، 2014، ص 201.

بدأ إصدار الصحف الإلكترونية المنشورة عبر الإنترنت فقط في مطلع العام 2000 بصدر صحيفة "الجريدة" في أبو ظبي في الأول من جانفي من ذلك العام ، و صدرت بعدها عدة صحف الكترونية أخرى ،من أهمها : "اتجاهات" السعودية، "باب وبوابة" الأردنية، "إسلام أون لاين" المصرية، لكن عدد هذه الصحف يبقى محدودا و بعضها مجرد مواقع إخبارية أكثر من كونها صحفا بالمعنى الذي استقرت عليه الصحف الإلكترونية ، و هذه الحقيقة لا تمنع القول أن النسخ الإلكترونية لبعض الصحف العربية تميزت بتقديم كما جيدا من المعلومات وخدمات أرشيف جيدة للمستخدمين مثل جريدة البيان الإماراتية.<sup>1</sup> و يمكن إجمال مختلف المراحل التي مرت بها الصحافة الإلكترونية العربية والتي ارتبطت بتطور الشكل الفني و المهني التي هي عليه الآن فيما يلي:

#### أ. مرحلة النشر من خلال الأقراص المدمجة:

كانت أولى التجارب في إنتاج نصوص عربية كاملة، و قد بدأت الصحف التالية صحيفة الحياة، والتي أصدرت في 17 أكتوبر عام 1995، حيث كان الإصدار الأول للصحيفة على قرص مدمج للأشهر الستة الأولى من نفس العام أطلق عليها اسم أرشيف الحياة الإلكترونية. ثم صحيفتي السفير والنهار اللبنايتين ،في جويلية عام 1997، لتليها صحيفة الأهرام المصرية، فيفري 1998، ثم صحيفة الشرق الأوسط، في 14 ماي 1998.<sup>2</sup>

#### ب. مرحلة إصدار النسخة الإلكترونية للصحف:

تأخر ظهور الخدمات الصحفية العربية على شبكة الإنترنت إلى نهاية التسعينات رغم إدراك الصحف العربية لأهمية الإنترنت و ضرورة تواجدها على الشبكة منذ انطلاق خدمات هذه الشبكة على المستوى العالمي عام 1990، كما أن الصحافة المكتوبة هي الأكثر استفادة من بين وسائل الإعلام العربية من خدمات الإنترنت، فقد مكنتها هذه الشبكة بصورة أو بأخرى من تخطي الموانع السياسية و

<sup>1</sup> ماهر الشمايلة و آخرون، الصحافة المتخصصة، مرجع سابق، ص 206.

<sup>2</sup> ابراهيم حسنين، مرجع سابق، ص 300.

أيضا الالتفاف على قوانين الإعلام التي أقل ما يقال بشأنها أنها زجرية و مقيدة للحريات في أكثر الأحيان و في غالبية الأقطار العربية.<sup>1</sup>

### ج. مرحلة إصدار الصحيفة الإلكترونية:

يمكن الإشارة إلى محاولتين عربيتين لإنتاج صحيفة إلكترونية على الإنترنت بشكل مباشر الأولى لصحيفة "الجريدة - Eljareeda.com" بأبو ظبي عام 2000 و في عام 2001 تم إصدار صحيفة "إيلاف - Elaph.com" ، حيث أن هاتين الصحفيتين كانتا إلكترونيتين بالكامل دون نسخة ورقية وإن كانت هناك نشرات إخبارية تحمل أخبارا عن لبنان من وكالات الأنباء ظلت موجودة طوال سنوات الحرب اللبنانية، كما أنشأت على مستوى الصحف الورقية صحيفة "الشرق الأوسط" لنفسها موقعا في 9 ديسمبر 1995، ثم تلتها صحيفة الحياة في الأول من جوان عام 1996 فالسفير في نهاية العام نفسه.<sup>2</sup>

### ثالثا: أنواع الصحف الإلكترونية:

تعددت أنواع و تصنيفات الصحف الإلكترونية بين الباحثين و هذا يرجع لاختلافهم في وضع تعريف محدد لمفهوم الصحيفة الإلكترونية و للمؤشرات التي اتبعوها في تحديد هذا المفهوم فمنهم من يقسمها وفقا لمدى ارتباطها بصحيفة ورقية ، و منهم من يصنفها وفقا لطبيعة الخدمات الصحفية المقدمة و غيرها . و بوجه عام يمكن تقسيم أنواع الصحف الإلكترونية وفقا لـ :

#### I. تصنيف الصحف الإلكترونية باعتبار وجود أصل مطبوع أو عدمه:

و تنقسم حسب هذا التصنيف إلى نوعين هما:

– **صحف إلكترونية كاملة On Line Newspaper** : و هي صحف قائمة بذاتها و ان كانت تحمل اسم الصحيفة الورقية، و يمتاز هذا النوع من الصحف الإلكترونية ب تقديم الخدمات الإعلامية و الصحفية التي تقدمها الصحيفة الورقية من أخبار و تقارير وأحداث و صور

<sup>1</sup> نجلاء مجّد جابر، دراسة تحليلية في الإعلام الجماهيري، ط1، دار معتر للنشر و التوزيع، عمان، الأردن، 2015، ص396.

<sup>2</sup> فارس الخطاب، الفضائيات الرقمية و تطبيقاتها الإعلامية، ط1، دار أسامة للنشر و التوزيع، عمان، الأردن، 2012، ص91، 90.

و غيرها. كما تتميز بتقديمها خدمات خدمات الوسائط المتعددة Multimedia النصية و الصوتية و المصورة و خدمات صحفية و إعلامية إضافية لا تستطيع الصحيفة الورقية تقديمها، و تتيحها الطبيعة الخاصة بشبكة الإنترنت و تكنولوجيا النص الفائق Hypertext مثل خدمات البحث داخل الصحيفة أو في شبكة الويب بالإضافة إلى خدمات الربط بالمواقع الأخرى وخدمات الرد الفوري و الأرشيف.<sup>1</sup>

– **النسخ الإلكترونية من الصحف الورقية:** و هي مواقع الصحف الورقية على شبكة الإنترنت، و هذا النوع يأخذ أحد الشكلين التاليين: أولاً صحف إلكترونية تقدم المضمون الورقي كاملاً كما هو بعد تحويله إلى الشكل الإلكتروني، ثانياً صحف إلكترونية تقدم بعض المضمون الورقي.<sup>2</sup>

II. **تصنيف حسب مدى استقلاليتها أو تبعيتها لمؤسسة إعلامية قائمة:** تنقسم إلى ثلاث أنواع هي:<sup>3</sup>

1. **النشر الصحفي الموازي:** و فيه يكون النشر الإلكتروني موازياً للنشر المطبوع بحيث تكون الصحيفة الإلكترونية عبارة عن نسخة كاملة من الصحيفة المطبوعة باستثناء المواد الاعلانية.

2. **النشر الصحفي الجزئي:** و فيه تقوم الصحف المطبوعة بنشر أجزاء من موادها الصحفية عبر الشبكة الإلكترونية و يعتمد إلى هذا النوع بعد الناشرين بهدف ترويح النسخ المطبوعة من إصداراتهم.

3. **النشر الصحفي الإلكتروني الخاص:** و في هذا النوع لا يكون للمادة الصحفية المنشورة الإلكترونية أصل مطبوع أو إعلامي آخر، حيث تظهر الصحيفة الإلكترونية بشكل مباشر، من خلال النشر عبر الإنترنت فقط، و هو ما يصدق على الصحف الإلكترونية التي تصدر مستقلة على الشبكة في إدارتها و طرق تنفيذها.

<sup>1</sup> عباس حسن، مرجع سابق، ص 72.

<sup>2</sup> رضا عبد الواحد أمين، مرجع سابق، ص 99.

<sup>3</sup> صالح العنزي، مرجع سابق، ص 137.

\* تسمى كذلك بالمواقع التكميلية

### III. تصنيف وفقا لتوسيع نطاق الصحيفة الإلكترونية: و التي يمكن تقسيمها إلى خمسة

أنواع رئيسية:<sup>1</sup>

1. النوع الأول: صحف معروفة بأسمائها و تاريخها في الشبكة على هيئة خدمة منفصلة عن طبعتها الورقية أو شبيهة بالورقية.

2. النوع الثاني: تميل بعض الإذاعات إلى تقديم خدمات إخبارية نصية و صور و أشكال إيضاحية بالإضافة إلى تقديمها خدمات صوتية كما يقدم تقارير إخبارية مكتوبة و مواد صوتية وصورا و ساحة حوار تفاعلية.

3. النوع الثالث: هو الذي نشأ في الإنترنت، و هي مجموعة الخدمات التي تجمع خصائص مختلفة للوسائل الإعلامية بالإضافة إلى خصائص شبكة الإنترنت.

4. النوع الرابع: عبارة عن صحيفة الكترونية في صيغة مجلة الإنترنت، حيث تحمل مادة المجلة الأسبوعية مضافا إليها تجديدات يومية و استطلاعات رأي تفاعلية لا تتقيد بأسبوعية الصدور وإنما تتجدد بشكل دائم.

4. النوع الخامس: و الذي يتعلق بوكالات الأنباء .

5. النوع السادس: و الذي يعتمد على مشاركات الجمهور مثل مواقع التواصل الاجتماعي و التي تفتح نوافذ للنقاش بين الأفراد و تبادل المعلومات و الأخبار كموقع الفاسبوك .

### IV. تصنيف من حيث فورية عملية الإرسال و الاستقبال : و هذا التصنيف يأخذ الأشكال التالية:<sup>2</sup>

1. الصحافة الإلكترونية الفورية **Online Journalism** : و هي التي يحصل

القارئ على محتوياتها من خلال شبكات و قواعد البيانات و خدمات المعلومات نظير اشتراك شهري أو

<sup>1</sup> منار مجّد فتحي، مرجع سابق، ص 28،29.

<sup>2</sup> بيرق موسى، فن الإخراج الصحفي لمواقع الجرائد الإلكترونية، ط1، دار غيداء للنشر و التوزيع، عمان، الاردن، 2015، ص156.

مجانا كالصحف التي تصدر على شبكة الإنترنت التي تتميز بالفاعلية و التجديد المستمر في المحتويات أو استخدام لغة Hypertext .

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

V. تصنيف باعتبار التقنية المستخدمة في الموقع : و تنقسم إلى ما يلي:<sup>1</sup>

1. الصحف الإلكترونية التي تستخدم تقنية الجرافيك التبادلي (الصورة **Gif - Graphic Inerchange Format**) والذي يتيح نقل صورة شكلية من بعض مواد الصحيفة الورقية إلى موقعها على الإنترنت وهي تقنية غير جيدة بالإضافة إلى أنها لا تمكن القارئ من المميزات التفاعلية.

2. الصحف الإلكترونية التي تستخدم تقنية النص المحمول (**Portable - Pdf - Datagram Format**): وهو نمط قريب من النمط السابق و يتيح نقل النصوص والأشكال والصور والرسوم والصفحات كاملة من الصحيفة الورقية إلى موقعها على الشبكة بشكل مطابق تماماً للنسخة الورقية.

3. الصحف الإلكترونية التي تستخدم تقنية النص الفائق (**Hyper -HTML - Text Markup Format**) 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 النصوص.

4. صحف الكترونية تجمع بين نمط النص الفائق والنمط المحمول: للاستفادة من مزايا النظامين حيث النص الفائق يوفر المميزات التفاعلية وعرض الموضوع من خلال الوسائط المتعددة و النص المحمول الذي ينقل صورة حرفية من صفحة الجريدة، و ذلك لأن البعض يفضل أن يرى صحيفته بالشكل الذي اعتاده عليها.

<sup>1</sup> رضا عبد الواحد أمين، مرجع سابق، ص 99، 100.

**VI. تصنيف وفقا لمستوى مشاركة الأفراد و مقدار التحكم في المضمون الذي تنتجه الصحيفة:** يميز **Mark Deuze** أربعة أنواع رئيسية على الأقل من الصحافة الإلكترونية و التي يصنفها على النحو التالي:<sup>1</sup>

**1. المواقع المرتبطة بالمؤسسات الإعلامية Mainstream sites :** و هي أكثر أشكال الإنتاج الإخباري انتشارا على الإنترنت و التي تقدم بشكل عام مجموعة كبيرة من المحتوى الصحفي، كما أنها تتيح الاتصال التشاركي مع جمهورها ومن الأمثلة على هذه المواقع الـ CNN و BBC . حيث يعتمد القائمين على هذه المواقع و التي غالبا ما تكون مرتبطة بمؤسسات إعلامية إخبارية، على الجمع ما بين المهارات التكنولوجية (العمل مع برامج معينة ، تعلم XML أو HTML على سبيل المثال) و بين مهارات كتابة الأخبار الخاصة بالويب.

**2. المواقع الإرشادية Index and Category sites :** و هي تلك المواقع التي توظف محركات البحث لتقدم أدلة إرشادية لمصادر المعلومات المناسبة للمستخدم بكيفية الوصول لمصادر المعلومات المناسبة ليحصل منها على ما يحتاجه من معلومات أو أخبار عن طريق مجموعة من الروابط الفائقة و الوصلات التي تجعل المستخدم يبحث عما يحتاجه داخل هذه المحركات و من أبرز هذه المواقع ياهو Yahoo و Altavista ، حيث و تخدم بعض هذه المواقع أهدافا تجارية وتسويقية، و بعضها يتبع مؤسسات إعلامية.

**3. المواقع الإعلامية القائمة على التعليق Meta & Comment Sites :** تضم هذه الفئة المواقع الإخبارية التي تناقش القضايا الإعلامية بشكل عام و ما يثار من قضايا مرتبطة بطبيعتها و بإنتاجها ، و ينتج عادة مضمون تلك المواقع مجموعة من المحررين الصحفيين لمناقشة مضامين أخرى سبق نشرها في مواقع أخرى على الإنترنت.

**4. مواقع المشاركات و المناقشات Share and Discussion Sites :** يتبنى عدد قليل من الصحف المنتمية للنوع الأول هذا الاتجاه الذي يسمح بمشاركة الجمهور ومناقشتهم

<sup>1</sup> Mark Deuze, "Online journalism: Modelling the first generation of news media on the World Wide Web", Op.Cit.



لأحداث اليوم و قضاياها، و توفر الصحف التي تبنت هذا الاتجاه قدرا كبيرا من المشاركة لجمهورها وأدى درجة من التحكم في المضمون المقدم بهذه الأقسام من موقعها .

#### رابعاً: سمات و خصائص الصحافة الإلكترونية:

تتسم الصحافة الإلكترونية بمجموعة من الخصائص و التي بدورها تمثل سمات النشر الإلكتروني عبر شبكة الإنترنت. لذلك فإن نجاح الصحف الإلكترونية مرهون بمدى توفرها على هذه الخصائص المتمثلة فيما يلي:

##### 1. الفورية و التحديث المستمر:

ينطوي عمل الصحافة الإلكترونية على تحديث خدماتها الإخبارية بشكل مستمر طوال اليوم، وذلك لمسايرة الطبيعة الخاصة بشبكة الإنترنت التي تعد الفورية إحدى أهم سماتها ، و تفترض علاقة الوقت بطبيعة المحتوى المقدم في الصحف الإلكترونية نشر المعلومات و استكمالها، وتصحيحها وتحديثها بشكل دائم، فتنحول بذلك المادة الصحفية المنشورة إلى تاريخ متطور<sup>1</sup>. وبذلك أنهت هذه التقنية واحداً من أبرز ثغرات الصحافة التقليدية في منافستها للراديو والتلفزيون، بل أن الصحف الإلكترونية باتت تنافس هاتين الوسيطتين في عنصر الفورية الذي احتكرته، و بدأت تسبق حتى القنوات الفضائية التي تبث الأخبار في مواعيد ثابتة، فيما يجري نشر بعض الأخبار في الصحف الإلكترونية بعد أقل من 30 ثانية من وقوع الحدث.<sup>2</sup>

##### 2. تغليب العالمية على المحلية:

أدى توسع قاعدة الجمهور الذي يتعامل مع النشر الإلكتروني إلى إعادة ترتيب الأولويات، وهو ما يعني الخروج من المنظور المحدود و القصير المدى إلى رؤية عالمية و شاملة للأحداث تفرض نفسها على الجميع في ذلك العالم الضيق الذي أصبح قرية واحدة بل حجرة واحدة.<sup>3</sup> حيث و للمرة الأولى في

<sup>1</sup> ماهر الشمائلة و آخرون، الإعلام الرقمي الجديد، مرجع سابق، ص186.

<sup>2</sup> محمود اللحام و مروى صلاح، الاتجاهات الإعلامية الحديثة في الصحافة الدولية، ط1، دار الإعصار العلمي، عمان، الأردن، 2015، ص159.

<sup>3</sup> خالد مُجَّد غازي، مرجع سابق، ص144.

تاريخها، تمكنت الصحف من التنقل عبر الحدود و القارات و الدول دون رقابة أو موانع أو رسوم، بل وبشكل فوري، و رخيص التكاليف و ذلك عبر الإنترنت، و هو ما منح جميع الصحف الإلكترونية بأعدادها الكبيرة فرصة متساوية للوصول إلى الجمهور في أي مكان من العالم.<sup>1</sup>

### 3. المرونة:

تعني طرق و كيفية تعامل المستخدم مع الإنترنت، و تبرز خاصية المرونة بشكل جيد لدى المستخدمين في صحافة الإنترنت، إذ لا يمكن أن يتجاوز عددا من المشكلات الإجرائية التي تعترضه، إلا إذا كان لديه الحد الأدنى من المعرفة بذلك. و يلعب الكمبيوتر دورا مزدوجا في تحقيق الاتصال مع الإنترنت و بالتالي توفير الوصول إلى خدمة الصحيفة الإلكترونية و أيضا في حفظ المعلومات و معالجتها بمختلف الطرق و الأشكال. أما من الناحية الإعلامية فيمكن ذلك من خلال قدرة المستخدم على الوصول إلى المعلومات، و هو ما يمنحه فرصة انتقاء المعلومات التي يثق في مصادرها، لأن هناك إشكالا ارتبط مع ظهور الإنترنت و هو مسألة المصادقية.<sup>2</sup>

### 4. النص الفائق Hyper text:

يعرف النص الفائق بكونه عبارة عن نص إلكتروني نتعامل معه من خلال الحاسب سواء أكان عند الإنشاء أو التعديل أو الإضافة أو عند الاسترجاع و التصفح، أي أنه لا يوجد مجال له للاستغناء عن الحاسب، إن هذا البناء مؤسس على الربط بين عدة عقد أو مجموعات أو نصوص فرعية أو أجزاء من النصوص يسمح للمستخدم بالتعامل و الاستفادة من النص بطريقة غير متتابعة أو غير خطية. و يطلق على النص الفائق عدة تسميات منها النصوص الترابطية و النصوص المتشعبة و جميعها تؤدي الغرض نفسه و لها المعنى نفسه إذ تعمل النصوص الفائقة على ربط الموضوعات بعضها ببعض و أحيانا أخرى تنقل المتصفح من موقع إلى آخر.<sup>3</sup>

<sup>1</sup> محمود اللحام و مروى صلاح، مرجع سابق، ص159.

<sup>2</sup> الشفيق عمر حسنين، الصحافة الإلكترونية المفهوم و الخصائص و الإنعكاسات، مجلة دراسات استراتيجية، العدد 168، مركز الإمارات للدراسات و البحوث الاستراتيجية، أبو ظبي، 2011، ص23.

<sup>3</sup> بيرق موسى، مرجع سابق، ص152، 150.

## 5. التفاعلية:

يشير بعض الباحثين إلى ان التفاعلية تعني رجوع الصدى الذي أضافه "وينر-WIENER" عام 1948 إلى نموذج شانون و ويفر للاتصال ، بما جعل عملية الاتصال تبدو عملية ديناميكية بين المرسل و المستقبل، و قد عرف " دورلك-Durlak" التفاعلية بأنها العملية التي يتوافر فيها التحكم في وسيلة الاتصال، من خلال قدرة المتلقي على إدارة عملية الإتصال عن بعد، كما عبر "رافاييلي-Rafaeli" عن التفاعلية بأنها أحد القنوات التي يمكنها نقل رد فعل الجمهور إلى المرسل، و هي هنا تعني الاستجابة<sup>1</sup>. و يطلق مصطلح التفاعلية على الدرجة التي يكون فيها للمشاركين في عملية الاتصال تأثير على أدوار الآخرين و استطاعتهم تبادلها ، بمعنى أن هناك سلسلة من الأفعال الاتصالية التي يستطيع الفرد (أ) أن يأخذ فيها موقع الشخص (ب) و يقوم بأفعاله الاتصالية، المرسل يستقبل و يرسل في الوقت نفسه، و كذلك المستقبل و بذلك تدخل مصطلحات جديدة في عملية الاتصال مثل الممارسة الثنائية التبادل و التحكم، و المشاركين ومثال على ذلك التفاعلية في بعض أنظمة النصوص المتلفزة.<sup>2</sup>

## 6. استخدام الوسائط المتعددة :

تعتبر الوسائط المتعددة من أهم الميزات التي وفرتها شبكة الإنترنت ،حيث أنها تمكن من تقديم محتوى فائق الجودة يفني المستخدمين و يلبي احتياجاتهم ،و لتطبيقات الوسائط المتعددة إمكانات متزايدة خاصة فيما تعلق بالتحدث عن الالتحام بين الويب والتلفزيون كما هو الحال في الخدمات الجديدة التي أتاحت مسألة الاتصال بشبكة الإنترنت و عرض محتوياتها من خلال جهاز التلفزيون و من هذه الخدمات Net Channel Direct، و من هنا تتجاوز فكرة الصحافة الإلكترونية من كونها صحافة إلى كونها عالما تكنولوجيا مختصرا بديلا للعالم الخارجي ،و هذا يعني أن الدخول إلى الموقع الصحفي الإلكتروني لا يعني مجرد الدخول إلى خبر او تعليق أو مادة صحفية، بل يعني الدخول على عالم خاص مهياً للمستخدم متعدد النوافذ، كلما دخل نافذة ألقته به شعبته إلى نافذة أخرى فثالثة فالرابعة و هكذا.<sup>3</sup>

<sup>1</sup> صالح العنزي، مرجع سابق،ص115.

<sup>2</sup> مصطفى كافي، الإعلام التفاعلي ،ط1، دار الحامد للنشر والتوزيع،عمان،الأردن،2016،ص ص 49،50.

<sup>3</sup> محمد ريان، الإعلام الجديد،ط1،مركز الأهرام للنشر و الترجمة و التوزيع،القاهرة،مصر،2013،ص187.

### 7. توفير احصائيات دقيقة عن زوار موقع الصحيفة الإلكترونية:

تتيح تقنية الصحافة الإلكترونية إمكانية تسجيل أعداد قراء الصحيفة، حيث يقوم كل موقع على الشبكة بالتسجيل التلقائي لكل زائر جديد يوميا، و هناك بعض البرامج تسجل اسم و عنوان أي زائر، و هو ما يوفر للمؤسسات المعنية و الدراسين احصاءات دقيقة عن زوار موقع الصحيفة الإلكترونية، كما توفر للصحيفة مؤشرات عن أعداد قراءها و بعض المعلومات عنهم مثل معرفة المتصفح من أي دولة حيث يمكنها أن تتصل بهم بشكل مستمر و كذلك توفر معلومات حول الأخبار التي يهتم بها قراءها.<sup>1</sup>

### 8. الأرشفة الإلكترونية الفورية:

توفر الصحيفة الإلكترونية فرصة حفظ أرشفة الكترونية سهل الاسترجاع غزير المادة، حيث يستطيع الزائر أو المستخدم أن يتقّب عن تفاصيل حدث ما او يعود إلى مقالات قديمة بسرعة قياسية بمجرد أن يذكر اسم الموضوع الذي يريد ليقوم باحث الكتروني بتزويده خلال ثواني بقائمة تتضمن كطل ما نشر حول هذا الموضوع في الموقع المعين ، و في فترة معينة.<sup>2</sup>

### 9. انخفاض التكلفة المادية:

يتطلب البث الإلكتروني للصحف عبر شبكة الإنترنت امكانيات مالية أقل بكثير مما هو مطلوب لإصدار صحيفة ورقية، فالصحف الإلكترونية ستستغني عن الأموال التي يحتاجها توفير والمباني والمطابع و الورق و مستلزمات الطباعة، ناهيك عن متطلبات التوزيع و التسويق و العدد الكبير من الموظفين والمحربين و العمال و بذلك أصبح بالإمكان اصدار صحف الكترونية بإمكانات محدودة، يمكن أن تصل إلى مستوى المشاريع الفردية لكن الأمر يتطلب بالطبع توفير تقنية الإنترنت ووجود بنية تحتية متكاملة للاتصالات في البلد.<sup>3</sup>

<sup>1</sup> محمود اللحام و مروى صالح، مرجع سابق، ص ص 161، 162.

<sup>2</sup> نجلاء مُجّد جابر، مرجع سابق، ص 393.

<sup>3</sup> محمود اللحام و مروى صالح، مرجع سابق، ص 160.

## 10. سهولة التعرض:

تعد سهولة التعرض إحدى أهم عوامل تفضيل الجمهور للوسائل التي تحتاج إلى بذل جهد جسدي و عقلي لفهم و استيعاب ما تتوافر عليه من مواد، و تبعاً لما تتيحه الصحف الإلكترونية من مزايا عديدة تستهدف تسهيل عمليات التعرض لها، حيث أصبح الخيار الاتصالي المفضل للجيل الجديد من القراء الشباب ، و تتحقق سهولة التعرض التي تتسم بها الصحف الإلكترونية من خلال إلتزام مضامينها بسمات تحريرية مميزة تركز على الوضوح و الاختصار، إضافة إلى إفادة هذه الصحف من الوسائل المتعددة لدعم ما تقدمه من مضامين<sup>1</sup>.

تضيف الدكتورة هند بداري مجموعة من السمات للصحافة الإلكترونية على شبكة الإنترنت والتي أجملتها في الجوانب التالية<sup>2</sup>: الفورية أو الإلكترونية على شبكة الإنترنت Online، التحديث المستمر للمضمون المقدم Updating ، النشر على نطاق عالمي واسع Global Reach، القدرة على الربط بين عناصر متعددة داخل هيكل المعلومات Linkage ، استخدام الوسائل المتعددة Multimedia ، الأرشفة الإلكترونية الفوري Web Based Archive ، التفاعلية Interactivity ، التفنيت و اللامجاهيرية Demassification ، قابلية التحويل Changeability. و يلخص ياسر البياتي هذه الخصائص فيما يلي : التفاعلية، العمق المعرفي، المباشرة أو الفورية، التحديث المستمر للمضمون المقدم، تعدد خيارات التصفح، سهولة التعرض، النشر على نطاق واسع القدرة على الربط بين العناصر المتعددة داخل هيكل المعلومات، استخدام الوسائل المتعددة ، الخدمات المضافة و القائمة على السرعة ، الشخصية، الحدود المفتوحة ، إعادة تعريف مفاهيم العمل الصحفي، التشبيك، توسيع دائرة النشر ، قياس رجع الصدى، و إعادة إنتاج المادة.<sup>3</sup>

<sup>1</sup> ماهر الشمايلة و آخرون، الإعلام الرقمي الجديد، مرجع سابق، ص 186، 187.

<sup>2</sup> محمد ريان ، مرجع سابق، ص 79.

<sup>3</sup> ياسر البياتي، الاتصال الرقمي أمم صاعدة و أمم مندهشة، ط1، دار البداية للنشر و التوزيع، عمان، الأردن، 2015، ص 172.

## المبحث الثاني: نشأة الصحافة الإلكترونية بالجزائر و عوامل تطورها:

ارتبطت نشأة الصحافة الإلكترونية في الجزائر بمجموعة من العوامل أهمها التطور التكنولوجي لوسائل الاتصال و الانتشار الواسع الذي شهدته شبكة الإنترنت و تقنياتها هذا من جهة، و من جهة أخرى ارتبط ظهورها بالمسار التاريخي للصحافة المكتوبة والتي تشكل الأساس الذي قامت عليه نظيرتها الإلكترونية فيما بعد. إذا فقبل التطرق لتطور الصحافة الإلكترونية في الجزائر من الضروري الإحاطة بكافة التحولات التي مسّت الجانب السياسي للبلاد و الذي القى بظلاله بدوره على الإعلام و على وجه الخصوص الصحافة الورقية خاصة مرحلة قبل و بعد التعددية الإعلامية وصولاً لولوج الإنترنت للجزائر.

### أولاً: الصحافة الجزائرية قبل و بعد التعددية الإعلامية :

#### I. مرحلة ما قبل التعددية الإعلامية (1962-1989):

كانت السياسة الجزائرية تجاه الصحافة المكتوبة عند الاستقلال في طور التكوين، و كانت في الحقيقة رهن الظروف، ولا تخضع لخطة معينة، و لكن لها أهداف ثلاثة هي :

#### 1. جزارة الصحافة التي كانت تصدر غداة الاستقلال :

يقصد بالجزارة إلغاء جميع الصحف التي يريدها ويمتلكها الفرنسيون أو الأجانب عموماً، وخصوصاً الصحف اليومية، و وضعها تحت تصرف الحكومة الجزائرية، وكان يصدر منها آنذاك (1962 و1663) حوالي 11 صحيفة من بينها اليوميات، وكان سحبها الإجمالي يبلغ 300.000 نسخة كلها بالفرنسية، وفي سنة 1963 اجتمع المكتب السياسي لجبهة التحرير الوطني، وقرر تأميم هذه الصحف الجي ريبوبليكان **Alger Républicain** التي كان يسيرها أشخاص يتمتعون بالجنسية الجزائرية. توقفت بعد ذلك هذه باستثناء الصحف و عوضت بصحف أخرى تحمل أسماء جديدة مثل النصر، الجمهورية، وأصبح يسيرها جزائريون تحت وصاية السلطات الجزائرية، فلم تبقى حينئذ صحيفة غير جزائرية من بين الصحف اليومية أو الأسبوعية التي تهتم بالأخبار العامة. وتمت بذلك جزارة الصحافة

وهذا ليس معناه إلغاء الملكية الخاصة، بل بقيت بها هناك صحف يملكها خواص، أفراد أو جمعيات، ولكن كلها صحف جزائرية.<sup>1</sup>

## 2. هيمنة الحكومة و الحزب على النشاط الصحفي:

كانت القوانين التي تسيطر و تحكم الصحافة في بداية الاستقلال هي نفسها القوانين المعمول بها في فترة الاستعمار الفرنسي في الجزائر، ومن بينها تلك المتعلقة بحرية الصحافة و التي تنص على الملكية الخاصة للصحافة، وقد صدر غداة الاستقلال عدد كبير من الصحف يملكها جزائريون لا علاقة لهم بالحكومة ولا بالحزب، وبدأت هذه الصحف تمارس نشاطها بكل حرية لكن تفكير الحكومة في إلغاء الصحف الخاصة وتعويضها بأخرى تابعة للدولة كان يعرقله قلة تجربتها خصوصا في ما يتعلق بالصحف اليومية. وكذلك لأن الجريدة الوحيدة التي كانت جبهة التحرير الوطني تصدرها- و هي جريدة المجاهد الأسبوعية، وكانت تصدر بالعربية والفرنسية - كانت تصدر بتونس قبل 1962، وبعد ذلك أصبحت تصدر أول يومية جزائرية تابعة للدولة، تحمل اسم الشعب، كما ظهرت في نفس الفترة يوميتان جهويتان بتاريخ 19 سبتمبر 1962 في كل من وهران و قسنطينة وهما **La République** و النصر.<sup>2</sup>

## 3. إقامة نظام اشتراكي للصحافة:

اندرجت إقامة نظام اشتراكي للصحافة في الجزائر بعد الاستقلال ضمن السياسة العامة للبلاد، وفي الميدان الصحفي يظهر هذا الاتجاه في أمرين أساسيين وهما: ملكية الصحافة و تحديد وظيفة معينة لكل صحيفة. ويلاحظ أن الصحف الجزائرية بقيت حتى غاية 1968 دون خطة تكوينية معينة، علما أن مهمة الصحف في ظل النظام الاشتراكي هي مهمة تكوينية بالدرجة الأولى، وكانت الصحف في تلك الفترة تغطي الأخبار الدولية أكثر ما تغطي الأحداث الوطنية، وكانت تنقل الأخبار الدولية التي تصلها دون تحوير في التحرير، إلا في حالة تركيزها على حدث دون آخر. وقد بدأ يتحسن حال الصحف سنة 1968 فبدأت تقوم بمهمة التوعية، وتهتم بالنشاط الوطني محاولة إقناع قراؤها بجدوى

<sup>1</sup> زهير إحدادن، مدخل لعلوم الإعلام و الاتصال، ديوان المطبوعات الجامعية، المؤسسة الوطنية للكتاب، الجزائر، 1991، ص96، 95.

<sup>2</sup> المرجع نفسه، ص96.

السياسة الوطنية، ومع ذلك فإن مهمة التوعية لا ترتقي إلى المهمة التكوينية التي تقوم بها الصحافة الاشتراكية، إذ كانت الصحافة الجزائرية تكاد تخلو من الشروح المركزة.<sup>1</sup>

و تميزت المرحلة الممتدة بين سنة 1965 وسنة بعد استلام الشاذلي بن جديد السلطة بعد وفاة الرئيس هواري بومدين 1978 بتطور و توسع معتبرين، حيث تم إصدار أول لائحة خاصة بالإعلام أوكلت للصحافة دور الخدمة العمومية و قننت تبعيتها للحكومة كما تميزت هذه الفترة بتوقيف يومية الحزب الشيوعي الجزائري في إطار صفقة سياسية مع الحزب الحاكم، و يومية **Alger le Soir**، كما تم تحويل يومية **Le Peuple** إلى المجاهد **El Moudjahid**. هذه الاخيرة التي أعطى لها دفع كبير و أصبحت تسيطر على ساحة الإعلام المكتوب في الجزائر آنذاك، بالإضافة إلى ذلك فقد تميزت هذه المرحلة بإقامة نظام اشتراكي للإعلام و وضع جميع الصحف تحت وصاية وزارة الإعلام و تركيز الاهتمام على الوسائل السمعية البصرية على حساب الإعلام المكتوب.<sup>2</sup>

## II. مرحلة التعددية الإعلامية:

تعتبر أحداث أكتوبر 1988 منعرجا حاسما في تاريخ الجزائر السياسي و الذي ألقى بظلاله على جميع الميادين و منها الإعلام المكتوب. و كان من أثر هذه الاحداث دستور فيفري 1989 و الذي سمح بتأسيس الجمعيات السياسية و بحرية الصحافة و تنوعها، فتدعم الإعلام العمومي الجهوي بإصدارات جديدة و نشأت الصحف الخاصة و الحزبية، لتدعم الإعلام العمومي الذي كان منفردا من قبل بالساحة الإعلامية، حيث حولت معظم الصحف العمومية بفضل قانون الإعلام لسنة 1990 إلى شركات مساهمة ذات مسؤولية محدودة، تراقبها انتقائيا لجان وصاية، فيما تم دفع أكبر عدد من المهنيين لاختيار طريق الصحافة الخاصة و ذلك بدفع مرتبات سنتين مسبقا لتكوين رأسمال و بتقديم مساعدات شتى للتأسيس و منها الحصول على مقر مجانا لمدة خمس سنوات و الاستفادة من السحب في مطابع الدولة، بالإضافة لمنحهم قروض بنكية خاصة لأجل التجهيز مع الاحتفاظ بحق العودة إلى المؤسسات

<sup>1</sup> فتيحة أوهابية، "الصحافة المكتوبة في الجزائر: قراءة تاريخية"، مجلة العلوم الإنسانية و الاجتماعية، العدد 16، جامعة قاصدي مرباح، ورقلة، الجزائر، سبتمبر 2016، ص 256، 257. متاح عبر الرابط التالي: <https://dspace.univ-ورقلة.dz/bitstream/123456789/6666/1/S1620.pdf>

، تاريخ التحميل: 2018/08/02.

<sup>2</sup> فضيل دليو، تاريخ وسائل الاتصال، ط3، دار أقطاب الفكر، قسنطينة، الجزائر، 2007، ص 219، 218.



الإعلامية الأصلية في حالة فضل المشروع الجديد.<sup>1</sup> حيث مكن قانون الإعلام 1990 من إبراز ملامح السياسة الإعلامية التعددية و ذلك تماشياً مع مرحلة التحول الديمقراطي الذي ولجته الجزائر و من أبرز القضايا التي أثارها هذا القانون في هذه الفترة ما يلي:

### 1. الحق في الإعلام و وصول الصحفيين لمصادر المعلومات:

يتجلى ذلك بوضوح من مضمون المادة الثانية من ذات القانون و التي نصت على أن: "الحق في الإعلام يجسده حق المواطنين في الاطلاع بكيفية كاملة و موضوعية على الوقائع و الآراء التي تهم المجتمع على الصعيدين الوطني و الدولي ، و حق مشاركته في الإعلام بممارسته الحريات الأساسية في التفكير والرأي و التعبير".<sup>2</sup> أما من ناحية حق الصحفي للوصول إلى مصادر المعلومات ، فقد أكدت المادة 35 من ذات القانون بأنه "للصحفيين المحترفين الحق في الوصول الى مصادر الخبر و يخول هذا الحق على الخصوص الصحفيين المحترفين أن يطلعوا على الوثائق الصادرة عن الادارة العمومية التي تتعلق بأهداف مهمتها إذا لم تكن من الوثائق المصنفة قانوناً و التي يحميها القانون"، في حين أكدت المادة 36 من ذات القانون أن هذا الحق لا يتم إلا بالالتزام بمجموعة من الالتزامات حيث أن "حق الوصول إلى مصادر الخبر لا يجوز للصحافي أن ينشر أو يفشي المعلومات التي من طبيعتها ما يأتي:

- أن تمس أو تهدد الأمن الوطني أو الوحدة الوطنية أو أمن الدولة.
- أن تكشف سرا من أسرار الدفاع الوطني أو سرا اقتصاديا استراتيجيا، أو دبلوماسيا.
- أو تمس بحقوق المواطن و حرياته الدستورية.
- أو تمس بسمعة التحقيق و البحث القضائي"<sup>3</sup>.

<sup>1</sup> المرجع نفسه، ص 220،221.

<sup>2</sup> الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية، "الجريدة الرسمية الجزائرية: القانون المتعلق بالإعلام رقم 07-90"، المادة 02، العدد 14، المؤرخ في رمضان عام 1410 هـ ، و الموافق لـ 3 أبريل 1990، ص01.

<sup>3</sup> المرجع نفسه، المادة 36،35، ص09.

2. إقرار التعددية الإعلامية: و يتجلى مبدأ إقرار التعددية الإعلامية من خلال :

1.2. الوسائل التي يمارس بها الحق في الإعلام :والتي حددتها المادة الرابعة فيما يلي:

- "عناوين الإعلام وأجهزته في القطاع العام.
- العناوين والأجهزة التي تمتلكها أو تنشئها الجمعيات ذات الطابع السياسي.
- العناوين والأجهزة التي ينشئها الأشخاص الطبيعيون والمعنويون الخاضعون للقانون الجزائري.
- أي سند اتصال كتابي أو إذاعي صوتي أو تلفزيوني"<sup>1</sup>.

يلاحظ على مضمون هذه المادة في بندها الأخير و المتعلق بالانفتاح الإعلامي على كافة النشاطات الإعلامية سواء كانت مكتوبة أو سمعية أو سمعية بصرية ،بأن هذا الانفتاح اقتصر فقط على الإعلام المكتوب و استثنى السمععي البصري و الذي لم يسمح للقطاع الخاص بالاستثمار فيه حتى بعد اصدار القانون العضوي المتعلق بالإعلام في 12 جانفي 2012، و القانون رقم 14 - 04 المؤرخ في 24 فبراير 2014 المتعلق بالنشاط السمععي و الذي كرس ما جاء به قانون الإعلام 2012 خاصة فيما تعلق بفتح قنوات موضوعاتية من قبل القطاع الخاص.

## 2.2. من خلال حرية النشر:

نصت عليه المادة 14 من ذات القانون "اصدار نشرية دورية حر غير أنه يشترط ،لتسجيله ورقابة صحته ،تقديم تصريح مسبق في ظرف لا يقل عن ثلاثين ( 30 ) يوما من صدور العدد الاول.يسجل التصريح لدى وآيل الجمهورية المختص اقليميا بمكان صدور النشرة و يقدم التصريح في ورق محتوم يوقعه مدير النشرة .و يسلم له وصل بذلك في الحين ،كما يجب أن يشتمل الوصل على المعلومات المتعلقة بهوية الناشر و الطابع"<sup>2</sup>.إذن تميزت هذه المرحلة الجديدة في تاريخ تطور النشر و الإعلام المكتوب بالجزائر ،بكون السلطة أعطت مجموعة من الامتيازات التي تدفع وترغب الصحفيين للاستثمار في هذا

<sup>1</sup> المرجع نفسه، المادة 04،ص02.

<sup>2</sup> المرجع نفسه، المادة 14،ص04.

المجال إضافة إلى منحه هامش من الحرية، لكنها بالمقابل لم تتنازل عن مراقبتها، و هذا ما ساهم في تنوع مضامينها و مجالاتها. و يمكن إجمال هذا التنوع من ناحية الشكل و المضمون في ثلاث أنواع من الصحف هي :

أ. **صحافة القطاع العام:** و هي تعبر عن الصحف التابعة للقطاع العام و التي تكون تحت سيطرة الدولة، و التي بدورها يمكن تصنيفها إلى ثلاث أنواع :

– **صحافة الدولة:** و هي الصحف العمومية ممثلة في صحف "المجاهد" و "الشعب" و "الجمهورية" و "النصر".

– **صحافة حزب جبهة التحرير الوطني:** و تمثلها جريدة المجاهد الناطقة بالعربية و هي اللسان المركزي للحزب، و اسبوعية الثورة الإفريقية Révolution Africaine الناطقة بالفرنسية.

– **صحافة المنظمات الجماهيرية التابعة لجبهة التحرير الوطني:** مثل مجلة "الوحدة" للاتحاد الوطني للشبيبة الجزائرية، "مجلة الجزائرية" و هي مجلة الاتحاد العام للنساء الجزائريات، و مجلة "الثورة و العمل" و هي مجلة الاتحاد العام للعمال الجزائريين.

و قد تأثرت هذه الصحف و المجالات مجتمعة بشكل كبير في عهد التعددية، حيث هجرها الصحفيون إلى الصحف الحزبية الجديدة و الصحف المستقلة، كما تدنت مقروئيتها بشكل ملحوظ بعد توجه القراء إلى الصحف الجديدة بسبب جرأتها في معالجة موضوعات كانت بمثابة المحرمات في عهد الحزب الواحد.<sup>1</sup>

## ب. الصحافة التابعة للأحزاب:

تعتبر الصحافة الحزبية من عائلة صحف الرأي، كما تعرف بالصحف الملتزمة، و مهمتها الأولى الدفاع عن حزب معين او مذهب معين، نشاطها يتمثل في تزويد الناس و الرأي العام بكل ما يتعلق

<sup>1</sup> محمد شطاح، "الصحافة الجزائرية من الأزمة الأمنية إلى المصالحة الوطنية"، مجلة المعيار، المجلد 7، العدد 14، جامعة الأمير عبد القادر للعلوم الاسلامية، قسنطينة، الجزائر، 2007، ص 469، 470. متاح عبر الرابط التالي: <https://www.asjp.cerist.dz/en/downArticle/90/7/14/16354>، تاريخ التحميل: 2018/11/14.

ببرامجها أو مشاريعها سواء كانت سياسية أو غيرها. و هدفها الرئيسي هو جلب أكبر عدد من الناس والدعاية لأفكار حزبها. و لقد استطاعت الأحزاب الكبرى في الجزائر أن تصدر جريدة واحدة على الأقل و كلها تقريبا أسبوعية باللغة العربية أو اللغة الفرنسية أو الأمازيغية قصد شرح برامجها و حشد الرأي العام تجاه مشاريعها السياسية.<sup>1</sup>

### ج. الصحافة التابعة للقطاع الخاص (المستقلة):

اتجه العديد من الصحفيين بعد فتح مجال الصحافة المكتوبة إلى إنشاء العديد من العناوين تعبيرا عن رغبتهم في عمل إعلامي حر، و هكذا شهدت الجزائر في بداية التسعينات عشرات العناوين التي تميزت بتنوعها من حيث الصدور (يوميات، أسبوعيات...)، و من حيث المضمون (سياسية، اقتصادية، فنية، رياضية...)، و من حيث اللهجة (مهادنة، انتقادية...)، و من حيث أسماء العناوين التي جسدت في معظمها طموحات الصحفي الجزائري في إعلام حر يخدم الوحدة الوطنية و تطلعات الجماهير إلى إعلام موضوعي. و هكذا نجد عناوين مثل: الوطن، السلام الحرية... الخ.<sup>2</sup> و على عكس هذا الإنفتاح الإعلامي الذي شهدته هذه المرحلة خاصة مع تدعيم الصحافة الناشئة والتي سمحت و لأول مرة بالتعبير الإعلامي إلى حد كبير اهتمامات أغلبية الشعب الجزائري و تطلعاته سواء من ناحية التنوع في المضامين، أو اللغات أو الأفكار. تحول فيما بعد إلى شبه انسداد إعلامي مع بؤادر الأزمة السياسية الخطيرة التي طفت على السطح صيف 1991 وتجدرت في الشتاء الموالي. و هو ما أمكن اعتباره إيذانا بمرحلة جديدة في تاريخ الصحافة الجزائرية التي ميزها الحجز، التعليق، التهديد، والإغتيال وسط هيمنة إعلامية فرانكوفيلية\* - علمانية ومشاكل مهنية كبيرة.<sup>3</sup>

عرفت الفترة الثانية من مرحلة التعددية و التي امتدت من سنة 1992 إلى غاية سنة 1998 تقهقرا في حرية الراي و التعبير و النشاط الإعلامي بشكل عام. حيث كانت بداية هذه الفترة مع

<sup>1</sup> الياس طلحة، "تاريخ الصحافة المكتوبة في بلدان شمال افريقيا (ليبيا، تونس، الجزائر، المغرب)"، مجلة المعارف للبحوث و الدراسات التاريخية، المجلد 3، العدد 6، جامعة حمد لخضر، الوادي، الجزائر، 2017، ص 187. متاح عبر الرابط التالي: <https://www.asjp.cerist.dz/en/downArticle/111/3/6/37022>، تاريخ التحميل: 2018/11/14.

<sup>2</sup> محمد شطاح، مرجع سابق، ص 470، 471.

<sup>3</sup> فضيل دليو، مرجع سابق، ص 223.

\* الفرانكوفيلية: تعني حب و تقدير النخب في مستعمرات فرنسا السابقة كالجزائر لفرنسا و ثقافتها و تاريخها و لغاتها و أدبها و مجتمعا و تطورها.

استقالة الرئيس الشاذلي بن جديد في 11 جانفي 1992 وإلغاء الدور الثاني من الانتخابات التشريعية التعددية ومجيء المجلس الأعلى للدولة في 14 جانفي 1992 وإعلان حالة الطوارئ في 9 فبراير 1992 فاغتيال الرئيس محمد بوضياف في 29 جوان 1992، كل هذه المستجدات انعكست سلبا على قطاع الإعلام، حيث بدا واضحا هيمنة السلطة السياسية على الصحافة خاصة المكتوبة بحجة استرجاع هبة الدولة وذلك عن طريق اقتحام عناصر الأمن لمقرات الصحف واعتقال الصحفيين وتوقيف الصحف عن الصدور بقرار من وزارة الداخلية. و جاء إلغاء المجلس الأعلى للإعلام بمقتضى المرسوم رقم 93-13 المؤرخ في 26 أكتوبر 1993 ليزيد من تعقد الوضع، وهو الإلغاء الذي اعتبره البعض بمثابة إلغاء لقانون الإعلام في حد ذاته وذلك بالنظر إلى المهام والمسؤوليات الموكلة له، وبذا يكون قد دشن لفترة التراجع والتقهقر.<sup>1</sup>

إن تدهور الوضع الأمني و انتشار ظاهرة الإرهاب و زيادة عمليات الاغتيال و الجرائم والنهب و التخريب ، جعل وزارة الداخلية تصدر قرارا وزاريا في 7 يونيو 1994 و المتعلق بالإعلام الأمني وبالرقابة المسبقة في المطابع الأربع التي تمتلكها الدولة ، و هو ما قيد وسائل الإعلام وضاعف السيطرة الحكومية عليها. كما نص القرار على التزام الصحف ووسائل الإعلام بعدم نشر وإذاعة أي أنباء أو معلومات عن العنف السياسي وعن النشاط الأمني والعمليات العسكرية إلا من خلال البيانات الرسمية التي تديعها وزارة الداخلية باعتبارها المصدر الوحيد المأذون له، و يضيف القرار المشار إليه ضرورة التزام الصحفيين والصحف و الناشرين جميعا بالتوصيات المحددة التالية " خدمة لمصالح البلاد العليا والتقليل من حجم التأثير النفسي للعمليات الإرهابية المسلحة وحفاظا على الروح المعنوية للشعب الجزائري ووضع مثل هذه

<sup>1</sup> نجوش صبيحة، "تطور السياسة الإعلامية في الجزائر في ظل التعددية السياسية 2015 - 1990"، مجلة العلوم الإنسانية والاجتماعية، العدد 23، جامعة قاصدي مرباح ، ورقلة، الجزائر ، مارس 2016، ص 63، 62. متاح عبر الرابط التالي: <https://dspace.univ-ouargla.dz/jspui/bitstream/123456789/10541/1/S2305.pdf> تاريخ

الانباء في الصفحات الداخلية و عدم إظهارها في الصفحات الأولى<sup>1</sup>.

أدى هذا الوضع الذي عاشته الجزائر إلى التفكير في قانون جديد للإعلام نظرا للتحويلات التي عرفت الساحة الإعلامية وكذا التحويلات الدولية في مجال الإعلام. وكانت البداية بتعليمة الرئيس اليامين زروال المؤرخة في 13 نوفمبر 1997 و التي جاءت لغرض استكمال البناء المؤسساتي للدولة و الانفتاح و التقرب من قطاع الإعلام، و محاولة تغيير طبيعة الممارسة المهنية في الجزائر.

و تم تحضير هذه التعليمة من قبل لجنة تم إنشاؤها بتاريخ 11 سبتمبر 1997، و كان الغرض منها جمع الاقتراحات المنبثقة عن مناقشات رجال الإعلام الذين اجتمعوا لتقديم تقرير يتضمن ملاحظاتهم حول نص الإعلان عنها و الذي تم في شكله النهائي بتاريخ 13 نوفمبر 1997، حيث تضمنت هذه التعليمة المحاور الرئيسية التالية:<sup>2</sup>

- أهمية الاتصال في ظل العصرية.
- مكانة و موقع الجزائر أمام التطور التكنولوجي للاتصال.
- شروط و ظروف الاستجابة لمعالم و مقاييس الديمقراطية.
- السياسة الإعلامية الواجب اتباعها بالنظر إلى التحويلات السريعة التي تعرفها الجزائر.

ركزت كذلك على نقطتين رئيسيتين وهما: الحق في الإعلام وحرية الرأي والتعبير ومبدأ الخدمة العمومية، واتبعت بعد ذلك بالمشروع التمهيدي لقانون الإعلام لسنة 1998 والذي جاء كمحصلة لعملية التشاور بين رجال الإعلام والقانون والمثقفين والمختصين. وأهم ما ميز هذا المشروع هو تقديمه لأول مرة لمصطلح الاتصال السمعي البصري بعدما كانت القوانين السابقة تعتبره مجرد سند إذاعي

<sup>1</sup> مُجد قيراط، "حرية الصحافة في ظل التعددية السياسية في الجزائر"، مجلة جامعة دمشق، المجلد 19، العدد (3،4)، جامعة دمشق، دمشق، سوريا، 2003، ص137. متاح عبر الرابط التالي:

التحميل: 2018/11/11، <http://www.damascusuniversity.edu.sy/mag/human/images/stories/1105.pdf> تاريخ

<sup>2</sup> نور الدين تواتي، الصحافة المكتوبة و السمعية البصرية في الجزائر، ط1، دار الخلدونية للنشر و التوزيع، الجزائر، 2008، ص43.

أوصوتي أو تلفزي يمارس من خلاله الحق في الإعلام، فالمادة الأولى منه نصت على: "يكفل القانون الحالي حرية الصحافة والاتصال السمعي البصري"، بينما أشارت المادة 28 منه إلى إمكانية فتح القطاع أمام الخواص حيث نصت على أنه "يمكن للمؤسسات العمومية للبث الإذاعي المسموع والمرئي أن تفتح رأسمالها في إطار الشراكة مع مؤسسات متخصصة تابعة للقطاع الخاص وفقا للتشريع المعمول به. وحسب الكثير من الباحثين في مجال الإعلام الجزائري كان بإمكان هذا المشروع إحداث نقلة نوعية في الانفتاح الإعلامي في الشق المتعلق بالسمعي البصري، غير أن تقليص الرئيس زروال لعهدته الرئاسية وإجراء انتخابات رئاسية مسبقة حال دون رؤية القانون الجديد النور حيث جمد من طرف البرلمان وتحديدًا مجلس الأمة بحجة الخلط التشريعي بين قطاع الإعلام وقطاع الإشهار.<sup>1</sup>

<sup>1</sup> رمضان بلعمري، "القطاع السمعي البصري في الجزائر، إشكالات الانفتاح"، مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماجستير، كلية العلوم السياسية والإعلام، جامعة الجزائر 3، الجزائر، 2012، ص 26، 29.

## ثانيا: دخول الإنترنت إلى الجزائر :

ترجع البدايات الأولى لولوج الإنترنت للجزائر لشهر مارس من سنة 1993 من خلال مركز الكتاب في الإعلام العلمي و التقني (CERIST)\*، حيث عرفت الجزائر منذ ذلك الحين تقدما تدريجيا نحو تبني الإنترنت و تعميمها، حيث بدأ اول اتصال بالإنترنت عن طريق إيطاليا بسرعة بسيطة جدا تقدر بـ 9.6 Ko، ليتم بعد ذلك رفع سرعة الخط ليصل إلى 64 Ko في سنة 1996.<sup>1</sup> و وصلت سرعة الخط في سنة 1996 إلى 64 ألف حرف في الثانية يمر عن طريق العاصمة الفرنسية باريس، ولتم في نهاية سنة 1998 ربط الجزائر بواشنطن عن طريق القمر الصناعي بقدرته تصل إلى 1 ميغابايت في الثانية لترتفع قدرة الإنترنت في الجزائر في شهر مارس من سنة 1999 إلى 2 ميغابايت في الثانية. و تم إنشاء أكثر من 30 خطا هاتفيا جديدا من خلال نقاط الوصول التابعة للمركز و المتواجدة عبر مختلف ولايات الوطن (الجزائر العاصمة، قسنطينة، سطيف، ورقلة، وهران، تلمسان...) و المربوطة بنقطة خروج وحيدة هي الجزائر العاصمة.<sup>2</sup>

قدر عدد الهيئات المشتركة في الإنترنت سنة 1996، -أي بعد سنتين من دخول الإنترنت إلى الجزائر - بحوالي 130 هيئة، وفي سنة 1999، قدر عدد الهيئات المشتركة في الشبكة بـ 800 هيئة، منها 100 في القطاع الجامعي، 50 في القطاع الطبي، 500 في القطاع الاقتصادي و 150 في القطاعات الأخرى، وفي نفس السنة أي 1999، كان لمركز البحث في الإعلام العلمي والتقني حوالي 3500 مشترك، ولأن هناك تباين كبير بين عدد المشتركين ومستعملي الإنترنت في الجزائر نظرا لانخفاض نسبة الاشتراك الفردي بالمقارنة مع نسبة اشتراك الهيئات (مقاهي الإنترنت، ميدياتيك، مؤسسات...) بسبب ارتفاع تكلفة الربط بالشبكة، فإنه يمكن تقدير أن هناك حوالي 180 ألف مستعمل للإنترنت

<sup>1</sup> نجلاء احمد، الإعلام التوظيفي، ط1، دار المعتر للنشر و التوزيع، القاهرة، مصر، 2017، ص323.

مركز البحث في الإعلام العلمية و التقنية، CERIST :Centre de Recherche et d'information Scientifique et Technique

<sup>2</sup> بختي ابراهيم، الإنترنت في الجزائر، مجلة المعلومات العلمية و التقنية (RIST)، المجلد 12، العدد 2، مركز البحث في الإعلام العلمي

و التقني، الجزائر، ص23. متاح عبر الرابط التالي: <https://revues.univ->

[ouargla.dz/images/banners/ASTimages/elbahithimages/BAHIN01/R0103.pdf](https://revues.univ-ouargla.dz/images/banners/ASTimages/elbahithimages/BAHIN01/R0103.pdf)، تاريخ

التحميل: 2018/11/11.



حوالي 50 مستعمل لكل اشتراك يمثل هذا العدد نسبة أكبر بقليل من 01 في الألف من عدد مستعملي الإنترنت في العالم.<sup>1</sup>

لم تتوقف طاقة الربط بشبكة الإنترنت عند الأرقام السابقة، فمع زيادة عدد المشتركين في شبكة الإنترنت زاد مركز البحث في الإعلام العلمي والتقني "Cerist" من طاقته إلى 5 ميغابايت في الثانية وسعت الشركة الخاصة Gecos إلى مضاعفة قدرة ربطها كذلك، وعلى مستوى المؤسسات الرسمية صادقت الحكومة على مرسوم تنفيذي رقم 25 المؤرخ في 25 أوت 1998، حدد هذا المرسوم شروط الاستثمار في ميدان الإنترنت حيث سمح بإنشاء موزعين وسطاء خواص على غرار مركز البحث في الإعلام العلمي والتقنيين Cerist ، وهم Gecos ، Benetwork ، Solinet ، Cosnet ، وبهذا يتم رفع احتكار الدولة.<sup>2</sup>

كان قطاع تكنولوجيا المعلومات والاتصالات في الجزائر محكوماً بأحكام تستند إلى احتكار الدولة ، سواء للخدمات البريدية أولاتصالات .وقد أوجد هذا النظام بعض القيود ، بما في ذلك إدارة إجراءات مرهقة إلى حد ما ، وعدم المنافسة وعدم كفاية القدرة على التمويل الذاتي .وقد أدى ذلك إلى تأخير كبير في نشر خدمات الإنترنت ، حيث دفعت هذه النقائص الدولة الجزائرية إلى إجراء إصلاح قانوني ومؤسسي للقطاع من خلال توفير إطار تنظيمي وتشريعي فعال يعزز المنافسة وفتح السوق ، ويوفر خدمة عالية الجودة و بسعر معقول في جميع أنحاء البلاد وفتح القطاع على الاقتصاد العالمي.<sup>3</sup>

تمت في سنة 1999 مباشرة إعادة هيكلة قطاع البريد و المواصلات السلكية واللاسلكية ، وتجدد ذلك سنة 2000، من خلال القانون 03-2000، المتضمن القواعد العامة المتعلقة بالبريد وبالمواصلات السلكية واللاسلكية، حيث تم، بموجب هذا القانون إنشاء مؤسستين عموميتين، "بريد

<sup>1</sup> المرجع نفسه، ص 24 .

<sup>2</sup> جمال بوعجيمي و بلقاسم روان، "الصحافة الإلكترونية في الجزائر: واقع و آفاق"، ورقة مقدمة في مؤتمر صحافة الإنترنت، جامعة الشارقة، 22، 23 نوفمبر 2005، ص 18. متاح عبر الرابط التالي:

<https://www.mobt3ath.com/uplode/book/book-1660.pdf>، تاريخ التحميل: 20/11/2018.

<sup>3</sup> "La Rédaction," Pourquoi Internet ne se développe pas comme il faut en Algérie ?, Algérie part, 23/01/2018, Available sur le lien : <https://algeriepart.com/2018/01/23/internet-ne-se-developpe-faut-algerie/> , Retrieved at: 27/12/2018.

الجزائر" و "اتصالات الجزائر"، بغية إنعاش هذين الفرعيين من القطاع، وإخضاعهما لقواعد المردودية الاقتصادية و للمتطلبات التجارية من أجل نوعية خدمة تنافسية، مع المشاركة في بناء الاقتصاد الوطني<sup>1</sup>.

قام مركز البحث و الإعلام العلمي و التقني **CERIST** بتوسيع سعة الخط الذي يربطه بمزوده في الو.م.أ الى 01 ميغابايت/ثا. و كذا 20 نقطة وصول جديدة إلى الإنترنت مع إنشاء 43 خط رئيسي مخصص لقطاع التعليم و البحث . في 2003 بداية **ADSL** بمساهمة مجمع **PEEPAD** و **AlgerieTelcom**، كما شهدت سنة 2005 تعميم الإنترنت في المدارس والجامعات و إنشاء الجامعات و عدة محركات مهمة مثل **Algerieinfo**، و **www.Algerie.dz**. و بلغ عدد النوادي 5000 نادي أنترنت.<sup>2</sup>

قدر عدد مشتري الإنترنت بالجزائر سنة 2007، 1.2 مليون مشترك بالمقارنة مع 21 مليون مالك للهاتف النقال، حيث احتلت الجزائر المرتبة 10 من حيث الدخول الى عالم الإنترنت في العالم العربي. ثم حاولت الجزائر اللحاق بالركب بتوفير خط اتصال أساسي للنت **BACKBONE** من الألياف الضوئية قدرته 04 ميغا بايت/ثا قابل للتوسعة لغاية 0444 ميغابايت/ثا حتى تستطيع مؤسسات الاتصال وموزعي خدمات النت من الارتباط بصورة أحسن بالشبكة الدولية، كما تقوم إدارة البريد والمواصلات بإقامة شبكة لتقديم خدمات النت كموزع للمؤسسات والأفراد بحيث تستهدف شبكتها كل ولايات الوطن قدرة هذه الشبكة تفوق 10.000 خط لكل 100.000 مشترك.<sup>3</sup>

سعت وزارة البريد و تكنولوجيا الإعلام و الاتصال للارتقاء بخدمة الإنترنت و زيادة معدلات تدفقها في الجزائر في شهر ديسمبر من سنة 2013 عن طريق إطلاق خدمة الجيل الثالث 3G من قبل متعاملي الهاتف المحمول "موبيليس"، "أوريدو" و "جيزي"، حيث شهدت سنة 2014 تضاعف عدد مستخدمي الجيل الثالث بشكل كبير في كافة ربوع الوطن حتى سنة 2017 أين وصل إلى أكثر من

<sup>1</sup> وزارة البريد والمواصلات السلكية واللاسلكية والتكنولوجيات و الرقمنة، متاح عبر الرابط التالي التالي: <https://www.mpt.gov.dz/ar/content/مؤشرات-تكنولوجيات-الإعلام-والاتصال، تاريخ الزيارة: 2018/12/27>.

<sup>2</sup> نسرين سعدون، "واقع الفجوة الرقمية في الجزائر"، ورقة مقدمة في المؤتمر الدولي لتكنولوجيا المعلومات الرقمية، جامعة الزرقاء، عمان، الأردن، 9-11 أكتوبر 2012، ص 10، 11. متاح عبر الرابط التالي التالي :

[http://digital.jilwan.com/digital2012/download2012.php?f=jalsa5/5\\_4.pdf](http://digital.jilwan.com/digital2012/download2012.php?f=jalsa5/5_4.pdf)، تاريخ التحميل: 15/

2018/12/

<sup>3</sup> المرجع نفسه، ص 11.

23 مليون مشترك. و في 1 أكتوبر من سنة 2016 أطلقت وزارة البريد والمواصلات السلكية واللاسلكية والتكنولوجيات و الرقمنة خدمات الجيل الرابع للهاتف النقال 4G و ذلك في إطار التحديث ونشر شبكة الاتصالات عبر كافة التراب الوطني و التوجه نحو الاقتصاد الرقمي .و الجدول التالي يمثل مؤشرات توزيع خدمات الإنترنت المقدمة من قبل متعاملي الهاتف النقال من سنة 2012 إلى غاية 2017. و هذا ما يوضحه الجدول التالي الذي يمثل مؤشرات توزيع خدمات الإنترنت المقدمة من قبل متعاملي الهاتف النقال من سنة 2012 إلى غاية 2017.

الجدول رقم (07): يمثل مؤشرات توزيع خدمات الإنترنت المقدمة من قبل متعاملي الهاتف النقال من سنة 2012 إلى غاية 2017.

المؤشرات	2012	2013	2014	2015	2016	2017
عدد الاشتراكات في الجيل الثالث للهاتف المحمول 3G		308019	8509053	16684561	25214732	23701023
عدد الاشتراكات في الجيل الرابع للهاتف المحمول					1464811	10968495
نسبة ولوج شبكة الهاتف النقال %	99.28	102,40	109,62	107,40	113.35	121.05

المصدر: (وزارة البريد والمواصلات السلكية واللاسلكية والتكنولوجيات و الرقمنة )

تتواصل عمليات الربط بشبكة الألياف البصرية في إطار عصنة البنية التحتية والخدمات بالجزائر، حيث تم ربط كل البلديات بشبكة الألياف البصرية في أواخر سنة 2017 من أجل تلبية حاجيات مستخدمي الإنترنت الجزائريين وكذا تقديم خدمة ذات نوعية، لم يتوقف النطاق الدولي عن التطور بحيث بلغ في اواخر سنة 2017 حوالي 810155 جيجابايت/ثانية. و هذا ما يوضحه الجدول التالي:

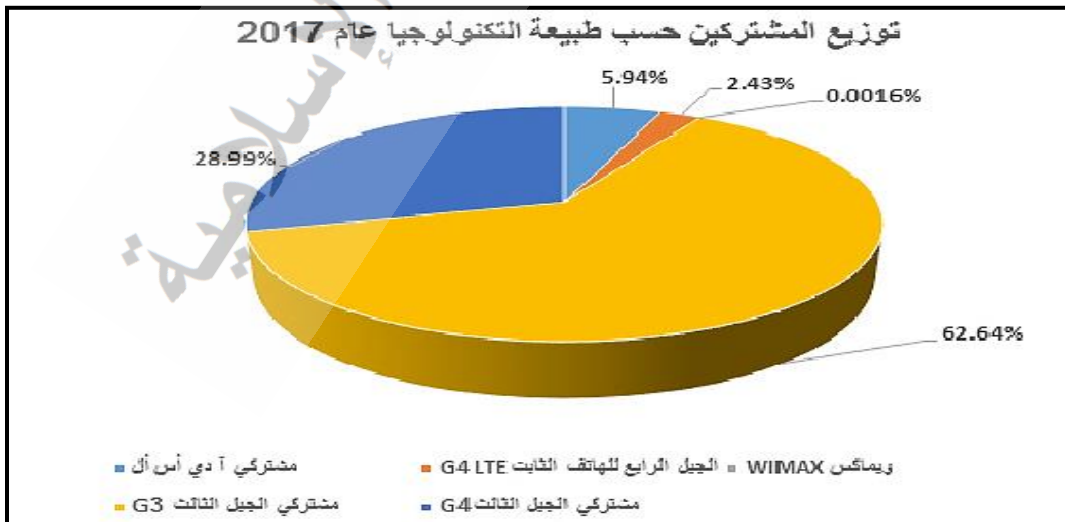
الجدول رقم (08): يمثل مؤشرات الربط بشبكة الإنترنت في الجزائر من سنة 2012 إلى غاية سنة 2017.

المؤشرات	2012	2013	2014	2015	2016	2017
طول الألياف البصرية (كم)	46231	50800	61556	70700	76.514,56	81872
عدد البلديات الموصولة بالألياف البصرية	0001	0811	2291	3211	4771	1541
عرض نطاق الإنترنت الوطنية (ميغابايت/ثانية)	000 130	021 172	000 348	000 390	--	801000
عرض نطاق الإنترنت الدولية (ميغابايت/ثانية)	448 104	000 166	000 278	155 485	150 630	81015517

المصدر: (وزارة البريد والمواصلات السلكية واللاسلكية والتكنولوجيات و الرقمنة)

بلغ عدد المشتركين شبكة الإنترنت في الجزائر 37.83 مليون في أواخر 2017، من بينهم 34 مليون مشترك في الهاتف النقال، ومن المتوقع ان يرتفع الرقم أكثر مع استخدام تكنولوجيا التدفق العالي اللاسلكي للهاتف الثابت (G4LTE).

الشكل رقم (01): يمثل التمثيل البياني لتوزيع المشتركين في الإنترنت بالجزائر حسب طبيعة التكنولوجيا لسنة 2017.



المصدر: (وزارة البريد والمواصلات السلكية واللاسلكية والتكنولوجيات و الرقمنة)

## ثالثا: بدايات الصحافة الإلكترونية في الجزائر:

أثرت الظروف التي مرت بها الجزائر على المجال الإعلامي ، خاصة ما يتعلق بكبت حرية الرأي والتعبير خاصة في تسعينيات القرن الماضي و معاقبة الصحفيين الذين يتجاوزون الحدود المنصوص عليها في قانون 1990 و الذي سمي بقانون العقوبات إلى سعي الناشرين لوجود فضاءات للتعبير الحر عن آرائهم و إسماع أصواتهم دون التعرض للمضايقات القانونية، أو الاقتصادية أو السياسية و التي تنتهي بالسجن أو تعليق الصحف و المجلات. و هو ما جعل الناشرين الخواص يسارعون في التوجه نحو النشر الإلكتروني الذي أتاحتها شبكة الإنترنت. لذا فالسبب الرئيس لإصدار الصحف على الخط بالجزائر كان هدفها إبلاغ السلطات بأن تعليق أو توقيف الصحف لا جدوى منه لأن الإنترنت مكنت المستخدمين من الاطلاع على المقالات التي تنشرها الصحف الإلكترونية و التي أصبحت وسيلة للهروب من الرقابة التي كانت مفروضة على الجرائد الورقية .

عرفت الجزائر منذ سنة 1997 نشوء علاقة بين الصحافة الوطنية والانترنت عن طريق النشر الإلكتروني، لأن إنشاء موقع على الواب لم يعد بذلك الشيء الصعب، خاصة في ظل إلغاء الاحتكار على مركز البحث العلمي والتقني أمام المزودين الخواص للإنترنت منذ سنة 2000، بالإضافة إلى المحاولات الرامية لتحسين خدمة الهاتف الثابت وتحريره من أجل تخفيض تسعيرته ، فالإجراءات اللازمة للاستفادة من موقع على شبكة الانترنت بالنسبة لأي جريدة، يتطلب من الناحية التنظيمية المرور بالمراحل التالية، وهذا استنادا إلى ميثاق التسمية والانتساب تحت اسم الميدان "DZ": سجل تجاري لكل هيئة ذات طابع تجاري، وجود مقر مركزي أو مكتب تنسيق بالجزائر، كما يجب دفع مبلغ مالي كل سنة بقيمة 1000 دج، و أخيرا الحصول على وثيقة التسجيل من أجل الحجز عند المركز الوطني للبحث العلمي.<sup>1</sup>

بدأت تجربة الصحافة الجزائرية المكتوبة مع الإنترنت نهاية 1997 مع صحيفة الوطن **El Watan**، بدأت الصحف الأخرى من الصحف الحكومية والخاصة في إنتاج نسخ إلكترونية لها فكانت بداية تعرض بصيغة **PDF** ، ثم تحولت إلى صيغة **HTML** . و من أبرز هذه الصحف: صحيفة " **Horizons** " و صحيفة المجاهد " **El Moudjahid** " التابعتان للدولة في عام

<sup>1</sup> يمينة بلعيا، "الصحافة الإلكترونية في الجزائر: بين تحدي الواقع و التطلع نحو المستقبل"، رسالة ماجستير في علوم الإعلام و الاتصال، كلية العلوم السياسية و الإعلام، جامعة الجزائر، الجزائر، أبريل 2006، ص 149، 148.

1998، و كذلك صحيفة المساء "El Massa" سنة 2000<sup>1</sup>. أما بالنسبة للصحف الخاصة فمن أبرزها: **La Tribune** و **Le Matin** عام 1998 و **La Liberté** في عام 1999. وحاليا غالبية الصحف المطبوعة لها موقع الويب الخاص بها على الإنترنت. وقد اتخذت بعض الصحف قرار إصدار التحديث على الإنترنت من الساعة العاشرة صباحا حفاظا على سوق الصحافة المطبوعة<sup>2</sup>. و للتوضيح أكثر فيما يخص تواريخ إنشاء الصحف الإلكترونية بالجزائر يمكن إجمال أهم بداياتها كما هو مبين في الجدول رقم(09).

الجدول رقم (09) يوضح تواريخ إنشاء أهم الصحف الإلكترونية الجزائرية

التاريخ إنشاء الموقع	الموقع	الصحيفة
نوفمبر 1997	<a href="http://www.elwatan.com">www.elwatan.com</a>	EL Watan
جانفي 1998	<a href="http://www.liberte-algerie.com">www.liberte-algerie.com</a>	Liberte
فيفري 1998	<a href="http://www.elyoum.com">www.elyoum.com</a>	اليوم
أفريل 1998	<a href="http://www.elkhaber.com">www.elkhaber.com</a>	الخبر
جوان 1998	<a href="http://www.ech-chaab.com">www.ech-chaab.com</a>	الشعب
جويلية 1998	<a href="http://www.elmoudjahid.com">www.elmoudjahid.com</a>	El Moudjahid
أكتوبر 1998	<a href="http://www.lematin.com">www.lematin.com</a>	Le Matin
نوفمبر 1998	<a href="http://www.lesoir.com">www.lesoir.com</a>	Le Soir D'Algerie
مارس 2000	<a href="http://www.elacil.com">www.elacil.com</a>	Al Acil

المصدر: (مُجد شطاح، قضايا الإعلام في زمن العولمة بين التكنولوجيا و الإيديولوجيا: دراسات في الوسائل و الرسائل، ص128)

يلاحظ من الجدول أعلاه رقم (09) بأن وضعية الصحافة الجزائرية الناطقة بالفرنسية في موقع متقدم مقارنة بنظيرتها العربية، التي تحتل فيها جريدة الخبر المرتبة الأولى بنسبة مقروئية 62.7%. إن

<sup>1</sup> Fatima Zohra, Taiebi Moussaoui, " Le développement de la presse électronique en Algérie : Des dispositifs aux pratiques journalistiques ",Revue L'Année du Maghreb En ligne, N°15, mis en ligne le 21 décembre 2016, Aavailable at : <http://journals.openedition.org/anneemaghreb/> , visite Le :27/12/2018.

<sup>2</sup> Ibid.

وضعية الصحافة الجزائرية الناطقة بالفرنسية تعتبر في موقع متقدم، إذ احتلت المرتبة الخامسة في مصاف الجرائد الناطقة بالفرنسية على المستوى الدولي ب 12 جريدة آنذاك. فبالرغم من الظروف التي كانت تشغل بها، 05 ميغابايت /ثا فقط مقدمة من طرف مركز البحث التقني والعلمي، لذلك كانت متأخرة في هذا المجال، مقارنة مع نظيراتها من الصحافة المغاربية:التونسية والمغربية، بقدرة 20 ميغابايت، و 16 ميغابايت/ثا على التوالي. ولأنهما هما من أقوى الجرائد في الساحة الإعلامية الجزائرية، وهي مستمرة منذ حوالي 15 سنة، ولهما شعبية واسعة وسط القراء بنسبة مقروئية 62.7% بالنسبة لجريدة الخبر وهي بذلك تحتل المرتبة الأولى.<sup>1</sup>

### رابعا:أنواع الصحف الإلكترونية الجزائرية :

شجعت البدايات الأولى للصحافة الإلكترونية بالجزائر و الإمكانيات التي يتيحها الويب إضافة إلى إلغاء القيود التي كانت تفرض عليها سابقا،الصحف المكتوبة لاستصدار دعامات إلكترونية لها، بل أن العديد من هذه الصحف استطاعت أن تدفع جمهورها لمتابعة موقعها الإلكتروني ما جعلها تحافظ على مكانتها لدى جمهورها.تعتبر أغلبية الصحف الورقية التي لها دعامة إلكترونية توفر نسخة للصحيفة على صيغة الـ PDF لتدمج بين شكل النسخة الورقية في قالب إلكتروني و هذا راجع لكون الجمهور لا يزال متعود على نسختها الورقية. في حين تستخدم صحفا أخرى صيغة الـ HTML أي أن تصفحها يكون عن طريق استخدام متصفحات الويب كـ Google Chrome و Navigateur، في حين توجد من الصحف من تدمج بين الصيغتين أي الـ PDF و الـ HTML. انطلاقا مما سبق يمكن إجمال نوعين من الصحافة الإلكترونية الجزائرية و التي أتاحتها التعامل مع تقنيات النشر الإلكتروني عبر شبكة الإنترنت.

### I. الصحف الإلكترونية المكملة للطبعة الورقية :

عمدت الكثير من الصحف الجزائرية إلى النشر الإلكتروني، مع المحافظة على الطبعة الورقية من أجل الحفاظ على مكانتها في عالم النشر الإلكتروني، و تحقيق انتشار ورواج أكبر للصحيفة الورقية، وهي بذلك تستفيد من عاملين لمضمون واحد، و تواكب عصر التقنية الحديثة المعتمد على الواب بصيغة

<sup>1</sup> يمينة بلعليا، مرجع سابق،ص163.

النشر الإلكتروني، بهدف كسب قراء جدد ممن هم من مستخدمي الانترنت في كل مكان، داخل الجزائر وخارجها، والتنقل في هذا العالم الإلكتروني بمنافسة مثيلاتها من الصحافة الدولية، لهذا نجد أن معظم العناوين الإعلامية والتي تقدر ب 119 عنوان إعلامي، وأكثر من 46 صحيفة يومية تعتمد في غالبيتها على النشر الإلكتروني كوسيلة لتوزيع مضمونها بدور تكميلي للنسخة المطبوعة.<sup>1</sup> و هذا ما يوضحه كل من الجدول رقم (10) و (11) و (12) و التي تمثل توزيع الصحف الإلكترونية حسب نوعها .

الجدول رقم (10) يوضح توزيع الصحف الورقية المتواجدة على الخط و الناطقة باللغة العربية

الموقع الإلكتروني	عنوان الصحيفة
<a href="http://www.elkhabar.com/">http://www.elkhabar.com/</a>	الخبر
<a href="http://www.akhersaa-dz.com/">http://www.akhersaa-dz.com/</a>	آخر ساعة
<a href="http://www.ech-chorouk.com/">http://www.ech-chorouk.com/</a>	الشروق اليومي
<a href="http://www.ech-chaab.com/">http://www.ech-chaab.com/</a>	الشعب
<a href="http://www.El-bilad.com/">http://www.El-bilad.com/</a>	البلاد
<a href="http://www.al-fadjr.com/">http://www.al-fadjr.com/</a>	الفجر
<a href="http://www.an-nasr.com/">http://www.an-nasr.com/</a>	النصر
<a href="http://www.djazairnews.net/">http://www.djazairnews.net/</a>	الجزائر نيوز
<a href="http://www.elkhabar.com/hawadeth">http://www.elkhabar.com/hawadeth</a>	حوادث الأخبار
<a href="http://www.sawtalahrar.net/">http://www.sawtalahrar.net/</a>	صوت الاحرار
<a href="http://www.elyoum.com/">http://www.elyoum.com/</a>	اليوم
<a href="http://www.elacil.com/">http://www.elacil.com/</a>	الأصيل
<a href="http://www.el-massa.com/">http://www.el-massa.com/</a>	المساء

المصدر: (جمال بوعجيمي و بلقاسم روان، "الصحافة الإلكترونية في الجزائر: واقع و آفاق"، ص30)

<sup>1</sup> المرجع نفسه، ص150.



الجدول رقم (11) يوضح توزيع الصحف الورقية المتواجدة على الخط و الناطقة باللغة الفرنسية

عنوان الصحيفة	الموقع الإلكتروني
El Moudjahid	<a href="http://www.el-moudjahid-dz.com/">http://www.el-moudjahid-dz.com/</a>
El Watan	<a href="http://www.elwatan.com">http://www.elwatan.com</a>
Horizons	<a href="http://www.horizons-dz.com/">http://www.horizons-dz.com/</a>
Infosoir	<a href="http://www.infosoir.com/">http://www.infosoir.com/</a>
ITMAG	<a href="http://www.itmag-dz.com/">http://www.itmag-dz.com/</a>
L'Authentique	<a href="http://www.lauthentiquedz.com">http://www.lauthentiquedz.com</a>
L'Echo d'Oran	<a href="http://www.echo-oran.com">http://www.echo-oran.com</a>
L'Expression	<a href="http://www.lexpressiondz.com">http://www.lexpressiondz.com</a>
La Dépêche de Kabylie	<a href="http://www.depechedekabylie.com">http://www.depechedekabylie.com</a>
La Nouvelle République	<a href="http://www.lanouvellerepublique.com">http://www.lanouvellerepublique.com</a>
La Tribune	<a href="http://www.latribune-online.com">http://www.latribune-online.com</a>
Le Buteur	<a href="http://www.lebuteur.com">http://www.lebuteur.com</a>
Le Courrier d'Algérie	<a href="http://www.lecourrierdalgerie.com">http://www.lecourrierdalgerie.com</a>
Le Jeune Indépendant	<a href="http://www.jeune-independant.com">http://www.jeune-independant.com</a>
Le jour d'Algérie	<a href="http://www.lejourdalgerie.com">http://www.lejourdalgerie.com</a>
Le Maghreb	<a href="http://www.lemaghrebdz.com">http://www.lemaghrebdz.com</a>
Le Quotidien d'Oran	<a href="http://www.lequotidien-oran.com">http://www.lequotidien-oran.com</a>
Le Soir d'Algérie	<a href="http://www.lesoirdalgerie.com">http://www.lesoirdalgerie.com</a>
Les Débats	<a href="http://www.lesdebats.com">http://www.lesdebats.com</a>
Liberté	<a href="http://www.liberte-algerie.com">http://www.liberte-algerie.com</a>

المصدر: (جمال بوعجيمي و بلقاسم روان، "الصحافة الإلكترونية في الجزائر: واقع و آفاق"، ص31)

## II. صحف إلكترونية ليست لها دعامة ورقية:

تعرف بكونها عبارة عن الصحف المتواجدة على الخط و التي لا نجد لها دعامة ورقية. فمحتواها متاح فقط عبر الويب ، حيث تتميز بكون محتواها و طبعاتها و توزيعها و إشهارها إلكترونية .و يمكن إبراز هذا النوع من الصحف حسب ما يوضحه الجدول التالي:

جدول رقم (12) يوضح توزيع الصحف التي لها دعامة إلكترونية فقط

العنوان	الموقع الإلكتروني
Algéria-watch	<a href="http://www.algeria-watch.de">http://www.algeria-watch.de</a>
Algéria-Interface	<a href="http://www.algeria-interface.com">http://www.algeria-interface.com</a>
Le souk	<a href="http://www.lesouk.org">http://www.lesouk.org</a>
La grande Kechfa	<a href="http://www.elkechfa.com">http://www.elkechfa.com</a>
Auto Algérie	<a href="http://www.autoalgerie.com">http://www.autoalgerie.com</a>

المصدر: (جمال بوعجمي و بلقاسم روان، "الصحافة الإلكترونية في الجزائر: واقع و آفاق"، ص 29)

### خامسا: مؤشرات تطور الصحف الإلكترونية الجزائرية :

أقر تقرير للوكالة الفرنسية للتعاون والمساعدة من أجل تنمية وسائل الإعلام CFI Développement Médias<sup>1\*</sup> بعنوان بانوراما لوسائل الإعلام عبر الإنترنت Panorama des médias en ligne، بأن عدم نجاح الصحف الإلكترونية يتعلق في المقام الأول بعدم قدرة وسائل الإعلام التقليدية على التكيف مع الويب واستغلال الفرص التي يوفرها. لذا لكي تتمكن الصحف الورقية من التواجد عبر الإنترنت بنسخ إلكترونية يجب عليها الحفاظ على قرائها. و قدم هذا التقرير ملخصا عن الإعلام الإلكتروني الجزائري عبر الإنترنت و الذي يرى بأنه لا يزال يعاني من نقائص وتحديات عديدة تشمل الجانب المهني ، كما يرى التقرير بأن هناك مجموعة من المؤشرات التي تبين بأن الإعلام الإلكتروني بالجزائر و على وجه الخصوص الصحافة الإلكترونية قادر على تجاوز هذه العراقيل مستقبلا . و يمكن تلخيص المؤشرات التي جاء به التقرير حول تطور الصحافة الإلكترونية بالجزائر في :

\* CFI Développement Médias : و هي اختصار لـ France Médias Monde Développement

Médias و هي شركة فرنسية تمولها وزارة الشؤون الخارجية الفرنسية و التي تعنى بمهمة تنفيذ سياستها لدعم تطوير وسائل الإعلام العامة والخاصة ، وبشكل عام للقطاع السمعي البصري في البلدان التي تحتاج مساعدات تنمية في المجال الإعلامي.

## 1. السمعة التي تمتلكها المواقع الصحفية :

جاء في تصنيف أليكسا \* Alexa بأن هناك هيمنة إعلامية شبكة من المواقع اليومية الجزائرية باللغة العربية و المتواجدة عبر شبكة الإنترنت ، و تتمثل هذه الصحف الإلكترونية في كل من الشروق، الخبر، و النهار، و هذا ما يعكس السمعة التي تمتلكها صحفها الورقية . كما يعكس تصنيف اليكسا أيضا هيمنة وسائل الإعلام باللغة العربية على الفرنكوفونية ، و هذا راجع لتراجع التعامل مع اللغة الفرنسية في المجتمع الجزائري ، حيث احتلت صحيفة الوطن الإلكترونية المرتبة الرابعة في التصنيف بعد الصحف الناطقة بالعربية السابقة الذكر.<sup>1</sup>

## 2. إضفاء الطابع المؤسسي على الصحافة الإلكترونية:

أقر القانون العضوي رقم 12-05 و المتعلق بالإعلام في بابه الخامس و المعنون بـ "وسائل الإعلام الإلكترونية" الوجود القانوني و الرسمي لهذا النوع من الصحافة أي الصحافة الإلكترونية ، حيث عرفها في المادة 67 منه بكونها عبارة عن : " كل خدمة اتصال مكتوب عبر الإنترنت موجهة للجمهور أو فئة منه ، و ينشر بصفة مهنية من قبل شخص طبيعي أو معنوي يخضع للقانون الجزائري ". كما أكدت المادة 73 من ذات القانون على أن مهنة الصحفي تنطبق أيضا على الذي " يجمع و ينتقي و يعالج و يقدم الخبر لدى وسيلة إعلام عبر الإنترنت".<sup>2</sup>

<sup>1</sup> Giacobino Laurent, " Panorama des médias en ligne. Algérie, Égypte, Jordanie, Liban, Maroc, Palestine, Syrie, Tunisie, Paris", CFI médias, rapport en ligne consulté le 31/05/2016,p16, Disponible sur : [http://www.cfi.fr/sites/default/files/panorama-medias-version-longue-BD\\_5.pdf](http://www.cfi.fr/sites/default/files/panorama-medias-version-longue-BD_5.pdf) , Retrieved at: 27/12/2018.

\* Alexa: موقع إلكتروني يعنى بتحليل البيانات و تحويلها إلى إحصاءات دقيقة لملايين من مستخدمي الإنترنت عن طريق منهجية الجمع بين المتوسط التقديري لزوار الموقع والعدد التقديري لمرات مشاهدة الصفحة خلال ثلاث أشهر ، و هو ما يتيح قياس كيفية تصنيف موقع الويب في بلد معين بالنسبة إلى المواقع الأخرى على مدار الشهر الماضي. و هو متاح عبر الرابط التالي:

<https://www.alexa.com>

<sup>2</sup> الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية، " الجريدة الرسمية الجزائرية: القانون العضوي المتعلق بالإعلام رقم 12-05"، المادة 67 والمادة 73، ص28.

### 3. مدى استغلال أشكال الكتابة الإلكترونية :

لم تتغير مواقع بعض الصحف اليومية خلال عشرة أو خمسة عشر عامًا من ناحية تصميمها و هذا ما يؤكد أنه لا يوجد وعي بأن الويب هو مستقبل الصحافة فلا يزال الصحفيون والناشرون متشبثين بالورق ، خاصة وأن 90٪ من الصحف الورقية لا تزال إلى غاية اليوم بفضل الدعم الحكومي غير المباشر من خلال الإعلانات.<sup>1</sup> فمعظم الصحف الجزائرية المتواجدة عبر الخط غير قادرة بعد على استغلال أشكال التحرير الإلكتروني الذي تتيحه شبكة الإنترنت و التي يميزها توظيف الوسائط المتعددة و الوسائط الفائقة ،لذا يغلب عليها الطابع أو قالب التقليدي المتبع في تحرير الصحف المكتوبة ما يجعل الموقع الصحفي منغلق على ذاته في نمط خطي و غير مدعم بروابط تربطه بصفحات أخرى مرتبطة بمحتوى الصفحة الحالية للصحيفة و هذا ما يشكل تحديا لهذه الصحف في بيئة تشهد انفجار معلوماتي و انفتاح على المصادر.

### 4. تنوع محتويات الصحف الإلكترونية :

أدت إعادة تشكيل المشهد المعلوماتي من خلال ظهور هيئات إلكترونية ومواقع معلومات جديدة. في الجزائر لتنوع أنماط الدعم والمحتويات العامة أو الموضوعاتية. حيث نجحت الصحافة الإلكترونية المتخصصة والمتنوعة في تنوع وسائل الإعلام التقليدية. ومع ذلك، لا يوجد أي وكالة قادرة على توفير إحصائيات عن عدد الزوار أو القراء و تقييماتهم لهذه المواقع.<sup>2</sup>

### 5. التحدي المتزايد لحرية الصحافة الإلكترونية:

دفع تزايد ظهور العناوين الصحفية عبر الإنترنت ، إلى تزايد عدد قرائها من مستخدمي الإنترنت و هذا ما أدى إلى عدم قدرتها على السيطرة و التحكم في هذا الكم الهائل من زوار موقعها الإلكتروني والاطلاع على مضامينها. و من جهة أخرى فهي تواجه تحدي حرية معالجة المواضيع المختلفة دون قيود تفرض من قبل الدولة خاصة و ان هذه الاخيرة تجبر الصحفيين في هذه الصحف الإلكترونية و المدونين

<sup>1</sup> Giacobino Laurent, Op.cit.

<sup>2</sup> Aissa Merah, " La quête d'identité professionnelle des journalistes de la presse en ligne en Algérie : Pratiques, compétences et profils ", L'Année du Maghreb [En ligne], n°15 , mis en ligne le 21 décembre 2016, Available at: <http://journals.openedition.org/anneemaghreb/2880> ,Retrieved at:27/12/2018.

و غيرهم إلى القيام بالرقابة الذاتية و هذا حسب ما جاء به تقرير منظمة مراسلون بلا حدود لسنة 2012.

و يمكن إجمال الصعوبات التي تواجهها الصحافة الإلكترونية في الجزائر -بالإضافة للتحديات السابقة الذكر- في:<sup>1</sup>

- عدم وجود قاعدة مستخدمين واسعة للإنترنت، فلا يزال المجتمع الجزائري لم يعتد بعد على هاته التقنية الفعالة الناقلة للمعلومة.

- قلة المضامين الإلكترونية في ظل ضعف التكوين المعلوماتي، فالاستفادة من مضامين الصحافة الإلكترونية يعني معرفة تقنيات الإبحار في الإنترنت.

- تنامي قرصنة المواقع الإلكترونية، وذلك في ظل غياب تأطير قانوني يحمي الناشر على الإنترنت، فجريدة الوطن تعرضت لهجوم من قرصنة الإنترنت، وقام قراءها بتبنيها بعدم قدرتها على الاستفادة من المواقع.

- غياب الثقافة الإعلامية المزدوجة لدى الفرد الجزائري، بسبب حداثة التجربة الإعلامية في الجزائر ومشكلة اللغة، لأن الصحف الإلكترونية المحضة و التي ليس لها دعامة ورقية كلها تنتشر باللغة الأجنبية.

- غياب الإطار القانوني للصحافة الإلكترونية في الجزائر، و ذلك نظرا لحداثتها وسرعة تطورها.

- سياسة الإشهار الإلكتروني في الجزائر و التخوف الذي يصحب أصحاب المال الأعمال، وذلك لنقص معرفتهم بهذا المجال.

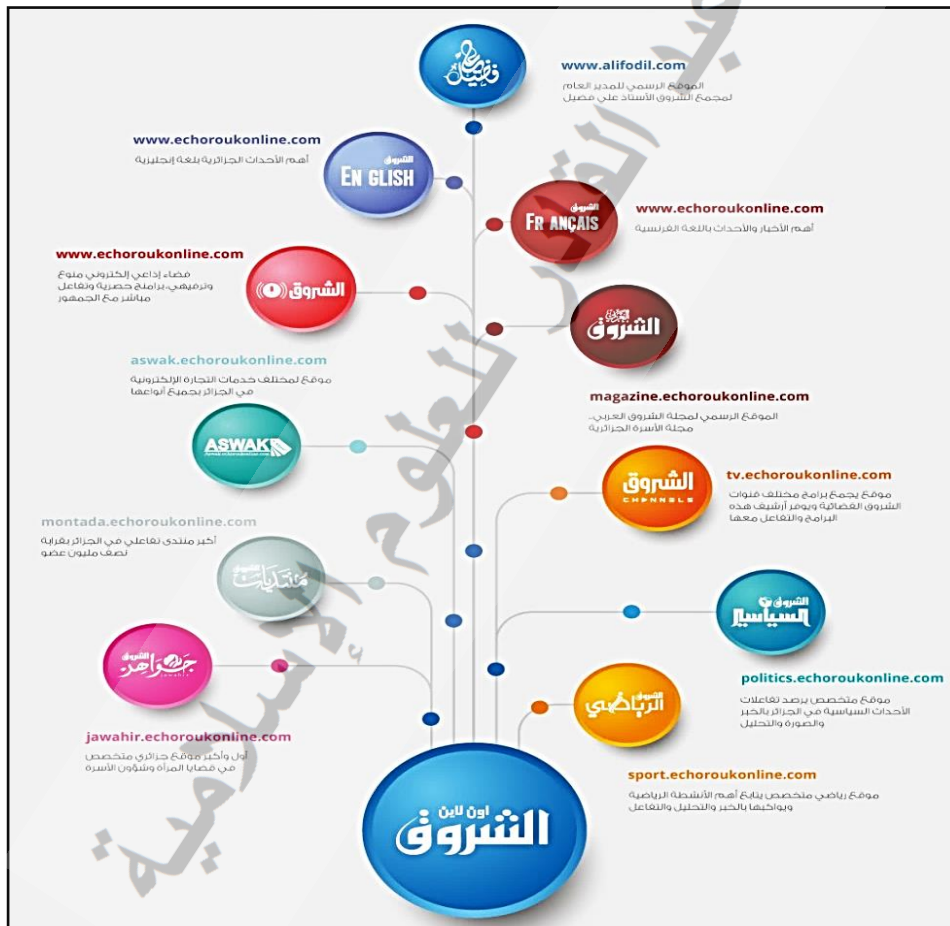
- غياب التكوين و التأهيل العلمي الإلكتروني، و غياب الثقافة الإلكترونية و كذا صعوبة التمويل.

<sup>1</sup> آمنة نبيح، " الصحافة الإلكترونية في البلدان العربية (المدونات العربية الإلكترونية المكتوبة )"، دراسة منشورة في شبكة ضياء للمؤتمرات، متاحة عبر الرابط التالي: <https://diae.net/7015>، تاريخ الزيارة: 2018/12/28.

## سادسا: صحيفة الشروق أون لاين كنموذج للصحف الإلكترونية الجزائرية:

يعتبر موقع صحيفة الشروق أون لاين\*<sup>1</sup> أبرز واجهة إخبارية في بوابة الشروق، و التي تمثل الواجهة الإلكترونية لمجمع الشروق للإعلام والنشر، إذ تضم حاليا 11 موقع إلكتروني في مختلف التخصصات مثل ما هو موضح في الشكل رقم (02)، ما يجعلها أكبر بوابة في الجزائر وفي المنطقة المغاربية، كما أنها تستقطب ما لا يقل عن نصف مليون زائر يوميا. يوفر موقع الشروق أون لاين تغطية آنية ومستمرة للأحداث في الجزائر والوطن العربي والعالم، باللغات العربية، الإنجليزية والفرنسية.

### الشكل رقم(02): يوضح أقسام بوابة الشروق الإلكترونية



المصدر: وثيقة مقدمة من قبل صحيفة الشروق أون لاين

\*<https://www.echoroukonline.com>

## 1. نشأة و التطور موقع صحيفة الشروق أون لاين:

يرجع تأسيس موقع صحيفة الشروق أون لاين بعد قرار إدارة الشروق إنشاء واجهة إلكترونية للطبعة الورقية سنة 2005 بغية تمكين شريحة من القراء على الشبكة العنكبوتية وكذا الجالية الجزائرية في الخارج من الاطلاع على محتويات الجريدة.<sup>1</sup> مر الموقع بأربعة مراحل أساسية منذ تأسيسه حيث كان الموقع عبارة عن واجهة إلكترونية للنسخة الورقية لصحيفة الشروق اليومي ( نسخة مصورة + مقالات نصية) في المرحلة الأولى (من 2005 إلى 2007) ثم تم إنشاء نسختين باللغتين الفرنسية والإنجليزية للموقع. أما المرحلة الثانية (من 2007 إلى 2009) تميزت هذه المرحلة بتحديث الموقع من حيث الشكل والمضمون لمواكبة التطور التكنولوجي الحاصل ليدخل مرحلة التفاعلية وتميزت بفتح المجال أمام القراء للتعليق على المقالات المنشورة وكذا إطلاق استفتاءات حول الأحداث والقضايا المطروحة على الساحتين الوطنية والدولية، كما تم لأول مرة فتح مساحات إخبارية بالموقع وإنشاء منتديات الشروق والتي حاليا تحتوي قرابة 200 ألف عضو وهي من أكبر المنتديات في الوطن العربي، حيث تعد فضاء واسعا للقراء للنقاش وتبادل الأفكار.<sup>2</sup>

شهدت المرحلة الثالثة (من 2009 إلى 2011) شروع إدارة الموقع في تبني إستراتيجية جديدة لتحويل الموقع إلى صحيفة إلكترونية مستقلة مسايرة التطور الحاصل في هذا النوع الجديد من الإعلام وكذا تلبية رغبة القراء في متابعة الأحداث ساعة وقوعها بعد الانتشار الكبير للانترنت في الجزائر وخارجها. حيث يقوم تحديث الموقع على متابعة الأحداث الوطنية والدولية بشكل متواصل على مدار ساعات اليوم مع استعمال التقنيات الحديثة المستعملة في الصحافة الإلكترونية وكذا شبكات التواصل الاجتماعي (فايسبوك، تويتر، يوتيوب وغوغل بلاس).<sup>3</sup>

برزت في المرحلة الرابعة (منذ العام 2011) الحاجة في تطوير الموقع ليتحول إلى بوابة إلكترونية قائمة بذاتها، فرضها الطلب المتزايد على مختلف خدمات الموقع من طرف الزوار والشركاء، وهو الأمر الذي أدى بإدارة الموقع إلى ترقيته إلى بوابة إلكترونية أنشأت مجموعة جديدة من المواقع المتخصصة

<sup>1</sup> نسيم لكحل، مرجع سابق.

<sup>2</sup> صحيفة الشروق أون لاين، " مطوية خاصة بمعلومات و إحصائيات حول صحيفة الشروق أون لاين"، جانفي 2016، ص02.

<sup>3</sup> المرجع نفسه، ص2.

بالتدريج (الشروق الرياضي - جواهر الشروق - أسواق الشروق - قنوات الشروق ...)، خصوصا وأن هذا واكب أيضا التحول الذي طرأ على مؤسسة الشروق التي تحولت إلى مجمع إعلامي خصوصا مع إطلاق أول قناة تلفزيونية خاصة في الجزائر، والتي تطورت هي الأخرى إلى باقة تضم 3 قنوات فضائية (عمامة - إخبارية - قناة طبخ).<sup>1</sup>

يسهر على سير موقع صحيفة الشروق أون لاین طاقم إداري وصحفي وتقني مجند على مدار الساعة، تتوزع مهامه كالآتي:<sup>2</sup>

- إدارة الموقع: تشرف على جميع أقسام البوابة فنيا وتحرييا وإداريا.
- قسم التحرير: يتابع الأحداث الوطنية والدولية.
- قسم التعليقات: ويقوم بالسهر على نشر تعليقات القراء على مدار اليوم بعد معالجتها.
- قسم تقني: يتابع سير الموقع تقنيا إلى جانب طاقم الفيديو الذي يعمل بالتنسيق مع هيئة التحرير.
- قسم الشبكات الاجتماعية: يشرف على متابعة صفحات البوابة عبر منصات التواصل الاجتماعي المختلفة.
- قسم الماركيتينغ: تم إنشاؤه حديثا ليقوم بمتابعة مختلف عمليات الترويج والتسويق والإعلان الخاصة بالبوابة.

<sup>1</sup> المرجع نفسه، ص02.

<sup>2</sup> المرجع نفسه، ص02.



## 2. إحصائيات حول صحيفة الشروق أون لاين :

فاز موقع صحيفة الشروق أون لاين سنة 2011 بجائزة مجلة فوربس كثاني أكبر المواقع العربية تأثيرا على الشبكة العنكبوتية تقدما بمركز واحد عن تصنيف العام 2010 أين حل في المركز الثالث عربيا، واعتلى الموقع منصة التتويج للمرة الثالثة على التوالي في تصنيف عام 2012، ويعتبر الموقع الوحيد في الجزائر والمغرب العربي الذي يعتلي منصة التتويج في هذه المسابقة العالمية، التي تعتمد على معايير تصنيف دقيقة. و فاز صحافيو البوابة بالمرتبة الأولى أربع مرات على التوالي بجائزة نجمة للإعلام في الجائزة الخاصة بالصحافة الإلكترونية (2017،2016،2015،2014،2013،2012).<sup>1</sup> و يرجع هذا إلى اهتمام القائمين على الموقع بسياسة الفصل بين طاقم التحرير على أساس الوسيلة التي يكتبون لها (للصحيفة الورقية أو الصحيفة الإلكترونية) ،و كذلك على أساس اللغة الاتصالية المستخدمة (العربية، الفرنسية، الإنجليزية).و هذا ما يجعل الموقع يتميز بهيئة تحرير مستقلة لكل طبعة إلكترونية مع منحهم الحرية في انتقاء المواضيع التي يود المتصفحين الاطلاع عليها.<sup>2</sup>

احتل موقع صحيفة الشروق أون لاين كذلك في احصائيات موقع أليكسا **Alexa**<sup>3</sup> لثلاثة أشهر (نوفمبر، ديسمبر 2018، و جانفي 2019)المركز 22 بالنسبة للمواقع الإلكترونية الأكثر تصفحا في الجزائر و المركز الرابع في ترتيب المواقع الإخبارية بعد النهار أون لاين **Ennaharonline.com**،**Elbilad.net**،**Elkhabar.com** و الخبر بمعدل يفوق نصف مليون متصفح يوميا وأكثر من 30 مليون صفحة يشاهدها الزوار بمعدل شهري.<sup>4</sup> كما قدم ذات الموقع مجموعة من الإحصائيات المتعلقة بالاستخدام اليومي لمتصفح الموقع موضحة في الجدول التالي:

<sup>1</sup> المرجع نفسه، ص 05.

<sup>2</sup> M. Amer Oumalou , "**La presse classique face à la presse électronique: Les médias entre deux époques**" ,Posted :02/11/2010, Availableat: <http://www.nticweb.com/pratique/14-dossiers/5349-la-presse-classique-face-a-la-presse-electronique-les-medias-entre-deux-epoques.html?showall=&start=1> ,Retrieved at :02/02/2019.

<sup>3</sup> <https://www.alexa.com/topsites/countries/DZ>

<sup>4</sup> موقع أليكسا ، إحصائيات متاحة عبر الرابط التالي: <https://www.alexa.com/topsites/countries/DZ> ، تاريخ الزيارة: 2019/02/07.

الجدول رقم (13): يبين إحصائيات موقع Alexa حول الاستخدام اليومي لزوار موقع صحيفة الشروق أون لاين

متوسط الوقت الذي يستغرقه الزائر يوميا في تصفح الموقع	عدد مرات عرض صفحات الموقع يوميا لكل زائر	نسبة البحث عن الموقع في محركات البحث	عدد المواقع التي يرتبط بها الموقع	نسبة الإرتداد
4.45	% 2.41	% 29.60	2966	% 50.90

المصدر: إحصائيات موقع أليكسا Alexa (بتصرف)

أما فيما يتعلق بزوار الموقع فأغلبهم من داخل الجزائر، ثم تأتي فرنسا أي الجالية الجزائرية المقيمة بها في المرتبة الثانية ، وبعدها الدول العربية التالية: مصر، السودان، و المملكة العربية السعودية و هذا ما يوضحه الجدول التالي:<sup>1</sup>

الجدول رقم (14): يبين معدل تصفح موقع صحيفة الشروق أون لاين حسب بلد الزائر

البلد	نسبة الزوار
الجزائر	%83.9
فرنسا	%2.9
مصر	%1.7
السودان	%1.6
المملكة العربية السعودية	%1.2

المصدر: إحصائيات موقع أليكسا Alexa (بتصرف)

<sup>1</sup> المرجع نفسه.

## المبحث الثالث: تحرير الصحافة الإلكترونية و المهارات التي تتطلبها

## أولاً : الفرق بين الكتابة للإنترنت و الكتابة للوسائل الإعلامية الأخرى:

دفع التطور في مفهوم صناعة و تحرير و كتابة الأخبار الإلكترونية و المقالات، المحررين إلى النظر إليها على أنها رسائل موجهة إلى القراء و ليست مجرد موضوعات. ففي بداية ظهور الصحافة الإلكترونية والبوابات الإلكترونية لم تكن هناك تقاليد للتحرير الصحفي أو قواعد متفق عليها، لكن هناك تقاليد للتحرير الصحفي أو قواعد متفق عليها، لكن مع التطور السريع في أعداد و أنواع البوابات الإلكترونية و الصحف الإلكترونية، تطورت أساليب التحرير الصحفي و ظهر مفهوم التحرير الإلكتروني **E-editing**، لكن حتى الآن لم تستقر تقاليد أو قواعد محددة متفق عليها، كما أن هناك كثير من القواعد التي انتقلت من الصحافة المطبوعة تفرض نفسها و تجبر العاملين في الصحف الإلكترونية على تطوير أساليبهم و أدواتهم، على الرغم من أن كثير منهم قد جاءوا من صحف ورقية و تعلموا فيها التحرير الصحفي التقليدي.<sup>1</sup>

تختلف الكتابة للإنترنت عن الكتابة للمطبوعات الورقية، و مثلما تتنوع المطبوعات لتشمل الكتب و الصحف و المجالات و النشرات و الملصقات، على سبيل المثال لا الحصر، و لكل واحدة من هذه الأنواع أسلوب خاص في الكتابة و طريقة العرض فإن هناك أوجهها مختلفة لمواقع الشبكة تحمل أساليب مختلفة في التأليف و تنفيذ الفكرة. كما ان هناك مواقع تعتمد على النص كبناء أساسي وأخرى تعتمد على الصور و المخططات كعناصر مخاطبة بصرية لعرض الفكرة، و بين النوعين تظهر أنواع مختلفة من طرق العرض في الشبكة لتخاطب أنواعا مختلفة من القراء، و لكن في كل الأحوال فإن الفكرة اكانت نصا أو صورة يتم التخطيط لها بشكل مختلف عن التخطيط للمطبوعات التقليدية، بحيث يضع المخطط في اعتباره طبيعة النشر في الشبكة و قدرات قراء الشبكة و مستوياتهم.<sup>2</sup>

يتصف قارئ الصحيفة الإلكترونية بأنه انتقائي و متعجل و محاط بكم هائل من المعلومات المتدفقة عبر شبكة الإنترنت، فالتعامل مع النص الإلكتروني يقتضي ضرورة معرفة المستخدم أين يبحث

<sup>1</sup>عباس حسن، مرجع سابق، ص 117، 118.

<sup>2</sup>عبد الأمير الفيصل، الصحافة الإلكترونية في الوطن العربي، مرجع سابق، ص 161.

عن المعلومات التي يريدتها في ضوء أجندة اهتماماته المبدئية و الأصلية، و لكن عندما يتعامل مع نص مطبوع فقد ينتبه إلى بعض المواد الصحفية بسبب التميز الديموغرافي لعناوينها أو بسبب موقعها على الصحيفة أو لأن عنصرا تيبوغرافيا معيناً استرعى انتباهه حيث يكون تعامله مع المادة المعلوماتية على الصحيفة الإلكترونية هادفاً بشكل أساسي.

## I. مراحل إعداد المادة الصحفية في الصحف الإلكترونية:

فرضت القوالب و الأساليب التحريرية الجديدة على الصحفيين في الصحف الإلكترونية التعامل مع المحتوى الإعلامي الغير خطي، و تتمثل أهم مراحل الكتابة الإلكترونية المستخدمة في الصحف الإلكترونية فيما يلي :

### 1. التخطيط **Planning The Story**:

تتضمن هذه المرحلة تحديد المحاور الأساسية للمادة، و اختيار العناصر الأساسية التي سوف تتضمنها، و تعتمد المواقع الصحفية الإلكترونية على فريق متكامل يتكون من الكاتب الذي يضع المحاور الأساسية للمادة أو الموضوع، و المحرر الذي يبحث في كيفية بناء قالب الكتابة، و فريق فني يضم متخصصاً في الوسائط المتعددة، حيث يحدد إمكانية و شكل استخدام الوسائط المتعددة في عرض الموضوع بالتعاون مع المصمم.<sup>1</sup> و يتضمن التخطيط **Planning** كذلك سهولة وصول المستخدمين إلى الصفحات الأخرى داخل الصحيفة الإلكترونية عن طريق الوصلات **Links**، كما ان تضمين الوصلات الفائقة ضمن القصص الإخبارية الإلكترونية يساعد المستخدم على الاستزادة من المعلومات ذات الصلة بالقصة الحالية سواء داخل الموقع نفسه أو ينقله لمواقع أخرى. إن التخطيط لتحرير القصص الإخبارية الإلكترونية يتوجب أن يأخذ المحررون بعين الاعتبار طبيعة الويب وما أتاحتها شبكة الإنترنت .

<sup>1</sup> ماجد سالم تربران، الإنترنت و الصحافة الإلكترونية: رؤية مستقبلية، مرجع سابق، ص 233.

لذا يتوجب على المحرر التخطيط للقصص الإخبارية قبل عملية إعدادها حتى يعرف ما هي المعلومات التي يجب جمعها، و ماهي أبرز الوسائط التي يتوجب استخدامها و التي تتلاءم و طبيعة موضوع القصة الخبرية وبالتالي على المحرر أن يأخذ بعين الاعتبار التخطيط للصور وعناصر الصوت والفيديو والعناصر الرسومية. بحيث يكون هذا التخطيط و كأنه رسم "لوحة القصة Story-board" و التي تشبه مخططا بيانيا، لإظهار الأجزاء ذات الصلة بالموضوع. إضافة إلى تقريره حول أفضل طريقة لإخبار القصة، و هل تحتاج إلى كتابتها لصيغة نصية خطية أو لا، و هل ستكون في صفحة واحدة من النص، أم يتوجب ارفاقها بروابط فائقة.<sup>1</sup>

## 2. جمع المعلومات Collecting Information:

يميل الصحفيون المرسلون في الإعلام التقليدي إلى البحث عن المعلومات. حسب ما تقتضيه الوسيلة الإعلامية التي يعملون فيها، لذا يجب على الصحفيين عبر الإنترنت أن يفكروا باستمرار في العناصر المختلفة التي تشكل مادة لتحرير القصص الإخبارية، وكيف يتم دمجها لتكمل بعضها البعض، فمثلا يقوم بالبحث عن الكلمات التي تتلاءم مع الصور والصوت والفيديو والبيانات و التي من شأنها أن تخلق عنصر التفاعلية بين الخبر والقراء.<sup>2</sup> و تتم عملية جمع المعلومات عند الإعداد للمادة الإعلامية الإلكترونية عن طريق ثلاثة مستويات تتمثل في: **مستوى سطحي**، و فيه يتم الاهتمام بالإيجاز، والاختيار و التكتيف. **مستوى متعمق**، و فيه يتم الاهتمام بالتفاصيل، و الخلفيات، ووجهات النظر المختلفة، و**مستوى التحديث**، و فيه يتم الاهتمام جمع المعلومات الحالية لمتابعة الحدث أولا بأول.<sup>3</sup>

## 3. تنظيم المعلومات Organizations of information:

يتطلب بناء و تنظيم المواد الإعلامية المكتوبة في الصحافة الإلكترونية تنظيما يختلف عن المستخدم في الصحف المطبوعة، فالخبر الإلكتروني من الممكن إرفاقه بوصلات فائقة، أو وسائط متعددة، لذا فتنظيم المحتوى داخل فضاء الصحيفة الإلكترونية ييسر استفادة المستخدم من محتوياتها ويسهل

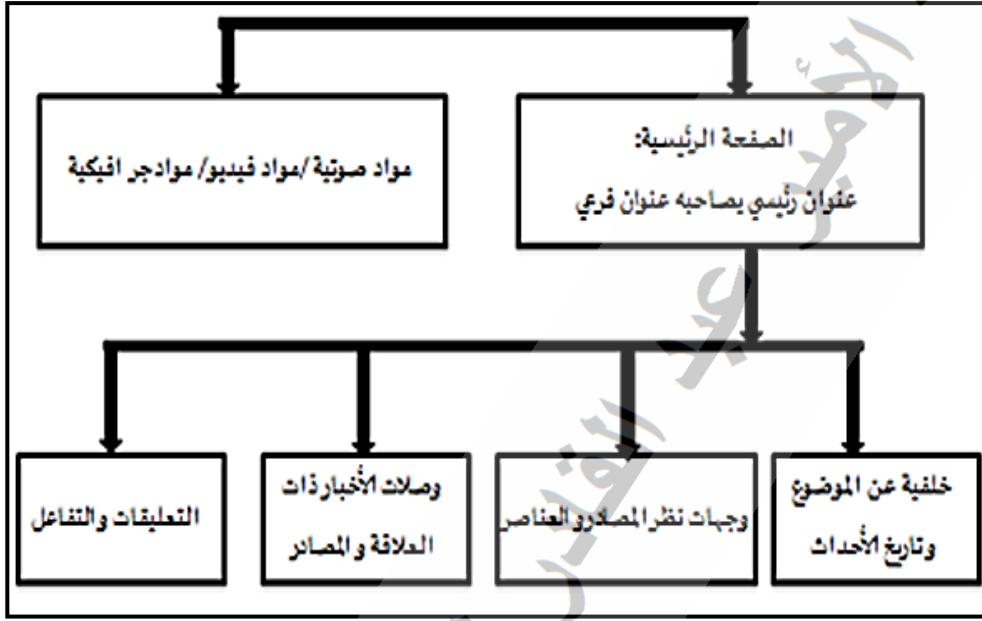
<sup>1</sup>Carole Rich ,**Writing and Reporting News: A Coaching Method**,8<sup>th</sup> edition, Cengage Learning , Boston ,USA, 2014,p 233.

<sup>2</sup>Jonathan Dube, "**Writing News Online**",July 14, 2003,Available via : <https://www.poynter.org/news/writing-news-online>, Retrieved at: 05/12/2018.

<sup>3</sup> ماجد سالم تريان، الإنترنت و الصحافة الإلكترونية: رؤية مستقبلية، مرجع سابق، ص234.

تصفحها. لذا يتوجب على المحرر وضع مخطط يوضح فيه تنظيم المواد الإعلامية ، ووحداتها والعلاقات بين وحداتها . و هذا ما يوضحه الشكل رقم (03).

الشكل رقم (03) : يبين طريقة تنظيم عناصر المادة الإعلامية



المصدر: ( ماجد سالم تريان ، الإنترنت و الصحافة الإلكترونية : رؤية مستقبلية، ص 235).

#### 4. كتابة المادة :

تشجع الكتابة الجيدة على القراءة الجيدة لها، حيث يرتبط شكل و أسلوب الكتابة بطبيعة المحتوى نفسه وفقا لعنصرين مهمين عموما هما :الأفكار المتضمنة ، و اللغة المستخدمة لتوصيل الأفكار. وتتضمن كذلك الكتابة الجيدة عملية تنظيم و تصنيف للأفكار و العلاقات بينها وعليه فإن مهارة استخدام الكلمات و الجمل القوية لا تعني شيئا إذا لم تصاحبها فكرة واضحة. و يتأثر بناء الموضوع و على الأخص المقدم في الكتابات الصحفية التقليدية بالقاعدة الخاصة بتقديم أكبر قدر ممكن من القيم الإخبارية المثيرة للقراء، لذلك يحتاج المحرر دائما للغة سليمة بجانب الهيكل الواضح للأفكار داخل الموضوع ،فقراء الشبكة يريدون الخبر عبر عدة مستويات ،فبعضهم يريد الموجز فقط

، وآخرون يريدون تفاصيل أكثر ، و عليه يفضل كتابة الخبر كاملا و لكن في فقرات فالمستخدم يمسح إلى التصفح أكثر من القراءة المتعمقة.<sup>1</sup>

## 5. إعادة الصياغة:

يقصد بإعادة صياغة القصص الخبرية الإلكترونية عن طريق تقديم المعلومات الأكثر أهمية للقراء وحذف الصيغ و الكلمات و المعلومات ذات الأهمية القليلة ، حيث ظهرت مفاهيم جديدة تتعلق بالكتابة الإلكترونية - بناء المواد الإلكترونية - و المتمثلة في مفهوم الهدم و إعادة البناء. و التي تعني تفكيك **Deconstruct** وإعادة بناء **Reconstruct** القصص وترتيبها إلى أجزاء مكونة عن طريق البحث عن أوجه التشابه في تلك القطع **Pieces**، ثم يقوم بتجميع القطع الخاصة بالقصة الخبرية إلى قصص منطقية ، وإعادة بنائها من جديد، إضافة إلى توظيف واستخدام القصص المصورة و لتجميع القطع ضمن تلك الفئات وبناء التقاطع **Build cross-links** فيما بينها بحيث سيكون لكل قصة قسم واحد و المتمثل في ما يسمى "النواة الخطية" **Linear Kernel** - جوهر و لب القصة الخبرية -، بالإضافة إلى الأقسام الأخرى التي ستوفر معلومات إضافية وخلفية وتفسيرات إضافية.<sup>2</sup>

## II. تحرير الصحفي الإلكتروني ، عناصره و مبادئه :

### 1. عناصر التحرير الصحفي الإلكتروني:

إن كتابة المحتوى الإعلامي للاستهلاك عبر الإنترنت يختلف عن الكتابة للتلفزيون أو الإذاعة أول للصحف المطبوعة و هذا انطلاقا من اختلاف الوسيط الإعلامي نفسه، كما أن الطرق التي يوظف من خلالها النص تختلف أيضا ، وعلى عكس قراء الكتب أو المجلات المطبوعة ، يميل قراء الإنترنت إلى مسح الصفحات واستخلاص الكلمات الفردية ونقاط الاهتمام الأخرى.<sup>3</sup> تقوم الكتابة و التحرير للصحافة الإلكترونية على وجوب التزام الصحفي بما تقتضيه طبيعة الوسيط الجديد ، و يمكن إجمال عناصر الكتابة الإلكترونية فيما يلي :

<sup>1</sup> عباس حسن، مرجع سابق، ص 128، 129.

<sup>2</sup> Mike Ward, **Journalism Online**, 1<sup>st</sup> edition, Focal Press, New York, USA, 2002, p123.

<sup>3</sup> Jim Foust, **Online Journalism: Principles and Practices of News for the Web**, 3<sup>rd</sup> edition, Routledge Taylor & Francis Group, New York, 2017, p181.

## 1. العناوين الرئيسية :Headlines:

يمكن للمستخدم -على عكس العناوين الرئيسية المستخدمة في الصحف المطبوعة - أن يتوقع قراءة قصة على الرغم من أن العنوان ممل أو فارغ لأن نص القصة أمام عينيه و بالتالي فهو لا يبذل أي جهد للوصول إلى تفاصيله. ومن المثير للاهتمام أن عنوان الإنترنت لا يستخدم لإنشاء القيمة الإخبارية للقصة ، كما هو الحال مع العنوان الرئيسي في الصحف المطبوعة حيث يتم وضع العناوين واحد أسفل الآخر داخل الموقع ولا يتم استخدام أي أدوات مطبعية لتحديد أهميتها النسبية ، على الأكثر يمكن أن يكون موضعها على الصفحة مؤشرا على الأهمية النسبية للقصة.<sup>1</sup> إذ تستخدم الصحف الورقية الخصائص المطبعية كعرض العناوين بحجم ووزن كبير لإبراز الدلالة على أهمية الخبر للقارئ الذي بمجرد رؤيته لحجم العناوين الكبير يعرف بأنها تدل على قصة إخبارية أكثر أهمية من غيرها المعروضة بذات الصفحة أو بباقي صفحات الجريدة الأخرى. و تكمن الخصائص المطبعية -الوحيدة- المستخدمة للدلالة على أهمية الموضوع عن طريق العناوين في الصحف الإلكترونية هي تعيينها بلون مختلف يميزه عن بقية النص لتوفير راحة أكبر للقارئ عند تصفحه لها.

## 2. العناوين الفرعية Subheads:

يتمثل العنوان الفرعي في عنوان صغير يوضع في منتصف القصة الطويلة في الصحف المطبوعة لكسر الرتابة و الاهتمام بالمستخدم. يتم تعيينه في حجم نقطة صغيرة ، وبأحرف غامقة لأنه يكسر النص الرمادي. و على العكس من ذلك لا ينبغي أن تستخدم العناوين الفرعية في الصحف الإلكترونية على الشبكة إذا كانت القصة طويلة جدا ، حيث يتوجب تقسيمها إلى قسمين وتوظيف الروابط التشعبية بينهما ، وإذا كانت تتألف من الكثير من الأخبار الصغيرة ، فيجب أن يتم عرض العناصر الصغيرة كبنود منفصلة.<sup>2</sup>

<sup>1</sup>Sunil Saxena, *Breaking News: The Craft and Technology of Online Journalism*, 1<sup>st</sup> edition, Tata McGraw-Hill, New Delhi, India, 2004, p43.

<sup>2</sup>Ibid, p50.



### 3. الكلمات و الجمل Words & Sentences :

تستخدم الكتابة الإذاعية الجيدة جملا توضيحية مختصرة وبسيطة وتلتزم بفكرة واحدة لكل جملة مع تجنبها النصوص الطويلة، إن استخدام هذه المفاهيم في الكتابة للإنترنت يجعل الكتابة أسهل في الفهم ويزيد من اهتمام القراء و يميزها عن المحتويات الأخرى الكثيرة المتواجدة عبر الويب، لذا على الصحفي تبني أساليب جديدة في التحرير الإلكتروني لأن مستخدمي الإنترنت أكثر قبولا لأنماط الكتابة غير التقليدية.<sup>1</sup> و يعتبر حسن توظيف الكلمات والجمل الخطوة الأولى للكتابة الفعالة لصحافة الويب، فالكلمات والجمل يعتبران وحدات أساسية لقياس مدى نجاح الصحفي في جذب القراء لمحتوى قصته، الخبرة المنشورة عبر الشبكة، و هذا ما يجعله يراعي مجموعة من المبادئ التوجيهية لتوظيف الجمل والكلمات عند التحرير الإلكتروني و الذي يختلف عن التحرير للصحف المطبوعة. لذا يجب أن تكون الكتابة للويب تقاطعا بين الكتابة للإذاعة و التلفزيون و بين الكتابة للصحف المطبوعة مع مراعاة طبيعة الويب.

### 4. الملخصات Summaries :

يتمثل الملخص في مجموعة من عدة جمل تقدم نظرة عامة على النقاط الرئيسية التي تتضمنها القصة الخبرية الإلكترونية، لذا يرى البعض بأن الملخص عبارة عن عنوان فرعي موسع قد يتكون من أكثر من جملة واحدة. حيث يقدم الملخص تفاصيل إضافية من شأنها إما أن تشبع فضول المستخدم حول القصة في هذه الحالة سينتقل إلى صفحة أخرى، و يمكن للملخص، في جوهره، أن يكون نسخة من الرسم البياني للموضوع، الذي يقدم لمحة عامة عن الحقائق والموضوع الرئيسي للقصة.<sup>2</sup> يجب على الصحفي - من الناحية العملية- إذا توخى الحذر حيال الاستعمال الحرفي لكلمات من نص القصة الخبرية، خاصة في الحالات التي يرجح فيها أن يقرأ المستخدم الملخص والقصة حيث قد يصبح المستخدم محبطا في قراءة نفس الشيء مرتين. و يمكن أن تصبح الملخصات أيضا قصة في حالة استخدام الهاتف المحمول في قراءة القصة لأنه من غير المحتمل أن يقرأ معظم مستخدميهم المقالة بأكملها، و على العموم يجب أن تكتب ملخصات القصص الخبرية عبر الإنترنت من 150 إلى 200 حرفا.<sup>3</sup>

<sup>1</sup>Mike Ward, Op.cit ,p104.

<sup>2</sup>Ibid,p104.

<sup>3</sup>Jim Foust, Op.cit,p189,190.

5. التقطيع و التقطير – **Chunking & Distilling**:

يعتبر التقطيع **Chunking** والتقطير **Distilling** من المهارات الأساسية المطلوبة للكاتب والمحرر الجيد عبر الإنترنت يقصد بالتقطيع **Chunking** تقسيم المعلومات في كتل منطقية بحيث يمكن مسح ملفات وفهمها بشكل أكثر كفاءة بواسطة المستخدم على الإنترنت، حيث يفكر الصحفيون على شبكة الإنترنت في القصص الخبرية كمجرد بيانات فردية (كلمات وأرقام وصور وما شابه). وبالتالي فهم يحتاجون إلى تقديمها كأجزاء منفصلة يمكن مسحها بسهولة لا على شكل كتل نصية طويلة، لذلك فإذا كانت هناك طريقة منطقية لتقسيم محتوى القصة إلى أجزاء فردية ، فيجب أن يقوم الصحفي بذلك مع التأكد من تحديد كل قطعة على حدة باستخدام علامات نصية مثل العناوين ،العناوين الفرعية ، الملخصات والروابط على النحو المناسب. يقصد بالتقطير **Distilling** تلخيص القصة الخبرية الطويلة إلى مجموعة من النقاط الأساسية دون الإخلال بالمعنى الكلي للمحتوى. إذ يحتاج الكاتب الفعال على الإنترنت إلى أن يستخلص جوهر القصة – سواء أكان ذلك مستندا إلى نص أو فيديو أو صوت أو مزيج من الوسائط إلى أنواع مختلفة من الأشكال ، فعلى سبيل المثال ، يجب أن يكون المحرر قادرا على إنشاء عنوان فعال بعدد قليل من الكلمات التي تعكس جوهر القصة ، و توظيفه لعنوان فرعية توفر مزيدا من التوضيح للقصة، بالإضافة إلى ملخص يجسد المظهر العام للقصة في بضع جمل ، و هذا ما يتطلب وقتا ومهارة.<sup>1</sup>

<sup>1</sup>Ibid, p182,183.

## 2. مبادئ الكتابة لمواقع الصحف الإلكترونية:

تحتاج عملية التحرير الإلكتروني إلى الكثير من العناصر المميزة فضلا عن الإيجاز المطلوب في تحرير الأخبار يتدرب المحرر على معالجة الأحداث في بناء صحفي له ملامحه الخاصة، و المحرر البارع هو الذي يعد تقريره على وفق أفضل الصياغات الصحفية واضعا أمامه مميزات وسيلته الإعلامية وخصائصها أولا و اختلافها عن الوسائل الأخرى.<sup>1</sup> و هذا ما يفرض على المحرر الإلكتروني الأخذ بمجموعة من الاعتبارات و التي تتحكم في مدى جودة و فعالية الكتابة الإلكترونية، و تندرج هذه القواعد المتعلقة بتحرير الصحف الإلكترونية وفق تصورين هما:

### 2.1. التصور الأول: الدمج بين الكتابة، التحرير والتصميم Writing, Editing & Design :

قدم هذا التصور لأول مرة في منتصف الثمانينات من قبل الدكتور ماريو جارسيا **MARIO R. GARCÍA** من هيئة التدريس بمعهد "Poynter". و يشير هذا التصور الجديد إلى أن الدمج ما بين الكتابة، التحرير و التصميم يعتبر ضرورة قصوى لإنتاج المواد الإعلامية سواء المطبوعة أو فورية، و كلما ازدادت درجة التكامل و الاندماج بين هذه العناصر أو الوظائف الثلاثة السابقة ساعد ذلك على الحصول على إصدارات فورية مبتكرة و متميزة.<sup>2</sup> تعتمد الكتابة الفورية الصحفية على التعاون بين فريق متكامل يضم على الأقل كلا من المحرر و متخصص الوسائط المتعددة و المصمم حيث أصبحت عملية الكتابة في بيئة استخدام الهايبرتاكست **HyperText** أشبه بجهد جماعي قائم على التعاون والمشاركة **"Collaborative Writing"** و تعتمد على تجميع أكثر من عمل و ابتكار فردي في هيكل واحد أكثر شمولا و تكاملا ، فالكاتب يعرف مسبقا بوجود إضافات أخرى لكتاب آخرين يفترض وجودهم **"Virtual Presence"**.<sup>3</sup>

<sup>1</sup> عبد الأمير الفيصل، الصحافة الإلكترونية في الوطن العربي، مرجع سابق، ص144.

<sup>2</sup> Ron Reason, "WED: The Integration of Writing/Editing/Design", August 19, 2002, Available at: <https://www.poynter.org/archive/2002/wed-the-integration-of-writingeditingdesign/> , Retrieved at: 05/12/2018.

<sup>3</sup> خالد غازي، مرجع سابق، ص189.

## 2.2. التصور الثاني: مفهوم الكتابة الإجرائية "Procedural Authorship":

يتطلب هذا مفهوم جديد للكتابة و بناء المعلومات في بيئة استخدام الحاسب الآلي ، من المحررين مهارة التعامل مع بيئة الاتصال التي تتنوع عناصره و مفرداته بشكل كبير و مهارة ربط هذه العناصر و الجمع بينهما لتكوين قصة أو شكل جديد للكتابة يستفيد من خصائص الإعلام الرقمي. و يشتمل تحرير المادة الصحفية الفورية على أكثر من بعد و هي: هيكل بناء المعلومات "خطي/ غير خطي"، قالب تحرير المادة "المهرم المقلوب أو غير ذلك"، طريقة العرض "كتل و فقرات أو وحدة واحدة"، استخدام الوسائط المتعددة، الشكل الصحفي أو الفن التحريري "خبر، مقال، تقرير.....الخ".<sup>1</sup>

يجمل جوناتان دوب **Jonathan Dube** مجموع الاعتبارات و المبادئ التي يتوجب على الصحفي الإلكتروني الأخذ بها أثناء تحريره ما يلي:<sup>2</sup>

- **تعرف على جمهورك Know Your Audience**: يجب أن يأخذ الصحفي بعين الاعتبار أثناء الكتابة والتحرير للصحف الإلكترونية احتياجات وعادات القراء على الإنترنت.
- **فكر بطريقة مختلفة Think differently**: قبل البدء في التحرير الإلكتروني، يجب على الصحفي أن يفكر في أفضل الطرق لإخبار القصة الإخبارية.
- **الكتابة الحية و الضيقة Write Lively & Tight**: يجب أن تكون الكتابة للويب تجمع بين الكتابة للسمعي البصري و للصحافة المكتوبة و لكنها تكون أقل عمقا من الطباعة ولكنها أكثر معرفة وإلماما بالقراءة والكتابة من الكتابة الإذاعية .
- **لا تضغط على الرصاص Never Bury The Lead**: عند الكتابة على الإنترنت ، من الضروري إخبار المستخدم بسرعة عن القصة وعن سبب استمراره في قراءتها وإلا فلن يتمكن الصحفي من جذبه لإتمامها. لذا عليه استخدام بنية معينة لسرد القصة الخبرية و المتمثل في "النموذج تي T" ، ففي هذا النموذج يؤدي القصة - الخط الأفقي ل T - إلى تلخيص القصة، ومن الناحية أخرى التعريف بأهميتها.

<sup>1</sup> المرجع نفسه، ص189.

<sup>2</sup>Jonathan Dube, Op.cit.

– عند تحديث القصص احتفظ دائما بأهم الأخبار في الصدارة.

– القضاء على التخمين **the Guess-WorkEliminate**: على الصحفي التأكد من إخبار الناس بما سيحصلون عليه عند النقر فوق رابط ما..

**Take Risks But Remember The Basics**: جازف ولكن تذكر الأساسيات أصبح من المهم الآن أكثر من أي وقت مضى التمسك بأساسيات الصحافة لإنتاج الأخبار التي يمكن أن يثق بها الناس ، لأن هذا ما يجعلهم يعودون إلى الموقع مرة أخرى لقراءة المزيد.

### 3. أدوات التحرير في الصحف الإلكترونية :

مكنت الصحافة الإلكترونية المحررين الصحفيين من الاستفادة من التطبيقات التي أتاحها شبكة الإنترنت ، حيث مكنته من الكتابة ضمن فضاء الكتروني مستخدما وسائل تفاعلية من شأنها تدعيم المواد الصحفية التي ينشرها داخل موقع الصحيفة الإلكترونية .و يمكن إجمال مختلف الوسائل التي يحتاجها الصحفي للكتابة الإلكترونية ما يلي:<sup>1</sup>

– **الفضاء**: أصبح الصحفي يستخدم الفضاء حينما يكتب في الإنترنت ، و يكون الفضاء الإلكتروني مدخلا لمفهوم الفضاء الوهمي **Virtual Space**.

– **المشاهدة**: تتيح الصحف الإلكترونية طرق عديدة لرؤية النص منها إمكانية تصغيره، أو تكبيره أو فتح نوافذ داخله ، كما يتم أحيانا عرض قائمة بعناوين نقاط الالتقاء في النص بطريقة فهرس الكتاب ليقوم المستخدم باختيار الجزء الذي يرغب في قراءته.

– **الألوان**: يمكن للمحرر استخدام الألوان لخلق ترابط بين أجزاء النص باللون نفسه ، كما تتيح له فرصة استخدام الرسوم الملونة للتعبير عن أفكاره.

– **الصوت**: يتاح للمحرر استخدام الصوت كجزء من النص ، فالنص المكتوب لم يعد مرئيا فقط، بل مسموعا أيضا ، بإضافة فقرة من خطاب رسمي ، أو موسيقى أو أصوات مدججة مما يعطي بعدا جديدا للنص المكتوب.

<sup>1</sup> عبد الأمير الفيصل، الصحافة الإلكترونية في الوطن العربي، مرجع سابق، ص 147، 148.

– الأيقونات: يلجأ المحرر إلى استخدام الأيقونات كرموز تدل على ما خلفها من مضمون، مما يخلق ثقافة من الرموز المتعارف على معانيها، و التي يسهل تمييزها عن بعضها البعض، لذا يجب الحرص على أن تكون هذه الأيقونات مفهومة بمختلف اللغات.

– قيم النص : ظهرت إمكانيات جديدة للتعبير عن قواعد جديدة للكتابة بدخول تكنولوجيا الكتابة و القراءة الإلكترونية، لذا ظهرت أهمية معرفة كيف يتجاوب المستخدم مع النص، و نظرا لحداثة الكتابة فقد يجد البعض صعوبة في كيفية الوصول إلى أجزاء النص التي تهمهم أو الخروج منه.

## ثانيا: الفنون التحريرية و قوالب التحرير الصحفي الإلكتروني:

تقوم بنية الرسالة الصحفية على علاقة جدلية بين الشكل الصحفي و المحتوى ، فالتطورات التي طرأت على الشكل الصحفي أحدثت تغيرات على المضمون الصحفي تتلاءم و هذا الشكل الجديد من الممارسات الصحفية عبر الويب . و هو ما يلاحظ عند ظهور الصحافة الإلكترونية التي سعت الى خلق فنون تحريرية تتلاءم مع طبيعة تصميمها و العناصر التي اتاحها هذا التصميم التفاعلي للمحرر الصحفي ، و من أبرز هذه الفنون التحريرية نجد :

### I. الفنون التحريرية المستخدمة في تحرير لصفح الإلكترونية :

#### 1. الفنون التحريرية التقليدية المستخدمة في تحرير الصحف الإلكترونية:

تختلف الأساليب التي توظف بها الفنون التحريرية للصحف الإلكترونية عن الصحف الورقية ويمكن إجمال أهم الفنون التحريرية المستخدمة في الصحف الإلكترونية فيما يلي :

##### 1.1.1. الخبر الصحفي الإلكتروني:

يشير مفهوم الخبر الإلكتروني الى الأخبار التي يتم بثها على مواقع الصحف الإلكترونية ، ومواقع المحطات الإذاعية و التلفزيونية و المواقع الإخبارية المختلفة على الشبكة على مدار الساعة، و تخضع هذه الأخبار في غالبية المواقع إلى عمليات تحديث مستمرة تمكن من إضافة أية تفاصيل جديدة إلى الحدث و تزود شأنها شأن الأخبار الصحفية و التلفزيونية بالصور و الخلفيات الى جانب ربطها بالأحداث المشاهدة و قواعد البيانات و المعلومات. و بالرغم من الأصول الصحفية و الإذاعية للأخبار

الإلكترونية على أساس أن غالبيتها مستمدة من الصحف الورقية و نشرات الإذاعة والتلفزيون ووكالات الأنباء، إلا أنها تتميز عن نظيرتها الصحفية و الإذاعية بما يلي:<sup>1</sup>

— تعدد الوسائط المستخدمة في تقديم الأخبار، حيث يقدم الخبر مزوداً بالكلمة المطبوعة والصورة الثابتة والمتحركة، والملفات الصوتية.

— تعدد المصادر وتنوعها، حيث يمكن للمستخدم التنقل بين المواقع للتعرض إلى مختلف الروايات في الحدث الواحد.

— التحديث المستمر للأخبار على مدار الساعة.

— البحث داخل الأخبار والأرشيف الإخباري سواء داخل الموقع أو خارجه و سهولة الوصول إلى نوعيات معينة من الأخبار من خلال نظام التصفح الإلكتروني المستخدم في مواقع الصحفي الإلكترونية والمواقع الإخبارية.

— ربط الأخبار المنشورة بالأخبار المشابهة لها داخل الموقع أو المواقع الأخرى التي تقدم إضافات أكثر أو خلفيات عن الأحداث والشخصيات الواردة في الخبر.

— إمكانية وصول أخبار معينة فور وضعها على الموقع صندوق البريد الإلكتروني الخاص بالمستخدم من خلال الاشتراك في خدمة النشرات الإلكترونية التي تقدمها غالبية المواقع الإخبارية لمستخدميها.

## 2.1. التقرير الصحفي الإلكتروني:

يعرف التقرير الصحفي الإلكتروني بأنه مجموعة المعارف والمعلومات حول الوقائع في سيرها وحركتها الديناميكية، كما أنه لا يستوعب الجوانب الجوهرية في الحدث كما هو الشأن في الخبر، وإنما يستوعب وصف الزمان، والمكان، والأشخاص، والظروف التي ترتبط بالحدث.<sup>2</sup> يتوجب على كتاب التقارير ألا يقتصروا على الأرقام و المعلومات المجردة، وإنما يجب أن يدعموها بالأمثلة والشواهد و المشاهد الحية

<sup>1</sup> حسني نصر و سناء عبد الرحمن، التحرير الصحفي في عصر المعلومات: الخبر الصحفي، ط1، دار الكتاب الجامعي، العين، الإمارات العربية المتحدة، 2003، ص 30، 31.

<sup>2</sup> عباس حسن، مرجع سابق، ص 139.

التي يتذكرها الجمهور بشكل أفضل من المعلومات الجافة. لذا تتبنى التقارير الموجودة في مواقع الصحف الإلكترونية عدة مداخل لتحريرها من بينها : المدخل الكرونولوجي (التسلسلي) ، ومدخل السرد ، ومدخل ضمير المتكلم بحيث يتم سرد الوقائع على لسان المحرر ومدخل التركيز على الفرد و الذي يعتبر أهم مدخل يستخدم في التقارير الإخبارية في مواقع الصحف الإلكترونية. و هذا نظرا لكونه يركز على شخص أو جهاز يكشف الحدث من خلاله ويفسره بعد ذلك بالتفصيل ، و ينطلق من رؤيته أن المستخدم قد يستطيع فهم الظاهرة الكبرى أو الحدث الضخم إذا تم التركيز على جانب أو شخص محسوس أو مجسد. وللإحتفاظ باهتمام المستخدم تستخدم هذه الصيغة عدة طريق منها : إبراز الفرد والإشارة إليه داخل القصة ، تزيين المعلومات ببعض القصص و الطرائف و الأمثال ، تدعيمه بالوسائط المتعددة اللازمة وباللقطات الحية و الأرشيفية الخاصة بالصحيفة أو بالمواقع ذات الصلة.<sup>1</sup>

### 3.1. التحقيق الصحفي الإلكتروني:

يجمع التحقيق الصحفي و الذي يعتبر واحد من أهم الفنون الصحفية بين عدد من الفنون التحريرية في آن واحد، حيث يجمع بين الخبر والحوار والرأي، وهو من أصعب الفنون التحريرية، إذ يتطلب مقدرة وكفاءة عالية من المحرر. و يعد المحقق أو الصحفي بقسم التحقيقات من أهم الصحفيين في أي مؤسسة إعلامية ، و حتى يكون ذا خبرة و مراس في مجال الصحافة ، يجب أن يكون قد تعلم وتعرف على كيف يحصل على الخبر ، و كيف يجري الحوارات و اللقاءات الصحفية ، و كيف يفسر أو يعلق على ما يقال من آراء ، و كيف يوازن بينها ليقدم في النهاية تحقيا صحفيا يفسر الواقعة أو الحادثة أو القضية موضوع التحقيق . حيث يقوم التحقيق الصحفي على خبر أو فكرة أو مشكلة أو قضية يلتقطها الصحفي من المجتمع الذي يعيش فيه، ثم يقوم بجمع مادة الموضوع بما يتضمنه من بيانات أو معلومات أو آراء تتعلق بالموضوع، ثم يزاوج بينها للوصول إلى الحل الذي يراه صالحاً لعلاج المشكلة أو القضية أو الفكرة التي يطرحها التحقيق الصحفي.<sup>2</sup>

<sup>1</sup> بسنت العقباوي، مرجع سابق، ص 139، 140.

<sup>2</sup> عبد العزيز الشريف، مرجع سابق، ص 111.



## 4.1. القصة الصحفية الإلكترونية :

تتمثل القصة الصحفية الإلكترونية في القصة التي تبنى على خبر صحفي، ويجد الصحفي أنه يمكن أن يكتب عنها موضوعاً جذاباً، وتحتاج القصة الصحفية الإلكترونية أن يكتبها الصحفي الذي يتمتع بالإحساس الصحفي، حيث يستطيع أن يتنبأ بالأحداث، و أحيانا يستعين بالوسائل التي تساعده على كتابتها في وقتها ومكانها إن أمكن. و تختلف القصة الاخبارية عما يعرف بقصص الآراء الجماعية في أن تركيز هذا النوع من القصص يركز على إعطاء المستخدم وجهات نظر حول موضوع معاصر عن طريق جمع العديد من آراء الشخصيات حول موضوع ما، بينما تركز القصة الإخبارية على إخبار المستخدم بما حدث، وأين، ومتى، وغير ذلك من الأسئلة الإخبارية، مع الاستعانة بوجهات النظر والاقتناس من التصريحات. تميل مواقع الصحف الإلكترونية إلى تقديم خيارات عديدة للقراء لذا فإن على المحررين أن يتجنبوا تأخير الإشارة إلى جوهر الخبر و يتفادوا الفقرات الافتتاحية التي تروي قصة طريفة دون الإشارة بسرعة إلى فحوى القصة الإخبارية، و تكون القصة الإخبارية الإلكترونية بشكل عام أقصر من القصص الإخبارية في الجرائد، و التي يستوجب أن لا تتجاوز 800 كلمة وتكون متواجدة في صفحة واحدة.<sup>1</sup>

## 5.1. المقال الصحفي الإلكتروني:

يعد المقال الصحفي الأداة الصحفية التي تعبر بشكل مباشر عن سياسة الصحيفة، وعن آراء بعض كتابها في الأحداث اليومية والجارية، وفي القضايا التي تشغل الرأي العام المحلي والدولي، ويقوم المقال بشرح وتفسير الأحداث الجارية والتعليق عليها بما يكشف أبعادها ودلالاتها المختلفة، ويتمتع المقال الصحفي بخاصية النشر اليومي، مثل: المقال الافتتاحي. حيث يعتمد المقال على طرح فكرة جديدة أو رؤية خاصة لموقف من مواقف الحياة، أو يعرض مشكلة أو قضية أو حدث، ويكشف عن أبعادها، ومعانيها، ويساعد في تكوين وجهة نظر تجاهها، وينشر في مواقع بارزة على صفحات الصحف، ويوضع له أيقونة مميزة في الصحف الإلكترونية. وفيما يتعلق بالعمود الصحفي يتعين الإشارة

<sup>1</sup> عباس حسن، مرجع سابق، ص141،142.

إلى أن الصحيفة الإلكترونية لا تعتمد على الأعمدة مثل الصحيفة المطبوعة، بل تعتمد على الفضاء الذي تتيحه الشاشة.<sup>1</sup>

## 2. الفنون التحريرية المستحدثة في تحرير الصحافة الإلكترونية:

تسعى الصحف الإلكترونية لتوظيف الميزات التي أتاحتها شبكة الإنترنت، لذلك طور الصحفيون العديد من الفنون المستحدثة و التي تعرض المواد الإخبارية وفقها، يمكن إجمالها فيما يلي:<sup>2</sup>

### 1.2.1. النص الطباعي :

يمثل الشكل الأساسي لعرض المواد في صحافة الإنترنت، وهو يستخدم في كافة المواقع الإخبارية، ويبنى شكل العرض عادة حول مقالة نصية تكون في الغالب مكتوبة لغير الإنترنت، ثم تضاف إليه العناصر الأخرى مثل الصور والروابط والفيديو، فإنه يتم إضافتها إلى الصفحة التي تحمل النص الإخباري. هذا الشكل يبدو مناسباً لمواقع مصادر الأخبار، مثل وكالات الأنباء، لكن هذا الشكل لا يستفيد بشكل جيد من ميزات الإنترنت بقدر ما يعتبر إعادة تخزين **Repackage** للمنتجات الإخبارية المعدة بواسطة أجهزة الإعلام التقليدية.

### 2.2.2. التفاعلية القابلة للنقر **Clickable Interactive** :

تعرف التفاعلية القابلة للنقر كونها نسخة تفاعلية للصحيفة التقليدية تستخدم عادة لإضافة معلومات إلى القصة الإخبارية . وفي الأدوات والفنيات يمكن أن تستخدم أيضا لبناء القصة الإخبارية ، أي تصبح هي نفسها شكلا للقصة الإخبارية . وهي تجمع في بنائها الشكلين الخطي واللاخطي في بناء القصة الإخبارية **linear and non-linear storytelling** وتضيف خيارات متعددة في رواية الخبر للقارئ وتوجهه إلى كيفية قراءته ، وتدمج داخلها أحيانا الصور المتحركة والتسجيل الصوتي والفيديو . هذا الشكل أنتج بعض صحافة الإنترنت الأكثر إبداعا والأكثر قبولا لدى القراء ولكنه مكلف ويحتاج إلى وقت لإنتاجه.

<sup>1</sup> عبد العزيز الشريف، الإعلام الإلكتروني ، المرجع السابق، ص113.

<sup>2</sup> عباس مصطفى صادق، الإعلام الجديد المفاهيم و الوسائل و التطبيقات ، مرجع سابق، ص 174، 176.

### 3.2. عروض الشرائح Slideshows:

يمكن أن تستخدم عروض الشرائح لوحدها لعرض الأخبار وذلك بدمج الصور الوصفية مع التعليق الذي يحمل المعلومات الإضافية . وبدلا من وضع باقة من الصور المثيرة في مكان واحد وعرضها يجب دائما اختيار الصور التي يمكن أن تروي قصة متماسكة وتخلق نموذجا للمقالة الفوتوغرافية. عندما يتم استخدامها بشكل جيد، فإنها يمكن ان تكون إحدى الطرق الأكثر فعالية لعرض الإخبار في الإنترنت

### 4.2. الحكاية الصوتية Audio Story:

تمثل الحكاية الصوتية وسيلة قوية جدا لرواية الخبر، و يتم الاستعانة بالتسجيل الصوتي عندما يكون هنالك اقتباس لا يمكن أن يوصف بالكلام المكتوب ، أو لنقل مادة صوتية أرشيفية إلى الحياة . مثلا قدمت الي بي سي في موقعها بمناسبة قدوم الألفية الجديدة مقاطع من أهم الخطابات التي قيلت في القرن العشرين منها خطاب مارتن لوثر كينغ المشهور ومقاطع لخطاب جمال عبد الناصر يعلن خلاله تأميم قناة السويس .

### 5.2. الشرائح المصحوبة بالتعليق Narrated Slideshows:

يتم دمج التسجيل الصوتي والفيديو والصّور والتعليقات الصوتية القصيرة لبناء قصص إخبارية قوية في الشرائح المصحوبة بالتعليق، نتيجة العمل تشبه الأسلوب الوثائقي في التلفزيون

### 6.2. الاختبارات والاستطلاعات Quiz and Surveys:

لا تبدو الاختبارات والاستطلاعات أحيانا شكلا من إشكال القصص الإخبارية في الصحافة التقليدية ، ولكنها يمكن أن تضيف جانبا إخباريا في صحافة الإنترنت . فبجانب استخدامها كمدخل لتخفيف القصة الإخبارية الجامدة بنشرها على جانبها ، فإن القصة الإخبارية يمكن أن تروى بكاملها بتكسير أجزاء الخبر إلى أسئلة وأجوبة. وهذه الطريقة يمكن أن تكون فعّالة جدا لأنها تجعل المستخدم متفاعلا مع المادة المنشورة.

**7.2. الرسوم المتحركة :**

يمكن للقصة الإخبارية أن تروى بشكل كامل بالرسومات المتحركة خاصة عندما لا تتوفر الصور، ولكن لا يجب الإسراف في استخدامها إذا لم يكن هنالك داع ، فقد أدى إساءة استخدامها أو الإكثار منها إلى انصراف مستخدمي الإنترنت عنها . وهي تستخدم عندما يتطلب نشر حدث ما استخدام الحركة، أو للقصص الخفيفة والمواد الكاريكاتورية أو لمخاطبة الأطفال.

**8.2. البث التفاعلي Interactive Web Casting :**

بدأت المواقع الإخبارية بدمج مواد الفيديو مع الروابط المضافة إلى الأخبار ذات العلاقة بالحدث ، ما خلق تجربة متقدمة على الطريقة التقليدية للبث التلفزيوني يطلق عليها البث التفاعلي، هنا يتم إعادة معالجة المادة المصورة تلفزيونيا بتضمين النص وبعض النقاط الحية والوصلات في الفيديو التي تمكن المشاهد من التنقل داخلها او عبرها الى أجزاء أخرى . وهو ما جعل المادة المصورة مجالا تفاعليا لا تشبه الطريقة التقليدية.

**9.2. الوسائط المتعددة التفاعلية Multimedia Interactive :**

يكون في الوسائط المتعددة التفاعلية كل عنصر من عناصرها من نصوص ورسومات وأصوات و فيديو مجالا تفاعليا قابلا للنقر ، وهذه الطريقة لبناء المواد الصحافية خلقت رزما تفاعلية شاملة تروي الإخبار بطريقة غير موجودة في الوسائل الإعلامية الأخرى .

## II. قوالب التحرير الصحفي الإلكتروني :

أخذ الكثير من الباحثين في الفترة الأخيرة بمراجعة القوالب المعمول بها في الصحافة المطبوعة بدقة ومحاولة البحث لإجراء مزيد من التصنيفات لها و اكتشاف قوالب جديدة دون أن تترك مطروحة بلا مسميات ، بالإمكان تطبيقها في الصحافة الإلكترونية و اختزال بعض تسمياتها المستخدمة في الصحافة المطبوعة بما يتواءم مع متطلبات العمل المهني في الإعلام الإلكتروني لتسمية قوالب ربما تكون جديدة أو تكون واردة سابقا أو تكون توليفة من القوالب القديمة و الجديدة معا. بحيث يجب أن يضع المحرر المادة الإخبارية في القالب أو الوعاء المناسب الذي يستوعبها.<sup>1</sup> و يمكن إجمال القوالب المستخدمة في التحرير الصحفي الإلكتروني ما يلي :

### 1. قالب الهرم المقلوب Inverted Pyramid :

يتوقع مستخدمي الصحف الإلكترونية تحديث أخبارها بشكل مستمر ، لا سيما في الأخبار العاجلة ، لذا يجب أن يسمح أسلوب الكتابة المستخدم فيها إلى إضافة وتغيير سلس للمعلومات عندما تتكشف الأحداث. و غالباً ما يستخدم أسلوب الهرم المقلوب و الذي يستخدم كذلك في الصحف الورقية في مثل هذه القصص لأنه يمكن تعديله بسهولة ، حيث يمكن نشر قصة هرمية مقلوبة مباشرة في موقع إلكتروني ثم تعديلها بمعلومات إضافية أو إعادة ترميمها مع مرور الوقت.<sup>2</sup> والأساس المنطقي لبناء الهرم المقلوب هو أن معظم الأخبار أو العناصر المهمة في الخبر يجب أن تظهر في الأعلى لربط المستخدم مع الخبر وأن تظهر بقية المعلومات في ترتيب تنازلي من الأهمية.<sup>3</sup> يتلاءم هذا القالب مع الطبيعة الغير خطية للمواد الإعلامية المنشورة في صفحات مواقع الصحف الإلكترونية ، ابتداء من مقدمة ملخصة لما تتضمنه المادة الإعلامية سواء خبر، تقرير ، مقال ،... ثم بعد ذلك ينتقل للعناصر الرئيسية المتعلقة بالموضوع و بالعناوين الفرعية المرتبطة به ، حيث أن هذه المواد يتم تحريرها مستقلة عن بعضها البعض لكن ترتبط في شكل علاقة لا خطية لتكمل الفكرة العامة و التسلسل المنطقي للقصة الخبرية .

<sup>1</sup> فاضل البدراي ، أسس التحرير الصحفي و التلفزيوني و الإلكتروني، ط1، دار البداية ناشرون و موزعون، عمان، الأردن ،2014،ص215.

<sup>2</sup>Jim Foust , Op.cit, p198.

<sup>3</sup>Barbara Alysen, **The Electronic Reporter: Broadcast Journalism in Australia**,3<sup>rd</sup> edition ,Unsw press ,Australia, 2012, p42.

## 2. قالب السرد المتسلسل :

يتم تقسيم الموضوع إلى مقاطع صغيرة ، و من ثم يكتب بطريقة خطية سردية دون وصلات تتيح الانتقال غير الخطي ، و يراعي فيه وضع نهاية مشوقة لكل مقطع ، حتى يستأنف المستخدم في قراءته. حيث يستخدم هذا القالب مع الموضوعات ذات الصبغة القصصية أو الدرامية.<sup>1</sup>

## 3. قالب الدائرة Circle Technique :

يعتبر قالب الدائرة من أكثر القوالب مناسبة في صياغة الأخبار الإلكترونية نظرا لطبيعة التفاعلي التفاعلي ما بين المحرر و المستخدم للمضمون الإعلامي الإلكتروني الذي يرد على نمط قالب الدائرة يأتي سريعا بين طرفيه و تكون الدائرة ضيقة لتجسد مستوى القرب و النجاح المتحقق من الصيغة التفاعلية. حيث تقع النقطة الرئيسية أو المحورة للخبر الذي تم تحريره على هذا النمط في المقدمة "الاستهلال" و كل ما يأتي من فقرات و تفاصيل أخرى يجب أن ترجع إلى المقدمة كونها أصبحت مركز الأهمية ، و من مميزات قالب الدائرة إن كل جزء من الخبر يعطي نفس الأهمية لبقية الأجزاء الأخرى و دون إهمال جزء على حساب جزء آخر ، و لكن الميزة الأساسية في التحرير هو أن ترتبط جميع الفقرات بالاستهلال. وغالبا ما تلجأ الصحافة الغربية إلى هذا النمط الإخباري و بعض نظيرتها العربية بحيث تكون الخاتمة إجابة توضيحية لما طرح في المقدمة.<sup>2</sup>

## 4. قالب المقاطع Section Technique :

يقوم المحرر الإلكتروني وفق قالب المقاطع بتجزئة القصة الخبرية إلى عدة أجزاء أو مقاطع و كل مقطع منفصل عن الآخر ، على أن يجري التعامل معه على أنه خبر مستقل من حيث المقدمة والتفاصيل أو الجسم و الخاتمة ، لكن بشرط أن يضمها عنوان رئيسي واحد. و يستخدم هذا التقسيم المقاطعي لحصر

<sup>1</sup> ماجد سالم تريان، الإنترنت و الصحافة الإلكترونية: رؤية مستقبلية، مرجع سابق، ص243.

<sup>2</sup> فاضل البدراي ، مرجع سابق، ص216.

ترتيب وقوع الأحداث أو حصر تسلسلها من حيث التطور الزمني، و يفيد هذا القالب القصص الخبرية و الأخبار المركبة و المعمقة.<sup>1</sup>

### 5. قالب الكتل النصية (بحجم الشاشة):

يتم عرض المادة فيه على شكل وحدات و كتل كل منها بحجم شاشة واحدة، و توجب وصلات بين هذه الكتل تنقل المستخدم بشكل خطي بين الوحدات (التالي)، (السابق)، و كل وحدة منها امتداد لما سبق و تمهيد للتالي لذا فليس لها نهاية محددة، كما توجد وصلات خارجية تنقل لصفحات و مواقع اخرى على الويب. و من مزايا هذا القالب أنه يفيد في تسهيل عملية التصفح من الناحية النظرية لكن التطبيق العملي يشير إلى أن معظم الاصدارات تستخدمه كأسلوب جديد فقط في التصميم و العرض، و لا تراعي مدى ملائمتها لطبيعة المحتوى نفسه، و كيف يمكن أن يؤثر فيه. كما يناسب هذا القالب القصص و الموضوعات التي تضم عدة أحداث و جميعها مترابطة بشكل منطقي، أي انه أسلوب مختلف في العرض، إذ تظل المادة نفسها كهيكل خطي متتابع و بالتالي تتطلب قراءتها خطيا حتى يمكن فهمها و إدراكها.<sup>2</sup>

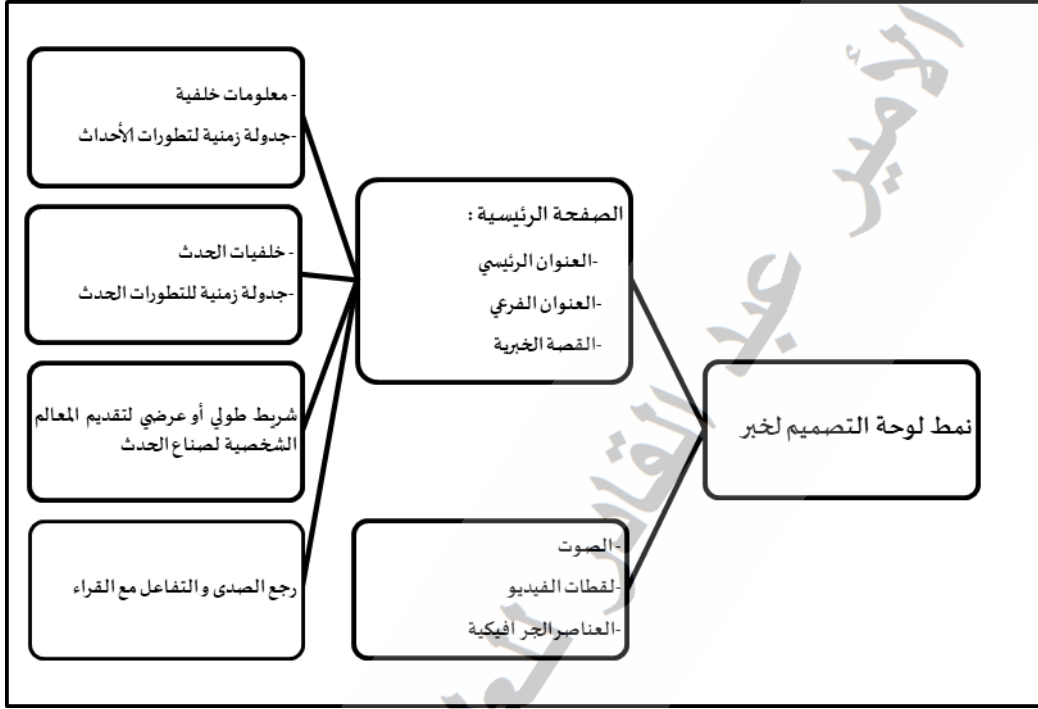
### 6. قالب لوحة التصميم Story-board:

يعتبر هذا القالب من الأنماط المهمة في تحرير الأخبار التي أفرزتها تكنولوجيا الاتصال عبر الإنترنت حيث يأخذ هذا القالب في اعتباره أن الخبر الإلكتروني يتميز عن الخبر المطبوع باستخدام كل الإمكانيات التي تتيحها بيئة العمل على شبكة الإنترنت خاصة الوسائط المتعددة التفاعلية، ويتم في هذا النمط إدخال الصوت و الصورة و رجع الصدى إلى القصة الخبرية، و هذا ما يوضحه الشكل التالي :

<sup>1</sup> المرجع نفسه، ص216.

<sup>2</sup> عباس حسن، مرجع سابق، ص147.

الشكل رقم (04): يمثل نمط لوحة التصميم لخبر ينشر في صحيفة إلكترونية



المصدر: (حسني نصر و سناء عبد الرحمن، التحرير الصحفي في عصر المعلومات: الخبر الصحفي، ص220)

## 7. قالب النص الطويل Scrollung Stories :

يستند هذا القالب في الصحافة الإلكترونية على عرض النص أو المضمون على شاشات متتالية ليسهل مهمة المستخدم بتصفح من خلال أشرطة و أدوات التصفح .حيث يستخدم في حالة المضمون الذي يتطلب عرضه بشكل خطي و الذي يستحسن تناوله بأسلوب الاختصار و التكتيف حيث يمكن تقسيمه إلى وحدات أصغر مترابطة ببعضها البعض بشكل غير خطي .و يلاحظ أن هذا الشكل لا يختلف عن الشكل الخطي التقليدي في المطبوعة ،و من طبيعة المستخدم في عصر التكنولوجيا الحديثة أنه لا يفضل عملية تصفح مادة طويلة على شاشات متوالية على عكس ما كان سائد سابقا.



لذا وجه خبراء الإعلام العصري محررو الصفحات الإلكترونية بتفضيل وضع المادة في شاشة واحدة لكي لا يلجأ المستخدم إلى طريقة تحميل صفحات متعددة الامر الذي قد يجبره إلى عدم التعرض للمادة<sup>1</sup>.

## 8. القالب غير الخطي Non-Liner:

يستبعد هذا القالب القوالب الخطية في التفكير و التحرير ،فليس من المرغوب في الصحيفة الإلكترونية أن يتم تحرير قصة صحفية طويلة ثم تقسيمها إلى صفحات منفصلة على الموقع ،فهذا أمر يشبه تماما نشر القصة في الصحيفة الورقية على صفحتين ،و لا يصنع هذا القالب النمطي في التحرير لمواقع الإنترنت لأنه لا يشجع المتصفح على قراءة القصة كاملة لأنه يتطلب مزيدا من الوقت للانتقال من صفحة لأخرى ، كما أنه يعيق طباعة الموضوع كاملا يتوجب على الصحفي من جهته أن يتعامل مع كل موضوع صحفي على أنه حزمة كاملة يضم مكونات منفصلة و أن يقوم بإعادة بناء الحزمة باستخدام روابط النص الفائقة التي يمكن أن يختار المستخدم أيا منها لمتابعة قراءة التفاصيل التي تمهه ،ويتجاهل بعضها التي لا تتوافق مع اهتماماته، كما يجب على المحرر أن يعطي المتصفح فكرة سريعة عن المعلومات التي سيجدها في حال اتباعه رابطا معيناً. و يحرر الموضوع في هذا القالب على شكل مقاطع بحيث يكون عنوانه و مقدمته على الصفحة الأولى من الموقع بالإضافة إلى ارفاقه بوصلات تضم تفاصيله و خلفياته و التي توضع على صفحات أخرى من الموقع<sup>2</sup>.

## 9. قالب الساعة الرملية Hourglass Structure:

يتميز هذا القالب أنه يبدأ بمقدمة موجزة و هامة ثم معلومات خاصة بالموضوع أو الحدث تعطي توضيحا مكملا لما ورد بالمقدمة و يعقب ذلك اقتباسات هامة تمثل وجهات نظر المصادر التي اعتمدت في الموضوع ،و من ثم المرحلة الأخيرة التي تتضمن السرد الزمني المتتالي للأحداث الفرعية في القصة الخبرية، و بمعنى أدق فإن هيكله الخبر وفق قالب الساعة الرملية يتألف من ثلاثة أجزاء: الجزء الأول: القمة التي تتضمن المقدمة الملخصة و تتبعها فقرات قد تتعدى الثلاث تجيب عن الأسئلة الاستفهامية التي بالإمكان ان ترد على لسان المستخدم او المستخدم بشأن الحدث. الجزء الثاني: التحول الذي

<sup>1</sup> ماجد سالم تريان، الإنترنت و الصحافة الإلكترونية: رؤية مستقبلية، مرجع سابق، ص 244.

<sup>2</sup> عباس حسن، مرجع سابق، ص 148.

يتضمن تهيئة المستخدم للتحويل و الانتقال إلى الحكاية بطريقة التوصيف أو إعطاء الانطباع الدقيق سواء من المحرر نفسه عن الواقعة التي يكتب عنها أو من شهود عيان. الجزء الثالث: يروي المحرر تفاصيل الحدث الذي يكتب عنه بلغة الحقائق الدقيقة و كذلك بأقوال المسؤولين و المختصين و المصادر الرئيسية في صناعة الحدث نفسه.<sup>1</sup> لذلك يعد هذا القالب من أبرز القوالب التي دأب على استخدامه المحرر الإلكتروني كونه سهل في عرض الموضوع المطروح بالطريقة التقليدية على أساس كونه قالب يدفع المحرر إلى النظر لأبرز معلومة يضعها بالمقدمة أو الاستهلال ، و هو ما دفع البعض من المختصين إلى اعتباره قالب يمزج بين القالب المقلوب و قالب القصة لأنه ما بعد المقدمة الهامة ، يأتي المحرر بسرد تفصيلي لباقي أحداث القصة الخيرية.

## 10. قالب وول ستريت جورنال Wall Street Technique :

يبدأ هذا القالب باستهلال خفيف حول شخص أو مشهد أو حادثة ، و تقوم فكرته على الانتقال من الخاص إلى العام و يبدأ بشخص أو مكان او حدث يوضح النقطة الرئيسية في الخبر. والاستهلال قد يكون وصفيا أو سرديا أو مكانيا ، و يتبع ذلك فقرة مركزية توضح مغزى الخبر ، ثم يرتب جسم الخبر حسب وجهات نظر مختلفة أو تفصيلات تتعلق بمحور الخبر . و تكون الخاتمة دائرية يستخدم فيها نص أو حكاية طريفة تتعلق بالشخص الذي ذكر في الإستهلال.<sup>2</sup>

<sup>11</sup> فاضل البدراني ،مرجع سابق، ص2018.

<sup>2</sup> حسني نصر و سناء عبد الرحمن، مرجع سابق،ص221.

### خلاصة الفصل:

نستنتج مما سبق ذكره من عناصر في هذا الفصل بأن عدم اتفاق الباحثين و الدارسين للصحافة الإلكترونية على تعريف محدد لها يعود لعدم استقرارهم حول مفهوم معين يطلق عليها و هذا ما يتجلى بشكل كبير في الأدبيات الإنجليزية التي كانت سباقة في الحديث عن هذا المستحدث الإعلامي و الذي انعكس بدوره على ترجمة هذا المفهوم ما يفسر كذلك اختلافه في الأدبيات العربية. و على العموم فإن جل التعريفات التي قدمت لها كانت تعتمد على خصائصها و أسلوب نشرها على الويب. و تعود بداياتها الأولى في العالم نتاج التجارب التفاعلية في مجال نقل النصوص شبكيا عن طريق التلكتكست **Teletext**، و الفيديو تالكست **Videotex** من قبل هيئة الإذاعة البريطانية **BBC** ، في حين كانت أول تجربة عربية للصحافة الإلكترونية لصحيفة الشرق الأوسط اللبنانية سنة 1995. أما بداياتها في الجزائر فقد كانت سنة 1997 بعد إصدار قانون الإعلام 1990 و الذي كان يقوض حرية الرأي و التعبير لأصحاب الصحف الذين سارعوا بالبحث عن فضاءات في شبكة الإنترنت للتعبير بكل حرية خاصة بعد ولوج الإنترنت للجزائر سنة 1993 و تزايد أعداد مستخدميها. لذا فإن النمط السائد للصحف الإلكترونية في الجزائر في بداياتها كان عبارة عن دعائم إلكترونية لصحف ورقية وهو ما جعلها تواجه تحديات كبرى في التأقلم مع بيئة الويب و متطلباته كالكتابة الإلكترونية، و الآنية، استغلال الوسائط المتعددة و غيرها.

و على الرغم من أنها أضافت الكثير للمهنة الإعلامية كأتمها أتاحت العديد من مصادر المعلومات إلا أنها فرضت عدة تحولات على المهنة الإعلامية و تعامل الصحفي مع المحتوى الذي ينشره عبر موقع الصحيفة قد تجلعه يواجه عدة تحديات خاصة في الدول العربية على غرار الجزائر أين نجد بأن الاهتمام بالتكوين في مجال الإعلام الإلكتروني لم يحظ باهتمام من قبل الصحفيين إلا مؤخرا ما جعلهم يمارسون الصحافة المكتوبة في الوسيط الإلكتروني ما انعكس بدوره على المحتوى المقدم و الذي أصبح يتطلب أن يعالج وفق قوالب صحفية تتلاءم مع الويب. كما انعكس كذلك على خصائص الفنون التحريرية التي تقدم وفقها المواضيع .

الفصل الثالث:

تصميم و إخراج الصحافة الإلكترونية

## الفصل الثالث: تصميم و إخراج الصحافة الإلكترونية

المبحث الأول : الفرق بين التصميم و الإخراج

المبحث الثاني: إخراج الصحف الإلكترونية:

أولا: العناصر البنائية التقليدية

ثانيا:العناصر البنائية الإلكترونية

ثالثا:العناصر التفاعلية

المبحث الثالث: تصميم مواقع الصحف الإلكترونية:

أولا:الفروق بين التصميم الطباعي و تصميم الويب

ثانيا:مبادئ تصميم الصحف الإلكترونية

ثالثا: مكونات موقع الصحف الإلكترونية

رابعا: مستويات تصميم واجهة المستخدم

خامسا:نماذج إخراج و تصميم الصفحة الرئيسية للصحف الإلكترونية

المبحث الرابع: المعايير تقييم فاعلية تصميم و إخراج واجهة الصحف الإلكترونية

أولا:معايير عامة تعنى بتقييم المواقع الإلكترونية بغض النظر عن طبيعتها

ثانيا:معايير تعنى بتقييم مواقع الصحف الإلكترونية

تعد الصفحة الرئيسية Home Page للصحف الإلكترونية الواجهة التفاعلية التي يتعامل معها المستخدم، لذا يسعى مصممي الصحف الإلكترونية على انتقاء الأساليب الإخراجية التي تمكن من تحقيق معايير التميز، الجاذبية، سهولة التنقل و يسر الاستخدام للموقع. و بالنظر لحداثة الصحافة الإلكترونية مقارنة بالصحيفة الورقية يلاحظ بأنها تتقارب في تصاميمها نظرا لعدم وجود مدارس إخراجية محددة لإخراجها مثلما هو الحال بالنسبة للورقية. و قد دفع تعدد الوحدات البنائية التي تكون موقع الصحيفة الإلكترونية المصممين إلى تبني أسلوبين لتصميم وإخراج الصفحة الرئيسية أحدهما يتعلق بطريقة عرض المعلومات و الآخر متعلق بإخراج قوائم التجوال التي تمكن المستخدم من الوصول لهذه المعلومات و الإبحار داخل محتوى الصحيفة و ما تقدمه من خدمات تفاعلية أخرى. لذا يسعى هذا الفصل للتطرق لأهم الفروق بين مصطلحي "التصميم" و "الإخراج" ، ثم التفصيل أكثر في أهم العناصر البنائية الموظفة في إخراج الصحف الإلكترونية كالتقليدية، الإلكترونية والتفاعلية و أخيرا يتطرق هذا الفصل إلى أهم مبادئ تصميم الصحف الإلكترونية، كما يتطرق هذا الفصل بالتفصيل في نماذج إخراج و تصميم الصفحة الرئيسية لمواقع الصحف الإلكترونية و أهم المعايير التي وضعها الباحثين في هذا المجال حول تقييم فاعلية تصميم وإخراج الواجهة الرئيسية للصحف الإلكترونية.

## الفصل الثالث: تصميم و إخراج الصحافة الإلكترونية

### المبحث الأول: الفرق بين التصميم و الإخراج:

لا تفرق الدراسات التي تتناول جانب الإخراجي للصحف الإلكترونية بين مصطلح "تصميم" ومصطلح "إخراج"، فهناك من الباحثين ما يرى بأن لكلاهما معنى واحد. إذ يجمع الكثير من الباحثين أن تصميم الصفحات الخاصة بالصحف الإلكترونية يطلق عليه لفظ "تصميم" و ليس إخراج، و هذا راجع لكون الصحفيين في المواقع الصحفية الإلكترونية لم يتجردوا من عملهم في الصحيفة الورقية المطبوعة التي يعتبر الإخراج الصحفي من أهم مراحلها .

يجمع الخبراء على أن هناك علاقة وثيقة بين تصميم و إخراج الصحف الإلكترونية و الصحف المطبوعة، حيث يمكن الاستعانة بالمبادئ العامة في تصميم المطبوعات عند تصميم الصحف الإلكترونية، و يرى آخرون أن 80% من قواعد تصميم المطبوعات يمكن استخدامها في تصميم المواقع الصحفية الإلكترونية خاصة ما يتعلق باستخدام الألوان، و الفراغات، و الهوامش، و التبائن، و هو ما يؤدي إلى تشابه بعض الجوانب في التصميم لكلتا الوسيلتين.<sup>1</sup> لذا تم نقل مبادئ الإخراج الصحفي من توازن و تبائن، و غيرها إلى الصحافة الإلكترونية، و كذلك توظيف ما يسمى في الإخراج الصحفي بالعناصر التيبوغرافية، و في المواقع الصحفية الإلكترونية تسمى بالعناصر التي تحتوي عليها الصفحة أو الموقع.

لم يوجد التصميم للمواقع الصحفية الإلكترونية بشكل منفصل و منفرد رغم أن القائمين عليه هم عادة وفي معظم المواقع الصحفية في العالم و حتى الدول المتقدمة هم الفنيين أو التقنيين الذين يتقنون التعامل مع الأكواد و البرمجيات، على خلاف الإخراج الصحفي الذي يقوم عليه عدد من الصحفيين الذين لديهم الرؤية الصحفية، إلا انه لوحظ في الآونة الأخيرة ظهور العديد من الدراسات التي تهتم بتوضيح القوانين التي يجب أن يعمل بمقتضاها هؤلاء التقنيين و الفنيين عند تصميمهم بالمواقع الإلكترونية، فقد استطاع القائمين عليها أن ينقلوا أسس الإخراج إلى الصحف الإلكترونية و أن يطبقوها بما يخدم المواقع الصحفية الإلكترونية و الاستفادة منها.<sup>2</sup>

<sup>1</sup> حسن فراج، مرجع سابق، ص 68.

<sup>2</sup> عبد العزيز الشريف، مرجع سابق، ص 124، 125.

يملك كل عنصر من العناصر الإلكترونية و التفاعلية في الصحف الإلكترونية دور وظيفي يرتبط بالدور الكلي للإخراج الصحفي، فكل عنصر يتميز بمجموعة من الخصائص التي ترتبط بوظائفه المهنية داخل موقع الصحيفة الإلكترونية. حيث يتطلب توظيف عنصر دون الآخر النظر إلى فاعليته في بناء وحدة الصفحة الإلكترونية كاستخدام الفواصل و توظيف الصور، و استخدام الخلفيات الملونة، و حجم خطوط العناوين و المتون و غيرها، و هذا بشكل أو بآخر مرتبط بقابلية استخدام الصحيفة الإلكترونية من قبل متصفحها و عاداتهم و إمكاناتهم البصرية.

يعتبر التصميم عملاً فنياً شكلياً يهدف لوضع الرسالة في شكل يهدف لوضع الرسالة في الشكل المناسب، و يتوقف دور التصميم عند ذلك الحد ولا يتجاوزه إلى أبعاد أخرى تتصل بطبيعة الرسالة<sup>1</sup>. أما الإخراج الصحفي فهو عمل تكاملي يبدأ من الخطوة الأولى من العمل الفني التي تتمثل في وضع الشكل الأساس الذي يعطي الجريدة أو الموقع الإلكتروني هوية معينة و متميزة. و يمتد الإخراج إلى أبعد من ذلك ليشمل تسهيل التصميم الذي يهدف لدعم الأبعاد الاتصالية للرسالة بما يمكن من تحقيق الأهداف المرجوة منها، إلى جانب إعطاء القيم المعنوية لكل وحدة من الوحدات الإلكترونية<sup>2</sup>.

يشمل العمل الصحفي الفني عدة تصاميم، فعلاوة على كون إخراج الصفحة هو تصميم بذاته، إلا أن كل عناصرها تحتاج إلى تصاميم خاصة كتصميم الترويسة، و تصميم التجول، و تصميم العناوين الرئيسية و الفرعية، و تصميم الإعلانات و غيرها<sup>3</sup>. و تتجسد الأهمية الوظيفية للإخراج الصحفي من خلال دوره في إطار الوظيفة الكلية للصحافة القائمة على ضرورة تقديم مضامين إعلامية متميزة تشبع حاجات القراء الاتصالية، و ذلك بطريقة فنية مشوقة و جذابة يتم فيها توظيف جوانب الإخراج المختلفة لأداء أدوار محددة بما ينتهي إلى دعم الأشكال التي تقدم بها المواد الصحفية للمضامين التي تعبر عنها<sup>4</sup>.

<sup>1</sup> بيريح حسين موسى، مرجع سابق، ص 32

<sup>2</sup> صالح العنزلي، مرجع سابق، ص 149

<sup>3</sup> عبد العزيز الصويغي، الإخراج الصحفي و التصميم: بين الأقلام و الأفكار و الحواسيب، ط1، دار الملتقى للطباعة و النشر، بيروت، لبنان، 1998، ص 217

<sup>4</sup> فهد العسكر، مرجع سابق، ص 90.



يمكن إبراز العلاقة بين الإخراج و التصميم من خلال جانبين أساسيين متلازمين و متعاقبين، الجانب الأول هو عملية وضع الهيكل الأساسي للصحيفة و هو ما يسمى بالتصميم **BasicDesign** ويتميز بالثبات النسبي، أما الجانب الثاني فهو تنسيق عناصر التصميم الصحفي في كل صفحة من الصفحات **Layout أو Make up** بشكل دوري غير ثابت، و يتميز بالتنوع و التغير استجابة لمتطلبات المضمون، فالهدف الأساسي لفن الإخراج الصحفي هو الوصول إلى صفحة يسودها التوافق والإنسجام بحيث تريح النظر و تمتع القارئ، كما أنها تسهل قراءة المضمون بما يتفق و أهداف الصحيفة<sup>1</sup>. يتضح من خلال ما سبق ذكره بأن البعض لا يفرق بين مصطلحي التصميم و الإخراج وهذا يرجع ربما للخلط بين المصطلحين و الذي لا يوجد فقط في المراجع العربية و إنما وجد كذلك في المراجع الأجنبية و التي تعتبر الأولى في خلق هذا الاختلاف ثم انتقل ذلك للمراجع العربية من خلال عمليات الاطلاع و الترجمة و التي لم تقف فقط عند المصطلحات بل امتدت لوصف عملية التصميم<sup>2</sup>.

### المبحث الثاني: إخراج الصحف الإلكترونية:

تنقسم العناصر المستخدمة في إخراج الصحف الإلكترونية إلى قسمين رئيسيين هما العناصر البنائية التقليدية و هي العناصر التي تشترك فيها الصحف الإلكترونية مع الصحف الورقية مثل الحروف وعناصر الفصل، و أهمها الخطوط و الفواضل و الجداول، كذلك الصور و الرسوم و الألوان، و العناصر الإلكترونية الأخرى هي العناصر التي تتميز بها الصحف الإلكترونية مثل الوسائط المتعددة و النصوص التشعبية<sup>3</sup>. كما تضاف إليهما العناصر التفاعلية التي تمكن المستخدم من التفاعل مع مسؤولي الصحيفة و صحافييها، و تتمثل العناصر المستخدمة في إخراج الصحف الإلكترونية ما يلي :

<sup>1</sup> حسن فراج، مرجع سابق، ص 68، 69.

<sup>2</sup> فتحي أسماعيل، مرجع سابق، ص 28.

<sup>3</sup> صالح العنزي، مرجع سابق، ص 151.

## أولاً: العناصر البنائية التقليدية:

و يقصد بالعناصر البنائية التقليدية كل العناصر المستخدمة في الصحف الورقية و الإلكترونية و التي تشتمل على عناصر بنائية تقليدية و عناصر بنائية جرافيكية، و يمكن التفصيل في هذه العناصر فيما يلي :

## I. العناصر البنائية التيبوغرافية:

تتكون الصفحة الإلكترونية من مجموعة من الوحدات التيبوغرافية و التي تتناسب مع طبيعة الصحيفة الإلكترونية و شروطها الوظيفية و التصميمية. حيث تشمل ذات العناصر التيبوغرافية التقليدية المستخدمة في الصحافة الورقية، و التيبوغرافية الصحفية يقصد بها المفردات أو الأدوات التي توظف للتعبير عن لغة الشكل في الصحيفة التي تنقل مضمونا معيناً مرتباً حسب الأهمية النسبية للمواضيع في أسلوب جذاب يراعي الموازنة بين الوظيفة و الجمال.<sup>1</sup> و تشمل هذه العناصر على :

## 1. النصوص:

تحتوي الإنترنت على عناصر بنائية ذات مقدرة عالية على نقل المضمون إلى القارئ في يسر و سهولة إلا أن النص مازال في المركز الأول في اعتماد الصحف عليه في بنائها الشكلي و الدلالي، حيث يحتوي النص في بعض الفنون الصحفية عادة على العناوين، و المقدمات، و الجسم و لكل نوع من الثلاث قواعد تحكم حركته داخل البناء الشكلي للصحيفة و المتمثلة في الإنقرائية *Readability*، فالمخرج يهدف من وراء الإنقرائية تقديم شكل يريح القارئ بصرياً و نفسياً لتحقيق التوافق بين الشكل و المضمون و تحديد أروقة الدخول إلى النص من خلال العناوين الأساسية و الفرعية و المقدمات لتتنقل القارئ في يسر و سهولة بين ثنايا النص أثناء القراءة.<sup>2</sup> فالحروف تشكل هذه الحروف مادة العناوين و المتون للمواضيع المختلفة، و تأخذ أهميتها من كونها تعد الأساس الذي تبنى عليه و تشكل منه المادة المعدة للنشر و القراءة و يتوقف على وضوحها مدى إقبال القراء على قراءتها.<sup>3</sup> و فيما يلي نعرض

<sup>1</sup> بيرق حسين، مرجع سابق، ص75.

<sup>2</sup> سمير أحمد خليل، مرجع سابق، ص236.

<sup>3</sup> بيرق حسين، مرجع سابق، ص76.

مجموعة من المعايير المتعلقة بالنصوص المكتوبة كعنصر من العناصر التيبوغرافية الإخراجية للصحف الإلكترونية :

### 1.1. شكل الحرف:

يؤثر شكل الحرف في مدى يسر القراءة من عدمه، من خلال تغير أشكال الحروف العربية في حال اتصالها بغيرها من الحروف الأخرى عند اجتماعها، لتكوين الكلمات و الأسطر ، و لهذا فإن الحكم على مدى دور الحروف في تيسير القراءة يأتي بعد اتصالها في صف المتون و العناوين.<sup>1</sup> لذا فشكل الحروف تعني الطريقة التي يعرض أو يظهر بها الحرف على الصفحة الإلكترونية أو بالأحرى على شاشة الكمبيوتر ، كما يتأثر شكل الحرف بنوع الخط المستخدم.

أتاحت تقنيات الإنترنت كذلك لصفحة الويب وضع مجموعة من الخطوط في صفحاتها ، و يقوم مستعرض الويب بالبحث في هذه الخطوط بترتيب كتابتها ، وإذا لم يدعم المستعرض هذه الخطوط يقوم بوضع الخط الافتراضي بدلا من هذه الخطوط ، بترتيب كتابتها ، وإذا لم يدعم المستعرض هذه الخطوط يقوم بوضع الخط الافتراضي بدلا من هذه الخطوط ، فبعض الخطوط تكون أكثر وضوحا من غيرها على الشاشة.<sup>2</sup> و يمكن إجمال أهم الخطوط شيوعا و استخداما في مواقع الصحف الإلكترونية في **Times New Roman** أو **Georgia** ، و خط ووجه **Verdana** أو **Arial** ، بحيث يمثل كل من خطي **Times New Roman** و **Arial** ، الأكثر استخداما في الصحف المطبوعة لأنهما أكثر وضوحا واقتصادا في المساحة، بينما يستخدم الخطين الآخرين **Georgia** و **Verdana** للكتابة للويب نظرا لوضوحهما على شاشة الكمبيوتر.<sup>3</sup>

كما أثبتت العديد من الدراسات بأن خط **Arial** هو أفضل الخطوط من ناحية القراءة ، وكذلك خط **Verdana** ، إذ أن خط **Arial** يستخدم للعناوين و المقدمات ، و الخط الآخر هو الأفضل للنص، و مع ذلك قد تختلف صفحات الويب في استخداماتها لأنواع الخطوط، و هذا الأمر يعود لرؤية

<sup>1</sup> فهد العسكر، مرجع سابق، ص 27.

<sup>2</sup> Lynch, P. & Horton, S. ,**Web Style Guide** , 3rd edition, Chapter 8 "Typefaces", available at: <http://webstyleguide.com/wsg3/8-typography/4-web-typefaces.html> ., Retrieved at: 12/08/2018.

<sup>3</sup> Banerjee, J, and all, "**Readability, Subjective Preference and Mental Workload Studies on Young Indian Adults for Selection of Optimum Font Type and Size during Onscreen Reading**", A US National Library of Medicine enlisted Journal , Vol. 4, No. 2, 2011, P. 132. Available at: <http://ajms.alameenmedical.org/articlepdfs/AJMS.4.2.2011%20p%20131-143.pdf> ,Retrieved at: 12/02/2019.

المخرج و المسؤولين على الموقع ، و بشكل عام يمكن إجمال مجموعة العوامل التي قد تؤثر في يسر قراءة حروف النص على صفحات الويب و التي يستوجب مراعاتها فيما يلي:<sup>1</sup>

- البساطة في التصميم و التقليل من الخطوط المزخرفة و تجنب الخطوط غير التقليدية.
- عدم المبالغة في إبراز و تمييز النص ، أو استخدام أكثر من وسيلة تميز بشكل متجاور لأن ذلك يؤدي إلى تشتت القارئ.
- تأكيد أهمية العناوين باستخدام الحروف المائلة في كتابة أجزاء منها لتحقيق نوع من التباين.
- اختيار نوع الخط المناسب مع الموضوع، كاختبار الخط الكوفي مع الموضوعات الإسلامية.

## 2.1. حجم الخط (الحروف):

يقاس حجم الخط بالبنت و يبدأ القياس من أعلى جزء في الزوائد العلوية إلى أدنى جزء من الزوائد السفلية، بالإضافة إلى جزء يسير من الفراغ يترك في أعلى الزوائد العلوية و آخر مماثل في أسفل الزوائد السفلية و يدخلان في حجم الحرف كي لا تصدم السطور ببعضها البعض ، و يتأثر التحديد الأمثل للخط بعدة عوامل منها حجم شاشة الكمبيوتر ، والكثافة النقطية للعرض، و القدرات البصرية لدى المستخدم ، فكلما زادت الكثافة النقطية للشاشة **Pixel** كلما صغر حجم الخط ، لذا يجب على المصمم أن يحدد بالضبط كثافة العرض المثلي ، و من ثم استخدام حجم الخط المناسب.<sup>2</sup> و توصلت مجموعة من الدراسات المختلفة إلى أن نوعي الخطوط **Arial, Tahoma** ، من الأنواع الأكثر انتشارا و تداولوا بين المواقع الإلكترونية ، ويرجع ذلك لأن المتصفح يدعمها، وهي موجودة على كافة أجهزة التشغيل، إضافة لوضوحها في القراءة، و بينت أيضا أهمية استخدام خط أو خطين في الكتابة للمواقع الإلكترونية، و فيما يتعمق بالأحجام نجد أنه يفضل أن تتراوح أحجام الخط المستخدم في كتابة العناوين ما بين 24 و 18 بنت، و في النصوص ما بين 16، و 14 مع عدم ثبات تلك الأحجام.<sup>3</sup>

<sup>1</sup> ماجد سالم التريان، الإنترنت و الصحافة الإلكترونية: رؤية مستقبلية، مرجع سابق، ص 259.

<sup>2</sup> بسنت العقباوي ، مرجع سابق ، ص 174، 175.

<sup>3</sup> ماجد سالم التريان، عبر مجلد، "تصميم و إخراج المواقع الإلكترونية الإخبارية الفلسطينية - دراسة تحليلية مقارنة"، مرجع سابق ، ص 132.

## 3.1. اتساع السطور:

يقصد به الفراغ المتواجد بين الكلمات و السطور و الفقرات و حول العناوين الرئيسية و الفرعية و يعد ترك قدر مناسب من الفراغ بصفة عامة في كل المواضيع السابقة من العوامل المهمة التي تؤثر في يسر القراءة ووضوح حروف النص، على الرغم من كون تضيق المساحة بين الحروف أفضل من التوسيع بينها لأنها تساعد على رؤية عدد أكبر من الكلمات في النظرة الواحدة مما يساعد في الإسراع بعملية الإدراك الكلي و القراءة، و من جهة أخرى فإن توسيع الفراغات بين الكلمات من شأنه خلق فراغات كبيرة تتخذ اتجاهها رأسياً بين الكلمات من شأنها أن تعيق الحركة الأفقية للعين أثناء عملية القراءة يضاف إلى ذلك أن المسافات الكبيرة من الفراغ بين الكلمات تبطئ من عملية القراءة، حيث تتم قراءة كل كلمة بمفردها بدلاً من قراءتها على غيرها من الكلمات.<sup>1</sup>

جاءت العديد من الدراسات في هذا المجال بنتيجة مفادها أن مستخدمي المواقع الإلكترونية يفضلون في الغالب الأسطر القصيرة والمتوسطة، لأن الأسطر الطويلة تتطلب مزيداً من حركات العين الجانبية ما يجعل النص يفقد مكانه، حيث توصلت دراسة لكل من ميشال بيرتراند و ماريسا فرنانديز **Michael Bernard & Marissa Fernandez** بعدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية في وقت القراءة أو كفاءة القراءة بين الشروط المتعلقة بطول الخط لكل من البالغين والأطفال.<sup>2</sup> حيث تبين من خلال نتائج الدراسة بأن البالغين يفضلون السطور متوسطة الحجم أو الاتساع و التي تتراوح ما بين حوالي (65 إلى 75 CPL) \* ، أما الأطفال فأشاروا إلى تفضيلهم لأضيق طول خط (45 CPL) وبالتالي فهم يفضلون السطور القصيرة، حيث اقترح الباحثان في نهاية الدراسة بضرورة تجنب السطور التي تملأ شاشة الكمبيوتر خاصة إذا كان النص طويلاً.<sup>4</sup>

<sup>1</sup> بسنت العقباوي ، مرجع سابق ،ص178،177

<sup>2</sup> Michael Bernard, and all, "The Effects if Line Length on Children and Adults' Online Reading Performance", Usability News , July, 2002,P 7, available at: [https://www.researchgate.net/profile/Michael\\_Bernard2/publication/252707646\\_The\\_Effects\\_of\\_Line\\_Length\\_on\\_Children\\_and\\_Adults%27\\_Online\\_Reading\\_Performance](https://www.researchgate.net/profile/Michael_Bernard2/publication/252707646_The_Effects_of_Line_Length_on_Children_and_Adults%27_Online_Reading_Performance) , retrieved at: 05/10/2018.

<sup>3</sup> \* يقصد بـCPL عدد الحروف الموجودة بالسطر الواحد، و هي اختصار Character Per Line

<sup>4</sup>Ibid, P 7.

## 2. الحدود و الفواصل:

يقصد بها العناصر الإلكترونية التي يمكن من خلالها الفصل بين الوحدات المكونة للصفحة الإلكترونية، و تساعد هذه العناصر على تحقيق الفصل الكامل او الجزئي بين وحدات الصفحة كما أنها تستخدم في تحديد الحدود الفاصلة بين العناصر المكونة لكل وحدة، و تستخدم الصحف الإلكترونية العديد من عناصر الفصل التقليدية التي تستخدمها الصحف المطبوعة مثل الجداول و الإطارات، حيث تتمثل الجداول في الخطوط الطولية أو العرضية التي تحدد الحدود الخاصة بكل موضوع، أو وحدة في الصفحة الإلكترونية، و بما أن الصحف الإلكترونية تمتاز بالإخراج الرأسي للموضوعات فإن الصحف تعتمد في إخراجها على هذه العناصر بشكل كبير.<sup>1</sup> و تتمثل أبرز الحدود و الفواصل في ما هو تقليدي كاستخدام الصور للفصل بين الموضوعات، و منها ما هو تكنولوجي غير أن الإنترنت كوسيلة اتصال تتميز بالإخراج الرأسي Vertical layout و وسائل الفصل عادة ما تكون أفقية Horizontal، وفي حالة عرض موضوعات متقاربة أو للفصل بين القائمة و الموضوعات المعروضة تستخدم الصحف الإلكترونية الخطوط الرأسية للفصل بين الموضوعات و تستخدم بعض الصحف الإلكترونية الإطارات Frames للفصل بين الصفحات.<sup>2</sup>

## II. العناصر البنائية الجرافيكية:

ترتبط عملية يسر القراءة **Readability** بالإخراج الصحفي فهي تشير إلى الخاصية التي تتمتع بها حروف المتن و التي تتضمن أقصى قدر من السهولة و راحة العين أثناء عملية القراءة، و هي غير "الإنقرائية اللغوية" أي يسر القراءة الذي يتجه البناء اللفظي و التركيب الأسلوبية للنص الصحفي، أما عملية "وضوح الرؤية" **Legibility** عند ارتباطها بالإخراج الصحفي فإنها تشير إلى الخاصية التي تتمتع بها حروف العناوين و التي تساعد على سرعة التقاط الحروف ووضوحها و ما يرتبط بها من حجم الحرف و شكل الحرف و غيرها من العناصر التي تتحكم في وضوح الرؤية. و تشير "الإنقرائية الجرافيكية" إلى الخاصية التي تتمتع بها الألوان و الصور و الرسومات و ما يرتبط بها من وضوح و قدرة

<sup>1</sup> صالح الغنزي، مرجع سابق، ص 162، 163.

<sup>2</sup> بسنت العقبواوي، مرجع سابق، ص 182.

على توصيل الرسالة الإعلامية إلى القارئ من خلال اختيار الألوان و الصور و الرسومات الصالحة للنشر ، و من هنا جاءت الحاجة إلى محاولة التعرف على المعايير التي ينبغي مراعاتها عند اختيار و تصميم العناصر الجرافيكية لتحقيق عملية الإنقرائية الخاصة بالصحف الإلكترونية.<sup>1</sup> ويمكن إجمال العناصر الجرافيكية المستخدمة في إخراج صفحات الصحف الإلكترونية فيما يلي:

### 1. الصور و الرسوم :

تعد الصور و الرسوم من أهم العناصر الجرافيكية المستخدمة في بناء وحدات الصحف الإلكترونية ، و هذا يرجع لارتباطها بقدراتها و معانيها المهمة التي تحملها إلى القراء عند استخدامها مع المتون الصحفية ، حيث تؤدي الصورة دورا كبيرا في تسهيل إيصال المعاني المتضمنة في المتون المنشورة التي ربما لا يمكن الوصول إليها في ظل الاعتماد على الكلمات و المعاني التحريرية فقط.<sup>2</sup> فمع التطور التقني في آلات التصوير ، فإن ثمة تطور تقني آخر قد لحق بالتصوير الصحفي بشكل عام و الفوتوغرافيا الصحفية على وجه الخصوص و هو ما يسمى بالكاميرات الرقمية **Digital Camera** و هي التقنية التي حولت الفوتوغرافيا من عالم الفوتوغرافيا الفيلمية **Film Based Photography** إلى عالم جديد يعتمد على التقنية الرقمية ، و هو ما يعرف بالفوتوغرافيا أو التصوير الرقمي **Digital Photography**.<sup>3</sup>

يأتي استخدام الصحف الإلكترونية لهذين العنصرين لما يحققانه من أدوار وظيفية تدعم المضامين التحريرية، و المتمثلة في التأكيد على الحدث ، و إعطاء قيم جمالية للنص ، و كذلك إعطاء نوع من الحركة للصفحة ، إضافة إلى أن استخدام الصور و الرسوم الثابتة في التصميم من الأغراض الوظيفية التي تحقق توزيعا منطقيًا لأجزاء الرسالة الإعلامية ، و تحقق قدرا كبيرا من جذب الانتباه للرسالة و إبراز أهمية الموضوعات المنشورة عبر الصحف الإلكترونية، كما يمكن من خلال توزيع الصور على الصفحة تحقيق أغراض وظيفية تتمثل في استخدامها كعناصر فصل بين الموضوعات ما يحقق انسيابية لدى القراء عند

<sup>1</sup> المرجع نفسه، ص182، 184.

<sup>2</sup> فهد العسكر، مرجع سابق، ص34.

<sup>3</sup> سعيد النجار، تكنولوجيا الصحافة في عصر التقنية الرقمية، ط1، الدار المصرية اللبنانية، القاهرة، 2003، ص25.

متابعة الأخبار المنشورة على الصفحة.<sup>1</sup> و تكتسب الصور أهميتها من الوظائف التي تؤديها داخل البناء الشكلي للصحيفة، وذلك وفقا لاستخداماتها داخل هذا البناء حيث تقوم بالعديد من الأدوار منها الوظيفة التزيينية **Decorative** أي تقديم الشكل المرئي و التأكيد عليه، الوظيفة التصويرية **Respresentational** أي أن تكون تحتوي على العناصر المذكورة في النص، والوظيفة التنظيمية **Organizational** والمتمثلة في تصوير العلاقات بين العناصر المذكورة في النص. وأخيرا الوظيفة التفسيرية **Explanative** أي توضيح كيفية حدوث الأشياء.<sup>2</sup>

تتكون الصور من شبكة دقيقة **Fine Gird** من البيكسل **Pixel**، و كل **Pixel** في الشبكة يمثل موقع لون معين و يمثل كل لون برقم ، بحيث يتم ضغط كل هذه الأرقام **Compressed** في الحجم ، مما يمكن من ضغط الصورة بسهولة و هذا راجع لكون معظم الصور بها مساحات كبيرة تحمل الدرجة اللونية ذلتها ، و بالتالي فعندما تتم مشاهدتها على شاشة الحاسب ، فإنه يقوم بفك للضغط و بذلك يعيد الحاسب بسهولة إعادة بناء شبكة **Pixels** التي تتكون منها الصورة. تعتمد جودة الصورة على قوة تحديدها (**Resolution**) ويتم قياس التحديد بعدد النقاط أو **Pixels** في البوصة **Dots or Pixels per Inches**، و نظرا إلى أن الصور الكبيرة الحجم تأخذ فترة طويلة في الظهور على الإنترنت مما يجعل المتصفح لموقع النشر الصحفي يمل منه و يحول عنه إلى موقع آخر، لذا فإن أغلب مصممي المواقع يلجؤون إلى استخدام صور ذات أحجام صغيرة و مناسبة للعرض على الإنترنت و الصور على الإنترنت تستخدم لتوضيح موضوع أو لتوضيح مضمون الصفحات في حالة استخدامها كرابط متشعب **Hyperlink**.<sup>3</sup>

## 2. الألوان:

أحدث الكمبيوتر ثورة في تكنولوجيا الألوان فُعلت من دور النظريات السيكولوجية المرتبطة بالتأثيرات النفسية لإدراك الألوان و تأثيرات العجلة اللونية، كما شددت على دور علم البصريات بوصفه العلم الذي يبحث عن راحة الإبصار الذي يهدف من ورائه المخرج أن يظل القارئ يطالع الصحيفة

<sup>1</sup> صالح العنزي، مرجع سابق، ص159

<sup>2</sup> ماجد التريان، الإنترنت و الصحافة الإلكترونية: رؤية مستقبلية، مرجع سابق، ص261.

<sup>3</sup> مروة الدين، مستقبل طباعة الصحف العربية رقميا، ط1، الدار المصرية اللبنانية، القاهرة، 2007، ص201، 203.



أطول فترة ممكنة.<sup>1</sup> فاللون يعتبر أحد أهم العناصر الجرافيكية المستخدمة في واجهة الصحيفة الإلكترونية الذي يمكن من جذب انتباه مستخدم الصحيفة لعناصر بنائية معينة كالعناوين الرئيسية أو الفرعية أو عناوين أقسام الصحيفة.

و تحتوي لوحة ألوان التي يتيحها الويب على 256 درجة لونية لكل لون من الألوان الأساسية متوفرا في كل صفحات الويب، في حين تظهر 216 لونا من هذه الألوان باعتبارها ألوان آمنة للظهور على مواقع شبكة الإنترنت، بحيث يستخدم منها أكثر من شائعا يظهر في جميع متصفحات الويب وأنظمة التشغيل (Windows , Mac, UNIX) ، أما بقية الألوان فرما لا تظهر على المواقع الإلكترونية.<sup>2</sup> و تنقسم هذه الألوان إلى ألوان أمامية **Foreground** تستخدم في الخطوط، و الحدود، و الوحدات، و الصور، و الرسوم و الجداول و نحوها ، أما النوع الثاني فهو الألوان الخلفية **Background Color** و هي التي تستخدم لتحقيق وظائف اتصالية معينة تتمثل في إحداث آثار تقنية و ملء الفراغ داخل الوحدات المستخدمة في التصميم ، و آثار نفسية لدى المتلقي.<sup>3</sup>

لتحقيق التوظيف الأمثل للون بغية تحسين قابلية قراءة و سهولة استخدام موقع الصحيفة الإلكترونية يستوجب على المصممين مراعاة المعايير التالية :

- النص يجب تمثيله باستخدام الألوان الداكنة لزيادة الحد الفاصل بين الخط والخلفية حيث تستخدم ألوان أقل سطوعا للخلفيات كالرمادي مع جعل التفاصيل الهامة أكثر سطوعا ، و كذلك تجنب استخدام الألوان المتعارضة كالأخضر ، و الأزرق، و الأصفر و البنفسجي في النص أو الخلفيات و هذا يرجع لكون العين لا تميز تلك الألوان بشكل صحيح عند تداخلها.<sup>4</sup>
- يفضل تجنب الألوان غير الضرورية في النص ، و تجنب أن يقود اللون عين القارئ إلى أماكن هامة كالقواصل بين المناطق المجاورة و الخلفيات المبالغ فيها و بدلا من ذلك يستخدم اللون في

<sup>1</sup> سمير أحمد خليل ، مرجع سابق ، ص 273

<sup>2</sup> John Di Marco , **Digital Design for Print and Web: An Introduction to Theory Principles and Technologiques** , 1<sup>st</sup> edition, John Wiley& Sons, Canada,2010,p 67.

<sup>3</sup> صالح العنزي ، مرجع سابق ، ص 152.

<sup>4</sup> Rick Richardson, and all, " **Color and Contrast in E-Learning Design: A Review of the Literature and Recommendations for Instructional Designers and Web Developers**", MERLOT Journal of Online Learning and Teaching, Vol. 10, No. 4, USA, December 2014,p662,p663. Available at: [http://jolt.merlot.org/vol10no4/Richardson\\_1214.pdf](http://jolt.merlot.org/vol10no4/Richardson_1214.pdf) , Retrieved at: 08/01/2019.

التمييز بين العناصر المختلفة باستخدام لون مميز لكل فئة من العناصر يميزها عن باقي العناصر والربط بين العناصر المتشابهة باستخدام لون موحد لها.<sup>1</sup>

- تجنب الزيغ اللوني بمعنى المحافظة على قدر من التباين بين الشكل و الأرضية.
- تجنب الزيغ اللوني مثل استخدام الألوان البراقة جدا كالأزرق الصارخ، أو الأحمر الفاقع وذلك حتى لا يؤثر على شبكية العين غير القادرة على التركيز في تفاصيل تلك الألوان.<sup>2</sup>
- يستوجب عند اختيار الألوان التي سيتم استخدامها تحقيق إمكانية تحكم المستخدمين بهذه الألوان عن طريق إعدادات متصفح المستخدم فكلما كان التصميم مرنا كان بوسع جميع المستخدمين التعامل معه بكل حرية، و لذا يجب عدم الاعتماد على الألوان التي لا تتوافر في بعض المتصفحات القديمة، كما يجب عند استخدام الألوان كخلفيات التوقع أو الافتراض أن بعض المستخدمين قد ألعو خيارات عرض الصور تلقائيا من متصفحاتهم الحديثة.<sup>3</sup>

<sup>1</sup> بسنت العقباوي، مرجع سابق، ص 185، 184.

<sup>2</sup> ماجد التبران، الإنترنت و الصحافة الإلكترونية: رؤية مستقبلية، مرجع سابق، ص 264.

<sup>3</sup> صالح العنزي، مرجع سابق، ص 153، 154.

## ثانيا: العناصر البنائية الإلكترونية:

تعرف العناصر البنائية الإلكترونية بكونها مجموع العناصر التي اكتسبتها الصحافة الإلكترونية من شبكة الإنترنت و التي تميزها عن الصحافة الورقية. و تتمثل في تدعيم المحتوى الصحفي بالمواد السمعية البصرية إضافة إلى خلق عنصر التفاعلية بين المسؤولين عن الصحيفة الإلكترونية و المحررين و بين القارئ و هو ما يجعل القارئ يشارك في صناعة المحتوى ،و غيرها من التقنيات و الإمكانيات التي ساعدت على ظهور عناصر جديدة في الصحافة الإلكترونية .و يمكن تقسيم العناصر البنائية الإلكترونية إلى :

## I. عناصر الوسائط المتعددة:

تعتبر الوسائط المتعددة من أهم العناصر الإخراجية التي يعتمد عليها مخرجي الصحف الإلكترونية و التي تميزها عن اخراج الصحف الورقية ،و هذا باعتبارها تجمع ما بين النص، الصور، الصوت والفيديو و تربط بين هذه العناصر بشكل منسجم و متوافق لتدعيم الفنون التحريرية المختلفة في الصحيفة الإلكترونية .و يمكن إجمال أهم عناصر الوسائط المتعددة (عدا النص و الصور اللذان تم عرضهما في العناصر البنائية التقليدية و الجرافيكية) فيما يلي:

## 1. الصوت :

يعرف الصوت من الناحية الفيزيائية بأنه تخلخل في الهواء ينتج عنه موجات ،هذه الموجات تدرك كصوت في أذن الإنسان ، و الصوت له جوانب متعددة تراعى عند التسجيلات الصوتية **Sound Record** ،و الموسيقى التصويرية، و الخلفيات الموسيقية **Music Backward**،و المؤثرات الصوتية **Sound Effects** ،و الصوت له متخصص للقيام بدور تسجيل الصوت.<sup>1</sup> و يستخدم مخرج الصحيفة الإلكترونية الصوت لتدعيم المادة المكتوبة ،فمن الممكن لمقابلة كاملة الطول أو قطعة مع بعض

<sup>1</sup> Philip V, W. Dodds , **Digital Multimedia Cross-industry Guide**, Focal Press ,USA, 1995,p 165.

الصوت الطبيعي أن تضيف إلى القصة ، كما قررت العديد من المؤسسات الإخبارية تطوير ملفات بودكاست ، حيث يناقش فيها المحررين والمراسلين والضيوف القصص الأساسية كما يمكن أيضاً نشرها على خدمة الإيقاعات الموسيقية من أجل الوصول إلى جمهور أوسع.<sup>1</sup> كما قد يستعمل الصوت في شكل حكاية صوتية **Audio Story** و التي تمثل وسيلة قوية جدا لرواية الخبر ويتم الاستعانة بالتسجيل الصوتي عندما يكون هناك اقتباس لا يمكن أن يوصف بالكلام المكتوب.<sup>2</sup>

يتوجب على مخرج الصحيفة الإلكترونية كذلك أن يدرك أنه لا يستطيع أن يتوصل إلى دقة الصوت الأصلي و الذي يتميز بأنه ليس له نهاية لاتساع الموجات ، و بالتالي فالوصول إلى دقة الصوت الأصلي تعد نوعا من المحال ، و لكن يمكن الاقتراب منه بزيادة عدد العينات التي تؤخذ في الثانية و قيم اتساعها.<sup>3</sup> فالصوت من الضروري أن يكون عنصرا أساسيا في الصحف الإلكترونية القائمة على الوسائط المتعددة التفاعلية ويمكن استخدامها كأساس من أسس تصميم واجهة التفاعل المسموعة مع المستخدم ، و من أبرز الإرشادات الواجب العمل بها عند توظيف الصوت في الصحف الإلكترونية ما يلي:<sup>4</sup>

- يجب أن يكون الصوت متنسقا مع الوظيفة المصاحبة لها.
- عدم الإسراف في استخدام الرموز الصوتية.
- تمكين المستخدم من التحكم في إلغاء الرسائل اللفظية متى أراد.
- استخدام الصوت لجذب الانتباه إلى موضوع معين.
- تجنب استخدام ألحان متقاربة حتى لا يختلط معناها على المستخدم.
- إذا صاحب المؤثر الصوتي تعليق لفظي منطوق ، يجب أن يكون المؤثر الصوتي في الخلفية ، أي أقل من حيث شدة الصوت.

<sup>1</sup> Rob Winder , "Using multimedia in online news" , 10 April 2009, Available at :<http://www.mediahelpingmedia.org/training-resources/online-journalism/370-maximising-multimedia-in-online-news-> , retrieved at:12/09/2018.

<sup>2</sup> عباس صادق ، الإعلام الجديد المفاهيم و الوسائل و التطبيقات ، مرجع سابق ، ص 175.

<sup>3</sup> سمير أحمد خليل ، مرجع سابق، ص 271.

<sup>4</sup> بسنت العقباوي ، مرجع سابق ، ص 209، 208.

• تستخدم الموسيقى كخلفية لبعض الموضوعات و ربط عناصر الصحيفة، بحيث يكون أقل في الشدة من التعليقات اللفظية.

## 2. الفيديو Vedio :

يعتبر الفيديو من الوسائط البصرية الفعالة ولاسيما في تزويد المستخدمين بالمعلومات البصرية مع توافر مشاهد حقيقية للمستخدم، و لكن يتطلب ذلك توافر مساحة تخزينية كبيرة جدا، فاقتراس نحو 30 ثانية من شاشة كمبيوتر دقتها (460x640 Resolution) و مكونة من (8 bit colure) يتطلب مساحة تخزينية تتجاوز 70 Megabits لكل ثانية، و إذا تم اختيار (24 bit colure) فإن العدد يزيد ثلاثة أضعاف و تكون سرعة الفيديو بطيئة، و لحل هذه المشكلة لابد من ضغط ملف الفيديو إلى الحجم المناسب.<sup>1</sup>

يعد الفيديو من أكثر الوسائط المتعددة استخداما في صفحات الويب نظرا لقوة تأثيره في المستخدم إلا أنه يواجه مجموعة من التحديات مقارنة بالوسائط الأخرى و هذا راجع لكون ثانية واحدة من الفيديو عالي الدقة يتطلب 27 ميغابايت من مساحة التخزين على القرص، و بالتالي فكمية الضغط المطلوبة لتحويل هذه الكمية من البيانات إلى شيء يمكن استخدامه على الشبكة يتطلب حجم كبير ما يؤثر على سرعة تحميله.<sup>2</sup> إن استخدام ملفات الفيديو على الإنترنت محاصرة بقيود بطء الاتصال التي تقلل من أهميتها، و كبر حجم ملفات الفيديو من ناحية أخرى، إلا أن هذين القيدين آخذان في الانحسار شيئا فشيئا وفقا للبنية التحتية لشبكة الإنترنت، و الطريق السريع للمعلومات، لكي تقترب سرعة توصيل ملفات الفيديو إلى سرعة البث التلفزيوني، لذا يستوجب على مخرج الصحيفة الإلكترونية عند استخدامه لملفات الفيديو أن يأخذ نصب عينيه بأن لقطات الفيديو المأخوذة من التلفزيون والمأخوذة من الكاميرات الرقمية تختلفان في طبيعتهما، و من أشهر أنواع ملفات الفيديو المستخدمة في الصحف الإلكترونية (Quick Times, MPEG....).<sup>3</sup>

<sup>1</sup> حسن عبد المعطي، السيد أبو خطرة، التعلم الإلكتروني الرقمي - النظرية، التصميم، الإنتاج-، ط1، دار الجامعة الجديدة، الإسكندرية، 2009، ص 287.

<sup>2</sup> Lynch, P. & Horton, S, **Web style guide**, 3<sup>rd</sup> edition., chapter 12 Multimedia, available at: <http://webstyleguide.com/wsg3/12-multimedia/2-web-multimedia-strategies.html> .. retrieved at: 05/10/2018.

<sup>3</sup> عبد الشريف، مرجع سابق، ص 129، 130.

## 3. الرسوم المتحركة :

يتم استخدام الرسوم المتحركة لشرح المفاهيم والقصص إخبارية معينة و التي و يمكن أن تكون صوراً لأشخاص أو مجموعة من الرسوم التوضيحية أو الإعلانات . و بالرغم من أن الرسوم المتحركة تعتبر من أكثر ميزات الوسائط المتعددة شيوعاً و استخدامها في المواقع الإخبارية نظراً لميزاتها التفاعلية، لكنها لا توظف بشكل متكرر نظراً لصعوبة إنتاجها ، ناهيك عن أنها باهظة الثمن وتستغرق وقتاً طويلاً.<sup>1</sup> إذ تشير الدراسات متعلقة بتأثير الصور المتحركة على معالجة المعلومات ، بأن استخدام الصحف الإلكترونية للرسوم المتحركة قد تزيد من حجم الاستثمارات الإدراكية غير الطوعية في معالجتها من قبل المستخدم ، مما يؤدي بدوره إلى تقليل الموارد العقلية المتاحة لمعالجة الأخبار ، فمثلاً قد يؤدي تداخل الإعلانات التي تستخدم الرسوم المتحركة مع الأخبار في عرقلة فاعلية قراءة أو البحث عن المعلومات داخل الصحيفة الإلكترونية ، و هو ما يؤثر كذلك على نجاعة معالجتها.<sup>2</sup> ويمكن تقسيم الرسوم المتحركة من حيث استخدامها في الصحافة على الإنترنت إلى نوعين هما:

**3.1. الرسوم المتحركة الديناميكية:** تتغير من عدد لآخر وفقاً لنوعية الموضوعات المنشورة في موقع الصحيفة وبصفة عامة تستخدمها الصحافة الإلكترونية لتحقيق عرض عناوين الأخبار والموضوعات في الصفحات الداخلية، و كذلك لعرض مجموعة من الصور المتتابعة حول حدث معين مثل استخدامها في عرض صور المرشحين للرئاسة ، أو عرض صور لاعبي كرة القدم الذين أحرزوا أهداف المباراة، كما أنها كذلك تساهم في جذب الانتباه عن طريق استغلال حركة الصور والعناوين.

**3.2. الرسوم المتحركة الثابتة:** وهي ثابتة في كل عدد من أعداد الصحيفة على الإنترنت والتي تتميز شخصية الجريدة، وتستخدم الصحف هذا النوع في تحقيق بعض الأدوار التالية: تثبيت شخصية الصحيفة على الشبكة عن طريق تميز موقعها برسم معين يميزها عن غيرها من باقي الصحف والمواقع

<sup>1</sup> Rey G. Rosales, *The Elements of Online Journalism*, iUniverse, USA, 2006, p11

<sup>2</sup> Minchul Kim ,”*The Effects of Online Advertisements and News Images on News Reception*”, A Thesis Submitted in Partial Fulfillment of the Requirements for the Degree of Master of Arts in Media Studies, University of Wisconsin-Milwaukee, USA, 2013, P12, Available at: <https://pdfs.semanticscholar.org/b082/e632896a1898b0fe05889b4dff4d864610f4.pdf> , retrieved at: 05/10/2018.

الموجودة على الشبكة، جذب انتباه القارئ للصحيفة، و المساعدة على التذكر، و أخيراً خلق انطباع معين لدى القراء.<sup>1</sup>

#### 4. النص الفائق HyperText:

أتاحت تقنية النشر الإلكتروني للصحف الإلكترونية الربط الفوري للمستندات ، أو بشكل أكثر تحديدا العناصر المتواجدة داخل المستندات ، و هو ما يعرف بالنص التشعبي و الذي يتيح للمادة الإعلامية أن تكون مترابطة مع سلسلة من النصوص الأخرى المتعلقة بذات الموضوع بحيث يمكن أن تأخذ مجموعة من الأشكال أو مجموعة من النماذج - الفيديو ، والنص المطبوع والجداول والصوت والفيديو والصور و الصور الأخرى-<sup>2</sup> فالنص الفائق يستخدم بالخصوص لوصف نظام نص غير الخطي **Non-Liner** باستخدام مجموعة من النماذج الخطية ، و هو ما يمثل جوهر الاختلافات بين النص المعروف على الشاشة والنص الطباعي.<sup>3</sup> و يمكن تعريف النص الفائق **HyperText** بشكل أكثر وضوحًا بكونه مجموعة غير خطية من نصوص المرتبطة ببعضها البعض بمراجع صريحة تستند إلى ارتباطات دلالية، بحيث كل نص فيها نوع من الاستقلالية للمعنى ، كما يمكن قراءة النص التشعبي بأكمله في اتجاهات متعددة باتباع الروابط ، و بالتالي فالمستخدم هو الذي يختار المسار الذي تسلكه قراءته للنص.<sup>4</sup>

يربط جاكوب نيلسون **Jakob Nilsen** تعريف النص الفائق **HyperText** بمقارنته بالنص التقليدي مثل نص الكتاب بحيث أن جميع النصوص المكتوبة ، سواء في شكل مطبوع أو في ملفات الكمبيوتر تكون متسلسلة تسلسلاً خطياً مفرداً يحدد الترتيب الذي سيقرأ النص فيه، أولاً تقرأ الصفحة

<sup>1</sup> ماجد التريان، الإنترنت و الصحافة الإلكترونية: رؤية مستقبلية، مرجع سابق، ص 265.

<sup>2</sup> Jim Hall ,**Online Journalism: a critical primer**,1<sup>st</sup> edition, Pluton Press, London,England,2001,p66.

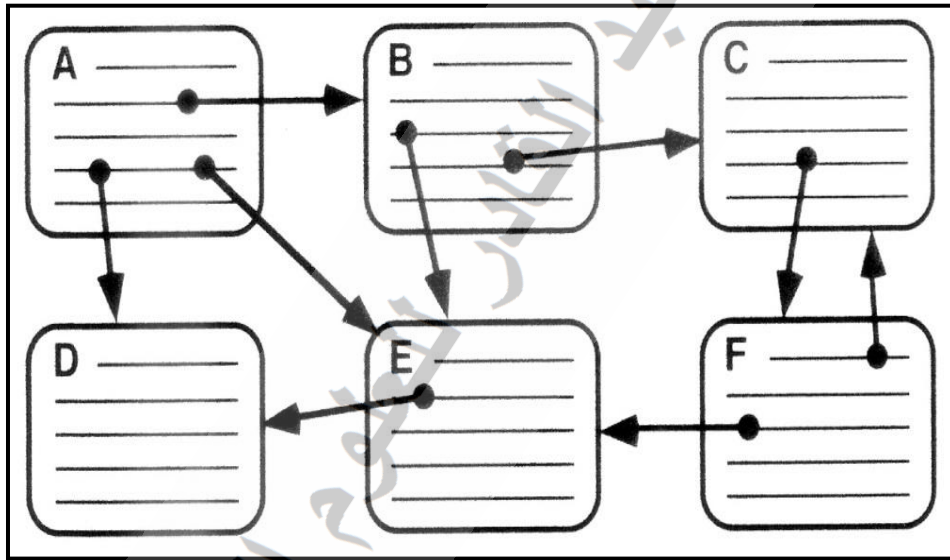
<sup>3</sup> Holly Cowart , "**Hypertext ,narrative and the future of news writing** ",A thesis for the degree of Master of Arts in English, University of Tennessee at Chattanooga,USA,2011,p03.Available at: <https://scholar.utc.edu/cgi/viewcontent.cgi?article=1013&context=theses> , Retrieved at: 08/01/2019.

\* يسمى كذلك النص الفائق HyperText في بعض المراجع بالنص التشعبي

<sup>4</sup> David Domingo," **Invention Online Journalism :Devlopment of the Internet as a new medium in four Catalan online newsrooms**" ,PhD thesis, Universitat Autònoma de Barcelona, Barcelona,Spain,2006,p67.Available at: [https://www.researchgate.net/publication/270793240\\_Online\\_Journalism\\_and\\_the\\_Promises\\_of\\_New\\_Technology\\_A\\_Critical\\_Review\\_and\\_look\\_ahead](https://www.researchgate.net/publication/270793240_Online_Journalism_and_the_Promises_of_New_Technology_A_Critical_Review_and_look_ahead) ,Retrieved at:10/01/2019.

الأولى، ثم تقرأ الصفحة الثانية، و ما إلى ذلك. لكن النص التشعبي يتميز عن النص التقليدي بكونه لا يوجد ترتيب واحد يحدد التسلسل الذي سيتم فيه قراءة النص، فمثلا لنفترض أنك تبدأ بقراءة جزء النص المكتوب عليه A بدلا من مكان واحد يليه ، فإن بنية النص التشعبي هذه تحتوي على ثلاثة خيارات للقارئ: انتقل إلى B أو D أو E بافتراض أنك قررت الانتقال إلى B ، يمكنك بعد ذلك أن تقرر الذهاب إلى C أو إلى E ، ومن E يمكنك الانتقال إلى D حيث أنه من الممكن أيضًا الانتقال مباشرة من A إلى D و بالتالي فالنص التشعبي يوجد العديد من المسارات المختلفة لقراءة النص.<sup>1</sup> وهو ما يوضحه الشكل التالي :

الشكل رقم (05) :يمثل هيكل HyperText صغير يحتوي على ستة عقد وتسع وصلات.



المصدر: ( Jakob Nielsen, Multimedia and Hypertext: The Internet and Beyond, p01.

يتحدى النص التشعبي الطريقة التي يتم بها قراءة النصوص الإخبارية التقليدية التي تحددها فعلى سبيل المثال ، للاضطلاع حول موضوع معين في صحيفة إلكترونية قد يوجد مثلا 36 رابطا يمكننا يسمح للقارئ بمواصلة زيادة القصة أو ربما ينبغي لنا أن نقول واحدة من 36 قصة ممكنة ، وبطبيعة الحال بمجرد أن ينقر القارئ من الصفحة الثانية فإن عدد الاحتمالات للتطوير اللاحق للقصة قد يصل

<sup>1</sup> Jakob NIELSEN ,Multimedia and Hypertext: The Internet and Beyond ,1<sup>st</sup> edition, Morgan Kaufmann, San Francisco,1995,p01.



إلى عدة آلاف.<sup>1</sup> إن استخدام الصحافة الإلكترونية للوصلات الفائقة يجعلها تتمتع بقوة هائلة، بحيث تتيح هذه الوصلات للصحفيين أداة مهمة لتقديم معلومات خلفية تدور في السياق نفسه لقراءها، ويمكن استخدام هذه الوسائط أيضا لبناء الأخبار بشكل غاية في الاختلاف و يمكن كتابة القصص الخبرية بحيث تكون قصيرة مع السماح للقارئ بتحديد بناء القصة الخبرية من خلال اختيار الوصلات التي يرغبها.<sup>2</sup>

يتم دمج النص التشعبي **HyperText** في الكثير من الأحيان مع الوسائط المتعددة **MultiMedia** لتشكيل **hypermedia**، فالوسائط التشعبية يمكن النظر إلى أنها إمتداد للنص التشعبي، بحيث تشتمل العقد **Nodes** على محتوى الوسائط المتعددة كالصور و المقاطع الصوتية وغيرها بالإضافة إلى النص.<sup>3</sup> لذا توجب الكتابة للويب على الصحفي الإلكتروني بناء القصة الإخبارية وفقا لمجموعة من القواعد التي تختلف بالضرورة عن تلك المستخدمة في كتابة الأخبار المطبوعة وهكذا تتطور أخبار الويب من خلال سلسلة من المجموعات التي تضم معلومات ترتبط معا ، لتحقيق وظيفتين رئيسيتين هما:

أ. **الوظيفة الوثائقية:** و التي تقدم روابط لشبكة غير متناهية من المعلومات يسمح استخدام هذا النوع من الاتصال بإنشاء مستويات مختلفة لقراءة الأخبار و هو ما قد يجعل القراء لا يكتفون بموضوع محدد بل يتخطى ذلك لينتقل من مجموعة معلومات إلى مجموعة معلومات أخرى حتى يتحقق له مستوى أعمق لفهم الموضوع و الاضطلاع عليه، في المقابل ، يمكن للقراء الأقل تطلبا الوصول فقط إلى المعلومات الضرورية في القصة الخبرية عن طريق تفاعل أقل مع المحتوى وتحقيق مستوى فهم سطحي للموضوع ، وبالتالي فإن تقلب هذه الوظيفة هو في الأساس كمية معلومات.

ب. **الوظيفة السردية :** ترتبط وظيفة السرد بإمكانية إنشاء مسارات القراءة أي الطريقة التي يقرأ بها المستخدم قصة الأخبار على شبكة الإنترنت ، وليس من كمية المعلومات المتاحة حول حدث معين ، و هذا يعتمد على الطريقة التي يربط بها الصحفي مجموعات النص ، لذا يستوجب على

<sup>1</sup> Jim Hall ,Op.Cit,p68.

<sup>2</sup> شريف درويش اللبان، الصحافة الإلكترونية: دراسات في التفاعلية و تصميم المواقع، مرجع سابق،138.

<sup>3</sup> Berger Stephanie, "Breaking Up News ..An Investment in the Online Newspaper's Future?: Effects of Linear and Nonlinear Hypertext Formats on Users' Recall, Reading, Satisfaction, and Perceived Story Credibility", Unpublished Master Thesis of Arts in Mass Communication ,University of Florida The Graduate School,2001,p7-8, Available at : <http://etd.fcla.edu/UF/ank7077/Master.pdf>, Retrieved at: 12/08/2018.

الصحفي عند كتابة قصة خبرية في الصحف الإلكترونية إدارة ثلاثة متغيرات على الأقل ، وهي: معايير متأصلة في تخصيص المعلومات في مجموعات ، و توزيع المجموعة على الرغم من مستويات مختلفة من القراءة، و اختيار الكلمات الرئيسية<sup>1</sup>. لذا يمكن القول بأن النصوص الفائقة أضافت للإخراج الصحفي الإلكتروني اللامحدودية في المساحة التي يمكن ان تملأ بالمضامين ، و في ذات الوقت قدمت للقارئ مسارات لانهائية يمكن أن يستهلكها أثناء تعرضه للمضمون الإعلامي.<sup>2</sup>

#### 1.4. مستويات النص الفائق (التشعبي) Hypertext :

يقسم جاكوب نيلسون Jakob NIELSEN النص التشعبي Hypertext إلى مجموعة من المستويات التي تضمن المكونات التي يبنى عليها و تتمثل هذه المستويات في :

– مستوى العرض التقديمي Presentation : و يقصد به واجهة المستخدم.<sup>3</sup>

– مستوى النص التشعبي Hypertext Abstract Machine (HAM): و التي تضم العقد والروابط (Nodes & Links) يتكون نظام النص الفائق من الوصلات Nodes (المفاهيم) و الروابط Links (العلاقات)، حيث تمثل الوصلات مفهوما او فكرة، فيمكن أن تحتوي على احد النصوص أو الرسوم الجرافيكية ،أو الصوت أو الفيديو فهي تمثل الأشكال التي تحمل معلومات دلالية Semantic Information، و ترتبط هذه الوصلات بوصلات أخرى عن طريق الروابط ،التي يمكن أن تكون ثنائية الاتجاه BI-directional ، و هذا ما يسهل عملية الارتداد الخلفي أي الرجوع إلى نقطة البدء.<sup>4</sup>

– مستوى قاعدة البيانات Database : يقصد به التعامل مع المشكلات التقليدية لتخزين المعلومات في الكمبيوتر ، و هذا ما أدى إلى الانتقال للتعامل مع قواعد بيانات عامة تشتمل على المعلومات التي تحملها النصوص التشعبية ، بغية تسهيل استرجاعها و الوصول إليها من قبل المستخدمين

<sup>1</sup>João Canavilhas, " Hypertext newswriting effects on satisfaction, comprehension and attitudes , comprehension and attitudes". ISOJ Journal, , Vol.1, N°01, University da Beira Interior ,Portugal ,2011, p102. <https://www.isojo.org/wp-content/uploads/2018/01/Canavilhas.pdf>, Retrieved at: 12/08/2018.

<sup>2</sup> حلمي محسب، مرجع سابق، ص08.

<sup>3</sup> Jakob Nilsen ,Op.cit ,p131.

<sup>4</sup> سمير أحمد خليل ، مرجع سابق، ص256.

من جهة و الأخذ بعين الاعتبار كل السبل التي تجعلها آمنة بما في ذلك حمايتها من الفيروسات عن طريق توفير نسخ احتياطية لها.<sup>1</sup>

#### 2.4. بناء النص الفائق Hypertext:

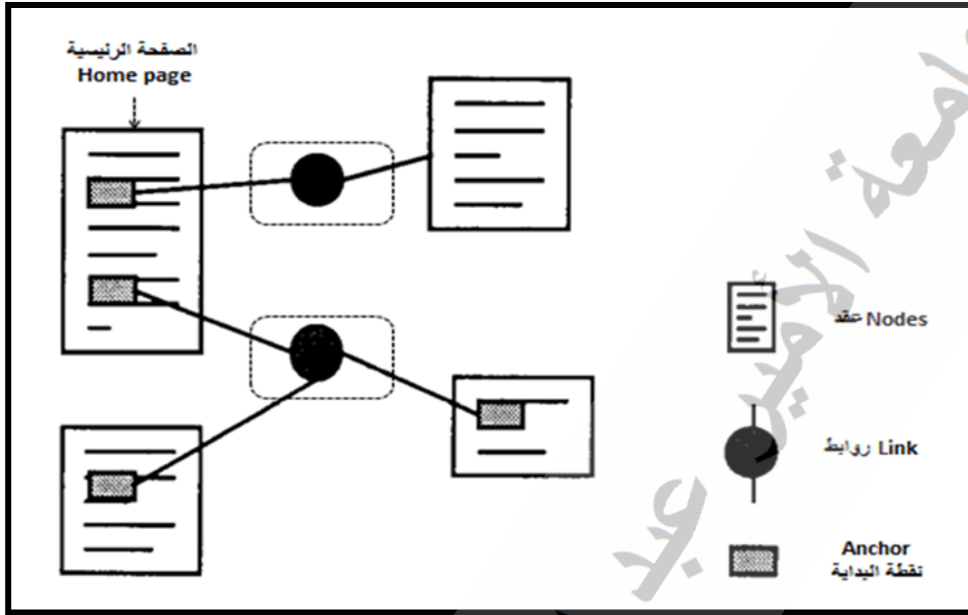
يتكون هيكل النص الفائق -الشكل رقم (06)- من عدة عناصر متمثلة في : العقد Nodes، الروابط Links، نقطة البدء Anchor و نقطة النهاية Link End. حيث تسمى الوحدة الأساسية للمعلومات في النص الفائق بالعقدة Nodes، و الروابط Links هي الوصلات الموجودة بين العناصر المفاهيمية أي العقد ، والتي قد تتكون من النص أو الرسومات أو الأصوات أو المعلومات ذات الصلة في قاعدة المعلومات.<sup>2</sup> تستخدم كلمة "Anchor" للدلالة على النص الذي نضغط عليه لنتنقل إلى محتوى آخر جديد، سواء كانت من وثيقة إلى وثيقة أخرى ، أو صورة ، أو الصوت ، أو ملف على الويب ، فإذا كانت الروابط هي المسارات و الوحدات التنظيمية للمعلومات ، فالعقد هي مضامين الوثائق و الرسائل وعناصر المحتوى ، و الأنكور Anchor هو الصفحة التي أتى منها المستخدم ، في حين أن نهاية الرابط "Link End" هي المكان المقصود بالعقد. لذا فإن أبسط طريقة للتنقل بين هياكل الوسائط التشعبية هي عبر الأزرار buttons و التي تتيح للمستخدم الوصول إلى المعلومات المرتبطة (النص والرسومات والأصوات) الموجودة في العقد.<sup>3</sup>

<sup>1</sup> Jakob Nilsen, Op.cit ,p131.

<sup>2</sup> Tay Vaughan ,Multimedia: Making It Work, 9<sup>th</sup> Edition, McGraw-Hill Osborne Media,USA,2011,P58.

<sup>3</sup> Ibid,p58.

الشكل رقم (06): يمثل رسم توضيحي لمكونات النص التشعبي Hypertext



المصدر: (Kasper Østerbye , " Literate Smalltalk Programming Using Hypertext", p 140, (بتصرف) )

### 3.4. أنواع النصوص الفائقة (التشعبي) Hypertext :

يمكن تمييز نوعان من الأساليب الرئيسية لتمثيل العقد في النص الفائق:<sup>1</sup>

أ. **نظم الأطر Frame Based**: في نظم بناء النص الفائق وفقا للأطر يتم عرض أجزاء المعلومات في أطر فردية، و لمتابعة الارتباط على المستخدم ان ينتقل من سياق الإطار الحالي إلى سياق الإطار الجديد في نافذة جديدة، فالأطر الجديدة عادة يتم فتحها في نوافذ مختلفة.

ب. **نظم النص الفائق المبنية على الملف Scrolling Based**: تقوم هذه النظم على التمرير و يتم تجميع هيكل المعلومات فيها بشكل غير تتابعي عن طريق وضع المعلومات خلف أزرار داخل الملف نفسه، و يتم تقديم المعلومات الهامة من خلال التمرير في سطر التوسيع، فتظهر المعلومات الجديدة في نفس صفحة المستند.

<sup>1</sup> Amin Yousef Noaman, " Reconciling Formal and Informal Documentation in Business Modelling", School of Computer Science, McGill University, Montaréal, Canada, 1995, p18.

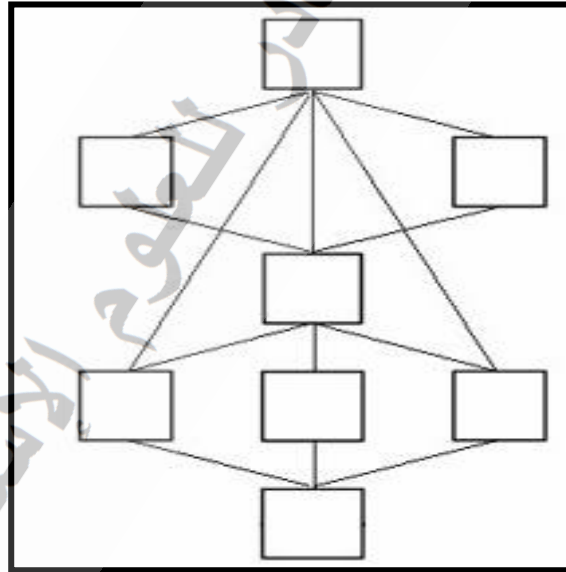
## 4.4.تنظيمات النص الفائق(التشعبي) Hypertext:

تتشكل ملفات النصوص الفائقة من عقد ووصلات تدرج ضمن مجموعة من التنظيمات المتمثلة في:

## أ. التنظيم الشبكي للنص الفائق Network HyperText Organization :

يتكون التنظيم الشبكي للنص الفائق من عقدة أو سلسلة من العقد المركزية، بحيث يرتبط بهذه العقدة مجموعة من "الفروع" التي تحتوي على مجموعة من المعلومات إضافية للمادة الإعلامية التي قد يختار القراء النقر عليها، و يتميز الهيكل الشبكي للنص الفائق -الشكل (07)- أساسًا بكون العقد ترتبط معاً على أساس معايير دلالية أو غيرها من المعايير التي قد يرغب مصمم النص التشعبي في تطبيقها.<sup>1</sup>

## الشكل رقم(07): يمثل التنظيم الشبكي للنص الفائق Hypertext



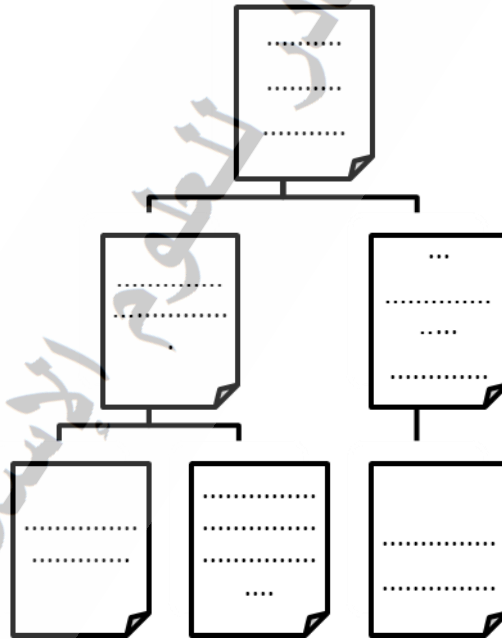
المصدر: ( Marcos Palacios et Javier Diaz Noci, Online )  
Journalism :Research methods , A multidisciplinary approach in  
(comparative perspective,p72.

<sup>1</sup> Martin Engebretsen, "Hypernews and Coherence", Journal of Digital Information, Vol 1, No 7 , Agder University College, Norway ,2001, Available at: <https://journals.tdl.org/jodi/index.php/jodi/rt/prinFRIENDLY/26/27>, retrieved at: 05/10/2018.

### ب. التنظيم الهرمي Hierarchical HyperText:

يأخذ بناء نظام النص الفائق في الكثير من الأحيان شكل قائمة المحتويات التي ترتب فيها جميع المعلومات بشكل هرمي -الشكل رقم (08)- و يكفي للمستخدم للانتقال من صفحة إلى أخرى النقر بالفأرة على عنوان الموضوع و الروابط، هنا تبني على أساس بنائي و ليس على أساس دلالي، و للبناء الهرمي سببان يجعلان معدي الصحف الإلكترونية يستخدمونه أنه أقرب ما يكون إلى الأصول المكتوبة التي يجدها القارئ ضمن الصحف التقليدية المطبوعة، و من جهة أخرى فهو يديم عملية الإبحار فالمستخدم لهذا النموذج يعرف النقطة التالية التي يجب أن يذهب إليها، و النقاط التي سبق وأن مر بها. إلا أنه من عيوب هذا التنظيم أن عملية الربط بين المفاهيم تكون ضعيفة حيث أنها تسير في اتجاه واحد.<sup>1</sup>

#### الشكل رقم(08): يمثل التنظيم الهرمي للنص الفائق HyperText



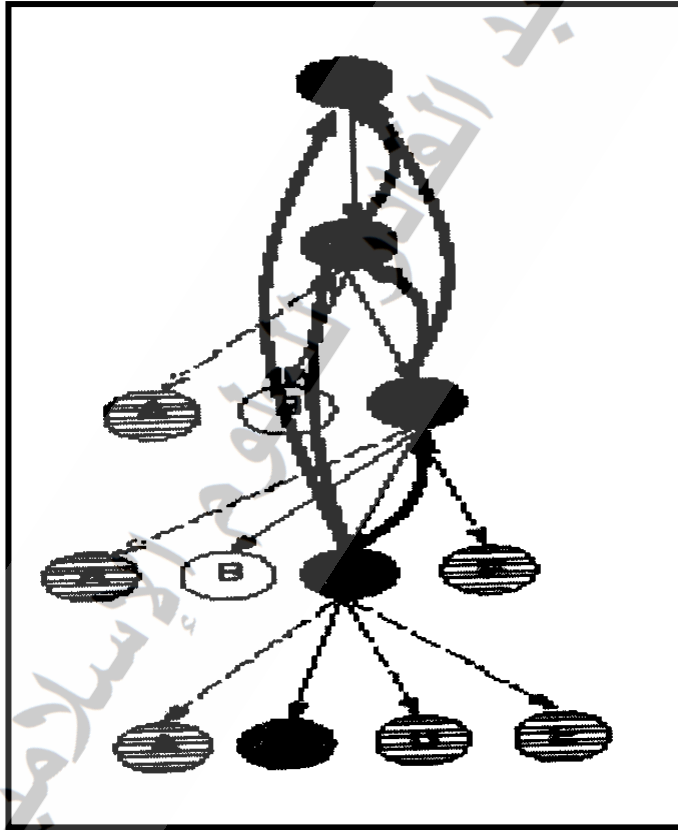
المصدر: الباحثة

<sup>1</sup> بسنت العقباوي مرجع سابق، ص217،216.

ج. الجمع بين التنظيم الشبكي و الهرمي:

يستخدم هذا النوع في أغلب الصحف الإلكترونية الأجنبية التي تعتمد على توظيف الوسائط المتعددة، حيث يوجد البناء الهرمي بالتوازي مع البناء الشبكي المبني على الدلالات -الشكل رقم (09)-، و هذا التنظيم هو الانسب في البرمجة غير الخطية للصحف الإلكترونية، حيث نجد في بدايته صفحة الاستقبال، قائمة المحتويات كما في التنظيم الهرمي، و لكن في نفس الوقت نربط بين الموضوعات في صفحات الصحيفة بروابط دلالية كما في التنظيم الشبكي.<sup>1</sup>

الشكل رقم (09): يمثل الجمع بين التنظيم الهرمي و التنظيم الشبكي



المصدر: (بسنت العقباوي، الصحافة الإلكترونية و بنيتها على شبكة الإنترنت، ص218)

<sup>1</sup> المرجع نفسه، ص218، 217.

## 4.4. اعتبارات استخدام النصوص الفائقة في الصحف الإلكترونية:

تكمن هذه الاعتبارات حسب نيلسون جاكوب **Jakob Nielsen** في أنه لا ينبغي استخدام النص التشعبي لتقسيم قصة خطية طويلة إلى صفحات متعددة و هذا يرجع لكونه يؤثر على تحميل الصفحة ما يجعل قراءتها بطيئة و غير عملية ، و عوضا عن ذلك يمكن تقديم المعلومات ذات مدلول معين بشكل إجمالي مع وضع روابط النص الفائقة المتعلقة بهذا الموضوع في شكل فقرات ، كل رابط أوفقرة لها محتوى قائم بذاته ، و يمكن قراءته بشكل مستقل عن بقية العناصر الأخرى دون الحاجة إلى تصفحها جميعا. كما يجب أن تكتب كل صفحة خاصة بالنصوص التشعبية وفقا للهرم المقلوب، وتبدأ بملخص قصير يمكن المستخدمين لمعرفة جوهر الموضوع المرتبط به حتى لو لم يكن قرأه من قبل، لإضافة إلى استخدام تمييزا وتركيزا لجعل الكلمات المهمة تجذب عين المستخدم، كما يمكن استخدام النص الملون للتأكيد عليها.<sup>1</sup>

يضيف ريتشارد كيبل **Richard Keeble** أيضا لهذه الاعتبارات بأنه يجب على الصحفي الإلكتروني وضع الروابط الأكثر أهمية داخل النص و جميع الروابط الثانوية أو التوضيحية أو الهامش توضع في أسفل القصة الخبرية حيث تكون متاحة ولكنها لا تشتت انتباه القارئ نتيجة لأنه لا بد من تمييز الرابط عن بقية النص بحيث يعرف القراء النقر فوقه. إذ يتطلب النص التشعبي عادة وجود مساحة متناسقة تكون تحت سيطرة المستخدم، حيث قد يتم تشتيت القراء لا سيما أولئك الجدد حديثا على الويب، عند فتح نافذة متصفح جديدة لعرض وجهة الرابط الذي نقروا عليه، فإذا حجت نافذة المستعرض **Browser** الجديدة النافذة السابقة ، فقد لا يدرك بعض القراء فتح نافذة جديدة لذا يستوجب على الصحفي الإلكتروني أن يجعل الروابط الموجودة داخل قصته الإخبارية في نفس إطار المستعرض للمحافظة على السياق و السماح للقارئ بالاطلاع عليها دون تشتيت انتباهه عن موقعك.<sup>2</sup>

<sup>1</sup> Jakob Nielsen, "Be Succinct! (Writing for the Web)", March 15, 1997, Available at: <https://www.nngroup.com/articles/be-succinct-writing-for-the-web/>, retrieved at: 07/10/2018.

<sup>2</sup> Richard Keeble, **Print Journalism: A Critical Introduction**, 1<sup>st</sup> edition, Routledge Taylor & Francis Group, New York, 2005, p.243, 244.



## ثالثا: العناصر التفاعلية:

ترتبط سمة التفاعلية بالعملية الاتصالية حيث تزامن انتشارها مع بداية الاتصال عبر الحاسبات، وبالتالي فالفاعل هو حالة الاتصال التي تحدث فيها التبادلات المتزامنة والمستمرة ، وهذه التبادلات تحمل قوة اجتماعية بحيث يحمل الاتصال التفاعلي مجموعة من السمات كالتطور المستمر للمحتوى والتبادلية ، كما ترتبط التفاعلية أيضا بجودة الأداء ، والدافع ، والإدراك ، والتعلم ، والانفتاح ، فوسائل الإعلام التفاعلية تسمح للمستخدمين الاتصال عبر الوسائط لتعزيز تمركزهم الإيجابي نحو التفاعل مع الآخرين.<sup>1</sup>

تقوم الصحافة التقليدية حسب ميلسون **Millison** بتوجيه القارئ من خلال سرد خطي حيث يتيح لهم أن يصبحوا مشاركين ، بينما يتصفحون العديد من الصفحات المتشعبة ، ويستطيع الصحفي الإلكتروني أن يحدد تقدم القارئ من خلال المادة الإعلامية المتشعبة. ما يمكن القراء -المشاركين- الرد على الفور على المواد التي قدمها الصحفي في الصحيفة الإلكترونية ويمكن لهذه الاستجابة أن تتخذ عدة أشكال مثل البريد الإلكتروني للمحرر يشبه الإصدار التقليدي للمطبوعات. ويستطيع الصحفيين العاملين في المواقع الصحفية الإلكترونية من جهتهم الإستفادة من المناقشات التي تتيح للقراء الإستجابة الفورية على موضوع مقال معين، وعلى تعليقات القراء الآخرين فيما يشبه أسلوب النقاش على اللوحات الإخبارية ويمكن الوصول إليها في أي وقت ، كما يمكن للقراء أن يصبحوا مشاركين في خلق بيئة تحريرية مشتركة يساهمون فيها باقتراحهم الموضوعات التي يرون أنه يستوجب على الصحفي تغطيتها.<sup>2</sup> و يحمل حلمي محاسب العناصر التفاعلية التي تستخدم في إخراج الصحف الإلكترونية في ثلاثة أشكال من الاتصال التفاعلي هي:<sup>3</sup>

● **التفاعل البشري:** و الذي يتم من خلاله التفاعل بين المستخدمين فيما بينهم ، و بين المستخدمين و العاملين في الصحيفة ، و بين العاملين في الصحيفة بعضهم البعض ، و تتم هذه العلاقة

<sup>1</sup> Sheizaf Rafaeli , Fay Sudweeks ,”Networked Interactivity”, Journal of Computer-Mediated Communication , Volume 2 Issue 4, March 1997, Available at:<https://onlinelibrary.wiley.com/doi/full/10.1111/j.1083-6101.1997.tb00201.x>, Retrieved at: 07/10/2018.

<sup>2</sup>Doug Millison ,”Online Journalism FAQ”, 1999, Available at : [http://academic.udayton.edu/cmm330/Topics/9\\_Lectures&Guides/WebWriting/OnlineJrnFAQ.htm](http://academic.udayton.edu/cmm330/Topics/9_Lectures&Guides/WebWriting/OnlineJrnFAQ.htm) ,Retrieved at: 07/10/2018.

<sup>3</sup> حلمي محاسب، مرجع سابق ، ص 09.

التفاعلية من خلال استخدام البريد الإلكتروني، و المنتديات، و حجرة الترتة و استفتاءات الرأي العام والتي تتميز بأنها عناصر تواصلية في الإنترنت.

• **التفاعل مع الآلة:** يقصد بالتفاعل مع الآلة(الكمبيوتر) الحصول على المعلومات من خلال مدخلات المستخدم إلى نظام قاعدة البيانات، و التي يترتب عليها حدوث مخرجات تتناسب و طبيعة المدخلات، مثلا إذا أراد المستخدم الحصول على معلومات من موقع الصحيفة عن خبر معين، فإنه يدخل في صندوق البحث أحد الكلمات المفتاحية المتعلقة بالموضوع و هي ما تعبر عن المدخلات، أما المخرجات فهي نتائج البحث و التي تحتوي على مجموعة من الإجابات و البدائل يختار منها المستخدم ما يريد، و من الأدوات التفاعلية التي تساعد المستخدم في الحصول على المعلومات محركات البحث، وخريطة الموقع، و الأرشفة.

• **التفاعل مع الرسالة:** يقصد بها تفاعل المستخدم مع الرسالة و سيطرته على المضمون المقدم له من خلال اختياره من بين مجموعة من البدائل المعلوماتية.

يقسم كل من بروخيزن **Broekhuizen** و هوفمان **Hoffmann** أبعاد التفاعل عبر

الإنترنت إلى أربعة عناصر رئيسية متداخلة يوضحها -الشكل رقم(10)-، و التي نذكرها كما يلي:<sup>1</sup>

أ. **الاتصال ثنائي الاتجاه Two-way Communication** : يشير إلى الخطاب المتبادل أو قدرة المستخدم على تقديم التعليقات والتفاعل مع الآخرين المستخدمين، فالصحف الإلكترونية تختلف في الدرجة التي يمكن للقراء للرد على المواد و التواصل مع الصحفيين والقراء الآخرين. و يمكن أن يكون التفاعل إما بشكل متزامن، كما هو الحال في غرف الدردشة، أو بشكل غير متزامن، كما في منتديات المناقشة.

ب. **التحكم في المستخدم User Control** : يشير التحكم في المستخدم إلى مستوى التحكم الذي يدركه الأشخاص في تفاعلاتهم مع الكمبيوتر، بحيث يتطلب هذا التفاعل الشعور بالتحكم، كما هو الحال عندما يشعر المستهلكون بحرية الاختيار الفردي والافتقار من الالتزام. لذا

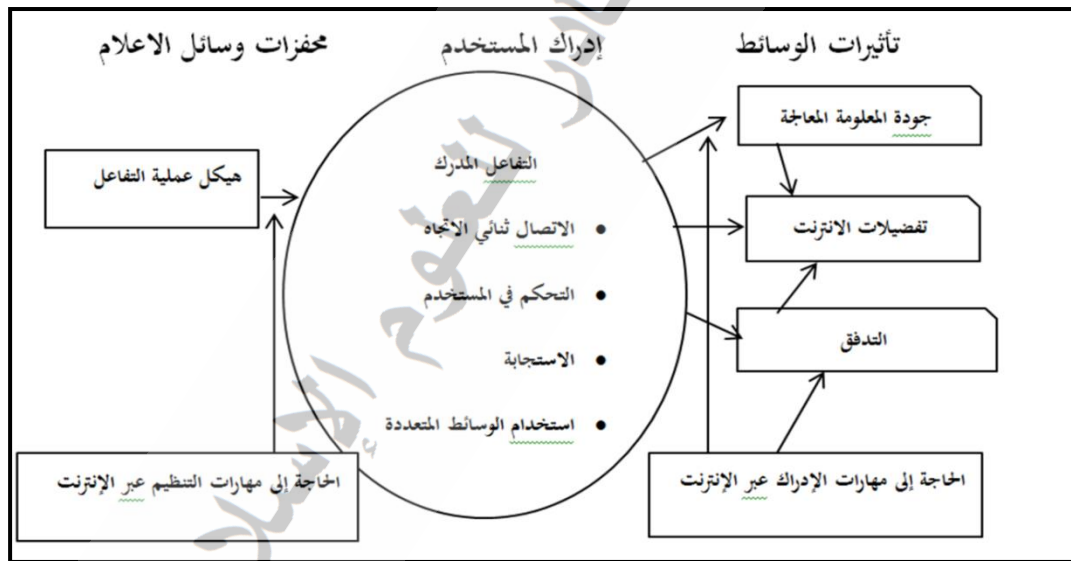
<sup>1</sup> Thijs Broekhuizen and Arvid Hoffmann, "Interactivity Perceptions and Online Newspaper Preference", Journal of Interactive Advertising, Vol12, N°02,p30,31.Available at: <http://citeseerx.ist.psu.edu/viewdoc/download?doi=10.1.1.475.8807&rep=rep1&type=pdf>, Retrieved at: 10/01/2019.

فمعظم الصحف الإلكترونية توفر للقراء أدوات للتحكم في المحتوى على سبيل المثال محركات البحث وأدوات الملاحظة.

ج. الاستجابة **Responsiveness**: تعبر عن هي سرعة استجابة المستخدمين لما تعرضه الصحيفة الإلكترونية في موقعها، فالنظم التفاعلية تمكن المستخدمين من البحث والتنقل بين مجموعة كبيرة من المعلومات وتلقي ردود سريعة، لذا فانخفاض الاستجابة يقلل من التفاعل المرجو وهو ما قد يتسبب فيه بطئ تنزيل الصفحة ما يدفع المستخدمين لتحويل اهتمامهم لمكان آخر.

د. استخدام الوسائط المتعددة **Multimedia Usage**: تعتبر الوسائط المتعددة ميزة من المميزات التي اتاحتها شبكة الإنترنت، لذا يشير استخدامها إلى محاولة الرفع من درجة التفاعلية بين الموقع الإلكتروني و المستخدم.

الشكل رقم (10): يمثل النموذج المفاهيمي للتفاعلية في مواقع الصحف الإلكترونية



المصدر: (Thijs Broekhuizen and Arvid Hoffmann, " Interactivity Perceptions and Online Newspaper Preference,p 31.)

حددت كاري هيتز **Carrie Heeter** ستة أبعاد للتفاعل قابلة للقياس تتطابق مع مفهوم التفاعل الموجود في الأدبيات المهنية ، و المتمثلة في:<sup>1</sup>

أ. **تعدد الاختيارات المتاحة للمستخدم في الموقع :** على مخرجي و مصممي الصحف الإلكترونية إدراك أنه كلما زاد عدد الروابط التشعبية التي يضيفونها ، زاد عدد المستخدمين الذين يتعين عليهم التنقل عبر موقع الصحيفة ، وأن هذه الخيارات مهمة لتفاعل المستخدمين الذين يتم تمكينهم عندما يمكنهم اختيار استخدام متصفح نصوص أرسومات ، أو لتلقي معلومات بالإنجليزية أو بلغة مختلفة ، أو إذا كان يمكنهم استخدام محرك بحث للعثور على المعلومات التي يريدونها.

ب. **مقدار الجهد الذي يبذله المستخدم في التصفح :** يعتقد البعض أن المستخدمون لا يبذلون أي مجهود بعد قراءة المعلومات النصية التي تعرضها الصحيفة الإلكترونية آليا لهم استنادا إلى المعلومات التي قدمها المستخدمون عن أنفسهم. ومن جهة أخرى ، يقوم المستخدمون بتحديد كل "صفحة" أو شاشة لعرض ، لأنهم يشعرون بالتحكم ويستطيعون الحصول على المعلومات الدقيقة التي يريدونها.

ج. **درجة الاستجابة لاحتياجات للمستخدم:** يمكن للصحف الإلكترونية أن تستجيب لاستفسارات المستخدمين ، إما عن طريق رد الصحفيين عن أسئلتهم عبر بريدهم الإلكتروني ، أو عن طريق الاستجابات الآلية ويتحقق التفاعل المطلق للآلة عندما تكون أدوار التواصل بين الإنسان والآلة قابلة للتبادل بالرغم من أن مثل هذه التفاعلات الذكية صعبة أو مستحيلة في الوقت الحالي بالنسبة للأنظمة الإعلامية ، ولكن الصحف عبر الإنترنت يمكنها تحقيق مستويات أقل من الاستجابة من خلال تعليمات البرمجة وصفحات المساعدة .

د. **درجة تسهيل التواصل بين المستخدمين:** يمكن لعناوين البريد الإلكتروني للمستخدمين أن تجعل التواصل سهلا بينهم و بين العاملين في الصحف الإلكترونية ، حيث تعمل منتديات النقاش وغرف الدردشة المباشرة على جذب القراء والحفاظ عليهم في موقع الصحيفة . بالإضافة إلى ذلك قد

<sup>1</sup> Carrie Heeter, **Implications of new interactive technologies for conceptualizing communication, In Media use in the information age: Emerging Patterns of Adoption and Consumer Use**, ed Jerry Salvaggio and Jennings Bryant ,Hillsdale, N.J.: Lawrence Erlbaum Associates, USA, 1989, pp.225,232.Available at: [https://www.researchgate.net/publication/246430415\\_Implications\\_of\\_New\\_Interactive\\_Technologies\\_for\\_Conceptualizing\\_Communication](https://www.researchgate.net/publication/246430415_Implications_of_New_Interactive_Technologies_for_Conceptualizing_Communication) , Retrieved at:11/01/2019.

يقدم الموقع اتصالاً متزامناً مع عمليات نقل البيانات . حيث تسعى الصحف الإلكترونية جاهدة لجذب وإشراك القراء في عملية تقديم الأخبار و رفع مستواها عن طريق استخدام الوسائط المتعددة كالصور والصوت والفيديو و جميع تقنيات الويب **2.0 WEB 2.0** التفاعلية ، بحيث تستطيع الصحف الإلكترونية استغلال البريد الإلكتروني والمدونات وغرف الدردشة الحية ، واستطلاعات الرأي على الإنترنت ، ومنتديات النقاش و مواقع التواصل الاجتماعي. هذه الأدوات والمرافق ستدعم خاصة التفاعلية في الصحف الإلكترونية و تجذب قرائها ما يجعلها منصة عامة للنقاش.<sup>1</sup> و من خلال ما سبق ذكره يمكن إجمال العناصر التفاعلية المستخدمة في إخراج وتصميم الصحف الإلكترونية فيما يلي:

### I. العناصر التفاعلية التواصلية :

تتيح الأدوات أو العناصر التفاعلية التواصلية للمستخدم التواصل مع الصحفيين أو مع بعضهم البعض و يمكن إجمال أهم هذه العناصر في :

#### 1. البريد الإلكتروني (E-Mail):

يعمل البريد الإلكتروني كوسيلة سريعة وغير متزامنة للتواصل بين المحررين و القراء أو بين القراء أنفسهم، حيث تتيح بعض مواقع الصحف الإلكترونية لعناوين البريد الإلكتروني للصحفيين بغية اتاحتها للقراء للتواصل معهم ، و مناقشتهم حول الأخبار و الموضوعات المنشورة في الموقع. حيث يصنف شولتز Schultz عناوين البريد الإلكتروني التي تتيحها الصحف الإلكترونية لمستخدميها إلى الأنواع التالية:<sup>2</sup>

- عنوان البريد الإلكتروني العام للإتصال بغرفة الأخبار General e-mail address.
- عنوان البريد الإلكتروني للكتاب و المحررين بشكل عام Editors writers e-mail.

<sup>1</sup> Mohamed Haneefa ,Nidhin P M," CONTENTS AND INTERACTIVITY OF ONLINE NEWSPAPERS", International Conference on Electronic Publications, Pondichery University, India,2012,P12.Available at: <https://www.researchgate.net/publication/305295800> Contents and Interactivity of Online News papers ,Retrieved at:11/01/2019.

<sup>2</sup> Tanjev Schultz, "Interactive Options in Online Journalism: A Content Analysis of 100 U.S. Newspapers", Journal of Computer-Mediated Communication Volume 5, N<sup>1</sup>,1999,Available at :<https://onlinelibrary.wiley.com/doi/full/10.1111/j.1083-6101.1999.tb00331.x>,Retrieved at: 07/10/2018.

• عنوان البريد الإلكتروني لكاتب المقال أو القصة الإخبارية e-mail links to articles  
.authors

• عنوان البريد الإلكتروني للسياسيين و المسؤولين ذوو العلاقة بالموضوعات المنشورة E-mail  
.links to poltiicians /officials

## 2. غرف الدردشة Chat:

تعتبر غرف الدردشة نوعا آخر من الاتصالات عبر الإنترنت، حيث يتبادل المشاركون في المحادثة رسائل حية في الوقت الحقيقي ، الأمر يشبه التحدث عبر الهاتف ، حيث تجري المحادثة ، ولكن بدلا من التحدث يتم الاتصال عن طريق كتابة الرسائل.<sup>1</sup> لقد أفسحت العديد من وظائف الدردشة المجال لبرامج المراسلة الفورية ، والتي تتيح إجراء محادثات في الوقت الحقيقي بين الأشخاص ، أو قوائم الاتصال الخاصة بالآخرين، حيث توفر غرف المحادثة أماكن لتواصل الأشخاص عن طريق نشر الرسائل إلى الآخرين في نفس "الغرفة" (أو "القناة") في الوقت الفعلي.<sup>2</sup>

## 3. المنتديات Forums:

تقوم العديد من الصحف الإلكترونية بتفعيل خدمة المنتديات على موقعها الإلكتروني ، بحيث تتيح للقراء التعليق على المقالات ومناقشة الموضوعات الإخبارية ، فالمنتديات تزيد من تفاعل المستخدمين مع الصحيفة الإلكترونية من خلال توسيع الفرص لتواصل القارئ مع القائمين على الصحيفة كما أنها تتميز بكونها توفر بيئة جماعية يستطيع الأفراد من خلالها مناقشة موضوعات معينة طرحت في الصحيفة ، والمناقشات لديها فرصة أفضل لتحقيق تماسك معين (على عكس غرف الدردشة التي تفتقر إلى موضوعات محددة).<sup>3</sup> فعلى العكس من أن الاتصال بالبريد الإلكتروني غير المتزامن له

<sup>1</sup> Norman J. Medoff, Barbara Kaye ,**Electronic Media: Then, Now, and Later**,2<sup>nd</sup> edition ,Focal Press & ELSEVIER, USA,2011, p81.

<sup>2</sup> Cecilia Friend, Jane Singer ,**Online Journalism Ethics: Traditions and Transitions**,1<sup>st</sup> edition, Routledge Taylor& Francis Group, USA, 2007,p88.

<sup>3</sup> Schultz, Tanjev , **Mass Media and the Concept of Interactivity: An Exploratory Study of Online Forums and Reader E-Mail**, Media, Culture and Society , Vol. 22, N° 2,University Of Bremen ,Germany , 2000, p 214.Available at: [https://www.researchgate.net/publication/37928344\\_Mass\\_media\\_and\\_the\\_concept\\_of\\_interactivity\\_An\\_exploratory\\_study\\_of\\_online\\_forums\\_and\\_reader\\_email](https://www.researchgate.net/publication/37928344_Mass_media_and_the_concept_of_interactivity_An_exploratory_study_of_online_forums_and_reader_email) ,Retrieved at:12/01/2019.

القدرة على إرباك المرسلين والمحررين ، فإن المنتدى يوفر اتصالاً متزامناً بين المستخدمين (القراء) و بين العاملين بالصحف الإلكترونية ، حيث توفر المنتديات مجالاً تفاعلياً للمناقشة و تمكن للناس النقر على محادثة والمشاركة بكتابة تعليقاتهم ومشاهدتهم كما تظهر فوراً على الشاشة فإن المنتديات هي أدوات تفاعلية قوية يمكنها إدارة النقاش حول مواضيع وموضوعات فرعية.<sup>1</sup>

#### 4. استطلاعات الرأي العام Polls:

قامت العديد من المؤسسات الصحفية قبل ظهور الويب بإدارة استطلاعات الرأي المطبوعة في محاولة لإشراك القراء، فبدلاً من استخدام عينة عشوائية ضرورية لقياس دقيق للرأي ، تطبع المؤسسات الإخبارية قوائم الأسئلة أو أرقام الاتصال التي لا يمكن الوصول إليها إلا من قبل عملاء الأخبار ويعاب عن هذه الطريقة التقليدية أنها غير قابلة للتعميم ، في حين أن استطلاعات الرأي عبر الإنترنت يتم فيها دعوة المستخدمين للتصويت على القضايا الساخنة في ذلك اليوم بنقرة من الفأرة.<sup>2</sup> حيث تقوم أغلب الصحف الإلكترونية بنشر مجموعة من استطلاعات الرأي عبر الصفحة الرئيسية لموقعها ، و التي تتعلق بمواضيع متعددة سواء كانت سياسية، اجتماعية، ثقافية و حتي الاستطلاعات المتعلقة بمدى نجاعة الموقع و كيف يقيمه المستخدمين .

#### 5. مواقع التواصل الاجتماعي Social Media:

تتميز مواقع التواصل الاجتماعي بكونها تفسح المجال للفرد لإبقاء على اتصال مع الأصدقاء وأفراد العائلة الحاليين وبناء شبكة من "الأصدقاء" الجدد على أساس الاهتمامات المشتركة وغيرها من القواسم المشتركة ، على الرغم من أن مواقع الشبكات الاجتماعية قد بلغت خطواتها في أواخر عام 2000 ، إلا أنها كانت موجودة منذ أواخر التسعينات مثل **sixdegrees com** و **AsianAvenue** و **BlackPlanet** و **LiveJournal** و التي تعتبر مقدمة للموجة الثانية من الشبكات الاجتماعية والتي تتضمن **MySpace** و **Facebook** و **Twitter**.<sup>3</sup> و تستخدم الصحف الإلكترونية مواقعها في الشبكات الاجتماعية لتتيح لقراءها أن يطلعوا على آخر المستجدات الواردة ضمن الموقع الإلكتروني

<sup>1</sup>Rey Rosales ,The Elements of Online Journalism,OP.cit ,p37.

<sup>2</sup> Ibid,p164.

<sup>3</sup> Norman J. Medoff , Barbara Kaye , Op.cit , p81.

عن طريق مجموعة من الروابط التي تحيل إلى الخبر الأصلي المنشور في موقعها، إضافة إلى إضافتها طابع التفاعلية على الخبر من خلال إتاحة المجال لمستخدمي هذه المواقع للتعليق على المواضيع و مشاركتها مع أصدقائهم .

## II. العناصر التفاعلية المعلوماتية :

يمكن إجمال العناصر التفاعلية المعلوماتية فيما يلي :

### 1. محركات البحث Search Engine:

تتمثل محركات البحث في مجموعة من الوسائل التي تمكن القارئ من البحث عن الأخبار والمعلومات المختلفة داخل المواقع الإلكترونية ، و توظف هذه المحركات كمصادر خارجية للمعلومات عن طريق ادراجها ضمن وصلات فائقة تمكن القارئ بمجرد النقر عليها من نقله إلى المعلومات المرتبطة بالخبر و المتاحة في مواقع أخرى يعرضها محرك البحث.

### 2. الأرشيف الإلكتروني:

تحقق الصحيفة الإلكترونية منفعة أخرى للقراء حيث يستطيع القارئ الاطلاع على الأرشيف بشكل موسع، فيستطيع بذلك التفاعل مع المقالات المهمة و استعادتها. حيث تنصب هذه الخدمة على أرشيف الصحيفة الورقية في المقام الأول، وهي تختلف بذلك عن خدمة البحث التي تنصب على البحث داخل الصحيفة الإلكترونية، وتتفاوت خدمات الأرشيف التي تقدمها الصحف الإلكترونية سواء من حيث المدة الزمنية التي يمكن البحث فيها، أو من حيث التكلفة المادية للمادة التي يرد المتصفح الوصول إليها.<sup>1</sup>

<sup>1</sup> علي عبد الفتاح كنعان، الصحافة الإلكترونية في ظل الثورة التكنولوجية، مرجع سابق، ص42.



### 3. خريطة الموقع Website Mapping :

وتعني هذه الخدمة تقديم محتويات الموقع بطريقة مبسطة وسهلة للمستخدم، لا سيما إذا كان الموقع مزدحماً بالتفاصيل والخدمات.<sup>1</sup> و يتم وضع هذه الخريطة لتوضح الأبواب الرئيسية للجريدة في صفحة الاستقبال، كما يتم أيضا وضع الخريطة لعناوين الأخبار الرئيسية في كل باب من الأبواب، و تظهر أهمية هذه الخرائط في توضيح المسارات التي توصل القارئ إلى المادة الصحفية التي يريد قراءتها.<sup>2</sup>

### المبحث الثالث: تصميم مواقع الصحف الإلكترونية:

#### أولاً: الفروق بين التصميم الطباعي و تصميم الويب :

يعتبر تصميم المواقع الإلكترونية وسيلة لتحقيق غاية معينة أو وظيفة ما ، و يعتمد ذلك على استخدام الأدوات المناسبة التي تتناسب مع هذه الغاية. فبناء موقع إلكتروني يرجع لعدة أسباب أهمها سهولة و قدرة المستخدمين على استخدامه عن طريق المشاهدة، الاستماع ، القراءة ،الطبع النقر، إضافة بيانات معينة للموقع ، فإذا كانت النتيجة من التصميم هو عدم تمكن المستخدمين من تحميل صفحة أو تنشيط رابط أو قراءة فقرة أو تفسير صورة ، فهو يعني أن التصميم لم يعد وسيلة تحقق غاية ما بل يصبح عائقاً.<sup>3</sup> يجمع الخبراء على أن هناك علاقة وثيقة بين تصميم و إخراج الصحف الإلكترونية والصحف المطبوعة ، حيث يمكن الاستعانة بالمبادئ العامة في تصميم المطبوعات عند تصميم الصحف الإلكترونية خاصة فيما يتعلق باستخدام الألوان و الفراغات و التباين و هو ما يؤدي تشابه جوانب التصميم في الوسيلتين إلى حد ما ، و يستخدم مصممو الصحف الإلكترونية العناصر نفسها التي استخدمها مصممو الإصدارات الورقية تقريبا من عناوين و نصوص و صور و ألوان ، و فواصل وجداول ، إلى جانب عناصر أخرى جديدة خاصة بالإصدارات الإلكترونية مثل الوصلات و وسائل

<sup>1</sup> حسين الفلاحي، الإعلام التقليدي و الإعلام الجديد، ط1، دار غيداء للنشر و التوزيع، عمان، 2014، ص161.

<sup>2</sup> ماجد سالم التبران، الإنترنت و الصحافة الإلكترونية: رؤية مستقبلية، يرجع سابق، ص206، 205.

<sup>3</sup> Sarah Horton ,Access by Design :A Guide to Universal Usability for Web Designers, New Riders,USA,2006,p02.

التجوال و التي تسهم في تحقيق القيم الأساسية كالاتزان ، و التباين، و التناسب، و التجوال، و الوحدة و التميز والإيقاع.<sup>1</sup>

يستطيع مصمم مواقع الصحف الإلكترونية -على عكس الصحافة المطبوعة- التحكم في عناصر عديدة مثل الألوان و أنواع الحروف و إخراج الصفحة و التي إما يحددها المستخدم بنفسه أو يتيحها المتصفح في جهاز المستخدم، فلا يوجد أي ضمان لأن يرى المستخدم التصميم بنفس الطريقة التي صممها المصمم على شاشة جهازه الخاص، و هذا ما دعا البعض إلى تسمية تصميم الويب بالتصميم للمجهول **Designing for the unknown**، حيث يتم تصميم الموقع لجمهور غير معروف ويستخدم متصفحاً غير معروف نوعه بشكل دقيق، كما يستخدم بيئة تشغيل غير معروفة و بحجم شاشة غير معروف أيضاً و غيرها من العناصر التي قد لا يعرفها المصمم مسبقاً.<sup>2</sup>

يتوقع نيلسون **Nielsen** بأنه وعلى مدى السنوات العشر القادمة أو أكثر ، ستبقى الاختلافات بين التصميم الطباعي و تصميم الويب بحيث ستفرض مجموعة من القيود على تصميم الويب كاستخدام عدد أقل من العناصر الجرافيكية ، والنصوص القصيرة (نظراً لأنه غير مريح للقراءة عبر الإنترنت) وطباعة أقل وضوحاً (بما أنك لا تعرف أي الخطوط قام المستخدم بتركيبها على الكمبيوتر) ، و إخراج أقل جودة ، كما سيظل من الضروري الحد من عدد الكلمات لأن المستخدمين أكثر صبراً عبر الإنترنت ويتم تحفيزهم للمضي قدماً . سيكون من الضروري أيضاً تصميم معلومات الويب لتخطيطات اللوحات الصغيرة حيث ستحتفظ الأجهزة المحمولة بالشاشات الصغيرة حتى عندما نحصل على شاشات ضخمة.<sup>3</sup> كما يجمل نيلسون **Nielsen** أهم الفروق بين التصميم الطباعي و تصميم الويب فيما يلي:<sup>4</sup>

<sup>1</sup> ماجد التزيان، الإنترنت و الصحافة الإلكترونية: رؤية مستقبلية، مرجع سابق، ص199.

<sup>2</sup> منار مجد، مرجع سابق، ص134.

<sup>3</sup> Jakob Nielsen , “Differences Between Print Design and Web Design”, Published article on24 January 1999, Available at : <https://www.nngroup.com/articles/differences-between-print-design-and-web-design/> , Retrieved at :25/11/2018.

<sup>4</sup> Ibid.

## 1. الأبعاد Dimensionality:

يختلف التصميم الطباعي عن تصميم الويب من ناحية أبعاد التصميم، فالتصميم الطباعي **Print design** ذو بعدين **2-dimensional**، حيث يمكن القارئ من أن يقلب الصفحة ولكن من النادر أن يقوم بالربط بين عدة صفحات أثناء عملية القراءة، حيث تعد كل نظرة **View** عبارة عن وحدة تصميم يتم إنشاؤها لصفحة ذات مقاس ثابت غالبا ما تكون لوحة كبيرة عند تصميم الجرائد أو الملصقات. أما بالنسبة لتصميم الويب فيتميز بكونه ذو بعد واحد **N-dimensional**، فصفحة الويب هي في الأساس تعد بصفة جوهرية خبرة في تحريك الصفحة على الشاشة **scrolling experience**، و هو ما يختلف تماما عن مفهوم المساحة الثابتة في الصحيفة المطبوعة، إذ يعد الإخراج ثنائي الأبعاد ممكنا، ولكن ليس إلى حد إنشاء علاقة ثابتة بين العناصر، و غالبا ما يبدأ المستخدمون في تحريك الصفحة على الشاشة قبل أن يتم عرض جميع العناصر، بحيث يختلف المستخدمون في طريقة تصفحهم للموقع حسب خبراتهم في عملية القراءة عبره.

## 2. الإبحار أو التنقل Navigation:

يعد البعد المتعلق بالإبحار في تصميم الويب و الذي ينبع من الإبحار عبر النص الفائق **HyperText navigation**، جوهر الويب، فالتحرك خلال النص هو كل ما يميز الويب. كما أن الإبحار يكون أكثر رسوخا في ذاكرة المستخدم إضافة إلى أنه تأثيره على عاطفته يكون أقوى من المشاهدة. في حين يتمثل الإبحار في التصميم الطباعي في عملية تقليب الصفحات التي تعتبر واجهة المستخدم البسيطة للغاية **ultra-simple user interface**، و التي تعد أحد أهم مميزات الصحافة المطبوعة و نظرا كون تقليب الصفحة يعد محدود للغاية، فعالبا لا يتم اعتباره كعنصر من عناصر التصميم، و في المقابل يعد التنقل عبر النص التشعبي مكونا رئيسيا في تصميم الويب.

## 3. وقت الاستجابة و قوة التبيين، و المساحة:

يتسم التصميم الطباعي بالتفوق الكبير على تصميم الويب من حيث السرعة وجودة الصورة وحجم المساحة المرئية، و لكن هذه الاختلافات لا تعد جوهرية لأنه يمكن الحصول في النهاية على: أولا **bandwidth** سعة الموجة: بحيث يتوجب أن تكون سريعة بدرجة كافية لتحميل صفحة الويب بالسرعة نفسها التي يمكن للفرد بها أن يقوم بقلب الصفحة في الجريدة، ثانيا **دقة الشاشة screen**

**resolution** والتي يجب أن تكون حادة بما فيه الكفاية لجعل الكتابة و الحروف واضحة و يسيرة للقراءة حتى تصل سرعة القراءة من الشاشة إلى السرعة نفسها في الجريدة المطبوعة، و ثالثا شاشات بمقاسات أكبر بمقاس صفحات الجريدة **huge screens the size of a newspaper spread**: و هذا هو الحد المقبول للشاشات الكبيرة، فقد قد لا يكون من المنطقي جعل الشاشات فيه أكبر .

#### 4. الوسائط المتعددة و التفاعلية **Multimedia and Interactivity:**

يمكن للتصميم الطباعي أن تجذب القارئ بالعناصر المرئية ذات التأثير الكبير تصور ، لكن تصميم الويب يتفوق عليه بسبب مشاركة المستخدم في العملية الاتصالية و التي أصبحت ممكنة بفضل عناصر التصميم غير الثابتة **nonstatic design elements** ، و يمكن للويب أن يعرض صورا متحركة يتحكم فيها المستخدم ، ويمكن أن تسمح له بمعالجة العناصر التفاعلية.

#### ثانيا: مبادئ تصميم الصحف الإلكترونية:

يجب الحديث عن تصميم الصحف الإلكترونية و مبادئ التصميم إلى وجود تباين في تناول العلماء لتلك المبادئ ، و هناك من رأى انها تتكون من أربعة مبادئ فقط ، و البعض الآخر يرى بأنها تتكون من سبعة مبادئ و هناك من رأى انها تتكون من تسعة مبادئ إضافة إلى ذلك هناك من قدم بعض عناصر التصميم على أنها مبادئ للتصميم و العكس صحيح . إذ يجب أن تكون صفحات الويب جذابة بشكل مرئي ، وأن تنقل رسالة قوية ، وتترك انطبعا واضحا في أذهان المتصفحين . و هذا ما يجعلها تجمع بين الإبداع و بين مبادئ التصميم الأساسية للتوازن والقرب ، والتباين والتركيز ، والوحدة والهوية . و يمكن إجمال أبرز هذه المبادئ في:

#### 1. الوضوح **Clarity:**

يقصد بالوضوح أن تكون عناصر التصميم واضحة و تظهر المعلومات و العناصر بوضوح وليكون موقع الصحيفة الإلكترونية واضحا يجب استخدام صور و رموز يستطيع فهمها كل من يستخدمها بسهولة ، فمثلا جميع مستخدمي الويب معتادون على رؤية الارتباطات التشعبية بتسطير تحتها فإذا

استخدم لها خطأ مائلا أو عريضا قد لا يعرفون أنها ارتباطات تشعبية ، وكذلك الأمر مع مزايا البحث فقد اعتاد المستخدمون النقر على زر اسمه بحث " **Go Search** " بعد كتابة كلمة أو عبارة في حقل البحث و هذا قد يسبب بعض الارتباك لو استخدم اسما مختلفا.<sup>1</sup>

## 2. التوازن Balance:

إن تحقيق التوازن في صفحات الويب يتطلب بعض الجهد والمهارة ، لأنه يدمج بين الفوضى بين العناصر و المعروضة و بين الاعتدال و التوازن في إدراجها ، و يمكن أن يؤثر التوازن بشكل كبير على فعالية صفحة الويب للتعبير عن رسالتها، إذ أن الترتيب المتماثل لعناصر صفحة الويب يجب أن يكون متمركزا أو متوازنا، ومع ذلك قد يؤدي ائقال صفحة الويب بالعناصر البنائية و الكثير من الرموز إلى جعلها مملّة غير مثيرة للاهتمام من قبل المستخدمين و هو ما يستوجب خلق جو من الديناميكية والحيوية في الصفحة.<sup>2</sup> و يأخذ استخدام التوازن في تصميم الصحف الإلكترونية عادة ثلاثة أشكال هي:

### 1.2. التوازن المتماثل Symmetrical Balance :

يعتبر التوازن المتماثل أحد الأمثلة الأكثر شيوعا للتوازن الذي يواجهه المستخدم عند تصفحه لمواقع الصحف الإلكترونية ، على الرغم من أنك قد لا تدرك ذلك ، لأنه تم عرضه بسلاسة . التماثل هو إرضاء للعين بالفطرة ، ويخلق تصميمًا منظمًا بشكل جيد من الناحية الجمالية والمتناغمة . يتم تعريف التوازن المتماثل عن طريق وضع عناصر متساوية على جانبي المحور المركزي الأفقي أو الرأسي . بعبارة أخرى ، كلا جانبي خط الغطس الخيالي في منتصف الصفحة هما بشكل أساسي صوران متطابقة لبعضهما البعض . في حين أن بعض النقاد قد يشطبون هذا النوع من التوازن على أنه ممل أو متوقع ، إلا أنه رغم ذلك صمد أمام اختبار الزمن ويبقى أحد أفضل الطرق لإظهار التوازن في تصميم الويب.<sup>3</sup>

<sup>1</sup> بسنت العقباوي ، مرجع سابق ، ص 118.

<sup>2</sup> Jennifer Campbell, **Web Design Introductory**, 6<sup>th</sup> edition ,Cengage Learning ,USA, 2017,p47.

<sup>3</sup> **Marc Schenker** , "**Interactive Design: How To Use Balance In Web Design**" ,30 October 2015, Available at: <https://www.webdesignerdepot.com/2015/10/how-to-use-balance-in-web-design/> , Retrieved at : 23/11/2018.

## 2.2. التوازن اللاتماثلي Asymmetrical balance:

بحقق التوازن غير المتماثل نظاما من الأثقال الموازنة في تصميم صفحات الصحف الإلكترونية ولكن ليس بالطريقة التي يتيحها التوازن المتماثل، وعلى الرغم من عدم التوازن بين العناصر المستخدمة في الصفحة سواء في القوة أو الأبعاد ، فإن التوازن ينشأ من خلال تجاور العناصر المتناقضة فهو يلعب على مفهوم الاختلاف لخلق توازن يجعله جذابا و أكثر إثارة للاهتمام من قبل المستخدم.

## 3.2. التوازن الإشعاعي Radial balance:

يحدث التوازن الإشعاعي عندما تنبثق جميع عناصر التصميم على صفحة في نقاط متساوية من نقطة مركزية موحدة. لذا إذا كنت تقسم الصفحة رأسيا أو أفقيا على طول المحور المركزي ، فإن عناصر الجانبين ستكون بنفس القدر أو قريبة من النقطة المركزية. بعض الأمثلة الأساسية للتوازن الشعاعي هي أشياء مثل أشعة الشمس القادمة من نقطة مركزية أو بركة تحتوي على مجموعة من التموجات على سطحها. ما يجعل هذا الشكل من التوازن أكثر خصوصية هو أن تأثير الإشعاع يسير في كلا الاتجاهين: تماما كما أن الاهتمام ينطلق من النقطة المركزية ، فإنه يؤدي أيضا إلى ذلك بسبب المركز المشترك. وبسبب هذا ، فإن الحفاظ على نقطة محورية أمر سهل ، لكن من النادر استخدام هذا النوع على مواقع الويب ، وخاصة الصفحات الرئيسية.<sup>1</sup>

## 3. الوحدة Unity:

يقصد بالوحدة في تصميم الويب التكامل بين كافة الوحدات التي تتكون منها الصفحة ، إذ توفر الوحدة نوع من التطابق أو مجموعة القواعد الداخلية التي تركز على التصميم بأكمله بحيث يكون من المنطقي أن "يعمل" لأي شخص ينظر إليه أو يستخدمه. فالوحدة هي مبدأ أساسي يسمح للمستخدم بالتحرك داخل الموقع و التنقل عبر وصلاته بكل سهولة دون الحاجة إلى تكريس الكثير من تفكيره على كيف يكون إبحاره داخل الموقع. إذن فالوحدة توفر سهولة التنقل و الإبحار في الصفحة الإلكترونية التي تكون أكثر قابلية للاستخدام.<sup>2</sup> و تقسم الوحدة إلى نوعين هما: أولا وحدة الموضوع و التي يقصد بها أن

<sup>1</sup> Ibid.

<sup>2</sup> Susanna Davidsen , Everyl Yankee, **Web Site Design with the Patron in Mind: A Step-by-step Guide for Libraries** , 1<sup>st</sup> edition, American Library Association, USA, 2004, p 81.

الموضوع يظهر كأنه متفرد عن بقية الموضوعات، وذلك من خلال تمييزه بسمة معينة قد تكون نوع الخط أو الشكل الذي يحتويه، كأن يكون شكلاً مربعاً، أو مستطيلاً، أو لون نصوصه، أو أن تكون أرضياته مختلفة عن بقية الموضوعات الموجودة على الصفحة، و ثانياً وحدة الصفحة التي تعني وحدة الصفحة ككل، وذلك من خلال إيجاد وحدة تربط وحدات الموضوعات الفرعية بعضها ببعض بحيث إن وحدة الموضوع لا تنفي وحدة الصفحة، ولكنها تؤكد لها، فيمكن أن تكون هناك وحدة عامة تربط بين وحدات الموضوعات مثل: حجم الخط أو نوعه، وفي نفس الوقت يمكن أن تكون هناك وحدة الموضوع من خلال تمييز العنصر بلون معين.<sup>1</sup>

#### 4. الحركة أو الإيقاع Rhythm :

يعرف الإيقاع بكونه عبارة عن تكرار عناصر التصميم مثل الخطوط و الأشكال و الألوان والفراغات لكي تعطي التصميم الحيوية ، و يستخدم المصمم هذا النوع عندما يريد أن ينتقل القارئ من عنصر إلى آخر على الصفحة.<sup>2</sup> إذ يسمح الإيقاع لتصميم صفحات الصحف الإلكترونية بتطوير اتساق شامل يسهل على المستخدمين فهمه، وبمجرد أن يتعرف الدماغ على النمط في الإيقاع ، يمكنه الاسترخاء وفهم بقية التصميم بشكل أفضل. و من أفضل الطرق لاستخدام الإيقاع في تصميم الويب هي قائمة التنقل في الموقع و التي تكون مصممة بنمط متناسق وسهل الاستخدام و التنقل من قبل المستخدمين . يستخدم الإيقاع كذلك أثناء تخطيط أنواع مختلفة من المحتوى على الموقع، فعلى سبيل المثال تعتبر الألوان طريقة رائعة أخرى لاستخدام التناسق والأنماط في تصميم الموقع ، حيث يستخدم الزائر للموقع لونا معيناً واحداً في الموقع عندما يكون هناك شيء ما "قابل للربط" ، حيث يقوم المصممون بتعيين ارتباطات نصية باللون الأحمر ، مما يعني أن أي شيء آخر على الموقع يستخدم اللون الأحمر بأي طريقة سيكون رابطاً أيضاً، فهذا النمط يجعل الزوار يفهمون ما يوجد على الموقع بمجرد فهمهم للنمط.<sup>3</sup>

<sup>1</sup> ماهر الشمائلة و آخرون، الصحافة الإلكترونية الرقمية، مرجع سابق، ص 194.

<sup>2</sup> ماجد الزبران، الإنترنت و الصحافة الإلكترونية: رؤية مستقبلية، مرجع سابق، ص 210.

<sup>3</sup> Jennifer Kyrnin, " Rhythm as a Basic Principle of Design for Websites", November 06, 2018, available at : <https://www.lifewire.com/rhythm-design-principle-3470054> , Retrieved at: 23/11/2018.

## 5. القرب proximity:

يتيح مبدأ القرب للعناصر التي يتكون منها الويب أن تبدو وكأنها وحدة واحدة، حيث يؤدي وضع الأشياء القريبة من بعضها البعض داخل الموقع إلى إنشاء نقطة بؤرية تنجذب إليها العين.<sup>1</sup> فعلى سبيل المثال ، يتم وضع تسمية توضيحية بالقرب من صورة ، واسم المؤسسة بالقرب من شعارها ، بحيث يربط ذلك العناصر التي لها علاقة منطقية ، مما يجعل صفحات موقع الصحيفة الإلكترونية أكثر تنظيماً. ما يجعل المحتوى أكثر قابلية للقراءة.<sup>2</sup>

## 6. المحاذاة Alignment:

تعرف المحاذاة في أنها ما يقود القارئ من خلال التصميم وهذا يسمى أحيانا "التدفق"، فلا ينبغي دمج أي شيء في التصميم دون النظر بعناية في موضعه. و تتمثل إحدى استراتيجيات المحاذاة الشائعة في جعل جميع العناوين متجاورة مع بعضها البعض ، مع عناوين فرعية مسندة أو نص تحت كل عنوان.<sup>3</sup>

## 7. التباين Contrast :

يتمثل في مزيج من العناصر التي تستخدم لتحفيز انتباه المستخدم ، كما يحدد هذا التباين مركز الاهتمام أو النشاط ، وتحتاج صفحة الويب إلى نقطة محورية يتم جذب انتباه زوار الموقع إليها. حيث يمكنك إنشاء التباين باستخدام أنماط النص وخيارات الألوان وحجم العنصر وغيرها، فعلى سبيل المثال يميز اسم الصحيفة الإلكترونية بحجم أحرف أكبر من العناوين الفرعية ونص النص ، وبالمثل قد تجذب الخلفية المظلمة بنص ملون الزاهية اهتماماً أكثر من الخلفية الكريمة بالنصوص السوداء. من خلال تغيير حجم عناصر صفحة الويب ، يمكنك إنشاء تسلسل هرمي للمعلومات التي ستعرض للزوار العناصر الأكثر أهمية.<sup>4</sup>

<sup>1</sup> Jason Beard, "The Principles of Beautiful Web Design", 02 Avril 2007, Available at: <https://www.sitepoint.com/principles-beautiful-web-design/>, Retrieved at: 27/11/2018.

<sup>2</sup> Jennifer Campbell, Op. cit, p48.

<sup>3</sup> Abbie Brown and Timothy Green, **The Essentials of Instructional Design Connecting Fundamental Principles with Process and Practice**, 3<sup>rd</sup> Edition, Routledge, New York, USA, 2016, p201.

<sup>4</sup> Gary Shelly, Albert Napier, Ollie Rivers, **Web Design: Introductory Concepts and Techniques**, 3<sup>rd</sup> edition, Course Technology & Cengage Learning, USA, 2009, p46.



## 8. التناسب proportion:

يعبر التناسب عن العلاقة بين ثلاثة عناصر أو أكثر، كما أنه يشير إلى تناسب الأحجام من ناحية ، ووزن العناصر المتنوعة في التصميم من ناحية أخرى، و يأخذ التناسب في الصفحة عادة عدة أشكال منها: **التناسب في حجم الحروف** و التي يقصد به تناسب حروف المتن مع المقدمة مع العناوين الفرعية، و قد وضع علماء التصميم قاعدة لتناسب النصوص و هي زيادة حجم العناوين عن المقدمات بمقدار نقطتين، و زيادة المقدمات بمقدار نقطتين عن حجم المتن لتحقيق انسيابية الرؤية. أما الشكل الثاني فهو **التناسب في حجم الأعمدة** أي ألا يكون عنك عمودا كبيرا للغاية وآخر صغير جدا، لأن هذا الإجراء يخل بالهيئة العامة للصفحة ، و عليه ينبغي أن يكون حجم الأعمدة متناسبا مع بعضه البعض من ناحية، و متناسبا مع المواد التي تحتوي عليه من ناحية أخرى. و أخيرا **التناسب في مساحة الصور** إذ يجب أن تتناسب أحجام الصور مع بعضها البعض إضافة إلى تناسب أحجامها مع الموضوع الذي تتعرض له ، فلا يصح أن تكون هناك صورة كبيرة الحجم مع موضوع صغير جدا ، والعكس صحيح.<sup>1</sup>

## 7. قابلية الاستخدام أو سهولة الوصول Usability:

يقصد بقابلية الاستخدام عملية تقييم مدى سهولة استخدام واجهات المواقع الإلكترونية من قبل المستخدمين ، حيث يتم تعريف قابلية الاستخدام بمكونات جودة المتمثلة في:<sup>2</sup>

- **سهولة التعلم Learnability**: ما مدى سهولة قيام المستخدمين بإنجاز المهام الأساسية في المرة الأولى التي يواجهون فيها التصميم؟
- **الكفاءة Efficiency**: بمجرد أن يتعلم المستخدمون التصميم ، ما مدى سرعة أداء المهام؟
- **الحفظ Memorability**: عندما يعود المستخدمون إلى التصميم بعد فترة من عدم استخدامه ، ما مدى سهولة إعادة إنشاء الكفاءة؟

<sup>1</sup> عبد العزيز شريف، مرجع سابق، ص136.

<sup>2</sup> Jakob Nielsen , "Usability 101: Introduction to Usability " ,Nielsen Norman Group, published on January 4, 2012, Available at: <https://www.nngroup.com/articles/usability-101-introduction-to-usability/> , Retrieved at: 25/11/2018.

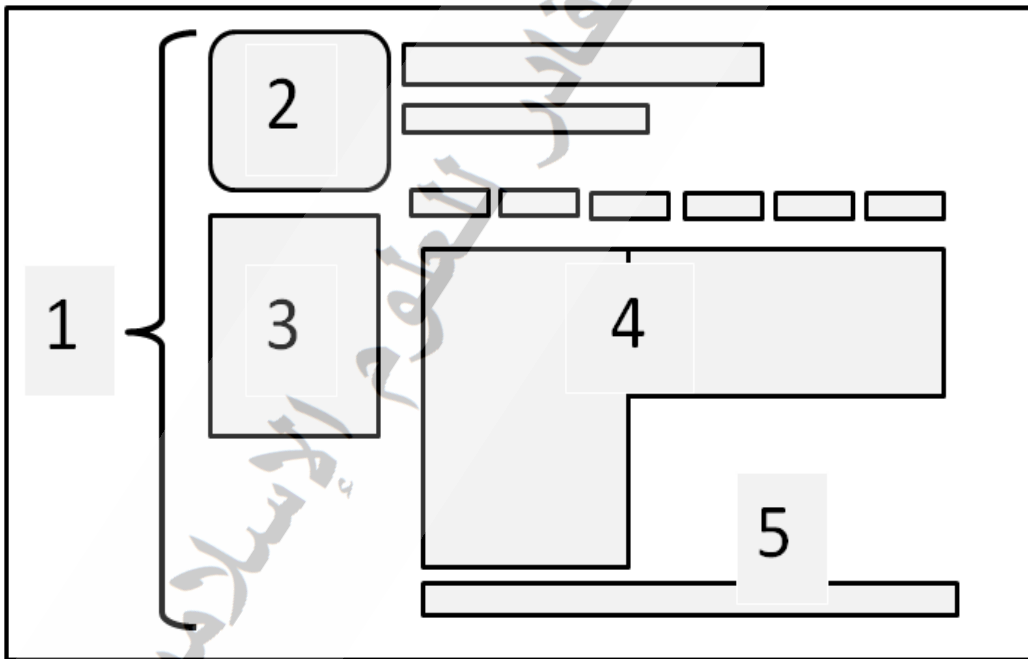
• الأخطاء **Errors**: كم يبلغ عدد الأخطاء التي يرتكبها المستخدمون ، وما مدى خطورة هذه الأخطاء ، وما مدى سهولة استعادتها من الأخطاء؟

• الرضا **Satisfaction**: ما مدى سعادة استخدام التصميم؟

### ثالثا: مكونات موقع الصحف الإلكترونية :

تتكون مواقع الويب على غرار مواقع الصحف الإلكترونية من عدة أجزاء تختلف من حيث حجمها و موضوعها، و لكنها تشترك في مكوناتها و هذا ما يبينه الشكل التالي:

الشكل رقم(11): يوضح مكونات صفحة موقع صحيفة إلكترونية



المصدر: (Jason Beard, The Principles of Beautiful Web Design,p08.) (بتصرف))

و يمكن التفصيل أكثر في هذه المكونات عن طريق شرح كل عنصر مرقم على حدى فيما يلي<sup>1</sup> :

1. كتلة المحتوى **Containing Block**: يجب أن تحتوي كل صفحة من صفحات الموقع على كتلة للمحتوى و التي هي جسم الصفحة التي يمثلها أمر **< body >** بلغة **HTML**، وبدون هذه الوعاء لن يكون هناك مكان لوضع عناصر الصفحة، و يمكن أن يكون اتساع الوعاء مرنا **liquid** أي يمكن أن يتسع ليتناسب و اتساع نافذة المتصفح، أو قد يكون ثابتا **fixed** أي يظل اتساع المضمون بنفس الاتساع بغض النظر عن حجم النافذة.

2. الشعار **Logo**: يشير المصممين الشعار للتعريف بهوية الموقع و الذي يتواجد في أعلى كل صفحة من موقع الويب، حيث يعمل الشعار على زيادة التعرف على الموقع الإلكتروني وتسمح للمستخدمين بمعرفة أن الصفحات التي يتصفحونها هي جزء من موقع واحد.

3. التجول **Navigation**: إنه من الضروري أن يكون نظام التجول بالموقع سهلا إيجاده و استخدامه، فيتوقع المستخدم أن يجد التجول بيمين أو أعلى الصفحة، و سواء اختار المصمم أن يضع القوائم رأسيا بجانب الصفحة أو أفقيا بطول أعلى الصفحة، فعليه أن يضع نظام التجول أعلى التصميم على قدر المستطاع، أو على الأقل أن تكون كل عناصر التجول الأساسي "أعلى الطية-**above the fol**"، و ليس نتيجة لذلك أن يحمل التجول أولا بالمتصفح فقط بل أيضا يلفت انتباه المستخدم بصورة أسرع.

4. المضمون **Content**: يعد المحتوى العنصر الرئيسي بالموقع، و يسميه المصممين بالملك، فالمستخدم قد يدخل للموقع و يتركه في غضون ثوان، إذا لم يجد غايته فمن المؤكد أنه سيغلق نافذة المتصفح او ينتقل إلى موقع آخر. فمن الضروري وضع المضمون الرئيسي بالمركز البصري للتصميم لكي لا يضيع المستخدم وقتا في البحث عن المعلومات المطلوبة بمسح الصفحة كلها .

5. ذيل الصفحة **Footer**: يوجد في أسفل الصفحة، و يحتوي على الحقوق الفكرية للموقع **copyright**، ووسائل الاتصال به **contact**، و من بعض الروابط القليلة للأقسام المهمة

<sup>1</sup>Jason Beard, The Principles of Beautiful Web Design ,2<sup>nd</sup>edition ,SitePoint Pty,Canada,2010,p08,09.

بالموقع، لكن يجب أن يوفر ذيل الصفحة مساعدة المستخدم في تمييز نهاية المضمون (الصفحة) عند نهاية نافذة المتصفح.

6. **البياض Whitespace**: يشير البياض **whitespace** في التصميم الجرافيكي إلى مساحة غير مغطاة بحروف أو مواد مصورة **illustrations** ، بالرغم من أن المصممين المبتدئين والعملاء يرغبون في ملء كل بوصة **inch** بالتصميم بالحروف أو الصور أو الجداول، إلا أن توفير قدر من البياض على الصفحة يهدأ أمرًا مهمًا يمثل أهمية توفير المضمون، فبدون التخطيط الجيد لاستخدام البياض تبدو الصفحة مزدحمة **closed in** و كأن المستخدم أسيرها، فيجعل البياض الصفحة تتنفس بإرشاد عين المستخدم عبر الصفحة ، كما يساعد في تحقيق التوازن و الوحدة بالتصميم.

و يحصر **طوماس باول Thomas A. Powell** مختلف المجالات التي تغطي العناصر الأساسية لتصميم مواقع شبكة الويب بصفة عامة و الصحف الإلكترونية على وجه الخصوص ب<sup>1</sup>:

أ. **المحتوى Content** : و الذي يتضمن شكل وتنظيم محتوى الموقع ، حيث يشمل طريقة كتابة النص إلى كيفية تنظيمه وعرضه و بنائه مستخدمًا على سبيل المثال لغة **HTML**.

ب. **العناصر المرئية Visuals** : تشير هذه العناصر إلى طريقة إخراج و عرض واجهة المستخدم في الموقع باستخدام لغات و برامج مثل **HTML** أو **CSS** أو حتى **Flash** وقد تتضمن عناصر جرافيكية إما بغرض تزيين الموقع أو للملاحة. و على الرغم من أن الجانب المرئي للموقع هو أكثر جانب واضح لتصميم مواقع الويب ، إلا أنه ليس الجانب الوحيد أو الأكثر أهمية.

ج. **التقنيات Technology**: تشير التكنولوجيات أو التقنيات المستخدمة في هذا السياق بشكل أكثر شيوعًا إلى العناصر التفاعلية المختلفة للموقع ، خاصة تلك التي تم إنشاؤها باستخدام تقنيات البرمجة. هذه العناصر تتراوح من البرامج النصية من جانب العميل لغات **client-side scripting languages** مثل **JavaScript** إلى التطبيقات من جانب الخادم **server-side applications** مثل **Java servlets**.

<sup>1</sup>Thomas A. Powell , **Web Design: The Complete Reference**, 2<sup>nd</sup> edition, Tata McGraw-Hill Education Pvt. Ltd, New York, USA, 2003, p04.

د. التوصيل **Delivery**: و يقصد بع سرعة الوصول إلى الموقع عبر الإنترنت و هو ما يتعلق بعلاقته بمكونات و تجهيزات و برامج الخادم.

هـ. الغرض **Purpose**: إن سبب وجود الموقع ، غالبا ما يتعلق بمسألة اقتصادية ، حيث يعد هذا العنصر من أهم عناصر في تصميم مواقع الويب.

### رابعاً: مستويات تصميم واجهة المستخدم:

ينقسم تصميم المواقع الإلكترونية للصحف الإلكترونية إلى ثلاثة مستويات تتمثل في :

## I. تصميم المعلومات **Information Design**:

تكمن أهمية الموقع الإلكتروني للصحف الإلكترونية من وجهة نظر القراء-المستخدمين- في المحتوى الذي تعرضه الصحيفة ، و هو ما يجعل القائمين على تصميم هذه المواقع بالعمل على عنصر تلبية رغبات المستخدمين و إشباع حاجاتهم المعرفية عن طريق عرض أخبار و مقالات و محتويات إعلامية مرفقة بوسائط تفاعلية تتيح تفاعل المستخدم معها ، هذا من جهة ، و من جهة أخرى استثمار التطبيقات التي أتاحتها الانترنت لبناء المعلومات عبر الموقع عن طريق تبني تصميم بسيط و جذاب بدل التصميمات المكلفة و المعقدة و هو ما ييسر ابحار المستخدم داخل الموقع و يسهل له الوصول للمعلومات التي يريد الاطلاع عليها .

و يقصد بتصميم المعلومات داخل مواقع الصحف الإلكترونية هي طريقة عرض و تنظيم و بناء المعلومات بحيث تتيح للمستخدمين الوصول إلى المعلومات التي يرغبون في الاطلاع عليها و التفاعل معها ، حيث تتضمن بنية المعلومات نسيجاً غنياً من التقنيات المستمدة من تخصصات متعددة مثل علم المعلومات ، الذكاء الاصطناعي ، اللغويات ، إدارة المكتبات ، نظرية الإدارة ، إدارة المعرفة ، البرمجة

وغيرها.<sup>1</sup> كما يتصل بناء المعلومات في مواقع الصحف الإلكترونية بالعديد من مجالات التصميم المتمثلة في:<sup>2</sup>

### 1. التصميم الجرافيكي **Graphic Design**: كان المصمم الجرافيكي قديما مسؤولا عن

كل جوانب الاتصال المرئي من أول تصميم الشعار المقترح إلى إخراج الصفحات المنفردة، و في الويب توجد العديد من التخصصات المتزايدة التي تفرضها طبيعة البيئة المعقدة للويب، و بالرغم من ذلك يبرع العديد من المصممين الجرافيكين في مجال بناء المعلومات كجزء من عملهم.

### 2. تصميم التفاعل **Interactive Design**: و فيه يهتم المصمم بسلوك المهام

والعمليات التي يتبعها المستخدم في أنظمة المعلومات و البرامج على مستوى الواجهة، و عادة ما يكون لدى هذا المصمم خلفية عن تفاعل الإنسان مع الحاسب، و ينصب عملهم على كيفية مساعدة المستخدم على تنفيذ مهامه بنجاح و تحقيق أهدافه المرجوة من الموقع.

### 3. هندسة يسر الاستخدام **Usability Engineering**: يدرك مهندسو يسر

الاستخدام كيفية تطبيق المنهج العلمي في بحوث المستخدمين، و اختبارهم، و تحليل النتائج. كما تدمج معرفتهم بتفاعل الانسان مع الحاسب و خبرتهم في ملاحظة المستخدم بمؤشرات مفيدة للتصميم، و عادة ما يتم اختبار كل جوانب خبرة المستخدم بما في ذلك بناء المعلومات و التصميم الجرافيكي.

### 4. تصميم الخبرة **Experience Design**: يضم تحته بناء المعلومات، و هندسة يسر

الاستخدام، و التصميم الجرافيكي، و تصميم التفاعل كمكونات لخبرة المستخدم. و يوجد بالعالم عدد قليل من مصممي الخبرة حيث لا يوجد العديد ممن لديهم المهارات في كل هذه المجالات.

### 5. تطوير البرامج **Software Development**: ناذرا ما يختلط الأمر على الناس بين

بناء المعلومات و تطوير البرامج، و عادة ما يعتمد المسؤولون عن بناء المعلومات على المطورين لتحويل أفكارهم إلى حقيقة.

<sup>1</sup>Elaine Evernden, Roger Evernden, **Information First :Integration Knowledge and information Architecture for Business Advantage**, 1<sup>st</sup> edition, Elsevier Butterworth-Heinemann ,London , England,2003,p01.

<sup>2</sup>Peter Morville, Louis Rosenfeld, **Information Architecture for the World Wide Web: Designing Large-Scale Web Sites**, 2<sup>nd</sup> edition, O'Reilly Media, USA,2002, p10.

و يمكن إجمال وسائل تحديد و بناء المعلومات في المواقع الإلكترونية على وجه العموم و مواقع الصحف الإلكترونية على وجه الخصوص في <sup>1</sup> :

أ. **خرائط الموقع Site Maps**: هي أكثر الطرق انتشارا و هي مخطط للمستوى الأعلى توضح البناء الهرمي للموقع، و تعكس تكوين المعلومات و لكنها ليست بالضرورة مؤشرا لبناء التجول و سيتم التحدث عنها لاحقا.

ب. **حواشي إخراج الصفحات Annotated Page Layouts**: توضح التجول على مستوى الصفحة، و أنواع المضمون، و العناصر الوظيفية. و يوفر هذا الإخراج إرشادا للمصممين البصريين و المطورين الذين سيستخدمون تصميمات الصفحات لبناء الموقع، إذ يحتوي على حواشي **Annotations** تشرح كلا من طريقة تأدية المهام و السبب من وضع عناصر الصفحة في مكان معين بالذات.

ج. **مصفوفات المضمون Content Matrices**: تقدم قوائم بكل صفحة في الموقع و تحدد المضمون الذي سيظهر بتلك الصفحة.

د. **قوالب الصفحات Page Templates**: تستخدم عند تصميم مواقع كبيرة الحجم، و تحدد قوالب إخراج العناصر المشتركة بين الصفحات المختلفة مثل التجول الأساسي، التجول المحلي، و القوائم على المضمون، و يستخدم القالب عادة مع أنظمة إدارة المحتوى.

و يمكن تحديد نظام بناء مواقع الصحف الإلكترونية باتباع الخطوات التالية: <sup>2</sup>

#### أ. المستوى الأعلى Top Level :

يشتمل المستوى الأعلى أو العلوي لمواقع الصحف الإلكترونية عادة على عدة صفحات، بما في ذلك الصفحة الرئيسية، ثم يهتم بعد ذلك مصمم الموقع بالقائمة الرئيسية أو نظام التجول أو فهرس الموقع الرئيسي و هو ما يتم تنفيذه عادة في "شريط التجول" عن طريق وضعه في الجزء العلوي أو السفلي على اليسار لواجهة الموقع. فالتحدي الرئيسي للمستوى الأعلى أنه قبل التفكير في الصفحات التي تنتمي

<sup>1</sup>Gobinda G, Chowdhury, Sudatta Chowdhury ,**Organizing Information: From the shelf to the web** ,Facet Publishing ,London,England,2007,p193.

<sup>2</sup>Rudy Limeback, "**Web Site Architecture 101**", Posted on 17 Dec 1999,Avaiable at: [https://evolt.org/web\\_site\\_architecture\\_101](https://evolt.org/web_site_architecture_101) , Retrieved at: 25/11/2018.

إلى المستوى الأعلى ، حدد ما إذا كان مخطط التنقل على مستوى أعلى يجب أن يتضمن روابط رمادية ، وأيضاً ما إذا كنت تريد إنشاء صفحة "الصفحة الرئيسية" مرة أخرى ، يقوم معظم المصممين بتضمين صفحة رئيسية ، ولكن بمجرد أن تفهم أن الصفحة الرئيسية هي في الواقع مجرد صفحة أخرى بين عدة صفحات في المستوى الأعلى.

### ب. المستوى الثاني Second Level :

يمكن المستوى الثاني في بناء موقع الصحيفة الإلكترونية الصفحات من التجول فيها عن طريق الانتقال إلى أسفل صفحات المستوى الأعلى. فعلى سبيل المثال ، تحتوي صفحة المستوى الأعلى التي تسمى "المرافق facilities" على صفحات المستوى الثاني والتي تدخل في مزيد من التفاصيل حول كل عنصر من العناصر التي تحتويها صفحة المستوى الأعلى وما إلى ذلك. إذ أن وجود نظام تجول للمستوى الثاني أمر بالغ الأهمية حتى لا يضطر المستخدم إلى الرجوع للمستوى الأعلى لاختيار صفحة أخرى. و يعتبر التحدي الرئيسي الذي يواجهه للمستوى الثاني أنه قبل التفكير في الصفحات التي تنتمي إلى هذا المستوى على المصمم أن يفكر في كيفية تسهيل التجول ضمن هذا المستوى ، وما إذا كان يتضمن المستوى الثاني أيضا روابط لجميع صفحات المستوى الأعلى .

### ج. الموازنة بين المستويات Balancing the Levels :

إن إفتراض وجود 20 صفحة بالموقع يمكن أن نقسمها و نرتبها على مستويات الموقع بعدة طرق هي:

- وضع كل الصفحات بمستوى واحد ، حيث سيكون لكل صفحة شريط تجول يحتوي على جميع صفحات المستوى الأعلى العشرين .

- وضع كل صفحة على مستوى منفصل ، فيتكون بناء رأسيا ، حيث تحتوي كل صفحة على رابط يربطها بالصفحة التي تسبقها عن طريق بنية خطية من الروابط التي تسمى "prev" و "next"، كما هو الحال في العروض التقديمية .

- أما فيما تعلق ببعض الصفحات على مستوى ، لا توجد لدى المصمم الكثير من الخيارات عند توزيعها على المستويين عندما يكون لديه عشرين صفحة مثلا ويرغب في ترتيبها على مستويين فقط .



يفضل أن يكون عدد صفحات المستوى الثاني مساو إلى حد ما عدد صفحات المستوى الأعلى مما يعطي بنية موقع الويب شعورا بـ "التوازن". لذا فبالنسبة إلى موقع الويب المكون من 20 صفحة ، يجب أن يكون المستوى الأعلى يحتوي على أربع أو خمس صفحات على الأكثر. و الجدول التالي يوضح مختلف الاحتمالات المستخدمة لبناء موقع صحيفة إلكترونية يحتوي على 20 صفحة :

الجدول رقم(15): يبين الإحتمالات المختلفة لبناء موقع صحيفة إلكترونية يحتوي على 20 صفحة

عدد الصفحات بالمستوى الأعلى	بناء الموقع ( ص = صفحة)
01	ص ص ص
02	ص ص ص ص
03	ص ص ص ص
04	ص ص ص ص
و هكذا حتى 20 صفحة	المستويات الثانية تحتوي على صفحة واحدة أو صفحتين أو صفر

المصدر: (Rudy Limeback, "Web Site Architecture 101")

## II. تصميم التجول Navigation Design:

يوفر تصميم التجول **Navigation Design** للمستخدم سهولة التنقل داخل موقع الصحيفة الإلكترونية ، فبناء المعلومات داخل الموقع يكون في شكل قوائم تلي متطلبات الجمهور و التي تمكنه من الوصول إلى المضامين التي يرغب في الاطلاع عليها إضافة إلى أن تصميم المرئي للتجول يمكن من تدعيم تنظيم المضمون داخل الموقع مما يسهل تنقل المستخدمين ضمنه. لذا فإن تصميم نظام تجول ملائم داخل مواقع الصحف الإلكترونية يدفع المستخدم للوعي بالخدمات التي يقدمها الموقع و بالتالي يستفيد منها .

### 1. أنواع أنظمة التجول :

يمكن إجمال العناصر أو الأنظمة الفرعية التي تتكون منها أنظمة التجول فيما يلي :

#### 1.1. التجول الأساسي Main Navigation:

تحتوي الصفحة الرئيسية لمواقع الصحف الإلكترونية عادة على شريط تنقل في أعلى الصفحة يحتوي على كافة المواضيع و الأقسام التي تضمها ، مما يتيح وصول المستخدم إلى كافة عناصر المحتوى ذات المستوى الأعلى مثل الخدمات وسبل الاتصال بالقائمين على الموقع لمساعدة المستخدمين في العثور على المحتوى الأكثر أهمية. إذ يهدف المصمم من تصميم التجول الأساسي هو جذب المستخدمين بأسرع ما يمكن إلى المحتوى المطلوب، و أفضل طريقة لتقليل عدد النقرات هي توفير سهولة التنقل في مجموعات التنقل الثانوية ، والجامعة على كل صفحة من الموقع. و بالتالي فهذه الاستراتيجية تمكن الناس من التنقل بسرعة من قسم رئيسي إلى آخر دون الحاجة إلى استرجاع أي من الخطوات السابقة التي قام بها . بالإضافة إلى ذلك ، من المهم أن تكون مجموعات التنقل هذه موجودة دائما في نفس المكان ولا تغير ما تقدمه و هو ما يوفر اتساق في ذهنية للمستخدم.<sup>1</sup> و يتكون التجول الأساسي مما يلي :

<sup>1</sup>Lisa Lopuck, **Web Design For Dummies**, 3<sup>rd</sup> edition, John Wiley & Sons, Inc, Canada, 2012, p70.

## أ. عنوان الصفحة Page Title:

يجب أن يكون لكل صفحة في الموقع عنوان، و يستثنى من ذلك الصفحة الرئيسية ، كما يجب أن يتفق عنوان الصفحة مع مسمى الرابط لهذه الصفحة بقدر الإمكان ، و من الممكن مثلا اختيار أكثر من عنوان لصفحة المعلومات عن الصحيفة الإلكترونية و التي تحتوى على أرقام تلفونات وفاكسات و عنوان الصحيفة مثل "راسلنا" أو "اتصل بنا". و بالإضافة إلى ذلك يجب أن يكون عنوان الصفحة بارزا ، و يوضع فوق المضمون الرئيسي قرب أعلى الصفحة، و لأن النص يستخدم حجم حرف أكبر من عنوان الصفحة ، يصبح لدى المصمم إما أن يغير في لون الحروف ، أو شكل الحرف ليبرز عنوان الصفحة.<sup>1</sup>

## ب. شعار الموقع Logo:

يستخدم الشعار و هو معرف رسومي للتواصل البصري مع أي شيء يتطلب تعريفه ، و لا تقتصر الشعارات على المساعي التجارية فقط ، إذن الشعار هو إما سلسلة من الكلمات أو صورة تحاول تمثيل مؤسسة أو فرد بطريقة رمزية و على أي حال ، غالبا ما تحاول الشعارات القيام به هو تجميع شعار مؤسسة ما في شكل بصري مفهوم يمكنها من التأثير على جمهورها المستهدف لأنها تساعد على التواصل مع الجمهور المستهدف وغالبا ما تكون نقطة الاتصال الأولى مع تلك المجموعة.<sup>2</sup>

## 2.1. التجول المحلي Local Navigation:

يقصد بالتجول المحلي التنقل داخل محتوى كل صفحة في موقع الصحيفة الإلكترونية ، حيث تحتوي كل صفحة على قائمة تنقل محلية خاصة بها ، معروضة في العمود الأيسر ، أما محتوى الصفحة الرئيسي موجود في العمود الأوسط مع العمود الأيمن المستخدم للمحتوى الإضافي والروابط ذات الصلة.<sup>3</sup> و يتم عرض نماذج التجول المحلي على مواقع الصحف الإلكترونية وفق ثلاثة أشكال يوضحها الشكل رقم (12) ، فبالنسبة للنموذج الأول و هو نموذج " L " المقلوب 'L' Inverted يتم وضع

<sup>1</sup> منار فتحي، مرجع سابق، ص160.

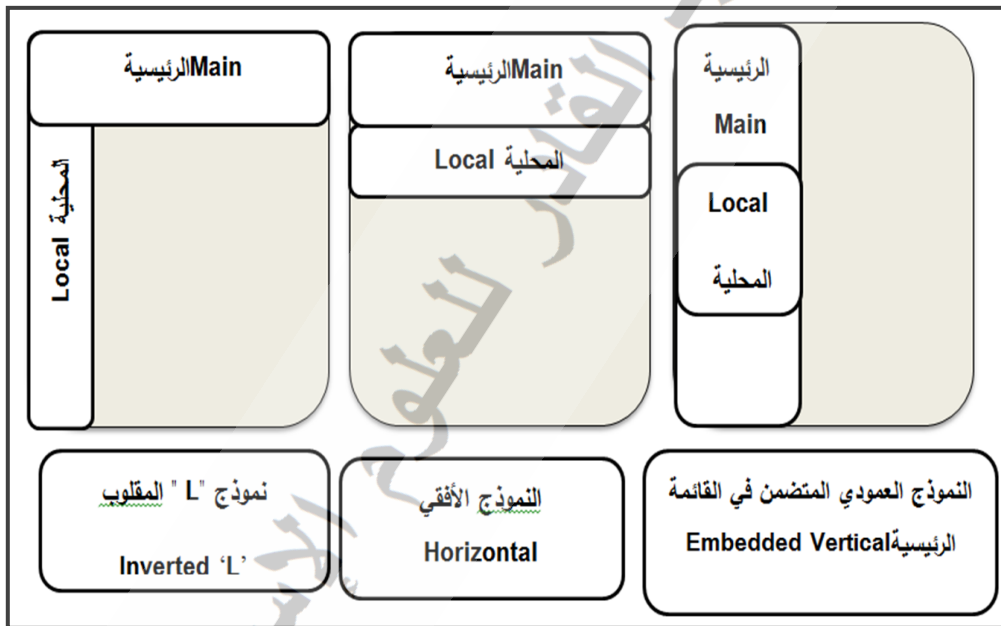
<sup>2</sup>Gareth Hardy ,Smashing Logo Design: The Art of Creating Visual Identities,1<sup>st</sup>edition, John Wiley&Sons,USA, 2011,02.

<sup>3</sup>Lisa Lopuck, Op.Cit,p70.

نظام التجول الأساسي به على طول رأس صفحة الصحيفة الإلكترونية، في حين يتم وضع نظام التجول المحلي كقائمة ارتباط رأسي على اليسار في شكل L مقلوب. أما النموذج الثاني و الذي يسمى بالنموذج الأفقي **Horizontal** يمكن أن يمثل أيضا صفا ثانيا من الخيارات في إطار تنقل أفقي شامل أو بقوائم ديناميكية . في حين أن النموذج الثالث و المتمثل في النموذج العمودي المتضمن في القائمة الرئيسية **Embedded Vertical** فمن الشائع تضمين التنقل المحلي بين خيارات التنقل الرئيسية في هيكل يشبه الشجر عند التنقل الرئيسي في قائمة عمودية على اليسار أو اليمين.<sup>1</sup>

الشكل رقم (12): يمثل نماذج التجول المحلي و الرئيسي داخل بمواقع الصحف

### الإلكترونية



المصدر: (James Kalbach, Designing Web Navigation: Optimizing the User Experience, p90, (بتصرف) .)

يتمثل التجول المحلي **Local Navigation** إذن في الروابط التي تظهر عندما يقترب المستخدم من وجهته داخل الموقع. قد تظهر هذه الروابط على نحو عمود جديد من الروابط مباشرة

<sup>1</sup>James Kalbach, Designing Web Navigation: Optimizing the User Experience, 1<sup>st</sup> edition, O'REILLY Media, Inc., China, 2007, p89.

أسفل الرابط الرئيسي للصفحة مباشرة، أو على نحو عمود جديد من الروابط في عنصر جديد بالصفحة مثل شريط ملون بجوار روابط التجول الرئيسي، أو على نحو محتوى الصفحة الرئيسية، مع أوصاف أوصور قصيرة مرافقة لكل رابط. وكلما كان الموقع أكثر عمقا، زادت احتمالية أن يحتوي على عدة طبقات من التنقل الفرعي. و طالما يشعر المستخدمون بالثقة بأنهم يسرون في الاتجاه الصحيح سيستمرون في التقدم عبر الموقع، لذا يستوجب على مصمم موقع الصحيفة الإلكترونية محاولة تقليل عدد النقرات اللازمة للوصول إلى المعلومات ذات الصلة كلما أمكن ذلك<sup>1</sup>.

### III. تصميم الصفحة الرئيسية (الواجهة) Design Home Page (Interface):

يعتبر تصميم واجهة مواقع الصحف الإلكترونية من أهم المستويات و المراحل التي يقوم بها المصمم، حيث تعتبر الواجهة حلقة وصل بين محتوى الصحيفة الإلكترونية و الخدمات التي تقدمها و بين المستخدم و هذا ما يجعل المصمم يراعي عدة معايير هامة لتصميم واجهة تجذب المستخدم لمحتويات الصحيفة وتسهل وصوله إليها و تمكنه من التفاعل معها. هذا ما جعل تصميم الواجهة **Interface Design** مؤخرًا يرتبط بعدة مصطلحات أخرى تندرج ضمنه ك**تصميم التفاعلية Interaction Design** و التي تعني الخبرة التي يبنها المستخدم أثناء تصفحه للموقع و تفاعله مع محتوياتها هذا من الناحية التفاعلية.

يتوجب على مصمم صفحات الصحف الإلكترونية أن يهتم بشكل كبير على تصميم الواجهة باعتبارها تتيح عرض بنية المعلومات الأساسية لموقع الويب، كما أنها تساعد المستخدمين على فهم العلاقات التي تربط بين محتويات الموقع و التي تظهر على الصفحات المختلفة منه، لذا بتوجب أن تساعد الواجهة المستخدمين على بناء خريطة ذهنية حول بنية الروابط داخل الموقع، كما يجب أن تتشعب الروابط على الصفحة الرئيسية إلى الفروع الرئيسية للتسلسل الهرمي (الروابط الأساسية) ذات أهمية. كما يجب أن تكون الروابط (مثل رابط المساعدة والبحث) سهلة الاستخدام من قبل المستخدمين. بالإضافة لأنه يجب على الواجهة تمكين المستخدمين من التمييز بين الروابط بسهولة خاصة الروابط

<sup>1</sup>Claiborne Scottie, "Effective site navigation", available at : <https://www.webcredible.com/blog/effective-site-navigation/>, Retrieved at: 25/11/2018.

الثانوية المستوى التالي من الصفحة.<sup>1</sup> إن تحديد الخصائص المطلوبة لمواجهة مستخدم جيدة من أهم الخطوات الواجب المرور بها ، لأنه ما لم يكن المصمم مدرك لهذه الأمور ، يصعب جداً عليه تصميم واجهة موقع على الويب على غرار مواقع الصحف الإلكترونية ، لذا نذكر بعض الخصائص الهامة لواجهة مستخدم جيدة فيما يلي:

## 1. التصميم المركز على المستخدم User-Centered Design:

إن تركيز المصممين على المستخدم في تصميم واجهات الصحف الإلكترونية هو أكثر من مجرد التركيز على كيفية ظهور الأشياء أو إنشاء رسوم متحركة براقة وانتقالات ناعمة. بل يجب أن يضمن التصميم المرتكز على المستخدم مدى فعالية التطبيق في تحقيق غرضه المصمم.<sup>2</sup> لذا فإن تصميم المركز على المستخدم (UCD) هو فلسفة تصميم تضع المستخدم لمنتج أو جزء أو خبرة في مركز عملية التصميم. بحيث يسعى المصممين الحصول على فهم مفصل لاحتياجات المستخدم ، والقيود المفروضة على الأشخاص الذين سيستخدمون الموقع، ومن ثم يصنعون خيارات التصميم التي تعزز هذا الفهم ، لذا يتطلب UCD أن لا يقوم المصممين فقط بتحليل وتوقع كيفية تفاعل المستخدمين مع الموقع، ولكنهم يقومون أيضا باختبار تصميماتهم في العالم الحقيقي مع المستخدمين الفعليين ، لذا يعتبر الاختبار عنصراً أساسياً في UCD ، لأنه غالباً ما يكون مفهوماً بيولوجياً للمصممين ليفهم بشكل حدسي كيفية إدراك المستخدمين لفهم تصاميمهم واستخدامها.<sup>3</sup>

## 2. وضوح مساعدات الإبحار Clear Navigation aids:

تتضمن معظم تفاعلات المستخدم مع صفحات الويب التنقل بين المستندات عن طريق الارتباطات التشعبية، و تتمثل مشكلة الواجهة الرئيسية في مواقع الويب في عدم شعور المستخدم بإمكان وجوده

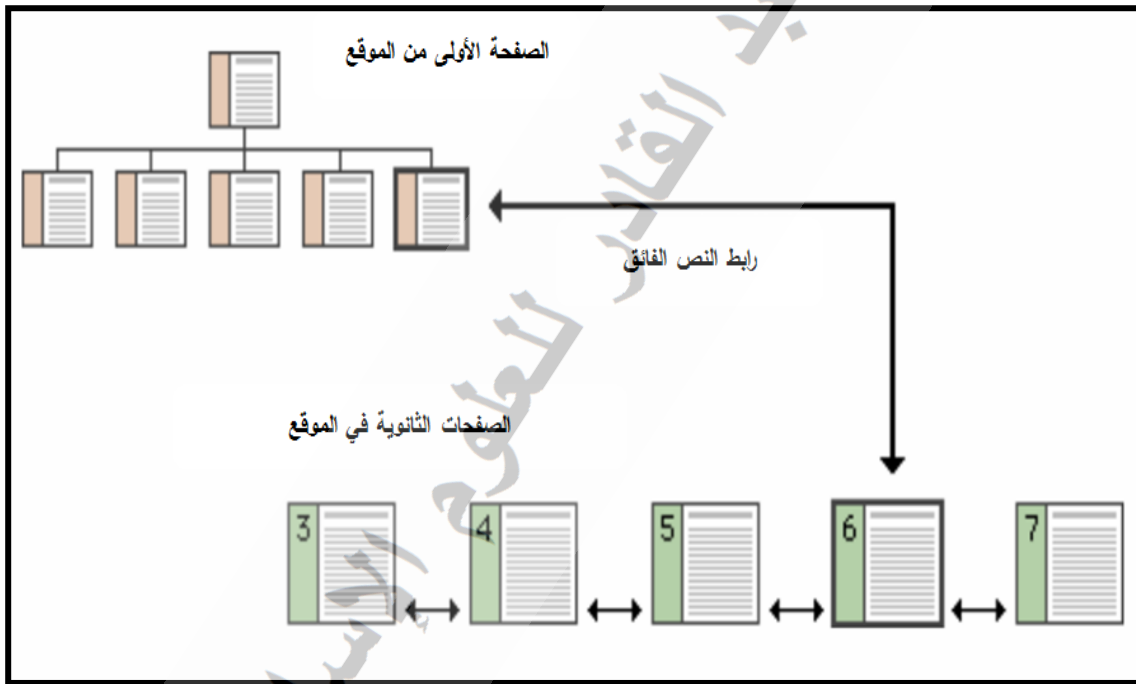
<sup>1</sup>Farkas, David K. & Farkas, Jean B, "Guidelines for Designing Web Navigation", journal the Technical Communication, Vol 47,N°3,2000,USA,p348.Available at: <https://www.ics.uci.edu/~kobsa/courses/ICS104/lit/Farkas&Farkas-TC.pdf> ,Retrieved at:15/01/2019.

<sup>2</sup>Travis Lowdermilk, **User-Centered Design: A Developer's Guide to Building User-Friendly Applications**,1<sup>st</sup>edition, O'Reilly Media,Inc.,USA,2013,p07.

<sup>3</sup>Andy Pratt, Jason Nunes , **Interactive Design: An Introduction to the Theory and Application of User-Centered Design** ,1st edition ,Rockport Publishers ,New York ,USA, 2012,p12.

داخل بنية المعلومات داخل الموقع. لذا فتوفير أيقونات ثابتة و رموز واضحة ومتسقة ، ووحدة بصرية للموقع تعتمد على النص و الرسوم و شاشات ملخصة، يمكن أن تعطي المستخدم ثقة بأنه يمكن أن يصل إلى ما يبحث عنه داخل الموقع دون إضاعة الوقت . كذلك يجب أن يتمكن المستخدم دائما من العودة بسهولة إلى الصفحة الرئيسية ونقاط التجول الرئيسية الأخرى في الموقع و التي يجب أن تكون موجودة في كل صفحة، فالأزرار الجرافيكية تمنح روابط تنقل أساسية وتخلق وحدة جرافيكية تعلم المستخدم بأنه مازال داخل الموقع نفسه . و هذا ما يوضحه الشكل رقم (13) التالي:

الشكل رقم(13): يبين تفاعلات المستخدم مع صفحات الويب عن طريق التنقل بين الارتباطات التشعبية و المستندات.



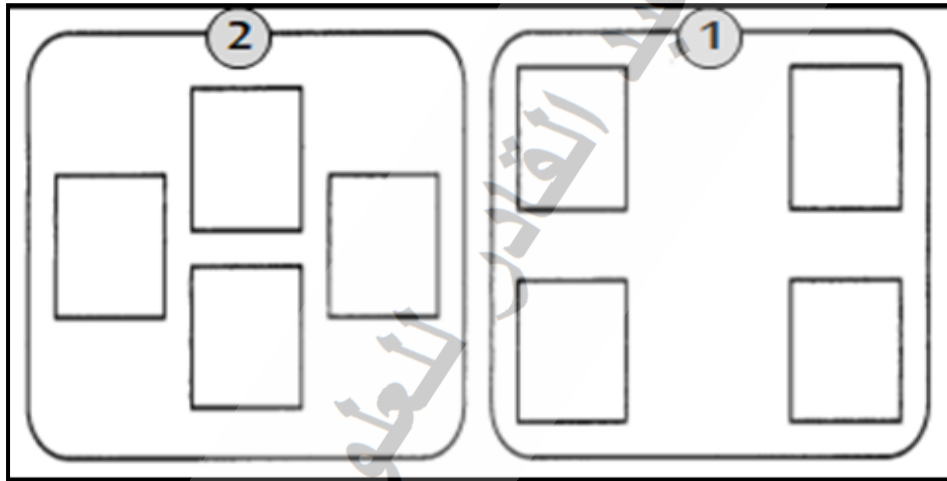
المصدر: (Lynch Patrick, Horton Sarah ,Web Style Guide: Basic )

Design Principles for Creating Web Sites (بتصرف))

### 3. إتزان عناصر الإطار :

يتعلق مبدأ الاتزان بتوزيع العناصر داخل الإطار مع مراعاة المساحات الفارغة، كما يجب التنبيه إلى أنه ليس كل توزيع متناظر متزن، بل يجب أن يصاحب مبدأ الاتزان مبدأ الوحدة كما يوضحه الشكل رقم (14) و الذي يظهر أن الإطار الأول لا يوحي بالاتزان رغم توزيع عناصره بشكل متناظر بل يعطي شعورا أن العناصر مبعثرة في أرجاء الشاشة لافتقاده لمبدأ الوحدة، و في الإطار الثاني تقريبا العناصر من بعضها البعض أعطى شعورا بالوحدة و الإتزان معا.

الشكل رقم (14): يبين مدى اتزان عناصر الشاشة بمبدأ الوحدة



المصدر: (بسنت العقباوي ، الصحافة الإلكترونية و بنيتها على شبكة الإنترنت ، 224)

### 4. تقسيم الإطار إلى مناطق وظيفية:

يتم تحديد المناطق التي يظهر فيها التعليق، و كذلك مناطق ظهور المساعدات و المناطق التي تظهر فيها أزرار التفاعل، حيث يجب مراعاة أولا تحديد مساحات تتناسب مع المحتوى، ثم ثانيا وضع المساحات الوظيفية الصغيرة حول الحواف، و ليس في وسط الشاشة، ووضع العناصر الهامة في وسط الشاشة. و أخيرا يراعى تنسيق العناصر في أشكال منطقية و مألوفة، و هنا يجب مراعاة اتجاه قراءة

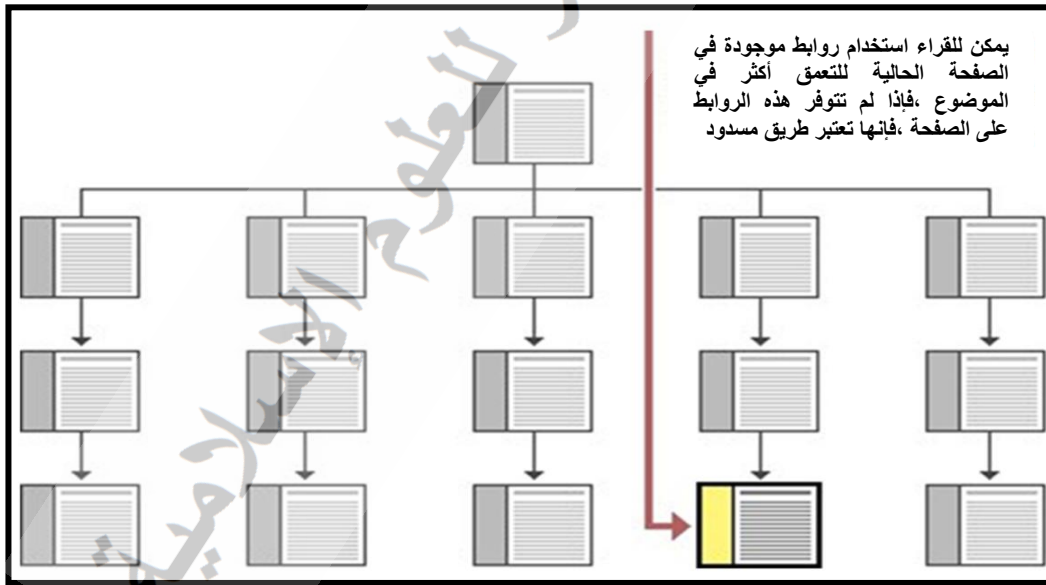


اللغة ففي اللغة العربية يكون العنصر الأول في أعلى يمين الشاشة و في اللغة الانجليزية يكون في أعلى يسار الشاشة.<sup>1</sup>

## 5. لا للصفحات ذات النهايات المغلقة Dead-end-pages:

تظهر صفحات الويب غالباً بدون ديباجة حيث يمكن للقراء إنشاء روابط أو اتباعها مباشرة إلى الصفحات الفرعية المتواجدة في عمق هرمية مواقع الويب. فالمستخدمين قد لا يرون الصفحة الرئيسية أو صفحة الدخول للموقع، لذا فإذا كانت الصفحات الداخلية لا تحتوي على رابط للصفحة الرئيسية أو لصفحة القائمة المحلية سيبعد المستخدم عن باقي الموقع معلومات تمهيدية أخرى على الموقع. لذا يتوجب على المصمم التأكد من أن جميع الصفحات التي في الموقع لديها على الأقل رابطاً للعودة إلى الصفحة "الرئيسية" أو ، على نحو أفضل رابط الصفحة الرئيسية مع روابط إلى الأقسام الأخرى في الموقع. و هذا ما يوضحه الشكل التالي :

الشكل رقم (15): يبين نموذج لصفحات ويب ذات نهايات مغلقة



المصدر: (Lynch Patrick, Horton Sarah ,Web Style Guide: Basic Design )

Principles for Creating Web Sites (بتصرف))

## 6. المساحات الفارغة Blank Spaces:

<sup>1</sup> بسنت العقباوي ، مرجع سابق،ص226.

يجب على مصمم صفحة الاستقبال (واجهته التفاعل) في الصحف الإلكترونية أن يراعي إتاحة قدر كاف من المساحات الفارغة Blank Spaces، والتي لا تكلفه شيئاً بل تساعد على وضوح باقي العناصر المستخدمة داخل الإطار.<sup>1</sup>

## 7. البساطة و الثبات Simplicity and consistency:

لا يتأثر المستخدمون بالتعقيد الذي يبدو غير مبرر ، خاصة المستخدمين الذين قد يعتمدون على الموقع للحصول على معلومات دقيقة في الوقت المناسب .لذا يجب أن يكون التصميم واضحاً و بسيطاً و منطقياً و مألوفاً ، كذلك يجب أن يكون التصميم ثابتاً حتى يشعر المستخدم بالراحة أثناء استكشاف الموقع و ليتأكد من استطاعته الوصول إلى ما يريد .فحتى إذا كان التصميم لا يستخدم رسومات التنقل فإن اتباع نهج متناسق لتخطيط العناوين والعناوين الفرعية و تذييلات الصفحات وروابط التنقل إلى الصفحة الرئيسية أو الصفحات ذات الصلة سيعزز شعور المستخدم بالسياق داخل الموقع.<sup>2</sup>

## 8. رجع الصدى و الحوار Feedback & Dialog:

يجب أن يقدم تصميم الموقع الإلكتروني تأكيداً مرئياً وعملياً يلي اقتراحات المستخدم وخياراته ، من خلال التصميم الجرافيكي وروابط التجول أو وصلات النص التشعبي الموضوعية بشكل موحد . كما يتوجب على المصمم أن يكون مستعداً للاستجابة و الإجابة على استفسارات المستخدمين وتعليقاتهم أذ يعد التخطيط لهذه العلاقة المستمرة مع مستخدمي الموقع أمراً حيويًا لنجاح الموقع على المدى الطويل.<sup>3</sup>

<sup>1</sup>المرجع نفسه ،ص 224.

<sup>2</sup>Patrick Lynch and Sarah Horton, Web Style Guide, 2<sup>nd</sup> edition, Available at link: <https://webstyleguide.com/wsg2/page/head-foot.html> , Retrieved at: 20/12/2018.

<sup>3</sup>Ibid.

## خامسا: نماذج إخراج و تصميم الصفحة الرئيسية للصحف الإلكترونية:

يبرز عادة الإختلاف في التصميم في مواقع الصحف الإلكترونية فعادة ما تبدو الصفحات الرئيسية **Home Page** ملتزمة بأسلوب إخراجي واحد يقترب من أسلوب إخراج الوحدة الإلكترونية الواحدة.<sup>1</sup> إذ تتفاوت أساليب إخراج الصفحات الرئيسية على نحو واسع في بعض الطبقات على الإنترنت، بعضها تحاول الخروج بنسخة مشابهة للنظرة العامة للصفحة الأولى للصحف المطبوعة بعرض الأخبار و الصور نفسها و لكن بطريقة مثيرة تشير إلى روابط و إلى أقسام أخرى وأخبار أخرى، و البعض يقسم الصفحة إلى أقسام و يضع قائمة بالأخبار التي يتضمنها كل قسم، بينما يضع آخرون رابط لكل قصة جديدة بطريقة أو بأخرى يحاول إذن كل موقع أن يجذب القراء و يزودهم بالأخبار بأسهل طريقة<sup>2</sup>. حسب ما أشارت إليه دراسة أساليب إخراج الصفحات الأولى من الصحف الإلكترونية للباحث إيكزيجين لي **Xigen Li** من خلال بعدين هما: أسلوب العرض المعلومات **Presentation** و الذي بدوره ينقسم إلى ثلاثة أساليب و هي الأسلوب الجرافيكي **Graphics**، و الأسلوب النصي **Textual**، و الأسلوب المتوازن **Balanced**، أما البعد الثاني فهو التجوال (الملاحظة **Navigation**).<sup>3</sup>

تستخدم الصحف الإلكترونية العديد من الأساليب في تصميمها و إخراجها، و نظرا لحدائتها لم تظهر بعد الكثير من التوجهات الإخراجية الحديثة للصحف الإلكترونية، في حين أن البرمجيات المتاحة حاليا جعلت من تصميم و إخراج الصحف الإلكترونية و المواقع على شبكة الانترنت تتقارب و تتشابه في تصميمها، إلا أنها تختلف في تصميم الصفحات الرئيسية **Home Page** و التي تمثل واجهة الصحيفة و أول ما يقع عليه نظر المستخدم. و يمكن تقسيم الأساليب الإخراجية في إخراج و تصميم الصحف الرئيسية للصحف الإلكترونية وفقهما كما يلي:

<sup>1</sup> صالح العنزي، مرجع سابق، ص174.

<sup>2</sup> بريق حسين، مرجع سابق، ص71،72.

<sup>3</sup> Li, Xigen, "Web Page Design and News Retrieval Efficiency: A Content Analysis of Five U.S, Internet Newspapers: The making of a mainstream medium", Lawrence Erlbaum Associates, USA, 2006, p66.

## I. الأساليب الإخراجية المتعلقة بعرض المحتوى الصحفي في الصفحة الرئيسية للصحيفة الإلكترونية:

### 1. أسلوب الوحدات الإلكترونية:

تعرض المعلومات وفق هذا الأسلوب بشكل سهل و ذلك بهدف توجيه المستخدمين إلى المعلومات بشكل مباشر لا يتطلب منهم بذل مجهود ، و يقوم هذا الأسلوب على التركيز على وحدة إلكترونية واحدة ،مثل التركيز على إحدى الصور المتحركة أو لقطات الفلاش الكبيرة في الحجم و تكون مثل هذه الصفحات بطيئة التحميل في العادة. و يشيع استخدام هذا الأسلوب في تصميم مواقع الشركات التجارية أو المواقع الشخصية ،و بعض الصحف الإخبارية التي تكثر الإعلانات التجارية على صفحاتها الرقمية ،كما تفيد من هذا الأسلوب المجالات الإلكترونية ذات الأصل المطبوع التي تهتم بالإثارة،و إبراز الصور الكبيرة،و الألوان القوية في صفحاتها،حيث ساعدت شبكة الإنترنت مثل هذا النوع من الصحف على تدعيم عنصر الإثارة بشكل قوي من خلال دعم تصميم الصفحات الرئيسية في هذه الصحف بالاعتماد على الوسائط المتعددة،و الصوتيات،و الصور الثابتة، و المتحركة.<sup>1</sup>

### 2. أسلوب البوابة الإلكترونية:

يعد أسلوب البوابة من الأساليب الحديثة في تصميم الصحف الإلكترونية ،و لذا فقد اتجهت كثير من الصحف، و المواقع الإلكترونية إلى استخدام هذا الأسلوب،خاصة تلك الصحف،أو المواقع الإخبارية التي تحتوي على كمية كبيرة من الأخبار،والمعلومات،و الأبواب التي يصعب حصرها في ويشبه هذا الأسلوب أسلوب إخراج صفحة واحدة أي الصفحة الرئيسية **Home Page**،أو إعطاء موجز لها في الصفحة الرئيسية محركات البحث،و أدلة المواقع الإلكترونية .و رغم ذلك ينتقد البعض هذا الأسلوب كونه يعمل على تشتيت قراء الصحف الإلكترونية بكثرة الروابط،و تشعبها.<sup>2</sup>

<sup>1</sup> بيرق حسين، مرجع سابق،ص74.

<sup>2</sup> صالح الغنزي، مرجع سابق، ص 177،176.

## 3. الأسلوب الإخراجي المختلط:

يجمع هذا الأسلوب بين أسلوبين أو أكثر في عرض المضامين الصحفية المختلفة، و هو أسلوب يستخدمه عدد من المواقع الصحفية الإلكترونية، و يساعد هذا الأسلوب المصممين و المخرجين على التنوع في أساليب عرض المواد الصحفية على الصفحة الرئيسية بصورة متباينة فيضفي جانبا جماليا على الصفحة، لكن يؤخذ على هذا الأسلوب هو بطء تحميل الصفحة الرئيسية للموقع كاملة أمام المتصفح.<sup>1</sup>

## II. الأساليب الإخراجية المتبعة في إخراج قوائم التجوال :

يمكن إجمال مختلف الأساليب الإخراجية المتبعة في إخراج قوائم التجوال فيما يلي :

## 1. نموذج رأس و يسار و أسفل الصفحة T.L.B:

يمثل نموذج رأس و يسار و أسفل الصفحة "TLB" و هي اختصار لـ **Top Left and Bottom** أحد أنماط التصميم الأكثر شيوعا المستخدمة على الويب اليومي. ففي هذا النموذج من التصميم، يتم تخصيص الجزء العلوي من الصفحة **Top** لأهم الوصلات المتعلقة بالصفحة كشعار الصحيفة، خريطة الموقع، و قوائم التجوال الرئيسية. في حين يُخصص الجانب الأيسر من الصفحة **Left** على عناصر التجوال الثانوية إذا كان الموقع صغيرا، و يحتوي على عناوين أبواب الصحيفة الرئيسية للمواقع التي تحتوي على كم هائل من المعلومات، فعندما يقوم المستخدم بالنقر فوق الأقسام الرئيسية، تتغير الخيارات الموجودة على اليسار و هو ما لا يختلف عن تطبيق واجهة المستخدم الرسومية التقليدية والتي تجعل المستخدم يحدد القوائم المنسدلة لعرض اختيارات أكثر تحديدا، و يكمن الاختلاف الوحيد في موضع القائمة - ثابت على يسار الشاشة-<sup>2</sup>.

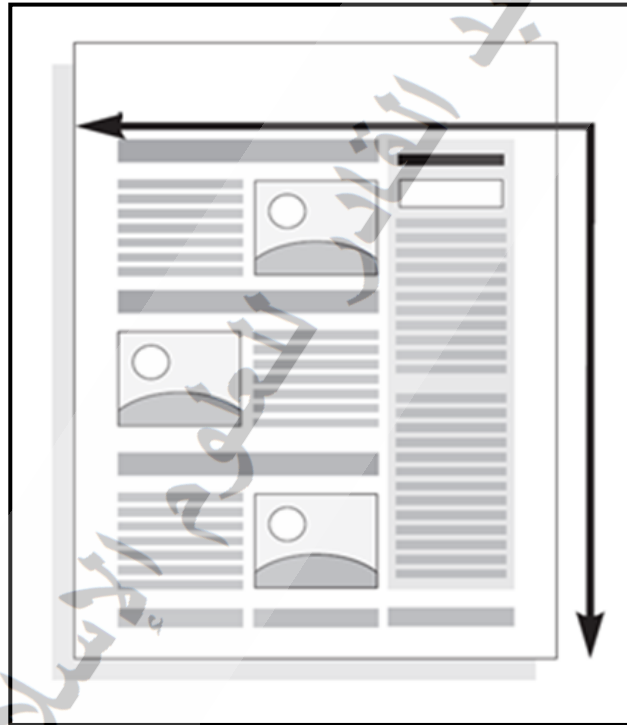
و يحتوي الموقع الأخير في تصميم **TLB** و المتمثل في الجزء السفلي من الشاشة **Bottom** والذي يكون محجوزا بشكل عام للارتباطات النصية لتكملة أو نسخ معلومات التجوال والمعلومات

<sup>11</sup> بيرق حسين، مرجع سابق، ص74.

<sup>2</sup>Thomas A. Powell, Op.cit,p403.

التكميلية الأخرى ، مثل معلومات حول اسم الجهة الناشرة أو التي تدير الموقع الإلكتروني للصحيفة ، إضافة إلى الحقوق القانونية للموقع و كيفية الاتصال به. ويستخدم هذا النموذج بشكل كبير في تصميم و إخراج المواقع الإعلامية الإخبارية أو الصحف الإلكترونية ، و الذي تطلق عليه بعض الأدبيات بنموذج حرف " L " أو حرف " L " بالمقلوب مثلما يوضحه الشكل رقم (16) ، و يرجع استخدام هذا النموذج في هذه المواقع لكونها تحتاج لتوفير لكمية كبيرة من عناصر التجول للمستخدم ليستطيع الوصول لكافة المحتويات و المعلومات المتاحة على الموقع .

الشكل رقم (16) :يمثل نموذج حرف "L" مقلوب المستخدم في إخراج مواقع الصحف الإلكترونية



المصدر: ( Mike Ward, Journalism Online,p205.)

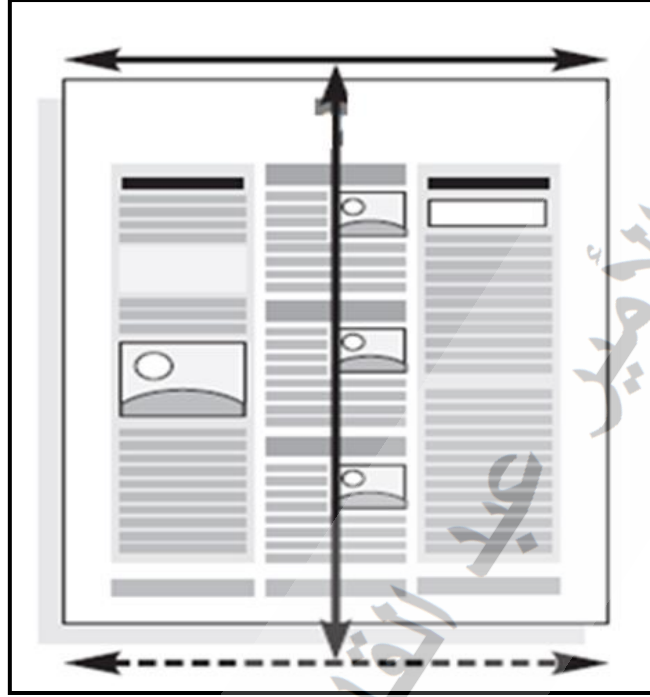
2. نموذج أعلى و أسفل الصفحة **Header, Footer**:

يتيح نموذج أعلى و أسفل الصفحة **Header, Footer** للمستخدم التنقل بين رأس الصفحة و تذييلها مع استخدام عرض الصفحة للنص. فبالنسبة لرأس الصفحة **Header** يسمح التصميم الجرافيكي الجيد لموقع الصحيفة الإلكترونية للقارئ بإدراك الهدف من المستند فورا و علاقته بالصفحات الأخرى ، كما يمكن للرسومات المستخدمة داخل الرؤوس أن تشير أيضا إلى ارتباط سلسلة من صفحات الويب، لأن المصمم لا يمكن أن يعرف الصفحات الأخرى التي شاهدها القارئ قبل الارتباط بالصفحة الحالية. كما تشتمل صفحات الويب والمواقع الفرعية المتعددة الخاصة بالصحيفة في رأس الصفحة على روابط تنقل أساسية للعلامة التجارية، الشعار، عناوين الصفحة ، كما قد تحتوي على عناوين أقسام الصحيفة الإلكترونية أو العناصر النصية الأخرى ذات العلاقة مع المحتوى المعروض في الصفحة الحالية، لذا و لكي تكون هذه العناصر الموجودة في اعلى الصفحة فعالة يجب على المصمم ان ينتبه لأن تكون هذه العناصر موحدة في جميع صفحات موقع الصحيفة الإلكترونية.

يجب على تذييلات الصفحة **Footer** كذلك أن تحتوي كل صفحة ويب للصحف الإلكترونية على بيانات أساسية حول هوية الصحيفة بالإضافة إلى البيانات الأساسية حول الموقع.<sup>1</sup> ويطلق مايك وارد **Mike Ward** على هذا النموذج بنموذج حرف "T" أو حرف "I" ، و اللذان يستخدمان في المواقع التي تحتوي على الكثير من المعلومات لكن لمدى محدود **Limited range**، فإذا لم يكن للموقع على نقاط تركيز محددة ويقدم مجموعة واسعة من الخدمات ، يفضل وضع المحتوى الرئيسي في منتصف الشاشة مع وضع عناصر التجول (الملاحظة ) الثانوية على الجانبين مكونة شكل حرف T، و تستخدم عادة عناصر التجول بيسار الصفحة للتجول داخل الموقع و هذا ما يوضحه الشكل التالي:

<sup>1</sup>Patrick Lynch and Sarah Horton,Op.cit.

الشكل رقم (17): يمثل نموذج حرف "T" المستخدم في إخراج مواقع الصحف الإلكترونية



المصدر: ( Mike Ward, Journalism Online,p205.)

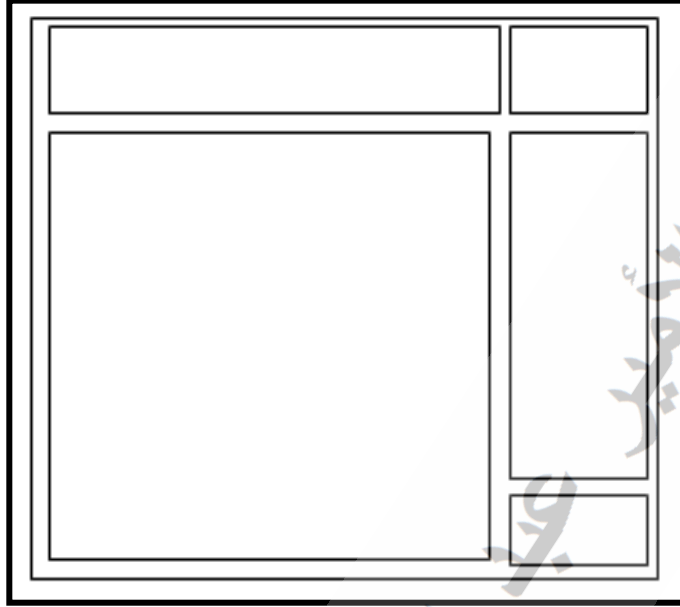
### 3. نموذج يمين أو يسار الصفحة Left or Right Column Navigation:

أكدت دراسات فعالية واجهات المستخدم و تأثير حركة العين على نجاعتها، أن المستخدمين يتكيفون بسرعة مع التنقل داخل المحتوى في العمود الأيسر لصفحة الويب و هي الأكثر شيوعا واستخداما من قبل الصحف الإلكترونية خاصة الصحف الأجنبية و هذا راجع لقابلية استخدامها لأن جميع مستخدمي الويب على دراية بها. في حين أن أسلوب وضع قوائم التنجول بالجانب الأيمن قليل الاستخدام من قبل الصحف الإلكترونية نظرا لصعوبته و لكون استخدامه شائع للتجول الثانوي كتضمنه لـ "روابط ذات صلة خارجية أو أكثر" أو الإعلانات أو المضامين الفرعية.<sup>1</sup>

<sup>1</sup> Ibid

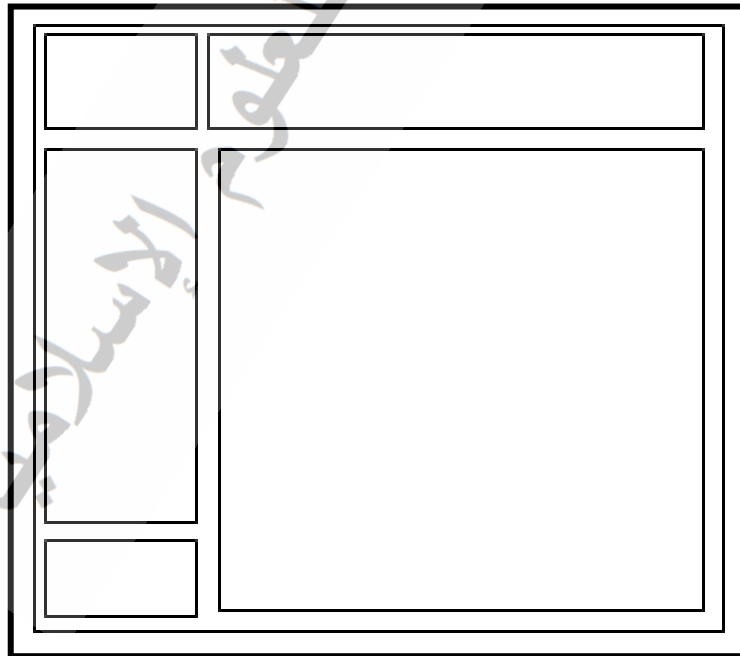


الشكل رقم (18): يوضح نموذج عمود التجول الأيمن



المصدر: ( Jason Beard ,The Principles of Beautiful Web Design,p26.)

الشكل رقم (19): يوضح نموذج عمود التجول الأيسر

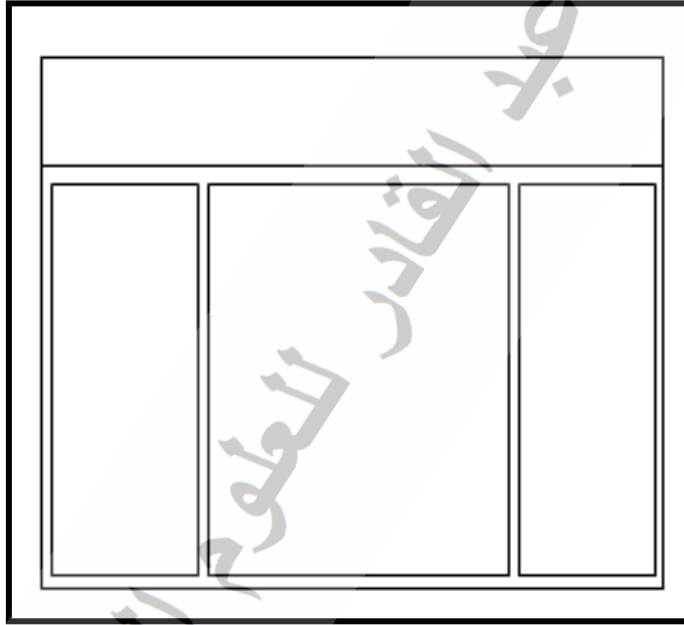


المصدر: ( Jason Beard ,The Principles of Beautiful Web Design,p26.)

## 4. إخراج يعتمد على ثلاثة أعمدة :

يرى المصممون أن أنجع طريقة لوضع أكبر قدر ممكن من المحتوى الإعلامي ، و من قوائم التجول داخل الصحيفة الإلكترونية ، و تحقيق أعلى المستويات في يسر القراءة و التصفح من قبل المستخدمين هو تقسيم الصفحة إلى ثلاثة أعمدة ، حيث يخصص العمود الأيسر منها للتجول ، و العمود الأوسط للمضمون، في حين يخصص العمود الأيمن لملاحق أو ميزات الموقع.<sup>1</sup> و هذا ما يوضحه النموذج التالي :

الشكل رقم (20): يوضح أسلوب إخراجي يعتمد على ثلاثة أعمدة تجول



المصدر: ( Jason Beard ,The Principles of Beautiful Web Design,p26.)

<sup>1</sup>Gerry McGovern, Rob Norton, Catherine O'Dowd ,**The Web Content Style Guide: An Essential Reference for Online Writers ,Editors and Managers**,1<sup>st</sup> edition, Pearson Education Limited ,London,England,2002,p27.

## المبحث الرابع: المعايير تقييم فاعلية تصميم و إخراج واجهة الصحف الإلكترونية:

إن التعرف على مدى فاعلية موقع صحيفة إلكترونية معينة، يتوجب معرفة مدى تطبيقها لمجموعة من المحددات و المعايير و التي ترتبط بمحتواها ، بإخراجها و بتصميمها و بمدى سهولة تصفحها وتليتها لاحتياجات المستخدمين و التي إذا انعدمت مطابقتها لاحتياجاته فقدت جودتها وقيمتها الاستعمالية التي تصبو إلى الوصول إليها . لذا حاول العديد من الباحثين وضع مجموعة من المعايير التي تمكن من تقييم مواقع الويب بشكل عام و مواقع الصحف الإلكترونية على وجه الخصوص.

### أولاً: معايير عامة تعنى بتقييم المواقع الإلكترونية بغض النظر عن طبيعتها:

قدم العديد من الباحثين مجموعة من الضوابط و المعايير المتبعة لتقييم مواقع الويب المختلفة و من أبرز الدراسات التي خلصت في نتائجها على هذه المحددات ما يلي :

#### 1. معايير تشاو هانغيون Chao Hungyune<sup>1</sup>:

اقترح الباحث تشاو هانغيون Chao Hungyune في دراسته التي اهتمت بوضع معايير عامة لتقييم مواقع المكتبات الجامعية مجموعة من المعايير المتمثلة في :

– **التعريف بالموقع** : و يضم عرض عام للموقع ، نوع و مصادر المعلومات، وصف الخدمات والمعلومات المعروضة فيه، تنبيه المستخدمين حول التغييرات التي طالت المحتويات ،تقديم تعليمات حول كيفية استخدام الموقع و غيرها...

– **المحتوى** : و يضم مدى تطابق الهدف و الغاية مع الموقع ، و تطابقه مع احتياجات المستخدمين و هل المعلومات المتواجدة ضمنه مفيدة و ضرورية أم لا؟ ، و هل هي كافية و متوازنة؟، و مدى وضوح الأسلوب اللغوي المستخدم و غيرها...

– **الحداثة**: أي هل المعلومات المتواجدة ضمن الموقع محدثة؟ و هل تم تحديثها حديثاً؟ و غيرها ...

<sup>1</sup> مجّد فنجي ،الاتجاهات الحديثة في المكتبات و المعلومات، المكتبة الاكاديمية ، المجلد 12، العدد 23، القاهرة، مصر، 2005، ص 22،24.

- بيانات البيانات : و يقصد بها وضوح عناوين الصفحات و مدى تماسكها و تلاؤمها مع تصميم الموقع و غيرها...
- الخدمات: و تتعلق بالخدمات التي تلبى احتياجات المستخدمين.
- الاعتراف الخارجي: و يقصد به طرق تعريف المستخدم بقيمة الموقع .
- الروابط: يهدف هذا المعيار لمعرفة هل الروابط حديثة و متجددة؟ و تحذير المستخدم إذا كان الملف يرتبط بملف كبير و غيرها...
- التغذية الراجعة: و التي تتيح للمستخدم تقديم مقترحات و آراء و ردود و طلبات.
- الدخول إلى الموقع : و تعني هل الوصول إلى الموقع متاح في أغلب الاوقات؟ و الإعلام عن وجود الموقع من خلال أدوات البحث و غيرها ...
- التصميم: يتعلق بتقييم مدى جودة التصميم و هل هو قادر على توجيه المستخدمين للمعلومات، مدى تماسك التصميم و غيرها...
- الإبحار: مثلا هل روابط الإبحار متوفرة في كل الصفحات؟ و هل التصفح يكون عن طريق المحتويات او خارطة الموقع ، هل الموقع يتيح الارتباط بمحركات بحث ؟ و غيرها...

## 2. معايير شاهيزان حسن Hassan Shahizan و فنج لي Feng Li<sup>1</sup>:

قدم الباحثان شاهيزان حسن Hassan Shahizan و فنج لي Li Feng في دراستهما التي جاءت بعنوان: "تحديد معايير يسر استخدام مواقع الإنترنت ،نموذج Scanmic"، مجموعة من المعايير التي خلصت لها دراستهما تتمثل فيما يلي:

- تصميم الشاشة **Screen Design**: و تشمل توفير المساحة، اختيار الألوان ، و يسر القراءة.

<sup>1</sup>Shahizan Hassan and Feng Li , "Identifying Web Usability Criteria : The Scanmic Model", Management ScienceTheory ,Method &Practice, N 3, Strathclyde Business School,Scotland,2000, p04, avaiable at:<http://aim.johnkeston.com/wp-content/uploads/2012/10/wp0103.pdf>, Downloaded on:31/12/2018.

– المحتوى **Content** : و يشمل المجال، الدقة، المسؤولية، الحداثة، الربط.

– سهولة وصول المستخدمين إلى الموقع **Accessibility** .

– الإبحار داخل الموقع **Navigation** .

– استخدام الوسائط المتعددة **Media Use** .

– التفاعل **Interactivity** .

– الاتساق **Consistency** .

### 3. معايير جانيت اسكنال Janet Schnall<sup>1</sup>:

جاءت دراسة الباحثة جانيت اسكنال JanetG. Schnall بعنوان : " معايير تقييم مواقع الويب"، قدمت من خلالها المعايير التالية:

#### 1.3.1. المسؤولية **Authority**:

– هل تم تحديد المؤلف بوضوح؟

– هل هناك انتماء مؤسسي؟

– يمكنك بسهولة الاتصال المؤلف لتوضيح المعلومات؟

#### 2.3. الدقة **Accuracy**:

– هل المعلومات دقيقة؟

– هل مصدر المعلومات محدد بوضوح؟

– هل هناك تفسير لطريقة البحث المستخدمة لجمع البيانات؟

<sup>1</sup>Janet G. Schnall, "Criteria for Evaluating Websites", University of Washington, Available at : <http://media.hsl.washington.edu/media/howto/navigating/criteria.pdf> , Downloaded on:23 /12/2018

### 3.3. الموضوعية Objectivity:

– هل الغرض من الموقع واضح؟

– هل المعلومات المقدمة محايدة؟

### 3.4. التغطية Coverage:

– هل يلبي الموقع احتياجات جمهوره المستهدف؟

– هل تغطية الموضوع شاملة؟

– هل يقدم الموقع ميزات إضافية غير متوفرة بمواقع أخرى؟

### 3.5. التحديث Currency:

– هل تم تحديث الموقع مؤخرا؟

– هل يتم تحديث الروابط؟

### 3.6. التصميم Design:

– هل الموقع منظم بشكل واضح؟

– هل يوجد محرك بحث داخلي؟

– هل مستخدم الموقع ودود؟

– هل يمكن الوصول إلى الموقع بشكل موثوق؟

#### 4. معايير ليلى حسن:<sup>1</sup>

جاءت دراسة الباحثة ليلى حسن موسومة بـ: "تقييم استخدام المواقع الإلكترونية التعليمية المرتبطة بالطلبة: خيارات و مميزات التصميم"، حيث ضمت هذه الدراسة المعايير التالية:

#### 1.4.1. الملاحة :Navigation

- دعم الملاحة Navigation Support
- فعالية أداة البحث الداخلي Effective Internal Search Tool
- عدم وجود روابط مقطوعة أو غير مفعلة No Broken Links

#### 2.4.2. التنظيم / الهندسة : Organisation/ Architecture

- البنية المنطقية للموقع Logical Structure of a Site
- هندسة الموقع غير عميقة Not Deep Architecture
- قائمة تنقل بسيطة Simple Navigation

#### 3.4.3. سهولة الاستخدام و التواصل Ease of Use and Communications

- قائمة تحميل سريعة لصفحات الويب Quick Downloading of Web pages
- تفاعل سريع مع الموقع Easy Interaction with a Website
- توفر معلومات الاتصال Contact Us Information
- دعم اللغات الأجنبية Foreign Language Support

<sup>1</sup>Layla Hasan, "Evaluating the Usability of Educational Websites Based on Students :Preferences of Design Characteristics", International Arab Journal of e-Technology, Vol. 3, No. 3, Zarqa University, Jordan ,January 2014,p185.Available at: [https://www.iajet.org/iajet\\_files/vol.3/no.%203%20watermark/7-58496.pdf](https://www.iajet.org/iajet_files/vol.3/no.%203%20watermark/7-58496.pdf) ,Retrieved at:15/01/2019.

#### 4.4. التصميم Design:

- جمالية التصميم Aesthetic Design
- الاستخدام المناسب للصور Appropriate Use of Images
- الاستخدام المناسب للخطوط Appropriate Use of Fonts
- الاختيار المناسب للألوان Appropriate Choice of Colours
- تصميم الصفحات المناسب Appropriate Page Design
- الاتساق Consistency

#### 5.4. المحتوى Content:

- معلومات محدثة Up-to-date Information
- لا توجد صفحات قيد الإنشاء No Under Construction Pages
- معلومات ذات صلة Relevant Information
- معلومات دقيقة حول الموقع Accurate Information

#### 5. معايير رضا مُجد النجار:<sup>1</sup>

قدم رضا مُجد النجار في دراسته المعنونة بـ: "معايير تقييم مصادر المعلومات المرجعية المتاحة على الإنترنت"، حيث اقترح الباحث قائمة من المعايير التي تساعد المكتبيين و أخصائي المعلومات في تقييم مصادر معلومات الإنترنت بوجه عام ، ومصادر المعلومات المرجعية المتاحة على الإنترنت بوجه خاص. وتتكون هذه القائمة المقترحة من أربع فئات رئيسة تتمثل فيما يلي:

<sup>1</sup> رضا مُجد النجار، "معايير تقييم مصادر المعلومات المرجعية المتاحة على الإنترنت"، cybrarians journal، العدد 13، يونيو 2007، متاح عبر الرابط التالي: [http://www.journal.cybrarians.org/index.php?option=com\\_content&view=article&id=412:2009-07-31-23-26-46&catid=230:2011-07-21-09-46-08&Itemid=76](http://www.journal.cybrarians.org/index.php?option=com_content&view=article&id=412:2009-07-31-23-26-46&catid=230:2011-07-21-09-46-08&Itemid=76)، تاريخ الزيارة: 2018/12/23.



- الفئة الأولى: الملامح الفنية **Technical Features** وتشمل المعايير الآتية: نوع المتصفح ، التكلفة، تاريخ الإصدار، نوع المصدر المرجعي ،العنوان الرسمي (**URL**) ، لغة المصدر المرجعي .
- الفئة الثانية : تحليل المحتوى **Content Analysis** ويطلق عليها أيضا المجال **Scope** وتشمل المعايير الآتية: الغرض ، المتلقي،التغطية ، التحديث ،المسئولية ،الدقة،الموضوعية ، التنظيم،العلاقة بالأعمال الأخرى.
- الفئة الثالثة : ملامح الوسائط المتعددة **Multimedia Features** وتشمل المعايير الآتية:الرسومات ، السمعيات ، الفيديو.
- الفئة الرابعة : واجهة المستخدم **User Interface** وتشمل: البحث ،الوضوح البصري، الخلفية المعلوماتية والدعم.

## 6. معايير فيتالي فريدمان **Vitaly Friedman**:<sup>1</sup>

- يمكن إجمال مختلف المعايير التي اقترحها الباحث فيتالي فريدمان **Vitaly Friedman** التي ربطها بخصائص مستخدم مواقع الويب فيما يلي:
- المستخدمين يقدرّون الجودة والمصداقية. إذا كانت الصفحة توفر للمستخدمين محتوى عالي الجودة ، فإنهم على استعداد لزيارة الموقع ، و بالتالي فالمحتوى أكثر أهمية من التصميم الذي يدعمه.
  - لا يقرأ المستخدمون ، فهم يقومون بالمسح: عند تحليل صفحة ويب ، يبحث المستخدمون عن بعض النقاط الثابتة التي ستوجههم من خلال محتوى الصفحة، إذ أن المستخدم لا يقرأ بل يقوم بالمسح .
  - مستخدمو الويب غير صبورين ويصرون على الإشباع الفوري: إذا كان موقع الويب غير قادر على تلبية توقعات المستخدمين ، فقد فشل المصمم في إنجاز مهمته بشكل صحيح .

<sup>1</sup> Vitaly Friedman, "10 Principles Of Good Website Design", January 31, 2008 , Available at: <http://uxdesign.smashingmagazine.com/10/31/01/2008-principles-of-effective-webdesign/>, retrieved at :25/11/2018.

– لا يقوم المستخدمون باختيارات مثالية: لا يبحث المستخدمون عن أسرع طريقة للعثور على المعلومات التي يبحثون عنه . كما أنهم لا يقومون بمسح صفحة الويب بطريقة خطية ، ويتم الانتقال من مقطع موقع إلى آخر، وبدلاً من ذلك يرضي المستخدمون اختاروا الخيار المعقول الأول . بمجرد العثور على رابط يبدو أنه قد يؤدي إلى الهدف يتم النقر عليه فوراً .

– المستخدمون يتبعون الحدس: إذا وجد المستخدمون شيئاً ناجحاً داخل الموقع فهو سيتمسك به و لا يهتمه إذا كان يفهم كيف تعمل الأشياء ، طالما أنه يستخدم، .لذا فإذا كان جمهورك سيتصرف كما لو كنت تصمم لوحة إعلانات، فعلى المصمم تصميم لوحات إعلانية رائعة.

– المستخدمون يريدون التحكم: يريد المستخدمون أن يكونوا قادرين على التحكم في تصفحهم والاعتماد على عرض البيانات المتسق في جميع أنحاء الموقع .فعلى سبيل المثال ، لا يريدون ظهور نوافذ جديدة بشكل غير متوقع ، ويريدون أن يكونوا قادرين على العودة من خلال زر "رجوع" إلى الموقع الذي كانوا عليه من قبل ، لذلك من الأفضل عدم فتح الروابط في نوافذ المتصفح الجديد.

## ثانياً: معايير تعنى بتقييم مواقع الصحف الإلكترونية:

تعتبر هذه المعايير المقترحة من قبل مجموعة من الباحثين أداة لتقييم المواقع الإلكترونية الصحفية ، حيث يضم كل معيار مجموعة من المؤشرات التي تيسر عملية التقييم .و يمكن إجمالها فيما يلي:

### 1. معايير نور هازلينا Nor Hazlina، هيلين حسان Helen Hasan، وسيناب<sup>1</sup> Sinnapan:

اقترحت كل من الباحثة نور هازلينا Nor Hazlina، و هيلين حسان Helen Hasan، وسيناب Sinnapan في دراستهم المعنونة بـ " الصحف الأسترالية على الإنترنت: تحليل

<sup>1</sup>Hashim, NH, Hasan, H, and Sinnapan, S, "Australian online newspapers: a website content analysis approach to measure interactivity", 18th Australasian Conference on Information Systems (ACIS), Toowoomba, Australia, 5-7 Dec 2007, p06. Available at: <http://ro.uow.edu.au/cgi/viewcontent.cgi?article=1435&context=commpapers> , Retrieved at: 15/01/2019.

محتوى المواقع و قياس التفاعلية"، مجموعة من المعايير التي تسمح بقياس التفاعلية في مواقع الصحف الإلكترونية و هي :

– **توافر المحتوى واختياره content availability and choice** : و يضم (روابط الأخبار الموضوعية على الصفحة الرئيسية ، والأخبار ذات الصلة بالأخبار ، تحديثات الأخبار ، مصاحبة الأخبار بالصوت أو بالفيديو أو بالصور ، توفر التنبيهات الإخبارية ، التوفر على خريطة الموقع ، ومحرك البحث ، و اختيار اللغات ...).

– **فرصة التواصل communication opportunity** : توفر الموقع على : العناصر الدائمة (غرفة الدردشة ، مؤتمر الفيديو ، الألعاب ، رسائل البريد الإلكتروني ، المنتديات والمدونات...).

– **جهد المستخدمين effort of users** : و يضم سهولة التنقل (عرض التسجيل قبل استرجاع الأخبار ، الحصول على الأخبار بنقرة واحدة أو بنقرات متعددة) والترابط (عرض الروابط داخل نفس الدلائل الفرعية والمواقع الأخرى).

– **الاستجابة responsiveness** : و تضم ، وقت استجابة المستخدم (الاتصال بين المستخدم والمراسل / محرر) ، والنظام زمن الاستجابة (الوقت المستغرق في استرجاع الأخبار).

– **تخصيص وإدارة المعلومات customization and management of information** : و تضم ، التخصيص (يتطلب كلمة مرور المستخدم) ، بيانات و سياسة الخصوصية (البيانات الواضحة لقانون سياسة الخصوصية وأمن المستخدم وتفاصيل الاتصال).

## 2. معايير فرناندو زميث Fernando Zamith<sup>1</sup>:

قدم الباحث فرناندو زميث Fernando Zamith في دراسته موسومة بـ " منهجية مقترحة لتحليل المواقع الإلكترونية الإخبارية التي توظف خدمات التي تتيحها الإنترنت " ، حيث تتعلق هذه المعايير بقياس استخدام الإمكانيات الصحفية التي توفرها شبكة الإنترنت:

### 1.2.1. التفاعلية Interactivity :

- توفر عنوان البريد الإلكتروني للصحيفة و بريد البعض من الصحفيين.
- منتدى المناقشة بدون مشاركة الصحفيين أو مع مشاركة الصحفيين
- غرفة الدردشة دون مشاركة الصحفيين أو مع مشاركة الصحفيين
- استطلاع / استطلاع مرتبط بالمنتدى
- رسائل إلى المحرر معروضة على الإنترنت
- تعليقات المستخدم على المقالات لا يتم عرضها على الإنترنت مباشرة أو يتم عرضها على الفور

### 2.2.2. الارتباط التشعبي Hypertextuality:

- ارتباط تشعبي نصي إضافي للمقالة ذات الصلة
- ارتباط تشعبي بين نص إلى مقالة ذات صلة
- ارتباط تشعبي إضافي إلى المقالة ذات الصلة المؤرشفة
- الارتباط التشعبي داخل النص إلى المقالة ذات الصلة المؤرشفة

<sup>1</sup>Fernando Zamith , "A methodological proposal to analyze the news websites use of the potentialities of the Internet",9th International Symposium on Online Journalism ,University of Texas at Austin, USA, 5 April 2008,p04.Available at: [https://www.researchgate.net/publication/242259824\\_A\\_methodological\\_proposal\\_to\\_analyze\\_the\\_news\\_websites\\_use\\_of\\_the\\_potentialities\\_of\\_the\\_Internet](https://www.researchgate.net/publication/242259824_A_methodological_proposal_to_analyze_the_news_websites_use_of_the_potentialities_of_the_Internet) ,Retrieved:15/01/2019.

- ارتباط تشعبي بين نص إلى مصدر وثائقي أصلي
- الارتباط التشعبي داخل النص إلى الصوت ذي الصلة
- ارتباط تشعبي داخل النص إلى فيديو ذي صلة
- ارتباط تشعبي داخل النص إلى الرسوم البيانية ذات الصلة
- ارتباط تشعبي داخل النص إلى الصورة ذات الصلة .

### 3.2. الوسائط المتعددة **Multimediality**:

- صورة أو رسوم
- عرض الشرائح
- الرسوم البيانية الثابتة
- الرسوم البيانية الديناميكية
- الصوت
- فيديو بدون صوت
- الفيديو مع الصوت

### 4.2. الفورية **Immediacy**:

- محتويات في التحديث المستمر
- وجود تاريخ وساعة تحديث المقال
- تحديث المواد قبل أو بعد 4 ساعات .
- تحديث المواد قبل أو بعد 8 ساعات .
- تحديث المواد قبل أو بعد 12 ساعة.

## 5.2. كل مكان Ubiquity:

- محتويات جزئية بلغتين أو أكثر
- محتويات عامة بلغتين أو أكثر
- وجود التوقيت الزمني لمختلف دول العالم

## 6.2. الذاكرة Memory:

- أرشيف جزئي بسيط أو أرشيف جزئي تنظمه التواريخ والفئات
- أرشيف شامل بسيط أو أرشيف شامل نظمته التواريخ والفئات
- مربع بحث داخلي بسيط
- مربع البحث الداخلي حسب معيارين
- مربع البحث الداخلي من خلال 3 معايير أو أكثر.

## 7.2. الشخصية Personalization:

- التحديثات العامة ترسل إلى : البريد الإلكتروني/ نوع من الأجهزة المحمولة/ أنواع مختلفة من أجهزة الجوال / جهاز الكمبيوتر
- موجز RSS العام
- إضفاء الطابع الشخصي على الشاشة الأولى Home page
- التخصيص العميق للشاشة الأولى Home page

## 8.2. الإبداع Creativity :

- نوع آخر من استغلال إمكانيات الإنترنت
- نوعين آخرين من استغلال إمكانات الإنترنت

– ثلاثة أنواع أخرى أو أكثر من استغلال إمكانيات الإنترنت

### 3. معايير مارك ديوز **Deuze Mark**:<sup>1</sup>

وضع مارك ديوز **Mark Deuze** مجموعة من المعايير التي جاءت في شكل مستويات لتقييم مواقع الصحف الإلكترونية في دراسته المعنونة بـ "الاتصال عبر الويب: قضايا في مجال البحث في صحافة الإنترنت والصحفيين" و التي تتمثل في:

#### 1.3. المحتوى الأساسي **Original Content**: و الذي يضم:

- الجمع بين الإخبار والتحليل في الكتابة الصحفية.
- توفر المادة المرجعية.
- ذكر المصادر.
- أسلوب الكتابة غير السردي.
- توفر المصادر الأصلية.
- وضع روابط و وصلات إلى مصادر المادة الصحفية.

#### 2.3. التصوير الصحفي **Photojournalism**.

#### 3.3. الأرشيف **Archive**.

#### 4.3. مشاركة الجمهور **Audience Participation**: و الذي يضم:

- نقاش القراء على الخط.
- المؤتمرات و غرف الحوار

<sup>1</sup>Mark Deuze, "The Web Communicators: Issues in research into online journalism and journalists", Op.cit.

### 5.3. تنظيم المحتوى **Organize Content**: و الذي يضم:

- طبقات المحتوى.
- سهولة استخدام أدوات الملاحه.
- توفر وسائل التراسل الإلكتروني و لوحات الإعلانات.
- التزاوج بين الوسائط المختلفة.

### 4. معايير مايك وارد **Mike Ward**:<sup>1</sup>

يرى مايك وارد **Mike Ward** بأن نجاح الصحف الإلكترونية في بناء صلة جيدة مع القارئ تحتاج تطبيق مجموعة من الشروط او المعايير و المتمثلة في:

#### 1.4. نشر المعلومات **Information dissemination**:

— الفورية **Immediacy**: و يقصد بها تحديث المعلومات داخل مواقع الصحف الإلكترونية.

— توظيف الوسائط المتعددة **Multimedia**: و تضم النص والصوت والرسومات والرسوم المتحركة والصور الثابتة.

2.4. الأرشفة **Archiving**: يجب ان تكون المواد الصحفية داخل الموقع متضمنة في الأرشيف و قابلة للبحث بكل سهولة.

#### 3.4. العلاقة مع القارئ **The relationship with the reader**.

#### 4.4. التفاعلية **Interactivity**: و يضم ثلاث مستويات:

- تفاعل القارئ مع المحرر.

<sup>1</sup>Mike Ward, Op.cit,p21,25.



– تفاعل القارئ مع غيره من القراء.

– تفاعل القارئ مع الصحيفة بالتعليق أو بإثراء المحتوى.

#### 5.4. الربط Linkage .

5. معايير جورج ألبرت George Albert و ايفور شابيرو Ivor Shapiro و

جوزيف غاستالدو Joseph Gastaldo<sup>1</sup>:

قدم كل من جورج ألبرت George Albert و ايفور شابيرو Ivor Shapiro و جوزيف غاستالدو Joseph Gastaldo مجموعة من المعايير التي تتعلق بتقييم فعالية المواقع الإخبارية والصحفية و التي جاءت كما يلي:

#### 1.5. المحتوى Content:

– المصدقية Credibility

– الخدمة Utility

– الفورية Immediacy

– الصلة Relevancy

– فصل الحقائق Fact–Opinion Separation

– التفرد Exclusivity

– الكتابة الجيدة Good Writing

– التوضيح الجيد Good Illustration

<sup>1</sup>George Albert Gladney, Ivor Shapiro and Joseph Gastaldo , "Online Editors Rate Web News Quality Criteria", Newspaper Research Journal , Vol. 28, No. 1 , Winter 2007,p61. available at: <http://www.uwo.edu/cojo/ files/docs/24600118gladney.pdf>, Retrieved 24/12/2018.

– Depth العمق

– Breadth السعة

– Outside Commentary التعليق الخارجي

– Editorial Vigor قوة التحرير

### 2.5. التقل : Navigation

– Ease of Use سهولة الاستعمال

– Clear Paths وضوح المسارات

– Speed and Efficiency السرعة والكفاءة

– Familiarity المعرفة

– User Choice/Control اختيار المستخدم / التحكم

– Quick Read القراءة السريعة

### 3.5. انظر و اشعر Look and Feel :

– Simplicity البساطة

– Content Paramount أهمية المحتوى

– Appropriate Design التصميم المناسب

– Digestibility سهولة التقبل (الانضمامية)

– Cutting Edge المتطور والحديث

### 4.5. الوظائف Functionality :

– Search Power قوة البحث

– متطلبات المستخدم User Requirements

– أهمية التكنولوجيا Technology Relevance

– الوصول Reach

– عرض النطاق Bandwidth

### 5.5. التواصل المجتمعي Community Relevance :

– فرط المحلية Hyperlocal

– بناء المجتمع / الخدمة Community Building/Service

– مشاركة المواطن Citizen Participation

– الخطاب المدني / العام Civic/Public Discourse

### 6.5. التفاعل Interactivity :

– الوصول إلى طاقم التحرير Access to Editorial Staff

– سوق الأفكار Marketplace of Ideas

– ثراء الوسائط المتعددة Multimedia Richness

– التخصيص Customization

– القراءة التفاعلية Interactive Reading

– الحوار المجتمعي Community Dialogue

6. معايير جاكوب نيلسون Jakob Nielsen<sup>1</sup>:

قدم جاكوب نيلسون Jakob Nielsen مجموعة من المعايير و الاعتبارات التي يتوجب على مصممي الصفحات الإلكترونية أخذها بعين الاعتبار عند عرض المعلومات داخل الموقع و المتمثلة فيما يلي:

– التوازن بين الأبيض و الأسود **Balance Of Black and White**: يرتبط هذا بتصميم أشكال الحروف ، و يقترح أنه بالنسبة للعرض على الشاشة ، فإن المساحات الايجابية و السلبية لكل شكل حرف تعد مهمة تماما مثل تصميم الصفحة بأكملها ، و في هذا الإطار يجب تجنب الأرضيات أو الخلفيات المزدهمة و المشوشة و ربما تكون الخلفية البيضاء أو الزرقاء أكثر تفضيلا.

– استخدام الهوامش **Use of Margins**: و هو ما يتم تجاهله أساسا من قبل معظم مصممي المعلومات على الشاشة، و لكنه يعد مهما للغاية عندما تحوى نوافذ عديدة معلومات نصية و يمكن وضعها بعضها فوق بعض على الشاشة ، و في هذه الحالة يستخدم الهام كفاصل للمساعدة في عملية القراءة و كوسيلة بنائية و تنظيمية للنص.

– تصميم النص على كل أعمدة **Design of Columnar Text**: و يشير هذا إلى أنه يجب الالتزام بإخراج النص على شكل أعمدة كلما كان ذلك ممكنا ، فهذا يؤدي إلى انتاج نص يبدو "هادئا" على الشاشة ، و لا يؤدي إلى إرباك العين عند قراءة السطور المتتابعة. و ثمة خطوط إرشادية محددة حول عرض العمود أو اتساعه و هو أن السطر أو العمود يجب أن يجب أن يحتوي على ما يتراوح بين 40-60 حرفا ، علما بأن استخدام النص لكي يمثل اتساع أكثر من عمود لا يلقى تفضيلا نظرا للحاجة إلى زيادة حجم الحرف لتحقيق متطلبات وضوح الرؤية و يسر القراءة ، في حين يفضل بعض الخبراء أن يتراوح حجم الحروف ما بين 12-14 بنطا مع تجنب الكثافة السوداء و الحروف المائلة.

– التيبوغرافيا **Typography**: ترتبط هذه النقطة باستخدام الخصائص التيبوغرافية المختلفة لعرض النص على الشاشة ، فشاشة الكمبيوتر تتمتع بمزية تتفوق بها على الصحيفة المطبوعة و لاسيما

<sup>1</sup> Nielsen, Jakob, "Top 10 Mistakes in Web Design", 2011, available at

<http://www.nngroup.com/articles/top-10-mistakes-web-design/> , retrieved at:08/05/2018.

في استخدام اللون ،فاللون أرخص في انتاجه و أسهل في التحكم فيه على الشاشة مقارنة بالصفحة المطبوعة ،وهو ما يقدم خاصية أخرى لتمييز العناصر النصية على الشاشة.

– استخدام أسلوب كتابة مناسب "للمسح" **Writing Style**: إن إحدى المضامين الشائعة في معظم الخطوط الإرادية هي أن الذين يبحثون عن معلومات نادرا ما يقرأون النص الموجود بالصفحة كلمة كلمة، و بدلا من ذلك فإنهم يميلون إلى مسح الصفحة ناظرين للعناصر التي سوف توجههم إلى المعلومات المناسبة، و هو ما يشبه أسلوب تعامل القارئ مع الصحيفة ،و تتضمن هذه العناصر: قوائم توضع فيها معلومات مركزة، و كلمات مفتاحية مميزة في تصميمها داخل النص، وعناوين دالة، و كتل صغيرة من النص.

– تصميم يناسب عملية تحميل البيانات **Design for Download**: إن طول الوقت الذي يرغب المستخدم في أن ينتظره لتحميل صفحة ما يدور حول عشر ثواني ،و عندما تأخذ ذلك في الاعتبار فإنه من المهم لمصمم الصفحة القيام بالحد من استخدام الصور و الأرضيات المعقدة و العناصر الجرافيكية الأخرى . كما يجب أن يقلل مصمم الصفحة الطول الاجمالي لها بالنظر لمقدار المعلومات النصية المقدمة، و يقترح البعض بأن الصفحة يجب ألا تكون أكبر من 85 كيلو بايت لكي نحافظ على وقت التحميل بحيث يكون أقل من 30 ثانية باستخدام مودم سرعته 28.8 كيلوبايت.

– تجنب العناصر الوامضة و المتحركة **Aviod Flashing and Animation**: يتوجب على مصمم الصحف الإلكترونية تجنب العوامل التي تشتت انتباه المستخدم خاصة أثناء إتمام المهام المتعلقة باسترجاع المعلومات ،فالإعلانات الوامضة و النص المتحرك و الاستخدامات الأخرى للتحريك المشتتة للانتباه تميل إلى إبطاء حركة المستخدم في بحثه عن المعلومات.

– استخدام المساحات البيضاء **Use of White Space**: إن مستخدم الويب الذي يقوم بجمع المعلومات ينظر إليه على أنه يقوم بالتقاط المعلومات **Skimmer of information** وليس قارئاً بالمعنى الحرفي، و تميل الكميات الكبيرة من المساحات البيضاء في صفحة الويب لخلق فراغات بيضاء ،و يجب على القارئ أن يقوم بمسح هذه الفراغات البيضاء حتى يصل إلى المعلومات ذات المعنى على الصفحة ،و هكذا فإن الكميات الكبيرة من المساحات البيضاء يمكن أن تزيد مقدار الوقت المطلوب لتحديد المعلومات التي تهم القارئ.

– تحريك الموضوع على الشاشة **Scrolling**: يرى الباحثين بأن تحريك الموضوعات على الشاشة يمكن أن يؤدي إلى تأثير إساءة توجيه مستخدم الويب **disorienting effect**، في حين يرى البعض

الأخر أن تجميع الأخبار بحيث توضع في صفحة واحدة يتم تحريكها على الشاشة أفضل من وضع كل خبر في صفحة مستقلة.

– الإبحار **Navigation**: إن استخدام شرائط الإبحار **Navigation bars**، و خرائط الموقع **Sites Maps**، و الفهارس، و قائمة المحتويات، و وسائل الإبحار الأخرى يؤدي إلى زيادة الفرصة أمام المستخدمين لكي يتمكنوا من الوصول للمعلومات التي يبحثون عنها، و تكون أكثر فاعلية عندما توضع في أعلى الصفحة و ليس في أسفلها.

### 1. معايير فراس مُجَّد العزة<sup>1</sup>:

يحمل الباحث فراس مُجَّد العزة في مقال له منشور بعنوان "معايير جودة المواقع الإلكترونية وتصنيفها" معايير تقييم أداء المواقع الإلكترونية الصحفية فيما يلي:

#### 1.6. جودة المحتوى:

أ. التحديث: حداثة المعلومات على الموقع. ويمكن قياس هذا المؤشر حسب البنود الآتية:

- المعلومات على الموقع حديثة.
- عدد مرات التحديث خلال فترة زمنية محددة معقول.
- وضوح وقت آخر تحديث للمستخدم.

ب. الصلة: مدى صلة الموقع بالمؤسسة من حيث المحتوى و الشمولية و التفصيل في

المعلومات. و يمكن قياس هذا المؤشر حسب البنود الآتية:

- يحتوي الموقع معلومات عن أهداف المؤسسة.
- يحتوي الموقع معلومات عن نشأة المؤسسة

<sup>1</sup> فراس مُجَّد العزة، "معايير جودة المواقع الإلكترونية و تصنيفها"، ص 06،09، دراسة متاحة عبر الرابط التالي: <https://www.zuj.edu.jo/Arabic/pdf/Quality/study5.pdf>، تاريخ الزيارة: 2018/12/24.

- يحتوي الموقع معلومات عن المستخدمين من المؤسسة
  - يحتوي الموقع معلومات عن المنتجات أو الخدمات التي تقدمها المؤسسة
  - يحتوي الموقع صوراً توضيحية عن المؤسسة و مرافقتها.
- ج. تعدد اللغات و الثقافة: توفر التصفح بأكثر من لغة، و مراعاته لاختلاف ثقافة المتصفحين بغض النظر عن الدولة التي ينتمون إليها. و يمكن قياس هذا المؤشر حسب البنود الآتية:
- توفر التصفح بأكثر من لغة.
  - يراعي الموقع اختلاف ثقافة المستخدمين بغض النظر عن الدولة التي ينتمون لها.
- د. تنوع أسلوب العرض: عرض المعلومات بأشكال مختلفة، و يمكن قياس هذا المؤشر حسب البنود التالية:
- يحتوي الموقع على ملفات نصية.
  - يحتوي الموقع على ملفات صوت.
  - يحتوي الموقع على ملفات فيديو.
  - يحتوي الموقع على ملفات صور.
- هـ. الدقة: دقة المعلومات و يمكن قياس هذا المؤشر حسب البنود الآتية:
- دقة المعلومات على الموقع.
  - لا يوجد أخطاء قواعدية أو لغوية ظاهرة على الموقع.
  - مصادر المعلومات على الموقع موثقة

و. الموضوعية: عرض المعلومات موضوعي دون أي تحيز.

ز. المسؤولية: مدى ثقة المستخدم بالمعلومات الواردة، و يمكن قياس هذا المؤشر حسب البنود التالية:

- توافر العنوان الفعلي للشركة على الموقع.
- يوجد معلومات عن الإدارة العليا مع الصفة الوظيفية للإداريين.
- يوجد معلومات عن حقوق الطبع للموقع.
- يوجد بريد الكتروني للقائمين على الموقع للاتصال بهم.

## 2.6. جودة التصميم: يضم هذا المعيار ما يلي:

- أ. الجاذبية: جاذبية الموقع من حيث الابتكار في التصميم، و الجمال في الصور و الحركات، بحيث يجعل المستخدم سعيداً و متحمساً لزيارة الموقع، و يمكن قياس هذا المؤشر حسب البنود الآتية:
- الموقع يتصف بالجاذبية من حيث الابتكار في التصميم.
  - الموقع يتصف بالجمال في الصور و الحركات.
  - الموقع له تأثير عاطفي بحيث يجعل المستخدم متحمساً لزيارته.
- ب. الملاءمة: ملاءمة التصميم و الصور المستخدمة فيه لنوع الخدمة التي يقدمها الموقع، و يمكن قياس هذا المؤشر حسب البنود الآتية:

- التصميم ملائم لنوع الخدمة التي يقدمها الموقع.
- الصور المستخدمة داخل الموقع ملائمة لطبيعة الموقع.
- توازن توزيع الصور و النصوص و الألوان داخل الصفحة الواحدة.
- عدد الشاشات داخل الصفحة الواحدة معقول.



ج. اللون: خصائص الألوان المستخدمة كخلفيات أو ألوان النصوص نفسها عند التصميم، ويمكن قياس هذا المؤشر حسب البنود الآتية:

– استخدام الألوان الفاتحة كخلفيات.

– عدم استخدام أكثر من أربعة ألوان للنصوص داخل أي صفحة في الموقع.

د. الفيديو و الصوت و الصورة: خصائص ملفات الفيديو و الصوت و الصورة المستخدمة في صفحات الموقع، و يمكن قياس هذا المؤشر حسب البنود الآتية:

– يستخدم أقل عدد ممكن من ملفات الفيديو و الصوت و الصورة داخل الموقع.

– حجم ملفات الفيديو و الصوت و الصورة صغير بحيث لا تؤثر على سرعة تحميل الصفحة.

– يستخدم النصوص المصاحبة لجميع ملفات الفيديو و الصوت و الصورة لمعرفة موضوعها في

حالة صعوبة تحميلها.

هـ. النص: خواص النصوص المستخدمة في صفحات الموقع، و يمكن قياس هذا المؤشر حسب البنود التالية:

– يستخدم خط واحد و بحجم واحد و بنفس السمة في الصفحة الواحدة باستثناء العناوين

– الخطوط المستخدمة يسهل قراءتها و حجمها مناسب.

– لا تستخدم الحروف الكبيرة لجميع النصوص إلا في العناوين.

– يستخدم فراغات واضحة بين الفقرات لتسهيل القراءة.

– تستخدم عناوين رئيسة أو فرعية تختلف عن النصوص العادية لتمييزها.

– أعمدة التصفح المستخدمة داخل الصفحة لا تحفي جزءا كبيرا من الصفحة.

– ظهور النصوص قبل الصور، بحيث يقوم المستخدم بالقراءة خلال تحميل الصور

### 3.6. جودة التنظيم: يضم هذا المعيار ما يلي :

أ. الفهرس: يحتوي الموقع على فهرس أو وصلات تساعد المستخدم على الانتقال من جميع صفحات الموقع من الصفحة الرئيسة.

ب. خريطة الموقع: خريطة مناسبة للموقع، و وصلات في كل صفحة لسهولة التصفح. ويمكن قياس هذا المؤشر حسب البنود الآتية:

– يوجد خريطة مناسبة للموقع أو وصلات في كل صفحة بحيث يستطيع المستخدم الانتقال

– إلى أي صفحة أخرى داخل الموقع.

– يستطيع المستخدم معرفة الصفحة الحالية التي يتصفحها من خلال إظهار عناونها بالكامل.

ج. الاتساق: اتساق و توافق جميع الصفحات في طريقة عرضها

د. الروابط: عمل الروابط و الوصلات بشكل صحيح و وجود الروابط المساعدة في كل صفحة، بحيث يتم الانتقال إلى المكان المطلوب بشكل صحيح، و يمكن قياس هذا المؤشر حسب البنود الآتية:

– تعمل الروابط بشكل صحيح بحيث يتم الانتقال إلى المكان المطلوب بشكل صحيح.

– يوجد روابط مساعدة في كل صفحة بحيث تسهل للمستخدم الانتقال إلى الصفحة الرئيسة من خلال أي صفحة أخرى في الموقع.

– عند تصفح صفحات طويلة يوجد روابط مساعدة في الصفحة بحيث تسهل للمستخدم الانتقال إلى أعلى الصفحة.

– عند استخدام رابط من الموقع الأصلي إلى موقع خارجي يستطيع المستخدم الرجوع إلى الموقع الأصلي.

– يوجد روابط لمواقع مفيدة ذات علاقة بالموقع الحالي.

– يتغير لون الروابط التي تم استخدامها.

هـ. **الشعار:** وجود شعار الشركة أو المؤسسة في مكان واضح على كل صفحة من صفحات الموقع.

### 3.6. جودة سهولة التعامل: يضم هذا المعيار ما يلي :

أ. **السهولة:** سهولة استخدام الموقع، و إيجاد المعلومات، و التصفح فيه، و يمكن قياس هذا المؤشر حسب البنود الآتية:

– سهولة استخدام الموقع وفهم هو التعامل معه.

– سهولة إيجاد المعلومات و التصفح في الموقع.

– سهولة إيجاد الموقع من محركات البحث.

– سهولة معرفة المستخدم بإضافة معلومات جديدة للموقع عند استخدامه.

ب. **الاعتمادية:** مناسبة عنوان و خصائص الموقع لطبيعته، و يمكن قياس هذا المؤشر حسب البنود التالية:

– مناسبة عنوان الموقع للموقع و طبيعته و سهولة تذكره.

– قصر وقت تحميل الموقع.

– يدعم الموقع التصفح بأكثر من متصفح.

– يعمل الموقع بشكل صحيح باستخدام أوضاع شاشات مختلفة.

– يحتوي الموقع على أقل عدد ممكن من الإعلانات لتفادي طول مدة التحميل

- يوجد عداد لمعرفة عدد المستخدمين للموقع في فترة معينة.
- يوفر الموقع جميع الخدمات باستمرار دون انقطاع في أي وقت من نهار أو ليل.
- ج. الميزات التفاعلية : وجود تعليمات واضحة لاستخدام أي جزء من الموقع، و برنامج مساعدة لمساعدة المستخدمين، و أدوات اتصال و تغذية راجعة بين المستخدمين و الموقع من خلال وسائل اتصال مختلفة، و يمكن قياس هذا المؤشر حسب البنود الآتية:
- يوجد تعليمات واضحة لاستخدام أي جزء من الموقع.
- يوجد برامج مساعدة و رسائل خطأ لمساعدة المستخدمين عند حدوث مشكلة.
- يوجد أسئلة متكررة مع إجاباتها على الموقع.
- يوجد أداة بحث داخل محتوى الموقع.
- يوجد أدوات اتصال و تغذية راجعة بين المستخدمين و الموقع من خلال البريد الإلكتروني.
- الدردشة أو نماذج التقويم و نحوه.
- المقدرة على متابعة الطلبات و معرفة أين وصلت.
- د. الأمان و الخصوصية : للحصول على ثقة المستخدمين من خلال أمان العمليات و الخدمات المقدمة، إضافة إلى الحفاظ على خصوصية المعلومات الشخصية . و يمكن قياس هذا المؤشر حسب البنود التالية:
- يحافظ الموقع على أمان العمليات و الخدمات التي يقدمها.
- يحافظ الموقع على خصوصية المعلومات الشخصية للمستخدم.
- هـ. التكيف وفقا للحاجة: عملية تكيف محتوى الموقع حسب رغبة و حاجة المستخدم.

## 2. معايير عادل الأنصاري<sup>1</sup>:

يقترح الصحفي عادل الأنصاري عددا من الضوابط والمعايير أو بالأحرى عددا من المجالات التي تحتاج إلى وضع مواصفات لتحديد ماهية الصحافة الإلكترونية و معاييرها و التي قسمها كما يلي :

### 1.7.معايير مهنية: حيث طرح في هذا الإطار عددا من المعايير التي تميز الصحيفة الإلكترونية

منها:

- 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 محدداته: التفرغ و الكفاءة المهنية و الخبرة التراكمية ،و المؤسسة بمعنى أن يكون منتما إلى مؤسسة صحفية على شبكة الإنترنت .

### 2.7.معايير تتعلق بالمؤسسة أو الموقع : وتتمثل في:

أ. معايير فنية : تتضمن :

- وجود نظام بالموقع للأرشفة والتكشيف.
- وجود سيرفر (خادم) مستقل للموقع.

<sup>1</sup> عادل الأنصاري ، " الصحافة الإلكترونية ... المعايير و الضوابط" ، ورقة مقدمة في ندوة الصحافة الإلكترونية و الصحافة الورقية صراع أم تكامل ، نقابة الصحفيين المصريين، القاهرة، 09 أوت 2004 ، متاح في الموقع التالي : <http://www.islamonline.net> ,19/8/2004 ، تاريخ الزيارة: 2018/12/27.

- وجود نظام تأميني محدد يمنع عمليات القرصنة والاختراق بصورة مبدئية، ونقصد بذلك وجود نظام وخطط وليس ضمان عدم الاختراق.
- ب. **معايير تتعلق بمعدل الزوار:** وهو ما يمكن تحديده من خلال مواقع متابعة التصفح العالمية مثل موقع **Alexa** ومن خلاله يمكن التعرف على:
  - عدد زوار الموقع.
  - عدد الجلسات التي تمت على الموقع.
  - معدل الزيارات "المرور" التي تمت للموقع.
  - البلدان التي تمت زيارة الموقع منها.
- ج. **معايير مالية:** ويتمثل في وجود نظام تمويلي واضح ومحدد للمؤسسة أو الموقع وقابل للمراجعة من قبل الجهات المختصة.
- د. **معايير قانونية:** تتعلق بالوضع القانوني للمؤسسة بالصورة التي تضمن الوفاء بالحقوق المالية والقانونية للعاملين فيها، ويكفي أن تصدر من خلال أي شكل يتيح القانون، ويضمن محاسبة أصحاب المؤسسة ماديا وقانونيا عليه .

### 3. معايير خالد الفرم:<sup>1</sup>

يرى الباحث خالد الفرم أن المعايير والمقاييس المستخدمة في تقييم مواقع الصحف الإلكترونية في شبكة الانترنت، تنقسم وفق مسارين أو اتجاهين رئيسيين هما :

#### 1.8. تقييم الموقع معلوماتيا: و يتم من خلال:

<sup>1</sup> خالد الفرم، "الصحافة الإلكترونية العربية لازالت في مرحلة الموجة الأولى"، مقال منشور في صحيفة عكاظ، الخميس 16 أغسطس 2007، متاح عبر الرابط التالي: <https://www.okaz.com.sa/article/125458> ، تاريخ الزيارة: 2018/12/27.

- اختبار معلومات ومواد الموقع من حيث الدقة والمصداقية .
- أساليب وأشكال صياغة المعلومات.
- 2.8. تقييم الموقع خدميا : بحيث يتم التحقق من :
  - طبيعة البناء وسهولة الابحار والاستخدام.
  - قوالب عرض المعلومات والخدمات الاعلامية المتاحة.
  - درجة تحديث المادة (الفورية) في الصحيفة الالكترونية .
  - درجة التفاعلية ومستوياتها مع اطراف العملية (المحرر، النص، القراء).
  - درجة تنوع المعلومات من خلال الوصلات المستخدمة والارشيف الالكتروني.

### خلاصة الفصل:

نستخلص مما سبق ذكره في هذا الفصل بأن الأساس الذي انطلق منه مصممي الصحف الإلكترونية هو إخراج الصحف المطبوعة، إذ تشترك الصحف المطبوعة و الإلكترونية في نفس المبادئ الموظفة في تصميمها كالتباين، و التماثل، و المحاذاة و غيرها، و لقد استفادت الصحف الإلكترونية في بنائها إضافة إلى المميزات التي أتاحتها شبكة الإنترنت على المبادئ التصميمية المستخدمة في الصحف المطبوعة كالعناصر البنائية التيبوغرافية مراعية بذلك طبيعة الوسيط الذي تنشر من خلاله و هو ما يشكل نقطة الاختلاف بين الوسيط الورقي و الإلكتروني هذا الأخير الذي يتميز بتوفيره العناصر البنائية التفاعلية و الإلكترونية التي تمكن الصحيفة من تعزيز تواصلها مع مستخدميها عبر شبكة الإنترنت.

و مما خلص إليه هذا الفصل كذلك بأن إخراج و تصميم الصحف الإلكترونية يتوجب أن يتم وفق أسس علمية تأخذ بعين الاعتبار المستخدم كمتفاعل مع واجهتها ملبية بذلك احتياجاته وقدرته على التصفح بشكل سلس و سهل. فلا يقتصر بناء الصحيفة الإلكترونية على كتلة المحتوى الصحفي فقط بل لكل جزء من أجزائها المرئية دور في تحقيق الهدف الذي تصبو إليه الصحيفة و هو الاستحواذ على اهتمام المتصفح لأكثر وقت ممكن فمثلا تعرض الصحيفة معلومات عن أقسامها و طرق البحث فيها في جزئها العلوي أو ما يسمى برأس الصفحة **Header** في حين تدرج في ذيل الصفحة **Footer** سبل الاتصال بمسؤوليها . و بالرغم من كون الاختيار الأمثل للأسلوب الإخراجي المتبع في تصميم الصفحة الرئيسية للصحيفة الإلكترونية وصفحاتها الداخلية بالإضافة إلى تصميم قوائم التجوال قد يساهم في جذب المتصفح لها .



الفصل الرابع:  
المعايير المهنية في  
الصحافة الإلكترونية

## الفصل الرابع : المعايير المهنية في الصحافة الإلكترونية

المبحث الأول : المبادئ الأخلاقية للعمل الصحفي و دورها في تطويره :

أولاً: مفهوم المعايير المهنية Professional Standards

ثانياً: نشأة الأخلاقيات المهنية الإعلامية

ثالثاً: الاتجاهات البحثية المتعلقة بتحليل الأخلاقيات المهنية للعمل الإعلامي في البيئة الإلكترونية

رابعاً: الضوابط المهنية و التقنية للعمل الصحفي الإلكتروني و متطلباته

خامساً: المسؤولية الاجتماعية للممارسة الإعلامية و دورها في تطوير العمل الصحفي

المبحث الثاني : الضوابط المهنية ، الأخلاقية و القانونية للصحافة الإلكترونية:

أولاً: القيم المهنية للعمل الصحفي الإلكتروني في موثيق الشرف الإعلامية

ثانياً: الضوابط القانونية و التشريعية للصحافة الإلكترونية في الوطن العربي

ثالثاً: المعايير المهنية للصحافة الإلكترونية في الدراسات الإعلامية

إن تعامل الصحفي مع المادة الصحفية يفرض عليه توخي مجموعة من المبادئ و المعايير المهنية والأخلاقية و كذلك القانونية التي تشكل أطرا مرجعية تحكم العمل الصحفي مهما كان الوسيط الذي ينشر من خلاله يسترشد من خلالها الصحفي في عمله و تمكنه من جعل المتلقين لرسائله يثقون فيما يقدمه. و الصحافة الإلكترونية باعتبارها أصبحت تمتلك مكانة مهمة في الساحة الإعلامية اليوم أضحى من اللازم أن تكون لها أطر قانونية و مهنية تحكم عمل الصحفيين فيها خاصة و أن طبيعة العمل الإلكتروني و خصائصه تختلف عن العمل في وسائل الإعلام التقليدية الأخرى. لذا قد خلقت طبيعة البيئة الإلكترونية كذلك نوعا من التباين في وجهات النظر الباحثين حول دور القوانين و الأخلاق في تنظيم العمل الإعلامي في هذه البيئة الجديدة خاصة في ظل تزايد اهتمام وسائل الإعلام التقليدية بالتواجد عبر شبكة الإنترنت، إلى إثارة قضايا ذات طابع أخلاقي و قانوني يحكم الممارسة الإعلامية في البيئة الإعلامية الإلكترونية خاصة في ظل عدم وجود منظومة ضوابط أخلاقية و قانونية تنظم هذه الممارسات.

يسعى هذا الفصل لتسليط الضوء على أهم المعايير المهنية و الأخلاقية في الصحافة الإلكترونية من خلال عدة عناصر تتعلق بهذا الجانب أهمها تسليط الضوء على نشأة الأخلاقيات المهنية و دور المسؤولية المهنية و الاجتماعية في تطوير العمل الصحفي، كما حاولت الباحثة التطرق بالتفصيل لكل ما يتعلق بالأخلاقيات المهنية للعمل الإعلامي في البيئة الإلكترونية من ناحية الاتجاهات البحثية التي ولدتها هذه الممارسات الجديدة، و الضوابط القانونية والأخلاقية و المعايير المهنية للصحافة الإلكترونية .

## الفصل السادس: المعايير المهنية و الأخلاقية في الصحافة الإلكترونية

### المبحث الأول: المبادئ الأخلاقية للعمل الصحفي و دورها في تطويره:

#### أولاً: مفهوم المعايير المهنية Professional Standards:

يرفض البعض مصطلح " أخلاقيات المهنة" و يفضلون عليه مصطلح " معايير المهنة" و رؤيتهم تتمثل في أن لكل انسان قدر من الأخلاق و لا نرى اختلافا كبيرا بين المصطلحين لان لكل مهنة أخلاق و معايير<sup>1</sup>. حيث يعد مفهوم القيم أو المعايير المهنية من المفاهيم التي أهتم بها الكثير من الباحثين في مجالات مختلفة كالفلسفة و التربية و الاقتصاد ، و علم الاجتماع، و تعتبر القيم المهنية أو قيم العمل أحد مجالات القيم ؛فهي مجموعة الموجهات التي تحدد خيارات الفرد المهنية و تحدد سلوكه داخل عمله . فالأفراد عندما يختارون أعمالهم، و عندما يحددون أهداف هذه الأعمال بالنسبة لهم و عندما ينجزون هذه الأعمال فإنهم يسلكون في ضوء محددات قيمية، و هكذا فإن العمل يخضع في-اختياره و أدائه و مخرجاته- لتوجهات قيمية هي التي تحدد أشكال الاختيار و الأداء و النتائج داخله.<sup>2</sup>

تضع الصحافة كغيرها من المهن مجموعة من المبادئ الأخلاقية المنظمة للعمل الصحفي و التي يتوجب على متمرسيها التقيد بها. حيث تعرف أخلاقيات الصحافة بأنها مجموعة المعايير و القيم المرتبطة بمهمة الصحافة ، و التي يلتزم بها الصحفيون في عملية استقاء الأنباء و نشرها و التعليق عليها ، و في طرحهم لآرائهم، و في قيامهم بوظائف الصحف المختلفة، و هذه المعايير المهنية تقوي إحساس الصحفي بمسؤوليته الاجتماعية.<sup>3</sup> و يقصد بالمعايير المهنية في مجال الممارسات الصحفية الإلكترونية بكونها مجموعة من المبادئ و القيم التي تستهدف ترشيد سلوك صحفيي الإنترنت خلال قيامهم بتغطية الأحداث و الحصول على الأخبار و نشرها و التعليق عليها ، و توجيههم لاتخاذ القرارات التي تتناسب مع

<sup>1</sup> إبراهيم اسماعيل ، الإعلام المعاصر ووسائله، مهاراته ، تأثيراته و أخلاقياته ، ط1، وزارة الثقافة و الفنون و التراث، قطر، 2014، ص237.

<sup>2</sup> عبد الكريم علي الديسي ، مرجع سابق، ص91.

<sup>3</sup> عبد الرزاق الديلمي ، أخلاقيات الإعلام و تشريعاته في القرن الحادي و العشرين، ط1، دار اليازوري للنشر و التوزيع، عمان، الأردن، 2015، ص16

الوظيفة العامة للصحيفة التي يعملون فيها بما يؤدي إلى ضمان الوفاء بحقوق الجمهور في المعرفة و إدارة المناقشة الحرة البناءة من خلال غرف الحوار و النقاش والمنتديات و ضمان حماية كرامة المهنة الصحفية ونزاهة الصحفيين مع الحرص على عدم إلحاق الضرر بالجمهور أو المصادر.<sup>1</sup>

تعرف المعايير المهنية للصحافة في قاموس الصحافة و الإعلام على أنها مجموعة من القواعد المتعلقة بالسلوك المهني و التي وضعتها مهنة منظمة لكافة أعضائها، حيث تحدد هذه القواعد و تراقب تطبيقها و تسهر على احترامها و هي أخلاق جماعية وواجبات مكاملة أو معوضة للتشريع و تطبيقاته من قبل القضاة.<sup>2</sup> في حين يعرفها الكاتب الأمريكي **جون هوهنبرج John Hohnberg** في كتابه "الصحفي المحترف" بأنها الإلتزامات الأساسية التي يجب أن يتحلى بها الصحفي و المتمثلة أساسا في ضرورة العمل من اجل الوصول إلى تغطية منصفة و شاملة و دقيقة صادقة وواضحة مع مراعاة حماية المصادر و تحقيق الصالح العام لا غير، عن طريق احترام القانون و حقوق الحياة الخاصة للأشخاص وتصحيح الأخطاء حال وجودها.<sup>3</sup> و يطلق كذلك على القيم المهنية للتغطية الإخبارية بصفات الخبر كالصدق و الدقة و الموضوعية، و هي مسؤوليات يحتذى بها الصحفي أو المحرر عند كتابة مادته الإخبارية، و إذا ما ربطت القيم المهنية للتغطية الخبرية بالمسؤولية الاجتماعية فهي جوهر مسؤولية الصحفي أمام مصدره و جمهوره و هي تقسم إلى قسمين: قيم جمع المادة الخبرية، و قيم كتابة الخبر.<sup>4</sup>

يقصد بالمعايير أو الأخلاقيات المهنية في الاعلام الجديد أخلاقيات الصحافي في تعامله مع مادته الإعلامية على الإنترنت أكانت من أجل نشرها في موقع مؤسسته الإعلامية من موقعه المهني، أو على صفحته الخاصة في الفايسبوك أو في حسابه على تويتر أو انستغرام أو أي من مواقع التواصل الاجتماعي الأخرى من موقعه الاجتماعي كقائد رأي. ما يستدعي طرح التساؤل الآتي: هل ما زالت المواثيق الأخلاقية الاعلامية التي وضعت قبل انتشار خدمات الإنترنت صالحة لليوم والتي من بين موضوعاتها الكثيرة التركيز على النزاهة في العمل الصحافي، ودقة المعلومات وصدقيتها، الأمانة وعدم تشويه المعلومات، الموضوعية في نقل الأخبار، تحسين نوعية المضمون، عدم الخداع في استخدام العناوين

<sup>1</sup> حسين علي الفلاحى، مرجع سابق، ص 269، 270.

<sup>2</sup> حسن مصطفى و بدوي عبد المجيد، قاموس الصحافة و الإعلام، ب. ط، المجلس الدولي للغة الفرنسية، لبنان، 1991، ص 17.

<sup>3</sup> جون هوهنبرج، الصحفي المحترف، ترجمة عبد الرؤوف كمال، ط1، الدار العربية للنشر و التوزيع، القاهرة، 1990، ص 495.

<sup>4</sup> وائل رفعت خليل، مرجع سابق، ص 327.

والصور، التصحيح وهو غير حق الرد، احترام الكرامة الإنسانية للفرد، عدم الانتحال (انتحال الأفكار) وعدم الاقتباس، وأخيراً عدم التعرض للزملاء.<sup>1</sup>

## ثانياً: نشأة الأخلاقيات المهنية الإعلامية :

يتوجب قبل الحديث عن المعايير المهنية للعمل الصحفي الإلكتروني المرور بنشأة أخلاقيات المهنة الإعلامية باعتبارها تعد الأساس الذي تفرعت منه مبادئ الممارسة الإعلامية سواء في وسائل الإعلام التقليدية أو الوسائل الإلكترونية، فالمبادئ المهنية للممارسات الإعلامية تعد فرعاً من فروع أخلاقيات الإعلام. و نظراً للتطورات المتلاحقة التي تشهدها المهنة الصحفية خلقت بذلك مجموعة من التحديات المهنية التي تواجه الصحفيين ما جعل العديد من التنظيمات المهنية و حتى السلطات الرسمية في الدول تسعى لتنظيم هذا العمل عن طريق وضعه ضمن إطار أخلاقي بشكل يجعله يفيد لا يضر ثوابت المجتمعات و لا يلحق الضرر بالأفراد تحت غطاء حرية الصحافة.

بدأ الحديث عن أخلاقيات الصحافة في الفترة المبكرة من القرن العشرين في الولايات المتحدة حيث ظهر نقاش واسع بشأن الانتهاكات المتعلقة بأخلاقيات المهنة الإعلامية خاصة و مدى تطبيق الصحفيين للمعايير المهنية. ففي عام 1860 قدمت صحيفة **Public Ledger** الأمريكية الصادرة بفيلا دلفيا 24 قاعدة تنظم العمل الصحفي و التي ألزمت الصحفيين بالتزام الدقة والعدالة أثناء تغطيتهم لأحداث الحرب الأهلية التي شهدتها المنطقة.<sup>2</sup> و قد استخدم مصطلح "الأخلاقيات" لأول مرة سنة 1889 في مقال للكاتب ويليام صامويل ليلي **William Samuel Lilly** جاء بعنوان "أخلاقيات الصحافة"، و الذي رأى فيه بأنه يتوجب منح حرية للصحافة من أجل قول الحقائق، و إدانة الانتهاكات و الدعوة للإصلاحات.<sup>3</sup> حيث اتجه الصحفيون إلى إقامة أساليب ذات طابع أخلاقي

1 إيمان عليوان، "الأخلاقيات المهنية في الإعلام الجديد"، ورقة بحثية مقدمة إلى مؤتمر الإعلام الجديد: الاستراتيجيات والتحديات، المعهد العالي للدكتوراه في الجامعة اللبنانية، بيروت، 2 و3 كانون الأول ديسمبر 2015، متاح عبر الرابط التالي: /الأخلاقيات- المهنية-في-الإعلام-الجديد/8/2015/12/opinion/2015/12/8، تاريخ الزيارة: 2017/04/05.

<sup>2</sup>David Berry, **Journalism ethics and society**, 1<sup>st</sup> edition, ASHGAT, Publishing, Fernham, England, 2008, p80.

<sup>3</sup>Lee Wilkins, Clifford G. Christians, **The Handbook of Mass Media Ethics**, 1<sup>st</sup> edition, Routledge, New Yourk, USA, 2009, p30.

للحفاظ على حريتهم و من هنا أتت فكرة مدونات السلوك **Code déontologique** التي تميز الصحافة عن غيرها من المهن و كانت أول محاولة فرنسية سنة 1918 حيث عملت فرنسا على وضع ميثاق لأخلاقيات المهنة الصحفية بعد الحرب العالمية الأولى مباشرة، نظرا للدور الفعال الذي لعبته وسائل الإعلام في تلك الفترة، كما كانت هناك محاولات أخرى في مختلف أنحاء العالم<sup>1</sup>.

تشكلت في عام 1922 الجمعية الأمريكية لمحري الصحف **The American Society of Newspaper Editors ASNE** كمنظمة مهنية غير ربحية تركز على القضايا المتعلقة بحرية الصحافة و ضمان وجود صحافة عادلة تدافع وتحمي الحقوق وتحارب من أجل حرية المعلومات عن طريق الإبداع، والتنوع، والشمول في التغطية، و احترافية الصحفيين، و صحافة الرأي، وتقاسم الأفكار<sup>2</sup>. و في أول اجتماع لها تم تعيين لجنة لوضع مدونة أخلاقيات، وفي الاجتماع الثاني الذي انعقد عام 1923، تم اعتماد سبعة "شرائع للصحافة" كما أثرت مجموعة من الأخلاقيات المهنية للصحافة والمسؤولية الصحفية، والصدق، والدقة، والنزاهة<sup>3</sup>.

كما تم سنة 1926 وضع "قانون الآداب" الذي عرف تعديلات عديدة نسبة إلى النقابة أكثر تمثيلا للصحفيين في الولايات المتحدة الأمريكية و عرف الأخير التفافا واسعا للصحفيين حوله، حيث تضمن هذا القانون ثلاث فصول هي الآداب، الدقة، الموضوعية و قواعد التسيير<sup>4</sup>. و في سنة 1930 وضع الصحفيون ببريطانيا ميثاق لشرف المهنة الصحفية بمبادرة منهم و بعد ذلك قام الاتحاد الوطني للصحفيين بإصدار الميثاق سنة 1930. و في سنة 1936 قام المؤتمر العالمي للصحافة في مدينة براغ بالتطرق إلى ما يجب على الصحافة أن تفعله في أوقات الحرب و السلم و اقرت بأن الصحفي القدير بهذا الاسم ينبغي عليه<sup>5</sup>:

<sup>1</sup> اسماعيل مُجَّد، الضوابط الشرعية للإعلام، ط1، دار المعتز للنشر و التوزيع، عمان، 2017، ص290.

<sup>2</sup> American Society of NewsEditors, "About", Archived of ASNE. Available at: <https://web.archive.org/web/20120102203533/http://asne.org/about.aspx>, Retrieved: 15/15/16/2017.

<sup>3</sup> David Berry, Op cit, p80.

<sup>4</sup> اسماعيل مُجَّد، مرجع سابق، ص90.

<sup>5</sup> ماهر الشمالي و آخرون، أخلاقيات المهنة الاعلامية، مرجع سابق، ص26.

- أن يراجع كل خبر تنشره الجريدة بكل أمانة و صدق و يخص بهذه العناية كل الأخبار التي قد تعتبر تعصبا في الرأي.
- أن يعترف بحقه و حقوق الآخرين في نشر الأخبار الموضوعية عن الاحداث الداخلية و المسائل المتصلة بالدول الأخرى.
- أن يتجنب الصحفي كل نقد تافه و غير موضوعي في شؤون السياسة و الإساءة إلى دول أخرى.
- أن يبتعد عن تزيين العنف و التحريض على استعماله لتسوية المنازعات الداخلية و الدولية و أن يجارب الفكرة القائلة بحتمية الحروب لحل النزاعات.

ساهمت أفكار جون ميلتون و جيفرسون في ظهور مفهوم أخلاقيات الصحافة في عشرينيات القرن العشرين في الولايات المتحدة الأمريكية تلك الأفكار التي اعتبرت من أهم الأسس التي قامت عليها نظرية المسؤولية الاجتماعية في الولايات المتحدة عام 1947 التي حددت التزامات الصحافة و وسائل الإعلام تجاه المجتمع التي يمكن تنفيذها من خلال الإلتزام بالمعايير المهنية لنقل المعلومات مثل الحقيقة والدقة و الموضوعية و التوازن.<sup>1</sup>

كانت أول المحاولات العربية في وضع موثيق تنظم الأخلاقيات المهنية الاعلامية بمصر سنة 1960 و ذلك خلال المؤتمر العام للاتحاد القومي للجمهورية العربية المتحدة و قد كانت هذه المحاولة عبارة عن مشروع فكرت فيه لجنة التوجيه القومي من لجان هذا المؤتمر و نشرت الصحف هذا المشروع في الرابع والعشرين من شهر جوان 1960 و جعلت عنوانه كالاتي: "ميثاق الشرف للمنشغلين في وسائل الإعلام".<sup>2</sup> و فيه تناول كل ما يتعلق بحقوق المجتمع و سمعة الأفراد و ما يتصل بالأخبار نفسها جمعا نشرا و تعليقا و ما يتعلق بحقوق الزملاء في المهنة الصحفية بالإضافة إلى ما يتصل بقضية السلام في العالم كله.

<sup>1</sup> عبد الكريم علي الديسي، مرجع سابق، ص92.

<sup>2</sup> حمزة عبد اللطيف، أزمة الضمير الصحفي، ط1، دار الفكر العربي، عمان، الأردن، 1960، ص187



إن الحرص على الالتزام بأخلاقيات المهنة سواء أكان متفق عليه شفاهة أو كتابة من خلال الدساتير أو المواثيق و التي تنظم العمل الصحفي المهني أمر ضروري يجب أن ينم تشجيعه بين كافة أفراد المهنة بالرغم من الخروقات التي تتم احيانا من بعض المؤسسات أو الدول ،لذا فوضع مواثيق للإلزام بأخلاقيات المهنة الإعلامية تمكن من : أولا وصف مثاليات و مسؤوليات المهنة ، و ثانيا تمكن من تحسين صورتها تثبيت الأمر الواقع و حماية متلقي المعلومات و المهنيين و إلهامهم لدفعهم لتعريف مبرر عملهم في المهنة بالإضافة إلى إعطاء إرشادات حول السلوك المقبول و زيادة الوعي والاهتمام حول مختلف القضايا.<sup>1</sup>

تم في الجزائر وضع ميثاق الأخلاقيات الشخصية و المهنية و تم تبنيه في مؤتمر الصحفيين الجزائريين و الاتحاد الوطني للصحفيين في 13 أبريل عام 2000 و الذي تضمن بأن الصحفي الممتحن مهما كان وضعه هو الشخص الذي يكون عمله منتظم و الرئيسي المدفوع من ممارسة المهنة في واحدة من وسائل الإعلام أو أكثر ،و التي يأخذ منها الجزء الأكبر من دخله الحق في المعلومات و الحرية في الكلام و الدقة هي واحدة من الحريات الاساسية التي تتشارك في الدفاع عن الديمقراطية و التعددية الإعلامية و من هذا الحق في المعرفة و نشر الحقائق و الآراء تنبثق جميع واجبات و حقوق الصحفيين. حيث تضمن الميثاق مجموعة من الالتزامات أو الواجبات التي ينبغي على الصحفي أن يأخذها في عين الاعتبار و يلتزم بها و التي نذكر منها:<sup>2</sup>

- احترام الحقيقة مهما كانت التبعات التي تلحق به، بسبب ما يمليه حق الجمهور في المعرفة.
- الدفاع عن حرية الاعلام، و الرأي، و التعليق، و النقد.
- الفصل بين الخبر و التعليق.
- احترام الحياة الخاصة للأشخاص، و حقهم في رفض التشهير بهم عن طريق الصورة.
- نشر معلومات المتحقق منها فقط، و الامتناع عن تحريف المعلومات و الحرص على سرد الوقائع ضمن سياقها.

<sup>1</sup> طارق موسى الخوري، أخلاقيات الصحافة النظرية و الواقع -الدساتير و مواثيق الشرف في خمسين دولة ،ط1، دائرة المطبوعات و النشر، عمان، الأردن، 2004، ص42.

<sup>2</sup> المرجع نفسه، ص84.

- الامتناع عن نشر الاشاعات.
- تصحيح كل معلومة يتبين بعد نشرها أنها خاطئة.
- الحفاظ على السر المهني و عدم الافشاء بالمصادر.
- الامتناع عن الإنتحال، و الإفتراء، و القذف و الاتهامات غير المؤسسة.
- عدم الخلط بين مهنة الصحفي أو الإشهاري أو الدعائي، و عدم قبول أي تعليمة من المعلنين سواء كانت مباشرة أو غير مباشرة.
- عدم قبول تعليمات في التحرير، سوى من مسؤولي التحرير، و في الحدود التي يملئها وازع الضمير.
- الامتناع عن الترويج، بأي شكل من الأشكال، العنف، الإرهاب، الجريمة، التعصب، العنصرية، التمييز الجنسي و اللاتسامح.
- كل صحفي جدير بهذا الإسم، و معترف بالقوانين المعمول بها في كل بلد، لا يقبل في إطار الشغل المهني الا بحكم زملائه بعيدا عن كل تدخل حكومي أو غيره.
- الامتناع عن الحصول عن أي امتياز ناتج عن وضع تكون فيه صفته كصحفي و علاقاته و نفوذه عامل استغلال مناسب.
- الامتناع عن طلب منصب زميل، أو التسبب في طرده أو التنزيل من رتبته من خلال قبول عرض عمل بدله بشروط أدنى.
- عدم الخلط بين دوره كصحفي و دور قاضي أو شرطي و احترام افتراض البراءة.
- عدم استعمال الأساليب غير الشريفة للحصول على المعلومات أو الصور و الوثائق.

### ثالثاً: الإتجاهات البحثية المتعلقة بتحليل الأخلاقيات المهنية للعمل الإعلامي في البيئة الإلكترونية:

وضع عدد قليل من وسائل الإعلام الجديدة بروتوكولات أخلاقيات رسمية مصممة للتعامل مع قضايا النشر عبر الإنترنت..و السؤال الذي يظل مطروحاً هو طبيعة هذه المدونات الأخلاقية التي تضبط العمل الإعلامي في البيئة الإلكترونية و مدى اتفاقها أو اختلافها مع البيئة التقليدية.<sup>1</sup> إن هذا التجاذب بين المبادئ المهنية و الأخلاقية في البيئتين التقليدية و الإلكترونية ولد مجموعة من التيارات البحثية التي يجملها السيد بخيت في:

#### 1. الإتجاه القائم على تحليل طبيعة القيم الأخلاقية و أسسها النظرية و الإعلامية :

ظهر هذا الإتجاه خلال التسعينات، للتعبير عن أهمية الأخلاقيات الإعلامية كحل لأزمة وسائل الإعلام، و لزيادة ثقة الجماهير فيها و لزيادة مصداقيتها، و هو اتجاه يقوم على تصور بأن أخلاقيات الإعلام ستحل أزمة وسائل الإعلام، و أن تطوير هذه المنظومة ضروري قبل التساؤل عن مدى صلاحية القيم الأخلاقية للتطبيق في البيئة الإلكترونية .ومن بين الحلول التي يدعو إليها وضع معايير أخلاقية عالمية إعلامية قابلة للتطبيق عبر الثقافات ، و عبر المدارس الأخلاقية المختلفة باعتبار أن التحديات الأخلاقية التي تواجه الصحفيين أصبحت عالمية، و من ثم فثمة حاجة لوضع ميثاق عام عالمي لمواثيق الشرف الصحفية.<sup>2</sup>

#### 2. الإتجاه القائم على تحليل مواثيق الشرف الإعلامية كمدخل لدراسة أخلاقيات الإعلام :

يؤكد هذا الإتجاه على أن الإعلاميين في الصحافة المطبوعة يحتاجون لتطوير منظومتهم الأخلاقية وبناء منظومة قيم و أخلاقيات و معايير إعلامية جديدة مع الجماهير. و يتفرع هذا الإتجاه إلى عدة محاور بعضها يعني بتحليل دور و أهمية مواثيق الشرف كضابط للمعايير الأخلاقية، و البعض الآخر يركز على

<sup>1</sup>M. David Arant , “Online Media Ethics: A Survey of U.S. Daily Newspaper Editors”, A paper presented at the association for education in journalism and mass communication convention, phoenix, August 2000, Available at : <http://facstaff.elon.edu/andersj/onlinesurvey.html> ,Retrieved at: 12/02/2019.

<sup>2</sup> السيد بخيت، مرجع سابق، ص491.

تحليل قضايا و موضوعات معينة ضمن موثيق الشرف الإعلامية، و البعض الآخر يعنى بتحليل تأثير موثيق الشرف في تشكيل سلوك الصحفيين و مدى التزامهم بها، و الآخر يهتم بمناقشة حالات و قضايا أخلاقية محددة، و يعرض تصور الصحفيين لها، بيد أن هذه المحاولات غالباً ما تتناول بعض أجزاء من هذه الموثيق، و لا تتعرض للقضايا و الظواهر الجديدة التي تطرحها ثورة المعلومات و تكنولوجيا الاتصال، إلا في ما ندر.<sup>1</sup>

### 3. الإتجاه القائم على تحليل دور أكاديميات ومعاهد الإعلام في تدريس أخلاقيات الإعلام وتأثير ثورة المعلومات:

يرى هذا الإتجاه أنه بالرغم من التغير الذي أحدثته العصر الرقمي، إلا أن مؤسسات أكاديمية قليلة هي التي تقوم بتدريس مقررات تركز علتنناول القضايا الأخلاقية والقانونية المرتبطة بالبيئة الإلكترونية، وأن الدراسات الأكاديمية التي حاولت تحليل الكتب الدراسية التي تناولت أخلاقيات وسائل الإعلام، و تتناول المبادئ الأخلاقية للمهنة وفقاً لرؤيتها الخاصة، ولكن لم تقدم نماذج معينة لكيفية صناعة القرار الأخلاقي، وخاصة في البيئة الرقمية، كما لم توفر توجيهات محددة لكيفية تصرف المحرر في المواقف الأخلاقية المختلفة، وركزت معظمها على عرض حالات وأمثلة، وقليل منها يتعلق بقضايا مثارة في البيئة الإلكترونية. ويطالب هذا الإتجاه بإدخال برنامج دراسي يتناول أخلاقيات الإعلام وكيفية تطبيقها في الصحافة الإلكترونية، و تغطية القضايا والمشكلات الخاصة التي يفرزها العمل فيها.<sup>2</sup>

### 4. الإتجاه القائم على تحليل قيم وأخلاقيات الإعلام في البيئة الإعلامية الجديدة:

يعرب هذا الإتجاه عن مخاوفه من أن الصحافة سوف تتعرض للخطر نتيجة تخليها عن المعايير المهنية و المبادئ الأخلاقية، وهي تنتقل إلى البيئة الإلكترونية وخاصة ما يتعلق منها بمعايير الدقة والصدق، ويرى أن التزام الصحافة الإلكترونية بهذه المعايير المهنية يشكل مصلحة عامة لكل وسائل الإعلام، وللإعلاميين بشكل خاص، و الذين يجب أن يطوروا مبادئهم ومناهجهم الأخلاقية، بشكل مستمر

<sup>1</sup> المرجع نفسه، ص 491.

<sup>2</sup> المرجع نفسه، ص 492.

بفعل تأثير البيئة الإلكترونية كما يدعو للاتفاق على سلسلة من القضايا العامة التي تشكل عملية صنع القرار الأخلاقي في البيئة الإلكترونية، ويجدها في:

- ضرورة التوصل إلى بروتوكولات أخلاقية في مجال النشر الإلكتروني ، وطرق جمع الأخبار و تبني نظام محدد للتحجير، لطرق تقصي صحة الحقائق والمعلومات في بيئة تعتمد على الأخبار الفورية.
- تحديد سياسات حجرات النقاش والردشة بشكل واضح، و طرق وضع التصحيحات في مكان ظاهر وثابت في المواقع الإعلامية.
- تحديد سبل التمييزين العمل التحريري والمنتج التجاري، وأن تعالج هذه البروتوكولات القضايا والمشكلات الجديدة.
- التوصل إلى صيغة محددة لبيع المعلومات والمواد الأرشيفية.
- التوصل إلى معايير مهنية لطرق معالجة الصور الرقمية.
- تحديد عدد العاملين المطلوبين لكل موقع وطبيعة الأعمال المكلفين بها.<sup>1</sup>

##### 5. الإتجاه القائم على تحليل الممارسات والقواعد الأخلاقية المتبعة في المواقع الإعلامية الإلكترونية:

تستند أفكار هذا الإتجاه على بعض الدراسات التحليلية والميدانية للصحف الإلكترونية وللعاملين في البيئة الإلكترونية، و إن لم يركز معظمها على استكشاف واقع أخلاقيات الإعلام في البيئة الجديدة،ومن بين توصل إليه هذا الاتجاه تأكيد عدد كبير من المحترفين على عدم التزام الطبعات الإلكترونية من الصحف اليومية بالمعايير التقليدية المتبعة في الصحافة المطبوعة، وإلى أن مؤسسات إعلامية عديدة لم تقم بصياغة موائيقها وبروتوكولات عملها، وإلى أنها تعمل وفق رؤية تقوم على إنه طالما تم تعلم الأخلاقيات في كليات الإعلام والصحافة، فلا حاجة لهذه الموائيق والموجهات<sup>2</sup>.

<sup>1</sup> المرجع نفسه، ص 493، 492.

<sup>2</sup> المرجع نفسه، ص 495.

## رابعاً: الضوابط المهنية والتقنية للعمل الصحفي الإلكتروني و متطلباته:

يرتبط نجاح الأداء الصحفي بمدى اكتساب الصحفيين لمهارات تقنية تمكنهم عند توظيفها من الأداء الصحفي الناجع و الفعال خاصة في ظل الديناميكية التي تشهدها البيئة الإعلامية الإلكترونية والتقنيات التي تتمخض من التطورات التي تشهدها. لذا لا يمكن دراسة المعايير و الضوابط المهنية للصحافة الإلكترونية بمعزل عن المعايير التقنية التي أصبح إتقانها مطلب لا غنى عنه يتحكم في نجاح الأداء الصحفي الإلكتروني من عدمه.

تحيل المعايير التقنية في كثير من الأحيان إلى مدى إلتزام الإعلامي بالضوابط الأخلاقية المهنية للعمل الصحفي الإلكتروني، فهي من يقيم الدليل على صحة المعلومات المنشورة، و صدقيتها و درجة الوثوق بها من خلال التعرف على دقة الروابط، و قيمة النصوص فائقة السرعة، و الوسائط المتعددة المستخدمة في تحرير المواد الإعلامية... إلخ. و يكون لهذه المعايير التقنية دور في تقييم مدى إلتزام الإعلامي بالمعايير المهنية كالحياذ، و الصدق، و الدقة و الموضوعية في أدائه لعمله، خاصة في ظل انتشار عديد المحامل الاتصالية الأخرى المنافسة للصحافة الإلكترونية كالمدونات، و وسائل التواصل الاجتماعي، و صحافة المواطن التي تُعلي قيمة الفرد و "الموهبة الصحفية" على القيمة الاحترافية للمؤسسة الإعلامية التي تحتضن الصحيفة الإلكترونية، و تقدم "السبق الصحفي" على معايير الموضوعية، و الدقة والمصدقية في العمل الصحفي.<sup>1</sup>

### I. المهارات التقنية للصحفي الإنترنت:

تغيرت الوظيفة التي كان يقوم بها الصحفي في ظل العصر الرقمي، إذ أنه وبدلاً من العثور على المعلومات والكشف عنها، فإن مهمته الآن أصبحت تقوم على اختيار أهم المعلومات من بين الملايين من المعلومات التي توفرها الشبكة العنكبوتية. لذلك من المهم معرفة كيفية العثور على ما يبحث عنه ويحتاج إلى الوقت الكافي لتدقيق المعلومات و التحقق منها. و من أبرز المصادر التي أصبح الصحفيين

<sup>1</sup> المعز بن مسعود، "أخلاقيات الصحافة الإلكترونية العربية: رؤية جديدة للممارسة المهنية"، سلسلة دراسات إعلامية، مركز الجزيرة للدراسات، الدوحة، قطر، 7 فيفري 2019، ص 05. متاح عبر الرابط التالي:

[http://studies.aljazeera.net/mritems/Documents/2019/2/11/2293b29ec6f7475da2b8e0af299707be\\_1\\_00.pdf](http://studies.aljazeera.net/mritems/Documents/2019/2/11/2293b29ec6f7475da2b8e0af299707be_1_00.pdf) تاريخ التحميل: 14، فيفري، 2019.

يعتمدون عليها هي المشاركة في المنتديات والمجموعات الإخبارية. لذا يجب أن يصبح صحفي العصر الرقمي متخصصا يعرف كيفية البحث عن المعلومات على الويب وتحويلها إلى أخبار و إيجاد طرق لإعلام القارئ بأخر المستجدات.<sup>1</sup>

تتطلب الصحافة التقليدية مهارات أساسية يفترض وجودها لدى القائم بالعمل الصحفي\*، مثل مهارات الصياغة الخبرية و التحرير وفقا لقوالب الصحفية و طرق تدقيق الأخبار و توثيق مصادرها وأسلوب عرضها . أما اليوم فإن هذه المهارات لم تعد كافية لمن يعمل في الصحافة الإلكترونية، إذ التغير الإلكتروني الذي أصاب وسائل الإعلام بصورة عامة والصحافة على وجه التحديد، قد زاد من الطلب والضغوط على الصحفيين للبحث عن أدوات جديدة ومهارات متعددة لإنتاج أكثر وفي زمن اقل، مثل مهارات التعامل مع برامج الكمبيوتر وتطبيقاته وطرق وقواعد المعلومات والنصوص الفائقة Hypertext والبحث واستخدام محركات البحث Search Engine.<sup>2</sup>

تغيرت بيئة و ظروف العمل كذلك باعتبار أن الصحفي الذي يعمل في المجال الإلكتروني يقضي جل وقته في غرف الأخبار على خلاف الصحفي الذي يعمل في الصحافة التقليدية و الذي يقضي وقتا غير قليل في الميدان لتقصي و جمع الأخبار من مصادرها المتعددة. و قد أفرزت هذه التطورات ظواهر متناقضة في عالم الصحافة، فبينما يقوم بعض الصحفيين الآن بجمع الأخبار و كتابتها و تحليلها و تنسيقها باستخدام الإنترنت ، مما يجعل أثره ينعكس على مضمون و شكل الصحيفة فإن هناك

<sup>1</sup>John Herbert, **Journalism in the Digital Age: Theory and practice for broadcast, print and On-Line Media**, 1<sup>st</sup> edition, Focal Press , New York, USA, 2000 ,p03.

\*تنوعت مسميات القائم بالاتصال في الصحف الإلكترونية بحسب وظائفه الاتصالية، و من بين هذه المفردات: القائم بالاتصال في شبكة الإنترنت The Web Communicator، و الصحفي الإلكتروني، Online Journalist، و المحرر المتكامل Integrated Reporter، و حارس البوابة الإلكترونية Online Gatekeeper، و محرر الإنترنت Internet Journalist، و صحفي الويب Web Journalist، و محرر النسخة الإلكترونية، و الصحفي المباشر Online Journalist كما يمكن أن نطلق عليه تسمية "المنتج" Producer بسبب طبيعة الويب متعددة الوسائط. (انظر: شريف درويش اللبان، "الصواب المهنية و الأخلاقية و القانونية للإعلام الجديد"، مجلة رؤى استراتيجية، العدد 07، مركز الإمارات للدراسات و البحوث الاستراتيجية، الإمارات، يوليو 2014، ص101، متاح عبر الرابط التالي:

[http://www.ecssr.com/ECSSR/ECSSR\\_D0CDATA\\_PR0\\_EN/Resources/pdf/Rua-strategia/Rua-2019/10/30/Issue-07/rua07-096.pdf](http://www.ecssr.com/ECSSR/ECSSR_D0CDATA_PR0_EN/Resources/pdf/Rua-strategia/Rua-2019/10/30/Issue-07/rua07-096.pdf) ، تاريخ الزيارة: 2019/10/30 .

<sup>2</sup> جاسم جابر، مرجع سابق، ص393.

صحفيين آخرين، إما يستخدموا هذه التقنيات الحديثة بالمرّة أو مازالوا يستخدمونها لأداء مهام تقليدية و يتبعون نفس الوسائل التقليدية في جمع المادة و حفظها و تحريرها.

بدأت الساحة الصحفية و كأن هناك فريقين: فريق يسمى **Technojournalists** و هم الذين يجمعون بين مهارات التعامل مع الإنترنت و الوسائل التكنولوجية الحديثة ، و ادوات التعامل مع المعلومات الجديدة و تكتيكات إدارة المعلومات، و فريق آخر يسمى الصحفيون التقليديون **Traditionjournalists** و هم الذين مازالوا يستخدمون الوسائل التقليدية في أداء العمل الصحفي في بيئة تقوم على التكنولوجيا و الإنترنت.<sup>1</sup> و هو ما استوجب على الصحفيين العاملين في الإعلام الإلكتروني اكتساب مجموعة من المهارات التقنية والتي تسهل لهم التعامل مع شبكة الإنترنت و من أبرز هذه المهارات ما يلي:

### 1. مهارات التحرير الصحفي الإلكتروني :

تتميز عملية التحرير الصحفي الإلكتروني بكونها أكثر تعقيدا من الكتابة لأي وسيلة إعلامية أخرى، بحيث يتعين على المحرر الصحفي أن يأخذ في اعتباره مستويات متعددة يتعامل معها جميعا في ذات الوقت، و منها تطبيقات الوسائط المتعددة، و هيكل الموضوع، و ملامح التفاعلية فيه إضافة الى مراعاة بعض القيم.<sup>2</sup> حيث يستخدم المحرر الكمبيوتر لإنجاز الكثير من العمليات، مثل: الكتابة **Writing**، والتعديل والتصحيح **Revising**، والتدقيق النحوي و الإملائي **Spelling** ، و تحديد حجم الحروف و كثافتها، و تحديد اتساعا لجمع، و رسم الجداول و الأشكال البيانية، و التزود بالرسوم، ومعالجة الصور، بل أصبح قادرا على إخراج مادته الصحفية بنفسه **Framing**، بمعنى أن يقوم بدور المحرر و الطابع و المخرج الصحفي، كل هذا و هو جالس في مكتبه، ليس أمامه سوى كمبيوتره الشخصي.<sup>3</sup>

<sup>1</sup> خالد غازي، مرجع سابق، ص 157، 158.

<sup>2</sup> علي عبد الفتاح كنعان ، الصحافة الإلكترونية العربية، مرجع سابق ، ص 77.

<sup>3</sup> شريف درويش اللبان، "الصوابط المهنية و الأخلاقية و القانونية للإعلام الجديد"، مرجع سابق، ص 104.



تحتاج عملية التحرير الإلكتروني إلى الكثير من العناصر المميزة فضلا عن الإيجاز المطلوب في تحرير الأخبار، حيث يتدرب المحرر على معالجة الأحداث في بناء صحفي له ملامحه الخاصة، و المحرر البارع هو الذي يُعد تقريره وفق أفضل الصياغات الصحفية واضعا أمامه مميزات الوسيلة الإعلامية وخصائصها أولا و اختلافها عن الوسائل الأخرى. حيث يتبع محرري الأخبار الإلكترونية على قاعدة تقول: "إذا لم تكن هناك حاجة لكلمة معينة احذفها و إذا لم تضيف الجملة في توصيل المعلومات شيئا احذفها، الحشو الزائد ما هو إلا إعاقة للتفكير، لا تحاول أن تكتب كل شيء متوفر عن شخص أو حدث أو فكرة إنك لا تستطيع أن تفعل ذلك و إذا استطعت فمن يرغب في سماع ذلك".<sup>1</sup>

## 2. مهارات توظيف النص الفائق في التحرير الصحفي :

يتصل النص الفائق بمجموعة أخرى من النصوص المرتبطة به من خلال إشارات معينة بداخله، يتم تمييزها تيبوغرافيا داخل النص الأصلي، بحيث إذا تم تنشيطها من خلال المحرك فإنها تفتح على نصوص أخرى، قد تكون نصية أو سمعية أو بصرية أو كليهما معاً، سواء متاحة داخل موقع الصحيفة، أو تحيل المستخدم إلى مواقع وعناوين يمكن من خلالها الاستفادة من الموضوعات التي تخطى باهتمامهم، وهذه الكلمات التي لها اتصالات تسمى "كلما تنشطة".<sup>2</sup> حيث تتيح الوصلات الفائقة للصحفيين أداة مهمة لتقديم معلومات خلفية تدور في السياق نفسه لقراءها، و يمكن استخدام هذه الوصلات أيضا لبناء الأخبار بشكل غاية في الاختلاف و يمكن كتابة القصص الخبرية بحيث تكون قصيرة مع السماح للقارئ بتحديد بناء القصة الخبرية من خلال اختيار الوصلات التي يرغبها.<sup>3</sup>

## 3. مهارة استخدام الوسائط المتعددة :

تتوفر العديد من الأدوات لدى صحفي الإنترنت، فالمسجلات التي تستخدم كأدوات لمساعدة المرسلين لتأكيد الأحاديث و الاقتباسات و المعلومات التي يحصلون عليها أثناء المقابلات التي يجرونها، يمكن أن تستخدم مادتها الصوتية للبحث على الإنترنت بخلاف ما كان يحدث في الماضي، إذن

<sup>1</sup> عبد الأمير الفيصل، الصحافة الإلكترونية في الوطن العربي، مرجع سابق، ص 144، 145.

<sup>2</sup> علي عبد الفتاح كنعان، مرجع سابق، ص 70.

<sup>3</sup> شريف درويش اللبان، مرجع سابق، ص 138.

يظل الصوت حبيس الأشرطة التي سجل عليها وكذا الحال بالنسبة لصور الفيديو، فقد وفرت الكاميرات الرقمية و كاميرات الهاتف الفرصة للصحفيين في استخدام الصور على صفحات الإنترنت خلال دقائق من التقاطها ليحصل الجمهور على أحدث المعلومات و لتشكل هذه الأدوات علامة فارقة بين الصحافتين التقليدية و الجديدة.<sup>1</sup>

تتطلب هذه أدوات بسيطة مقارنة بتطبيقات الوسائط المتعددة معرفة مجال استخدامها، و طبيعة كل عنصر منها، و القدرة على دمج و مزج كل الإعلاميات لبناء قصة إخبارية ذات طابع جديد، وهذا يتطلب من صحفي الإنترنت أن يكون عارفا بكل العناصر الإعلامية التي يستخدمها، كما أن عليه معرفة استخدام الكاميرا و مسجلات الصوت و برامج التصميم الإيضاحي و برامج الإيضاحات المتحركة.<sup>2</sup> حيث يميز الرسالة الإعلامية المتضمنة عناصر الوسائط المتعددة أنها تعمل على إثارة العيون والأذان، و هذا يمنحها ميزة التأثير على العقول، لأنها تضم مزيجا من النصوص المكتوبة و الرسومات والأصوات و الموسيقى و الرسوم المتحركة و الصور الثابتة و المتحركة، و يمكن تقديمها للمتلقي عن طريق الكمبيوتر أو أي وسيلة إلكترونية أخرى كالجوال.<sup>3</sup>

يقدم **جوناثان دوب Jonathan Dob** - من جهته- توثيقا للأشكال المختلفة لعرض المواد الإخبارية في صحافة الإنترنت مستفيدا من التجارب التي عرضت في مواقع المؤسسات الصحفية الكبيرة أو من التجارب الفردية، حيث يعرض أولا أوجه وطرق استخدامات وسائل العرض: النص حيث يستخدم النص المطبوع للتوضيح **Explain**، و الملمتيديا التي تستخدم للعرض **Show**، و التفاعلية. كما ينصح دوب **Dob** صحافي الإنترنت بتوزيع هذه الأشكال على طبقات بما يسمح بتقديم **Layer Information** الاخبار في أجزاء صغيرة بدلا من تقديم كل معلوماتها في وقت واحد باعتبار أن توزيع الطبقات يسمح بعملية إنتاج تدعم عمق المعلومات وتوسيع الخيارات أمام القارئ.<sup>4</sup>

لا تكون كل قصة صالحة لمعالجتها بالوسائط المتعددة، و لا يمكن أن يتمتع كل الصحفيين بموهبة إنتاج قصص من هذا النوع بمجرد توفر البرمجيات الخاصة بالتصميم، و إذا ما كان التصميم رديئا تضيع

<sup>1</sup> عباس مصطفى صادق، الإعلام الجديد: المفاهيم والوسائل والتطبيقات، مرجع سابق، ص 174، 173.

<sup>2</sup> المرجع نفسه، ص 174.

<sup>3</sup> إبراهيم إسماعيل، مرجع سابق، ص 212.

<sup>4</sup> عباس مصطفى صادق، "التطبيقات التقليدية و المستحدثة للصحافة العربية في الإنترنت"، مرجع سابق، ص 14، 13.

القصة الإخبارية و إذا كان مستواه عاليا، فإن الصفة الإخبارية أيضا تضيع، فلا بد من الموازنة بين متطلبات الموضوع، و ميزات الوسائط المتعددة فلا يمكن وضع مادة صوتية أو صورة فيديو في النص لا يتطلب غير النص، ما يمكن أن يؤدي إلى مهزلة جمالية عديمة الجدوى.<sup>1</sup>

#### 4. مهارة البحث في شبكة الإنترنت و استخدام محركات البحث :

أفرزت شبكة الإنترنت ضغطا من نوع آخر على الصحفيين الذين أصبح يتحتم عليهم معرفة كيفية البحث عن المعلومات و التعامل مع الكاميرا الرقمية و برامج الكمبيوتر ، و كيفية تحرير المواد النصية والسمعية و المرئية ضمن محتويات الموضوع الصحفي الذي يقومون به.<sup>2</sup> إذ أن أدوات البحث على الإنترنت تعد مصدرا من أهم مصادر المعلومات لدى الصحفيين ، حيث يجد الصحفيون - مثلهم مثل بقية الناس - صعوبة في فصل المعلومات عالية الجودة من المعلومات الرديئة؛ وهذا يتطلب تدريب الصحفيين على استخدام معلومات الإنترنت، لأنها قد تصبح بديلا عن مصادر أخرى للمعلومات ، لذا يتطلب التعامل مع الإنترنت ضرورة تعلم مهارة البحث الذاتي عن المعلومات والبيانات والإحصاءات، والتحقق من مصداقيتها وتقييمها مقارنة بالمعلومات الأخرى المتوفرة، واستخدام ضوابط ومعايير عدة للاختيار بين المصادر والمعلومات المتاحة بكثرة، وكذلك ضرورة الاهتمام بتحليل المعلومات والوثائق، والاستفادة من الأدوات المتعددة المتوفرة على الإنترنت، للقيام بتغطية فورية وسريعة للأحداث.<sup>3</sup>

و جاء في مقال للصحفية الأميركية **دونا شاو Dona Shaw** حول استخدام الصحفيين في الولايات المتحدة الأميركية لموسوعة ويكيبيديا الإلكترونية كمصدر موثوق للأخبار في إعداد التقارير الصحفية. وجدت بأنه بالرغم من أن استخدام أغلب الصحفيين في الصحف الإلكترونية لويكيبيديا كمصدر أولي للحصول على المعلومات لا يعد احترافيا في العمل الصحفي لأنها تحوي مواد رديئة نظرا لطريقة تحرير محتواها، فهي تعتمد على عدد كبير من المحررين المتطوعين المجهولين في مختلف أنحاء العالم، وبإستطاعة أي كان أن يقدم ويضيف إلى محتواها بيد أنها ويكيبيديا لا توهم المستخدم بأنها بالغة

<sup>1</sup> عباس مصطفى صادق، الإعلام الجديد: المفاهيم والوسائل والتطبيقات، مرجع سابق، ص 174.

<sup>2</sup> خالد غازي، مرجع سابق، ص 158، 157.

<sup>3</sup> شريف درويش اللبان، "الضوابط المهنية والأخلاقية و القانونية للإعلام الجديد"، مرجع سابق، ص 111.

الدقة، فهي تعلم القارئ ألا يستخدمها لاتخاذ قرارات هامة. و من ناحية أخرى أكد البعض الآخر من الصحفيين أنهم يعتبرونها مفيدة جدا في رسم خارطة لتتبع قصة معينة والبدء بعملية جمع المعلومات.<sup>1</sup>

## II. علاقة الضوابط والمعايير التقنية في الصحافة الإلكترونية بأخلاقيات المهنة:

يتميز الصحفي العامل في الصحافة الإلكترونية بمميزات عدة مقارنة بنظيره العامل في الإعلام التقليدي كالقدرة على تحرير العمل ونشره الفوري من أي مكان طالما أنه يمتلك كلمة المرور للدخول إلى الموقع وصلاحيات التحرير والنشر، والسرعة في أداء العمل، وتغذية الموضوع أو القصة الخبرية بأكثر قدر من المعلومات والخلفيات باستخدام خاصية النص الفائق أو النص المتشعب **Hypertext** فضلاً عن اختياره للصور وإمكانية قيامه بنشر الموضوع بنفسه باستخدام برنامج (CMS)، ومتابعة التعليقات، والقيام بالتعديلات المطلوبة إذا تطلب الأمر ذلك، والقدرة على تنقيح المعلومات وتحليلها واختبارها وتحديد غير الموثوق به منها... إلخ.<sup>2</sup>

ترتبط كفاءة و فعالية العمل في مواقع الصحف الإلكترونية بعدة مهارات تقنية و مدى استفادتها من الإمكانيات التي أتاحتها النشر الإلكتروني للمحتوى الصحفي عبر شبكة الويب، كالاتصال التفاعلي بين القارئ و الصحفي، و المصادر المفتوحة التي تتوفر للصحفي عبر الشبكة، بالإضافة لخصائص تكنولوجية و تفاعلية أخرى. هذا ما جعل الصحفيين يواجهون عدة تحديات تتعلق باكتساب المهارة التقنية اللازمة لمجاراة التطورات المتسارعة التي يشهدها المجال الصحفي و الإعلامي في البيئة الإلكترونية الجديدة، فبعد ان كان يمارس مهنته بوسائل تقليدية أصبح الآن يواجه أساليب جديدة في عرض المحتوى الذي يشهد كذلك نوعاً من التهجين (أي الاندماج بين النص التقليدي المكتوب و بين الوسائط التفاعلية المتعددة).

ما يعني أن الأمر يتطلب أن يعتاد الصحفيون في المواقع الإعلامية التفكير في بناء موضوعاتهم على نحو مختلف عن ذي قبل. كل هذا يجعلنا نقر بأن المعايير التقنية والتكنولوجية في الصحافة الإلكترونية-والتي ترتبط بمجموعة من المهارات مثل حذق أساليب الكتابة الرقمية، وإجادة توظيف

<sup>1</sup>Donna Shaw ,”Wikipedia in the Newsroom“,American Journal Revue, March 2008, Available at: <http://ajrarchive.org/article.asp?id=4461> , Retrieved at:09/07/2018

<sup>2</sup>المعز بن مسعود، مرجع سابق، ص05.

الروابط التشعبية، ومهارات كتابة الأخبار على الإنترنت، والبحث في شبكة الإنترنت، وتوظيف الوسائط المتعددة، ومهارات التعامل مع صحافة المواطن-، في علاقتها، وارتباطها بالمعايير والضوابط المهنية للعمل الصحفي في وسائل الإعلام الجديد، يمثّلان منظومتين متكاملتان لتقديم مواد إعلامية تتسم بالحرفية والمهنية العالية، وتحترم أخلاقيات العمل الإعلامي.<sup>1</sup> و قد خلصت دراسة لسيد بختيار حول أخلاقيات العمل الإعلامي على الإنترنت بظهور بعض المشكلات و القضايا الأخلاقية الجديدة التي تمخضت عن التطورات التقنية التي تشهدها البيئة الإعلامية الجديدة، و التي يمكن إجمالها في ثلاث قضايا هي :

### 1. الوصلات و الروابط التشعبية Hypertext:

تضفي الوصلات و الروابط التشعبية تأثيرات عديدة على العمل الإعلامي في البيئة الإلكترونية بعضها إيجابي و بعضها سلبي فكما يمكنها ربط المستخدم بمواقع مفيدة و ثرية بالمعلومات، يمكنها أن تربطه بمواقع مثيرة للجدل و الخلاف، أو لا ترقى للمستوى الأخلاقي و المهني المتوقع من العمل الإعلامي، فكما زاد عدد المواد المنشورة، و زاد عدد المواقع التي يتم الربط بها، كلما تضخم العمل وصعب التحكم فيه . كما خلصت الدراسة أيضا في هذا الجانب إلى إنه لا توجد مشكلة قانونية أو أخلاقية في تضمين روابط مواقع أخرى، بيد أن هذا الأمر يحتاج إلى بيان طبيعة هذه الروابط، ومدى احترامها أو تجاهلها لحقوق الآخرين، و مدى التزامها بالمعايير الأخلاقية و القانونية، فضلا عن الإجابة عن التساؤلات المتعلقة بحدود المسؤولية الأخلاقية للإعلامي فيما يتعلق بالروابط و الوصلات التشعبية، وهل تتوقف عند حدود موقعه؟ و عند اختياره للروابط أم تتعدى ذلك لمستوى آخر من المتابعة و التقييم المستمر لمواقع الآخرين. و من ناحية ثالثة، كشفت الدراسة عن اهتمام بعض المؤسسات التعليمية و الأكاديمية بوضع ضوابط للتعامل مع الروابط و الوصلات من بينها ما أشار إليه معهد بوينتر .Poynter

<sup>1</sup> المرجع نفسه، ص05.

## 2. حقوق الملكية الفكرية:

تعتبر قضية التعدي على حقوق الملكية الفكرية للآخرين من القضايا الجديدة الأخرى ذات الطابع الأخلاقي في البيئة الإلكترونية ، و التي تظهر في أشكال جديدة، و متنوعة في هذه البيئة منها نسخ المواد المنشورة إلكترونيا سواء كانت نصا مكتوبا أو صورة أو فيلم أو فيديو أو برامج أو موسيقى أو رسم أو غير ذلك (و استغلالها بشكل أو بآخر، دون الحصول على تصريح مسبق من صاحب الحق الأدبي و المادي لهذه المواد، كما خلصت لتزايد حالات التعدي على هذه الحقوق في البيئة الإلكترونية بفعل المعالجة الرقمية للمعلومات، و سهولة تبادلها، و إعادة إنتاجها و تخزينها في أشكال متعددة، بسرعة، و كذا سهولة توظيف المعلومات الرقمية و تعديلها بدرجة مغايرة لأشكالها التقليدية، و لاعتقاد بعض مستخدمي الإنترنت بعدم وجود قانون يحمي حقوق المؤلف على الإنترنت، و لصعوبة تحديد كم و نوع المعتدين على هذه الحقوق.

## 3. أخلاقيات حماية الخصوصية الإلكترونية:

توفر هذه البيئة الإلكترونية ميزة كبيرة أمام المواقع الإخبارية و الإعلامية لمعرفة تفضيلات واهتمامات مستخدميها و رصد تحركاتهم على الموقع، و هو ما قد يساعدهم في تلبية احتياجاتهم وبالرغم من تطرق موثيق محدودة للقيم الأخلاقية المتعلقة بحماية الخصوصية في البيئة الإعلامية الإلكترونية، بيد أنها لم توضح بدقة أخلاقيات التعامل الإعلامي مع قواعد البيانات، و كيفية توظيفها، كما لم تحاول معالجة مشكلات مهمة تتعلق بحماية حق الإنسان في الخصوصية مثل سرقة الملفات عبر أجهزة الكمبيوتر و الحصول على بيانات الشخص و وثائقه المسجلة لدى السلطات العامة عن طريق أجهزة الكمبيوتر، و اكتفت معظم هذه الوثائق بالنص على ضرورة التزام محرري الصحف الإلكترونية باحترام حرمة حياة الإنسان الخاصة، و هو نفس النهج التي سارت عليه الوثائق الأخلاقية للصحافة المطبوعة ووسائل الإعلام الأخرى.<sup>1</sup>

<sup>1</sup> السيد بخيت، مرجع سابق، ص 560، 558.

### خامسا: المسؤولية المهنية و الاجتماعية للممارسة الإعلامية و دورها في تطوير العمل الصحفي:

يتأتى الوقوف على دور المعايير المهنية في تطوير الأداء الصحفي من خلال إلتزام المؤسسات الإعلامية باختلاف أنواعها، و تخصصاتها و الوسائط التي تنشر محتوياتها من خلالها بالمسؤولية المهنية والأخلاقية و الاجتماعية للممارسات الإعلامية التي تدعو إليها موثيق شرف المهنة الإعلامية والصحفية و التي أقرت في بنودها ضرورة احترام الصحفي القيم السائدة في المجتمع و ضرورة تحليه بالصدق النزاهة،الموضوعية ضمن إطار أخلاقي يضمن حرية الصحافة من جهة و الإلتزام بالمبادئ المهنية من جهة أخرى.

ترتبط مصداقية الصحافة بالتزامها بالحقيقة وبالتزامها السعي لتحقيق الدقة والنزاهة، والموضوعية، والتمييز الواضح بين الإخبار، والدعاية و لا يجوز فرض تحقيق هذه الأهداف و احترام القيم الأخلاقية والمهنية، فهذه المسؤولية ملقاة حصرا على عاتق الصحفيين ووسائل الإعلام و الرأي العام هو الذي يكافئ أو يعاقب في المجتمعات الحرة<sup>1</sup>. يتم إدراك المسؤوليات الإعلامية أو الصحفية من خلال ثلاث مستويات هي أولا: قيام الصحافة أو الإعلام بوظائفه الاجتماعية و السياسية و التعليمية، ووظائف الخدمات و الوظيفة الثقافية، و ثانيا المبادئ التي تسترشد بها الصحافة لتحقيق الوظائف السابقة، وثالثا من خلال معرفة السلوك الذي يجب مراعاته من خلال الصحفيين لتحقيق هذه المبادئ الاسترشادية.<sup>2</sup> وقد جاءت نظرية المسؤولية الاجتماعية لتفرض واقعا مهنيا معاصرا لمفهوم حرية الإعلام الذي يتسم بالمرونة، وذلك بعد أن أثبتت الممارسات أن الحرية غير المقترنة بالمسؤولية تؤدي إلى الفوضى في المجتمعات فلا ينبغي لحرية الصحافة أن تطغى على حريات الآخرين وقيم المجتمع. لذا فإن هذه النظرية تأسست على فكرة محاولة التوفيق بين مبادئ حرية واستقلال وسائل الإعلام و مسؤولياتها اتجاه المجتمع.

طرحت النظرية كذلك بعض الحلول التي تتمثل في تنظيم مهنة الصحافة، من خلال إصدار موثيق شرف مهنية، لحماية حرية التحرير الصحفي، والممارسة الصحفية، وإصدار قوانين للحد من الاحتكار،

<sup>1</sup> ديورا بوتر، "دليل الصحافة المستقلة"، مكتب برامج الإعلام الخارجي، وزارة الخارجية الأمريكية، 2006، ص55.

<sup>2</sup> ابراهيم السيد، أخلاقيات الإعلام و قوانينه، ط1، مؤسسة طيبة للنشر و التوزيع، القاهرة، 2014، ص26.

وإنشاء مجالس للصحافة، وإنشاء نظام لتقديم إعانات للصحف<sup>1</sup>. حيث حاول رواد هذه النظرية التوفيق بين أفكار الفكر التحرري (حرية الصحافة و استقلاليتها) ومسئوليتها اتجاه المجتمع، و تلخص المبادئ الأساسية التي قامت عليها نظرية المسؤولية الاجتماعية في النقاط التالية:<sup>2</sup>

- تقوم وسائل الإعلام دور هام في تنوير المجتمع خاصة فيما يتعلق بدعم المبادئ الديمقراطية.
- أن وسائل الإعلام ملتزمة بالوفاء بوظائفها الاجتماعية ، لا سيما فيما يتعلق بنقل المعلومات وعرض مختلف وجهات النظر .
- يجب التأكيد على التزام وسائل الإعلام بمجموعة من المعايير المهنية في إطار مسؤوليتها الاجتماعية و المتمثلة في :
  - وضع معايير مهنية فيما يتعلق بنقل المعلومات التي يتوجب أن تكون صحيحة ، و دقيقة وموضوعية ، و متوازنة.
  - تطبيق التنظيم الذاتي حسب ما يقتضيه القانون الداخلي للمؤسسة أو قانون الإعلام.
  - تجنب نشر الأخبار الكاذبة و الدعاية التي يمكن أن تؤدي إلى جريمة، أو أعمال عنف وشغب، أو الاضطرابات الاجتماعية.
  - تجنب نشر المعلومات التي يمكن ان تسيء إلى الجماعات العرقية ،أو الدينية، أو الأقليات.
  - تمثيل جميع المجموعات الاجتماعية و عكس التنوع الاجتماعي في مضامينها عن طريق منح جميع أفراد و شرائح المجتمع إمكانية التعبير عن آرائهم بكل حرية .

إن تعزيز جودة العمل الإعلامي و الصحفي بوضوح والبحث عن حماية القانونية هي أهم ما يطلبه الصحفيون اليوم خاصة و أنه حتى لو تم رفع معظم القيود القانونية و موثيق الشرف المهنية فأخلاقيات المهنة الصحفية يستوجب أن تظل موجودة و يتم احترامها من قبل الصحفيين ، فالنقاش المتعلق بالجانب

<sup>1</sup> عبد الرزاق محمد الدليمي ، مرجع سابق،ص82،81.

<sup>2</sup>Pieter J Fourie ,Media Studies :Media History ,Media and Society ,2d Edition ,Juta and Co LTD, Cape Town ,South Africa ,2007,p34,35.



الأخلاقي عند ممارسة المهنة الإعلامية أمر ضروري لأن هناك العديد من الطرق في التي يمكن من خلالها لوسائل الإعلام أن تسيء استخدامها كعدم الدقة ، التحيز ، الدعاية ، العنصرية وغيرها.<sup>1</sup> فمسؤولية الصحافة اتجاه المجتمع حسب هذه النظرية تختلف حسب رؤى الباحثين في هذا المجال، حيث يقسم ديني إليوت **Denny Elliott** مسؤولية الصحافة تبعا للهيئة المسؤولة و الجهة المسؤولة أمامها إلى مسؤولية الإعلام تجاه المجتمع ،مسؤولية الإعلام أمام النفس، و مسؤولية مؤسسات الإعلام تجاه المجتمع المحلي.و يحدد **لوريس هودجز Louis Hodge** ثلاث مستويات و أبعاد للمسؤولية الاجتماعية للإعلام حيث يتصل المستوى الأول بالوظائف التي ينبغي أن يؤديها الإعلام المعاصر ، و يتصل المستوى الثاني بمعايير الأداء الإعلامي ،في حين يتصل المستوى الثالث بالقيم المهنية التي ينبغي مراعاتها في العمل الإعلامي.<sup>2</sup>

### 1. المستوى الأول " الوظائف":

يقوم الإعلام بمجموعة من الوظائف و الأدوار الاجتماعية و المتمثلة في:

- الوظيفة السياسية بالإعلام المواطنين بما تفعله الحكومة والقوى السياسية الأخرى ،بحيث تغذو جزءا متكاملا من العملية السياسية و هذه الوظيفة تسمى بالوظيفة الرقابية أو **Watch Dog**.
- الوظيفة التعليمية بإتاحة الفرصة لعرض الأفكار والآراء ومناقشتها، ولتكون منتدى للأفكار .
- الصحافة كخدمة لضخ المعلومات المتوازنة والدقيقة .
- الوظيفة الثقافية كمرآة للمجتمع وتأكيد قيمه .
- الوظيفة الاقتصادية لتعريف الناس بالسلع والخدمات .
- وظيفة التأريخ **Record-Keeping Function**.<sup>3</sup>

<sup>1</sup>Andrew Belsey and Ruth Chadwick ,**Ethical Issues in Journalism and The Media** ,Rouledge, London, England.1992,p08.

<sup>2</sup> ميلاد ألفي جرجس، مبادئ الصحافة الدولية، ط1، دار غيداء للنشر و التوزيع، عمان، الأردن، 2016، ص101.

<sup>3</sup> محمد حسام الدين، مرجع سابق، ص 65.

## 2. المستوى الثاني "المعايير":

يمكن تمثيل الأطر المرجعية لمعايير العمل الصحفي في خمس دوائر متداخلة، حيث تمثل الدائرة الداخلية الأصغر المعايير المهنية والممارسات الاخلاقية للأفراد بالإضافة إلى حراس البوابة، الذين يحددون ماذا تقرأ ونسمع ونرى، أما الدائرة الثانية تمثل الوسيلة الاعلامية وموثيقها الداخلية، في حين الدائرة الثالثة معايير المهنة التي تضعها الهيئات الصحفية. و تمثل الدائرة الرابعة الفلسفات الاعلامية الاساسية وقوانين الحكومات في النظريات المختلفة، و أخيرا الدائرة الخامسة تمثل الحدود التي يسمح بها الناس لكل معايير النشاط الانساني والتي لا تتخطاها الهيئات والأفراد.<sup>1</sup> و هذا ما يوضحه الشكل رقم (21).

<sup>1</sup>Warren Kendall Agee, Phillip H. Ault, Edwin Emery, **Instructor's Manual to Accompany Introduction to Mass Communications**, 8<sup>th</sup> Edition, Harper & Row, USA,1985,p98.

الشكل رقم (21): يبين الأطر المرجعية لمعايير العمل الصحفي



المصدر: (مُجَّد حسام الدين، المسؤولية الاجتماعية للصحافة، ص 67)

### 3. المستوى الثالث "القيم المهنية":

تشمل جميع المعايير و القواعد التي يتوجب على الصحفي الالتزام بها عند جمعه للمعلومات وعند كتابته له و أثناء نشرها، و تتمثل هذه القيم في (الدقة، الموضوعية، التوازن، الشمول، الحياد، التنوع...) و التي سنتطرق إلى أهمها بالتفصيل فيما يلي :

## 1. الصدق و المصدقية Honesty &amp; Credibility :

يعتبر الصدق من أهم العوامل التي ينبغي أن تتوفر في الخبر، بل إنه الأساس الذي يبنى عليه الخبر الصحفي الإلكتروني، و أهمية الصدق في الأخبار لا يختلف عليها إثنان في القديم و الحديث كنتيجة لما جربته الإنسانية من عواقب الصدق و عواقب الكذب، فضلا عن أنه من أهم مصادر التاريخ و بناء عليه يتشكل الرأي العام و يبنى أحكامه، و من الخبر أيضا تنبثق المواد التحريرية الأخرى في الصحيفة و كل هذا يلزم الصحفيين العاملين في الصحيفة الإلكترونية بتحري الصدق و الدقة في الحصول على الأخبار، ثم الأمانة الكاملة في نقلها.<sup>1</sup>

و يمكن القول بأن المصدقية هي الدافع لأدبيات التعامل مع المنتج الإعلامي فالحقيقة هي المحرك الإعلامي و الوصول إليها ليس من خلال الطرق المتوتية بل يمكن الوصول إليها من خلال طرق صعبة و لكن سليمة تجلب السرور و الإطمئنان و التعبير و مقارنة العمل من شخص إلى آخر في مجال المصدر كالصحيفة الإلكترونية، لأن الوسائل الإعلامية تسعى للوصول إلى الحقائق عند الناس لأن الحقائق ليست دوما يوجد من يديرها فلا بد من الوصول إلى مصدرها بشتى الطرق و في ذلك جهد و مشتقة.<sup>2</sup> أما فيما يتعلق بمعنى المصدقية فالممارسين للعمل الصحفي يطرحون مجموعة من المفاهيم التي غطت كثيرا من الجوانب المختلفة للمصدقية، و من أهمها أن مصداقية الصحافة تعني أمرين:<sup>3</sup>

## أ. مصداقيتها بالنسبة للقارئ: فبالنسبة للقارئ تعني المصدقية ما يلي :

- تعني مدى ثقة و صحة المعلومات التي تنشرها الصحيفة الإلكترونية، و مدى موضوعية صاحب الرأي فيها، لأن الخبرة معيارها الدقة و الرأي معياره موضوعية الكاتب أو صاحب القلم.
- مدى شمولية التغطية في عرض و تقديم مختلف الجوانب الحقيقية، بمعنى أنه من الممكن أن تقتصر بعض الصحف في تغطيتها للأخبار على ما يجري في بلاد أخرى و تسكت عما يجري فيها.

<sup>1</sup> محمد منير حجاب، مدخل إلى الصحافة، ط1، دار الفجر للنشر و التوزيع، القاهرة، مصر، 2010، ص196.

<sup>2</sup> بسام المشاقبة، أخلاقيات العمل الإعلامي، ط1، دار أسامة للنشر و التوزيع، عمان، الأردن، 2011، ص131.

<sup>3</sup> شيرين كدواني، مصداقية الإنترنت: العوامل المؤثرة و معايير التقييم، ط1، العربي للنشر و التوزيع، القاهرة، مصر، 2017، ص21، 20.

ب. مصداقيتها بالنسبة إلى صانع القرار أو مصدر الخبر :

تعني القدرة على معرفة ما يجري بالنسبة للشعب أو الجمهور أو المستهلك ، ففي الكثير من الدول يستخدم صانع القرار ما تنشره الصحف في قياس اتجاهات الجماهير او الرأي العام نحو قضايا أو مصالح أو أشخاص أو مشروعات بهدف اتخاذ القرار السليم أو الموقف الصحيح . لذا تعني المصدقية وفقا لهذا المعنى:

–التوازن في عرض الرأي و الرأي الآخر أثناء التغطية الصحفية الشاملة، و الدقة في مراجعة الصحيفة قبل نشرها، بحيث تصبح الدقة من السمات الواضحة للصحيفة.

–وضوح الأفكار و الاتجاهات في الموضوعات و القضايا و الأشخاص و الأحداث و إسناد الكلام لمصدره مع الثقة في هذا المصدر.

–محاولة التجرد من العمل لصالح جهة بعينها، و عدم تبني وجهة نظر تلك الجهة ، و عدم إغفال أو تجاهل وجهات النظر الأخرى.

–عدم إخفاء أو حجب أية معلومة عن القارئ و مراعاة الصحفي لضميره و تقديم الحقيقة وتأكيدهما من خلال إظهار الباطل.

–الأمانة و العدل في نقل الأخبار للناس و الأمانة أيضا في نقل فكر الناس و تعددية المصادر.

–ثقة القارئ في صدق ما تقوله الصحافة ، و لا يتأتى ذلك إلا بالحرية لأنه من الصعب ان يثق القارئ في صحافة غير حرة حتى لو كانت صحافة بلاده.

يتفق معظم الباحثين على أن هناك على الأقل بعدين رئيسيين للمصدقية و هما: الثقة **Trustworthiness** و الخبرة **Expertise** ، وكلاهما يساهم في مفهوم المصدقية، فالثقة هي عامل رئيسي في تقييم المصدقية ، فالشخص جدير بالثقة لكونه صادقا و حذرا في الاختيار معالجة المعلومات وإدارتها والمعلومات تكون موثوقة و يمكن الاعتماد عليها عندما تتسم بالحيادية و تكون غير متحيزة ، أما الخبرة فهي تعني المعرفة و المهارة والخبرة التي يمتلكها مصدر المعلومات و بالتالي فهي أيضا عامل مهم لأنه يرتبط ارتباطا وثيقا بتصورات المستخدم عن قدرة المصدر على توفير معلومات دقيقة

وصحيحة على حد سواء فعندما يجد الأفراد أن المصادر التي يستقون منها المعلومات لديها خبرة فمن المرجح أن يتم اعتبار تلك المعلومات جديرة بالثقة.<sup>1</sup>

يتميز **Fogg** بين ثلاث مكونات للمصداقية في جميع أنواع مواقع الإنترنت و هي المصداقية المرتبطة بالإدارة **Operator Based Credibility**، والمصداقية المرتبطة بالتصميم **Desing based Credibility**، والمصداقية المرتبطة بالمحتوى **Content based Credibility**، وتمكن المصداقية المرتبطة بالإدارة داخل المنظمة التي تملك الموقع الإلكتروني، بينما تتألف المصداقية المرتبطة بالمحتوى من العناصر المكتوبة في الموقع، فضال عن كيفية عمل الموقع، وتستند المصداقية المرتبطة بالتصميم على المظهر أو العلامات التجارية التي يصنعها مصممو الموقع.<sup>2</sup> و تلخص دراسة لنادين واثن **Nadine Waten** و **Jakline Berkel** بعض المتغيرات المرتبطة بالمصدر، الرسالة، المتلقي، الوسيلة، و المحتوى، كل هذه العناصر و المتغيرات تؤثر على مصداقية وسائل الاعلام بشكل عام و الصحافة الإلكترونية على وجه الخصوص.<sup>3</sup> و هذا ما يوضحه الجدول التالي:

<sup>1</sup>Brian Hilligoss, Soo Young Rieh, "Developing A unifying Framework Of Credibility Assessment: Construct, Heuristics, and Interaction in Context", Information Processing and Management, N°44, USA,2008, p1468,1969,Availableat:[https://deepblue.lib.umich.edu/bitstream/handle/2027.42/106422/Hilligoss\\_Rieh\\_IPM2008%20Developing%20a%20unifying.pdf?sequence=1](https://deepblue.lib.umich.edu/bitstream/handle/2027.42/106422/Hilligoss_Rieh_IPM2008%20Developing%20a%20unifying.pdf?sequence=1) , Retrieved:15/15/16/2017.

<sup>2</sup> ريهام الحبيبي، "مصداقية المضامين الدينية الاسلامية في وسائل الاعلام الجديدة لدى الجمهور المصري دراسة مقارنة"، رسالة دكتوراه، تخصص صحافة، جامعة المنصورة، كلية الآداب، مصر، ص115.

<sup>3</sup>Nadine C. Wathen, Jacquelyn Burkell, "Believe It or Not: Factors Influencing Credibility on the Web", Journal of The American Society for Information Science and Technology, Vol.53, No°2,London ,2002,p136, Available at : <https://pdfs.semanticscholar.org/628f/eb631f6e9522730e01a3cb57f38a71b0d85f.pdf> , Retrieved at: 04/09/2018.

الجدول رقم (16): يمثل المتغيرات التي تؤثر على المصدقية في وسائل الإعلام

المصدر	المتلقي	الرسالة	الوسيلة	السياق
الخبرة/المعرفة	صلته بالمرسل	المحتوى/ صلاحيته/ التناسق	التنظيم	التشويش
الموثوقية	الدافع (الحاجة للمعلومات)	منطقية الحجج	سهولة الاستخدام	وقت تلقي الرسالة
الاعتمادية	المعرفة المسبقة عن القضية	التدعيم بالبيانات والأمثلة	العرض	
الجاذبية	المشاركة في القضية	التأطير	الحيوية	
التشابه في معتقدات مع المتلقي	القيم/المعتقدات/ الموقف	التكرار/الألفة		
الإعجاب/النوايا الحسنة	الصور النمطية عن المصدر أو الموضوع	الموقع الاجتماعي		

**المصدر:** Nadine C. Wathen, Jacquelyn Burkell, “ Believe It or Not: (Factors Influencing Credibility on the Web”, p 136

تعتمد الدراسات المتعلقة بمصدقية المعلومات المتداولة عبر شبكة الإنترنت بما فيها المعلومات التي تنشرها الصحف الإلكترونية، على التمييز التقليدي بين مصداقية المصدر، و مصداقية الرسالة و الوسيلة و التي اعتبرت أن الصحف الإلكترونية ذات المصدقية هي كل صحيفة تحمل مجموعة من المميزات والخصائص تمكنها من اقناع المستخدم بموثوقية معلوماتها، و هي أن تكون متميزة بالدرجة الأولى بالخبرة، الثقة، والديناميكية . و في ذات السياق أجرت كل من الباحثتين نادين واثن **Nadine Waten** و جاكلين بركل **Jakline Berkel** دراسة حول مصداقية المعلومات في شبكة الإنترنت و التي خلصت لما يلي :

أ. مصداقية المصدر:

أظهرت الدراسات المتعلقة بالمصدقية في البيئة الإلكترونية أنه من الممكن أن تكون مصداقية المعلومات بها متفاوتة فقد تكون منخفضة أو عالية ، و يمكن تقسيم مكونات مصداقية المصدر في بيئة الويب على وجه التحديد إلى:

- **عنصر الخبرة:** و الذي يظهر من خلال شمولية و دقة المعلومات الموجودة في موقع الإلكتروني ، إضافة إلى احترافيته و مهنتيه و أن تكون الجهات الراعية للموقع جديرة بالتصديق و الثقة .
- **عنصر الثقة :** ترتبط بالثقة بسلامة الموقع الإلكتروني و نزاهته و هذا ما يكون موضح في بيانات سياستها ، و استخدام الدعاية ، الاحتراف ، و سمعة المؤلف او مؤسس الموقع .
- **عنصر الديناميكية :** و المقصود به كيفية إضفاء جانب الترفيه في الموقع ، و الذي ينعكس في شكل و طريقة تصميمه و استخدامه لرسومات الملونة ، أو المحتويات المثيرة للاهتمام ، أو ميزات تفاعلية ما قد يضفي على الموقع نوع من الحيوية ، الجاذبية والديناميكية.<sup>1</sup>

### ب. مصداقية الرسالة:

تتعلق مصداقية الرسالة بمصداقية بنوع المصدر الذي تم استقاء المعلومة منه ، لذا فتقييم مصداقية الرسالة قد تختلف تبعا لاختلاف مصدرها و لهذا السبب تم وضع تصور من قبل الباحثين يمكن من تقييمها وفق تقسيمها لمجموعة من العناصر وهي بناء الرسالة في الموقع ، مضمون الرسالة و جودته، اللغة و التي أظهر الدراسات بأن لها تأثير كبير على كفاءة أو ثقة المتلقي في الرسائل المنشورة في البيئة الإلكترونية، و أخيرا عنصر الإرسال أو الإبلاغ بهذا المحتوى.<sup>2</sup>

### ج . مصداقية الوسيلة:

تعني مصداقية الوسيلة قابلية الوسيلة الاتصالية للتصديق استنادا إلى الثقة بها، و التي تنبع من خصائص الوسيلة نفسها، و من الصورة الذهنية المتكونة لها في نفوس الجمهور ، و مما يزيد مصداقية الوسيلة استخدام خصائصها في الاتصال بالجمهور ، فلكل وسيلة خصائصها التي تميزها عن الأخرى

<sup>1</sup>Andrew J. Flanagin and Miriam J. Metzger, “**Digital Media and Youth: Unparalleled Opportunity and Unprecedented Responsibility**”, Series on Digital Media and Learning, Massachusetts Institute of Technology, Cambridge, USA, ,2008,p 8,9.Available at :<https://www.issueLab.org/resources/835/835.pdf> ,Retrieved at: 12/02/2019.

<sup>2</sup>Andrew J. Flanagin and Miriam J. Metzger,” **The Role of Site Features, User Attributes, and Information Verification Behaviors on the Perceived Credibility of Web-based Information**”, New Media and Society, Vol 09,N°02, Los Angeles , USA,2007,p322. Available at [https://pdfs.semanticscholar.org/d581/a7391d5435659c11d0d0592de377a47281ca.pdf?\\_ga=2.239535171.1142104602.1551372090-1820834698.1536140979](https://pdfs.semanticscholar.org/d581/a7391d5435659c11d0d0592de377a47281ca.pdf?_ga=2.239535171.1142104602.1551372090-1820834698.1536140979) ,Retrieved at: 12/02/2019.



و حسن استغلالها لهذه الخصائص يكسبها درجة أعلى من المصدقية.<sup>1</sup> فمصدقية الوسيلة الإعلامية هي نتاج تراكمي للالتزامها بتحري المصدقية في ممارستها الإعلامية حتى يتشكل لديها رصيد تراهن عليه في كونها تلتزم بالمصدقية و الاتزان في الطرح و تبعد عن ممارسة الفبركة و التضليل و تشويه الحقائق.<sup>2</sup> حيث أثبتت دراسة لفلانجين آندرو Flanagin Andrew و ميريام ميتزاغر Miriam Metzger بعنوان: "تصورات حول مصداقية المعلومات في شبكة الإنترنت" بأن مستخدمي الإنترنت يثقون بالمعلومات التي تقدمها وسائل الاتصال الجماهيري كالتلفزيون أكثر من ثقتها بالمعلومات المقدمة في مواقع الإنترنت و هذا يرجعه المستخدمون محل الدراسة لكون الثقة في المعلومات يرجع إلى مدى ألفتهم بالوسيط الذي تقدم من خلاله هذه المعلومات.<sup>3</sup>

#### د. مصداقية المحرر أو القائم بالاتصال :

تشمل مصداقية المحرر أو القائم بالاتصال عدة جوانب من بينها: عدم التسرع في نشر الحقيقة، والعمل لصالح الحقيقة و ليس لصالح الحكومة أو المؤسسة الصحفية، كذلك نشر الحقائق بطريقة مباشرة و ليس بالإشارة أو التلميح، و مراعاة الأعراف و التقاليد في نشر الحقائق، و عدم المساس بالحياة الشخصية للآخرين و نشر الفضائح. بالإضافة إلى البعد عن الأخبار الكاذبة و القصص الملفقة حتى لو كانت موافقة لاتجاهات رئيس التحرير وسياسات الدولة.<sup>4</sup>

<sup>1</sup> شيرين كدواني ، مرجع سابق، ص40.

<sup>2</sup> سهام الشجري ، التحيز في تناول الإعلامي: بناء نموذج تفسيري لتحيزات وسائل الإعلام، ط1، دار حميترا للنشر والترجمة، القاهرة، مصر، 2018، ص226.

<sup>3</sup> Andrew J. Flanagin and Miriam J. Metzger, "Perceptions of Internet Information Credibility", Journalism and MassCommunication Quarterly, vol 77, no<sup>3</sup>, Los Angles ,USA ,2000, p531. Available at: <http://www.jasonmorrison.net/iakm/4006074.pdf>, Retrieved at: 15/02/2019

<sup>4</sup> بسام المشاقبة، أخلاقيات العمل الإعلامي، مرجع سابق، ص133.

كما وضع ستشويجر **Schweiger** نموذجاً للمصداقية يتكون من ستة مستويات مختلفة يمكن أن تسهم جميعاً في تفسير إدراك مصداقية وسائل الاتصال بمختلف أنواعها بما فيها الصحافة الإلكترونية مؤكداً أن المصداقية التي تعزو إلى أحد هذه المستويات تتفاعل بقوة و ترتكز بشدة على المستويات الأخرى. و هذا ما يوضحه الشكل رقم (22) و الذي يوضح المستويات التالية:<sup>1</sup>

– المستوى الأول: القائم بالاتصال (**Presenter**) بمفهومه الواسع : حيث يقوم الأفراد بتقييم مصداقية القائم بالاتصال، و الذي قد يكون مقدم نشرة إخبارية، مذيع أو صحفي .

– المستوى الثاني: مصدر الحدث **Actor-Sources**: و يقصد به قصة الخبرة للحدث، أو تصريحات المسؤولين و شهود العيان.

– المستوى الثالث: وحدة تحرير الأخبار **Editorial Units**: و يقصد بها أي برنامج تلفزيوني، أو مقال صحفي بالجريدة أو أي موقع إعلامي من مواقع الإنترنت، فقد يدرك الفرد أن مضمون القصة الخبرية يفقد المصداقية على الرغم من إدراكه ان القائم بالاتصال عالي المصداقية.

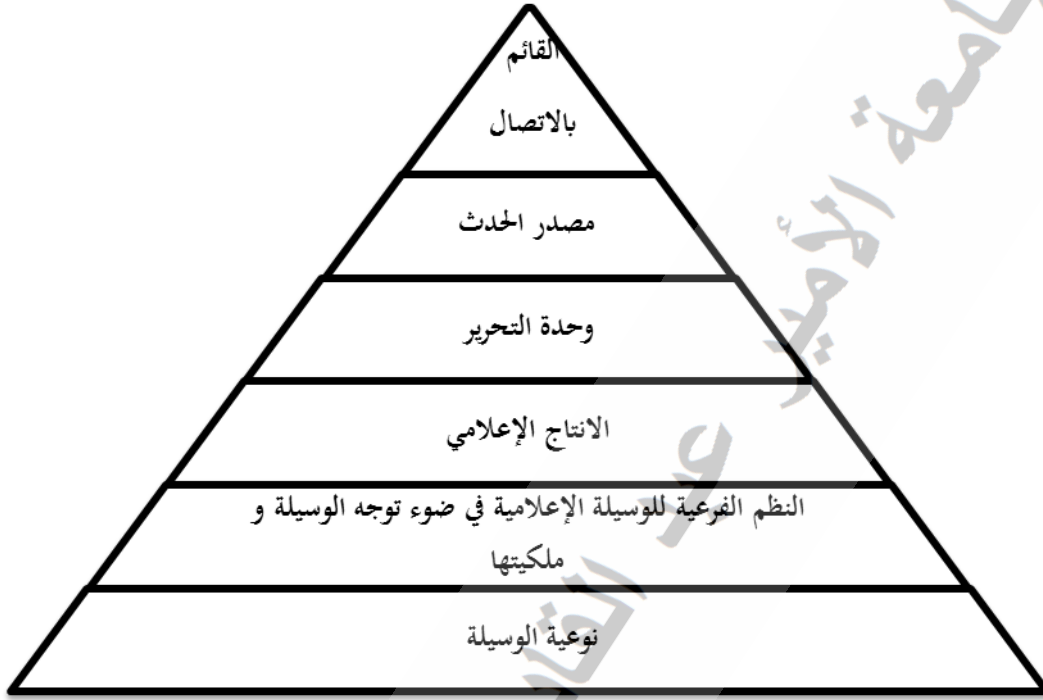
– المستوى الرابع: المنتج الإعلامي **Media Product**: و يقصد بع الشبكة التلفزيونية، وفي الصحف، و مواقع الإنترنت حيث يمس الأفراد إلى تصديق القنوات و المواقع و الصحف الأكثر شهرة بين الأفراد.

– المستوى الخامس: الإنتاج الإعلامي المحدد **Single Media Product**: و المقصود به النظم الفرعية للوسيلة الإعلامية **Subsystem of a Media Type**، و هي تتوافق في المضمون والنظام المؤسسي مع النظم الرئيسية مثل الصحف الحكومية و الخاصة و غيرها و هو ما يرتبط بتوجه الوسيلة و طبيعة ملكيتها.

– المستوى السادس: نوعية الوسيلة **Media Type**: في هذا المستوى يستطيع الفرد الحكم على مصداقية الوسيلة ككل مثل الصحف، التلفزيون، و مواقع الإنترنت.

<sup>1</sup>Wolfgang Schweige, ” Media Credibility Experience or Image? A Survey on the Credibility of the World Wide Web in Germany in Comparison to Other Media”, European journal of communication ,Vol 15,N°1,United Kingdom,2000, p39,40.Available at: <https://pdfs.semanticscholar.org/1997/627532927a5b2d4a6603546b5d5286291db4.pdf> ,Retrieved at: 15/02/2019.

الشكل رقم (22): يمثل نموذج ستشويجر Schweiger للمصادقية



المصدر: (Wolfgang Schweige, "Media Credibility Experience or Image? A Survey on the Credibility of the World Wide Web in Germany (in Comparison to Other Media", p39

## 2. الموضوعية و النزاهة Objectivity & Integrity:

تطور مفهوم الموضوعية في الصحافة منذ قرن تقريبا كرد فعل على التغطية الصحفية التي تهدف إلى الإثارة بدافع الأهواء و الآراء الشخصية، و هي طريقة التغطية التي كانت شائعة في معظم صحف تلك الأيام، واستخدم تعبير "الموضوعية" أصلا لوصف نهج أو أسلوب صحفي، بحيث يسعى الصحفيون إلى تقديم الأخبار بطريقة موضوعية لا تعكس تحيز الصحفي نفسه أو المؤسسة التي تملك وسيلة الإعلام. و مع مرور الوقت أصبحت الموضوعية صفة مطلوبة من الصحفيين أنفسهم. و قد أخذ المحرر التنفيذي لصحيفة الواشنطن بوست Washington Post الأمريكية، ليونارد داون

**Dawn Leonard**، هذا المفهوم مأخذ الجد التام حتى أنه رفض تسجيل اسمه للتصويت في الانتخابات غير أن صحفيين كثيرين يقرون الآن بأن الموضوعية التامة مستحيلة.<sup>1</sup>

إن تحديد مفهوم واضح للموضوعية جعل الكثير من الباحثين و المتخصصين في المجال الإعلامي يحاولون استخراج مجموعة من المعايير المتعلقة بموضوعية الصحفي من عدمها لبناء تعريف شامل للموضوعية. إذ ارتبط المفهوم الذي يرتبط بالحيادية في نقل المعلومات ، و تقديم فرصة لكافة الاطراف باختلاف آرائهم ووجهات نظرهم بالظهور في وسائل الإعلام مما يخلق توازنا في الطرح. فلغاية اليوم ظل هذا المفهوم يثار في إشكاليات الملتقيات و الندوات العلمية و التي تهدف في مجملها للمس أبعاد هذا المفهوم.

بسبب ذلك أسقطت الجمعية الأميركية للصحفيين المحترفين في العام 1996 كلمة "موضوعية" من مدونة مبادئ السلوك الخاصة به. فالصحفيون بشر مثلهم مثل غيرهم، و هم يهتمون بعملهم و لهم آراؤهم، و الإدعاء بأنهم موضوعيون كليا يوهي بعد موجود قيم لديهم. و قد اتفق الصحفيون، عوضا عن ذلك، على أنه ينبغي عليهم أن يكونوا واعين لآرائهم الشخصية لكي يتمكنوا من ضبطها و ضمان عدم تأثيرها على ما يكتبونه. و ينبغي ألا يتمكن الجمهور من معرفة رأي الصحفي من خلال تقريره الإخباري. و بوسع الصحفيين، عن طريق استخدام منهج موضوعي و علمي للتحقق من المعلومات، تقديم تقارير إخبارية لا تعكس وجهات نظرهم الشخصية. و بمعنى آخر، يتعين أن يكون التقرير الإخباري نفسه غير متحيز و نزيها.<sup>2</sup>

حاول الأكاديمي دينيس ماكويل **Denis McQuail** في الطبعة السادسة من كتابه "نظريات الإعلام" التطرق لهذا الموضوع و المتعلق بالتضارب في وضع مفهوم محدد للموضوعية الصحفية، حيث ذكر في كتابه أن تحقيق الموضوعية الكاملة أمر غير ممكن في التغطية الصحفية، لأن الصحفي يتحرك وفقا لقيم مؤسسية تصوغها الجهة التي يعمل بها، و هذه القيم تحدد اختياراته للأحداث التي سوف يغطيها، و هو ما يحمله في جوهره انحيازات، فهو يقدم معلومات عن حدث أكثر من حدث آخر و في الأخير قدم ماكويل للصحفي ثلاثة نصائح تساعد على التقليل من انحيازاته و هي أولا أن يتبنى موقف

<sup>1</sup> ديورا بوترا، مرجع سابق، ص 09.

<sup>2</sup> المرجع نفسه، ص 10، 09.

محايد من موضوع التغطية، ثانياً بذل كافة الجهود لتفادي الإنحياز بطرف دون آخر، و ثالثاً الإلتزام الصارم بالدقة في نقل المعلومات.<sup>1</sup>

ظهرت الموضوعية كمفهوم في الإعلام الغربي كرد فعل على التحيز و تشويه الحقائق بالحذف أوالإضافة التي هي من السمات التي تخالف الموضوعية،و قد حدد الباحث سيغال ليون **Leon Sigal** بعض النقاط التي يرى الإلتزام بها يحقق معنى الموضوعية و هي: تقديم الأنباء في حياد تام، تقديم الأنباء الصادقة، فصل الأنباء عن الآراء، ذكر مصادر الأنباء بوضوح و أخيراً عرض وجهات النظر المختلفة في حال وجود آراء متباينة حول موضوع الخبر، مع أهمية ذكر مصادرها.<sup>2</sup> و بالتالي فالموضوعية هي من أهم شروط التغطية الإخبارية الجيدة و إحدى القيم المهنية للعاملين في الصحافة وقد استخدمت مفردة "الموضوعية" كثيراً في الإعلام و معنى الخبر و عدها البعض في المرتبة الثانية على قائمة أهم قضايا الإعلام في العالم بعد حرية الصحافة ، كما أنها تمثل احد أهم المعايير العالمية في تصنيف وسائل الإعلام الجيدة.<sup>3</sup>

ترتكز الموضوعية حسب **بيفرلي هليز Beverly Hills** على مفهومين هما التجرد و يعني الحياد و التوازن ، و الآخر الارتكاز على الحقائق التي تعني الاستناد إلى الصدق و طريقة اختيار الأخبار الأكثر ارتباطاً بالجمهور، و على هذا الأساس فإن الكثير من الممارسات تتناقض مع مفهوم الموضوعية و منها تحريف المعنى من خلال اختيار بعض التفاصيل التي رغم كونها حقيقة إلا أنها تذكر بسبب ما تقدمه من دعم أو رفض لوجهة نظر معينة ،التحيز اللغوي و الأخطاء اللغوية كاستخدام مفردات غير ملائمة أو استخدام لغة متحيزة كاستخدام مفردات مثل "زعم" بدل "قال أو صرح " أو "أكد" و تقديم الآراء على أنها حقائق و العناوين المضللة أو الصور المتحيزة أو التركيز على الجوانب السلبية فقط.<sup>4</sup> كما أكدت دراسة للباحث السويدي **ويستر ستاهل Wester Stahl** حول الموضوعية بأن الموضوعية يجب أن تتعامل مع القيم وكذلك مع الحقائق وأن هذه الحقائق لها أيضاً تأثيرات تقييمية، و هذا ما يوضحه الشكل رقم (23) و الذي يوضح مكونات و عناصر الموضوعية :

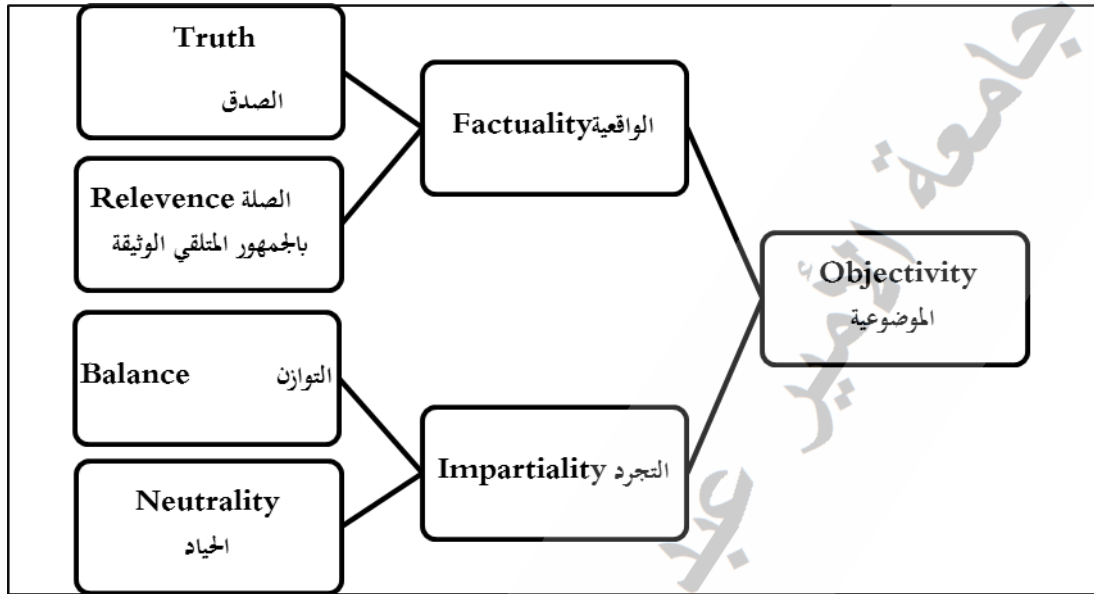
<sup>1</sup> نحى عاطف ،الإعلام الشعبي بين إعلام الدولة و دولة الإعلام، ط1، العربي للنشر و التوزيع ،القاهرة، مصر، 2016، ص38.

<sup>2</sup> عبد الكريم الدبسي، مرجع سابق، ص94،

<sup>3</sup> علي حجازي ابراهيم ،آليات صناعة الإعلام، ط1، المعتر للنشر و التوزيع، عمان ،الأردن، 2017، ص67.

<sup>4</sup> المرجع نفسه، ص68.

الشكل رقم (23): يوضح مكونات الموضوعية حسب ويستر ستاهل Wester Stahl



المصدر: (McQuail, Denis, Mass Communication Theory, p202)

يوضح المخطط المبين في الشكل السابق رقم (23) بأن الباحث ستاهل ويستر **Wester Stahl** قد قسم الموضوعية إلى قسمين رئيسيين هما: أولاً التجرد **Impartiality** والذي ينقسم بدوره إلى قسمان هما الحياد **Neutrality**، و التوازن **Balance** ، و ثانياً الواقعية **Factuality**، والذي ينقسم إلى الصدق **Truth** و الصلة الوثيقة بالجمهور **Relevance**.

أ. التجرد:

يرى ستاهل **Stahl** بأنه يمكن لوسائل الإعلام تحقيق التجرد من خلال مزيج من التوازن و الذي يعني أن تكون المعلومات المقدمة متوازنة وعادلة (غير متحيزة) ، وتبلغ عن وجهات نظر وتفسيرات بديلة بطريقة غير مثيرة، وغير متحيزة ، بقدر الإمكان. أما ويستلي **Westley** فيذهب إلى أن الموضوعية الصحفية تتحقق من خلال عدد من المعايير و التي تذكر منها:<sup>1</sup>

- التوازن : و يقصد به الحرص على إيراد كافة الآراء المتعارضة في الموضوع الذي يتم تناوله.

<sup>1</sup> محمد حسام الدين ، مرجع سابق، ص128.

- الإسناد : و يعني نسب كل رأي أو معلومة في الموضوع الصحفي الخبري (قصة خبرية، تقرير، خبر) إلى مصدرها
- فصل الخبر عن الرأي : يستوجب على المحرر عدم الخلط بين رأيه الخاص و الخبر مع الحرص على إعطاء معلومات خلفية توضح الحدث.

### ب. الواقعية :

يمكن تحقيق جودة المعلومات المقدمة و موضوعيتها عن طريق توفير التغطية الشاملة للأخبار ذات الصلة ومعلومات أساسية حول الأحداث ، كما يجب أن تكون المعلومات موضوعية بمعنى كونها واقعية في الشكل ، ودقيقة ، وصادقة وكاملة بشكل كامل وصحي للواقع ، ويمكن الاعتماد عليها بمعنى كونها قابلة للفحص وفصل الحقيقة عن الرأي.<sup>1</sup> حيث تشير الواقعية حسب ستاهل Stahl إلى شكل من أشكال التقارير التي تتعامل مع الأحداث والبيانات التي يمكن التحقق من موثوقية مصادرها و يرى بأنها تنطوي على عدة معايير جانب منها يتعلق بالصدق والدقة ، و عدم نشر معلومات مضللة والجانب الثاني للواقعية و هو الصلة الوثيقة بين الوسيلة الاعلامية و جمهورها ، و هذا يتعلق بنجاعة اختيار الرسائل الاعلامية التي تبثها وفقا لمجموعة من المعايير التي تلبى احتياجات الجمهور المعرفية والنفسية و غيرها ، إضافة إلى استخدام قوالب عرض جذابة و هو ما يجعل الخبر يستكمل أسس الموضوعية .

### 3. السرعة و الدقة Speed and accuracy :

تشمل "الدقة" كل كلمة، أو عبارة في القصة الخبرية، و الدقة هي الخطيئة رقم واحد ، و يمكن التعامل معها من قبل الصحفيين بالرجوع الدائم للمصادر، و المراجع، و القواميس، و دوائر المعارف ومن الأسباب التي تؤدي إلى عدم الدقة كما يوضح نيوزوم Newsom ضغوط توقيت صدور الصحيفة وعدم وجود إمام كافٍ لدى المندوبين بخلفية القصة الخبرية أخذ المعلومات من مصادر مضللة والاعتماد على مصدر واحد للمعلومات.<sup>2</sup> و يعتبر الالتزام بالدقة المعيار الأول الذي يتم استخدامه لتقييم أي

<sup>1</sup>McQuail, Denis, *Mass Communication Theory*, 6<sup>th</sup> edition, Sage Publications London, England, 1983, p201.

<sup>2</sup> ابراهيم حسنين ، أخلاقيات الإعلام و قوانينه، ط1، مؤسسة طيبة للنشر و التوزيع، القاهرة، مصر، 2015، ص48.

مضمون صحفي، لكونها تشكل النظام الأساسي الذي تبنى عليه كل المعايير الأخرى لهذا نجد ان قواعد السلوك المهني تعزز من أولوية تحري الصحفيين لدقة المعلومات و التأكد من موثوقيتها من مصادرها الأصلية قبل نشرها، فالخطأ الصغير له أثر كبير، و قد يسري، و يتضخم، و يتعذر تصحيحه، فالدقة تعني أن تعود في الرسالة لأكثر من مصدر للتأكد من حقيقة المعلومات التي تحتويها . لذا فالتحدي الذي يواجهه الصحفيين عبر الإنترنت هو تحقيق التوازن بين المهنية و مراعاة مبادئ المهنة من الإنصاف والكمال والتوازن والدقة. و بين رغبات جمهور للحصول على تقارير إخبارية فورية وتحديثها بشكل مستمر و هو ما يؤثر على توقعات السرعة و بين التزام قيمة الدقة .

تعتبر الدقة في نشر الأخبار عبر شبكة الواب من الأمور البالغة الأهمية ، و هي عامل مكمل للصدق ، فقد يكون الخبر صحيحا ، و لكن لا تراعى في نشره الطريقة التي تحفظ عليه صدقه و صحته و يكون من نتيجة ذلك بطبيعة الحال إما سوء الفهم أو ان يفقد الخبر قيمته عند النشر . حيث تعتبر الدقة حاليا مطلبا أساسيا لرجال الإعلام ، نظرا لكونها أصبحت صعبة التحقيق ، ذلك لأن المحرر الذي يجري وراء الخبر له شخصيته و أفكاره ، و هذا بطبيعته يؤثر على مدى دقة الخبر ، ثم هناك من يكتب الخبر و يحرره ، و هناك من يراجعه ، و من يترجمه و كل فرد من هؤلاء له تأثيره في عملية تدقيق الخبر ، لذا فكل هذه العوامل تجعل عنصر الدقة في الأخبار الإعلامية في العصر الحديث غير متوفر.<sup>1</sup>

يرى **دافيد كرايغ David Craig** بأن التحديات التي صاحبت "الدقة" في محاولة مواكبة السرعة التي كان جمهور التلفزيون يطالبه بها في تناوله الأحداث، انتقلت إلى صحافة الويب لذا فالصحفي أو المحرر سيكون لديه أخطاء ، و هذا ما يوجبه بإصلاحها بأفضل و أسرع ما يمكن لأن متصفح هذه الصحف لا يتسامح مطلقا مع الأخطاء خاصة المستمرة بشكل يومي. كما يرجع **كرايغ Craig** تحديات التزام الدقة من قبل محرري الصحف الإلكترونية لتأثير القيود الزمنية التي ترتبط بالضغوط التنافسية بين المؤسسات الإعلامية.<sup>2</sup>

يعد الحصول على الخبر الصحفي و الأفراد به في حد ذاته سبقا صحفيا إلا أنه في الكثير من الأحيان، و في سبيل ضمان سرعة الانتشار، قد تغيب الدقة و الموضوعية عن الخبر المنشور عبر الإنترنت لعدم التدقيق في صحة المصدر، أو ثقة الصحفي المتناهية فيه . و هذا ما يؤدي إلى أزمة ثقة مع جمهور

<sup>1</sup> مُجَّد منير حجاب، مرجع سابق، ص201.

<sup>2</sup>David A. Craig, ,OP.cit ,p39.



الصحيفة الإلكترونية الذي قد تتاح له فرصة التحقق من مصداقية المعلومات التي تصله عبر الإنترنت وذلك من خلال التقاطعات التي يبنها بين المواد الإعلامية في المواقع الإلكترونية حول الخبر نفسه المتصل بالسبق الصحفي. من جهة أخرى، غالباً ما تستند المواد الإعلامية المحررة في الصحف الإلكترونية إلى مصادر مواقع وكالات الأنباء على الإنترنت أو الصحف الورقية أو الإلكترونية الأخرى، دون ذكر المصدر، مما يطرح إشكاليات حول معيار الأمانة الصحفية و أخلاقيات العمل الصحفي، ومصداقيته، ويكون سبباً في اهتزاز ثقة الجمهور في الوسيلة الإعلامية.<sup>1</sup> لذا يجب على الصحف الإلكترونية أن تعتمد على مصادر موثوقة، مدعومة بأدلة قوية، تم فحصها واختبارها، واضحة ولا لبس فيها، كما يجب أن تشكل الحقائق و المعلومات التي تم التحقق منها أساساً لجميع الأخبار، وليس الشائعات والمضاربة. إذا فالدقة تأتي قبل السرعة لذا يتوجب على المحرر في الصحف الإلكترونية أن يكون واثقاً من مصادره أولاً و قبل نشره ما يملكه من معلومات.

إن الذين يثقون بما تنشره صحيفة الإلكترونية ما سيكونون مستعدين لانتظار الإصدار الخاص بها كما قد تصل بهم إلى درجة استخدام تغطيتها للأحداث للتحقق مما إذا كان العنصر الذي أعده منافس على عجل قد يكون موثقاً و حقيقياً أو العكس. فالحذر مطلوب بشكل خاص إذا كان الموضوع مثير للجدل و في مثل هذه الحالات، قد يؤدي التسرع الشديد إلى ضرر دائم للصحيفة الإلكترونية، لذا فمعظم المحررين يتطلبون التأكد من صحة المعلومات من خلال مصدرين موثوقين على الأقل.<sup>2</sup>

#### 4. التفاعلية Interactivity:

يرى البعض من المختصين و الدارسين في مجال الإعلام الجديد بأنه يمكن إضافة التفاعلية إلى قائمة قيم الصحافة الإلكترونية الأساسية، و هي تتحدد جزئياً من خلال الجوانب التقنية للوسيلة، و من مدى توفرها، و الأهم من ذلك ترتبط بالتغيرات في مستوى فهمنا للنص و في البنية التراتبية لمجتمع

<sup>1</sup> المعز بن مسعود، مرجع سابق، ص 05.

<sup>2</sup>David Brewer, "Accuracy is essential in all journalism", Media Helping Media, Last Updated: 15 January 2016, Available at: <http://www.mediahelpingmedia.org/training-resources/editorial-ethics/237-the-importance-of-accuracy-in-journalism>, Retrieved at: 04/09/2018

الأخبار، فعند استخدام نصا تفاعليا أو العناصر و المعلومات المتصلة بروابط فإن العلاقة بين القارئ والمؤلف تشهد تحولا يعكس فهمنا التقليدي لعملية إنشاء المعنى و يعيد تشكيل القيم التي تحدده<sup>1</sup>.

يقول جيم هول **Jim Hall** في كتابه "الصحفي الإلكتروني"، أنه في عصر الويب ، يمكن إضافة التفاعلية إلى الحياد والموضوعية والحقيقة كقيمة أساسية للصحافة". حيث تقوم التفاعلية على أساسين هما: التواصل والتحكم. فيقصد بالتواصل التفاعل السماح للمستخدمين بالاتصال بالقائمين على الموقع الصحفي و مع المحررين و كذلك مع غيرهم من المتصفحين. أما التحكم فيقصد في كيفية تحكم الصحفي في المستخدمين ، كأن يجعل المحتوى قابلا للتنزيل ، أو وضع إشارة مرجعية عليه ، أو السماح بمشاركته على صفحات الشبكات الاجتماعية الخاصة بهم ، و السماح لهم بالاشتراك في البريد الإلكتروني أو تحديثات **RSS**. و هذا ما يعني وجوب وضع المحتوى الصحفي في المواقع التي يتواجد بها المستخدم كمشاركتها في **YouTube** و **Twitter** و **Facebook** و **iTunes** و **Flickr** مع الاستعانة برابط المحتوى على الصحيفة فبمجرد نقر المستخدم عليه يعود إلى موقع الصحيفة الإلكترونية.<sup>2</sup>

و يرى ستبور **Steuer** بأن التفاعلية تعني المدى الذي يمكن فيه للمستخدمين المشاركة في تعديل أو تغيير شكل و مضمون الرسالة الاتصالية و في نفس الوقت ،ركز ستبور في هذا التعريف على "المشاركة التزامنية **Real-Time Participation** على الرغم من أن هناك تفاعلية غير تزامنية والتي تحدث في حالة التفاعل بواسطة البريد الإلكتروني.<sup>3</sup> إن الفهم الواسع لتعريف ستبور **Steuer** قد يوحي بأن كل المواد النصية ، و خصوصا الأجناس الصحفية يمكن وفق فهم ما هي "التفاعلية" ،فقلة من القراء يتابعون في تقدم خطي جامد لمحتوى الصحف الإلكترونية .

<sup>1</sup> سؤدد فؤاد ،أيدولوجيا صحافة الإنترنت، ط1، دار أسامة للنشر و التوزيع،عمان،الأردن،2012، ص 54،53.

<sup>2</sup>Paul Bradshaw, LiisaRohumaa, **The Online Journalism Handbook: Skills to Survive and Thrive in the Digital Age**,1<sup>st</sup> edition, Taylor&Francis,New Yourk,USA,2011,p120,123.

<sup>3</sup> عبد الباسط شاهين،التفاعلية على مواقع الصحف الإلكترونية،ط1، دار العلوم للنشر و التوزيع،القاهرة،مصر،2014،ص129.

## المبحث الثاني: الضوابط المهنية، الأخلاقية و القانونية للصحافة الإلكترونية:

نتج عن الديناميكية المستمرة التي تشهدها البيئة الإعلامية الإلكترونية و التي تتميز بالتجديد في التقنيات و الوسائل المتعلقة بنشر المعلومات أو باستقبالها، إلى صعوبة وضع ضوابط و معايير مهنية محدد تحكم العمل الإعلامي في هذه البيئة الإعلامية الجديدة و محاولة صياغة أية مواثيق شرف إعلامية لهذه البيئة نظرا إلى كون المعيار الذي يمكن تطبيقه اليوم قد لا يكون صالحا لأن يطبق غدا . كما أن الفضاء المعلوماتي الذي أتاح التواجد الدائم للجماهير التي أصبحت تتسم بالتفاعل مع المواد و الغت طابع الجمود الذي كانت تتسم به من قبل مع الوسائل الإعلامية التقليدية ،خلق أيضا تحديا مهنيا بالنسبة للإعلاميين الممتهين لهذه الوسائل الجديدة كالصحافة الإلكترونية ،فيما تعلق بما ينتجه المستخدمين و بين ما هو حق عام وحق خاص.

تعتبر إذن أخلاقيات العمل الإعلامي جد متباينة في البيئة الإعلامية الإلكترونية عنها في البيئة الإعلامية التقليدية فهذه البيئة تطرح منظومة جديدة من العمل الإعلامي، لم يتم التأطير لها من قبل، في وقت يجتهد فيه الإعلاميون لاستكشاف سبل مواجهة المواقف و الحالات الأخلاقية التي يتعرضون لها و من ثم فتمت حاجة لمرشد و ميثاق و موجه أخلاقي، يساعد هؤلاء الإعلاميين على الالتزام بالضوابط و الواجبات الأخلاقية المتعارف عليها، و تلك التي تطرحها هذه البيئة، و كذلك لاستكشاف طبيعة الاختلاف بين البيئة التقليدية و الإلكترونية.

تأخذ الكثير من الواجبات و الإلتزامات الأخلاقية السائدة في البيئة الإعلامية التقليدية على سبيل المثال منحى آخر في البيئة الإعلامية الإلكترونية، كضرورة الفصل بين الإعلان و المادة التحريرية، و من ثم فإن فمطالبة الإعلاميين في البيئة الإعلامية الإلكترونية بتحري ذات الضوابط المتبعة من قبل الإعلاميين في البيئة التقليدية، يعد تزايدا من جهة، و مغالاة في المطالبة بالالتزام الواجبات الإعلامية الأخلاقية من جهة ثانية، و عدم فهم مناخ و طبيعة العمل الإعلامي في البيئة الإعلامية الإلكترونية من جهة ثالثة حيث تطرح مثل هذه العلاقة في سياق جديد و بأبعاد مختلفة.<sup>1</sup>

أدى تباين في وجهات النظر الباحثين حول دور القوانين و الأخلاق في تنظيم العمل الإعلامي في البيئة الإلكترونية إلى مطالبة البعض بوضع قوانين ملزمة، لضبط آليات العمل الإعلامي في البيئة

<sup>1</sup> المرجع نفسه، ص 497.

الإلكترونية، يجذب البعض الآخر إرساء موثيق و مبادئ أخلاقية، لضبط آليات هذا العمل، حيث يصعب التوصل إلى قوانين محددة تضبط آليات العمل الإعلامي الإلكتروني، مع تعدد التشريعات الوطنية، وعالمية البيئة الرقمية، بيد إنه يمكن التوصل إلى معايير أخلاقية عالمية، يمكن أن توجه و ترشد هذا العمل، لكن حتى الآن لم يتم الاتفاق على طبيعة هذه المعايير الأخلاقية، و مبادئها الأساسية.<sup>1</sup>

استطاعت صحافة الإنترنت ومنذ ظهورها الذي ترافق مع شيوع وانتشار الإنترنت لكن وعلى الرغم من الإيجابيات الكثيرة التي جاءت بها هذه النوعية من الصحف إلا أنها فرضت في الوقت نفسه العديد من التحديات التي في مقدمتها قضية التزام الأشخاص الذين يحررون أو يكتبون فيها بالقواعد الأخلاقية و القانونية التي تتطلبها أصول العمل الصحفي كما هو الحال مع الصحافة التقليدية. انطلقت صحافة الإنترنت وانتشرت من دون ضوابط أخلاقية أو أطر قانونية تنظم عملها و تحكم و تحدد و توجه السلوك الصحفي للعاملين فيها الأمر الذي أفرز الكثير من الأخطاء و السلبيات المتعددة الأوجه.<sup>2</sup>

ترتبط مهنية وسائل الإعلام - بالرغم من اختلاف الفلسفات الإعلامية و سياساتها التحريرية - بمدى إلزامها بمجموعة من المبادئ و المعايير المهنية قبل و بعد نشر المادة الإعلامية . و بالرغم من عدم وجود اتفاق في تحديد معايير محددة للمهنة إلا أن الدارسين و الباحثين في المجال الإعلامي قاموا بوضع و شرح مجموعة من المبادئ التي يستوجب على القائم بالاتصال التحلي بها انطلاقاً من موثيق الشرف المهنية و من القوانين المتعلقة بالصحافة. من جهته أثر التطور الذي تشهده الساحة الإعلامية ووسائل الإعلام على غرار الصحافة الإلكترونية لإثارة مجموعة من النقاشات حول هل هذا النوع الجديد من الممارسات الإعلامية على الخط سيقضي على الصحافة المطبوعة ؟ وهل الصحافة الإلكترونية مستوفية لشروط العمل الصحفي ومعاييرها؟.

تتسم صحافة الإنترنت بالحماسة وحدة المواجهة لكن أسلوبها واستمرار دورها الاخبارية على مدار الساعة يطرحان تساؤلات حولكيفية تمكن الصحافة الإلكترونية من تقديم تقارير إخبارية تنسجم مع أعلى معايير الصحافة قاطبة ، لذا تعمل المؤسسات الصحفية التي لها دعامة على الإنترنت جاهدة لتمكن من تطبيق معايير صحفية تقليدية قديمة العهد على الإنترنت ، بالرغم من أنه ليس من السهل

<sup>1</sup> السيد بنحيت، الإنترنت كوسيلة اتصال جديدة: الجوانب الإعلامية و الصحفية و التعليمية و القانونية و الأخلاقية، ط2، دار الكتاب الجامعي، العين، الإمارات العربية المتحدة، 2010، ص479.

<sup>2</sup> حسين الفلاح، مرجع سابق، ص261.

نقل المعايير المهنية للصحافة التقليدية كالدقة و التوازن و الوضوح إلى وسيلة تقوم بالأساس على الإيصال السريع للأخبار ، و في نفس وقت حدوثها ، كما عززت تقنيات الإنترنت عمل الصحفيين من خلال تزويدهم بأساليب فعالة لسبر المعلومات بعمق أكبر و تحديد المصادر الموثوق بها من خلال تعدد الأدوات المتوفرة للصحفي، كما أنها أدخلت ثقافة مختلفة بأساسها تقوم على التفاعل المتبادل و على عدد أقل من القواعد و القيود.<sup>1</sup> ساهم هذا في بروز إتجاهين ، إتجاه يرى بأن صحافة الإنترنت لا تعتبر صحافة ، وإتجاه يرى بأنها تؤدي ذات الأدوار التي تلعبها الصحف الورقية التقليدية، و يمكن ذكر ما جاء به كل إتجاه فيما يلي:

### 1. الإتجاه الأول:

يدعم هذا الإتجاه أنصار الصحافة التقليدية، و الذي يقول بأن ما يظهر على الإنترنت هو ليس بصحافة و لا يمت لها بصلة، لجملة من الأسباب التي يعتقدون بها:

– العامل ينفي الصحافة الإلكترونية ليس لديهم الخبرة أو التدريب الكافي، و هذا ينسحب على نوع المحتوى الخبري، محتوى غير احترافي و غير محرر، و على الأغلب ذي رأي و تعتربه الكثير من جوانب القصور و الخلل و كمثل على ذلك، نجد مؤسسة **Pulitzer Prize** الأمريكية مازالت ترفض أن تنظر في الأعمال التي تقدمها الصحافة الإلكترونية و لا ترشحها للحصول على الجائزة المرموقة في مجال الصحافة.

– عدم المصداقية و هذا ناجم عن غياب التدقيق و تحري المصادر الموثوقة، بالإضافة إلى أن سرعة النشر التي تفرضها خصائص الإنترنت تدفع بالصحف الإلكترونية إلى السبق الزمني على حساب التدقيق، و هذا ما جعل البعض يطلق عليها صحافة الإشاعات أو صحافة السوق السوداء.

– غياب العمل المؤسسي الذي يقوم على أساس المعايير الخاصة بالمؤسسة **Organizational norms** و الإبتعاد عن المعايير المهنية و الفنية و الأخلاقية. في استطلاع أجرته جمعية صحافة الإنترنت **Online News association** وجدت بأن 69 % من

<sup>1</sup> عبد الأمير الفيصل، مدخل إلى صحافة الإنترنت، ط1، دار الكتاب الجامعي، العين، الإمارات العربية المتحدة، 2014، ص120.

الصحفيين الذين يعملون في الصحافة التقليدية يعتقدون بأن الصحف و المواقع الإخبارية في الإنترنت لا تتقيد بالمعايير المطبقة في الصحافة التقليدية، و أنها أقل مصداقية.<sup>1</sup>

## 2. الإتجاه الثاني:

يرى هذا الإتجاه بأن الصحافة الإلكترونية تلبى حاجة القارئ، و تؤدي ذات الهدف الذي تسعى لتحقيقه الصحافة التقليدية، و إن اختلاف الوسيلة و الإبتعاد عن بعض الخصائص و المفاهيم لا يعني فقدان هذا النوع من الصحافة لمبررات عديدة في مقدمتها:

— أن أية وسيلة جديدة تخلق و توجد لها معايير خاصة بها و ليس من الصحيح القول بأن أخلاقيات و معايير العمل الصحفي هي واحدة و لا تتغير بتغيير الوسيلة التي يستخدمها الصحفي، وإذا كان الحذر و التشكيك من قبل الصحافة التقليدية تجاه هذا النوع الجديد في بدايات ظهوره كان مبررا فإن السنوات اللاحقة تخبرنا بأن هذه النظرة قد تغيرت، و الدليل على أن الكثير من وسائل الإعلام التقليدية قد بدأت بالعمل وفق قواعد و تقاليد و معايير الصحافة الإلكترونية و أن عددا منها قد تحولت بالكامل الى هذا النوع الجديد، و إن أغلب الصحف التقليدية الكبرى تبنت التدوين رغم كونه الأكثر انتقادا من بين أنواع الصحافة الإلكترونية الأخرى .

— أن الصحافة و حيث يتميز جمهورها ذي مستوى تعليمي عالي نسبيا، تنطوي على مصداقية كبيرة لدى هذا الجمهور، بعض الباحثين توصلوا من خلال دراسة حول نظرة القراء لصحافة الإنترنت، وجدوا بأن الصحف و المجلات و المواقع الإخبارية على الإنترنت من وجهة الذين تم استطلاع رأيهم، مشابهة للصحافة التقليدية من حيث اعتماد المعايير المهنية و أن أكثر من ثلثي الذين تم استطلاعهم يثقون بها.<sup>2</sup>

انطلقت إذن صحف الإنترنت و انتشرت دون ضوابط أو تشريعات أو موثيق تحدد مسارات عملها و تلزم العاملين فيها بالأسس المهنية و الأخلاقية للعمل الصحفي، ذلك أن التشريعات و الموثيق المهنية و الأخلاقية السائدة لم تكن مهياة للتعامل مع هذا النوع من الممارسة الصحفية التي أفرزتها ثورة

<sup>1</sup> جاسم جابر، مرجع سابق، ص 395، 396.

<sup>2</sup> المرجع نفسه، ص 396

الاتصال و المعلومات ، و قد اجتهد البعض في وضع الأسس و المبادئ التي تنظم مسارات هذه الممارسة و تحد من انفلاتها<sup>1</sup>.

ما دفع جمعيات و اتحادات الصحافة في مختلف أنحاء العالم تضع قواعد أخلاقية لإرشاد و توجيه عمل أعضائها الصحفيين و يمكن للقواعد الأخلاقية أن تغطي كل شيء من انتحال أعمال الغير إلى الخصوصية و من التصحيح إلى السرية ، و بعضها موجز و مكتوب بصيغة مبهمة ، في حين أن بعضها الآخر طويل وواضح لا إبهام فيه ، حيث يقول **كلود جون بيرتران** و هو أستاذ بمعهد الصحافة الفرنسي في جامعة باريس و قد درس القواعد الأخلاقية من دول عديدة إن معظمهم يشتمل على العناصر الأساسية الثلاثة التالية: القيم الأساسية بما في ذلك احترام الحياة و التضامن الإنساني، المحظورات الأساسية بما في ذلك أن لا يكذب أو تسبب أذى غير ضروري أو تنتحل لنفسك أعمال شخص آخر، و كذلك المبادئ الصحفية بما في ذلك الدقة و النزاهة و الإستقلالية<sup>2</sup>.

### أولاً: القيم المهنية للعمل الصحفي الإلكتروني في ميثاق الشرف الإعلامية:

أدى التطور في وسائط بث المعلومات إلى خلق تحديات مهنية و أخلاقية على العاملين في القطاع الإعلامي و هذا ما جعل وضع دليل يتضمن هذه القواعد و المعايير و الأخلاقيات ، و سبل تطبيقها وكذلك الإجراءات الرادعة في حال عدم الالتزام بها ضمن ميثاق شرف إعلامية أمراً ضرورياً . فتوفر الميثاق الأخلاقي الإعلامية احساساً بالذاتية المهنية ، كما أنها تشير إلى نضج المهنة و هي تساهم في تشكيل صورة واضحة عن ممارسي المهنة و تحدد ما يتوقعه منهم المجتمع ، كما أن الميثاق الأخلاقي يساعد على تحسين مستوى الأداء المهني و تعزيز الإحساس الداخلي بالانتماء للمهنة و الحرص على كرامة الإعلامي و صورته لدى المجتمع ، كما أن غالبية الميثاق الأخلاقي الإعلامية يقوم بصياغتها الإعلاميون أنفسهم من خلال تجمعاتهم المهنية المختلفة و ذلك لتحقيق مجموعة من الأهداف أهمها تحسين نوعية المضمون الذي تقدمه وسائل الإعلام، مواجهة أزمة المصداقية، تجنب إصدار قوانين تؤثر على حرية الإعلام ، وتحسين صورة وسائل الإعلام أمام الجمهور<sup>3</sup>.

<sup>1</sup> حسين الفلاح، الإعلام التقليدي و الإعلام الجديد، مرجع سابق، ص 274.

<sup>2</sup> ديورا بوترا، مرجع سابق ، ص 58.

<sup>3</sup> مي العبد الله، مرجع سابق. ص 29، 30.

ذكر علماء الاتصال و القانون أن ميثاق الشرف الصحفي هو عبارة عن قواعد السلوك المهني وآداب مهنة الصحافة، والتي تهتم بتنظيم الجانب الأخلاقي لممارسة المهنة. كما أنها تعد بمثابة توجيهات داخلية لقرارات الصحفي في مختلف المواقف و القضايا التي يواجهها أثناء عمله المهني و تهدف إلى حماية واحد أو أكثر من الفئات التالية: القراء، الصحفيين، ملاك الصحف، وغيرهم من الفئات ذات الصلة و هذه الموثائق قد يصوغها الصحفيون باعتبارها تنظيمًا ذاتيًا لهم و أحيانًا تفرض عليهم من جهات أخرى.<sup>1</sup> و يمكن تحديد أهداف ميثاق الشرف الصحفي حسب **وليد النجار** في النقاط التالية:<sup>2</sup>

— حماية الجمهور من الاستخدام غير المسئول للصحافة وذلك باستخدامها لأغراض الدعاية أو التضليل الإعلامي .

— حماية الصحفيين أنفسهم من إجبارهم على العمل بأساليب غير مسئولة أو بطريقة تتناقض مع ما تملية عليهم ضمائرهم، وحماية حق الصحافة في الحصول على كل أنواع المعلومات من مصادرها فيما عدا تلك المعلومات التي تتعلق بشكل مباشر بشئون الدفاع أو الأمن القومي .

— حماية حق الصحافة في نشر هذه المعلومات وهو ما يمكن الجماهير من معرفة كيف يدار المجتمع، كما يمكن الجماهير من استخدام الصحافة لعرض آرائها المختلفة.

أصدرت حوالي 50 دولة في العالم ميثاق شرف تنظم العمل الصحفي، وقد تم إصدارها إما بطريقة اختيارية حيث قامت منظمات مهنية بإصدارها أو قامت بإصدارها مجالس للصحافة تم إنشاؤها عن طريق التنظيم الذاتي لمهنة الصحافة، ويشترك فيها الصحفيون. أما الطريقة الثانية فهي فرض هذا الميثاق من خارج مهنة الصحافة إما عن طريق السلطة ، أو عن طريق مجلس للصحافة تشكله السلطة ويفرضه القانون ، وفي هذا النوع غالبًا ما يحتوي هذا الميثاق على إلزام الصحفيين بعدد من المبادئ التي تهدف إلى حماية السلطة من النقد ، ومن المؤكد أن هذه ليست وظيفة ميثاق الشرف التي يجب أن

<sup>1</sup> عبد المحسن بدوي ، "الشرف الصحفي و القيم الأخلاقية"، مجلة الأمن و الحياة، العدد 326، ، جامعة نايف العربية للعلوم الأمنية، السعودية، جويلية 2012، ص46. متاح عبر الرابط "https://repository.nauss.edu.sa/bitstream", تاريخ التحميل: 2017/06/05.

<sup>2</sup> وليد النجار، "أخلاقيات الصحافة... على خلفية فضح المستور"، مقال منشور في: 2009/10/16، متاح عبر الرابط التالي: <https://www.maghress.com/essanad/366>، تاريخ الزيارة: 2017/06/05.



تقتصر على المعايير المهنية ، والالتزام بقيم المجتمع وأهدافه العليا.<sup>1</sup> و من أهم المواثيق التي تضمنت شروط و أخلاقيات النشر في المواقع الإعلامية الإلكترونية عالميا و عربيا ما يلي :

### 1. ميثاق شرف الفيدرالية الدولية للصحفيين:

يعتبر نص ميثاق شرف الفيدرالية الدولية للصحفيين\* بمثابة معيار للأداء المهني للصحفيين الذين يقومون بجمع و توزيع المعلومات بالإضافة إلى أولئك الذين يقومون بالتعليق على الأنباء أثناء تناولهم للأحداث، و من أهم بنوده:<sup>2</sup>

- احترام الحقيقة وحق الجمهور في الوصول إليها هو أولى واجبات الصحفي.
- خلال أدائهم لعملهم سيقوم الصحفيون وفي جميع الأوقات بالدفاع عن الحرية من خلال النقل الأمين والصادق للأنباء ونشرها وكذلك الحق في إبداء تعليقات وآراء نقدية بشكل عادل.
- سيقوم الصحفي بنشر تلك الأنباء وفقا للحقائق التي يعلم مصدرها فقط ولن يقوم بإخفاء معلومات هامة أو تزيف وثائق.
- سيستخدم الصحفي وسائل مشروعة للحصول على الأنباء أو الصور أو الوثائق.
- سيقوم الصحفي ببذل أقصى طاقته لتصحيح وتعديل معلومات نشرت ووجد بأنها غير دقيقة على نحو مسيء.
- سيلتزم الصحفي بإتباع السرية المهنية فيما يتعلق بمصدر المعلومات الذي يطلب عدم إفشائه.
- على الصحفي التنبه للمخاطر التي قد تنجم عن التمييز والتفرقة اللذين قد يدعو إليهما الإعلام، وسيبذل كل ما بوسعه لتجنب القيام بتسهيل مثل هذه الدعوات التي قد تكون مبنية على

<sup>1</sup> عبد الرزاق الدليمي، أخلاقيات الإعلام و تشريعاته في القرن الحادي و العشرين، مرجع سابق ، ص 17.

\* هذه المبادئ اعتمدت في عام 1954 في المؤتمر العالمي للاتحاد الدولي للصحفيين ، و عدلت في مؤتمر 1986.

<sup>2</sup> الفيدرالية الدولية للصحفيين (FIJ)، الموقع الرسمي ، متاح عبر الموقع:

[http://www.ifj.org/fr/la-fij/code-de-principe-de-la-fij-sur-la-conduite-des-](http://www.ifj.org/fr/la-fij/code-de-principe-de-la-fij-sur-la-conduite-des-journalistes)

[/journalistes](#)، تاريخ الزيارة: 2017/06/05.

أساس عنصري أو الجنس أو اللغة أو الدين أو المعتقدات السياسية وغيرها من المعتقدات أو الجنسية أو الأصل الاجتماعي.

– سيقوم الصحفي باعتبار ما سيأتي على ذكره على أنه تجاوز مهني خطير : الانتحال، التفسير بنية السوء، الافتراء، الطعن، القذف، الاتهام على غير أساس، قبول الرشوة سواء من أجل النشر أو لإخفاء المعلومات.

– على الصحفيين الجديرين بصفتهن هذه أن يؤمنوا أن من واجبهم المراعاة الآمنة للمبادئ التي تم ذكرها. ومن خلال الإطار العام للقانون في كل دولة، وفيما يخص القضايا المهنية على الصحفي أن يراعي استقلالية زملائه باستثناء أي شكل من أشكال التدخل الحكومي أو غيره.

## 2. ميثاق جمعية الصحفيين الأميركيين المحترفين:

حددت جمعية الصحفيين الأميركيين المحترفين مجموعة من المعايير و المبادئ التي تلزم جميع العاملين بوسائل الإعلام المختلفة باحترامها و العمل بها في ممارساتهم للمهنة الصحفية ، و تتمثل هذه المبادئ في:

أ. **ابحث عن الحقيقة و قم بتغطيتها:** ينبغي أن تكون الصحافة الأخلاقية دقيقة ومنصفة، و ينبغي أن يكون الصحفيين نزهاء و يتحلون بالشجاعة في جمع المعلومات و صياغتها وتفسيرها، كما يتوجب عليهم الإلتزام بما يلي:<sup>1</sup>

- تحمل المسؤولية عن دقة عملهم والتحقق من المعلومات قبل عرضها.
- استخدام المصادر الأصلية كلما أمكن ذلك ، وتذكر أنه لا للسرعة و لا الشكل يعد عذرا عن عدم دقة.
- أخذ العناية الخاصة بعدم التحريف أو التبسيط المفرط عند بناء القصة الخبرية ومعاينتها وتلخيصها و جمع المعلومات وتحديثها وتصحيحها طوال حياة القصة الخبرية .
- يحق للجمهور الحصول على أكبر قدر من المعلومات الممكنة للحكم على مصداقية المصادر ودوافعها، والنظر في دوافع المصادر قبل تقديم الوعد بعدم الكشف عن هويتها.

<sup>1</sup> جمعية الصحفيين المحترفين الأميركيين ، " الميثاق الأخلاقي " ، متاح عبر الرابط التالي: <https://www.spj.org/ethicscode.asp> ، تاريخ الزيارة: 2017/06/05.

- إعطاء ميزة عدم الكشف عن هوية للمصادر التي قد تواجه الخطر أو القصاص أو غيرها من الأضرار، و لها المعلومات التي لا يمكن الحصول عليها في أي مكان آخر.
- إعطاء الصوت لمن لا صوت لهم و الاعتراف بالواجب القيام بدور الرقيب على الشؤون العامة والحكومة. السعي لضمان سير النشاط الاقتصادي العمومي في جو مفتوح، وأن تكون السجلات العامة مفتوحة للجميع .
- ينبغي على الصحفيين مراجعة السبل التي تؤثر فيها قيمهم على تغطيتهم الإخبارية و يستوجب عليهم تسمية المواد المؤيدة والتعليقات بمسمياتها .
- ب. **قلل من الضرر**: تعامل الصحافة الأخلاقية المصادر والمواضيع والمزلاء وأفراد الجمهور بوصفهم أناس يستحقون الاحترام ، و ينبغي على الصحفيين:
  - إحداث التوازن بين حاجة الجمهور إلى المعلومات والضرر المحتمل أو الإزعاج.
  - استخدام الحساسية العالية عند التعامل مع جنوح الأحداث و ضحايا الجرائم الجنسية والمصادر أو الأشخاص الذين يفتقرون إلى الخبرة أو غير القادرين على التعبير عن الرضا.
  - الأخذ بعين الاعتبار الاختلافات الثقافية في التغطية والمعالجة الإعلامية .
  - معرفة الفرق بين الحق القانوني في الوصول إلى المعلومات و التبشير الأخلاقي .
  - إحداث التوازن بين حق المتهم في محاكمة عادلة و حق الجمهور في المعرفة و النظر في الآثار المترتبة على تحديد المشتبه فيهم جنائيا قبل أن توجه لهم اتهامات قانونية.
- ج. **تصرف باستقلالية**: يتمثل الالتزام الأعلى و الأساس للصحافة الأخلاقية في خدمة الجمهور وينبغي على الصحفيين :
  - تجنب تضارب المصالح سواء كانت حقيقية أو متصورة و الكشف عن الصراعات التي لا يمكن تجنبها .
  - رفض الهدايا والإغراءات وتجنب الأنشطة السياسية أو الخارجية الأخرى التي قد تشكك في النزاهة والحياد، أو قد تضر بالمصداقية .
  - الحذر من المصادر التي تقدم المعلومات في مقابل الحصول على الأفضلية أو المال، ولا التقدم مقابل في للحصول على الأخبار.

– رفض تفضيل معاملة المعلنين والجهات المانحة أو أي مصالح خاصة أخرى، ومقاومة الضغط الداخلي والخارجي للتأثير على التغطية الإعلامية والتميز بين الأخبار و الدعاية و تجنب المهينة التي تطمس الخطوط الفاصلة بين الاثنين.

د. كن قابلا للمسائلة و شفافا : تعني الصحافة الأخلاقية تحمل مسؤولية العمل الشخصي وشرح القرارات الذاتية للجمهور وينبغي على الصحفيين:

– شرح الخيارات الأخلاقية وإجراءاتها للجمهور و تشجيع الحوار المدني مع الجمهور حول الممارسات الصحفية و التغطية و المحتوى الإخباري .

– الإستجابة السريعة للأسئلة حول الدقة والوضوح و الإنصاف و الاعتراف بالأخطاء وتصحيحها على وجه السرعة و بشكل بارز. شرح التصحيحات والتوضيحات بعناية و شكل واضح.

– فضح السلوك غير الأخلاقي في الصحافة، بما في ذلك داخل منظماتهم و التقيد بنفس المعايير العالية التي يتوقعونها من الآخرين.

### 3. ميثاق اتحاد الصحفيين العرب :

أصدر اتحاد الصحفيين العرب ميثاق شرف للعمل الصحفي تضمن ما يلي :

"الصحفيون العرب جنود الحرية، دعاة الديمقراطية ، حماة التقدم، وطلائع الإصلاح الوطني والقومي الحقيقي، يعلنون بمناسبة اجتماعهم في المؤتمر العاشر لاتحادهم بالقاهرة أكتوبر 2004، واحتفالاً بمرور أربعين عاماً على تأسيس اتحاد الصحفيين العرب ، هذا العهد والميثاق والالتزام، الذي يترجم حقيقة موقفهم الواضح من الدفاع المبدئي والصلب ، عن حق الشعب العربي بكل أقطاره في الحرية والاستقلال والسيادة، وممارسة الديمقراطية السليمة ، وحق الصحافة العربية بكل انتماءاتها في الحرية المسئولة، دون قيود أو ضغوط، اللهم إلا قيود الضمير المهني وسلطة القانون العادل والقضاء النزيه.

أ. الصحفيون يؤمنون بأن :

– أن الحرية حق طبيعي عام لكل الشعوب والأفراد دون تفرقة، في ظل دولة القانون والدستور والمؤسسات ، وبتطبيق الآليات الديمقراطية السليمة، التي تكفل لكل مواطن حقه الطبيعي في المساواة والعدل الاجتماعي، والتعبير عن رأيه بكل الطرق المشروعة، والمشاركة في صنع القرارات وتشكيل

السياسات، وانتخاب القيادات دون ضغط أو إكراه، في ظل وطن حر مستقل يمارس سيادته الكاملة على أرضه .

– أن حرية الصحافة والرأي والتعبير، هي عصب الحريات العامة، ومكونها الرئيسي، وهي حق لكل مواطن، وليست حكراً ففوقياً أو امتيازاً خاصاً للصحفيين والكتاب ، لكنها امتياز لكل فئات المجتمع وأفراده، الأمر الذي يقتضي إحاطتها بسياج خاص من الضمانات الشرعية والدستورية .

– أن الحرية بشكل عام وحرية الصحافة والرأي والتعبير بشكل خاص، لا تنبت وتزدهر إلا في بيئة مجتمعية حاضنة، تعتمد ثقافة العدل والمساواة وتحترم حقوق الإنسان ، السياسية والمدنية والدستورية، والاجتماعية الاقتصادية ، والثقافية الفكرية، وفق ما نصت عليه المرجعيات السماوية والوطنية والقومية والدولية، وخصوصاً الميثاق العالمي لحقوق الإنسان و نصوص العهدين الدوليين المكملين له.

– أن حرية كل فرد في وطنه، ترتبط بحرية الوطن في محيطه الإقليمي والدولي، وهو ما لا يتحقق إلا في ظل أمن وسلام واستقرار شامل وعادل ودائم، تطبيقاً لقرارات الشرعية الدولية، وخصوصاً فيما يتعلق بالصراع العربي الصهيوني وقضية فلسطين جوهره ، من ناحية، وبعودة هجوم قوى الاستعمار الغربي على بلادنا وثرواتنا وثقافتنا من ناحية ثانية، وبضرورة استعادة قيم العدل ومفاهيم السلام وقواعد القانون الدولي، وأصول التعايش وحماية المصالح المشتركة والمنافع المتبادلة ، بين الدول والشعوب والثقافات والحضارات ، دون تحريض أو كراهية أو تعصب، من ناحية ثالثة.

– أن الأزمات السياسية والاقتصادية الاجتماعية والأمنية، الداخلية والظغوط والحروب والأطماع والمخططات الأجنبية، قد أدت إلى تخلف واضح في الدول العربية، تمثل في اتساع مساحات الفقر والبطالة، واحتدام الأزمة الاجتماعية، واحتكام الاحتقان السياسي والفكري، وظهور الفساد وتفشي مظاهر الاستبداد، وبروز تيارات التطرف والتعصب والإرهاب والإحباط.

ساهم ذلك في عجز معظم الدول العربية عن ملاحقة تطور العصر الحديث، والتخلف عن الإسهام الجدي والمبدع في قفزات الحضارة الإنسانية المعاصرة، على عكس تاريخنا القديم، فضلاً عن معاناة الإنسان العربي من كل مظاهر التخلف وظغوط الأزمات المتعددة. الأمر الذي يستدعي إجراء إصلاحات شاملة وجذرية . دون تباطؤ أو تأجيل . ، تنبع من أفكارنا وآرائنا، وتعبر عن أهدافنا وطموحاتنا الوطنية والقومية، وتتعامل مع الثورات الثلاث التي تسود عالم اليوم، ثورة الحرية والديموقراطية، وثورة العلم والتكنولوجيا الحديثة، وثورة الإعلام والثقافة والمعلومات والمعارف.ومن أجل تحقيق هذه المبادئ العامة والأهداف الوطنية والقومية ف:

ب. الصحفيون يطالبون بـ:

– إطلاق الحريات العامة في المجتمعات العربية كافة، وإلغاء حالات الطوارئ والقوانين والمحاكم الاستثنائية، وإجراء تعديلات وإصلاحات سياسية ودستورية وقانونية جذرية، وإطلاق سراح المعتقلين وسجناء الرأي، والالتزام بمبدأ التعددية وحرية تشكيل الأحزاب والمنظمات الجماهيرية، وضمان تداول السلطة عبر انتخابات نظيفة على كل المستويات، في إطار إصلاح ديمقراطي شامل، يتناول الجوانب السياسية والقانونية، والاقتصادية الاجتماعية، والثقافية الإعلامية، ويرسخ دولة القانون والمؤسسات، ويكفل الفصل بين السلطات التشريعية والتنفيذية والقضائية، ويشجع المجتمع المدني بكل تنظيماته على المشاركة النشطة في إدارة المجتمعات.

– إطلاق حرية الصحافة والرأي والتعبير والإبداع بكل أشكالها وصورها، وتقنين ضماناتها، وحماية أمن واستقرار وحرية الصحفيين في أداء عملهم، وإطلاق حرية إصدار الصحف وشبكات الإذاعة والتلفزيون والإنترنت، وتحرير وسائل الإعلام من الهيمنة الحكومية، وضمان استقلالية العمل الصحفي والإعلامي، في ظل القانون العادل والقضاء المستقل والنزيه والأداء المهني الراقي.

– إجراء تعديلات شاملة في منظومة القوانين والتشريعات العربية السائدة، لتطهيرها من القيود المشددة المفروضة على حرية الرأي والتعبير والصحافة، ومن العقوبات المغلظة المفروضة على الصحفيين والكتاب، وخصوصاً العقوبات السالبة للحرية، مثل عقوبة الحبس في قضايا الرأي والنشر، وذلك ضماناً لحرية الرأي وتشجيع حق النقد والمشاركة والمكاشفة والشفافية.

– تشجيع كل السياسات والخطوات اللازمة لتفعيل دور المحاسبة والمساءلة والرقابة الشعبية، على عمل السلطات والمؤسسات الرسمية، وخصوصاً عبر الرقابة البرلمانية من ناحية، والرقابة الصحفية والإعلامية الحرة والمسئولة من ناحية أخرى.

– بما يضمن تحويل الصحافة والإعلام في البلاد العربية، من أجهزة دعائية رسمية، إلى قوة تغيير وطاقات تنوير، تقود المجتمعات وتوجهها في طريق التقدم والتطور والارتقاء الحضاري.

– ضمان الحصول على المعلومات من مصادرها الرئيسية، وحرية انسيابها وتدفقها، من خلال كل وسائل الإعلام والصحافة والاتصال وشبكات المعلومات الحديثة، وعدم فرض الرقابة الحكومية عليها أو عرقلة وصولها للرأي العام بالشكل الحقيقي والمتكامل، وتجرم حجبها أو تزييفها أو الإنتقاص منها.

– خصوصاً في عصر أصبحت فيه سوق المعلومات أوسع وأغنى الأسواق ، في التجارة العالمية والتبادل الدولي في كل مجالات النشاط الإنساني ، باعتبارها احد المصادر الرئيسية للمعرفة والإبداع وبناء التقدم ، وتبادل الأفكار وحوار الحضارات والثقافات .

ومقابل هذه المطالب والضمانات :

ج. الصحفيون يلتزمون بأن:

– يظل مبدأ الحرية والمسئولية ، الذي اتخذه اتحاد الصحفيين العرب شعاراً منذ سنوات ماضية، هو المبدأ الذي نسير عليه ، إيماناً بان الحرية المطلقة تقود حتماً إلى الفوضى المطلقة وان الحرية المسئولة أمام القانون العادل والضمير المهني السليم ، هي التي تؤسس لمجتمع التقدم والعدل والمساواة والاستنارة والديموقراطية .

– أن حق شعوب العالم المضطهدة والمقموعة ، في التحرر والاستقلال والسيادة ، مبدأ رئيسي يجدر أن يعلو ويسود ، الأمر الذي ينطبق بداءة على حقوق شعوبنا العربية ، التي نلتزم بالدفاع عنها وعن حريتها وقيمها وأهدافها الوطنية والقومية ، ضد كل أعدائها الهاجمين بجيوشهم وأسلحتهم وأفكارهم وأطماعهم وقيمهم المختلفة وثقافتهم المتباينة.

– دون أن يشكل ذلك دعوة للانغلاق أو الانعزال عن المتغيرات التي تسود حركة العالم من حولنا التي نحن جزء رئيسي منها ، نتفاعل معها بحيوية ، نؤثر فيها وتؤثر بها دون هيمنة .

– أن أول واجبات الصحفي وأهمها البحث عن الحقيقة وتحري الدقة ، وتحمل مسؤولية الرسالة الإعلامية الصادقة ، والالتزام بأمانة المهمة وشرف المهنة ، على أسس ميثاق الشرف الصحفي العربي وتحكيم الضمير المهني وأخلاقيات العمل الصحفي وتقاليد ، واحترام القانون العادل وأحكام القضاء النزيه ، ورفض المزايدة والابتزاز والإثارة المتعمدة ، والمتاجرة والتربح والخلط بين الإعلان والإعلام والتدليس على الرأي العام ، والابتعاد عن إثارة الفتن والنعرات العرقية والدينية والطائفية ، والالتزام بمكافحة الفساد والاستبداد والإرهاب .

– أن احترام الخصوصية مبدأ رئيسي في الممارسة الصحفية والإعلامية ، نؤكد من خلاله ضرورة احترام الصحفي للحياة الشخصية ، وضمانات الخصوصية لكل مواطن، وعدم التورط في نشر ما يكشفها بدون إرادة صاحبها وإذنه .

– ولا يحول ذلك دون ممارسة حرية الرأي والنشر بشفافية كاملة فيما يتعلق بالقضايا العامة .

إن سر المهنة ، يظل قائما في ضمير الصحفي الملتزم بالقوانين ومواثيق الشرف المهنية ، وبالتالي لا يخضع للضغط والإكراه والابتزاز ، طلبا لإفشاء أسرار عمله أو الكشف عن مصادر معلوماته ، الأمر الذي يستدعى توفير الضمانات القانونية والنقابية من ناحية ، وترقية الأداء الصحفي والمستوى المهني والثقافي من ناحية أخرى ، وهو ما يجب أن نكرس كل الجهود لتحقيقه في كل وقت وبمختلف الأساليب. هذا عهد وميثاق والتزام ، يتعاهد عليه الصحفيون العرب ويلتزمون بميثاقه ، أمام الله والشعب والقانون والضمير ، تعبيراً عن واجبهم في قيادة الرأي العام العربي وتوجيهه، بكل الحرية والمسؤولية. اقره المؤتمر العام العاشر لاتحاد الصحفيين العرب المنعقد بالقاهرة في الفترة من 2-5 أكتوبر 2004.<sup>1</sup>

#### 4. مسودة ميثاق الاتحاد العربي للصحافة الإلكترونية:

أطلق الاتحاد العربي للصحافة الإلكترونية\* بالقاهرة مبادرة لإعداد ميثاق شرف مهني للعاملين

في الصحافة الإلكترونية بالعالم العربي، حيث تبني الاتحاد بما لديه من أعضاء في مجال الإعلام الإلكتروني عملية وضع المبادئ الأساسية لميثاق الشرف المهني. ويهدف الاتحاد من المبادرة إلى الإرتقاء بالمستوى المهني للعاملين في المجال الإلكتروني وتشجيع احترام حرية الرأي والرأي الآخر، وإقرار مناخ من الاستقلالية والحرية المسئولة، والأخذ بعين الاعتبار التقنيات الحديثة في صناعة الإعلام لتنعكس على توسيع مناخ الحرية، والإرتقاء بصناعة الإعلام مضمونا وشكلا، وتشمل مبادئ مسودة الميثاق التي أعدها الاتحاد ما يلي:<sup>3</sup>

– حرص الصحفي على الحصول على الحقائق هو، والدفاع عن مبادئ الحرية في الحصول على المعلومات ونشرها.

<sup>1</sup> الموقع الرسمي لاتحاد الصحفيين العرب، متاح عبر الرابط التالي: <http://faj.org.eg/site/index.php?go=news&section=8&page=2>، تاريخ الزيارة: 2019/02/01.

<sup>2</sup> \* تأسس الاتحاد العربي للصحافة الإلكترونية بالقاهرة بمبادرة من شباب الإعلاميين العاملين في هذا المجال المرجعية المهنية للعاملين في الصحافة الإلكترونية، الإعلامية المعنية. وتضم عضوية الاتحاد كافة الصحفيين والحررين العاملين في مجال الصحافة الإلكترونية، إضافة إلى الفنيون من المصممين والمبرمجين والعاملين في تقنيات تكنولوجيا المعلومات، وأصحاب المواقع والمؤسسات الإعلامية.

<sup>3</sup> علام عبد الغفار، "العربي للصحافة الإلكترونية يتبنى إعداد ميثاق شرف مهني"، مقال منشور بموقع صحيفة الفن السابع يوم 04 يونيو 2010، متاح عبر الرابط التالي: <https://www.youm7.com/story/2010/6/4/>، تاريخ الزيارة: 2019/02/01.



- ضمان الحق في النقد وإبداء الرأي والتعليق عليها، واتباع وسائل نزيهة في الحصول على المعلومات والصور والوثائق، واحترام القيم الاجتماعية والثقافية والدينية للمجتمع.
- الامتناع عن التمييز بين المواطنين بسبب العنصر أو الدين أو اللغة.
- اعتماد المصادر معروفة الهوية وأهمية الحفاظ عليها، وضمان سريتها.
- احترام التنوع القومي والعرقي والديني والثقافي وعدم الانخراط في حملات التشهير والإفتراف وتشويه السمعة أو توجيه الاتهامات التي لا أساس لها من الصحة.
- اعتماد الشفافية في الاستجابة لشكاوى المواطنين والتعامل السريع معها، والامتناع عن قبول الرشوى والهبات أو تقديم خدمات صحفية مقابل منافع خاصة.
- عدم الاعتداء على حقوق الملكية الفكرية أو المالية للغير.

يكشف تحليل المواثيق و الممارسات الإعلامية للالتزامات و المسؤوليات الاجتماعية للإعلاميين في البيئة الإلكترونية عن عدة مؤشرات من بينها:<sup>1</sup>

- تساعد المواقع الإعلامية الإلكترونية في تحقيق الكثير من المسؤوليات الاجتماعية كضرورة نشر المعلومات و الأخبار، و توفير العديد من مصادر المعرفة و تقديم تغطية شاملة و متعمقة للأحداث، بيد أن ثمة عوامل عديدة تقلل من اضطلاع هؤلاء الإعلاميين بمسئولياتهم تجاه حق الجمهور في المعرفة من بينها الفجوة الرقمية.

- تساعد البيئة الإلكترونية على دعم ثقافة التعبير و النشر الذاتي لدى فئات متنوعة من الأفراد والجمهور عن آرائهم و أخبارهم، و هو ما أفرز ما يعرف بصحافة المواطنين من جهة، و كذلك تدعيم دور الإعلاميين إزاء الدفاع عن مصالح و حقوق و هوية مجتمعاتهم المحلية من جهة أخرى. لكنها أوجدت إشكاليات من نوع جديد أمام الإعلاميين بخصوص طبيعة و نوعية الجماهير الملتزمين إزائهم، هل هم جماهير محليين أم جماهير يعيشون في أماكن أخرى؟ و طبيعة القيم و المعايير و الآداب التي يجب أن يلتزموا بها؟

- يؤدي اندماج الوسائل التقليدية مع الوسائل الجديدة في البيئة الإلكترونية، إلى صعوبة التفرقة بينهم أحيانا، و بينما قد يلتزم البعض منهم بالمعايير الأخلاقية، فإن البعض الآخر قد لا يلتزم، و هو أمر يعكس

<sup>1</sup> السيد بخيت ، مرجع سابق، ص529، 527.

تأثيراته بشكل أو بآخر على أخلاقيات العمل الإعلامي في البيئة الإلكترونية، وعلى كيفية اضطلاع الإعلاميين بمسئولياتهم إزاء احترام الآداب و الأخلاقيات العامة.

- أفرزت البيئة الإلكترونية أشكالاً تفاعلية متنوعة تسمح بالحوار و تبادل الآراء بين المعنيين بها، بيد أن الواقع الحالي كشف عن تردي لغة الحوار في العديد من المنتديات و المواقع الإخبارية و حجرات الدردشة التي تعمل فيها، و على احتوائها على العديد من الممارسات غير الأخلاقية غير المقبولة، في وقت لا تزال فيه التشريعات القانونية الخاصة بجرائم التحريض و السب و القذف و نشر الشائعات غير محددة المعالم، و هو أمر يلقي بالمزيد من الأعباء على الإعلاميين العاملين بها و المتعلقة بكيفية ضبط لغة الحوار الدائر في مواقعهم، و منع الممارسات غير الأخلاقية.

### ثانياً: الضوابط القانونية و التشريعية للصحافة الإلكترونية في الوطن العربي:

تنطبق مجمل الحقوق التي يتمتع أو يطالب بها الإعلاميون في البيئة التقليدية، بشكل أو بآخر على الإعلاميين العاملين في البيئة الجديدة، سواء أكانت حقوق مهنية أو سياسية أو ثقافية أو مادية أو معنوية أو غيرها، حيث يحق لمثل هؤلاء الإعلاميين التمتع بهذه الحقوق، فضلاً عن ما تضيفه عليهم البيئة الجديدة من حقوق لا يتمتع بها الإعلاميون في البيئة التقليدية، مثل حرية التعبير، و حرية الوصول لمصادر معلومات أكثر، و الحق في التواصل التفاعلي و الفوري مع جمهورهم، و غيرها. بيد أن هذه الحقوق تحتاج لصياغتها في شكل موثيق و بروتوكولات لضمان تمتع هؤلاء الإعلاميون بها.<sup>1</sup> و على الرغم من كون المشهد الإعلامي العربي لا يعكس نضجاً ملموساً في هذا المجال، إلا أن هناك ملامح ازدهار للصحافة والإعلام الإلكتروني. ويتجلى ذلك بوضوح من خلال انتشار البوابات الإخبارية والصحف الإلكترونية، والمدونات الإعلامية باللغة العربية، في المغرب ومصر، والإمارات والسعودية والجزائر وتونس.... إلخ. و هذا ما استدعى ضرورة طرح قضية التنظيم القانوني للصحافة الرقمية العربية، وكيف تعاملت الدول العربية معه.<sup>2</sup>

<sup>1</sup> المرجع نفسه، ص 505.

<sup>2</sup> علي الكرمي، "التنظيم القانوني للصحافة الإلكترونية العربية و موجبات الشرط السياسي و التكنولوجي"، سلسلة دراسات إعلامية، مركز الجزيرة للدراسات، الدوحة، قطر، فبراير 2018، ص 11، متاحة عبر الرابط التالي:

[http://studies.aljazeera.net/mritems/Documents/2019/2/11/3b8acefe638d4aa88c2e03c1bf2ffcc4\\_10\\_0.pdf](http://studies.aljazeera.net/mritems/Documents/2019/2/11/3b8acefe638d4aa88c2e03c1bf2ffcc4_10_0.pdf)، تاريخ التحميل: 2019/02/15.

ظهرت بعد الربيع العربي جهود معتبرة تضع أسسا جديدة لتقنين الإعلام الإلكتروني وهي جهود ليست كالتي كانت قائمة فيما مضى. إن القوانين الجديدة هي إما مستقلة وخاصة بالصحافة الإلكترونية، أو قوانين جديدة شاملة للصحافة والنشر عموماً، مع إيراد تفصيلات خاصة بالإعلام الإلكتروني، سيظهر هذا التوجه في مختلف الدول العربية بعد 2011 من تونس ومصر، ومن الأردن فالمغرب والجزائر والكويت... إلخ. ففي بعض هذه الدول تمت دَسْتَرَة الإعلام الإلكتروني بالنص عليه في صلب دساتير الموجة الدستورية الجديدة لما بعد الربيع العربي، بينما في بعضها الآخر، تم الإكتفاء بالإشارة إلى حرية التعبير وحرية الإعلام، والحق في الإعلام والوصول إلى المعلومة<sup>1</sup>.

حاولت العديد من الدول العربية على غرار دول العالم الأخرى إيجاد تنظيم قانوني شامل لجميع الجوانب المتعلقة بالوسائل الحديثة في الإعلام، فالصعوبة التي تثيرها هذه المسألة هي الطبيعة الخاصة للجوانب المراد تنظيمها، و لا سيما تلك المتعلقة بالحقوق و الحريات الأساسية للأفراد و عدم المساس ببعض تلك الحقوق، كالحريات الشخصية على سبيل المثال، لذا فإن التنظيم المطلوب قانوناً يتسم بالشمولية من جانب، و العالمية من جانب آخر، فلا يتم تنظيمه قانوناً كما تنظم الوسائل التقليدية للإعلام التي يمكن السيطرة عليها و إحكام الرقابة عليها من جهة و من جهة أخرى إمكانية ملاحقة كل من يكون فاعلاً في المساس بالحقوق و الحريات الفردية، و من ثم فإن مسألة بث المعلومات و الآراء و استقبالها من خلال هذه الشبكة تؤدي دوراً بارزاً في تحديد الملامح الأساسية للتنظيم القانوني<sup>2</sup>.

و سنحاول فيما يلي استعراض نماذج من التشريعات الإعلامية الجديدة، وكيف تناولت الإعلام الإلكتروني على النحو الآتي:

### 1. التجربة الجزائرية:

لم تعر الجزائر اهتماماً للصحافة الإلكترونية في قانون الإعلام الصادر سنة 1990، حتى أن قطاع السمعي البصري ظل حبيس الملكية العمومية التابعة للدولة و لم يفتح المجال للخواص إلى غاية المصادقة على القانون العضوي المتعلق بالإعلام الصادر بجانفي 2012 و الذي خصص باباً كاملاً و هو الباب الخامس الذي ضم ستة مواد (من المادة 67 إلى المادة 72) و التي تتعلق بوسائل الإعلام الإلكتروني.

<sup>1</sup> المرجع نفسه، ص 11، 12.

<sup>2</sup> شريف درويش اللبان، "الضوابط المهنية و الأخلاقية و القانونية للإعلام الجديد"، مرجع سابق، ص 121.

نصت المادة 66 من الفصل الثاني على أنه "يمارس نشاط الإعلام عبر الإنترنت بحرية و يخضع لإجراءات التسجيل و مراقبة صحة المعلومات ،بايداع تصريح مسبق من طرف المدير المسؤول عن جهاز الإعلام في الإنترنت". ثم جاء في المادة 67 من ذات القانون مستهلة الباب الخامس بـ : "يقصد بالصحافة الإلكترونية، في مفهوم هذا القانون العضوي، كل خدمة اتصال مكتوب عبر الإنترنت موجّهة للجمهور أو فئة منه، وينشر بصفة مهنية من قبل شخص طبيعي أو معنوي يخضع للقانون الجزائري، ويتحكم في محتواها الافتتاحي".<sup>1</sup>

و جاءت المادة 68 من ذات القانون لتعرف النشاط الصحفي المكتوب عبر الإنترنت حيث نصت على : "تمثل نشاط الصحافة المكتوبة عبر الإنترنت، في إنتاج مضمون أصلي موجه إلى الصالح العام، ويجدد بصفة منتظمة ويتكون من أخبار لها صلة بالأحداث وتكون موضوع معالجة ذات طابع صحفي. لا تدخل المطبوعات الورقية ضمن هذا الصنف، عندما تكون النسخة عبر الإنترنت والنسخة الأصلية متطابقتين".<sup>2</sup> و بالنظر لما تحتويه كل من المادة 66 و المادة 68 نجد بأن هناك نوع من التناقض و الغموض الذي يكتنفهما خاصة و أن المقصود بجهاز الإعلام في الإنترنت الذي جاءت به المادة 66 ليس واضحا خاصة و ان المادة 68 من ذات القانون استثنت المطبوعات الورقية ضمن هذا التصنيف عندما تكون النسخة عبر الإنترنت و النسخة الاصلية متطابقتين ،لذا فالتساؤل المطروح هو هل المقصود بجهاز الإعلام في الإنترنت المدونات و الفرق الإخبارية و مواقع التواصل الاجتماعي و المواقع الإلكترونية أو الجماعية. و إذا كان كذلك فهل يعني ذلك أنه لابد لكل شخص يمارس الإتصال و الإلعلام على الشبكة أن يودع تصريحا مسبقا بذلك و لأية جهة؟<sup>3</sup>

حصر المشرع الجزائري من جهة أخرى وسائل الإعلام الإلكترونية في الصحافة الإلكترونية وخدمة السمعى البصري عبر الإنترنت في (واب-تلفزيون، واب-إذاعة) دونما التطرق لنشاط الهواة عبر الشبكة أو بما يعرف بـ"صحافة المواطن"، حيث جاء في مضمون المادة 69 ما يلي : "يقصد بخدمة السمعى البصري عبر الإنترنت في مفهوم هذا القانون العضوي، آل خدمة اتصال سمعى بصري عبر الإنترنت

<sup>1</sup> الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية، "الجريدة الرسمية الجزائرية: القانون العضوي المتعلق بالإعلام رقم 05-12"، مرجع سابق، ص 28.

<sup>2</sup> المرجع نفسه، المادة 68، ص 28.

<sup>3</sup> عزري عبد الرحمن، قوانين الإعلام: قراءة معرفية في النظام الأخلاقي في ضوء الإعلام الاجتماعي، ط 1، الدار المتوسطة للنشر و التوزيع، تونس، 2014، ص 143.

(واب - تلفزيون، واب - إذاعة) موجهة للجمهور أو فئة منه، وتنتج وتبث بصفة مهنية من قبل شخص طبيعي أو معنوي يخضع للقانون الجزائري، ويتحكم في محتواها الافتتاحي".<sup>1</sup>

كما جاء في المادة 70 منه: "يتمثل النشاط السمعي البصري عبر الإنترنت في إنتاج مضمون أصلي موجه للصالح العام ويجدد بصفة منتظمة، و يحتوي خصوصا على أخبار ذات صلة بالأحداث، وتكون موضوع معالجة ذات طابع صحفي... ولا تدخل ضمن هذا الصنف إلا خدمات السمعي البصري التي تمارس نشاطها حصريا عبر الإنترنت".<sup>2</sup> أما في المادة 71 تم الإشارة إلى نوع من ضبط الممارسة الإعلامية عبر الإنترنت و التي تضمنت ما يلي: "بممارسة نشاط الصحافة الإلكترونية والنشاط السمعي البصري عبر الإنترنت في ظل احترام أحكام المادة 2 من هذا القانون العضوي".<sup>3</sup> أي أن هذه المادة ألزمت الصحافة الإلكترونية ان تمارس نشاطها وفقا لمجموعة من الضوابط المتمثلة في احترام الدستور وقوانين الجمهورية و الدين الإسلامي وباقي الأديان، الحفاظ على الهوية الوطنية والقيم الثقافية للمجتمع، عدم التعدي على السيادة الوطنية والوحدة الوطنية و كذلك متطلبات أمن الدولة والدفاع الوطني و النظام العام، حماية المصالح الاقتصادية للبلاد و عدم المساس بها، و الالتزام بأداء خدمة عمومية عن طريق ضمان حق المواطنين في إعلام موضوعي و متنوع يثير جميع القضايا و يتيح الظهور لطافة الاطياف و الآراء دونما تمييز لطرف دون الآخر. و استثنى هذا القانون في المادة 72 من التعاريف التي قدمت في المواد السابقة كل "الأخبار التي تشكل أداة للترويج أو فرعا لنشاط صناعي أو تجاري".

## 2. التجربة المصرية:

بُذلت قبل الثورة المصرية وبعدها عدة جهود من أجل تقنين الإعلام الإلكتروني، ويرجع الفضل في هذه الجهود إلى الدور الذي لعبه الاتحاد العربي للصحافة الإلكترونية منذ مارس/آذار 2010؛ أي: قبل الثورة. فمنذ ذلك التاريخ شدد الاتحاد على وضع ميثاق شرف مهني للعاملين في مجال الإعلام الإلكتروني على الصعيد العربي، وضمنهم الصحفيون الإلكترونيون المصريون، ويمكن أن نضيف إلى ذلك، الجهود

<sup>1</sup> الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية، "الجريدة الرسمية الجزائرية: القانون العضوي المتعلق بالإعلام رقم 05-12"، مرجع سابق، ص28.

<sup>2</sup> المرجع نفسه، ص28.

<sup>3</sup> المرجع نفسه، المادة 71، ص28.

والدور الذي لعبته نقابة الصحفيين الإلكترونيين منذ 2011. إذا كانت هذه الجهود قد ساعدت على ضرورة إدراج تنظيم النشر الإلكتروني في متن النص الدستوري، فإن بعضها أسهم أيضا في وضع الأفكار المؤطرة لقانون الصحافة الإلكترونية، وضمنها مواقع التواصل الاجتماعي التي لعبت دورا مهما في إنجاح الثورة، وتكثيف الاتصال بين شبابها في مختلف الدول العربية التي مرت بحالة الحراك.<sup>1</sup>

تمت المصادقة على التعديلات التي طالت قانون الإعلام المصري يوم 16 جويلية 2018، حيث تضمنت المادة الافتتاحية للقانون بأنه "يُعمل بأحكام القانون المرافق في شأن الصحافة والإعلام، والمجلس الأعلى لتنظيم الإعلام، وتسرى أحكامه على جميع الكيانات والمؤسسات والوسائل الصحفية والإعلامية والمواقع الإلكترونية وفقا لأحكام القانون المرافق، ويستثنى من ذلك الموقع أو الوسيلة والحساب الإلكتروني الشخصي". كما تم تعريف الصحافة بما فيها الصحافة الإلكترونية في المادة الأولى في الباب الأول بأنها: "كل إصدار ورقي أو إلكتروني يتولى مسؤولية تحريره أو بثه صحفيون نقابيون، ويصدر باسم موحد، وبصفة دورية في مواعيد منتظمة، ويصدر عن شخص مصري، طبيعي أو اعتباري، عام أو خاص، ووفقا للقواعد والإجراءات التي تنظمها اللائحة التنفيذية لهذا القانون... ووسائل الإعلام الإلكتروني هي الوسائل التي يتم تحميل المواد الإعلامية المذاعة عبر الإنترنت عليها مثل الأقراص الصلبة، والذاكرة المتحركة، وغيرها".<sup>2</sup>

نصت المادة الرابعة من ذات القانون أيضا على أنه: "يحظر على المؤسسة الصحفية والوسيلة الإعلامية والموقع الإلكتروني نشر أو بث أي مادة أو إعلان يتعارض محتواه مع أحكام الدستور، أو تدعو إلى مخالفة القانون، أو تخالف الالتزامات الواردة في ميثاق الشرف المهني، أو تخالف النظام العام والآداب العامة، أو يحض على التمييز أو العنف أو العنصرية أو الكراهية أو التعصب".<sup>3</sup> كما توسع القانون أيضا في مفهومه عن (الموقع الإلكتروني) الذي تنطبق عليه أحكام هذا القانون، فاعتبر أن كل موقع إلكتروني شخصي أو مدونة شخصية أو حتى مجرد حساب إلكتروني شخصي على إحدى منصات التواصل

<sup>1</sup> علي الكرمي، مرجع سابق، ص 11، 12.

<sup>2</sup> المجلس الأعلى لتنظيم الإعلام (SCM)، "قانون تنظيم الصحافة والإعلام والمجلس الأعلى"، المادة 01، متاح عبر الرابط التالي: <http://scm.gov.eg/%d9%82%d8%a7%d9%86%d9%88%d9%86-%d9%84%d8%ac%d9%84%d8%b3/%d8%a7%d9%84%d9%85%d8%ac%d9%84%d8%b3>

<sup>3</sup> المرجع نفسه

الاجتماعي ويبلغ عدد متابعيه أكثر من خمسة آلاف متابع يخضع لما تخضع له "الوسائل الإعلامية" من حظر نشر أي أخبار كاذبة أو ما قد يعتبر سباً أو قذفاً لأحد الأشخاص أو إتهاناً للعقائد الدينية".<sup>1</sup>

نجد من منظور حقوقي- أن هذا النص يعصف بكافة الحقوق الدستورية المتعلقة بحرية الرأي والتعبير وحرية العقيدة على حد سواء كما يثير التساؤل حول مفهوم حرمة الحياة الخاصة وحدودها. ومن منظور قانوني، نجده يربط وقوع المخالفة من عدمها وبالتالي توقيع العقوبة على تصرفات الغير، وهي متابعة الآخرين وعددهم، فإذا نشر شخصان نفس العبارات ولكن أحدهما يزيد عدد متابعيه عن خمسة آلاف متابع والآخر أقل من هذا العدد، يخضع الأول فقط إلى العقوبات الواردة في أحكام هذا القانون كحجب الحساب أو إلغاء تصريح الموقع، مما يثير شبهة عدم دستورية هذا النص بشكل واضح.<sup>2</sup>

### 3. التجربة التونسية:

طرح قانون ينظم الإعلام الإلكتروني للنقاش عند صياغة الدستور الجديد إثر الثورة، تحت ستار تبني المجلس التأسيسي المنتخب وضع مسودة للدستور مسيرة للتطور التكنولوجي على المستوى القانوني انسجاماً مع مرحلة التحول الديمقراطي، ويكون بذلك ساعياً إلى تبني قوانين حديثة لحماية حرية التعبير، تأخذ بعين الاعتبار التقنيات المعلوماتية والاتصالات الجديدة، خاصة حرية الإنترنت وحرية الإعلام الإلكتروني.<sup>3</sup> و الملاحظ في تونس بعد الثورة أن حرية التعبير بواسطة مختلف الدعامات السمعية البصرية والورقية قد تنامت وتطورت وازدادت ومعها حرية الإنترنت، والإعلام الإلكتروني، ولكن مقابل ذلك ما زالت القواعد القانونية ذات الطابع الجزري التعسفي قائمة في صلب قانون الصحافة والنشر التونسي لسنة 2011.<sup>4</sup>

نص الفصل السابع من قانون الصحافة التونسي الجديد عند حديثه عن الصحفي المحترف على أنه "هو ذاك الذي يشتغل في صحيفة أو مؤسسة أو عدة مؤسسات للإعلام السمعي البصري

<sup>1</sup> المرجع نفسه، المادة 19 من قانون تنظيم الصحافة و الإعلام.

<sup>2</sup> أحمد صالح، "قوانين جديدة لتنظيم الإعلام في مصر: نحو تأميم الصحافة والإعلام والمواقع الإلكترونية؟"، مقال منشور في موقع المفكرة القانونية يوم 2018/07/21، متاح عبر الرابط التالي: <http://www.legal.agenda.com/article.php?id=4668>، تاريخ الزيارة: 2018/02/16.

<sup>3</sup> علي الكرمي، مرجع سابق، ص 13.

<sup>4</sup> المرجع نفسه، ص 13.

أولاً للإعلام الإلكتروني".<sup>1</sup> و في الباب المتعلق بالجرائم المرتكبة بواسطة الصحافة، أو بأية وسيلة من وسائل النشر التي تشمل الوسائل الإلكترونية، تضمن **الفصل 50** بأنه: " يعاقب كمشاركين في ارتكاب ما يمكن أن يوصف بجنحة كل من يجرض مباشرة شخصاً أو عدّة أشخاص وذلك بواسطة المطبوعات أو الصور أو المنقوشات أو الرموز أو بأي شكل من الأشكال المكتوبة أو المصورة المعروضة للبيع أو لنظر العموم في الأماكن العمومية أو الاجتماعات العامة وإما بواسطة المعلقات والإعلانات المعروضة لنظر العموم وإما بواسطة أي وسيلة من وسائل الإعلام السمعي والبصري أو الإلكتروني".<sup>2</sup> كما ترد الإشارة إلى الوسائل الإلكترونية في **الفصل 55** عند الحديث عن الجرح ضد الأشخاص "... فحوى العبارات الواردة في الخطب والنداءات والتهديدات أو الكتابات والمطبوعات أو المعلقات أو الرسوم أو الإعلانات أو المنشورات الإلكترونية".<sup>3</sup>

#### 4. التجربة المغربية :

تعاملت التجربة المغربية مع الإعلام الإلكتروني بحذر كبير باستخدامها لتلك العبارة الخجولة والهزيلة "... أو بكل وسيلة إلكترونية" الواردة في قانون أكتوبر/تشرين الأول 2002، غير أنه اليوم حصل تطور في القانون الجديد للإعلام الذي صدر في شهر أغسطس/آب 2016 بعد أن تمت مناقشته داخل البرلمان؛ حيث إنه بعد مروره عبر عدة قنوات من النقاش المستفيض، وبعد أن استوفى ما يلزم من إجراءات أدمج في صلب هذا القانون الجديد تنظيم الصحافة الإلكترونية، بشكل صريح وواضح، فاعتبرت تبعاً له الصحف الإلكترونية مثلها مثل الصحف الورقية، وبذلك فإن ما ينطبق على النشر الورقي ينطبق على النشر الإلكتروني.<sup>4</sup>

نشأت فكرة إعادة النظر في قانون الإعلام في المغرب مباشرة بعد صدور قانون 2002 الذي رأى فيه الفاعلون الإعلاميون والحقوقيون استمراراً للتشريع الجنائي للإعلام، إذ يكرس العقوبات السالبة

<sup>1</sup> الجمهورية التونسية، "الرائد الرسمي: المرسوم رقم 115 المتعلق بحرية الصحافة و الطباعة و النشر"، المؤرخ في 2 نوفمبر 2011 ، متاح عبر الرابط التالي: <https://www.wipo.int/edocs/lexdocs/laws/ar/tn/tn053ar.pdf> ، تاريخ التحميل: 2018/02/16:

<sup>2</sup> المرجع نفسه، المادة 50.

<sup>3</sup> المرجع نفسه، المادة 55.

<sup>4</sup> علي الكرمي، مرجع سابق، ص 17 .



للحرية، ولا يهتم بالصحافة الإلكترونية، لذلك توالى المطالب والنداءات من أجل إعادة النظر فيه منذ سنة 2002.<sup>1</sup> لقد لعب الحراك العربي، وحركة 20 فبراير/شباط دوراً أساسياً في الرفع من منسوب تلك المطالب، وهكذا في أكتوبر/تشرين الأول 2012، تم تعيين لجنة استشارية علمية مكونة من تسعة خبراء، وضعوا المسودة الأولى لمشروع القانون الجديد، مستحضرين المعايير الدولية لحرية الرأي والتعبير ومبادئ القانون الدولي لحقوق الإنسان وقرارات الأمم المتحدة، وبالخصوص القرار الخاص بإلغاء العقوبات السالبة للحرية في قضايا النشر لسنة 2000 والقرار الخاص بعدم الإساءة إلى الأديان وبالخصوص الديانة الإسلامية لسنة 2011.<sup>2</sup>

إن الملاحظ للتشريعات و القوانين التي تخص الإعلام الإلكتروني في الدول العربية – على سبيل المثال النماذج التي سبق ذكرها سابقاً – بأنها تثير مجموعة من الملاحظات حول فحواها و مدى تطبيقها و هو ما أجمله الدكتور محمد غازي في دراسته حول "التشريعات الإعلامية المتعلقة بالإعلام الإلكتروني في العالم العربي" فيما يلي:<sup>3</sup>

– ضعف التشريعات الخاصة بالصحافة الإلكترونية في العالم العربي، فلا توجد بعد بنية من القوانين الخاصة بهذا اللون الجديد من الصحافة الذي يعد صوت المستقبل.

– أن كثيراً من الدول تكيل بمعيار واحد لنمطين مختلفين من الصحافة بمعنى أنها تطبق تشريعات الصحافة المكتوبة أو الورقية على الصحافة الإلكترونية مما يعني عدم الاستقلالية .

– ظهور ممارسات تعسفية من قبل بعض الحكومات في سن قوانين عاجلة لكبح الممارسة الصحفية في الصحافة الإلكترونية.

– في الكثير من الدول العربية لا توجد قوانين أو تشريعات خاصة بالصحافة الإلكترونية لكن السلطة الحاكمة تكيف بعض نصوص القوانين لتكثيف هذا النوع من الصحافة بالحجب أو المصادرة و الاعتقال مما يؤدي إلى القضاء عليه و من ثم خسارته في النهاية كما هو الحال في تونس و سوريا.

<sup>1</sup> المرجع نفسه، ص 17.

<sup>2</sup> المرجع نفسه، ص 17.

<sup>3</sup> محمد الغازي ، مرجع سابق، ص 359، 358.

– لوحظ بأن التشريعات إن وجدت تركز لنوع واحد من المفاهيم و هي المفاهيم التي تخدم أهداف السلطة و ليست اهداف الصحافة أو المجتمع أي انها تشريعات أحادية الجانب و هذا يفرغ فكرة التشريعات من جوهرها و يخليها من مضامينها العامة التي وجدت من أجلها ، و هكذا تبدو التشريعات احتكارية لا تتفق مع مفاهيم العالم المتحضر.

– إن التشريعات حينما تصطبغ بالصبغة الدولية بشكل يتكئ على اتفاقيات دولية عالمية تنتمي لفترات سابقة فإنها لا تسير على الخط المهيأ لها بل تنحرف عنه ، إلى ان تنفصل عن أرض الواقع وتصبح مجرد بنود موقع عليها دون تفعيل جاد على أرض الواقع.

– لوحظ كذلك التشابه الكبير بين تشريعات الدول العربية فيما يخص الصحافة الورقية أو الإلكترونية و لا يكاد يوجد اختلاف إلا في الصيغ و القوالب اللغوية و صك المصطلحات .

## ثالثا: المعايير المهنية للصحافة الإلكترونية في الدراسات الإعلامية:

أحدثت شبكة الإنترنت تأثيرا كبيرا على عمل الصحفيين ، فظهور الصحافة الإلكترونية دفع معظم الهيئات الصحفية في الكثير من دول العالم إلى محاولة وضع قواعد إرشادية و أخلاقية جديدة تتلاءم وطبيعة الصحافة الإلكترونية و تضبط العمل الصحفي الإلكتروني من ناحية أخرى و هذا في محاولة منها لتكييف آليات التنظيم الذاتي للصحفي و ضرورة التزامه بمجموعة من الضوابط و المعايير المهنية. كما دفع الدارسين و الباحثين في المجال الإعلامي للاجتهاد بتقديم بحوث تعنى بوضع مجموعة من الضوابط التي يتوجب على الصحفيين العاملين في الصحف الإلكترونية الالتزام بها لضمان مهنية و جودة المحتوى الصحفي المقدم في المواقع الصحفية الإلكترونية. و التي نذكر منها :

1. معايير سليمان صالح<sup>1</sup>:

قدم الباحث سليمان صالح مشروع ميثاق أخلاقي يتضمن منظومة مبادئ المسؤولية المهنية والأخلاقية لصحافة و صحفيي الإنترنت و لاسيما في البلدان العربية، و من أبرز المعايير و المبادئ التي تضمنها الميثاق ما يلي:

● **الوفاء بحق الجمهور في المعرفة :** تقديم التغطية الشاملة والمتعمقة للأحداث، وتقديم التحليلات والتفسيرات بالاعتماد على مصادر متعددة و متنوعة ، و تقديم وجهات النظر المختلفة حول الأحداث بما يسهم في زيادة قدرة الجمهور على اتخاذ القرارات الصائبة و المشاركة الايجابية في الشؤون العامة.

● **البحث عن الحقائق:** التزام صحفيي الإنترنت بالبحث عن الحقائق والسعي من أجل الحصول على المعلومات الصحيحة و نشرها .

● **الموضوعية و العدالة :** يجب على صحفيي الإنترنت أن يحرص على الفصل بين الرأي و الخبر ، و تحقيق العدالة في تغطية الاحداث و تحليلها و تفسيرها ، كذلك الالتزام بعدم حذف أية حقائق ذات أهمية أو إخفاء أية معلومات تؤثر على فهم الجمهور للحدث ، و عدم إضافة أية معلومات لا

<sup>1</sup> حسين علي الفلاحي، مرجع سابق، ص 274، 276.

تتصل بشكل مباشر بالقصة الخبرية، فضلا عن القيام بعرض وجهات النظر المختلفة و عدم استخدام الأساليب التي تؤدي إلى خداع الجمهور و تضليله.

● **النزاهة في التعامل مع المصادر:** ويدخل في هذا التزام صحفي الإنترنت بعدم إخفاء صفته الصحفية عن المصادر وعدم خداعهم. وكذلك الالتزام بعدم الكشف عن المصادر أو إعلان أية معلومات يمكن أن تؤدي إلى الكشف عنهم إذا طلبوا عدم الكشف عن هويتهم، و عدم نشر المعلومات التي تطلب المصادر عدم كشفها، فضلا عن الاعتماد على مصادر متعددة للتأكد من صحة المعلومات.

● **إدارة المناقشة الحرة حول القضايا و الأحداث:** إتاحة المجال للجمهور لعرض آرائهم والتعليق على الأحداث و القضايا و احترام التنوع في الآراء، فضلا عن العرض المتوازن لآراء الأطراف المختلفة و حصولها على فرص عادلة في الوصول و التفاعل مع الجمهور.

● **الفصل بين المادة التحريية و الإعلانية:** الحرص على الاستقلال عن المعلنين و تعريف الإعلان بالشكل الذي يمكن للجمهور من التعرف عليه كإعلان مدفوع الثمن، و السيطرة على الروابط داخل المضمون التحريي و عدم بيع الروابط لاستغلالها في عمليات تجارية.

● **الدفاع عن مصالح المجتمع:** و ذلك من خلال المساهمة في تحقيق تماسك المجتمع و وحدته والدفاع عن هوية المجتمع و ذاتيته الثقافية و منظومته القيمية و الأخلاقية و الدفاع عن استقلال الدولة و مقاومة أي عدوان او تدخل خارجي.

● **العمل على حماية المجتمع من الانحراف و الفساد:** من خلال العمل على تطوير الصحافة الاستقصائية، و الكشف عن المعلومات التي تحمي المجتمع من الانحرافات و الفساد.

● **الدقة:** عن طريق الالتزام بان تكون قواعد البيانات **Data Bases** دقيقة و أن يتم تحديثها بشكل مستمر، كذلك القيام بتقييم المعلومات التي يتم وضعها في قواعد البيانات قبل نشرها و ذلك باستخدام معايير الدقة.

● **المصدقية:** اعتماد المصدقية في نقل الأخبار و الاحداث و المعلومات و التصريحات دون رتوش أو إضافات أو حذف أو تجاهل أو تشويه.

● الشفافية: نقل الأحداث كما هي على أرض الواقع و بشكل مباشر دون أي تحفظات أو مخاوف ليطلع عليها الشعب و السلطات الرسمية ،فضلا عن نقل هموم المواطنين و معاناتهم ومشاكلهم بصورة مباشرة إلى المسؤولين و في الوقت نفسه نقل آراء المسؤولين الرسميين إلى الشعب.

## 2. معايير راندي ريدريك Randi Ridric و إليوت كينغ Eleot King<sup>1</sup>:

وضع كل من الباحثين راندي ريدريك Randi Ridric و إليوت كينغ Eleot King

ثلاث قواعد أخلاقية ينبغي على صحفي الإنترنت الإلتزام بها و هي :

● ينبغي على صحفيي الإنترنت دائما تعريف أنفسهم بما يتعلق فيما إذا كانوا يخططون لاستخدام معلومات من قوائم مناقشة أو من مجموعات إخبارية على شبكة الإنترنت، و في معظم الحالات يتمتع الصحفيون بالالتزام الأخلاقي فيما يخص السماح للجمهور باختيار عرض آرائهم علنا و عدم عرضها.

● ينبغي على صحفيي الإنترنت تحديد مصدر معلوماتهم في تقاريرهم، و إذا لم تعرف بشكل قاطع من هو مصدر المعلومات ،فينبغي أن تكون حريصا جدا إذا رغبت في استخدامها ،و كثيرا ما تحذر قواعد آداب السلوك المعممة على نطاق واسع من انه ينبغي عليهم التحقق من جميع المعلومات و في الوقت ذاته ينبغي أن لا يدعي نسب المعلومات التي قام شخص ما بنشرها علي الشبكة لنفسه بدون نسبها لذلك المصدر.

● ينبغي على صحفيي الإنترنت أن يأخذوا بعين الاعتبار قصور المعلومات التي يجمعونها على الإنترنت، و ينبغي معالجتها بالطريقة التي يتم جمعها من خلال أية تقنية أخرى.

<sup>1</sup> راندي ريدريك و إليوت كينغ ،صحفي الإنترنت :استخدام شبكة الإنترنت و مواد إلكترونية أخرى، ترجمة لميس اليحيى ط1،الاهلية للنشر و التوزيع،عمان،2009،ص ص 304،305.

### 3. معايير ديفيد راندال **Randall David**:<sup>1</sup>

يؤكد ديفيد راندال **David Randall** في كتابه الصحفي العالمي بأن المبادئ الأخلاقية والمعايير المهنية لا تعتبر مجرد إضافة اختيارية بل هي جزء لا يتجزأ من جوانب العمل الصحفي كافة إذ أن هذه المبادئ الأخلاقية توفر دليلاً مادياً عملياً لإنتاج صحافة آمنة و سليمة و جديرة بالتصديق، ويضع عدة مبادئ أخلاقية تعد بمثابة دلائل إرشادية عامة لـصحفي الإنترنت و للصحفي عامة و منها :

- على صحفي الإنترنت خدمة صحيفته، و قرائه فقط، و عدم سماحه للدعاية بممارسة تأثيرها بطريقة مباشرة، أو غير مباشرة في مضمون و توجه الصحيفة.
- ينبغي على كل قصة أن تكون بحثاً صادقاً، و نزيهاً عن الحقيقة، و ينبغي عليه مقاومة كل الدوافع التي تغري بالنشر.
- لا تقدم الوعود بتهميش، و كتمان القصص من أجل الصداقة، ولا تلفق، أو تحسن المعلومات.
- ينبغي أن لا تحقق مكسباً شخصياً من المعلومات التي حصلت عليها.
- الحرص على عدم استخدام أسماء مزيفة، أو وهمية لأن ذلك يدخل في باب الخداع، والغش، و يعد ممارسة غير آمنة.

### 4. معايير جورج صدقه:<sup>2</sup>

- يذكر جورج صدقه في كتابه "الأخلاق الإعلامية بين المبادئ و الواقع" مجموعة من المعايير المهنية التي يتوجب على الصحفيين الالتزام بها كما يلي :
- نقل الخبر الصحيح كما هو ، و ليس كما يعتقد الصحفي، أو كما يتمنى، و عرض الوقائع بتجرد، و توازن، و ليس من منطلق فئوي معين.

<sup>1</sup> ديفيد راندال ، الصحفي العالمي، ط1، ترجمة معين الإمام، مكتبة العبيكان، الرياض، السعودية، ص 222، 233.

<sup>2</sup> جورج صدقه، الأخلاق الإعلامية بين المبادئ و الواقع ، ط1، مؤسسة مهارات، بيروت، لبنان، 2008، ص16.

- اعتماد مبادئ واضحة و محددة في اختيار الوقائع، تبعاً لأهميتها، و وقعها، و ما يترتب عليها من نتائج، و ما تشكله، و ما يحيط بها من حيثيات.
- عدم الدمج بين المصلحة الشخصية، و المصلحة العامة، و عدم الإساءة للأشخاص، أو تشويه سمعتهم، أو توجيه اتهامات خارج قرارات السلطات القضائية.

### 5. معايير باسم الطويسى<sup>1</sup>:

يلخص الدكتور باسم الطويسى معايير تقييم المهنية الإعلامية، و التي تتباين في بعض محدداتها نظراً لتواجد أكثر من مدرسة علمية تناولت معايير تقييم المهنية، ولكنها تلتقي في العناصر العامة و في قياس مخرجات المهنية المتمثلة في جودة المحتوى الإعلامي. و تنقسم هذه المعايير التقييمية في محورين رئيسيين هما:

#### 1.5. معايير تتعلق بالمصادر المهنية الإعلامية في البيئة الداخلية للمؤسسات الإعلامية:

تتلخص مصادر المهنية الإعلامية بشكل عام والتي يجب النظر إليها بشكل تكاملي وليس أحادي في ست حزم كل منها يتكون من عدد من العناصر:

أ. مصادر كفاءة العمل المؤسسي: يكمن أحد أهم مصادر توطين المهنية الإعلامية ويشمل ذلك الأسس التالية:

- وجود الأطر التشريعية واللوائح التنظيمية الداخلية.
- مدى وجود هياكل إدارية وتنظيمية للمؤسسة الإعلامية.
- الالتزام القانوني والإداري بالفصل بين الإدارة والتحرير.
- التوازن في توزيع الموارد البشرية والإمكانات المؤسسية بين التحرير والإدارة.

<sup>1</sup> باسم الطويسى، "المهنية الإعلامية معاييرها و كيفية بنائها"، صحيفة الغد، الأردن، 23 جويلية 2008، مقال متاح عبر الموقع التالي: <http://www.sahafi.jo/arc/art1.php?id=23a94c69973f2b0b5fb68af4971b182a0a4a9b48>

- وجود استراتيجية أو خطط قطاعية للتطوير.
- وجود مركز معلومات خاص بالمؤسسة.
- وجود حد من مفاهيم إدارة الجودة في المؤسسات الإعلامية.
- توزيع الموارد المالية بشكل متوازن يخدم طبيعة المؤسسة الإعلامية ويراعي التوازن في حجم الإنفاق على البنى التحتية، و حجم الإنفاق على العملية الإدارية، و حجم الإنفاق على العملية الإنتاجية الإعلامية، حجم الإنفاق على الترويج للوسيلة، حجم الإنفاق على التقنيات والتطوير حجم الإنفاق على التدريب والتعليم المستمر، حجم الإنفاق على الاستشارات والبحث العلمي الخاص بتطوير أداء المؤسسة أو دراسة جمهورها، ثم مدى توفر الاستقرار الاقتصادي للمؤسسة الإعلامية.
- ب. مصادر الكفاءة المهنية للإعلاميين (المعايير المهنية الفردية): وتعد هذه الحزمة من مصادر المهنية الإعلامية، على درجة كبيرة من الأهمية إلا أنها وحدها لا تصنع المهنية الإعلامية، وتشمل هذه المصادر على عناصر متعددة أهمها:
- التأهيل الأكاديمي للإعلاميين.
- التأهيل الأكاديمي للقيادات الإعلامية والخبرات الإعلامية السابقة لدى الإعلاميين.
- سجل التعليم المستمر والدورات التدريبية المتخصصة للإعلاميين.
- مهارات استخدام الحاسوب والتقنيات ذات الصلة.
- مهارات الصحافة الإلكترونية.
- معرفة لغة أجنبية.
- سجل للمهام المهنية الخارجية.



ج. مصادر مهنية السياسات التحريرية ووضوحها : وهذه المصادر تحدد جانبا هاما من مهنية المنتج الإعلامي وجودة المحتوى ، وتسهم في تحديد هوية الوسيلة الإعلامية، وتشمل عناصر عديدة أهمها :

- وجود تعليمات سياسة تحريرية موثقة ومعلنة ( دليل السياسات التحريرية ) .
- وجود إرشادات نمط التحرير في الشكل واللغة (Style Book) .
- وجود منظومة وقواعد للسلوك المهني تلتزم بها المؤسسة الإعلامية.
- مدى اطلاع الصحفيين والإعلاميين على هذه الأدلة والتزامهم بها .
- مدى اطلاع جمهور الوسيلة على السياسة التحريرية من خلال نشر الأدلة التحريرية على مواقعها على شبكة الإنترنت .

د. توظيف تكنولوجيا المعلومات والاتصال والتقنيات الجديدة: حيث تعد قدرة الوسيلة على مواكبة التحديث التقني بأبعاده المتعددة احد مصادر المهنية التي تبقي الوسيلة على قيد الحياة وتحافظ على قدرتها على المنافسة ويشمل هذا الجانب :

- كفاءة حضور الوسيلة على شبكة الإنترنت من خلال موقعها .
- توفير جهاز حاسوب لكل إعلامي .
- استخدام البرمجيات الحديثة في مختلف عمليات الإنتاج والاتصال والأرشفة.
- توفر الحد المعقول من الاشتراكات في مصادر الأخبار والمعلومات المتخصصة من قبيل الوكالات وقواعد المعلومات المتخصصة التي تخدم الإعلاميين.
- قدرة الوسيلة على تطوير أدواتها الإلكترونية للتفاعل مع الجمهور ورصد التغذية الراجعة، وتطوير شكل الوسيلة.

هـ. المهنية في تطوير نظم المعلومات: لا يمكن تصور وسيلة إعلام معاصرة تطمح نحو تحقيق

المهنية بدون نظم معلومات خاصة بها، هذه النظم تتشكل عادة من مجموعة من قواعد المعلومات والبيانات المتخصصة التي توفرها الوسيلة عن طريق مطورين وتتيح للإعلاميين الدخول إليها من أي مكان ، وتشمل عادة :

- نظم المعلومات المتخصصة والعامّة ونظم المعلومات الجغرافية والخرائط .
- ونظم المعلومات الإحصائية وغيرها من معلومات مساندة لأشكال التغطية المختلفة ، ولا يعني هذا الأمر عن مراكز المعلومات والبحوث ، التي قد توظف لتطوير العمل المهني ومساندته.

و. تطوير وعي ومعرفة الإعلاميين بمبادئ المهنة الإعلامية: بما يجعل من اكتساب المعرفة وتعزيز مصادر المهنة مسألة ترتبط بوعي الإعلاميين بذاتهم وبكينونة مهنتهم وما تحتاجه من تعليم مستمر لا يتوقف واكتساب دائم للمعرفة ، ويشمل ذلك الى جانب التواصل المستمر مع كل مصادر تطوير الأداء المهني الواعي بمنظومة مفاهيم المهنة الإعلامية، والأطر التشريعية والحقوق المهنية والواجبات والمسؤوليات المهنية، وقواعد السلوك المهني، والقواعد والمعايير الأخلاقية مثل موثيق الشرف وغيرها.

تجتمع الحزم السابقة التي تتحدث في معظمها عن مصادر المهنة الإعلامية في البيئة الداخلية للمؤسسات الإعلامية لتصب في جودة المحتوى الإعلامي، الذي من خلاله يتحدد مدى القدرة على الحضور والمنافسة والتأثير ، ويتم الخلط احيانا بين معايير قياس المهنة الإعلامية أي طرق التقييم وبين مصادر المهنة كما عرضت في السابق.

## 2.5. معايير تتعلق بجودة المحتوى أو المنتج الإعلامي: تم رصد أكثر من عشرين حزمة من

عناصر قياس مهنة المحتوى الإعلامي، أهمها:

- معايير القدرة على الوصول الى مصادر المعلومات.
- القدرة على الإحاطة بالمعلومات وكفاءتها.
- معايير جمع الأخبار من قبيل مجارة الأحداث.

- التعامل مع المصادر وغيرها.
- معايير التغطية من قبيل التوازن والإنصاف والدقة والشمول.
- معايير ملاءمة أشكال وقوالب ووسائل التغطية للأحداث أو الموضوعات .
- معايير جودة مواد وموضوعات الرأي .
- معايير كفاءة القيام بالوظيفة الرقابية .
- معايير كفاءة التعبير عن الرأي العام .
- معايير التفاعل مع الجمهور .
- معايير حجم الإعلانات التجارية واتجاهاتها .
- معايير ومؤشرات التغطية والمعالجات المحلية.
- معايير وأنماط الفصل بين مواد الرأي والأخبار .
- معايير الفصل بين الأخبار والدعاية السياسية والاجتماعية.
- معايير وأنماط التغطية المتعمقة والاستقصائية.
- معايير أنماط التغطية التفسيرية والتحليلية.
- قواعد الالتزام المهني من قبيل: (الخصوصية، النزاهة، احترام كرامة البشر، الأمانة، عدم الإبتزاز،....).
- معايير المسؤولية الاجتماعية وأهم عناصرها: التعبير عن الهوية والمضمون الثقافي للمجتمع، التعبير عن التعددية ، تعميق الفهم المتبادل ، عدم نشر الكراهية ، التعامل مع تغطيات الإثارة، التعبير عن حقوق الإنسان، احترام قيم الأسرة ، واتجاهات مواد الترفيه ومضامينها.
- معايير التقييم والمراجعة المستمرة، حيث يعتمد مقاييس متعددة لفحص المهنية الإعلامية أهمها معدلات الاطلاع والاستماع والمشاهدة لوسائل الإعلام ، مكانة وسمعة وسائل الإعلام لدى قادة الرأي ، معدل النقل والاقتباس والإشارة الى مواد وسيلة الإعلام.

يرى باسم الطويسي كذلك بأن بلوغ المهنية الإعلامية يحتاج الى منظور شمولي يتجاوز المؤهلات الفردية للصحافيين والإعلاميين على أهميته، وصولاً الى بنية المؤسسات الإعلامية وكفاءة الأداء فيها، وقدرتها على التجدد وخلق بيئة عمل معافاة قادرة على المنافسة وتحقيق الحضور .

#### 6. معايير ماجد سالم التريان:<sup>1</sup>

يجمل ماجد سالم التريان المبادئ أو المعايير التي يجب أن تتسم بها عملية التحرير الإلكتروني في :

- **الوضوح :** وذلك استجابة للطبيعة الخاصة بالإنترنت ، و القائمة على السرعة و تعدد الخيارات ، و تتأكد أهمية الوضوح في المضمون المحرر تبعاً لعدم توافر القراء المعاصرين على الوقت الكافي لاستيعاب و إدراك المعاني التي تقدم صياغات تقليدية تتسم بالطول و التعقيد.

- **الاتساق:** بمعنى أن تكون عناصر الموضوع متسقة.

- **الدقة:** بمعنى دقة النصوص ، فالأخبار الجادة و المعلومات تعتبر أحد الأسباب التي دعت الجماهير لاستخدام الإنترنت ، و قد أشارت إحدى الدراسات المسحية إلى ان نسبة 40% ممن يستخدمون الإنترنت يستخدمونها لإعطائهم أكثر من خلفية للأخبار و يعتمدون على دقة معلوماتها.

- **الكفاية و التناسب:** و يتمثل ذلك في كفاية و تناسب المعلومات مع المبادئ و الممارسة التحريرية.

- **التشييد:** إذا تسمح للمؤلف أن يصوغ عناصر جديدة انطلاقاً من تلك الموجودة مستخدماً قدرة الحاسوب على تشييد أية وحدة نصية كعنصر جديد في مفردات إشارات تتوسع عبر تشبيك مقاطع أو فصول نصية عديدة.

<sup>1</sup> ماجد سالم لتريان، الإنترنت و الصحافة الإلكترونية: رؤية مستقبلية، مرجع سابق، ص231.

### 7. معايير الجمعية الأمريكية لمحري الصحف ASNE<sup>1</sup>:

طوعت الجمعية الأمريكية لمحري الصحف ASNE في الولايات المتحدة بدورها مدونات قواعد السلوك الصحفي متماشية مع الواقع الصحفي الجديد ، ووضع معهد Poynter مدونة أخلاقيات جديدة في عام 1997 و الذي تضمن المبادئ التالية:

- موثوقية المحتوى عبر الإنترنت ( **Reliability of online content** )
- استخدام معلومات قاعدة البيانات ( **Usage of database information** )
- ربط ( **Linking** )
- السيطرة التحريرية على المحتوى المحتمل المؤذي أو المؤذي **Editorial control of potentially hurtful or harmful content**
- النزاهة الصحفية والضغط التجاري ( **Journalistic integrity and commercial pressure** ).

### 8. معايير عبد الأمير الفيصل<sup>2</sup>:

لخص عبد الأمير الفيصل معايير بناء المواقع الصحفية على الإنترنت فيما يلي :

- التصميم الجيد الذي يساعد على سرعة و سهولة التصفح ووجود آليات بحث عربية في مواد الصحيفة و الأرشفة.
- سرعة نشر الخبر و ذلك بالاستفادة من النسخة الإلكترونية عبر موقع الإنترنت في بث الأخبار العاجلة التي لا تتحمل انتظار الطبعة الورقية.
- تحقيق التفاعلية بين الصحيفة والقارئ، و يتحقق ذلك بتوفر إمكانية التعليق الفوري على الأخبار و المقالات.

<sup>1</sup>Fred Mann, "New Media: Bring a New Set of Problems", Available at : <https://www.poynter.org/news/new-media-bring-new-set-problems>, Retrieved 23/12/2018.

<sup>2</sup> عبد الأمير الفيصل، الصحافة الإلكترونية في الوطن العربي، مرجع سابق، ص 120، 121.

- استخدام تقنيات متقدمة في بناء صفحات موقع الصحيفة لسهولة الاستخدام لزوارها وإمكانية الوصول من صفحة فرعية إلى أخرى بدون العودة إلى الصفحة الرئيسية.
- عمل ربط بين المادة الصحفية المنشورة و بين المواد ذات الصلة على الصحيفة أو في مواقع أخرى.
- تخصيص جزء للقارئ على الموقع لتحديد المادة التي يود مطالعتها يوميا للوصول إليها سريعا دون الاضطرار لتصفح الموقع بأكمله.
- التركيز على استقلال النسخة الإلكترونية عن الورقية قد يأخذ طابعا آخر و قد تضاف إليها صفحات ليس في النسخة الورقية.
- الإتجاه في الصحيفة الإلكترونية نحو العالمية، دون الإغراق في المحلية لأن الصحيفة الإلكترونية تخاطب العالم أجمع و ليس مجتمعا بعينه.

## خلاصة الفصل :

نستنتج انطلاقاً مما سبق ذكره من عناصر في هذا الفصل بأن الصحافة الإلكترونية لا تزال تحافظ على توظيف المعايير المهنية للصحافة الورقية و هذا يرجع لحداثة هذه الوسيلة و عدم وجود نصوص قانونية و تشريعية واضحة تنظم هذه المهنة خاصة في الدول العربية على غرار الجزائر، فبالرغم من خصوصية هذه الوسيلة التي تميزها عن الوسائل التقليدية في ظل توفر كم هائل من مصادر المعلومات و بالنظر لكون مستخدم هذه الوسيلة يختلف عن المستهلك السلي للمضامين الإعلامية فبمجرد ورود خبر معين في صحيفة إلكترونية ما يقوم بالبحث عن مصدره الأصلي في شبكة الإنترنت و هنا ما يلزم الصحيفة الإلكترونية بأن تتوخى معياري المصدقية والموثوقية.

أدى كذلك تسابق الوسائل الإعلامية حول تحقيق السبق الإخباري يجعل من وجود تناقض بين معياري دقة المعلومات و التي تحتاج وقت أكبر للتحقق منها و ما بين السرعة أو الآنية وبالتالي فإن هذه البيئة الإلكترونية قد جعلت الممارسة الإعلامية في الصحف الإلكترونية و بالرغم من أنها تخضع في العديد من جوانبها للمعايير التقليدية إلى أنها تواجه تحديات كبيرة تتعلق بمدى توخيها لهذه المعايير دون إغفال معايير أخرى باعتبارها تتداخل فيما بينها و هو ما أدى إلى بروز آراء مختلفة بين الباحثين حول ضرورة تأطير هذه الممارسة الإلكترونية وفق مواد قانونية، و موثيق أخلاقية و مبادئ و معايير مهنية مع الأخذ بعين الاعتبار لطبيعة الوسيلة و بين آخرين يرون بأنه بمجرد تقنين هذه الممارسات سوف تقلص من حرية الرأي و التعبير خاصة و أن الصحافة الإلكترونية قد جاءت نتاج مضايقات السلطات الحاكمة للصحف الورقية و التي كان أغلبها يتم غلقها فسارع القائمين عليها لخلق دعائم إلكترونية لها لتوفير فسحة و مجال للتعبير الحر عبر الويب مثلما حدث في الجزائر.

## الفصل الخامس:

تحليل محتوى صحيفة الشروق أون لاين لمعرفة مدى  
التزامها بالمعايير الفنية و المهنية للصحافة الإلكترونية



الفصل الخامس: تحليل محتوى صحيفة الشروق أون لاين لمعرفة مدى

التزامها بالمعايير الفنية و المهنية للصحافة الإلكترونية

أولاً: المعايير الفنية في صحيفة الشروق أون لاين

ثانياً: المعايير المهنية في صحيفة الشروق أون لاين

تعتبر صحيفة الشروق أون لاین من أبرز الصحف الإلكترونية في الجزائر التي كانت سباقة لأن تكون متواجدة عبر الشبكة العنكبوتية، و هذا يرجع للتنافس بين الصحف الجزائرية لأن تسفيد من ميزات التقدم التكنولوجي الذي وفرته شبكة الإنترنت كالتفاعلية و الوسائط المتعددة و غيرها من الخدمات الأخرى التي أضحت وجودها يشكل مغناطيسا يجتذب المستخدمين إلى تصفح محتويات هذه المواقع. حيث سعى هذه الدراسة التحليلية و التي أخضعت ما يقارب 5838 مادة منشورة بصحيفة الشروق أون لاین بين مارس 2018 إلى فيفري 2019 إلى تحليلها شكلا و مضمونا للتعرف على مدى مراعاة صحيفة الشروق أون لاین للمعايير الفنية و المهنية للصحافة الإلكترونية.

## الفصل الخامس: تحليل محتوى صحيفة الشروق أون لاين لمعرفة مدى التزامها بالمعايير الفنية و المهنية للصحافة الإلكترونية:

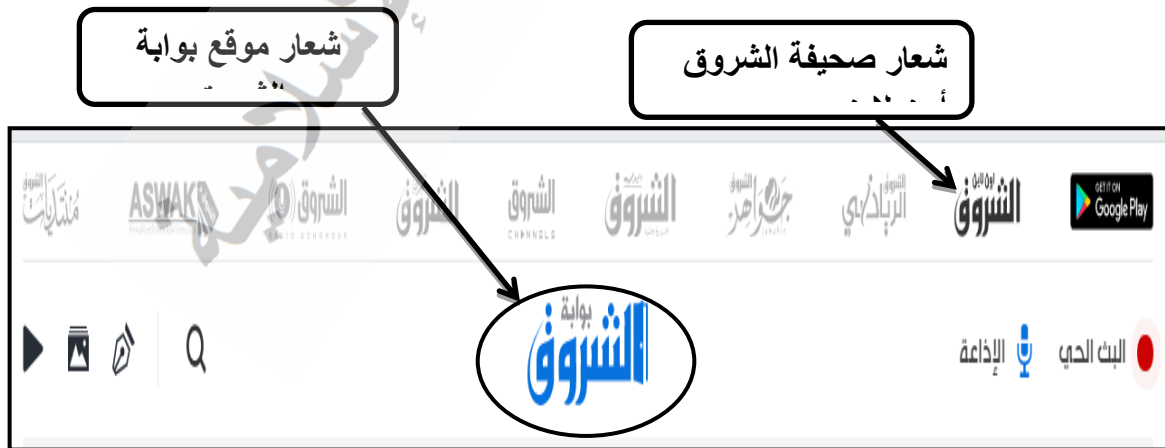
أولاً: المعايير الفنية في صحيفة الشروق أون لاين:

### I. العناصر البنائية المكونة للصفحة الرئيسية لموقع صحيفة الشروق أون لاين:

#### 1. مكونات هوية موقع صحيفة الشروق أون لاين:

تحتوي الصفحة الرئيسية لمواقع الصحف الإلكترونية عادة على شريط تنقل في أعلى الصفحة يحتوي على كافة المواضيع و الأقسام التي تضمها ، مما يتيح في تعريف المستخدم بهوية الصحيفة الإلكترونية و وصوله إلى كافة عناصر المحتوى ذات المستوى الأعلى مثل الخدمات و سبل الاتصال بالقائمين على الموقع لمساعدته في العثور على المحتوى الأكثر أهمية. و من أبرز مكونات هوية مواقع الصحف الإلكترونية الشعار **Logo** و الذي يختلف تموضعه أعلى أو أسفل الصفحة تبعاً لرؤى مسيري الصحيفة الإلكترونية و سياستها. و يمثل الشكل أدناه رقم (24) هوية موقع صحيفة الشروق أون لاين يندرج ضمن مجموعة من المواقع الإلكترونية المختلفة و البالغ عددها تسعة (9) أقسام تمثل الواجهة الإلكترونية لمجمع الشروق للإعلام والنشر، و التي تصنف ضمن أقسام بوابة الشروق.

الشكل رقم (24): يوضح مكونات هوية موقع صحيفة الشروق أون لاين



يتضح من الشكل السابق رقم(24) بأن صحيفة الشروق أون لاين حافظت على نفس تصميم ونوع الخط المستخدم في شعار نسختها المطبوعة الشكل (25) مع إضافة "أون لاين" له باعتباره يعبر عن هوية النسخة الإلكترونية للصحيفة ، كما انهما يشتركان في موقع الشعار على الصفحة حيث يتموقع في كلاهما على يمين رأس الصفحة. في حين يكمن وجه الاختلاف بينهما في الألوان المستخدمة في كتابة الشعار و خلفيته ،حيث تم استخدام اللون الأسود لكتابة شعار موقع الصحيفة الإلكترونية بخلفية بيضاء، في حين تم استخدام اللون الأبيض لكتابة شعار الصحيفة الورقية بخلفية بيضاء.

يلاحظ من جهة أخرى من خلال الشكل رقم (24) بأن شعار بوابة الشروق يشترك مع شعار قسم الصحيفة الإلكترونية في نوع الخط في حين يختلف عنه في كونه أكبر حجما منه إضافة إلى اختلافهما في لون الشعار حيث استخدم اللون الأزرق في شعار البوابة بينما تم استخدام اللون الأسود في شعار قسم الصحيفة الإلكترونية إضافة إلى أن شعار البوابة يتوسط رأس الصفحة في حين يأتي شعار الصحيفة يمين رأس الصفحة.

الشكل رقم (25): يوضح مكونات هوية صحيفة الشروق اليومية الورقية



تحيل هذه النتيجة إلى أن صحيفة الشروق أون لاين استطاعت أن تحافظ على مكونات هويتها وشعار نسختها الورقية مع الأخذ بعين الاعتبار طبيعة الوسيط الذي تنشر من خلاله عبر الويب من ناحية تموقع الشعار داخل الشريط العلوي للموقع و بناء المعلومات داخل صفحتها الرئيسية وتصميمها

وفقا لذلك و هو ما أشار إليه جورج جلدرد **George Gilder** في النموذج المهجن **Hybrid Model** الذي اعتمد كأحد المداخل النظرية لهذه الدراسة.

لوحظ كذلك علي موقع صحيفة الشروق أون لاين عدم إبرازه لشعار الصحيفة الإلكترونية والإكتفاء بعرض و إبراز شعار البوابة في منتصف رأس الصفحة بلون أزرق طيلة فترة التصفح للصفحة الرئيسية و الصفحات الداخلية للموقع و إدراج شعار صحيفة الشروق أون لاين مع أقسام البوابة في أعلى الصفحة بحجم صغير و مكان غير ملحوظ للمتصفح. لذا يتوجب على مصمم الموقع الأخذ بعين الاعتبار بأنه و بمجرد اختيار المستخدم لتصفح موقع صحيفة الشروق أون لاين من بين المواقع التي تعرضها بوابة الشروق الإلكترونية، يفضل أن يتم إبراز شعار الصحيفة بحجم كبير و بلون مغاير عن باقي أقسام البوابة و عن شعار البوابة في حد ذاته.

## 2. قوائم التجول المستخدمة في صحيفة الشروق أون لاين:

### 1.1. أساليب إخراج قوائم التجوال بصحيفة الشروق أون لاين:

تختلف طبيعة الصحف الورقية عن مواقع الصحف الإلكترونية في العديد من الجوانب أهمها أن مستخدم الإنترنت الذي يريد الاطلاع على المعلومات في الموقع الإلكتروني الصحفي أو الإخباري يحتاج لأن يتنقل بين ملايين المعلومات بطريقة سلسلة تمكنه من تلبية ما يريده من احتياجات معرفية، و هذا ما يضع مصممي مواقع الصحف الإلكترونية في تحد كبير لتحقيق قابلية و يسر الاستخدام.

إذ يرى **طوماس باول Thomas A. Powell** بأن التنقل هو فن الحصول على المعلومات من مكان إلى آخر ، و بالرغم من أن الويب عالم افتراضي و ليس واقعي فإن مصممي مواقع الصحف الإلكترونية يأخذون بعين الاعتبار كون التنقل داخله يختلف عن العالم الحقيقي خاصة و أنه يحتوي على أرشيف ضخم للمعلومات. لذلك يتوجب عليهم أن يكتفوا أدوات الإبحار أو التنقل عبر الويب لتساعد المستخدمين على فهم مكانهم وأين يمكنهم الانتقال، وكيف يمكنهم الوصول إلى مكان آخر وذلك عن طريق مراعاة الوضوح ، ووضع العلامات و الأيقونات التي جعل الأمور واضحة للمستخدم.<sup>1</sup>

<sup>1</sup>Thomas A. Powell,Op.Cit,p188.

يتضح من خلال معاينة أدوات التجوال أو الإبحار داخل موقع صحيفة الشروق أون لاين -محل الدراسة- بأنها توظف نوع من أنواع أنظمة التجوال و هو نموذج رأس و يسار و أسفل الصفحة الرئيسية ( **T.L.B(Top-Left-Bottom)** و كما تطلق عليه البعض من الأدبيات بنموذج حرف "L" أوحرف "L" مقلوب و هو ما يبرزه الشكل (26).

يتيح هذا النموذج تصميم الصفحات على أساس تخصيص الجزء العلوي **Top** لأهم الوصلات والتي قد تشمل خريطة الموقع و شعار الموقع، تاريخ صدوره، و وقت تحديثه، أما الجزء الأيسر **Left** - و هذا بالنسبة للصحف و المواقع الأجنبية- فيخصص لعناوين الأبواب الخاصة بالموقع، و هناك بعض الصحف تخصص الجزء العلوي لعناوين الأبواب بينما تخصص الجزء الأيسر للروابط الخاصة بأهم الموضوعات. أما الجزء الأسفل **Bottom** فيحتوي على اسم الجهة الناشرة أو التي تدير الموقع الإلكتروني و الحقوق القانونية للموقع و كيفية الاتصال به.<sup>1</sup>

<sup>1</sup>حسن فراج، مرجع سابق، ص93.

الشكل رقم (26): يوضح نموذج قوائم التجوال أعلى و يسار و أسفل الصفحة لموقع صحيفة الشروق أون لاين



يلاحظ من خلال الشكل رقم (26) بأن هذا النموذج يتميز بكونه يتيح للمستخدم الانتقال بين رأس الصفحة **Header** الشكل (27) الذي يضم شريط يحتوي على التاريخ و توقيت آخر تحديث ،بالإضافة لأيقونات مواقع التواصل الاجتماعي: الفاييسوك، تويتر، **google+** واليوتيوب. كما يضم أيضا رابط موقع الصحيفة الإلكترونية باللغة الفرنسية و الإنجليزية. في حين يخصص الشريط الثاني للأخبار العاجلة .

يضم الشريط الثالث للموقع أقسام بوابة الشروق بما فيها موقع قسم الصحيفة الإلكترونية الشروق أون لاين ، ثم يحتوي الشريط الرابع على شعار البوابة و يقابله خزانة البحث في الأرشيف. فحين أن الشريط الخامس يضم أقسام صحيفة الشروق أون لاين حسب المجالات التي تغطيها و هي :الأخبار الوطنية – تحمل عنوان الجزائر-،الاقتصاد، العالم، رياضة، قضايا المجتمع، ثقافة و فن، منوعات، الملتيميديا، الرأي و المدونات ،و تقابلها في نفس الشريط أيقونة دون معنا في نفس الشريط. أما ما تعلق بنمط الكتابة و الخلفيات فكل هذه المعلومات مكتوبة بلون أسود بخلفية بيضاء ما عدا قائمة أقسام البوابة و الشريط المخصص للأخبار العاجلة الذي يكتب بلون مغاير أحمر ،أو رمادي غامق على خلفية رمادية .

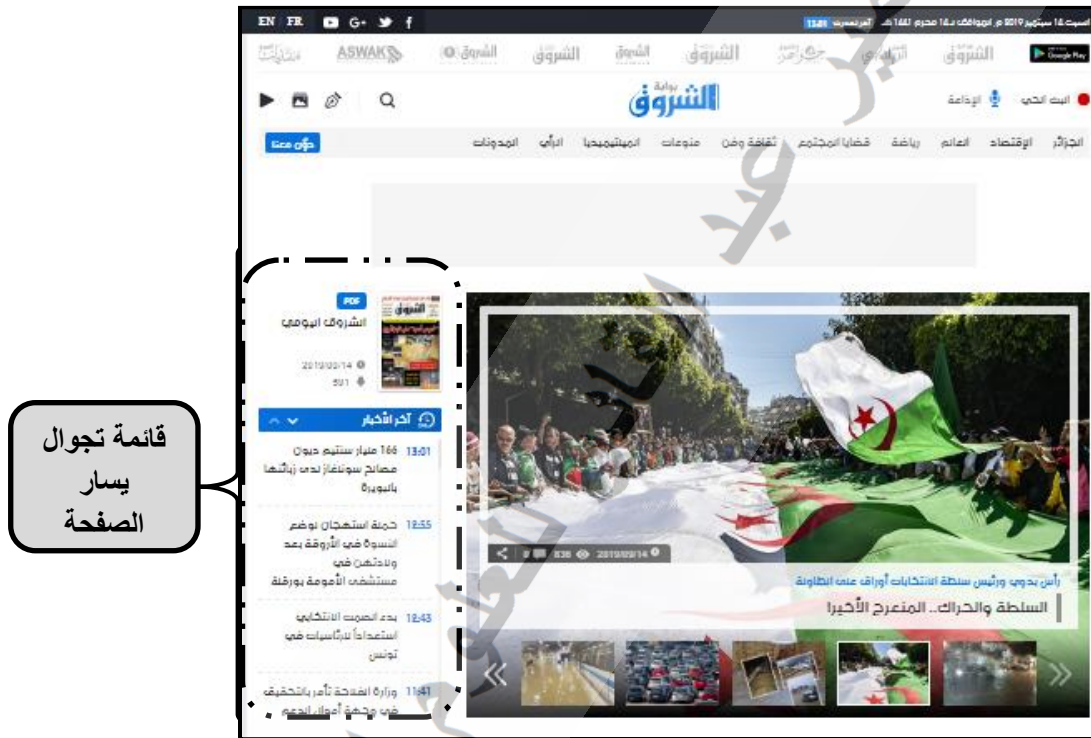
### الشكل رقم (27) :يوضح رأس الصفحة الرئيسية لموقع صحيفة الشروق أون لاين





يوضح الشكل رقم (28) عناصر قوائم التجوال المتواجدة بالجانب الأيسر للصفحة الرئيسية لموقع صحيفة الشروق أون لاين و التي خصصت لعرض أرشيف الصحيفة الورقية على شكل pdf، إضافة إلى آخر الأخبار المرتبة وفق زمن نشرها و تحديثها في الموقع .

الشكل رقم (28): يبرز الجانب الأيسر من الصفحة الرئيسية لموقع صحيفة الشروق أون لاين



يضم ذيل أو أسفل الصفحة الرئيسية لموقع صحيفة الشروق أون لاين في الشريط الأول شعار بوابة الشروق إضافة إلى مجموعة من الأيقونات التي تعرف المستخدم بالخدمات التي تقدمها الصحيفة الإلكترونية كاختياره للغة التي يستخدمها في التصفح (عربية، إنجليزية، فرنسية)، أو روابط للصحيفة في مواقع التواصل الاجتماعي. في حين يحتوي الشريط الثاني معلومات عن أقسام الموقع في الجهة اليمنى في حين خصصت الجهة اليسرى لمعلومات حول إدارة الموقع كالموقع الرسمي للمدير العام لمجمع الشروق علي فضيل و موقع الفايسبوك لمدير بوابة الشروق الإلكترونية نسيم لكحل. أما بالنسبة للشريط الأخير فقد خصص لعرض أقسام بوابة الشروق الإلكترونية، مع الإشارة بأن كل هذه المعلومات المتاحة في ذيل الصفحة الرئيسية للموقع قد كتبت باللون الأبيض على خلفية سوداء. و هذا ما بينه الشكل التالي:

الشكل رقم (29): يبرز أسفل الصفحة الرئيسية لموقع صحيفة الشروق أون لاين



يفضل أن تدرج قائمة التجوال اليسرى في الجانب الأيمن خاصة وأن الصحيفة تعتمد على اللغة العربية بالدرجة الأولى في عرض محتواها الصحفي عبر الموقع ،و التي تبدأ من اليمين لليساار ما يجعل موضع رؤية المستخدم تركز على الجانب الأيمن ،في حين أن الصحف الأجنبية تدرجها في الجانب الأيسر نظرا لأن اللغات الأجنبية تكتب من اليسار لليمين. إذ يجب أن يركز إخراج التجوال أو الملاحظة في مواقع الصحف الإلكترونية بالدرجة الأولى على نمط شكل قراءة محتوى مواقع الويب من قبل المستخدمين. إذ نجد العديد من الدراسات و التجارب الميدانية الأجنبية التي ركزت على هذا النوع من الدراسات التي تهتم بحركة عين المستخدم في حين افتقرت الأدبيات العربية التي تركز على حركة عين المستخدم العربي الذي يتصفح المواقع الصحفية الإلكترونية باللغة العربية.

جاءت دراسة ميدانية قام بها جاكوب نيلسن Jakob Nielsen - في ذات السياق - حول قراءة العين المجردة للمستخدمين لصفحات الويب ،والذي اعتمد في هذه الدراسة على طريقة **Eyetracking** ،و هي أسلوب يستخدمه الباحثين لمراقبة حركات العين للتعرف على مدى تفاعل المستخدمين مع المواقع الإلكترونية بشكل عام و الصحفية على وجه الخصوص.و قد خلصت هذه الدراسة في الأخير في أن المستخدمين يفحصون و يقرأون محتوى مواقع الويب في بضع ثوانٍ ، بحيث تتحرك أعينهم بسرعات مذهلة عبر الكلمات التي يعرضها موقع الويب في نمط يشكل حرف "F" .

إذ يقرأ المستخدم مواقع الويب أولاً بحركة أفقية للجزء العلوي من الصفحة الرئيسية و يشكل هذا العنصر الشريط العلوي لحرف "F"، ثم يقوم المستخدم بعد ذلك بنقل الصفحة قليلاً ثم القراءة في حركة أفقية ثانية تغطي عادة مساحة أقصر من الحركة السابقة، و هذا يشكل هذا العنصر الإضافي شريط F السفلي. و أخيراً ، يقوم المستخدم بمسح الجانب الأيسر للمحتوى في حركة رأسية، إذ و في بعض الأحيان ، يكون هذا الفحص بطيئاً ومنهجياً إلى حد ما، و في أوقات أخرى يتحرك المستخدمون بشكل أسرع ، حيث يشكل العنصر الأخير جذع F.<sup>1</sup>

لا تتلاءم في بعض الأحيان ، أنماط مسح عين المستخدم لصفحات الويب دائماً من ثلاثة أجزاء بالضبط، فيمكن أن يقرأ المستخدم الجزء الثالث من المحتوى ، مما يجعل النموذج يبدو وكأنه حرف E بدلا من F. وفي أحيان أخرى ، يقرأون مرة واحدة فقط ، مما يجعل النموذج يبدو وكأنه حرف L مقلوب (مع وجود العارضة في الأعلى) ، ومع ذلك تشبه أنماط القراءة حرف F تقريبا على الرغم من أن المسافة بين الشريط العلوي والسفلي تختلف.<sup>2</sup> يستوجب على مصمم موقع صحيفة الشروق أون لاين نظرا لكونها تنشر باللغة العربية الأخذ بعين الاعتبار الخصائص المتعلقة بطبيعة المستخدم العربي، و اللغة المستخدمة في التصفح إضافة إلى حركة عين المستخدم الذي يقوم بمسح الصفحة الرئيسية من الأعلى إلى الأسفل ، و من اليمين إلى اليسار. و يمكن أن يطلق على هذا النموذج من التجوال في الصحف و المواقع الصحفية العربية بنموذج أعلى و يمين و أسفل الصفحة **.T.R.B(Top-Right –Bottom)**

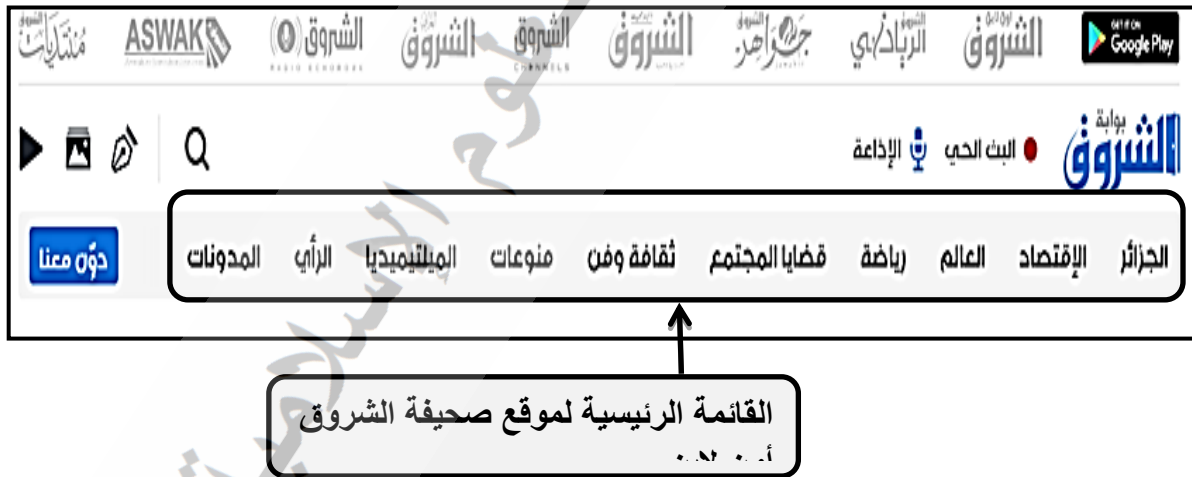
<sup>1</sup>Jakob Nielsen, "F-Shaped Pattern For Reading Web Content", Posted on April 16, 2006, Available at: <https://www.nngroup.com/articles/f-shaped-pattern-reading-web-content-discovered/>, Retrieved at: 21/01/2020.

<sup>2</sup>Ibid.

## 2.2. أنواع قوائم التجوال المستخدمة بصحيفة الشروق أون لاين:

توفر قوائم التجوال للمستخدمين وسيلة للانتقال من نقطة لأخرى بموقع الصحيفة الإلكترونية، إذ يستوجب أن يحقق التصميم وظيفة اتصالية بالعلاقة بين العناصر التي يحتويها، فليس كافياً أن يوفر قائمة بالروابط و لكن يجب أيضاً يوضح هل هناك علاقة بين هذه العناصر؟ و هل هناك عناصر أهم من أخرى؟ ليمكن المستخدم من فهم الاختيارات المتاحة له و التي قد تكون الأفضل لتدعيم مهمة أوهدف يبحث عنه.<sup>1</sup> تتخذ قوائم التجوال عدة أشكال و التي تستخدم في المواقع الصحفية و الإخبارية كالقوائم المنسدلة و القوائم الثابتة. و بالرجوع لموقع صحيفة الشروق أون لاين محل الدراسة، يتضح بأن الصحيفة تستخدم القوائم الثابتة حسب ما هو مبين في الشكل رقم (30). حيث تتواجد هذه القائمة في شريط ذو خلفية رمادية و عناوين مكتوبة باللون الأسود على رأس صفحة الموقع و تبرز كل منها عند تمرير السهم عليها بلون رمادي غامق.

الشكل رقم (30): يوضح القائمة الرئيسية لموقع صحيفة الشروق أون لاين



<sup>1</sup>منار فتحي مجّد، تصميم مواقع الصحف الإلكترونية، ط1، دار العالم العربي، القاهرة، مصر، 2011، ص157.

يعاب على هذا النوع من القوائم الثابتة أنها لا توفر تفصيلاً لكل فئة من المجالات على حدة فبمجرد النقر بالفأرة على إحدى المجالات المعروضة في شريط القائمة الرئيسية لموقع صحيفة الشروق أون لاین ينتقل بالمستخدم مباشرة إلى الرابط الذي يضم محتويات ذلك القسم دون أن يتيح للمستخدم اختيار نوعية معينة للمواضيع التي يعالجها هذا المجال و التي يريد المستخدم الاطلاع عليها. و هذا ما يجعل القوائم المنسدلة أنجع خاصة و أن طبيعة الموقع اخباري بالدرجة الأولى ما يتيح بذلك تصنيف المعلومات و ترتيبها ليسر الاطلاع عليها من قبل المستخدمين.

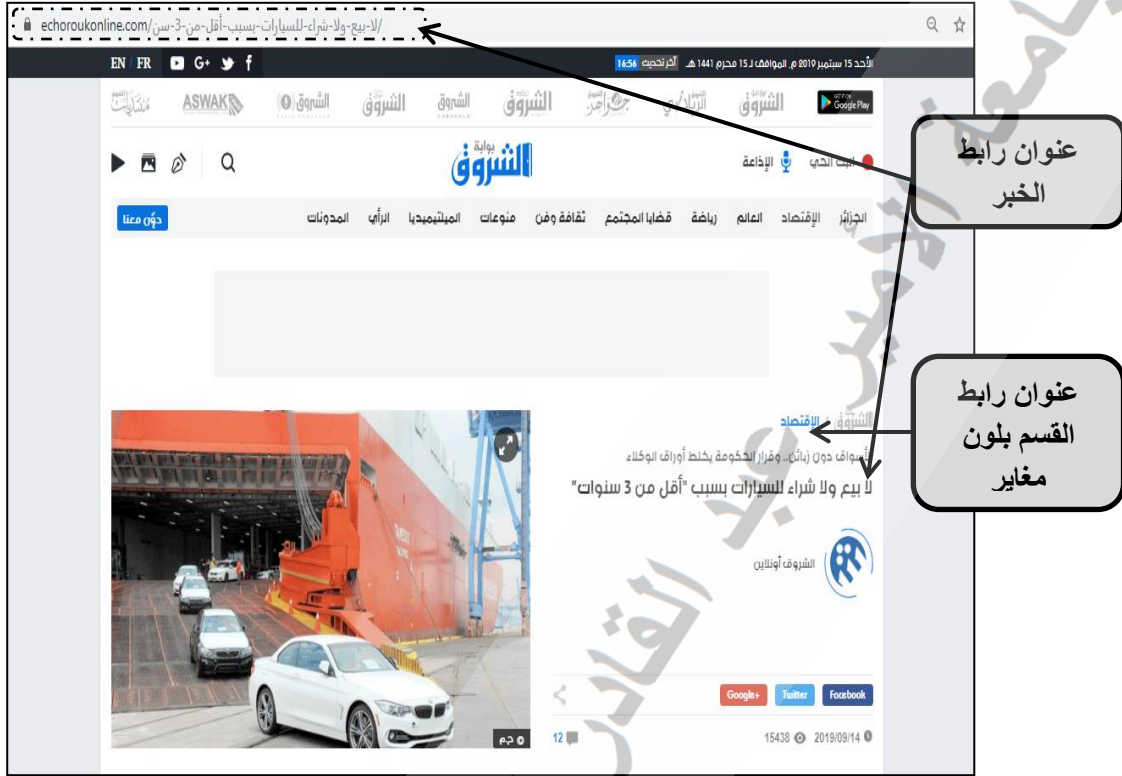
كما يمكن تقييم نظام التجوال **Navigation** داخل موقع صحيفة الشروق أون لاین من خلال معرفة مدى استجابتها لاحتياجات المستخدم و مطابقتها لمعايير فاعلية نظام التجوال التي وضعها خبير قابلية الاستخدام جاكوب نيلسن **Jakob Nielsen** و ذلك عن طريق الإجابة على ثلاثة أسئلة تتعلق بنظام تجوال جيد و هي: "أين أنا؟، أين سأصبح؟ و إلى أين يمكنني أن أذهب؟".<sup>1</sup> و يمكن الوقوف عن ما إذا كانت هذه الاعتبارات المتعلقة بفاعلية نظام التجوال قد إلتزمت صحيفة الشروق أون لاین بتطبيقها من خلال ما يلي :

أ. تحديد موقع المستخدم داخل الموقع الإلكتروني لصحيفة الشروق أون لاین (أين أنا؟):

يوفر موقع صحيفة الشروق أون لاین لمتصفحيه عنوان لكل رابط **Link** مادة صحفية سواء خبر أو مقال و غيرها من الفنون الصحفية المصنفة وفق المجال الذي تغطيه ضمن فئات أو أقسام و هو ما يتيح بهم إمكانية البحث عن عنوان المادة الصحفية في محركات البحث بكل سهولة . كما يبين الموقع لمتصفحيه تغير عنوان رابط القسم الذي هو فيه ما يجعل المستخدم يعرف موضعه بالنسبة للموقع الإلكتروني للصحيفة، و هذا ما هو موضح في الشكل رقم (31).

<sup>1</sup>Mike Ward, Op.Cit, p171.

الشكل رقم (31): يوضح تحديد موقع المستخدم داخل موقع صحيفة الشروق أون لاين



ب. معرفة رابط الصفحة التي زارها المستخدم سابقا (أين كان من قبل؟):

لم يوفر موقع صحيفة الشروق أون لاين رابط الصفحة التي زارها المستخدم سابقا، فمن المفترض أن تكون ألوان روابط الصفحات التي تصفحها سابقا بألوان مغايرة لترشيده عن مكانه السابق و الحالي.

ج. اقتراح روابط صفحات أخرى يمكنه زيارتها (أين يمكنك الذهاب بعد ذلك؟):

يتيح موقع صحيفة الشروق أون لاين لمتصفحيه مجموعة من روابط الموضوعات ذات الصلة بالموضوع الذي تعالجه الصفحة الحالية التي يتصفحها مثلما هو موضح في الشكل رقم (31)

### الشكل رقم (32) يوضح مثال عن روابط المقالات ذات الصلة بموضوع اقتصادي

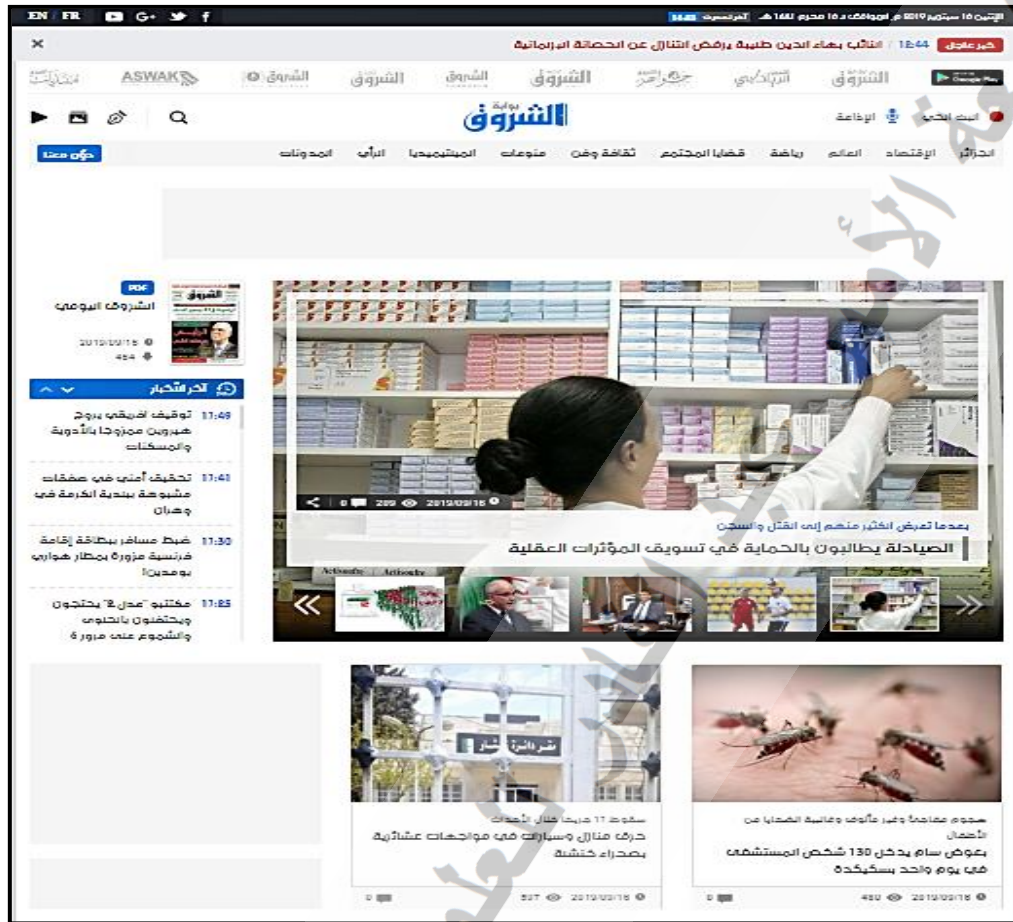


### 3. أساليب إخراج الصفحة الرئيسية لصحيفة الشروق أون لاين:

تتفاوت أساليب إخراج الصفحات الرئيسية لمواقع الصحف الإلكترونية، فبعضها تحاول الخروج بنسخة مشابهة للنظرة العامة للصفحة الأولى للصحف اليومية بعرض الأخبار و الصور نفسها و لكن بطريقة مثيرة تشير إلى روابط و إلى أقسام و أخبار أخرى. و البعض يقسم الصفحة إلى أقسام و يضع قائمة بالأخبار بكل قسم، بينما يضع آخرون رابط لكل قصة في ذلك اليوم بطريقة أو بأخرى يحاول كل موقع أن يجذب القراء و يزودهم بالأخبار بأسهل طريقة لتغطية الأخبار.<sup>1</sup> و بالرجوع للأسلوب الإخراجي المتبع في إخراج الموقع الإلكتروني لصحيفة الشروق أون لاين، فنجد أنها تعتمد على أسلوب البوابة الإلكترونية في إخراج موضوعاتها على صفحتها الرئيسية و هو ما يوضحه الشكل رقم (33).

<sup>1</sup> بيريح حسين، مرجع سابق، ص 71.

الشكل رقم(33): يوضح أسلوب البوابة المستخدم في إخراج الصفحة الرئيسية لموقع صحيفة الشروق أون لاين



يعتبر أسلوب البوابة الإلكترونية حسب العديد من مصممي صفحات الويب للصحف الإلكترونية بأنه الأنسب لعرض و تنظيم المحتوى الصحفي في صفحاتها الرئيسية **Home Page**. وهذا لكونه يركز على عرض مجموعة كبيرة من الروابط التشعبية، و العناوين الخاصة بالأبواب و المواد الصحفية المنشورة في الصفحات الداخلية للصحيفة، مع عدم تقديم أي تفاصيل حول ما تتوفر عليه الأبواب و المواد الصحفية، حيث تقدم هذه التفاصيل في الصفحات الداخلية و يمتاز هذا الأسلوب باعتماده على العناوين مع قلة المقدمات و ندرة المتون، و استخدام سطور ذات امتداد قصير، و كذلك استخدام أحجام الخطوط الصغيرة مما يوفر عرض أكبر قدر من العناوين.<sup>1</sup>

<sup>1</sup> المرجع نفسه، ص 72، 73.



حسب ما هو موضح في الشكل رقم(33) فيمكن ملاحظة أن صحيفة الشروق أون لاين تراعي مزايا هذا الأسلوب باعتمادها على عناوين رئيسية و فرعية للأخبار مرافقة للصور المدرجة معها لكل المحتوى الصحفي ضمن صفحتها الرئيسية ما عدا آخر الأخبار المحدثه و التي تعرض عناوينها الرئيسية فقط، و هذا دون الخوض في إرفاق هذه الأخبار بملخصاتها ما يجعله يتواءم مع طبيعة الموقع الإلكتروني الذي يحتوي على كم هائل من المعلومات ما يجعله يوفر مساحة لعرض محتوى أو خدمات للمستخدم الذي ينجذب لهذا الأسلوب .

#### 4. الإعلانات المستخدمة بصحيفة الشروق أون لاين:

تعد الإعلانات من أهم مصادر دخل الصحف سواء كانت ورقية أم إلكترونية، فهي تساهم بشكل كبير في تمويلها مما يساهم في استمرارها. فلقد ساهمت الإنترنت في ظهور نوع جديد من الإعلانات هي الإعلانات الإلكترونية التي لا يخلو موقع إعلامي أو صحفي من وجودها. حيث يستفيد الإعلان في الصحف الإلكترونية من المزايا التفاعلية و المعلوماتية و تكنولوجيا النشر و التحريك المبهرة وأساليب محاصرة الزائر بالمعلومات بأشكال مختلفة بالنصوص و العروض المتحركة، و الصور بمختلف الأحجام والزوايا و هو ما لا يتوفر في الوسائل التقليدية. و ذلك بجانب استخدام الوسائط المتعددة والواقع الافتراضي في إبداع التصميم الإعلانية.<sup>1</sup> كما أن تواجده في الصفحات الرئيسية للصحف الإلكترونية يجعله عامل جذب للمتصفح نظرا لاستخدامه لتقنيات الفلاش في تصميمه.

<sup>1</sup>عباس مصطفى صادق، الإعلام الجديد المفاهيم و الوسائل و التطبيقات، مرجع سابق، ص319.

الجدول رقم(17):يبين مساحة الإعلانات على الصفحة الرئيسية لصحيفة الشروق أون لاين

ن%Σ	Σك	ن%	ك	مساحة الإعلانات على الصفحة الرئيسية لصحيفة الشروق أون لاين
100	588	30.95	182	عدد المساحات الإعلانات الموظفة
		69.05	406	عدد المساحات الإعلانية غير الموظفة
100	9457789	إجمالي مساحة الصفحة الرئيسية px(بيكسل) <sup>1</sup>		
6.40	604690	إجمالي نسبة مساحة الإعلانات مقارنة بالمساحة الإجمالية للصفحة الرئيسية		

المصدر: من إعداد الباحثة

يلاحظ من خلال الجدول السابق رقم (17) أن المساحة غير المستغلة التي يخصصها موقع الشروق أون لاين للإعلانات قدرت بـ69.05%، في حين قدرت نسبة المساحات الإعلانية المستغلة بـ30.95% و هي نسبة ضئيلة جدا مقارنة بالمساحات الإعلانية الفارغة. كما أن إجمالي المساحة المتاحة للإعلانات على الصفحة الرئيسية للصحيفة قد بلغت نسبة 6.39% بالنظر لإجمالي مساحة الصفحة الرئيسية و هي نسبة كذلك ضئيلة. و تعود هذه النتائج لعدم وجود خطة واضحة لتوظيف الإعلانات الإلكترونية لتحقيق إيرادات مرتفعة، كما يعود سبب ندرتها لضعف السوق الإعلاني بالجزائر و توظيفه لشبكة الإنترنت بشكل عام و عرضه على مواقع الصحف الإلكترونية على وجه الخصوص خاصة و أن هذه الأخيرة لا تزال تعيش في ضبابية و عدم وضوح معالم إطارها قانوني الذي يجعلها في نفس مستوى الجرائد الورقية في الساحة الإعلامية الجزائرية ما يجعلها لا تستفيد من الدعم الحكومي خاصة و الآن الحكومة لا تزال تحكم قبضتها على الإشهار .

تتوافق هذه النتائج مع ما توصل إليه الباحث السي موسى عبد الله بكون الصحف الإلكترونية الجزائرية لا تتوفر على أي محتوى إعلاني، حيث خصصت البعض منها مساحة شاغرة في الصفحة الرئيسية للموقع توجي للمستخدم بإمكانية حجزها مع تقديم بعض المواقع لجدول أسعار حجز هذه

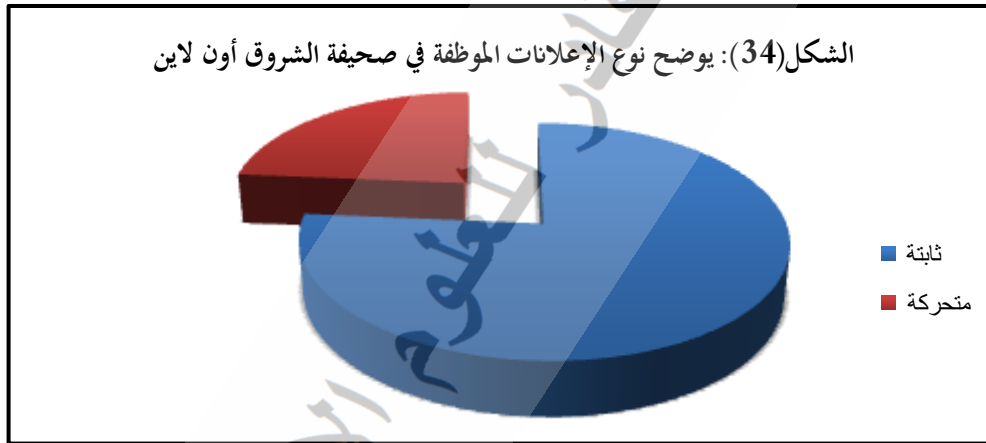
<sup>1</sup>\* استعانت الباحثة بتحديد مساحة الصفحة الرئيسية لموقع صحيفة الشروق أون لاين باتباع الأمر "Inspect" الذي يظهر عند الضغط بالزر اليمين للفأرة، ليعرض بعد ذلك مجموعة من الأكواد المتعلقة بمساحة كل عنصر من عناصر صفحة الموقع الإلكتروني المعروض، أما فيما تعلق بحساب مساحة الإعلانات فقد اتبعت الباحثة نفس الخطوات مع إضافة خطوة أخرى و هي تجميع الأكواد التي تعبر عن مساحة كل إعلان معروض أو مساحة إعلانية فارغة للحصول على إجمالي مساحتها لتسهيل مقارنتها مع المساحة الإجمالية للصفحة الرئيسية.

المساحة الشاغرة و تفاصيل الإعلان على الموقع و هذا إن دل على شيء فإنما يدل على غياب ثقافة الإعلان الإلكتروني في الجزائر.<sup>1</sup>

الجدول رقم (18): يبين نوع و موقع الإعلانات على الصفحة الرئيسية لصحيفة الشروق أون لاين

المجموع		موقعها على الصفحة الرئيسية للصحيفة					نوع الإعلانات	ثابتة	متحركة
ك	ن%	على اليسار	على اليمين	في الأسفل	في الوسط	في الأعلى			
139	76.37	70	00	00	57	12	ك	ن%	
		50.36	00	00	41.01	8.63			
43	23.63	33	00	00	10	00	ك	ن%	
		76.74	00	00	23.26	00			
182	100	المجموع							

المصدر: من إعداد الباحثة



<sup>1</sup>سي موسى عبد الله، " الصحافة الإلكترونية في الجزائر: دراسة في تصميم المواقع و التفاعلية"، مجلة الساور للدراسات الإنسانية والاجتماعية، العدد الأول، جامعة طاهري محمد، بشار، الجزائر، ديسمبر 2015، ص 183. متاح عبر الرابط

التالي: <https://www.asjp.cerist.dz/en/downArticle/536/1/1/76011>، تاريخ الزيارة: 2020/01/20.

يلاحظ من خلال الجدول أعلاه رقم (18)، بأن موقع صحيفة الشروق أون لاين يوظف بنسبة كبيرة تقدر بـ 76.37% إعلانات ثابتة كان تتموضع في الغالب على اليسار بنسبة 50.36%، في حين بلغت نسبة الإعلانات الثابتة المتواجدة وسط الصفحة الرئيسية للصحيفة 41.01% لتليها ما نسبته 8.63% نسبة الإعلانات الثابتة المتواجدة أعلى الصفحة. من جهة أخرى، بلغت نسبة الإعلانات المتحركة 23.63% أغلبها كانت متواجدة أعلى يسار الصفحة بنسبة 76.74%، أما المتواجدة وسط الصفحة الرئيسية للموقع قدرت نسبتها بـ 23.06%، في حين أن الإعلانات الثابتة والمتحركة المتواجدة يمين و أسفل الصفحة فنجد نسبتها منعدمة لعدم توظيفها.

يرجع هذا لافتقار موقع صحيفة الشروق أون لاين على غرار الوسائل الإعلامية الجزائرية الأخرى على الاستفادة من الدراسات التي تتعلق بالجانب الاعلاني و دوره في رفع إيرادات الوسيلة الاعلامية عن طريق توظيفه لمجموعة من عوامل الجذب كالفلاش و الصور المتحركة و غيرها. كل هذا يؤثر سلبا عليها خاصة وأن المؤسسات الاقتصادية بالجزائر لا تزال تعتمد على الإعلان المتلفز أو المطبوع، في حين لا يوجد اهتمام كبير بالإعلان الإلكتروني خاصة في مواقع الصحف الإلكترونية و هذا ما يفسر وجود العديد من المساحات الإعلانية الفارغة في صفحاتها الرئيسية و شبه انعدامها في الصفحات الداخلية للموقع.

## II. فئة العناصر البنائية الجرافيكية الموظفة بصحيفة الشروق أون لاين:

### 1. توظيف النصوص بصحيفة الشروق أون لاين:

تعد الحروف و اختيار الخطوط لكتابة نصوص الموضوعات في الصحف الإلكترونية من العوامل الهامة لجذب انتباه قارئ الصحيفة و معونته على الاستفادة مما تقدم إليه، و قد تعرضت عديد من الدراسات و الأدبيات لأسس عرض النص على شاشة الكمبيوتر و قدمت خطوط إرشادية لعرض النصوص المكتوبة، من حيث شكل الحروف و حجمها و طرق تمييزها و الفراغ بين الكلمات والسطور.<sup>1</sup> و يجب أن تكون حروف النصوص على درجة عالية من يسر القراءة أو الإنقرائية

<sup>1</sup> بسنت العقباوي، مرجع سابق، ص 172.

**Readability**، و هي درجة الكفاءة التي تجعل من اليسير على القارئ أن يتابع أكبر كميات ممكنة من حروف المتن.<sup>1</sup>

تعتمد الصحف الإلكترونية على غرار الصحف الورقية على ثلاث أنواع من النصوص و التي تشمل العناوين، المقدمات، و المتون، بحيث كل شكل من هذه الأشكال له خصوصيته و المعايير التي يقوم عليها بحيث يكون جذابا و مفيدا للبناء الإخراجي و التصميمي للصحيفة الإلكترونية و من جهة اخرى يراعي عين القارئ. و بالرجوع للصحيفة الإلكترونية محل الدراسة يمكن إجمال أهم أنواع الخطوط و أحجامها التي توظفها في العناوين الفرعية مثلما هو موضح في الشكلين رقم (35) و (36)، والرئيسية في الشكلين رقم (37) و (38)، والمتون في الشكلين رقم (39) و (40).

الشكل رقم (35): يوضح كود نوع وحجم الخط المستخدم في العناوين الفرعية للمحتوى المنشور باللغة العربية بصحيفة الشروق أون لاين



<sup>1</sup> أمل خطاب، دور تكنولوجيا الاتصال الحديثة في تطوير الأداء الصحفي، ط1، دار العالم العربي، القاهرة، 2009، ص 95، 96.

الشكل رقم (36): يوضح كود نوع و حجم الخط المستخدم في العناوين الرئيسية للمحتوى المنشور باللغة العربية بصحيفة الشروق أون لاين



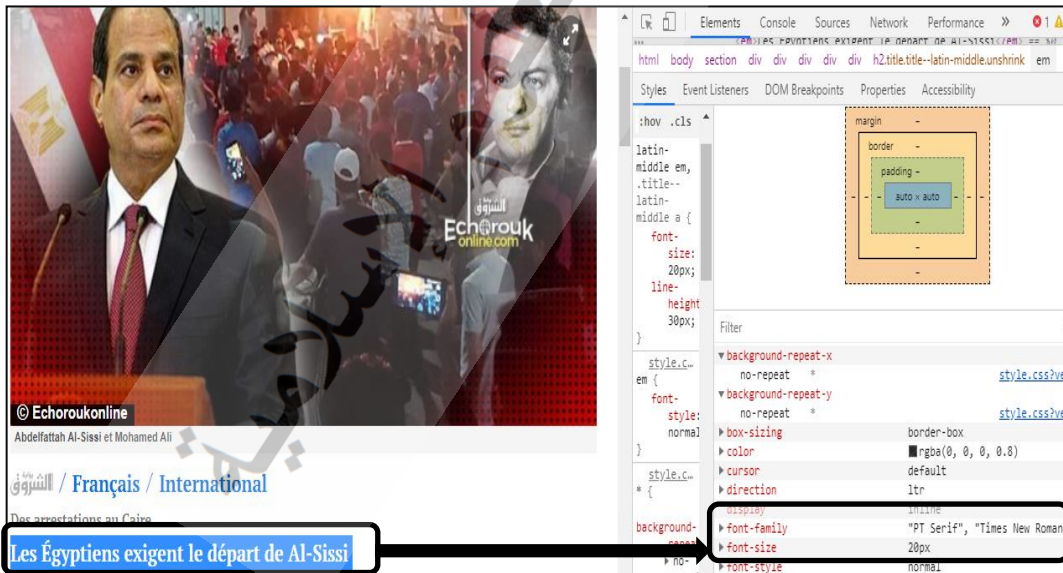
الشكل رقم (37): يوضح كود نوع و حجم الخط المستخدم في المتن للمحتوى المنشور باللغة العربية بصحيفة الشروق أون لاين



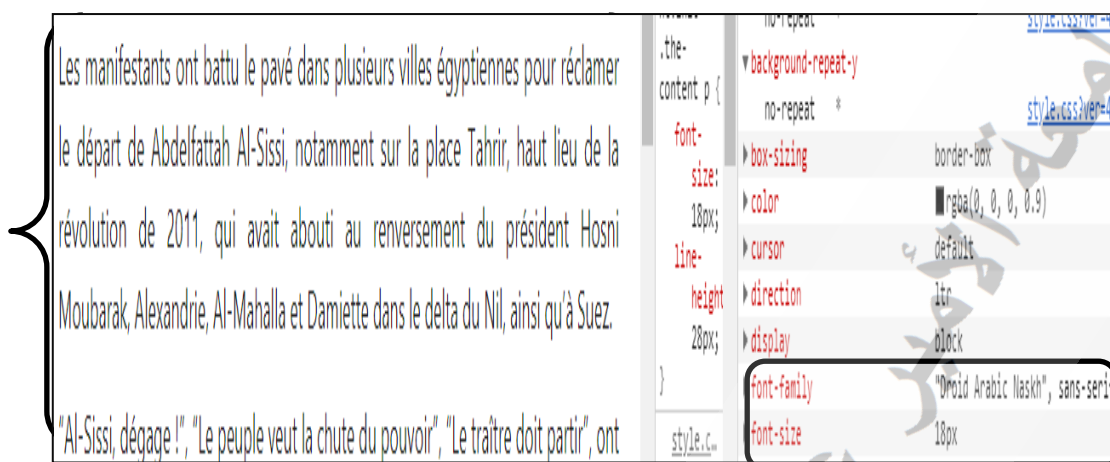
الشكل رقم(38): يوضح كود نوع و حجم الخط المستخدم في العناوين الفرعية للمحتوى المنشور باللغات الأجنبية بصحيفة الشروق أون لاين



الشكل رقم(39): يوضح كود نوع و حجم الخط المستخدم في العناوين الرئيسية للمحتوى المنشور باللغات الأجنبية بصحيفة الشروق أون لاين



الشكل رقم (40): يوضح كود نوع و حجم الخط المستخدم في المتون للمحتوى المنشور باللغات الأجنبية بصحيفة الشروق أون لاين



يمكن إجمال البيانات المستخرجة من الأشكال السابقة – من الشكل (35) إلى الشكل (40) – في الجدول التالي :

الجدول الرقم (19): يبين نوع وحجم الخطوط المستخدمة في صحيفة الشروق أون لاين حسب اللغة

		اللغة	
الفرنسية / الإنجليزية	العربية	الخطوط المستخدمة	
Times New Roman	Zahra	نوع الخط	العناوين الفرعية
14px	20 px	حجم الخط	
Times New Roman	Zahra	نوع الخط	العناوين الرئيسية
20 px	28 px	حجم الخط	
Droid Arabic Naskh	Droid Arabic Naskh	نوع الخط	المتون
px18	px16	حجم الخط	

المصدر: من إعداد الباحثة



تشير نتائج الجدول السابق رقم(19) بأن صحيفة الشروق أون لاين تعتمد في تحرير مادتها الصحفية باللغة العربية بالنسبة للعناوين الفرعية و الرئيسية على خط "Zahra" و حجمه 20 px بالنسبة للعناوين الفرعية و 28 px للعناوين الرئيسية، بينما نوع الخط المستخدم في المتون هو **Droid Arabic Naskh** بحجم 15 px. أما بالنسبة للمادة المكتوبة باللغة الفرنسية والانجليزية فقد تم اعتماد خط **Times New Roman** لكتابة العناوين الفرعية بحجم 14px و الرئيسية بحجم 20px، في حين اعتمد خط **Droid Arabic Naskh** بحجم 18px.

أجمع أغلب المبحوثين في دراسة ميليسا ميلز و ميشال بيرنارد **Melissa Mills & Michael Bernard** ، حول نوع الخطوط الأكثر استخداما من قبل المواقع الإلكترونية باللغة الفرنسية والانجليزية و حجمها المناسب للقراءة، بأن الخطوط الأكثر شيوعا هما **Times New Roman** و **Arial**، أما فيما يتعلق بالحجم المناسب للقراءة، فتوصلت الدراسة بأن الخط **Arial** ذو الحجم 12 بنط هو الأفضل و الأكثر وضوحا عند قراءة النصوص في الموقع الإلكتروني، و كذلك هو الحال بالنسبة للخط **Times New Roman** الذي يكون واضحا للقراءة عند البنط 12.<sup>1</sup> في حين يشير بعض الباحثين إلى أن أنسب حجم للخطوط في الصحف الإلكترونية بشكل خاص هو بنط 14 فما قل عن ذلك يجهد عين القارئ نظرا لصغره من ناحية، و كثرة الإضاءة في الشاشة من ناحية أخرى مما يتسبب في عسر القراءة.<sup>2</sup>

يلاحظ من ناحية أخرى بأن الدراسات العربية التي تناولت نوع و حجم الخطوط في المواقع الإلكترونية العربية و الصحف الإلكترونية على وجه الخصوص اهتمت قلة قليلة منها بهذا الجانب مقارنة بالدراسات الأجنبية. و من الدراسات العربية التي اهتمت بهذا الجانب الدراسة التي قام بها حلمي محسب حول المقارنة بين الصحافتين المصرية والأمريكية من الناحية الإخراجية حيث خلصت دراسته إلى أن صحيفتا الأهرام و الجمهورية المصريتين و الصحيفة الأمريكية **USA Today** استخدموا خط **Arial**، في حين اعتمدت صحيفة نيويورك تايمز **New York Times** خط **Times New Roman**. أما ما يتعلق بحجم الخطوط المستخدمة في الصحف محل الدراسة فقد رأت ما نسبته 85% من عينة الدراسة الميدانية بأنها تفضل حجم 12 px للقراءة المستمرة، حيث قدمت صحيفة

<sup>1</sup>Michael Bernard & Melissa Mills, So, **What Size and Type Should I Use on My Website?**, Usability News Revue, Vol. 2 Issue 2, July 2000, P5, available at: <http://usabilitynews.org/so-what-size-and-type-of-font-should-i-use-on-my-website/retrieved> at:05/10/2018.

<sup>2</sup> صالح العنزي، مرجع سابق، ص154.

الأهرام عناوينها بخط 13.5 px و متونها بخط 12 px، أما صحيفة الجمهورية فقد قدمت عناوينها بخط سميك مقداره 11px و متونها بحجم 11px. في حين بلغ حجم الخط في كل من صحيفتي Today USA و نيويورك تايمز New York Times 12 px.<sup>1</sup>

يتضح مما سبق أهمية أن تكون الخطوط المستخدمة في تحرير النصوص في التأثير على عملية التصفح، حيث يستوجب أن تساهم في تيسيره و تحقيق قابلية الاستخدام بالنسبة لزوار الموقع الصحفي لكن الأمر لا يقتصر على ذلك فهناك أيضا مجموعة من الإعتبارات التي يتوجب على الصحف الإلكترونية مراعاتها و المتعلقة بالشكل الظاهر للفقرات المكتوبة، و سطورها إضافة إلى سلامتها لغويا وهذا ما يبرزه الجدول رقم (20) التالي :

الجدول رقم (20): يبين مؤشرات الوضوح اللغوي للنصوص الصحفية بصحيفة الشروق أون لاین

مؤشرات الوضوح اللغوي	سلامة الصياغة اللغوية		استخدام فقرات قصيرة		ضبط السطور و تناسق الفقرات		استخدام العناوين الفرعية	
	ك	ن%	ك	ن%	ك	ن%	ك	ن%
توجد	4463	76.45	1718	29.43	4805	82.31	510	08.74
لا توجد	1376	23.55	4120	70.57	1033	17.69	5328	91.26
المجموع	5838	100	5838	100	5838	100	5838	100

المصدر: من إعداد الباحثة

بينت نتائج الجدول أعلاه بأن صحيفة الشروق أون لاین تحرص على عدم وجود أخطاء في الصياغة اللغوية للمواد المنشورة بنسبة قدرت بـ 76.45% من إجمالي المواد المنشورة فترة الدراسة الحالية،

<sup>1</sup> حلمي محسب، مرجع سابق، ص 366.

في حين بلغت نسبة المواد التي لم تراعي هذا المعيار 23.55%. كما تشير بيانات الجدول بأن صحفيي صحيفة الشروق أون لاين يستخدمون الفقرات الطويلة في تحرير المواد المنشورة في الموقع بنسبة 70.57% و هي نسبة كبيرة مقارنة بالمواد التي تقسم وفق فقرات القصيرة و التي بلغت نسبتها 29.43%، و هو ما يتعارض مع مبادئ الكتابة للويب و التي تستوجب توظيف الجمل و الفقرات القصيرة .

إذ يتوجب على صحفيي صحيفة الشروق أون لاين مراعاة أن يكون النص قصيرا دون التوضيحية بعمق المحتوى من خلال تقسيم المعلومات إلى عدة عقد متصلة بواسطة روابط النص التشعبي بحيث تكون المعلومات في كل صفحة مختصرة ، كما يمكن إبعاد المعلومات المفصلة إلى الصفحات الثانوية. وهذا يرجع لكون القراءة من شاشات الكمبيوتر تكون أبطأ بنسبة 25% من قراءة الصحيفة الورقية، لذا يتوجب عليه أن يكتب نصا أقل بنسبة 50% نظرا لأنه ليس مجرد مسألة سرعة القراءة ولكن أيضا مسألة شعور جيد<sup>1</sup>.

تواجه الصحف الإلكترونية على غرار صحيفة الشروق أون لاين مجموعة من العوائق المتعلقة بتدفق الإنترنت و كذلك هو الحال بالنسبة للكتابة أو التحرير للويب، إذ أن معظم هذه الصحف لا يزال صحفيوها متأثرين بطرق التحرير التقليدي الذي يتبعونه في الصحف الورقية ، كما أن 80% من محتوى هذه المواقع لا يزال يأتي من النسخة المطبوعة. و هذا ما هو مطبق مع معظم المواقع في الصحف اليومية الجزائرية ، فمعظم هذه المواقع تفتقر لأساسيات الكتابة للويب و لمعرفة الوقت الحقيقي الذي يتم فيه تغذية المعلومات و تحديثها عبر الموقع، فأغلبتهم يسارعون في وضع محتوى الطبعة الورقية على الخط.<sup>2</sup>

تعرض صحيفة الشروق أون لاين و التي هي عبارة عن صفحة إلكترونية ضمن شاشة صغيرة الحجم ويتم التعرض لها سواء من خلال جهاز الكمبيوتر أو الأجهزة الإلكترونية المحمولة كالهاتف النقال واللوح الإلكتروني و بالتالي تكون غير قادرة على استيعاب كم كبير من المعلومات ما يجعل بناء الكتل النصية والإختصار في عرض المعلومات عن طريق جمل قصيرة و فقرات مقتضبة تتضمن ضمنها روابط فائقة تمكن القارئ من التعمق أكثر في المعلومات المنشورة وفقها من أهم الإعتبارات التي يتوجب على الصحفيين الأخذ بها لبناء المعلومات و تنظيمها داخل الصفحة الرئيسية بطريقة تسهل تصفحها من قبل المستخدم. يرجع كذلك السبب في استخدام الجمل الطويلة على تعود الكادر الصحفي على الكتابة

<sup>1</sup>Jakob Nielsen ,”Be Succinct! (Writing for the Web)”, Op.cit.

<sup>2</sup> Giacobino Laurent, Op.cit.

في صحيفة الشروق اليومي الورقية ما يجعلهم يستخدمون نفس الأسلوب في تقسيم المواد الإخبارية وشرحها و تحليلها في صفحة واحدة دون القيام بتقسيم النص و الاستعانة بالنصوص الفائقة و الانتقال بالقارئ لصفحات أخرى للتفصيل في المواضيع أكثر.

يتمثل الشيء الأساسي الذي أضافه الإنترنت إلى الوسائل الأخرى في القابلية للتفاعل بين المحرر والمتلقي (المستخدم)، فهذا التفاعل يعني استثمار الإمكانيات المتعددة للإنترنت، ليس فقط استثمار دمج المرئي بالمسموع بل استثمار فقرات أخرى مثل البث الحي، الصوت المنظم، الصورة الجامدة، الخرائط والرسوم البيانية. إذا فالمحرر في الصحف الإلكترونية يستطيع أن يخلط بين كل تقنيات الوسائل بطريقة تفاعلية من أجل الجمهور، و هذا ما يتطلب نمطا جديدا من تقنيات وطرائق الكتابة. فهذا التفاعل يحتاج إلى عدد كبير من المتغيرات في الكتابة، إذ يتوجب على المحرر أن يقدم المعلومات والأفكار في شكل سلسلة طويلة من الخيارات للقراء. لذا يرى روبرت هيليرد **Robert Hilliard** بأنه بدلا من أن يقدم المحرر في الصحف الإلكترونية المادة الصحفية بالصورة التدريجية و المنطقية التقليدية، عليه أن يقدمها و هي محاطة بالأفكار و المفاهيم و الانطباعات و المعلومات السمعية و البصرية و المؤثرات العاطفية و الفكرية، كما أنه يتوجب على الكاتب و على المتلقي أن يصفيا ما قدم إليه من مواد بغض النظر عن الزمن الذي قدمت فيه المادة أو مكانها أو طريقتها، و من هنا تكون الإنترنت بحد ذاتها مسيطرة على المضمون، و هذا ما يجعل قول مارشال ماكلوهان "الوسيلة هي الرسالة" يأخذ معنى إضافيا.<sup>1</sup>

فرضت البيئة الإلكترونية الجديدة واقعا مهنيا جديدا للصحفيين و إمكانياتهم و طريقة عملهم، فأصبح مطلوب من الصحفي أداء المزيد من المهام الفنية لجمع الأخبار أكثر مما كان يمارسه في الوسائل الإعلامية التقليدية، إضافة إلى إلمامه بضوابط التحرير الإلكتروني الذي يختلف عن التحرير لوسائل الإعلام المكتوبة و السمعية البصرية و يجمع بينهما من خلال توظيفه للوسائط المتعددة. ففي هذه البيئة الجديدة يتوجب على الصحفيين إيلاء المزيد من الاهتمام بالتفاصيل أكثر من أي وقت مضى عن طريق استخدام الوصلات الفائقة التي تمثل إضافات للقصة الإخبارية. و من أبرز هذه المهارات التي يتوجب

<sup>1</sup> روبرت هيليرد، الكتابة للتلفزيون و الإذاعة ووسائل الإعلام الحديثة، ترجمة مؤيد فوزي، ط1، دار الكتاب الجامعي، الإمارات، 2003، ص493، 492.

على أي صحفي ينتمي لصحيفة إلكترونية هي القدرة على جذب المستخدم لقراءة المحتوى الاعلامي والتمسك به لإتمام قراءته ،فالصحفي الذي لا يستطيع أن يلفت إنتباه المستخدم لمقاله لن يستطيع جعله يقرأ ما تبقى منه، وينطبق الشيء نفسه على العناوين الرئيسية **Headlines** ،فكتابة العناوين الرئيسية أصبحت مهارة أساسية يتوجب على أي صحفي الإنترنت التحلي بها ،لأن العنوان الرئيسي هو الذي يشد انتباه المستخدم و يغيره للنقر على رابط القصة الخبرية.

و تدل النسبة القليلة كذلك و التي لوحظت أثناء فترة التحليل لسنة 2019 بأن هناك تطور من ناحية الكتابة للويب من قبل صحفيي الموقع ما يرجعه السيد نسيم لكحل مدير بوابة الشروق الإلكترونية إلى الانتقال التدريجي لتكوين كادر صحفي مؤهل و يملك تكوين في الكتابة للويب بحيث يكون منفصلا عن الصحيفة الورقية.<sup>1</sup> و هو ما تمت ملاحظته في الأعداد الصادرة في أواخر سنة 2018 و مع مطلع سنة 2019. إذ يستطيع القارئ أن يتذكر المعلومات التي يتضمنه المحتوى الصحفي بالصحف الإلكترونية أكثر من قدرته على تذكر المعلومات نفسها في حالة نشرها على صفحات الصحيفة المطبوعة ،مما يتطلب معالجة المعلومات بأسلوب خاص في الكتابة يتباين عن الأسلوب التقليدي في الكتابة الإنشائية أو الأدبية ،حيث يتطلب الأمر هنا تقديم كم من المعلومات المشوقة بقدر الإمكان في بساطة و دقة بالغين.<sup>2</sup>

يبين الجدول السابق أيضا فيما يخص ضبط السطور و تناسق الفقرات بأن صحفيي الشروق أون لاين يحرصون بأن تكون الجمل و الفقرات في متون المواد الصحفية متناسقة بنسبة قدرت بـ 82.31% بمقابل 17.69% من المواد لم يراع فيها الصحفيون هذا الشرط في الكتابة الصحفية في الويب. و يمكن ارجاع ذلك لعدم التدقيق من قبل المصمم عند وضع المواد المحررة من قبل الصحفي الذي يفترض أن يحرص على إبراز منتوجه الصحفي في أحسن صورة خاصة و أنه يتعامل مع متصفح ينتقي ما يتعرض له وفق ما يريد.

<sup>1</sup> نسيم لكحل ، مدير بوابة الشروق الإلكترونية، مقابلة أجريت معه بمقر عمله يوم: 31 جانفي 2019، حي سعيدون مجد ،القبه، الجزائر العاصمة.

<sup>2</sup> بسنت العقباوي ، مرجع سابق، ص 125.

يقوم المستخدم أو المتصفح لصحيفة الشروق أون لاين -على غرار الصحف الإلكترونية الأخرى بعملية مسح Scan للمحتوى الإعلامي بدل قراءته كلمة كلمة و الانتقال بعينه بين المحتويات والموضوعات التي تثير انتباهه مثلما هو الحال في الصحيفة الورقية، فالصحفي مطالب بأن يجعل المتن قابل للقراءة المسحية دون أن يشتت عين القارئ باستخدامه لفقرات نهاياتها غير متناسقة و هو ما يصعب هذه العملية على المتصفح ما يجعله ينفر من هذه الصحيفة و ينتقل بعد بضع ثواني من لوجه لموقعها نحو موقع صحفي آخر، و بالتالي فإن عدم ضبط و تناسق سطور الفقرات يؤثر على سرعة قراءة المستخدم للمحتوى باعتبار أن عينه تقرأ النص بمنحى ثابت إلى غاية نهاية السطر.

يتضح من خلال الجدول السابق رقم (20)- من جهة أخرى- و فيما تعلق باستخدام العناوين الفرعية بأن صحيفة الشروق أون لاين تستخدم العناوين الفرعية في محتواها بنسبة 8.74 % و هي نسبة ضئيلة جدا مقارنة بما نسبته 91.26 % من المحتوى الذي لم يتضمن أي عنوان فرعي. و هو ما يتعارض مع اعتبارات الكتابة للويب الذي يأخذ في عين الاعتبار أن المستخدم يمسح الصفحة بعينه ليبحث عن عوامل تجذبه للمحتوى و تمكنه من سهولة قراءة مطالعة المحتوى الصحفي و التي تعتمد في الأساس على إبراز الكلمات المفتاحية و استخدام العناوين الفرعية المعبرة التي توجه المستخدم للمحتوى الذي يريده داخل الصحيفة.

يمكن أن يقدم العنوان الفرعي الذي يتم وضعه عادة تحت العنوان الرئيسي مزيدا من التفاصيل حول موضوع القصة الخبرية، و مع افتراض أنه و في جميع الحالات المستخدم يقرأ العنوان الرئيسي قبل الانتقال إلى العنوان الفرعي ، يتوجب هنا استخدام العنوان الفرعي لوضع مزيد من التفاصيل حول القصة، عندئذ يجب على العنوان الفرعي أن يؤدي تفاصيل إضافية أو المزيد من الحقائق أو ربما نقطة مقابلة له. و نظرا لأن العناوين الفرعية لن تكون ذات قيمة كبيرة لمحركات البحث كالعناوين الرئيسية بسبب تنسيقها ، فليس من الأهمية بما كان الحصول على كلمات رئيسية في العناوين الفرعية.<sup>1</sup> لذا تستخدم العناوين الفرعية كروابط للموضوعات داخل الصحف الإلكترونية أو المواقع الإخبارية الإلكترونية و تفضل بعض المواقع كموقع CNN وضع عناوين قصيرة تمثل رابطا للموضوع حي تقدم

<sup>1</sup>Jim Foust, Op.cit ,p188.

عناوين قصيرة لما يقارب 50 خبر يتواجد على صفحتها الرئيسية، في حين تفضل مواقع أخرى كموقع USA Today إضافة جملة تمثل مقدمة للخبر أسفل العنوان.<sup>1</sup>

## 2. توظيف الصور و الرسوم بصحيفة الشروق أون لاين:

شهد المجال الصحفي العديد من التطورات عند اندماجه بالإنترنت و ظهور الصحافة الإلكترونية التي أصبحت توظف الصور و الفيديو و تقنيات الفلاش و غيرها من الوسائط، إلا أن الصور الفوتوغرافية الثابتة و الرسوم كانت و لا تزال من أهم ما دعائم المحتوى الصحفي سواء كان في مكتوبا أم إلكترونيا.

### 1.2. أنواع الصور المستخدمة في موقع صحيفة الشروق أون لاين:

تعد الصور الإخبارية من أبرز أنواع الصور التي تستخدمها الصحف الإلكترونية و التي تعبر عن حدث ما أثناء وقوعه ومثال ذلك الشكل (41)، أما النوع الثاني فهي الصور الموضوعية و التي تجسد حدث أو موضوع معين بحيث أنها لا ترتبط بزمن وقوعه بل بموضوعه و تتغير بتغير الموضوع و هو ما يبينه الشكل (42). أما الصورة الشخصية فهي صور تبرز شخصية معينة فاعلة في حدث معين مثلما يبينه ومثال ذلك الشكل (43).

<sup>1</sup> شرين موسى، مرجع سابق، ص88.

الشكل رقم (41): يوضح مثال عن الصور الإخبارية الموظفة في صحيفة الشروق أون لاين



الشكل رقم (42): يوضح مثال عن الصور الموضوعية الموظفة في صحيفة الشروق أون لاين





الشكل رقم (42): يوضح مثال عن الصور الشخصية الموظفة في صحيفة الشروق أون لاین

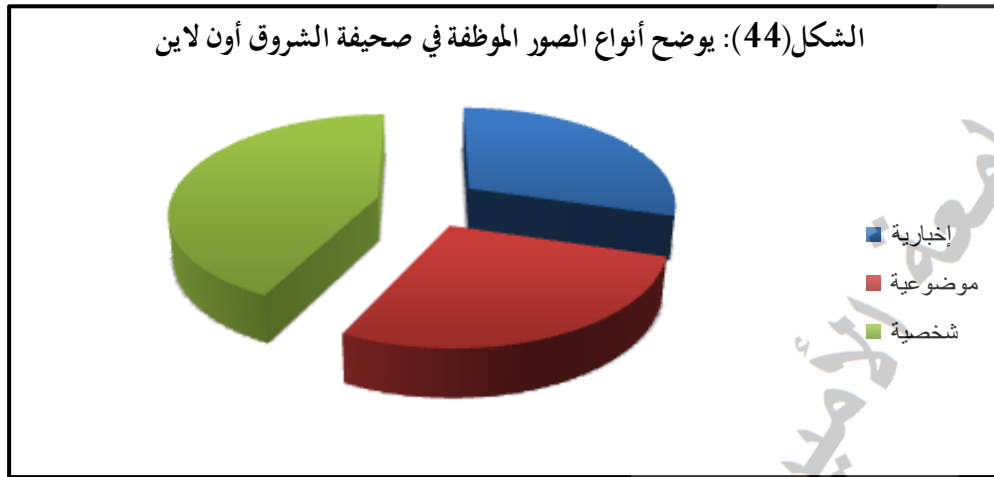


يمكن إجمال كافة أنواع الصور المستخدمة طيلة فترة الدراسة بصحيفة الشروق أون لاین في الجدول التالي:

الجدول رقم (21): يبين أنواع الصور الموظفة في صحيفة الشروق أون لاین

أنواع الصور المستخدمة	ك	ن %
إخبارية	1610	29.60
موضوعية	1720	27.71
شخصية	2480	42.69
المجموع	5810	100

المصدر: من إعداد الباحثة



يتضح من خلال الجدول السابق رقم (21) بأن صحيفة الشروق أون لاين يعتمد بشكل كبير على الصور الشخصية بنسبة قدرت بـ 42.69%، تلتها الصور الإخبارية و التي بلغت نسبتها 29.60% في حين بلغت نسبة توظيف الصور الموضوعية 27.71%. و يرجع توظيف صحيفة الشروق أون لاين للصور الشخصية لكثرة الأحداث في الساحة الوطنية و العربية و حتى الدولية طيلة فترة الدراسة (من مارس 2018 إلى غاية فيفري 2019) و التي كان الفاعلين فيها شخصيات بارزة في الساحة السياسية خاصة مثلما هو الحال بالنسبة لمقتل المعارض و الصحفي السعودي خاجقجي إذ تصدرت صورته و صورة ولي العهد السعودي سلمان و صورة الرئيس الأمريكي ترامب و الرئيس التركي أردوغان مواقع الصحف الإلكترونية العربية و العالمية. كما برزت شخصيات وطنية سياسية كالمترشحين للرئاسيات أبريل 2019 و رؤساء الأحزاب ، و كذلك الحال بالنسبة للشخصيات مدنية مثل العياشي الشاب الذي سقط في البئر الإرتوازي قد تصدرت صورته صحيفة الشروق طيلة أيام محاولة استخراجه من البئر. و يلاحظ بأن هذه النوعية من الصور تعنون في أغلب الأحيان في أسفلها.

احتلت الصور الإخبارية المرتبة الثانية ، حيث كانت غالبيتها مدرجة مع التقارير الصحفية لوكالات الأنباء حول أحداث معينة، و قد لاحظت الباحثة أثناء التحليل قلة الصور التي يلتقطها مصورين تابعين للصحيفة و هذا ربما يرجع لقلة المصورين الصحفيين العاملين بالموقع و التي تكون مهمتهم التواجد في مكان الحدث وقت حدوثه رفقة الصحفيين أو المراسلين. و في الأخير جاءت الصور الموضوعية متذيلة ترتيب أشكال الصور المستخدمة في موقع الشروق أون لاين بنسبة تقترب من سابقتها الصور الإخبارية، إذ أن هذا النوع من الصور يستخرج من أرشيف الصحيفة ليرفق مع مواضيع أو إحدى زواياها مرة أخرى. و أغلب هذه النوعية من الصور ترفق مع عبارة "أرشيف" تحت الصورة.

خلصت دراسة استقصائية –في ذات السياق – فيما يتعلق برأي متصفحى الصحف الإلكترونية العربية حول استخدام الصور الأرشيفية إلى أن استخدام هذه الصور التي تكون غير مرتبطة بالحدث دون التنويه إليها يؤدي إلى فقدان مصداقية الصحيفة، حيث يدخل هذا الفعل تحت التدليس لإيصال انطباع و تكوين صورة ذهنية معينة للقارئ، أو يتم استخدام صورا قديمة استخدمت في موضوعات سابقة لحدث آخر أو مكان آخر أو زمان آخر، لذلك يعيب المبحوثين أيضا تكرار الصور الأرشيفية في موضوعات متعددة مما يؤدي إلى استهلاكها فلا تخدم الموضوع.<sup>1</sup> لوحظ كذلك أثناء الدراسة التحليلية فيما تعلق بحجم الصور بأن كل الصور في الصحيفة كانت بحجم متوسط موحد بالنسبة للمحتوى المكتوب باللغة العربية أو بالفرنسية و الانجليزية قدر بـ 310\*550px و هي ما تمثل مساحة الصورة في صفحة المحتوى الذي تعبر عنه، كما أن موقع الصحيفة يتيح أيقونة لتكبير الصورة لحجم كبير بنفس الصفحة بمساحة تقدر بـ 500\*750px و هو ما يتيح تحميل الصورة من ذات الصفحة، و هو ما يوضحه الشكل رقم (45).

الشكل رقم(45): يوضح حجم الصور الموظفة في صحيفة الشروق أون لاین



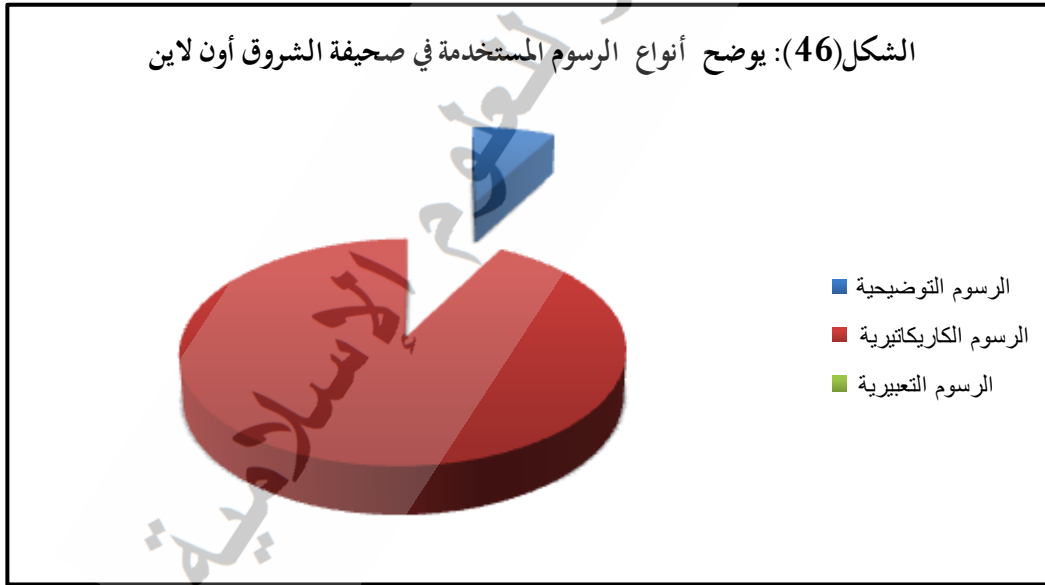
<sup>1</sup> وسام أحمد، وسائط المتعددة في الصحافة: تصميمها وإنتاجها، ط1، دار العربي للنشر و التوزيع، القاهرة، مصر، 2019، ص194.


## 2.2. الرسوم المستخدمة في صحيفة الشروق أون لاين:

الجدول رقم (22): يبين أنواع الرسوم المستخدمة في صحيفة الشروق أون لاين

الرمز	الرسوم التعبيرية		الرسوم الكاريكاتيرية		الرسوم التوضيحية				أنواع الرسوم المستخدمة
					الإنفوغرافيكس Infographics		الرسوم البيانية		
	ن%	ك	ن%	ك	ن%	ك	ن%	ك	
	00	00	4.86	36	03.57	03	00	00	توجد
	00	00	57.14	48	96.43	81	00	00	لا توجد
	100	00	100	84	100	84	100	84	المجموع
	39		36		03				ك
	100		92.31		07.69				ن%

المصدر: من إعداد الباحثة



يلاحظ من الجدول رقم (22) السابق بأن جل الرسوم المستخدمة في موقع صحيفة الشروق أون لاین هي رسوم كاريكاتيرية بنسبة قدرت ب 92.31%، في حين بلغت نسبة توظيف الرسوم توظيفها للرسوم التوضيحية بنوعها 7.69% بحيث وظفت فقط رسوم الإنفوغرافيكس **Infographics**، أما بالنسبة للرسوم التعبيرية فقد انعدم استخدامها طيلة فترة الدراسة التحليلية. تم عرض الكاريكاتير في وصلة مخصصة له بطريقة عرض الشرائح "Slide Show" وإرفاقه بأيقونتان  تمكنان المتصفح من عرض كاريكاتير العدد السابق و العدد الحالي و هو ما يوضحه الشكل رقم (46). و يلاحظ كذلك فيما يخص رسومات الكاريكاتير المعروضة في الصحيفة الإلكترونية بأنه يتطابق مع ما هو منشور في صفحات الصحيفة الورقية بمعدل ثلاثة رسومات كاريكاتيرية للعدد الواحد.

الشكل رقم (47): يوضح الوصلة المخصصة لعرض الكاريكاتير بموقع صحيفة الشروق أون لاین



لوحظ كذلك طيلة فترة الدراسة التحليلية بأن صحيفة الشروق أون لاین لم تدرج الرسوم التوضيحية إلا ثلاث مرات فقط و جلها كانت من نوع الإنفوغرافيك الذي أصبح من أهم الأشكال و الرسومات التي توظفها المواقع الإخبارية نظرا لقدرة على إيصال المعلومات للمتصفح بكل سلس خاصة المتعلقة بالإحصائيات. ولقد برز استخدام هذا النوع في المجال الرياضي، الاقتصادي، و السياسي

باعتباره يختصر التواريخ والإحصائيات ما يسهل للمتصفح من فهم المواضيع و ترسيخها في ذهنه بدون بذله جهد مضاعف في تصفح كامل المادة الصحفية المرفقة به. و مثال ذلك ما يوضحه الشكل التالي:

الشكل رقم (48): يوضح مثال عن الرسوم التوضيحية (الإنفو غرافيك) الموظفة بصحيفة الشروق أون لاين



كما لم توظف الصحيفة محل الدراسة طيلة فترة الدراسة التحليلية الرسومات التعبيرية و هذا ما يؤكد عدم إدراكها لأهمية توظيف هذا النوع من الرسومات خاصة و أن شبكة الإنترنت توفر آلاف البرمجيات و المواقع التي تمكن الصحفي من استخدام هذا النوع و تصميمه في شكل يدعم به محتواه الصحفي بشكل أفضل من إدراج النص فقط أو إتباعه بصورة ثابتة.

### 3. توظيف الألوان بصحيفة الشروق أون لاين:

تعتبر الألوان من أهم عوامل الجذب البصري للمستخدم اتجاه المواقع الصحفية، فهي تساهم في إبراز العناوين المهمة و الأقسام بشكل مغاير عن الأخرى. فإلى جانب كونها أداة تبرز جمالية تصميم الصحيفة، إلا أنها تساهم في خلق حلقة وصل و اتصال بين القارئ أو المتصفح و المحتوى الصحفي. وتنقسم الألوان المستخدمة في مواقع الويب إلى ألوان أمامية **Foreground** تستخدم في الخطوط والحدود، و الوحدات، و الصور، و الرسوم و الجداول و نحوها، أما النوع الثاني فهو الألوان الخلفية **Background Color** و هي التي تستخدم لتحقيق وظائف اتصالية معينة تتمثل في إحداث آثار تقنية و ملء الفراغ داخل الوحدات المستخدمة في التصميم، و آثار نفسية لدى المتلقي.<sup>1</sup>

#### الجدول رقم (23): يبين أنواع الألوان المستخدمة في صحيفة الشروق أون لاين

أنواع الألوان المستخدمة	أهم الألوان المستخدمة
الألوان الأمامية	ألوان العناوين الأسود، الأزرق، البرتقالي، الرمادي
	ألوان النصوص الأسود
الألوان الخلفية	خلفيات النصوص الأبيض
	خلفيات الأيقونات أزرق فاتح، أزرق غامق، أبيض، أحمر
	خلفيات القائمة الرئيسية رمادي

المصدر: من إعداد الباحثة

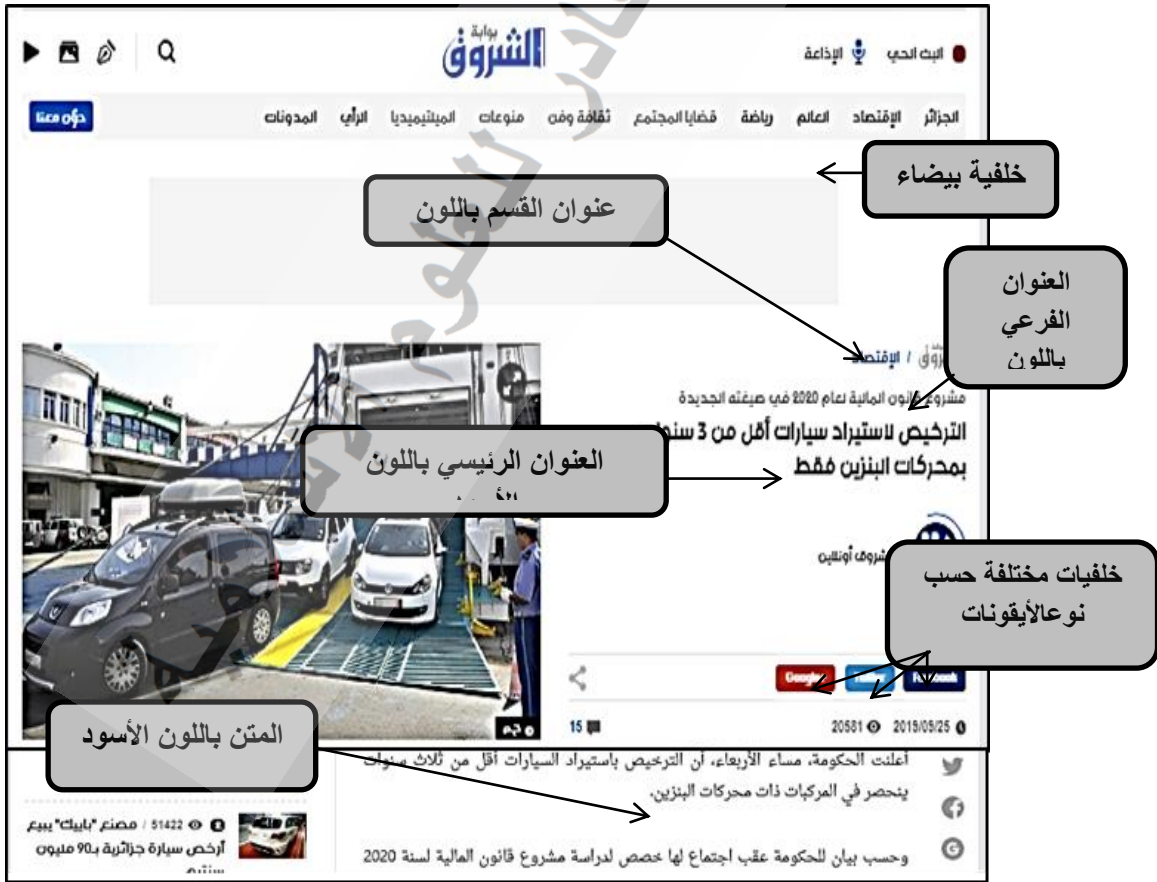
يوضح الجدول أعلاه بأن موقع صحيفة الشروق أون لاين وظف الألوان الأمامية **Foreground Colors** و التي تعني الألوان التي تستخدم في كتابة العناوين و النصوص و بالعودة للصحيفة محل الدراسة نجد بأنها وظفت كل من الألوان التالية: الأسود، الأزرق، البرتقالي، الرمادي للعناوين و اللون الأسود فقط في تحرير النصوص. أما النوع الثاني و هو الألوان الخلفية فنجد بأن صحيفة الشروق أون لاين استخدمت في خلفيات النصوص اللون الأبيض، أما بالنسبة لخلفيات

<sup>1</sup> صالح العنزي، مرجع سابق، ص152.

الأيقونات فتم توظيف كل من اللون أزرق فاتح و غامق، أبيض، أحمر، في حين استخدام اللون الرمادي لخلفيات القائمة الرئيسية.

استخدم اللون الأسود أيضا في تحرير العناوين الرئيسية و النصوص و الرمادي للعناوين الفرعية على خلفية بيضاء و هي الخلفية المناسبة لهاذين اللونين. في حين تم اعتماد ألوان مغايرة في تمييز كل قسم من أقسام البوابة على حدى كاستخدام اللون البرتقالي للدلالة على الموقع الإلكتروني للقسم الرياضي، و اللون الوردي و البنفسجي لقسم جواهر المتعلق بكل شؤون المرأة، أما قسم مجلة الشروق العربي فتم اعتماد اللون الأحمر للدلالة على هذا القسم. في حين تم الاعتماد على اللون الأزرق للدلالة على موقع صحيفة الشروق أون لاين و هو ما ينعكس بدوره على كل أقسامها التي تكتب أيضا باللون الأزرق مثلما يوضحه الشكل التالي:

الشكل رقم (49): يبين أهم الألوان المستخدمة في صحيفة الشروق أون لاين





تتوافق النتائج مع ما أشار إليه ستيفن سنال **Stven Snell** في عرضه لأهم ملامح تصميم مواقع الصحف الإلكترونية و المواقع الإخبارية و المرتبطة بالألوان ، بأن غالبيتها تستخدم اللون الأسود لخطوط النص على خلفية بيضاء، و ذلك لاحتواء هذه المواقع على العديد من الأخبار و الموضوعات بما يعطي أهمية لتسهيل قراءتها، و في نفس الوقت تستخدم بعض هذه المواقع خلفيات ذات ألوان داكنة للعناوين أو لبعض الأجزاء الجانبية من الصفحة لجذب الانتباه لها، كما تستخدم كذلك الألوان الأزرق و الأحمر والرمادي في العناوين الرئيسية و الفرعية للأخبار أو المقالات **Header and Sidebar** <sup>1</sup>**Banners**

يمكن القول -من خلال ما سبق- بأن مصممي صفحة الشروق أون لاين أخذوا بعين الاعتبار استخدام أهم الألوان و أريجها لعين المستخدم بالنسبة للنصوص أو للخلفيات، و ذلك ما يتوافق مع نتائج الدراسات التي قام بها الباحثين في مجال تصميم صفحات الويب حول سيكولوجية الألوان و مدى تأثيرها على يسر و سهولة استخدام و تصفح صفحات الويب. إذ تتأثر العين البشرية بالألوان المستخدمة وفقا إلى النظرية السائدة للإدراك الحسي البشري للألوان لأن شبكية العين تمتلك ثلاثة أنواع من الخلايا المخروطية و كل واحدة منها حساسة إلى مدى معين من الأطوال الموجية المختلفة، لذلك فإن تمييز أي لون يمكن أن يثار بمزج الألوان الأساسية الثلاثة (الأحمر، و الأزرق و الأخضر).<sup>2</sup>

يجب كذلك أن يكون مصممي مواقع الصحف الإلكترونية حذرين للغاية عند توظيف ألوان النصوص والخلفيات بحيث يتم الحفاظ على قابلية قراءة **Usability** الصحيفة الإلكترونية من قبل المستخدمين. فالحل المقترح من قبل الخبراء في هذا المجال لتحقيق قابلية استخدام اللون في المواقع الإلكترونية هو التأكد من عدم وجود تباين بين الألوان المستخدمة كاستخدام اللون الأبيض و الأسود لأنهما يحققان انسجاما فيما بينهما و تجنب استخدام اللون الأصفر و الأسود في الخلفية مثلا لأنها تسبب للمتصفح صداع من قراءة و تصفح الصفحة التي تبدو وكأنها إشارة موضوعة في الطريق.<sup>3</sup>

<sup>1</sup>StvenSnell, "Newspaper Website Design :T rend and Examples",11 November 2008,Available at: <https://www.smashingmagazine.com/2008/11/newspaper-website-design-trends-and-examples/>, Retrieved at: 25/01/2020.

<sup>2</sup>بيرق حسين، مرجع سابق، ص 67.

<sup>3</sup>Thomas A. Powell,Op.Cit,p499.

#### 4. الحدود و الفواصل المستخدمة بصحيفة الشروق أون لاين:

تعد الحدود و الفواصل عناصر مساعدة في إبراز المضمون و تنظيمه و تنسيقه ،و لا تقل أهمية عن المعلومات ،فبدونها تختلط جميع العناصر البنائية الأساسية من صور و نصوص ووسائط فائقة ووسائط متعددة مع بعضها البعض ،كما تفقد العين مسار رؤيتها و لا تستطيع أن تسير بين أكوام المعلومات المكدسة و غير المنظمة ،فالواصل تقوم بفصل تلك المواد عن بعضها البعض، كما تقوم بتقديم مساحات بيضاء تترك لعين المستخدم حرية الحركة و التنقل من مكان إلى آخر عبر الصفحة في يسر و سهولة و انسياب.<sup>1</sup> إذ اظهرت نتائج الدراسة الحالية بأن موقع صحيفة الشروق أون لاين يستخدم مجموعة من الحدود و الفواصل للفصل بين موادها الصحفية و إبرازها للمتصفح ،و التي يمكن توضيحها في كل من كل من الشكل رقم (50) و الشكل رقم (51).

الشكل رقم (50): يبرز الفواصل و الحدود المستخدمة في الصفحة الرئيسية لصحيفة الشروق أون لاين



<sup>1</sup> عبد العزيز الشريف، مرجع سابق، ص 130.

يبين الشكل رقم (50) بأن صحيفة الشروق أون لاين تعتمد على الإطارات و البياض للفصل بين المواد الصحفية كل على حدى و هذا ما يساهم في تنظيم المعلومات داخل الصفحة الرئيسية من جهة و إراحة عين القارئ و عدم تشتيت ذهنه من جهة أخرى.

الشكل رقم (51): يبرز الفواصل و الحدود المستخدمة في الصفحات الفرعية لصحيفة الشروق أون لاين

مواقع التواصل الاجتماعي

الخطوط

إعلانات

عنوان فرعي

نتائج البحث

البياض

عناوين الأقسام بخلفيات ملونة للفصل

يبين الشكل السابق رقم(51) بأن صحيفة الشروق أون لاين تستعين بمجموعة من الفواصل والإطارات لتنظيم المحتوى الصحفي في الصفحات الداخلية لكل موضوع، إذ أنها وظفت الإعلانات للفصل بين القائمة الرئيسة و بين عناوين الأخبار المعالجة في الصفحة ،كما وظفت الإعلانات كذلك و الخطوط و مواقع التواصل الاجتماعي و العناوين الفرعية للفصل بين العناوين و المتون. من جهة أخرى وظفت عناوين أقسام الصحيفة الأخرى كالإستفتاءات و مقالات الرأي بلون أبيض على خلفية زرقاء ما جعلها تشكل عناصر فصل أيضا، إلى جانب البياض كذلك.

تعتبر عناصر الفصل السابق ذكرها من أهم الأشكال الحديثة و التي تحملها بسنت العقباوي في الفصل بالبياض، الصور، العناوين، الأرضيات، الرسومات المتحركة و لقطات الفيديو و التي تضفي قيمة جمالية للصحيفة، كما أن هذه الفواصل و الإطارات تستخدم لتنظيم عملية القراءة بحيث لا تختلط عين القارئ بين المواد المتجاورة على المستويين الأفقي و الرأسي.<sup>1</sup> إن توظيف أو استخدام مساحات بياض للفصل بين الفقرات ، و استخدام أسطر نصية قصيرة للنص (حوالي 50 إلى 75 حرفا) تعتبر من أكثر الطرق شيوعا في تقسيم محتوى النص، فمفتاح نجاح تقطيع **Chunking** محتوى الوسائط المتعددة بفعالية (النص بالإضافة إلى الصور والرسومات ومقاطع الفيديو وعناصر أخرى) هو الحفاظ على العناصر ذات الصلة قريبة ومحاذية لبعضها البعض، بحيث يمكن أن يساعد استخدام ألوان الخلفية و الأسطر الأفقية والمساحة البيضاء المستخدمين في التمييز بين ما هو مرتبط وما هو غير مرئي.<sup>2</sup> و هو ما يحافظ على تنظيم العناصر المرئية في موقع الصحيفة بالإضافة للحفاظ على الناحية الجمالية لتصميمها .

## 5. الأيقونات الموظفة بصحيفة الشروق أون لاين:

تتمثل الأيقونات في صور صغيرة توظف على صفحات المواقع الإلكترونية لتمثيل بعض الإجراءات أو المحتويات و غيرها، ما يجعلها توفر الكثير من المساحة على الصفحة الإلكترونية.<sup>3</sup> كما تتميز الأيقونات بسهولة فك رموزها و فهمها من قبل المستخدمين من كافة الثقافات لأنها تحمل ذات المعنى. كما تعد الأيقونات من أهم العناصر الثابتة التي يستوجب وجودها في أي موقع إلكتروني خاصة ذات

<sup>1</sup> بسنت العقباوي، مرجع سابق، ص 182،183.

<sup>2</sup> Kate Moran , "How Chunking Helps Content Processing ",March 20, 2016,Available via : <https://www.nngroup.com/articles/chunking/> , Retrieved at: 05/12/2018.

<sup>3</sup>Thomas A. Powell ,Op.Cit ,p227.



المحتوى الإخباري باعتبار أنها توفر و تقلص المساحة المخصصة لكلمات معينة في رمزها ما يوفر مساحات أخرى للمحتوى الصحفي إضافة لإضافته طابع جمالي و تنظيمي للموقع الإلكتروني الصحفي. و بالرجوع لموقع الصحيفة محل الدراسة يمكن استخراج أهم الأيقونات الموظفة فيها و التي يلاحظ توظيفها في كافة المواقع الإعلامية و الصحفية موضحة في الجدول التالي:



الجدول رقم (24): يوضح الأيقونات الموظفة في صحيفة الشروق أون لاين و دلالاتها


الرقم	الأيقونات	دلالتها	الرقم	الأيقونات	دلالتها
01		أيقونة تعني اليوتيوب Youtube	16		أيقونة موقع البث الحي لبقاة قنوات الشروق
02		أيقونة موقع Google+	17		أيقونة راديو الشروق
03		أيقونة موقع تويتر Twitter	18		أيقونة التعليقات
04		أيقونة موقع الفايسبوك Facebook	19		أيقونة تدل على عدد زوار موقع الصحيفة
05		أيقونة تطبيق Google Store	20		أيقونة تمكن من تصفح الكاريكاتير الحالي و السابق
06		أيقونة تغيير اللغة للفرنسية	21		أيقونة موقع أسواق الشروق
07		أيقونة تغيير اللغة للإنجليزية	22		أيقونة موقع راديو الشروق
08		أيقونة البحث في أرشيف الصحيفة	23		أيقونة موقع مجلة الشروق العربي

أيقونة موقع قنوات الشروق		24	أيقونة الإنفوغرافيك		09
أيقونة أرشيف الشروق اليومي		26	أيقونة قسم الملتيميديا		10
أيقونة موقع جواهر الشروق		27	أيقونة قسم الملتيميديا		11
أيقونة موقع الشروق الرياضي		28	أيقونة صيغة Pdf للصحيفة الورقية		12
أيقونة موقع الشروق أون لاين		29	أيقونة توقيت و تاريخ النشر في موقع الصحيفة		13
أيقونة موقع منتديات الشروق		30	أيقونة تحميل الأعداد بصيغة Pdf		14
أيقونة بوابة الشروق		31	أيقونة الاشتراك في الصحيفة و متابعتها منشوراتها		15

المصدر: من إعداد الباحثة

يلاحظ من خلال الجدول السابق رقم (24) بأن هناك بعض الأيقونات التي دلالاتها مكررة و تحيل إلى نفس الرابط مثلا فالأيقونتان التاليتان   تحيلان إلى نفس الرابط و نفس الدلالة و هي الملتيميديا ، كما أن كل من الأيقونات التالية :

  يحيلان إلى نفس الرابط وهو رابط راديو الشروق و الذي اتضح بعد معاينته من قبل الباحثة بأن رابط لصفحة لا يعمل و هو شيء غير مقبول من الناحية الإخراجية و المهنية.

و يلاحظ في ذات السياق بأن رابط الأيقونة التالية  غير مفهوم بالنسبة للمتصفح فهو يحيل في كل مرة لموقع إلكتروني معين سواء إعلاني أو مواقع شركات أو صحف الكترونية أجنبية ما يجعله مبهم بالنسبة للمتصفح خاصة و أنه يحيل أحيانا لروابط إعلانية غير أخلاقية .لذا يتوجب على

مصممي الموقع و إدارته التأكد من فاعلية الروابط و مدى فاعلية الوصلات التي تحيل سواء إلى أقسام البوابة أو إلى صفحات صحيفة الشروق أون لاين في مواقع التواصل الاجتماعي كالفيسبوك، تويتر، يوتيوب و Google+ .

### III. فئة العناصر البنائية الإلكترونية الموظفة بصحيفة الشروق أون لاين:

#### 1. استخدام الوسائط المتعددة Multimedia بصحيفة الشروق أون لاين:

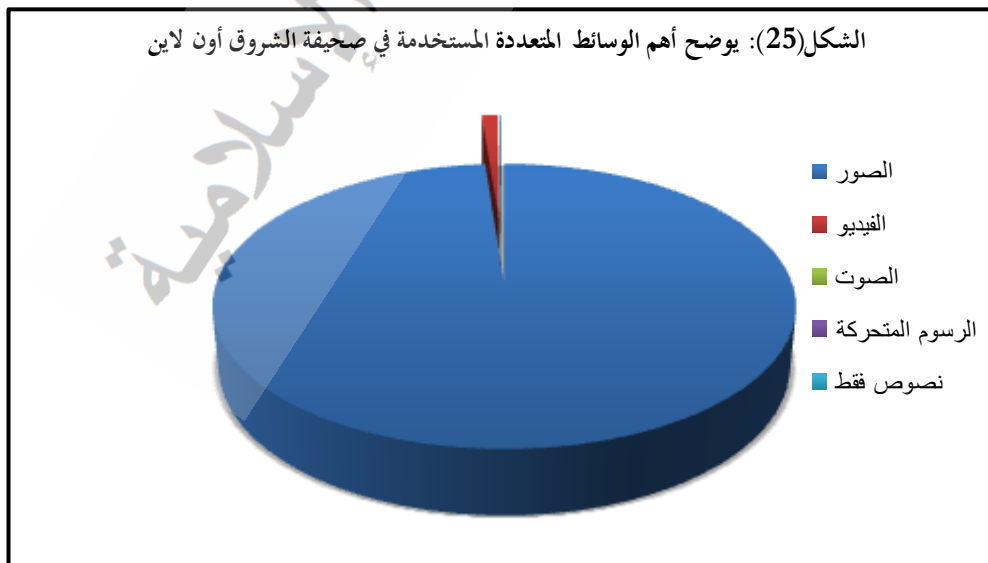
تشير كلمة الملتيميديا إلى استخدام نوعين أو أكثر من الوسائط، و نوعين مختلفين من طريقة التعرض أو استخدام المعلومات مثل الاستماع و الرؤية و القراءة و المشاهدة، و هو عكس مفهوم **Monomedium** و الذي يعني استخدام نوع واحد فقط من الوسائط مثل الصور، أو قطعة من النص أو مقطع صوتي أو فيديو، و يعتبر الفيديو في حد ذاته ملتيميديا لأنه يعتمد على قناتين: قناة بصرية و أخرى سمعية. و يمكن القول بأن الصحف الإلكترونية تشكل الوسائط المتعددة من خلال مزج النص بالصور الثابتة و الرسوم.<sup>1</sup> و بالتالي تعد الوسائط المتعددة من بين أهم المعايير الأساسية التي يتم من خلالها تقييم مدى نجاح مواقع الصحف الإلكترونية في توظيف الإمكانيات التي أتاحتها شبكة الإنترنت في دمج الوسائط المتعددة و المحتوى الصحفي و جعلها وسيلة لتدعيمه بحيث يمكن ذلك من جذب المستخدم لموقع صحيفة ما دون الأخرى.

<sup>1</sup>Stefan Rüger, "Multimedia Information: Retrieval Synthesis Lectures on Information Concepts, Retrieval, and Services", Morgan & Claypool Publishers, 2009, p03. Retrieved at : <http://www.iro.umontreal.ca/~nie/IFT6255/Books/MultimediaIR.pdf> , Available at: 20/09/2019.

الجدول رقم (25): يبين أهم الوسائط المتعددة المستخدمة في موقع صحيفة الشروق أون لاين

ن %	ك	ن %	ك	الوسائط المتعددة المستخدمة
98.81	5885	99.69	5867	صورة مرافقة لنص
		00.31	18	معرض صور مرافقة لنص
		100	5885	المجموع
01.11	66	01.52	01	فيديو فقط
		60.61	40	فيديو مرافق لنص
		37.88	25	فيديوغرافيك
		100	66	المجموع
00	00	الصوت		
00	00	الرسوم المتحركة		
0.08	05	نصوص فقط		
<b>100</b>	<b>5951</b>	<b>المجموع</b>		

المصدر: من إعداد الباحثة





تشير بيانات الجدول أعلاه رقم (25) إلى اهتمام موقع صحيفة الشروق أون لاين بشكل كبير وبالدرجة الأولى باستخدام الصور بنسبة 98.81% حيث بلغ استخدام الصور المرافقة للنص 99.69% ثم تلتها في المرتبة الثانية معرض الصور المرافق للنص بنسبة 0.31% و جاء الفيديو كنوع ثاني من الوسائط المتعددة في المرتبة الثانية التي تلي الصور بنسبة بلغت 1.11%، إذ تم استخدام الفيديو المرافق للنص بنسبة 60.61%، و توظيف الفيديوغرافيك بنسبة 37.88%، أما استخدام الفيديو فقط فبلغ نسبة 1.52% مقارنة بأنواع الفيديو الأخرى. و بالعودة إلى معطيات الجدول يلاحظ كذلك بأن استخدام النصوص فقط دون وسيط آخر قد بلغ نسبة 0.08%، في حين انعدمت نسبة استخدام الصوت و الرسوم المتحركة طيلة فترة الدراسة. تبين هذه النتائج بأن صحيفة الشروق أون لاين لم تهتم كثيرا بتوظيف الوسائط المتعددة والتي استخدمت في حدها الأدنى بالدمج بين عنصرين هما النص و الصورة في عرض المحتوى الصحفي كما هو معمول به في الصحيفة الورقية و هو ما يدل بأن مفهوم الوسائط المتعددة بصحيفة الشروق أون لاين محدود نوعا ما و لم يخرج من توظيف العنصرين السابقين -النص و الصورة- في حين أنها لم تول عناية أكبر بباقي الوسائط (الفيديو، الصوت،الرسوم المتحركة) التي من شأنها أن تساهم في كسر الطابع التقليدي لنشر المواضيع الصحفية.

يرى **Jonathan Dube** دوجوناثان دوب -في ذات السياق- بأنه قبل البدء في التحرير الإلكتروني يتوجب على الصحفي أن يفكر في أفضل الطرق لإخبار القصة الصحفية، سواء من خلال الصوت أو الفيديو أو الرسومات القابلة للنقر أو النصوص أو الارتباطات ، وما إلى ذلك كما يمكن استخدام الدمج بين بعضها. لذلك فبدلا من مجرد الإبلاغ عن فحوى القصة الصحفية ثم إضافة عناصر مختلفة تتعلق بها لاحقا، يتوجب عليه أن يبحث عن القصص الصحفية التي تصلح للإنترنت أي التي يمكن إخبارها بشكل مختلف أو أفضل من أي وسيط آخر.<sup>1</sup>

ترجع النتائج المتحصل عليها كذلك إلى أن توظيف الوسائط المتعددة بصحيفة الشروق أون لاين يحتاج لتوفر العديد من المتطلبات أهمها ما يتعلق بالصحفي في حد ذاته و الذي يتوجب عليه معرفة مجال استخدامها و طبيعة كل عنصر منها، و القدرة على دمج و مزج كل هذه الوسائط لبناء قصة إخبارية ذات طابع جديد، و هذا ما يتطلب منه أن يكون عارفا بكل العناصر الإعلامية التي يستخدمها ، كما أن عليه معرفة استخدام الكاميرا ومسجلات الصوت و برامج التصميم الإيضاحي. كما أنه ليس كل قصة تكون صالحة لمعالجتها بالوسائط المتعددة لذا لابد من الموازنة بين متطلبات

<sup>1</sup> Jonathan Dube, Op.cit.

الموضوع و ميزات الوسائط المتعددة فلا يمكن وضع مادة صوتية أو صورة فيديو في نص لا يتطلب غير النص.<sup>1</sup>

اتفق ما تم التوصل إليه في هذا الجانب مع ما جاءت به دراسة جاسم جابر و التي خلصت لكون الصحف الاليكترونية العربية محل الدراسة لم توظف خدمة الوسائط المتعددة بكامل الامكانيات التقنية التي توفرها خدمة الانترنت و برامج الكمبيوتر، فقد أفصحت نتائج البحث عن أربع صحف فقط من مجتمع البحث قد عرضت أفلام فيديو و أن صحيفة واحدة تقدم تسجيلات و مواد صوتية، أما الصور الفوتوغرافية فإن جميع الصحف تقدمها على صفحاتها.<sup>2</sup> و يمكن الوقوف على أهم النتائج المدرجة في الجدول السابق في العناصر التالية:

### 1.1. توظيف الصور :

يمكن القول انطلاقاً من معطيات الجدول السابق بأن الصور تمثل أكثر الوسائط استخداماً في موقع صحيفة الشروق أون لاين بالنظر إلى الأهمية التي تمتلكها الصورة في توثيق و شرح الأحداث والوقائع بالرغم من أنها تكون مستقاة من نسختها الورقية و مرافقة لنفس الأخبار و المقالات. في حين يكمن الاختلاف بينهما في توظيف معرض أو ألبوم لمجموعة من الصور التي تعبر عن موضوع أو حدث معين أو مجموعة من الأحداث مثل ما يوضحه الشكل (53). و يرجع استخدام النصوص مرفقة بالصور الفوتوغرافية بنسبة كبيرة مقارنة بالوسائط الأخرى في الصحف الإلكترونية، لسهولة الحصول عليها والتحكم بجودتها و سرعة تحميلها و حجمها، إضافة إلى إمكانية إعادة توظيف الصور التي تعالج ذات الموضوع و استخراجها من الأرشيف، في حين أن بقية الوسائط الأخرى تتطلب توفر إمكانيات مادية، تقنية و كوادرات مؤهلة لتصميمها .

يملك هذا الأسلوب الجديد في عرض الصور و تلخيص الأحداث أهمية كبيرة ما ييسر فهمها لذي المتصفح من ناحية و من ناحية أخرى فهو يضيف نوعاً من الجمالية الإخراجية للصفحة الرئيسية أو للروابط الداخلية للصحيفة التي تتناول كل موضوع على حدى. و بالرغم من هذا إلا أنه من

<sup>1</sup> عباس مصطفى صادق، الإعلام الجديد المفاهيم و الوسائل و التطبيقات، مرجع سابق، ص 174، 173.

<sup>2</sup> جاسم جابر، مرجع سابق، ص 408.

المستحسن إدراج ألبومات الصور التي تتحدث عن موضوع معين وفق ما يعرف بعروض الشرائح أي تمكين المستخدم من مشاهدة الصور والانتقال من صورة لأخرى داخل الموضوع نفسه في شكل متتال عن طريق إدراج أيقونتان تمكنانه من الانتقال إلى الصورة اللاحقة أو الرجوع للصورة التي سبقتها. كما يجب الأخذ بعين الاعتبار بأن لا يتسبب حجم الصور في بطئ تحميل الصفحة و الانتقال من صورة لأخرى و هو ما يسهل فتحها ومشاهدتها من قبل المستخدم سواء عن طريق جهاز الحاسوب، أوالهاتف المحمول، أو الجهاز اللوحي حتى و إن كانت سرعة تدفق الإنترنت منخفضة، على أن لا يكون تصغير حجم الصور على حساب جودتها و دقتها.

الشكل رقم (53): يوضح مثال عن معرض للصور مرافق لمحتوى صحفي في صحيفة الشروق أون لاين.



## 2.1. توظيف مقاطع الفيديو:

يعود تفضيل مواقع الصحف الإلكترونية لتدعيم المحتوى بالفيديو في المرتبة الثانية بعد الصورة الرقمية، لكون عين متصفح هذه المواقع أصبحت في العصر الحالي ماسحة و ليست قارئة. و من جهة أخرى يعتبر الفيديو أهم دليل يدعم مصداقية المحتوى الصحفي لدى المتصفح، فهو ينقل لقطات ومشاهد حقيقية لظاهرة معينة قيد المعالجة في المتن المكتوب المرافق لها في ذات الصفحة من موقع الصحيفة الإلكترونية. و قد كشفت الدراسة الحالية توظيف موقع صحيفة الشروق أون لاين لملفات الفيديو مرفقة بالتقارير الإخبارية على وجه الخصوص، و قد كانت أغلبية هذه الملفات مأخوذة من موقع اليوتيوب Youtube أي أنها لم تنتج من قبل طاقم الصحيفة. كما تم الاعتماد على الفيديو جرافيك Vidiographic - مثل النموذج الذي يوضحه الشكل رقم (54) - كقالب صحفي جديد يعزز المحتوى بصريا عن طريق جذب المتصفح لمتابعته و إبهاره بصريا و تحريرا من خلال تلخيصه و تبسيطه للمحتوى الصحفي بكفاءة عالية أكثر من القوالب الصحفية التقليدية.

الشكل رقم (54): يبين نموذج لفيديو جرافيك موظف في موقع صحيفة الشروق أون لاين



يتميز الفيديوغرافيك بكونه من تصميم و إنتاج طاقم صحيفة الشروق أون لاين ، حيث قدم بطريقة عرض مجموعة من الصور لحدث معين و تطبيق مونتاج عليه بأسلوب جذاب ، إضافة إلى إرفاقه بعناوين بارزة و مكتوبة تعبر عنها الصورة المرفقة لها. و يرفق الفيديو غرافيك بمقاطع موسيقية تشبه المقاطع المستخدمة في عناوين المواجيز الإخبارية المتلفزة. من ناحية أخرى فهذا النوع من الفيديو لا يتجاوز الدقيقة و هو ما يتلاءم ومتطلبات القارئ الجديد الذي يهتم بعرض أكبر قدر من المعلومات في قالب جمالي جذاب. كما يتميز هذا النوع من مقاطع الفيديو المستخدم في الصحف الإلكترونية من تمكينه لإدارة الصحيفة من إحصاء عدد المتابعين أو المشاهدين للفيديو المنتج من قبلها على عكس إدراجها لمقاطع فيديو من مواقع أخرى كاليوتيوب فهنا معدل المشاهدة قد تكون من غير متصفح الصحيفة الإلكترونية و هنا يصعب تحديد نسب المشاهدة الحقيقية لها.

أثيرت نقاشات حول توظيف الفيديو في المواقع الإخبارية و الصحف الإلكترونية و على ضرورة الإثارة في الفيديو واختلفا على الوقت والمعلومة، فهناك من يرى أن المعلومة هي ما يبحث عنه الجمهور فمقاطع الفيديو التي تبلغ مدتها 15 دقيقة صحيح أن وقتها طويل نسبياً، لكنه أقصر من الفترة التي سيقضيها المتصفح في البحث عن المصادر وتحليل الخبر. أما التيار الثاني فيرى بأن الفيديوهات الأكثر مشاهدة هي التي لا تتجاوز الدقيقة، فقط يجب أن تجمع بين المعلومة والإثارة والسرعة، فالوقت أول ما ينظر إليه عموم الجماهير فأكثر المقاطع إقبالاً أقلها وقتاً، وأكثرها متابعة التي لا تتجاوز الدقيقة والهدف أن يبقى المشاهد متعطشاً، فلا يشبع.<sup>1</sup> و قد لوحظ أثناء فترة تحليل محتوى الصحيفة الإلكترونية محل الدراسة ، بأن مقاطع الفيديو الموظفة إلى جانب المحتوى الصحفي لا يتجاوز وقتها الدقيقتين و هو ما يجعلها لا تزرع الملل عند المتصفح الذي يريد الاطلاع على أكبر عدد من المعلومات في أقل عدد من الكلمات و الثواني.

<sup>1</sup> معاذ العامودي، "صحافة الفيديو.. جمهور رقمي بعيون ماسحة"، مجلة الصحافة، معهد الجزيرة للإعلام، مقال منشور في 15 نوفمبر 2017 ، متاح عبر الرابط التالي: <https://institute.aljazeera.net/ar/ajr/article/278> ، تاريخ الزيارة: 2019/09/30.

### 3.1.توظيف المقاطع الصوتية:

يرجع الخبراء عدم استخدام الصوت في الصحف الإلكترونية إلى كونه يحتاج إلى وقت مطول في تحميله و في بعض الأحيان يتطلب انتباه أكثر ،فلا يمكن مقارنته بالنص الذي يستطيع المستخدم أن يمر ببصره على النص سريعا ليحصل على أهم ما فيه ،بالإضافة إلى بطء التحميل ،و الحاجة إلى اتصال إنترنت سريع و هو ما ليس متوفرا لدي الكثير من الجمهور ،كما أن حفظ الملف الصوتي يأخذ مساحة أكبر مما يحتاجه النص<sup>1</sup>. و يعود عدم توظيفه إلى كون متصفح هذه المواقع يرون بأن الصوت المرافق للمحتوى الصحفي قد لا يكون دائما وسيلة لإظهار مصداقية هذا المحتوى فقد يراودهم الشك في ما إذا كان الصوت المرافق لخبر معين مثلا هو صوت الشخصية الفاعلة و الحقيقية التي يدور حولها أم لا وهو ما يجعلهم يميلون أكثر لمشاهدة فيديو مرافق للمحتوى أكثر من سماع المقاطع الصوتية.

### 4.1.توظيف الرسوم المتحركة:

اقتصر توظيف الرسوم المتحركة في الصحيفة محل الدراسة على بعض الإعلانات و عند عرض الأخبار العاجلة أعلى الصفحة في شكل نص متحرك ،في حين أنها لم توظف لتدعيم المادة التحريرية خاصة و أنها توضح المعاني التي يصعب على الكلمة تأديتها و توضيحها. و هو ما يجعلها تنافي الطابع التفاعلي الذي أضفاه الويب على الصحافة الإلكترونية ،فتوظيف الحركة للصور و الرسوم و كذا النصوص المقتضبة المتعلقة بموضوع ما يجعلها تساهم في التمثيل البصري لكم هائل من المعلومات.

جاءت هذه النتيجة متطابقة مع ما توصل إليه فوزي خلاف عند تحليله لبعض الصحف العربية على شبكة الإنترنت حيث وجد بأنها لم تستخدم الرسوم المتحركة في تقديم أنبائها و موضوعاتها و هذا ما أرجعه الباحث لعدم مقدرتها في متابعة الأحداث الجارية و وضع رسوم متحركة لها باستمرار ،كما أن تصميم هذه الرسوم يحتاج إلى كوادر مدربة على التصميم و السرعة ، كما يرجع السبب الآخر إلى ضعف إمكانيات الصحف العربية تكنولوجيا<sup>2</sup>.

<sup>1</sup> وسام أحمد ،مرجع سابق،ص197.

<sup>2</sup> بسنت العقباوي، ص 201،202.

## 2. استخدام النصوص الفائقة بصحيفة الشروق أون لاین:

تعتبر النصوص الفائقة **Hypertexte** من أهم الميزات التي تميز الصحافة الإلكترونية على الصحف المطبوعة، إذ انها تتيح للصحفي الإلكتروني ربط الموضوع الذي يعرضه بمواضيع أخرى ذات صلة به و تدور في ذات السياق سواء كانت هذه المواضيع متواجدة بذات الموقع أو في مواقع أخرى عبر شبكة الإنترنت. كما تمكن هذه النصوص الفائقة المتصفح من بناء المحتوى الإخباري من خلال مجموعة من الروابط التي يتيحها الصحفي ضمن محتواه الذي يتميز بقصر الجمل ، ما يجعلها تثيري المحتوى بمعلومات أوفر.

تحدد النصوص الفائقة لمستخدم الصحيفة الإلكترونية المواضيع المتقاربة مع الموضوع المعروض على الموقع الإلكتروني و الذي هو بصدد تصفحه ، لذا فهذا النوع من النصوص يمكنه من التنقل بين كم غير متناهي من المعلومات التي تم إنشاؤها على شكل شبكة مما يخلق ذاكرة ديناميكية، هذه الذاكرة تقلد الذاكرة البشرية ، والتي تقوم على أساس اقتراحها بالوسائط المتعددة(النص ، الصورة ، الصوت أو الرسوم البيانية)، لتشكل بذلك وسائط فائقة.<sup>1</sup> فالنص الفائق يعتبر أسلوب لعرض المعرفة النصية بطريقة غير خطية **Non-Liner**، وبشكل يناظر الطريقة التي يفكر بها المستخدم ، و هو ما شكل تحديا مرتبطا بشكل و بنية عملية الكتابة الصحفية ذاتها و التي تتمثل في العدول عن الكتابة السطرية وتبني طريقة الكتابة التكوينية التي تشمل الحروف و الأرقام و الرسوم التوضيحية و الفنية و الصور الفوتوغرافية.<sup>2</sup>

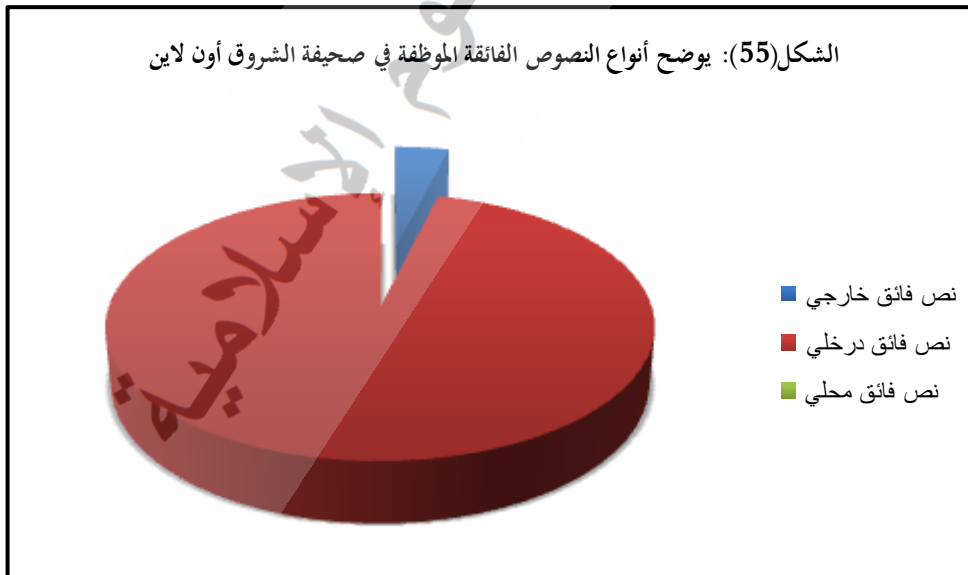
<sup>1</sup>JoãoCanavilhas,"Hypertext newswriting effects on satisfaction, comprehension and attitudes , comprehension and attitudes,OP.cit, p 101.

<sup>2</sup> بسنت العقباوي ، مرجع سابق،ص211.

الجدول رقم (26): يبين أنواع النصوص الفائقة الموظفة في موقع صحيفة الشروق أون لاين

ن %	ك	ن %	ك	الوسائط المتعددة المستخدمة
03.87	681	4.99	34	الفايسوك
		76.65	522	تويتر
		17.18	117	يوتيوب
		01.17	08	مواقع أخرى
		100	681	المجموع
96.13	16921	نص فائق داخلي (بذات الموقع)		
0.00	00	نص فائق محلي (بذات الصفحة)		
100	17602	المجموع		

المصدر: من إعداد الباحثة





يلاحظ من الجدول رقم (26) بأن موقع صحيفة الشروق أون لاین يوظف النصوص الفائقة الداخلية-بذات الموقع- بالدرجة الأولى بنسبة قدرت بـ 96.13%، في حين أن استخدام النصوص الفائقة الخارجية-مواقع في شبكة الإنترنت- و المتمثلة في مواقع التواصل الاجتماعي حيث تصدر موقع تويتر **Twitter** هذه المواقع بنسبة بلغت الـ76.65%، تلاها موقع اليوتيوب **Youtube** بنسبة 17.18%، ثم موقع الفايسبوك بنسبة قدرت بـ 4.99%، و أخيراً مواقع أخرى متنوعة بنسبة 1.17%، أما فيما يتعلق بالنصوص المحلية -بذات الصفحة- فلم توظف في موقع الصحيفة طيلة فترة الدراسة.

## 1.2. النصوص الفائقة الداخلية:

تظهر النتائج السابقة بأن موقع صحيفة الشروق أون لاین يستخدم النصوص الفائقة الداخلية والتي تحيل المتصفح لمقالات ذات الصلة تم معالجتها سابقاً في موقع الصحيفة في ذات القسم أو في أقسام أخرى، و عادة ما تكون هذه الروابط عبارة عن كلمات مفتاحية مرفقة مع الخبر توجد في أسفله، أو عبارة عن مقالات ذات الصلة بالموضوع المعالج. و هذا ما يتفق مع ما توصل إليه الباحث ماجد تریان في دراسته لمواقع الصحف الإلكترونية الفلسطينية بحيث خلصت لكون النص الفائق الداخلي جاء في مقدمة أنواع النص الفائق الذي تستخدمه مواقع الصحف الإلكترونية الفلسطينية بنسبة 91.40%<sup>1</sup> و للتفصيل أكثر يمكن توضيح ما سبق في النموذج الذي يبينه الشكل رقم (56) و الشكل رقم (57).

<sup>1</sup> ماجد تریان، "الصحافة الإلكترونية الفلسطينية: دراسة مسحية"، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، 2008، ملخص الدراسة منشور في شكل pdf متاحة على الرابط التالي: <http://www.alwatanvoice.com/arabic/news/2008/12/27/134133.html> تاريخ الزيارة: 11/09/2016، ص 14.

الشكل رقم (56): يبين نموذج عن النصوص الفائقة الموظفة في صحيفة الشروق أون لاين

الشروق / الجزائر  
الجزائر تتخلى عن نظام "L.M.D"

اشرف اونين

5 0485 2019/09/07

كشف المنسق الوطني لمجلس أساتذة التعليم العالي، الدكتور عبد الحفيظ ميلاط أن وزارة التّطاع قررت التخلي نهائيا عن النظام التعليمي المعتمد في الجامعة الجزائرية حاليا وهو "L.M.D".

وكان استاذ القانون بجامعة قسنطينة قبل المنشور الأخير بدقائق قد كتب على صفحة الخاصة بموقع "فيسبوك" قائلا "أتمني من الوزارة أن تصلح الخطأ المستمر منذ 2004 وتدخل التاريخ كمنقذ للجامعة الجزائرية".

وظلّ النظام الأنجلوساكسوني الذي جاء في إطار الإصلاحات التي طبقها الوزير الأسبق رشيد حراوية يواجه إنشادات لاذعة من الشركاء الجامعيين، كما سبق للوزير الطاهر حجار أن أعلن في بداية تقلده المهمة الحكومية عن مراجعة وتقييم النظام.

نتج بحث دمجية

licence master doctorat

us elections

كلمات مفتاحية ذات صلة

التي

التعليم العالي - الجزائر - عبد الحفيظ ميلاط

مقالات ذات صلة

اشترك فيما طلبة وعمال وقاطنو حبي سكني جرحى في مواجهات عنيفة قرب إقامتي الطابيات في كلشنة

مدرجة أسفل الخبر

يلاحظ من الشكل أعلاه بأن الكلمات المفتاحية أسفل الخبر المعنون بـ "الجزائر تتخلى عن نظام L.M.D" و المتمثلة في : التعليم العالي ، الجزائر ، عبد الحفيظ ميلاط، تتعلق بالموضوع المعالج إذ انه و بمجرد ضغط المتصفح على إحداها و لنفترض أنه ضغط على كلمة "التعليم العالي" فهو ينتقل مباشرة عبر هذا الرابط إلى صفحة مستقلة داخلية أي بذات الموقع لمواضيع تتعلق بذات الموضوع قد عولجت سابقا، مثل ما يوضحه الشكل التالي:

الشكل رقم (57): يبين مثال عن الروابط الفائقة المتعلقة بكلمة "التعليم العالي" بصحيفة الشروق أون لاين



يلاحظ كذلك على الشكل رقم (57) بأن المقالات ذات الصلة المتواجدة أسفل الخبر لا تمت بصلة للخبر الذي يتحدث عن تخلي التعليم العالي في الجزائر على نظام الـ LMD، في حين أن إحدى هذه المقالات تتحدث عن ما له صلة بالحرم الجامعي و ليس النظام التعليمي بالجامعة و جاء تحت عنوان: "جرحي في مواجهات عنيفة قرب إقامتي الطالبات في خنشلة"، أما الخبر الثاني فعنون بـ "مجهولون يقتلون جزائريا وينكلون بجثته دهسا بسيارة في العاصمة التونسية" و هو بعيد كل البعد عن موضوع الخبر الذي أدرج ضمن المقالات ذات الصلة به .

## 2.2. النصوص الفائقة الخارجية:

تظهر نتائج الجدول رقم (20) السابق كذلك بأن صحيفة الشروق أون لاين قد اعتمدت بالدرجة الثانية على النصوص الفائقة الخارجية و كانت أغلبها مواقع التواصل الاجتماعي تويتر، فايسبوك و يوتيوب، و قد تم إدراج هذه الروابط ضمن متن المحتوى الصحفي بشكل يدعم كل فقرة في المتن على حدى فمثلا قد يدرج أكثر من رابط في تقرير إخباري واحد و التي تحيل المتصفح لرابط الخبر في موقع تويتر أو فايسبوك لموقع إخباري أو قناة فضائية إخبارية أخرى تناولت الموضوع بالتفصيل .

لوحظ أثناء التحليل كذلك أن استخدام هذا النوع من الروابط يكون مرافقا للتقارير الإخبارية المحررة من قبل وكالات أنباء عالمية كرويترز ، وكالة فرانس بريس و وكالة الأناضول -الشكل رقم (58)-و التي تتميز باستغلالها للتطورات التقنية و الفنية التي يشهدها عالم الصحافة الإلكترونية في غرفها الإخبارية ما يجعلها تعتمد في بناء تقاريرها على روابط فائقة تحيل القارئ لروابط أخرى للاستزادة من المعلومات حول موضوع ما أو حدث معين في مواقع وسائل إعلامية أخرى ما يمكنه من بناء المحتوى حسب ما يريده. لكن ما يعيب استخدام النصوص الفائقة الخارجية بأنه من الممكن أن يندمج المستخدم في تصفح الموقع الآخر الذي أحيل إليه من خلال الرابط و لا يعود لإكمال تجواله في الصحيفة و هو ما يستوجب على مسؤولي الصحيفة أخذه بعين الاعتبار أثنا توظيفهم لهذا النوع من الروابط الخارجية خاصة و أن مواقع وكالات الأنبا العالمية تتسم بالتحديث المستمر لمحتوياتها و بأساليب تصميم متطورة تجعل من مواقعها جذابة تلفت بذلك انتباه المستخدمين.

و حسب ما تراه كل من برغر **Berger** و ماك آدمز **McAdams** فيما يتعلق باعتبارات توظيف النصوص الفائقة ، بأنه يجب أن يتم تقسيم المقال إلى أقسام تمكن القارئ من التنقل كما يشاء داخل إطار النص و اختيار ما يقرؤه، ما يستوجب التركيز على جانبين ، الجانب الأول هو مراعاة التركيز بشكل محكم على فكرة واحدة أو حدث أو وصف مشكلة، أما الجانب الثاني فهو أن لا يكرر المقال معلومات وردت سابقا في ذات المقال، بحيث يكون متوسط الكلمات ضمن المقال تبلغ حوالي 250 كلمة ، و بعض الأجزاء قد تكون أطول قليلا فتصل إلى حوالي 350 كلمة على الأكثر وبعضها الآخر قد يكون أقصر (لا تقل عن 150 كلمة).<sup>1</sup>

<sup>1</sup>Mindy McAdams & Stephanie Berger, "hypertext" , Op.cit.

الشكل رقم (58): يوضح مثال عن الروابط الفائقة الخارجية التي وظيفتها صحيفة الشروق أون لاين



عدد الكلمات 268 كلمة

روابط فائقة لمواقع التواصل الاجتماعي

يعود التوظيف المحتشم للنصوص الفائقة أو المتشعبة **Hypertext** في صحيفة الشروق أون لاين على غرار الصحف الإلكترونية الجزائرية الأخرى إلى كون النص الفائق يعمل على تقسيم النص الصحفي إلى أجزاء كل جزء يوضع في رابط ينتقل إليه المتصفح عن طريق وصلات فائقة للإطلاع على تفاصيل أكثر حول موضوع معين، و هو ما جعله يفرض أساليب جديدة في التحرير الصحفي تختلف عن الكتابة الكلاسيكية التي تضمن المحتوى الصحفي داخل قوالب تحريرية كلاسيكية ما يجعله يتطلب القيام بتكوين في هذا المجال لاكتساب مهارات صحفية تقنية و مهنية.

يرجع نصر الدين العياضي كذلك ضعف الكتابة الصحفية وفق منطق النصوص الفائقة أوالتشعبية في الصحف الإلكترونية الجزائرية، أولا لعامل مهني فهذا البعد يمنح لمضمون الرسالة الصحفية الأهمية القصوى، بينما النص المتشعب يفتت المضمون و يقضي على مركزيته لأنه يتضمن تعددية المصادر في إنتاجه. أما العامل الآخر فهو مرتبط بالتنافس على عائدات الإعلان، فهذا الأخير يفرض على الصحيفة الإلكترونية إبقاء المستخدم أطول فترة في موقعها بينما يمنحه النص المتشعب حرية أكثر للانتقال داخل النص و منه إلى خارج الموقع.<sup>1</sup>

#### IV. فئة العناصر التفاعلية الموظفة بصحيفة الشروق أون لاين:

أتاح النشر الفوري عبر شبكة الإنترنت بيئة تفاعلية مرنة للصحيفة الفورية لا مثيل لها في نظيرتها الورقية، و تعتبر التفاعلية الخاصة الوحيدة ذات الأهمية البالغة بالنسبة للإنترنت و لذلك فالصحف الإلكترونية تتسم بقدرتها على توفير قدر كبير من التفاعل بينها و بين مستخدميها حيث تتيح هذا التفاعل سواء بالتعليق على الموضوعات أو التراسل مع مقدمي الخدمات الإخبارية بالموقع.<sup>2</sup>

<sup>1</sup> نصر الدين العياضي، " الصحافة الجزائرية في بيئة الويب: إرهابات التغيير"، المجلة الجزائرية للعلوم الاجتماعية والإنسانية، العدد 6، جامعة الجزائر 3، جوان 2016، صص 180، 181، متاح عبر الرابط التالي: [http://www.univ-alger3.dz/wp-content/uploads/2019/02/Vol3\\_Num6\\_Art3.pdf](http://www.univ-alger3.dz/wp-content/uploads/2019/02/Vol3_Num6_Art3.pdf)، تاريخ الزيارة: 2019/11/04.

<sup>2</sup> حسن فراج، مرجع سابق، ص 83.

## 1. العناصر التفاعلية التواصلية بصحيفة الشروق أون لاين:

الجدول رقم (27): يبين العناصر التفاعلية التواصلية الموظفة في موقع صحيفة الشروق أون لاين

غير متوفر	متوفر	العناصر التفاعلية التواصلية	
	√	البريد الإلكتروني الخاص بالموقع	البريد الإلكتروني للصحيفة
√		البريد الإلكتروني لأقسام الموقع	
√		البريد الإلكتروني للصحفيين	
	√	التعليق على المواد المنشورة	
	√	استطلاعات الرأي العام	
	√	المنتديات	
√		غرف الدردشة	
	√	النشرة البريدية	
	√	المدونات	
	√	الفايسبوك Facebook	مواقع التواصل الاجتماعي
	√	تويتر Twitter	
	√	اليوتيوب Youtube	
	√	غوغل+ Google+	

المصدر: من إعداد الباحثة

### 1.1. البريد الإلكتروني:

يلاحظ من خلال الجدول السابق رقم (27) بأن موقع صحيفة الشروق أون لاين لم تتح لمتصفحها سبلا للاتصال بها عن طريق البريد الإلكتروني سواء الخاص بموقع الصحيفة، أو بأحد أقسامها أو حتى بريد صحفييها. و هو ما يتنافى مع الدور الهام الذي يلعبه البريد الإلكتروني في خلق

حلقة وصل بين الصحيفة و بين متصفحها خاصة و أنه يعتبر من أهم الخدمات التفاعلية التي تتيحها أغلب مواقع الصحف الإلكترونية. و هذا ما يجعل القارئ لا يتمكن من ابلاغ إدارة موقع الصحيفة من انشغالاته و تعقيبته لبعض المواضيع المطروحة ،إضافة إلى إثراء المحتوى الصحفي في بعض الأحيان وإضافة المزيد من التفاصيل حول حادثة معينة ربما ما يجعله عنصرا فاعلا في الكثير من الأحيان في العملية الاتصالية و بناء المحتوى الصحفي بمواقع الصحف الإلكترونية. و اقتصرت المعلومات الواردة في ذيل الصفحة الشكل رقم(59) على موقع المدير العام لمؤسسة الشروق على الويب و الذي يعاب عليه كونه رابط لموقع فارغ لا يحتوي على أية معلومة، كما تم إيراد حساب مدير البوابة السيد نسيم لكحل على موقع التواصل الاجتماعي الفايسبوك و هو رابط فعال يمكن المتصفح الوصول إليه.

الشكل الرقم (59): يوضح أهم المعلومات الواردة للاتصال بصحيفة الشروق أون لاين





## 2.1. التعليق على المواد المنشورة :

جعلت بيئة الإنترنت الجمهور شريكا فعليا في تحرير محتوى الصحف الإلكترونية، فتعليقاته جديرة أحيانا بإثراء التقارير الإخبارية بالنقاشات، والتي قد تكون مادة دسمة بيد الصحفي لتطوير ما يكتب من مادة إعلامية إلا أن مضامين تلك التعليقات قد تكون أحيانا أخرى حاملة لإساءات، أو تجريح أو ألفاظ نابية، أو نعرات الطائفية، أو شائعات لا تستند إلى دليل مما يطرح إشكاليات قانونية، وخروقات تصل أحيانا حد انتهاك أخلاقيات الممارسة المهنية<sup>1</sup>. إذ تتيح صحيفة الشروق أون لاين الإلكترونية لمتصفحها إمكانية التعليق على المواد الصحفية المنشورة في أسفل كل مادة، عن طريق إدخال اسم المستخدم سواء حقيقيا أو مستعارا، إضافة إلى إدخال بريده الإلكتروني و في الأخير كتابة تعليقه الذي يجب أن لا يتجاوز 600 كلمة و الضغط على أيقونة إرسال لترسل بعد ذلك لإدارة الموقع لإنتقاء التعليقات التي تنشر مرفقة بالمواد الصحفية، مثلما يوضحه الشكل التالي:

الشكل رقم (60): يوضح المساحة المخصصة للتعليقات أسفل المواد الصحفية بصحيفة الشروق أون لاين

الإسم الكامل example@example.com

Save my name, email, and website in this browser for the next time I comment

أكتب تعليقك هنا ..

تعليق

30 تعليق

الأحدث الأقدم الأكثر إعجابا

وسيم

08 جانفي 2019 / 21:10

بصراحة جنوب إفريقيا هي من كانت تستحق التنظيم بغض النظر عن العاطفة لعدة أسباب، من بينها أن ملاعب جنوب إفريقيا احسن من ملاعب مصر وبالمقاييس الدولية وحسن التنظيم حيث نظموا حتى كأس العالم بجداره عكس مصر العاجزة حتى عن تنظيم بطولتها المحلية التي تلعب بدون جمهور، كما أن مناخها صحراوي سيكون حار جدا ورطوبة عالية في شهرين يونيو ويوليو، عكس جنوب إفريقيا التي يكون عندهم

<sup>1</sup> المعز بن مسعود، مرجع سابق، ص06.

تمكن صحيفة الشروق أون لاين -على غرار مواقع الصحف الإلكترونية الأخرى-متصفحها من ممارسة التفاعلية مع محتوياتها عن طريق إتاحة التعليق على منشوراتها و تعبيرهم عن آرائهم بكل حرية بدون الخروج عن الإطار الأخلاقي الذي قد يسيء للصحيفة أو يشهر بأحد الشخصيات الفاعلة في موضوع معين قد تمت معالجته من قبلها.

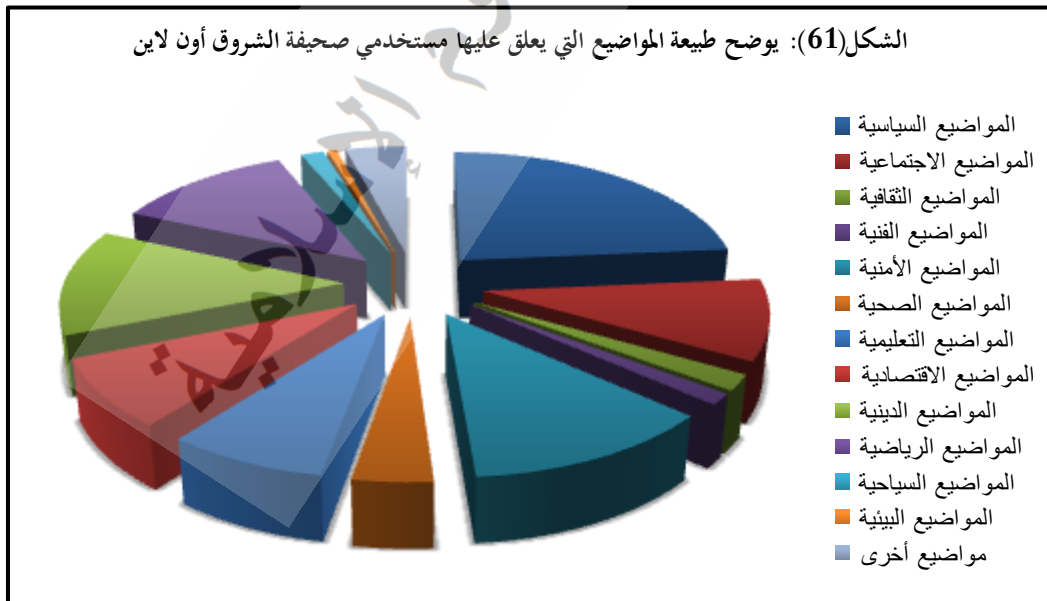
يري نصر الدين العياضي بأن التعليقات المنشورة في مواقع الصحف الإلكترونية محل دراسته على غرار صحيفة الشروق أون لاين لا تثبت قط أنها تحولت إلى منابر للنقاش بين السياسيين والصحافيين و الخبراء و الجمهور، و لم ترتق بالاستعمال العمومي للحجة و التداول حول القضايا ذات الشأن العام. فما يظهر منها يعبر عن تعدد الآراء و تناقضها بل يرسخ رأي الصحيفة. و يضيف العياضي بأن هذا لا ينفي أن بعض القراء / مستخدم الموقع يقومون بدور المدقق في المعلومات Fact-Cheker عبر تعليقاتهم، و المدقق هو منصب عمل في الصحافة الأنجلوسكسونية و الألمانية، إذ أن المتصفح الجزائري يصحح المعلومات التي تنشرها مواقع الصحف في شبكة الإنترنت و هي في الغالب ذاتها الموجودة في الطبعة الورقية، و الغريب في الامر ان الصحف المعنية لا تصحح الأخطاء التي يشير إليها القراء ناهيك عن الإعتذار لهم.<sup>1</sup> و للوقوف على أهم المواضيع التي يترك متصفح الشروق أون لاين تعليقا لها، قامت الباحثة بحساب عدد التعليقات لكل نوع من المواضيع مصنفا حسب طبيعته أثناء فترة الدراسة التحليلية و هذا ما يوضحه الجدول التالي :

<sup>1</sup> نصر الدين العياضي، مرجع سابق، ص 183.

الجدول رقم(28): يبين تعليقات متصفحى الشروق أون لاين فترة الدراسة حسب طبيعة المواضيع

نوع المواضيع	عدد التعليقات	ك	ن%	نوع المواضيع	عدد التعليقات	ك	ن%
المواضيع السياسية	6290	23.57	8.25	المواضيع الاقتصادية	2200	8.25	23.57
المواضيع الاجتماعية	2597	9.73	12.88	المواضيع الدينية	3436	12.88	9.73
المواضيع الثقافية	502	1.88	12.03	المواضيع الرياضية	3211	12.03	1.88
المواضيع الفنية	359	1.35	1.55	المواضيع السياحية	414	1.55	1.35
المواضيع الأمنية	3290	12.33	0.64	المواضيع البيئية	170	0.64	12.33
المواضيع الصحية	1037	3.89	4.11	مواضيع أخرى	1096	4.11	3.89
المواضيع التعليمية	2079	7.79					7.79
المجموع			100		26681	100	

المصدر: من إعداد الباحثة



يبين الجدول السابق رقم (28) و الذي يمثل نسبة تعليق القراء على كل نوع من المواضيع المتاحة عبر موقع صحيفة الشروق أون لاين بأن عدد التعليقات الإجمالي قد بلغ 26681 تعليق ضمن عينة الدراسة الممتدة من مارس 2018 إلى فيفري 2019 و هي نسبة مرتفعة تدل على تفاعل القراء مع محتويات الصحيفة. ويبرز الجدول أعلاه بأن أكثر المواضيع تفاعلا من قبل المتصفحين هي المواضيع السياسية بنسبة بلغت 23.57%، ثم المواضيع الدينية 12.88%، ثم تلتها المواضيع الأمنية 12.33%، بعدها المواضيع المتعلقة بالرياضة 12.03%، في حين جاء في المركز الخامس مواضيع الاجتماعية بنسبة 9.73%، ثم تلتها المواضيع الاقتصادية بنسبة 8.25%، ثم المواضيع المتعلقة بالتعليم 7.79%. وجاءت في المركز الثامن ثم مواضيع أخرى متفرقة بنسبة 4.11%، ثم المواضيع الصحية بنسبة 3.89%، ثم تلتها في المركز العاشر المواضيع الثقافية بنسبة 1.88%، ثم المواضيع المتعلقة بالسياحة بنسبة 1.55%، بعدها المواضيع الفنية بنسبة 1.35% و أخيرا المواضيع البيئية 0.64%.

تشير النتائج المتحصل عليها فيما يخص أن المستخدمين يفضلون التعليق بشكل أكبر على المواضيع التي تتناول قضايا سياسية، و يرجع ذلك أولا للأحداث السياسية التي شهدتها الجزائر في تلك الفترة التي تزامنت و المجال الزمني المخصص للدراسة التحليلية و المتعلقة بالإنتخابات الرئاسية 2019 وكذلك الحراك الشعبي و غيرها. أما السبب الثاني فيعود لكون الصحيفة تتيح روابط الأخبار الأكثر تفاعلا مثلما يبينه الشكل رقم (62) من خلال إدراجها لترتب الموضوعات حسب عدد التعليقات وعدد المشاهدين لها من قبل المستخدمين و هو ما يتيح للبعض من المستخدمين الذين يحبون التفاعل مع المواضيع التي تفاعل معها الأغلبية التعليق عليها.

الشكل رقم(62):يوضح مثال عن روابط المواضيع الأكثر تفاعلا في موقع صحيفة الشروق أون لاين

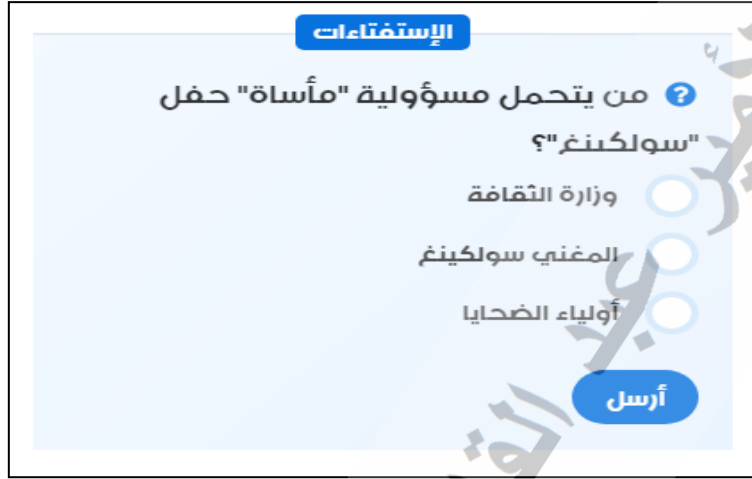
الأكثر تفاعلا	
1 108883 / هذه أسعار السيارات المستعملة الأكثر طلبا من طرف الجزائريين	
2 27206 / قروض دون فوائد تصل 200 مليون لمستخدمي الجيش	
3 23598 / بوداوي يتحدث بالعربية ويُجبر الفرنسيين على جلب مُترجم	
4 18038 / "إنجازات العصابة".. دقائق من الأمطار تُغرق الميناء والمطار	
5 15353 / لا بيع ولا شراء للسيارات بسبب "أقل من 3 سنوات"	

### 3.1. استطلاعات الرأي العام:

تعتبر "استطلاعات الرأي" من الخدمات الإضافية التي تقدمها مواقع الصحف الإلكترونية و التي تمكنها من معرفة رأي المتصفح حول موضوع أو حدث معين، كما تمكن الصحيفة من قياس مدى مقروئيتها. و غالبا ما يتم إدراج هذه الخدمة في الصفحة الرئيسية للصحيفة مثلما هو الحال بالنسبة لموقع صحيفة الشروق أون لاين ، كما يتم في بعض الأحيان إدراجه في الجهة اليسرى من الصفحة. تم إدراج هذه الخدمة في موقع صحيفة الشروق أون لاين تحت مسمى " الاستفتاءات" و هي عبارة عن سؤال حول قضايا الساعة التي تثير الجدل كما هو موضح في الشكل رقم (63)، كما يتيح الموقع كذلك للمتصفح إمكانية الاضطلاع على نتائج الاستفتاءات السابقة. غير أنها لا تتيح للقارئ إمكانية اقتراح المواضيع الآنية التي يود طرحها للاستفتاء العام في الموقع ما يساهم في خلق تفاعل بين القارئ و إدارة الصحيفة. من جهة أخرى تدرج صحيفة الشروق أون لاين خدمة "شارك برأيك" والذي يتضمن

مجموعة من الأسئلة المفتوحة قد تكون مرافقة لفيديوغرافيك أو إنفوغرافيك و يكون رد وإجابة المتصفحين عليها في خانة التعليقات مثل ما هو موضح في الشكل رقم (64).

الشكل رقم (63): يوضح خانة "الإستفتاءات" في صحيفة الشروق أون لاين



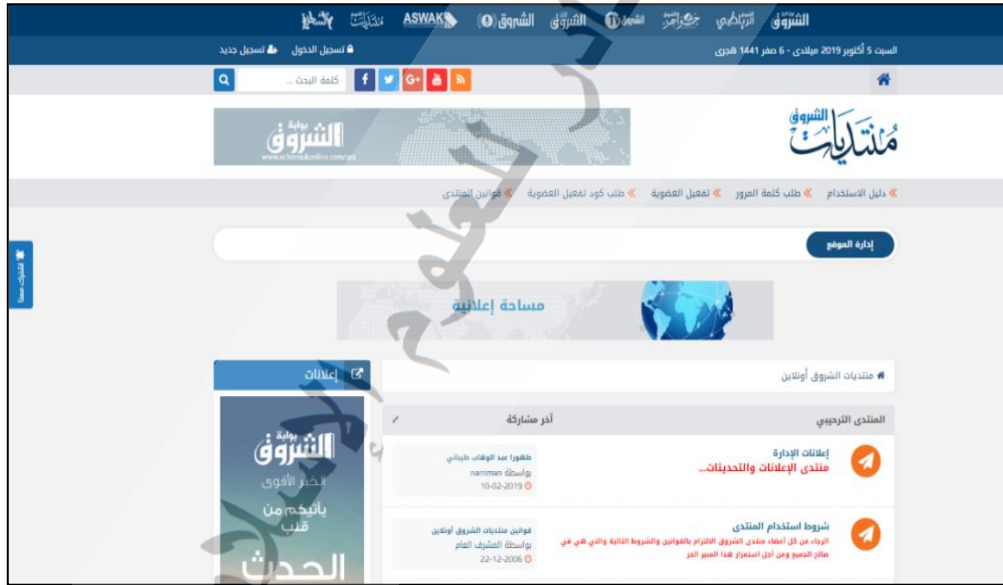
الشكل رقم (64): يوضح خانة "شارك برأيك" في صحيفة الشروق أون لاين



## 4.1. المنتديات و غرف الدردشة:

بينت نتائج الدراسة الحالية بأن موقع صحيفة الشروق أون لاين يتيح خدمة المنتديات، حيث تظهر أيقونة المنتديات في الشريط الرئيس للصفحة الرئيسية، إذ تتيح "منتديات الشروق" للمتصفح بالانتقال لها و الاشتراك فيها عن طريق تسجيل العضوية فيها مثل ما هو موضح في الشكل رقم (65). أما فيما يتعلق بغرف الدردشة فهي غير متوفرة سواء في موقع صحيفة الشروق أون لاين أو في منتدياتها و التي تقتصر فيها على الدردشة على الكتابية فقط، و هذا ربما يرجع لابتعاد أغلب الصحف الإلكترونية على توفير هذه الخدمة بعد بروز مواقع التواصل الاجتماعي التي حلت محل المنتديات وغرف الدردشة.

الشكل رقم (65): يوضح خدمة "منتديات الشروق" التي توفرها صحيفة الشروق أون لاين



تضم "منتديات الشروق"<sup>1</sup> عدة منتديات فرعية أخرى تتمثل في :

– المنتدى العام: و هو منتدى خاص بنشر الأخبار على أن يكون للخبر المنشور مصدر اعلامي رسمي ومن دون إضافة شخصية أو تحوير .

<sup>1</sup> منتديات الشروق، متاح عبر الرابط التالي: <https://montada.echoroukonline.com/index.php>، تاريخ الزيارة: 2019/10/01.

- منتدى الأقلام المتميزة: و هو قسم خاص بالأقلام المتميزة والذين يكتبون بأسمائهم الحقيقية.
- المنتدى الحضاري: و هو قسم خاص بكل ما يتعلق بالدين و الدراسات القرآنية.
- المنتدى التعليمي: و هو منتدى خاص بالتربية والتعليم والأساسي و الجامعي و كل ما له علاقة بالتدريس وطرق التعليم والمناهج.
- منتدى المرأة و الأسرة: و هو قسم يتناول كل ما له بالمرأة و العلاقات الأسرية و غيرها من المواضيع المتعلقة بالجمال و الأزياء .
- منتدى العلوم و المعارف: و هو منتدى خاص بكل ما هو جديد في ميدان العلم و المعرفة من نظريات و اكتشافات و اختراعات و غيرها.
- منتدى التاريخ: و هو منتدى يهتم بأعلام الجزائريين و المغاربة، وكذا أعيان المشاركة و التعريف بجهودهم في خدمة التراث، كما يهتم بتاريخ المغرب الاسلامي.
- منتدى السياحة و الفنادق: و هو منتدى يهتم بالمعالم السياحية الجزائرية و العربية و المعالم السياحية العالمية.
- منتدى الأدب: و هو قسم يهتم بكل ما له علاقة بالأدب و دواوين الشعر و القصص و غيرها.
- منتدى القانون و العلوم السياسية: يشتمل هذا المنتدى على كل ما له علاقة بالقضايا القانونية و التشريعات الوطنية و العربية و كذا ما تعلق بأمر السياسة .
- منتدى التكنولوجيا و المعلوماتية: و هو منتدى يتناول كل ما له علاقة بالحاسوب، الإنترنت و الهواتف النقالة.
- المنتدى الرياضي: و هو منتدى ينشر أخبار الرياضة في العالم، البطولات، أخبار اللاعبين ، الفرق و كل ما يتعلق بالميدان الرياضي.
- منتدى المنوعات و الترفيه: و هو قسم متخصص في سرد الألغاز الشعبية و الأحاجي ، النكت، و الصور الغريبة و الطريفة.



– منتدى الإعلانات: منتدى خاص بالخدمات وطلبات المساعدة والنداءات، كما يختص بنشر الإعلانات .

### 5.1. النشرة البريدية:

يتيح موقع صحيفة الشروق أون لاين كغيره من الصحف الإلكترونية و هي عبارة عن خدمة اشتراك مجانية في الصحيفة تسمح للمشارك بالحصول على آخر الأخبار و المستجدات في الساحة الوطنية، العربية و العالمية على بريده الإلكتروني. مثل ما يوضحه الشكل التالي:

الشكل رقم (66): يبين خدمة "النشرة البريدية" التي توفرها صحيفة الشروق أون لاين

النشرة البريدية

ياشترك معنا ستتمكن من الحصول على آخر الأخبار التي سيتم نشرها في الموقع.

الإسم

example@example.com

اشترك

### 6.1. المدونات :

يلاحظ انطلاقا من الجدول رقم (27)، بأن موقع صحيفة الشروق أون لاين يتيح إمكانية التدوين لكن تقتصر هذه الإمكانية على محرري الصحيفة أو بعض الباحثين في مجالات متعددة

ومتنوعة. بالرغم من أن المدونات تعتبر أهم أشكال صحافة المواطن أو كما يطلق عليها في بعض أدبيات الإعلام بالصحافة التشاركية التي تعتمد عليها كبريات الصحف الإلكترونية في العالم لخلق رابط تفاعلي بينها و بين المستخدمين، خاصة و أن طابع التحرير في المدونات يتم بأسلوب يشبه إلى حد ما الأسلوب الصحفي.

تم إدراج المدونات في القائمة الرئيسية لموقع صحيفة الشروق أون لاين مثلما يوضحه الشكل رقم (67) و الذي يعتبر رابط داخلي يمكن المستخدم بمجرد نقره على أيقونته من الوصول إلى أهم التدوينات في ذات الموقع أي أنها عنصر ثابت كغيره من أقسام الصحيفة الأخرى، ما يضفي عليه نوع من الحماية و الاحترافية التي تميز العمل الصحفي خاصة و أن كتاب هذه المدونات هم ذاتهم كتاب مقالات الرأي في الصحيفة حتى أنها ذاتها مقالات الرأي و هو ما يجعل توظيفها لا يقدم شيء إضافي لهذا النوع من الصحافة.

و بالرغم من أن موقع الصحيفة محل الدراسة قد أوردت أيقونة "دون معنا" - الشكل رقم (67)- و التي بمجرد أن يراها المتصفح في أعلى الصفحة الرئيسية يتبادر إلى ذهنه بأنه بمجرد الضغط عليها يحال إلى رابط مدونة صحيفة الشروق أون لاين ليشارك في التدوين و صناعة المحتوى الذي يريده، و يحيله رابط هذه الأيقونة إلى صفحة الميلتيميديا و هو ما يدل على خطأ في التصميم و يخالف معايير تصميم موقع ويب جيد فمن المفترض قبل وضع أي أيقونة على الصفحة الرئيسية لموقع الصحيفة التأكد من أنها تعبر عن الرابط الصحيح للأيقونة.

و هو ما يتعارض مع إعتبار أشار إليه جوناتان دوب Jonathan Dube فيما يخص تصميم الصحف الإلكترونية و هو القضاء على التخمين The Guess-WorkEliminate إذ أن المستخدمين لا يعرفون دائما ما سيحصلون عليه عندما ينقرون على الأشياء، فغالبا لن ينقروا على شيء ما لم يعرفوا ما يحصلون عليه، و حالما ينقرون على شيء لا يستحق كل هذا العناء ، فإنهم يفقدون الثقة بك كمصدر ، ويقل احتمال عودتهم والنقر على الأشياء أخرى داخل الموقع في المستقبل<sup>1</sup>. لذا على الصحفي التأكد من إخبار الناس بما سيحصلون عليه عند النقر فوق رابط ما أو أيقونة ما.

الشكل رقم (67): يبين خدمة "المدونات" التي توفرها صحيفة الشروق أون لاين



## 7.1. مواقع التواصل الاجتماعي:

تشير بيانات الجدول السابق رقم (27) إلى أن صحيفة الشروق أون لاين تحرص على أن يكون لها تواجد في مواقع التواصل الاجتماعي على غرار الفاييسبوك، تويتر، Google<sup>+</sup>، و اليوتيوب. وتتواجد

<sup>1</sup> Jonathan Dube, Op.cit.

الروابط التي تحيل المتصفح إلى هذه المواقع في أعلى و أسفل الصفحة الرئيسية أو في أعلى كل خبر بحيث أنها تستخدم كذلك كعناصر لفصل العنوان عن المتن. و انطلاقا من الملاحظة الميدانية لنشاط موقع صحيفة الشروق أون لاين على مواقع التواصل الاجتماعي المذكورة سابقا ، نجد بأنها تنشط بشكل كبير عبر صفحتها الرسمية على الفايسبوك مثل ما يوضحه الشكل رقم(68)، إذ أنها تنشر فيها أهم الأخبار التي تعالجها بشكل دوري على مدار اليوم حسب آخر تحديث في الصحيفة. و يتم الإشراف على هذه الصفحة من قبل مدير بوابة الشروق اليومي السيد لكحل نسيم.

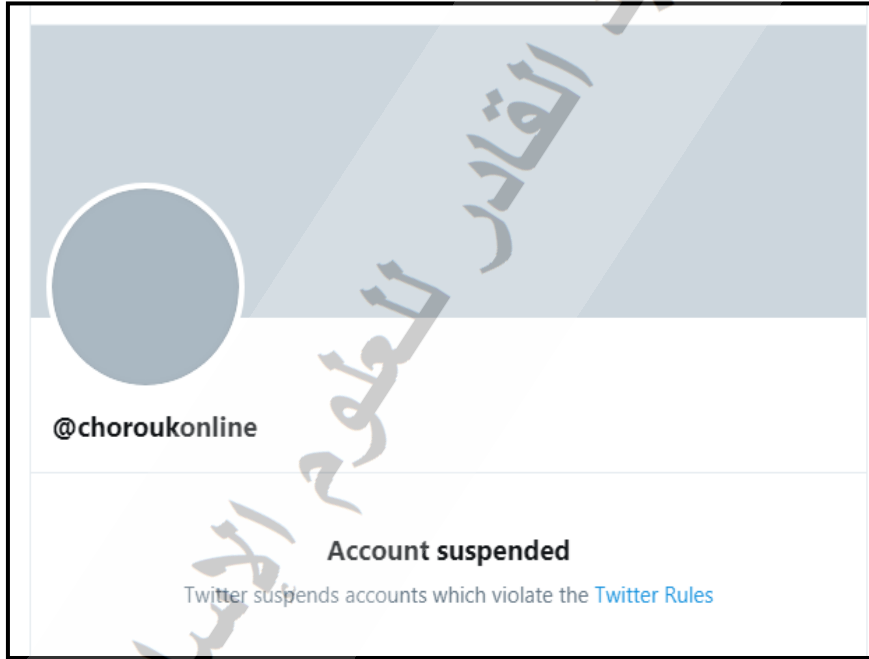
لكن و بالرغم من أن صفحتها على الفايسبوك قد زادت من قاعدتها الجماهيرية من رواد الفايسبوك، إلا أنها لم تبرح نقطة أنها صفحة نقل ما يكتب بموقع الصحيفة الإلكترونية في حين أنها من المفترض أن تكون منبرا يساهم في خلق منبر تفاعلي مع جمهورها بحيث تمكنه من المساهمة في إثراء المحتوى بمواضيع يقترحها و يكتبها هو، بالإضافة إلى استثمار كونه قد يكون مصدرا هاما للمعلومات التي تشكل مادة خام لبعض المواضيع و الاحداث التي يتعذر على الصحفي الوصول إلى تفاصيلها.

الشكل رقم (68): يوضح الصفحة الرئيسية لصحيفة الشروق أون لاين على الفايسبوك



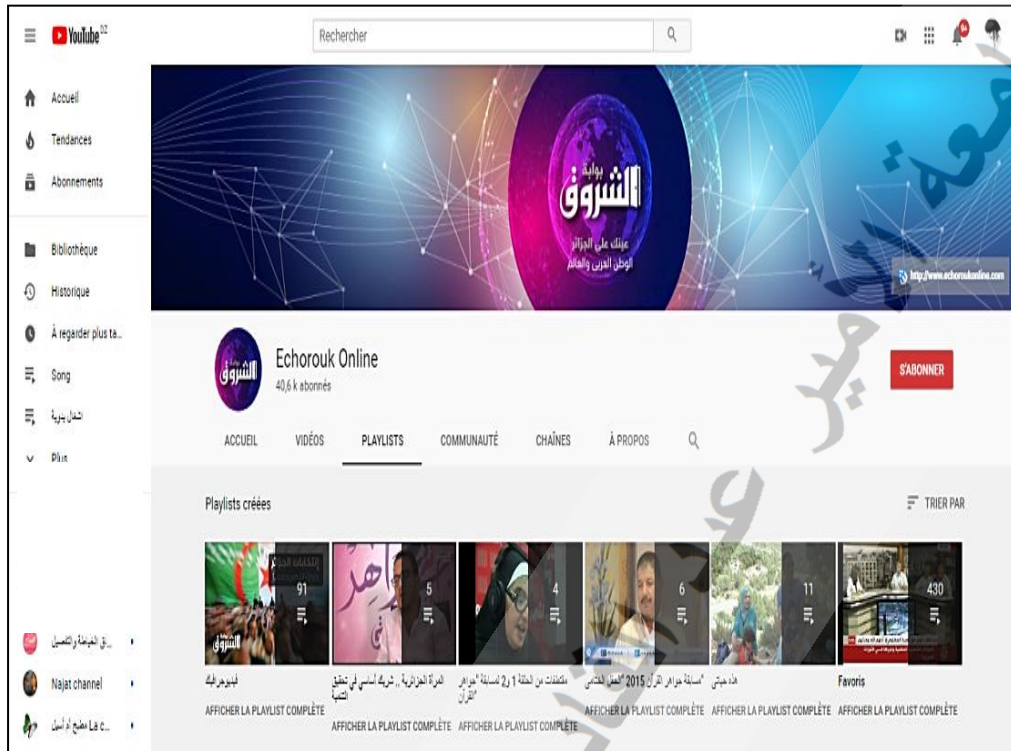
يلاحظ-من جهة أخرى - بأن الرابط الذي يحيل إلى صفحة صحيفة الشروق أون لاين على تويتر غير متاح بسبب تعليق الحساب الراجع لانتهاك أحد قواعد موقع تويتر أو غلق الصفحة من قبل إدارة الصحيفة مثل ما هو موضح في الشكل رقم (69) ،و هو ما يدل على عدم اهتمام الصحيفة بالتواجد على هذه المنصة و هذا ربما يرجع لضعف القاعدة الجماهيرية من مستخدمي تويتر في الجزائر فأغلبهم يستخدمون موقع الفيسبوك . و هو ذات الحال بالنسبة لموقع Google+ الذي يحيل الضغط على أيقونته إلى رابط غير فعال، و هذا يرجع لضعف الإقبال عليه باعتباره نسخة تشبه إلى حد بعيد موقع الفيسبوك ما جعل شركة غوغل Google توقف هذه الخدمة .

الشكل رقم (69): يوضح الصفحة الرئيسية لصحيفة الشروق أون لاين على تويتر



تنشط الصحيفة كذلك على موقع يوتيوب و الذي يمكنها من نشر مختلف مقاطع الفيديو والفيديوغرافيك التي تنتجها الصحيفة في مختلف المواضيع ،حيث تكون هذه المقاطع مصنفة وفق أبواب يختص كل باب في موضوع معين ما يسهل على المتصفح الرجوع إلى المقطع الذي يتلاءم مع ما يريد الاطلاع عليه من مواضيع و هو ما يوضحه الشكل رقم (70).

الشكل رقم (70) :يوضح الصفحة الرئيسية لصحيفة الشروق أون لاين على يوتيوب



3. العناصر التفاعلية التواصلية بصحيفة الشروق أون لاين:

تمتلك العناصر التفاعلية المعلوماتية أهمية كبيرة في تسهيل الإبحار أو التنقل داخل الصحيفة الإلكترونية و التي لا يمكنها الاستغناء عنها . و تكمن وظيفتها في تمكين المستخدم من الوصول إلى المعلومات التي يبحث عنها داخل الصحيفة و التي تخص موضوع معين مثلا ، و تتمثل هذه الأدوات في محركات البحث الداخلية و الخارجية، أرشيف المواد المنشورة. و يمكن الوقوف على أهم العناصر التفاعلية المعلوماتية الموظفة في موقع صحيفة الشروق أون لاين في البيانات التي يوردها الجدول التالي:

الجدول رقم(29):يبين العناصر التفاعلية المعلوماتية الموظفة في موقع صحيفة الشروق أون لاین

فئة العناصر التفاعلية المعلوماتية		متوفر	غير متوفر
محرركات البحث	مربع بحث بسيط	√	
	مربع بحث داخلي يستخدم اختيارين		√
	مربع بحث خارجي يستخدم أكثر من ثلاث اختيارات		√
	محرك بحث خارجي	√	
الأرشيف	أرشيف النسخة الورقية بصيغة pdf	√	
	أرشيف موقع الصحيفة الإلكترونية	√	
	أرشيف الكاريكاتير	√	
	أرشيف الملتيميديا	√	
	أرشيف سر الآراء	√	
	أرشيف الاستفتاءات	√	
	أرشيف كتاب المقالات	√	
	خريطة الموقع		√

المصدر: من إعداد الباحثة

يشير الجدول أعلاه رقم (29) إلى أن صحيفة الشروق أون لاین توظف مجموعة من العناصر التفاعلية المعلوماتية التي تمكن المستخدم من الوصول إلى المعلومات التي يرغب في الإطلاع عليها وتشمل هذه العناصر ما يلي:

## 1.2. محركات البحث:

يتضح انطلاقاً من معطيات الجدول السابق بأن صحيفة الشروق أون لاین تقدم خدمة البحث في محرك البحث Google و التي تدرجها أعلى الصفحة ضمن الشريط الثالث من القوائم بمحاذاة شعار بوابة الشروق مثل ما يوضحه الشكل رقم (71) و الذي يحيل المتصفح لرابط البحث المخصص الذي يدعمه محرك البحث Google.

الشكل رقم (71): يبين موقع أيقونة البحث في محرك البحث Google بصحيفة الشروق أون لاين



وظفت صحيفة الشروق أون لاين بحث Google المخصص\* لتسهيل و مساعدة متصفحها في العثور على ما يحتاجونه من مواد تم نشرها سابقا في ذات الموقع عن طريق مربع بحث بسيط لا يقدم خيارات للمستخدم و إنما يعتمد على الكلمات المفتاحية فقط. كما يتمكن المتصفح كذلك من الانتقال إلى النتائج التي يوردها البحث العام في محرك البحث Google و الذي يتيح للمتصفح الاطلاع على كل المعلومات المتعلقة بموضوع معين في مواقع الويب الأخرى. و هذا ما يبرزه النموذج الموضح في الشكل رقم (72) كمثال عن البحث عن كل المواضيع التي تناولت "التعليم العالي" في موقع صحيفة الشروق أون لاين باستخدام بحث Google المخصص و رابط الانتقال لمحرك البحث العام لـ Google.

\*1 Google المخصص: و هي خاصية جديدة يتيحها محرك البحث غوغل Google تمكن متصفح المواقع التي تشترك فيها من الحصول على نتائج بحث سريعة ووثيقة الصلة بالموضوع في ذات الموقع عبر البحث المخصص لـ google، و للاستزادة أكثر حول هذه الخاصية يمكن الرجوع إلى الرابط التالي: <https://cse.google.com/?ref=b&hl=ar>.



الشكل رقم(72): يبين مثال عن البحث في صحيفة الشروق أون لاين باستخدام محرك البحث Google العام و المخصص



اتفقت نتائج الدراسة الحالية مع ما توصلت إليه دراسة الباحث جاسم جابر و التي خلصت بأن نسبة كبيرة من مواقع الصحف الإلكترونية محل الدراسة قد وفرت خدمة البحث باستثناء خمسة منها فقط لم توفر هذه الخدمة، و قد جاءت هذه الخدمة على مستويين الأول البحث داخل موقع الصحيفة نفسها، والمستوى الثاني هو ربط الموقع مع محركات البحث المعروفة في شبكة الإنترنت.<sup>1</sup> و في ذات السياق أظهرت دراسة عبد الأمير الفيصل بأن 80% من الصحف الإلكترونية من عينة دراسته حرصت على أن يكون لديها محرك بحث خاص بها يمكن القارئ من الوصول إلى غايته في بحث أي

<sup>1</sup> جاسم جابر، مرجع سابق، ص409.

موضوع في الإنترنت، و اعتمدت تلك الخدمة على الارتباط بمحركات بحث معروفة مثل **Yahoo** و **Google**<sup>1</sup>.

## 2.2. خدمة الأرشفة الإلكتروني:

يظهر الجدول السابق رقم (23) بأن موقع صحيفة الشروق أون لاين تقدم عدة أنواع من الأرشفة لموادها المنشورة و وضعه تحت تصرف المتصفح في الوقت و الزمان الذي يريده ، و يكمن الاختلاف بين هذه الأنواع من الأرشفة سواء حسب طبيعة المواد التي تؤرشفها أي مواد نصية أو مصورة ، أو حسب نوعها كأرشفة خدمات معينة تقدمها الصحيفة كالأستفتاءات، كما يمكن أن تصنف كذلك حسب محرري المواد الصحفية فيها. و يمكن إبراز أهم أنواع الأرشفة الإلكتروني الموظفة في صحيفة الشروق أون لاين حسب ما أورده الجدول رقم (29) فيما يلي :

### أ. أرشفة النسخة الورقية بصيغة Pdf:

يوفر موقع صحيفة الشروق أون لاين لمستخدميه أرشيفا للمواد المنشورة في الصحيفة الورقية بشكل Pdf ، و يتميز هذا النوع من الأرشفة بإدراج خيار البحث عن طريق اليوم و الشهر و السنة مثل ما هو مبين في الشكل رقم (73)، حيث تمكن هذه الخدمة من مساعدة المتصفح على الرجوع للأعداد السابقة للصحيفة الورقية أو تصفح العدد الجديد قبل توزيعه في الأكشاك و هو ما ييسر الاطلاع على كل من الصحيفة الورقية و المواد المنشورة في الموقع الإلكتروني لصحيفة الشروق أون لاين.

<sup>1</sup> عبد الأمير الفيصل، الصحافة الإلكترونية في الوطن العربي، مرجع سابق، ص 257.

الشكل رقم(73): يبين أرشيف النسخة الورقية لصحيفة الشروق أون لاين



ب. أرشيف المواد المنشورة في موقع صحيفة الشروق أون لاين:

يوفر موقع صحيفة الشروق أون لاين أرشيفا إلكترونيا للمواد الصحفية كالمقالات و الأخبار والتقارير الإخبارية المنشورة في الموقع و التي يمكن الوصول إليها عن طريق بحث **Google** المتخصص باستخدام الكلمات المفتاحية مثلما سبق تبيانه في الشكل رقم (72) السابق. لكن و بالرغم من توفير المعلومات المتعلقة بموضوع معين سبق نشره في الموقع إلا أن هذه الطريقة تعتمد فقط على الكلمات المفتاحية دون الاعتماد على تاريخ نشر المواد بالاعتماد على مجموعة من الخيارات التي تمكن من الوصول للمعلومة التي يريدها المتصفح بالتحديد في تاريخ معين.

### ج. أرشيف الكاريكاتير:

يمكن موقع صحيفة الشروق أون لاين متصفحيه من الاطلاع على أرشيف رسومات الكاريكاتير المنشورة حاليا أو في الإصدارات السابقة من خلال إتاحة عدة خيارات للبحث باستخدام اسم أحد رسامي الكاريكاتير أو كل الرسامين مثل ما يوضحه الشكل رقم(74).و يمكن إتاحة هذا النوع من الأرشيف باعتبار أن هناك شريحة من المتصفحين التي تهتم بهذا القالب الهزلي في معالجة موضوع أو حدث معين.

الشكل رقم(74): يبين أرشيف رسومات الكاريكاتير في صحيفة الشروق أون لاين



### د. أرشيف الملتيميديا:

يتيح موقع الشروق أون لاين أرشيفا للملتي ميديا و التي تتضمن كل المواد المنتجة من قبل الموقع والتي تم نشرها فيه، و تتمثل هذه المواد في الفيديوغرافيكس، الإنفوغرافيكس و معارض الصور و هو ما هو موضح في الشكل رقم (75). و قد اقتصر عرض هذه المواد حسب تاريخ نشرها دون القيام

بتصنيفها وفقا لطبيعتها كل على حدى و توفير خيارات بحث متعددة ما ييسر وصول المستخدم إليها و لا يضيع وقتا كبيرا في البحث عن مادة تم نشرها في العام المنصرم مثلا .

الشكل رقم(75): يبين أرشيف الميديا في صحيفة الشروق أون لاين

الشروق / الميديا

متابعة

رسائل تبون

تبون يُطلن برأسه.. هذه هي أهم رسائله

8 4315 2019/10/08

نبيل القروي

بعد الإفراج عنه.. هل قدمت صفقة "السجين" نبيل القروي سياسيا؟

0 1304 2019/10/09

لفز حمروش

هل يريد حمروش ضمانات حول نزاهة الانتخابات أم حول صلاحيات الرئيس؟

13 4399 2019/10/06

مفاجأة تونس: "فيس سعيد" أم "تبيل القروي".. من سيخلف الباجي؟

14 8443 2019/09/16

الانتخابات الرئاسية في الجزائر.. هذا ما سيتغير في 12 ديسمبر 2019

24 14377 2019/09/19

هـ. أرشيف خدمة "شارك برأيك":

تمكن هذه الخدمة متصفح موقع الصحيفة من المشاركة بآرائهم حول مواضيع متنوعة تشمل جميع المجالات ،و يمكن الاطلاع على الأسئلة التي تم طرحها في الأعداد السابقة من قبل المتصفحين عن طريق الضغط على أيقونة "شارك برأيك" لينتقل المتصفح فوراً إلى رابط أرشفة هذه الأسئلة المطروحة وفقاً لتاريخ صدورها مثل ما هو مبين في الشكل التالي:

الشكل رقم(76): يبين أرشيف خدمة "شارك برأيك" بصحيفة الشروق أون لاين

الشروق / شارك برأيك

دعوة إلى استثمار التتويج وأخذ العبرة من سياسة البريكولاج  
هل سيمكث بلماضي أكبر مدة في "الخضر" على طريقة الألمان  
والإنجليز واليطاليين  
يتساءل الخبير عن المتبعين حول مدى قدرة "الفاف" على استثمار التتويج  
الإفريقي الأخير للمنتخب الوطني....

7 4905 2019/08/31

فيديو جرافيك  
طرد مدير مستشفى من مكتبه.. هل هو تأسيس للمواطنة أم  
للفوضى؟

28 7582 2019/08/26

وزير الاتصال يكلف بمهام وزيرة الثقافة المستقيلة  
هل اقتراب موعد رحيل حكومة بدوي؟  
تم هذا الأحد تكليف وزير الاتصال الحالي أحسن رابحي بمهام وزير الثقافة  
بالتايبة. وجاء تعيين رابحي...

10 15889 2019/08/25

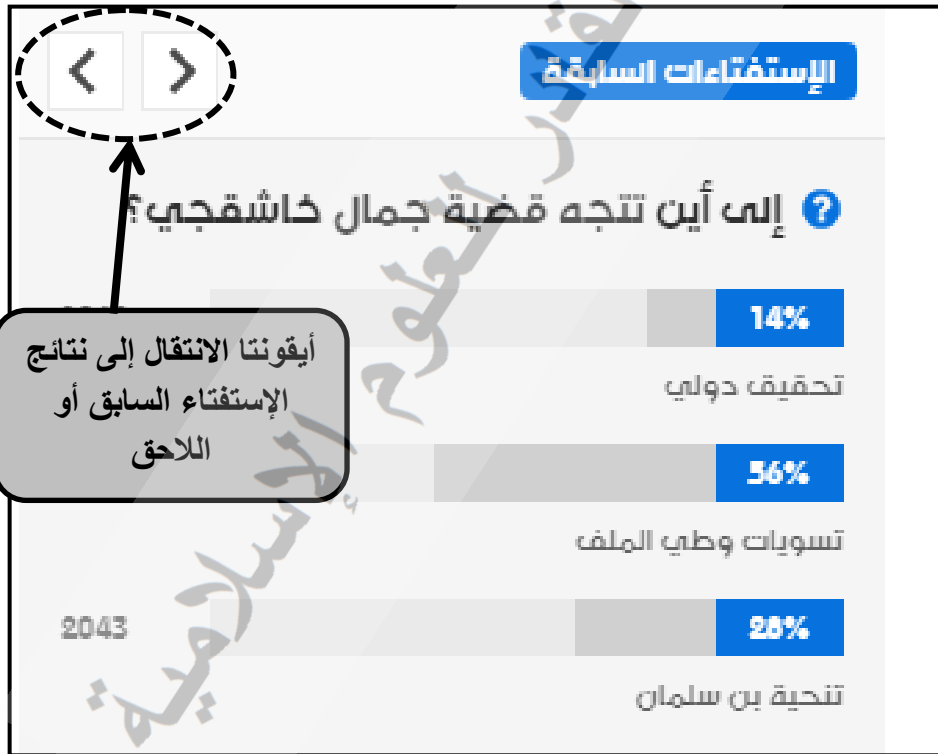
فيديو جرافيك  
سقوط الوزيرة مريم مرداسي.. استقالت أم أقيمت؟

17 7228 2019/08/25

و. أرشيف "الإستفتاءات":

تقدم صحيفة الشروق أيضا نوعا آخر من الأرشيف الذي يمكن المتصفح من الاطلاع على نتائج الإستفتاءات التي يتم إدراجها بالموقع كل أسبوع وفق ما هو مبين في الشكل رقم (77). و تكمن طريقة أرشفة هذه النتائج في الصفحة الرئيسية للموقع على عكس الأنواع الأخرى التي تكون متواجدة في روابط بالصفحات الداخلية، و يمكن للمستخدم الانتقال بين نتائج الإستفتاءات عن طريق الضغط على أيقونتين للانتقال للإستفتاء السابق أو اللاحق دون إدراج تاريخ نشر الإستفتاءات في الموقع و هو ما يعاب عليه.

الشكل رقم(77): يبين أرشيف " الاستفتاءات" في صحيفة الشروق أون لاین



ز. أرشيف كتاب المقالات :

يهتم العديد من متصفحی الصحف الإلكترونية بالمقالات التي ينشرها صحفي أو كاتب معين والتي تعبر عن توجهاته و هذا نظرا لتماشيها مع ميولاتهم، أفكارهم و آرائهم اتجاه موضوع أو حدث معين. لذا أتاح موقع صحيفة الشروق أون لاین للمتصفح من الوصول إلى كافة المقالات التي كتبها محرر معين بحيث تكون مؤرشفة حسب تاريخ نشرها في الموقع و هو ما يوضحه الشكل رقم (78) كمثال عن أحد كتاب مقالات الرأي بصحيفة الشروق أون لاین "سليم القلاية".

الشكل رقم(78): يبين أرشيف كاتب من كتاب مقالات الرأي في صحيفة الشروق أون لاین

The screenshot displays the 'Shorouq' website's article archive for 'Salem Qalala'. The page is titled 'الشروق / سليم قلاية' and 'متابعة'. On the left, there is a sidebar with a list of articles, each with a profile picture, name, and a small icon indicating the number of views or likes. The main content area shows a grid of article thumbnails. The first row includes a cityscape thumbnail with the title 'متى نهتدي إلى الإصلاح على الطريقة الماليزية؟' and a brain thumbnail with the title 'طريق العلم والعقل... أفضل البدائل لنا جميعا'. The second row includes a red chair thumbnail with the title 'العبرة من نهاية الاستبداد...' and a flag thumbnail with the title 'حتى لا نكون ضحية مرة أخرى'. The page also shows engagement metrics like comments and views for each article.



### ح. خريطة الموقع :

تشير معطيات الجدول رقم (28) بأن صحيفة الشروق أون لاين لم توظف خريطة لموقعها بالرغم من أهميتها في تسهيل التصفح و تعريف المستخدم بأقسامها بشكل تفصيلي خاصة و أنها تستخدم في المواقع التي تزخر بكم هائل من المعلومات كالصحف الإلكترونية. و تمكن خريطة الموقع المستخدم بأخذ نظرة عامة على صفحاته في صفحة كاملة تبرز بنية المعلومات داخل موقع الصحيفة الإلكترونية في عدة أشكال كالفهارس والقوائم ثنائية الأبعاد. و قد توصل كل من الباحثان ماجد سالم تريان و عبير محمد لبد بأن مواقع الصحف الفلسطينية التي خضعت للدراسة لم تتح خريطة لمواقعها تبين كيفية استخدامها رغم أهميتها في تسهيل الحصول على المعلومات باستثناء موقع المركز الفلسطيني للإعلام لكونه المواقع الكبيرة التي تنشر بعدة لغات أجنبية.<sup>1</sup>

تتناق نتائج الدراسة الحالية حول عدم تواجد خريطة الموقع بموقع صحيفة الشروق أون لاين مع ما خلصت إليه دراسة قدمها الباحث جاكوب نيلسون **Jakob Nielsen** حول دور خريطة الموقع في تحقيق قابلية و سهولة تنقل المستخدمين بمواقع الصحف الإلكترونية، حيث توصل الباحث لكون أغلب مستخدمي الصحف محل الدراسة يبحثون أول شيء عند الولوج للصفحة الرئيسية للصحف الإلكترونية على خريطة موقعها، و التي يفضلون أن تكون بسيطة و تفاعلية لكي لا تكون تحديا يصعب من مهمة الوصول للمعلومات في حد ذاته، و بالتالي يتوجب أن توفر لهم تصورا سريعا عن الموقع دون بدل المزيد من الجهد و التنقل باستثناء التميرر إذا لزم الأمر.<sup>2</sup>

<sup>1</sup> ماجد تريان و عبير محمد لبد، "تصميم و إخراج المواقع الإلكترونية الإخبارية الفلسطينية دراسة تحليلية مقارنة"، مرجع سابق، ص134.

<sup>2</sup> Jakob Nielsen, "Site Map Usability", Published article on 1 september 2008, Available at :<https://www.nngroup.com/articles/differences-between-print-design-and-web-design/>, Retrieved at :10/10/2019.

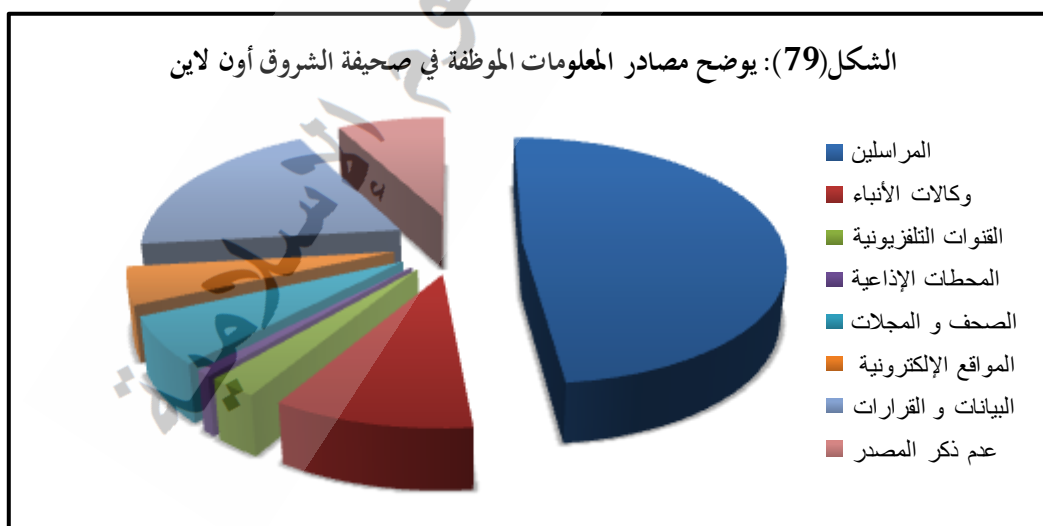
## ثانيا: المعايير المهنية في صحيفة الشروق أون لاين:

### 1. معيار توفر مصادر المعلومات:

الجدول رقم (30): يوضح مصادر المعلومات الموظفة في صحيفة الشروق أون لاين

الرقم	مصادر المعلومات الموظفة	ك	ن%
01	المراسلين	3061	52.43
02	وكالات الأنباء	657	11.25
03	القنوات التلفزيونية	167	2.86
04	المحطات الإذاعية	54	0.92
05	الصحف و المجلات	388	6.65
06	المواقع الإلكترونية	307	5.26
07	البيانات و قرارات	1204	20.62
08	عدم ذكر المصدر	497	8.51
	المجموع	5838	100

المصدر: من إعداد الباحثة



يلاحظ من خلال الجدول رقم (30) الذي يمثل مصادر المعلومات التي اعتمدت عليها صحيفة

الشروق أون لاين الإلكترونية، بأنها وظفت مجموعة كبيرة من المصادر المتنوعة خلال فترة الدراسة و التي

تباينت في نسبة الاعتماد عليها، حيث اعتمدت على شبكة مراسليها في المرتبة الأولى بنسبة كبيرة تجاوزت النصف قدرت بـ 52.43%، تلتها في المركز الثاني اعتمادها على البيانات و المراسيم و القرارات الصادرة عن المؤسسات الرسمية بنسبة 20.62%، في حين جاء توظيفها لما تعرضه وكالات الأنباء في المركز الثالث بنسبة بلغت 11.25%، لتليها نسبة 8.51% من المواد لم تذكر مصادرها.

يأتي اعتماد صحيفة الشروق أون لاين على ما يرد في الصحف و المجلات في المركز الخامس بنسبة قدرت بـ 6.65%، ثم تلاها توظيف ما ينشر في المواقع الإلكترونية كمصدر للمعلومات في المرتبة السادسة بنسبة بلغت 5.25%، تلتها القنوات التلفزيونية بنسبة 2.86% و في الأخير جاء الاعتماد على ما تبثه المحطات الإذاعية عبر الأثير كمصدر للمعلومات متديلا الترتيب بنسبة قدرت بـ 0.92%. ويمكن تحليل هذه المعطيات الكمية التي يظهرها الجدول السابق مفصلة كما يلي حسب ترتيب نسبها:

### 1.1. المراسلين :

يأتي توظيف صحيفة الشروق أون لاين للمعلومات التي تجلبها شبكة مراسليها في المرتبة الأولى من حيث المصادر المعتمد عليها بنسبة قدرت بـ 52.42%. و هو ما يتفق مع دراسة **حاتم العسولي** التي خلصت بأن كل من موقع صحيفة القدس و صحيفة نيويورك تايمز تعتمد على المراسلين بالدرجة الأولى في تغطية الأحداث و الحصول على المعلومات.<sup>1</sup>

تعتمد صحيفة الشروق أون لاين على شبكة من المراسلين المحليين لتزويدها بالمعلومات حول منطقة معينة ، و من أهم المواضيع التي يغطيها و التي تكون ميدانية بالدرجة الأولى كالروبورتاجات واستطلاعات رأي الشارع الجزائري حول قضية معينة، كما يكمن دور المراسل الصحفي في صحيفة

<sup>1</sup> حاتم علي العسولي، مرجع سابق، ص 126، 127.

الشروق أون لاين في تغطية التظاهرات العلمية و الثقافية كالملتقيات العلمية، المهرجانات الثقافية مباريات كرة القدم و غيرها، بالإضافة إلى نقل مجريات جلسات المحاكمات العلنية و جلسات البرلمان.

تم الوقوف طيلة فترة الدراسة على كون صحيفة الشروق أون لاين تعتمد على نفس شبكة مراسلي الصحيفة الورقية في تغطية الأحداث<sup>1</sup>، و هم يتوزعون خاصة في الولايات الكبرى كالعاصمة، وهران، قسنطينة، و ورقلة بالرغم من أن حصة الأسد كانت من نصيب ولاية الجزائر و ما جاورها من ولايات، و بقدر ما يزداد عدد الأخبار التي تنفرد بها المؤسسة بقدر ما تزداد مصداقيتها لدى متصفحها و ثقتهم بها.

## 2.1. البيانات و القرارات:

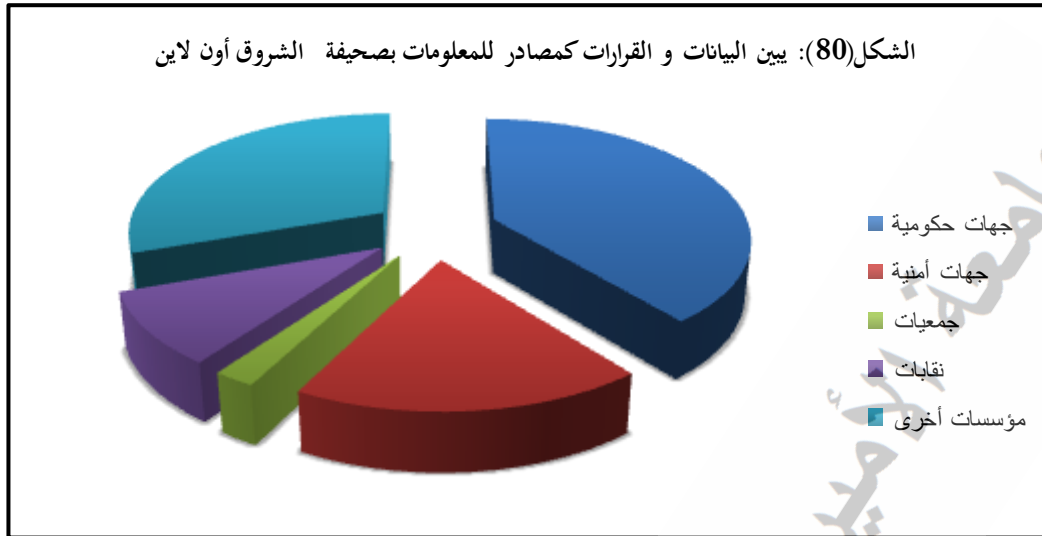
تعتبر البيانات، المراسيم و القرارات المصدر الثاني الذي تعتمد عليه صحيفة الشروق أون لاين في تغطيتها للأحداث بنسبة بلغت 20.96%، و قد جاءت أنواع هذه البيانات و المراسيم و القرارات مفصلة في الجدول التالي:

<sup>1</sup> نسيم لكحل، مرجع سابق.

الجدول رقم (31): يوضح البيانات والقرارات كمصادر للمعلومات في صحيفة الشروق أون لاين

الرقم	البيانات و القرارات		ك	%ن	ك	Σ %ن
01	جهات حكومية	الرئاسة	75	15.89	472	39.20
		الوزارات	362	76.69		
		الأحزاب	35	07.42		
02	جهات أمنية	الدرك الوطني	155	69.51	223	18.52
		الجمارك	30	13.45		
		الحماية المدنية	38	17.04		
03	جمعيات	جمعيات خيرية	25	92.59	27	2.24
		جمعيات فلكية	02	07.41		
04	نقابات	نقابة عمال التربية	37	32.17	115	9.55
		نقابة المحامين	03	02.61		
		تنسيقية الاطباء المقيمين	11	09.57		
		تنسيقية الأئمة	13	11.30		
		تنظيمات طلابية	14	12.17		
		منظمات تابعة للأمم المتحدة	30	26.09		
		تنسيقية منتدى رجال الأعمال	07	06.09		
05	مؤسسات أخرى	مؤسسات اقتصادية	73	19.89	367	30.48
		مؤسسات و مراكز بحثية	35	09.54		
		مؤسسات رياضية	115	31.34		
		مهرجانات و تظاهرات ثقافية	25	06.81		
		مصادر و مؤسسات طبية	102	27.79		
		مديرية الأرصاد الجوية	17	04.63		
		المجموع			1204	100

المصدر: من إعداد الباحثة



يشير الجدول رقم (31) بأن البيانات و القرارات الصادرة عن الجهات الحكومية جاءت متصدرة هذا النوع من المصادر من حيث الاعتماد عليها في المحتوى الصحفي بصحيفة الشروق أون لاين بنسبة 39.20%، لتليها البيانات الصادرة عن مؤسسات أخرى كالاقتصادية، الطبية، الثقافية، الرياضية وغيرها بنسبة قدرت بـ 30.48%، في حين قدرت نسبة الاعتماد على بيانات الجهات الأمنية 18.52% في المرتبة الثالثة، لتليها في المرتبة الموالية البيانات الصادرة عن النقابات المهنية و الطلابية بنسبة بلغت 9.55%، أما بالنسبة للبيانات الصادرة عن الجمعيات فقد تذيلت الترتيب بنسبة 2.42%.

يرجع اعتماد المؤسسات الإعلامية على غرار صحيفة الشروق أون لاين على المراسيم والقرارات الصادرة على مؤسسات رسمية و غير رسمية لكونها تمدها بالمعلومات الخام التي يمكنها من خلالها القيام باختيار النمط المناسب لتغطية حدث معين أو تقديم تفاصيل حول موضوع معين كالإعتماد على المقابلة الصحفية لاستجواب شخصية سياسية معينة أثارت ضجة في وقت ما أو الحصول على بيان لتنسيقية معينة يبرر قيامها بالاحتجاج و يبرز مطالبها مثل ما حدث مع تنسيقية الأطباء المقيمين .

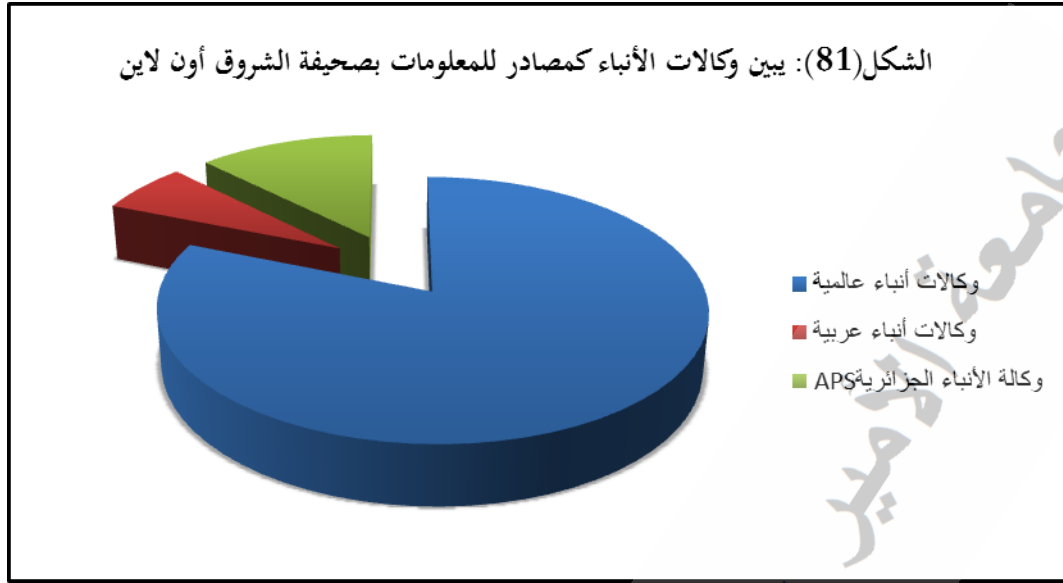
### 3.1. وكالات الأنباء:

بلغت نسبة اعتماد صحيفة الشروق أون لاين على وكالات الأنباء للحصول على المعلومات 11.25% و التي جاءت في المرتبة الثالثة من حيث المصادر الموظفة. و يمكن التفصيل فيها وفق ما يبرزه الجدول التالي:

الجدول رقم (32): يوضح وكالات الأنباء كمصادر للمعلومات بصحيفة الشروق أون لاين

الرقم	وكالات الأنباء	ك	ن%	ك	ن% Σ
01	رويترز	212	39.77	533	81.13
	الأناضول	68	12.76		
	وكالة الأنباء الفرنسية (AFP)	124	23.26		
	أسوشيتد براس (AP)	13	02.44		
	وكالات	116	21.76		
02	وكالة الأنباء السودانية	04	09.52	42	06.39
	وكالة الأنباء السعودية	12	28.57		
	وكالة الأنباء السورية	04	09.52		
	وكالة الأنباء المغربية	07	16.67		
	وكالة الأنباء الفلسطينية	10	23.81		
	وكالة الأنباء اليمنية	05	11.90		
03	وكالة الأنباء الجزائرية APS			82	12.48
	المجموع			657	100

المصدر: من إعداد الباحثة



يبين الجدول رقم (32) بأن وكالات الأنباء العالمية جاءت في المرتبة الأولى بنسبة 81.13%، لتليها وكالة الأنباء الجزائرية بنسبة قدرت بـ 12.48% في حين تم اعتماد ما تقدمه وكالات الأنباء العربية بنسبة بلغت 6.39%. و انطلاقا من المعطيات المفصلة وفق الجدول أعلاه فنلاحظ فيما يخص وكالات الأنباء العالمية بأن صحيفة الشروق أون لاين قد اعتمدت بشكل كبير على وكالة رويترز بنسبة 39.77% تلتها وكالة الأنباء الفرنسية (AFP) بنسبة قدرت بـ 23.26%، ثم اعتمدت على مجموعة من الوكالات دون أن تحدها بنسبة قدرت بـ 21.76%، لتليها في المركز الرابع وكالة الأناضول بنسبة 12.76% و أخيرا وكالة أسوشيتد براس (AP) بنسبة 2.44%. كما تعتمد صحيفة الشروق أون لاين -فيما يخص وكالات الأنباء العربية- في المركز الأول على وكالة الأنباء السعودية بنسبة 28.57%، تلتها وكالة الأنباء الفلسطينية بنسبة 23.81%، ثم وكالة الأنباء المغربية بنسبة 16.67%، أما المركز الرابع فقد كان لوكالة الأنباء اليمنية بنسبة 11.90%، لتليها وكالة الأنباء السودانية و السورية بنسب متساوية قدرت بـ 9.52%.

و يمكن تفسير هذه النتائج لكون التقارير التي تنتجها وكالات الأنباء تستمد أهميتها من كونها تمتلك شبكة واسعة من المراسلين في معظم دول العالم، حيث تتميز وكالات الأنباء خاصة العالمية بضخامة إمكانياتها التقنية و كوادرها الصحفية الذين يغطون الأخبار و يوثقونها فور وقوعها ما يجعلها



تسيطر على تدفق الأخبار و توزيعها عالميا للوسائل الإعلامية على غرار الصحف الإلكترونية، الفضائيات التلفزيونية، المحطات الإذاعية و غيرها.

يلاحظ كذلك أن احتكار وكالات الأنباء الغربية الموضحة في الجدول رقم (32) أعلاه لعمليات تداول الأنباء ونشرها على الصعيد الدولي قد ترتبت عليه نتيجة أساسية لها خطورتها العالمية تلخص في أن جميع دول العالم الثالث تتلقى 80 % من الأنباء العالمية من لندن وباريس ونيويورك وأن هذا الاختلال في تداول الأنباء يمثل الفرق بين كمية الأنباء المرسله من جانب العالم الصناعي إلى العالم النامي و بين كمية الأنباء المتدفقة في الاتجاه العكسي و يمكن القول أن وكالات الأنباء الغربية الأربعة لا تخصص إلا حوالي ما يتراوح بين 20 و 30% من أنبائها للعالم الثالث كله.<sup>1</sup>

يرجع توظيف ما تنشره وكالات الأنباء بنسبة منخفضة مقارنة بتوظيف ما يجلبه مراسلي صحيفة الشروق أون لاين الإلكترونية بالدرجة الأولى ، لارتفاع تكاليف الاشتراك في وكالات الأنباء خاصة الوكالات العالمية الكبرى كرويترز، و وكالة فرانس بريس **AFP** ، و الأناضول و الأسوشييتد بريس **AP** و التي تتطلب تكلفة مادية عالية للحصول على خدماتها الإخبارية المتنوعة و التي تشمل على نصوص، و صور، و فيديوهات المحدثه على مدار الساعة وفق ما يتطلبه عالم الويب.

إن استحواذ وكالات الأنباء العالمية الكبرى على مصدر الأخبار خاصة ذات الشأن الدولي والعربي قد يخلق نوعا من الإشكاليات المتعلقة بفرضها خطابا إعلاميا موجهها، خاصة و أن غالبية الصحف الإلكترونية الجزائرية و العربية على وجه الخصوص تنقل ما تتداوله هذه الوكالات حرفيا دون تغيير في المصطلحات و الكلمات المستخدمة في متن تقاريرها الإخبارية التي تتسم بأسلوب كتابة يتناسب مع متطلبات الكتابة للويب التي تشمل الجمل القصيرة و الروابط الفائقة و غيرها، هذا ما يجعلها تنقل ما تريده وكالات الأنباء العالمية من تصورات، ما يفرض على الصحف الإلكترونية على غرار صحيفة

<sup>1</sup> عواطف عبد الرحمن، قضايا التبعية الإعلامية و الثقافية في العالم الثالث، سلسلة عالم المعرفة، العدد 78، المجلس الوطني للثقافة والفنون و الآداب، الكويت، جويلية 1984، ص62.

الشروق أون لاين وضع معايير مضبوطة في التعامل مع هذه التقارير بحيث تحافظ على البناء العام للمعلومات و تنتبه للمفردات و المسلمات التي تريد تمريرها وكالات الأنباء العالمية ضمنها.

يعود ضعف الاعتماد على وكالة الأنباء الجزائرية أيضا مقارنة بالوكالات العالمية إلى كونها و بالرغم من أنها المسؤولة عن تدفق المعلومات و طنبا إلى أنها تعتبر هزيلة مقارنة بضخامة الإمكانيات التي تتيحها وكالات الأنباء العالمية و هو نفس الحال بالنسبة لوكالات الأنباء العربية و التي لوحظ من خلال الجدول السابق رقم (28) بأن الصحيفة لم تعتمد على ما تداولته بشكل كبير و يمكن القول بأن هذه المعلومات كانت مناسبة تعلقت بأحداث شهدتها دول عربية تصادفت و فترة الدراسة التحليلية للدراسة الحالية. و يمكن تلخيص دور وكالات الأنباء العربية على وجه العموم و وكالة الأنباء الجزائرية على وجه الخصوص في: أولا جميع وتوزيع الأنباء المحلية، و ثانيا ضبط توزيع واستخدام الأخبار المتدفقة من المصادر المختلفة سواء محلية أو عربية أو عالمية بحيث تراعي وجهه النظر الرسمية وتتفاوت الامكانيات البشرية والمادية والفنية بين وكالات الأنباء العربية فبعضها كبير والآخر صغير.<sup>1</sup>

#### 4.1.4. عدم ذكر المصدر:

بلغت نسبة المواد الصحفية المنشورة في صحيفة الشروق أون لاين حسب الجدول رقم (24) 8.51% من مجموع المواد. و هو ما يتعارض مع مبدأ الموثوقية و المصدقية إذ أن السبق الصحفي الذي تسعى الصحف الإلكترونية لبلوغه في ظل المنافسة التي تشهدها الساحة الإعلامية يجعلها تلغي بعض المعايير المهنية التي كانت لزاما على الصحفي الانضباط بها، كما أن معيار الأمانة الصحفية وأخلاقيات العمل الصحفي، ومصادقته يتعارض مع عدم نسب المواد لمصدرها ما يجعله سبب في اهتزاز ثقة الجمهور في الوسيلة الإعلامية.

<sup>1</sup> صالح وتوت، "أهمية وكالات الأنباء كمصدر من مصادر الإعلام"، مجلة أهل البيت، المجلد 1، العدد 1، جامعة أهل البيت، العراق، 2004، ص 329، متاح عبر الرابط التالي: <https://www.iasj.net/iasj?func=fulltext&aId=71860>، تاريخ الزيارة: 01/02/2020.

تعرض بعض المواد المنشورة دون مصدر في صحيفة الشروق أون لاين و تنسب إلى الصحفي المحرر بالرغم من أنها تعود لمصادر أخرى لا تذكر أسماؤها و لا تنسب إليها هذه المعلومات كوكالات الأنباء ، مواقع الصحف الإلكترونية الأخرى ، مواقع التواصل الاجتماعي و غيرها مما يطرح أزمة ثقة بينها و بين جمهورها و الذي أصبحت تتاح له فرصة التحقق من موثوقيتها و من مصداقيتها باستخدام شبكة الانترنت الذي يتيح له الوصول إلى المصدر الرسمي للمعلومة و هو ما تم ملاحظته و الوقوف عليه من قبل الباحثة في التحقق من مصدر هذه المواد التي تنشر دون ذكر مصدر و التي ترجع أغلبها لوكالات الأنباء.

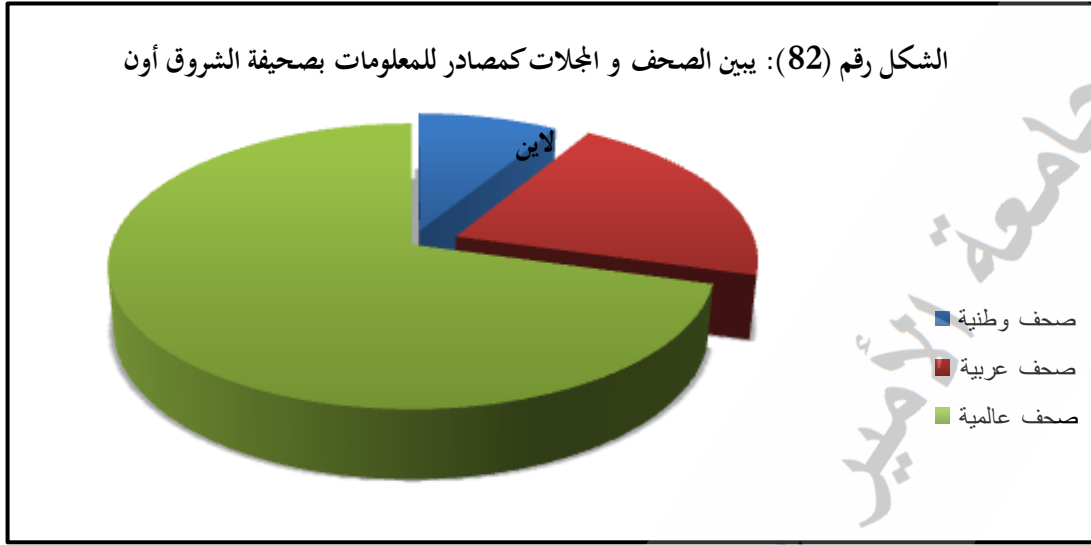
#### 5.1. الصحف و المجالات:

تعتمد صحيفة الشروق أون لاين على الصحف و المجالات كمصادر للمعلومات في المرتبة الخامسة بنسبة بلغت 6.65% . و يمكن التفصيل أكثر في أهم الصحف و المجالات الموظفة مفصلة كما يلي:

الجدول رقم (33): يوضح الصحف و المجلات كمصادر للمعلومات بصحيفة الشروق أون لاين

الرقم	الصحف و المجلات	ك	ن %	ك	ن %
01	صحف وطنية	جريدة النصر	04	11.76	34
		جريدة الشعب	13	38.24	
		جريدة le Quotidienne	01	02.94	
		جريدة Le Courier D'Algerie	03	08.82	
		صحيفة Le Monde	02	05.88	
		مجلة الشروق العربي	09	26.47	
		مجلة الجيش	02	05.88	
02	صحف عربية	صحيفة القدس العربي	04	05.00	80
		صحيفة اليوم السابع	06	07.50	
		صحيفة عكاظ	02	02.50	
		صحيفة العربي الجديد	06	07.50	
		صحيفة الشرق الأوسط	05	06.25	
		صحيفة الرياض السعودية	04	05.00	
		صحيفة الوطن السعودية	04	05.00	
		تقارير صحفية عربية أخرى	49	61.25	
03	صحف عالمية	صحف بريطانية	62	22.63	274
		صحف فرنسية	52	18.98	
		صحف ألمانية	11	04.01	
		صحف أمريكية	22	08.03	
		صحف اسبانية	34	12.41	
		صحف ايطالية	15	05.47	
		صحف تركية	14	05.11	
		تقارير صحفية عالمية أخرى	64	23.36	
المجموع			388	100	

المصدر: من إعداد الباحثة



يبين الجدول رقم (33) بأن صحيفة الشروق أون لاين اعتمدت طيلة فترة الدراسة الحالية على الصحف والمجلات الدولية في المرتبة الأولى بنسبة بلغت 70.62%، ثم تلتها المجالات و الصحف العربية بما نسبته 20.62%، في حين جاء الاعتماد على الصحف و المجالات الوطنية متذيلة الترتيب بنسبة قدرت بـ 8.76%. و يمكن التفصيل أكثر في معطيات الجدول السابق كما يلي :

—تعتمد صحيفة الشروق أون لاين في المركز الأول— بالنسبة للصحف الوطنية— على صحيفة جريدة الشعب بنسبة بلغت 38.24%، تلتها مجلة الشروق العربي التي تصدر عن نفس المؤسسة و هي مجمع الشروق للإعلام بنسبة 26.47%، ثم بعدها جريدة النصر بنسبة 11.76%، لتليها جريدة **Le Courier D'Algerie** الناطقة بالفرنسية بنسبة بلغت الـ 8.82%، أما المركز الخامس فكان من نصيب صحيفة **Le Monde** الناطقة بالفرنسية و مجلة الجيش الصادرة عن المؤسسة العسكرية الجزائرية بنسب متساوية قدرت بـ 5.88%، و أخيرا جاءت جريدة **Le Quotidienne** الناطقة بالفرنسية في المركز الأخير بنسبة بلغت 2.94%.

- تعتمد صحيفة الشروق أون لاین- فيما يخص الصحف العربية- بالدرجة الأولى على التقارير الصحفية العربية المتفرقة بنسبة بلغت الـ61.25%، لتليها في المركز الثاني كل من صحيفة اليوم السابع المصرية و صحيفة العربي الجديد الفلسطينية و مقرها بالمملكة المتحدة بلندن بنسب متساوية قدرت بـ7.50%، في حين جاء صحيفة الشرق الأوسط الدولية السعودية و التي اتخذت كذلك لندن مقرا لها في المركز الثالث بنسبة 6.25%، تلتها كل من صحيفة القدس العربي الفلسطينية و صحيفة الرياض و الوطن السعوديتين في المركز الرابع بنسب متساوية قدرت بـ5%، أما المركز الأخير فقد كان من نصيب صحيفة عكاظ السعودية بنسبة بلغت الـ2.50%.

- تعتمد صحيفة الشروق أون لاین -فيما يخص الصحف الدولية - على التقارير الصحفية العالمية المتفرقة في المركز الأول بنسبة قدرت بـ 23.36%، تلتها الصحف البريطانية كدايلي ميل **Daily Mail** و صحيفة ذا صن **The Sun**، و صحيفة الغارديان **The Guardian** بنسبة بلغت الـ22.63%، تلتها الصحف الفرنسية كصحيفة لوفياغو **Le Figaro** و ليكيب **L'Équipe** و لوباريزيان **Le Parisien** في المركز الثالث بنسبة 18.98%، ثم جاءت الصحف الاسبانية كصحيفة ماركا **MARCA**، و سبورت **Sport** في المركز الرابع بنسبة 12.41%، و بعدها كان المركز الخامس من نصيب الصحف الأمريكية كصحيفة نيويورك تايمز **The New York Times** و الواشنطن بوست **Washington Post**، و الأندبندنت **The Independent** بنسبة قدرت بـ8.03%، لتليها الصحف الايطالية كصحيفة كوريي ديلا سيرا **Corriere della Sera**، و كوريي ديلا فينتو **Corriere dello Veto** بنسبة قدرت بـ 5.47%، ثم الصحف التركية كصحيفة حريات **Hurriyat**، و يني شفق **YeniSafak** و الصباح **Sabah** بنسبة بلغت الـ5.11%، و أخيرا الصحف الألمانية كصحيفة سبورت بيلد **Sport Bild** في المركز الثامن و الأخير بنسبة بلغت الـ4.01% .

و يمكن تفسير النتائج السابقة الذكر بأن اعتماد صحيفة الشروق أون لاين على الصحف والمجلات الوطنية و الأجنبية يعود لكونها تنفرد أحيانا بسبق صحفي حول حدث معين، و قد تنشر وثيقة شديدة الأهمية تتناولها الصحف الأخرى، كما تنفرد الصحف بنشر أحاديث صحيفة مع شخصيات هامة، و تتحول الصحيفة في هذه الحالة إلى مصدر لكل وسائل الإعلام التي تناقلت أهم ما في الحديث الصحفي من مواقف تتعلق بقضايا راهنة ساخنة و في حالات أخرى يكون تحقيق صحفي حول فضيحة سياسية حدثا هاما.<sup>1</sup>

كما يعود الاعتماد الكبير لصحيفة الشروق أون لاين على الصحف و المجلات الدولية كمصدر لاستقاء المعلومات لكون جل هذه الأخبار تأخذ طابعا دوليا . و من أبرز هذه الصحف الدولية الكبرى التي أعتد عليها نجد: النيويورك تايمز **The New York Times** و لوباريزيان **Le Parisien** و صحيفة ذا صن **The Sun** التي تهتم بشكل كبير بالقضايا السياسية أو الاقتصادية التي يهتم بها المجتمع الدولي. كما تم الاعتماد على صحف أخرى عالمية كصحيفة سبورت **Sport** الإسبانية و صحيفة ليكيب **L'Équipe** الفرنسية التي تهتم بالشأن الرياضي و ذلك لعرض أحاديث مع اللاعبين الجزائريين المحترفين في أوروبا .

<sup>1</sup> ابراهيم حسنين ،مرجع سابق،ص31.

## 6.1. المواقع الإلكترونية:

يلاحظ من خلال الجدول رقم (34) بأن المواقع الإلكترونية استخدمت من قبل صحيفة الشروق أون لاين كمصدر سادس للحصول على المعلومات بنسبة بلغت 5.26% من بين المصادر التي تعتمد عليها. حيث تم الاعتماد على عدة مواقع إلكترونية تأتي مفصلة وفق الجدول التالي:

الجدول رقم (34): يوضح المواقع الإلكترونية كمصادر للمعلومات في صحيفة الشروق أون لاين

الرقم	المواقع الإلكترونية	ك	%ن	ك	Σ %ن
01	مواقع التواصل الاجتماعي	85	52.47	162	52.77
	تويتر	58	35.80		
	اليوتيوب	19	11.73		
02	مواقع إلكترونية إخبارية	53	36.55	145	47.23
	مواقع إلكترونية رياضية	52	35.86		
	مواقع إلكترونية دينية	12	8.28		
	مواقع إلكترونية سياحية	15	10.34		
	مواقع إلكترونية اقتصادية	13	8.97		
	المجموع			307	100


المصدر: من إعداد الباحثة





يوضح الجدول رقم (34) أعلاه بأن الاعتماد على ما ينشر في مواقع التواصل الاجتماعي جاء في صدارة ترتيب المواقع الإلكترونية بنسبة 52.77%، حيث احتل الفايسبوك المرتبة الأولى بنسبة 52.47% تلاه تويتر بنسبة 35.80% ثم تلاه اليوتيوب بنسبة 11.73%. أما بالنسبة للمواقع الإلكترونية المتنوعة فقد احتلت المرتبة الثانية بعد مواقع التواصل الاجتماعي المذكورة سابقا بنسبة بلغت 47.23%، حيث جاءت المواقع الإلكترونية الإخبارية في المركز الأول من حيث الاعتماد عليها كمصدر بنسبة قدرت بـ 36.55%، تلتها المواقع الإلكترونية الرياضية بنسبة 35.86%، ثم المواقع الإلكترونية السياحية بنسبة بلغت 10.34%، لتليها في المرتبة الرابعة المواقع الإلكترونية الاقتصادية بنسبة بلغت 8.97%، ثم جاءت المواقع الإلكترونية الدينية متذيلة الترتيب بنسبة قدرت بـ 8.28%.

يعتمد صحفيي صحيفة الشروق أون لاين على الإنترنت في توفير مصادر للمعلومات لكونها تفيدهم في الاطلاع والمتابعات اليومية من الصحف والجرائد المحلية والعالمية، سواء كانت مطبوعة لها نسخة إلكترونية، أو تنفرد بالإصدار على الشبكة، وهو ما يوفر مصاريف كان يتكبدها الصحفيون من قبل شهريا لمتابعة الإصدارات الأخرى، ولاسيما الصحفيين الشبان ذوي الدخول الزهيدة، و غير المستقرين في محل عمل بعينه. ونظرا إلى النمو المذهل للمعلومات على شبكة الإنترنت؛ فإن القيام بالعثور على المعلومات صار فنا، إن لم يكن علما في حد ذاته، وهناك العديد من الوسائل للعثور على المعلومات، لكنها غالبا تحتاج إلى التنظيم لكي يتم استغلالها بنجاح.<sup>1</sup>

ترجع استعانة صحفيي صحيفة الشروق أون لاين على مواقع التواصل الاجتماعي كمصدر للمعلومات، لكون هذه المواقع تتيح له الوصول إلى الحسابات الرسمية أو الشخصية للوزراء، أو السياسيين أو الفنانين أو الرياضيين و غيرهم من الشخصيات البارزة. كما يمكن من خلال هذه المنصات الإطلاع على ما ينشر في الصفحات الرسمية للمؤسسات الاقتصادية، السياسية، و حتى الإعلامية، و غالبا ما تكون هذه الصفحات الرسمية موسومة بالعلامة الزرقاء  ما يجعلها مصدرا موثوقا و صحيحا للمعلومات لدى المستخدمين.

<sup>1</sup> شريف دويش اللبان، "الضوابط المهنية و الأخلاقية و القانونية للإعلام الجديد"، مرجع سابق.

يتفق هذا مع ما جاءت به نتائج الدراسة السنوية الرابعة للصحافة الرقمية التي نشرتها شبكة أوريبلا للعلاقات العامة **Oriella PR network** ، و قد اجريت هذه الدراسة الميدانية على 478 صحفي من 15 دولة .حيث خلصت هذه الدراسة بأن هناك زيادة كبيرة في عدد الصحفيين الذين يتجهون إلى الاعتماد على تويتر **Twitter** و الفايسبوك **Facebook** كمصدر للحصول على المعلومات و لجمع الأخبار، كما أشار التقرير أيضا إلى أنه وعلى الرغم من الاعتماد المتزايد على وسائل التواصل الاجتماعي ، فإن وكالات الأنباء لا تزال المصدر المهيمن للقصص الإخبارية.<sup>1</sup>

يوضح ستيفورت هيوز **Stuart Hughes** محرر الشؤون الدولية في هيئة الإذاعة البريطانية **BBC** أنه بإمكان الصحفيين الآن استخدام مواقع التواصل الاجتماعي لاكتشاف موضوعات جديدة أو الوصول إلى مساهمين فيها أو للترويج لتلك الموضوعات أو موضوعات أخرى تبث على وسائل الإعلام التقليدية.<sup>2</sup> كما ترى كيت داي **Kate Day** و هي صحفية في **Telegraph Media Group** بأن مواقع التواصل الاجتماعي أصبحت تعتبر أداة حيوية للصحفيين للحصول على للمعلومات و كوسيلة لنشر الأخبار فيها ما يمكنهم من تكوين جماهير رقمية<sup>3</sup>. و تثير مواقع التواصل الاجتماعي بالرغم من أهميتها كمصادر جديدة للمعلومات قضايا مهنية جوهرية أهمها صحة وموثوقية المعلومات المتداولة و مدى أحقيتها بأن تكون مادة خام لموضوع أو خبر في الصحيفة الإلكترونية ولذلك فإن المادة الإعلامية الواردة فيها يمكن استخدامها كمادة إخبارية من قبل الصحفي لكن ليس قبل أن يخضعها لمعايير الموثوقية قبل أن ينشرها.

<sup>1</sup> Joel Gunter, " **Journalists increasingly using social media as news source, finds study** ", journalism.co.uk ,Posted In:18 May 2011, Available at: <https://www.journalism.co.uk/news/journalists-increasingly-using-social-media-as-news-source-finds-study/s2/a544193/> ,Retrieved at:01/11/2019.

<sup>2</sup> Stuart Hughes, " **Social media newsgathering** ",BBC Academy, Vidio Posted in:01 Mar 2013, Available at: <https://www.bbc.co.uk/academy/en/articles/art20130702112133515> ,Retrieved at:01/11/2019.

<sup>3</sup> Joel Gunter ,Op.cit.

## 7.1. القنوات التلفزيونية:

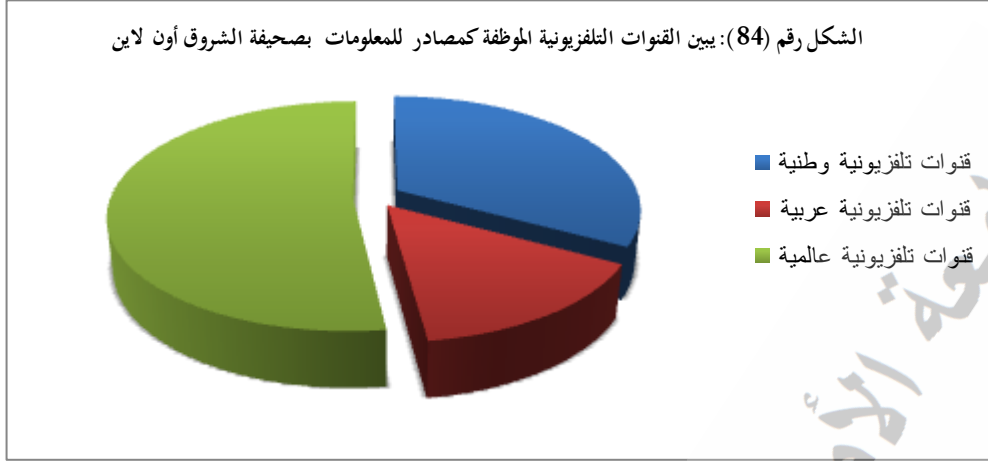
بلغت نسبة الاعتماد على القنوات التلفزيونية كمصدر للمعلومات بصحيفة الشروق أون لاين حسب الجدول أعلاه 2.86% و هو ما يفصله أكثر الجدول التالي :

الجدول رقم (35): يوضح توظيف القنوات التلفزيونية كمصادر للمعلومات في صحيفة الشروق أون لاين

الرقم	القنوات التلفزيونية	ك	%ن	ك	%ن
01	قنوات تلفزيونية وطنية	التلفزيون العمومي ENTV	13	23.64	32.93
		قناة الشروق نيوز	40	72.73	
		قناة الهداف	02	03.64	
02	قنوات تلفزيونية عربية	قناة بي ان سبورت الرياضية	04	16.00	14.97
		قناة MBC	06	24.00	
		قناة CBC المصرية	03	12.00	
		قناة الإخبارية	08	32.00	
		القناة المغربية الثانية 2M	02	08.00	
		قناة الجزيرة	02	08.00	
03	قنوات تلفزيونية عالمية	قناة فرانس 24	07	08.05	52.10
		قناة BBC عربي	13	14.94	
		قناة CNN	03	03.45	
		قناة الحرة	04	04.60	
		قناة روسيا اليوم	05	05.75	
		قناة TRT التركية	03	03.45	
		قنوات أخرى	52	59.77	
المجموع				167	100

المصدر: من إعداد الباحثة

الشكل رقم (84): يبين القنوات التلفزيونية الموظفة كمصادر للمعلومات بصحيفة الشروق أون لاين



يلاحظ من الجدول رقم (35) و الذي يمثل اعتماد القنوات التلفزيونية كمصادر للمعلومات في صحيفة الشروق أون لاين الإلكترونية، بأنها اعتمدت على القنوات التلفزيونية العالمية بالدرجة الأولى بنسبة قدرت بـ 1.49%، ثم تلتها القنوات التلفزيونية العربية بنسبة 0.43% في حين بلغت نسبة القنوات التلفزيونية الوطنية 0.94%. و يمكن ايراد تفاصيل الجدول السابق كما يلي:

– تصدرت القنوات التلفزيونية الوطنية التي اعتمدت عليها صحيفة الشروق أون لاين قناة الشروق نيوز و التي تنتمي لذات مؤسسة الصحيفة محل الدراسة أي لمجمع الشروق للإعلام بنسبة 72.73%، تلاها التلفزيون العمومي الجزائري **ENTV** بنسبة 23.64% لتليها في الأخير القناة الرياضية الخاصة بالهدف بنسبة قدرت بـ 3.64%.

– اعتمدت صحيفة الشروق أون لاين طيلة فترة الدراسة التحليلية فيما تعلق بالقنوات التلفزيونية العربية فقد جاءت في المركز الأول قناة الإخبارية السعودية بنسبة 32%، تلتها قناة **MBC** السعودية بنسبة 24%، ثم جاءت في المركز الثالث القناة الرياضية القطرية قناة بي ان سبورت بنسبة 16%، لتليها قناة **CBC** المصرية بنسبة 12%، ثم تلتها كل من قناة الجزيرة الإخبارية و القناة المغربية الثانية **2M** بنسب متساوية قدرت بـ 8%.

– اعتمدت الصحيفة كذلك على قنوات تلفزيونية عالمية كمصادر للمعلومات التي تنشرها وقد جاءت مجموعة من القنوات العالمية المتنوعة في المركز الأول بنسبة 59.77%، تلتها قناة **BBC** عربي البريطانية بنسبة بلغت 14.94%، و في المركز الثالث قناة فرانس 24 الفرنسية بنسبة 8.05%،

لتليها قناة روسيا اليوم الروسية الناطقة باللغة العربية بنسبة 5.75%، ثم قناة الحرة الأمريكية الناطقة باللغة العربية بنسبة بلغت الـ4.60%، و أخيرا جاءت كل من قناة CNN الأمريكية و قناة TRT التركية بنسب متساوية قدرت بـ3.45%. و يعود اعتماد القنوات التلفزيونية خاصة العالمية منها كمصادر لبعض الأنباء لتفردا في كثير من الأحيان بنقل و بث الوقائع خاصة الهامة و التي تحتاج تغطية ميدانية لها من قبل شبكة من المراسلين الذين ينقلون تفاصيلها على المباشر.

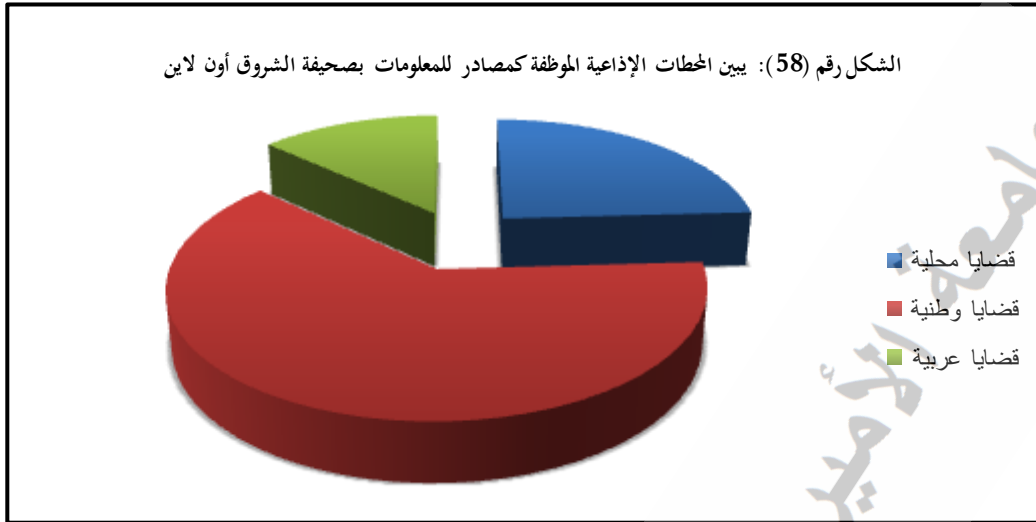
### 8.1. المحطات الإذاعية :

يلاحظ من خلال معطيات الجدول السابق رقم(30) بأن اعتماد صحيفة الشروق أون لاين على المحطات الإذاعية تذييل ترتيب المصادر الاخرى بنسبة بلغت 0.92%. و للتفصيل في المحطات الإذاعية الموظفة كمصادر للمعلومات نجدها موضحة في الجول التالي:

الجدول رقم (36): يوضح المحطات الإذاعية كمصادر للمعلومات في صحيفة الشروق أون لاين

الرقم	المحطات الإذاعية	ك	ن%	ك	ن% Σ
01	المحطات الإذاعية الوطنية	القناة الإذاعية الأولى	81.40	35	79.63
		القناة الإذاعية الثانية	02.33	01	
		القناة الإذاعية الثالثة	11.63	05	
		إذاعة البهجة	04.65	02	
02	المحطات الإذاعية العربية	راديو شمس FM التونسي	33.33	01	5.56
		راديو موزاييك التونسي	66.67	02	
03	المحطات الإذاعية العالمية	راديو مونتيكارلو	62.50	05	14.81
		راديو RMC الفرنسي	12.50	01	
		راديو BBC	25.00	02	
	المجموع				100
					54

المصدر: من إعداد الباحثة



يلاحظ من الجدول رقم (36) و الذي يوضح توزيع المحطات الإذاعية كمصادر للمعلومات في صحيفة الشروق أون لاين بأن نسبة توزيع المحطات الإذاعية الوطنية جاءت في المرتبة الأولى بنسبة 79.63%، و تلتها في المرتبة الثانية المحطات الإذاعية العالمية بنسبة بلغت الـ 14.81%، لتليها في المركز الثالث المحطات الإذاعية العربية بنسبة قدرت بـ 5.56%. و يمكن التفصيل في هذه النتائج :

– اعتمدت عليها صحيفة الشروق أون لاين بالنسبة للمحطات الإذاعية الوطنية كمصادر للمعلومات، في المرتبة الأولى على القناة الإذاعية الأولى بنسبة بلغت 81.40%، ثم القناة الإذاعية الثالثة بنسبة 11.63%، ثم إذاعة البهجة بنسبة 4.65%، و أخيرا القناة الإذاعية الثانية بنسبة 2.33%.

– تتمثل المحطات الإذاعية العربية التي اعتمدت عليها الشروق أون لاين في الإذاعتين التونسيين الأول هو راديو موزاييك بنسبة 66.67%، تلاها راديو شمس FM بنسبة بلغت الـ 33.33%.

– تتمثل المحطات الإذاعية العالمية التي تم الاعتماد عليها من قبل صحيفة الشروق أون لاين في راديو مونتيفارلو في المركز الاول بنسبة 62.50%، تلاها راديو هيئة الإذاعة البريطانية BBC بنسبة قدرت بـ 25%، و أخيرا راديو RMC الفرنسي بنسبة قدرت بـ 12.50%.

## 2. معيار الحياد و عدم الإنحياز:

الجدول رقم (37): يبين الفئات الفرعية لمؤشرات معيار الحياد و عدم الإنحياز بصحيفة الشروق أون لاين

الابتعاد عن توظيف الصور المضللة			الابتعاد عن استخدام مفردات متحيزة			فصل الخبر عن الرأي			عرض وجهات النظر المختلفة			معيار الحياد و عدم الإنحياز
Σ	لا يوجد	يوجد	Σ	لا يوجد	يوجد	Σ	لا يوجد	يوجد	Σ	لا يوجد	يوجد	
5838	5838	00	5838	5738	100	5838	627	5211	5838	543	5295	ك
100	100	00	100	98.29	1.71	100	10.74	89.26	100	9.30	90.70	ن%

المصدر: من إعداد الباحثة

يمكن التفصيل في معطيات الجدول رقم (37) فيما يلي :

## 1.2. عرض وجهات النظر المختلفة:

يلاحظ من خلال الجدول رقم (37) بأن نسبة عرض وجهات النظر المختلفة في صحيفة الشروق أون لاين تبلغ 90.70% من نسبة المجموع الكلي للمواد المنشورة طيلة فترة الدراسة الحالية. وهي نسبة مرتفعة مقارنة بالمواد التي لم تراعي وجود هذا المعيار و التي غلبت رأي على الآخر أو لم تذكره حيث بلغت نسبتها 9.30% و هو ما يدل على مراعاتها لمبدأ التوازن في عرض الآراء ووجهات النظر المختلفة حول موضوع معين بنفس القدر مما يزيد من مصداقيتها لدى جمهورها.

## 2.2. فصل الخبر عن الرأي:

تكشف بيانات الجدول السابق بأن نسبة المواد الصحفية المنشورة في صحيفة الشروق أون لاين والتي يتوخى محرروها فصل الخبر عن آرائهم الشخصية بلغت 89.26% من إجمالي المواد المنشورة طيلة فترة الدراسة في حين بلغت نسبة عدم الفصل بينهما 10.74%، و هو ما تتطلبه الممارسة الصحفية السليمة التي يتوجب عليها أن تبين للقارئ الفنون الصحفية التي تقدم فيه آراء كتابها كمقالات الرأي والكاريكاتير و بين التقارير الصحفية و الأخبار التي تتطلب الحياد و نقل الوقائع كما هي دون تحوير أو مبالغة. لذا تدل هذه النتائج المحصل عليها مراعاة صحفيي صحيفة الشروق أون لاين لهذا المعيار الذي يدل على مهنية الصحيفة ما يزيد من موثوقيتها لدى جمهورها.

## 3.2. الابتعاد عن استخدام مفردات متحيزة:

بلغت نسبة عدم استخدام مصطلحات أو مفردات متحيزة في محتويات صحيفة الشروق أون لاين طيلة فترة الدراسة ما يقدر بـ 98.29%، في حين بلغت نسبة عدم ورودها 1.71% و هي نسبة



ضئيلة مقارنة بعدم إدراجها ما يؤكد حيادها في مناقشة القضايا و الأحداث التي تشهدها الساحة السياسية و الاقتصادية و الاجتماعية و غيرها من المواضيع.

#### 4.2.4. الابتعاد عن توظيف الصور المضللة:

يلاحظ أيضا انطلاقا مما يبينه الجدول رقم (37) السابق بأن صحيفة الشروق أون لاین لم تستخدم قط طيلة فترة الدراسة صورا مضللة تجعل من الصحيفة منحازة لجهة أو قضية أو موضوع معين بحيث بلغت نسبة عدم ورودها 100% من المجموع الكلي للمواد المنشورة. حيث جاءت جل الصور الموظفة مرافقة للأخبار و تعبر عنها سواء كانت اخبارية متعلقة بالحدث أو موضوعية.

### 3. معيار الفورية :

الجدول رقم (38): يبين الفئات الفرعية لمؤشرات معيار الفورية بصحيفة الشروق أون لاین

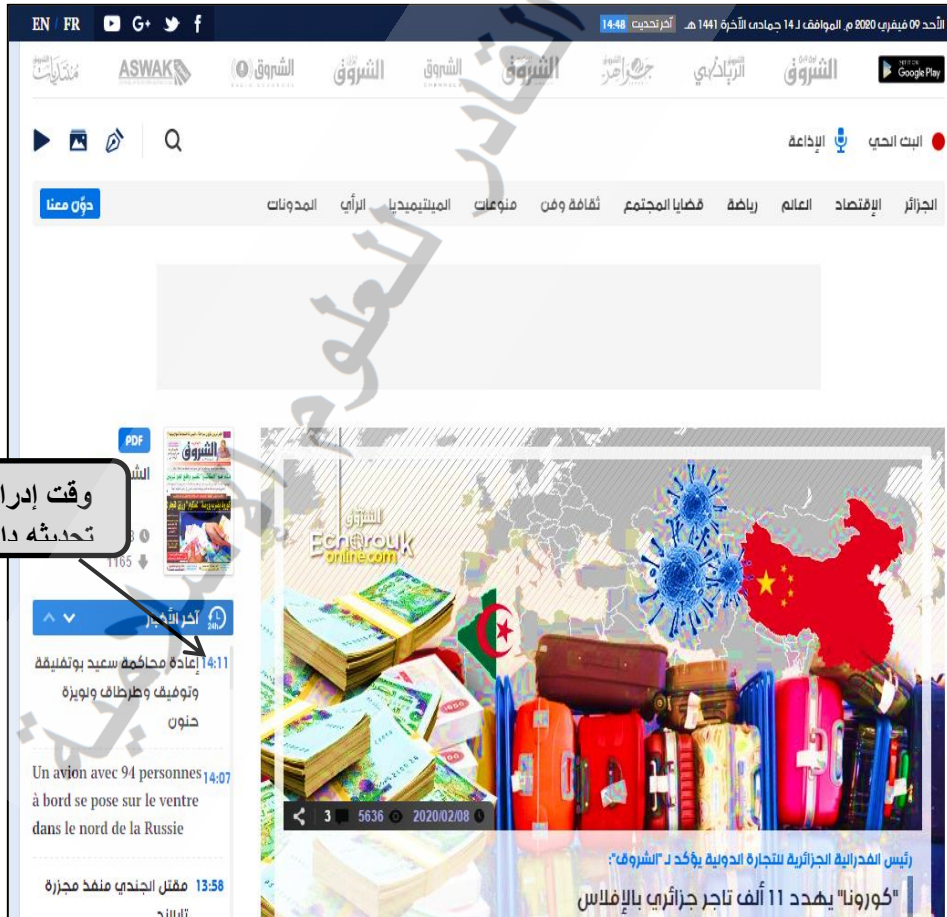
معيار الفورية	ك	ن%
موجود	84	100
	00	00
	84	100
موجود	76	90.48
	08	09.52
	84	100
موجود	8	09.52
	43	51.19
	16	19.05
	17	20.24
	84	100
غير موجود	00	00
	00	00
	00	00
	00	00
	00	00
المجموع	84	100
	84	100
	84	100
	84	100
	84	100

المصدر: من إعداد الباحثة

يتضح من خلال الجدول رقم (38) و الذي يبين أبعاد معيار الفورية بأن صحيفة الشروق أون لاين تحرص على ذكر تاريخ و ساعة آخر تحديث لمحتوياتها و هذا ما وقفنا عليه أثناء الدراسة التحليلية مع كل الأعداد الخاضعة للتحليل و هو ما يوافق نسبة 100%. في حين توفرت التنبهات الإخبارية في 76 عدد خاضع للتحليل من أصل 84 عدد أي ما يوافق 90.48% و يعود ذلك لعدم توفر أخبار عاجلة يمكن أن تدرج في الشريط أعلى الصفحة المخصص لآخر الأخبار المستجدة و هو ما يوضحه الشكل التالي :

الشكل رقم (86): يبين موقع إدراج تاريخ و وقت تحديث محتويات صحيفة الشروق أون لاين

ساعة آخر تحديث لمحتوى الصحيفة



يتبين من خلال الجدول رقم (38) فيما يخص عدد مرات تحديث الصحيفة لمحتواها الصحفي على مدار اليوم بأنها تقوم بتحديث محتوياتها أكثر من مرة يوميا بنسبة 51.19%، تلتها صفة تحديثه بعد فترة تتجاوز الـ 24 ساعة بنسبة 20.24%، لتليها تحديث محتواها كل 24 ساعة بنسبة قدرت بـ 19.05% و أخيرا تحديثه مرة واحدة في اليوم بنسبة قدرت بـ 08%. وبالرغم من أن صحيفة الشروق أون لاين تدرج في محتواها عدة أخبار و أحداث جديدة لأكثر من مرة على مدار اليوم إلى أن نسبة تحديثها لمحتوياتها لأكثر من 24 ساعة جاء في المرتبة الثانية و تعتبر نسبة 20.24% نسبة كبيرة مقارنة بما يجب أن يكون عليه العمل الصحفي الإلكتروني الذي يقوم على أهمية حداثة المعلومات باعتبار أن الوسيط الذي تنشر من خلاله الصحف الإلكترونية و هو الإنترنت يتميز بتوفيره سرعة النشر و تعدد و تنوع مصادر المعلومات.

إذ يشير **Jonathan Dube** دوجوناثان دوب - في ذات السياق - بأنه تحدث دائما مشكلة شائعة مع كتابة الأخبار العاجلة في الصحف الإلكترونية، ففي محاولتها لتبدو وكأنها حالية قدر الإمكان ستضع المواقع في الغالب أحدث التطورات في الشريط العلوي للموقع بغض النظر عن وجود تطور بها من عدمه، ثم بعد ذلك يضعون التطور التالي أو السيناريو الآخر للقصة الصحفية و هو ما يجعلهم يصنعون مزيجا غير مستساغ منها و التي تبدو منطقية فقط لشخص ما يتابع القصة عن كثب طوال اليوم عبر الموقع، و لسوء الحظ فإن الأشخاص الوحيدين الذين يقومون بذلك هم الصحفيون لأن قلة من القراء يزورون الموقع أكثر من مرة في اليوم<sup>1</sup>.

عند تحديث المحتوى الصحفية إذن على الصحفي أن يحتفظ دائما بأهم الأخبار في الصدارة وهو ما يتعارض مع ما تمت ملاحظته أثناء الدراسة التحليلية إذ أن الكثير من الأعداد التي كانت خاضعة للتحليل سواء التي تسبقها أو تليها كانت تعرض نفس المعلومات و الأخبار الرئيسية، و هو ما يتنافى مع مبدأ الفورية و تحديث المعلومات الذي يميز الصحافة الإلكترونية عن نظيرتها الورقية، كما أنه يعتبر أهم عنصر يتحكم في استحواذ الموقع الإخباري أو الصحفي على جمهور المصنفحين في ظل المنافسة بين

<sup>1</sup> Jonathan Dube, Op.cit.

المواقع الإخبارية الأخرى في تقديم آخر المستجدات و تقديم تفاصيل عن حيثياتها و هو ما يقوي درجة ثقتهم في مصداقية و مهنية تلك المواقع.

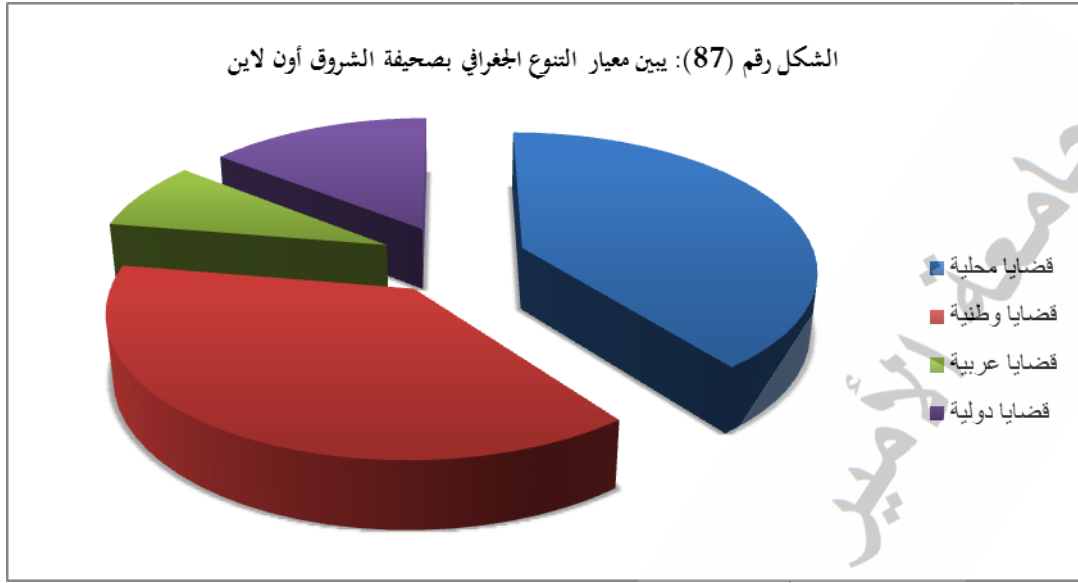
#### 4. معيار التنوع في عرض المواضيع:

##### 1.4. معيار التنوع الجغرافي :

الجدول رقم (39): يبين معيار التنوع الجغرافي بصحيفة الشروق أون لاين

ن % $\Sigma$	ك $\Sigma$	ن %	ك	معيار التنوع الجغرافي
19.51	1139	23.79	271	الجزائر العاصمة
		23.88	272	الولايات الشرقية
		15.98	182	الولايات الغربية
		16.86	192	الولايات الوسطى
		19.49	222	الولايات الجنوبية
50.69	2959	قضايا وطنية		
10.71	625	قضايا عربية		
19.10	1115	قضايا دولية		
<b>100</b>	<b>5838</b>	<b>المجموع</b>		

المصدر: من إعداد الباحثة



تبين معطيات الجدول رقم (39) و الذي يبين مدى مراعاة معيار التنوع الجغرافي من قبل صحيفة الشروق أون لاين بأن نصف القضايا التي تعالجها قضايا وطنية بنسبة 50.69%، ثم تليها القضايا ذات البعد المحلي بنسبة 19.51%، في حين جاءت نسبة تغطية القضايا الدولية في المركز الثالث بنسبة بلغت 19.10%، أما القضايا العربية فقد تذيلت ترتيب القضايا المعالجة بنسبة 10.71%. جاءت في المرتبة الثانية من حيث التوظيف للشؤون المحلية، حيث اهتمت الصحيفة بنشر القضايا التي تحدث خاصة في الولايات الشرقية بنسبة 23.88% و تلتها العاصمة الجزائرية بنسبة متقاربة بلغت 23.79%، و قد قدرت نسبة المواضيع المحلية المتعلقة بالولايات الجنوبية 19.49%، وتلتها في المركز الرابع الولايات الوسطى بنسبة 16.86%، و في الأخير جاءت الولايات الغربية متذيلة الترتيب بنسبة قدرت بـ 15.98%.

يدل إعطاء صحيفة الشروق أون لاين الأحداث ذات البعد الوطني أهمية أكثر من القضايا المحلية والدولية لكونها موجهة أساسا للجمهور الجزائري الذي تشكل الشؤون الوطنية أهم اهتماماته مقارنة بالمواضيع والقضايا الدولية خاصة و أن هذا العامل كان دافعا لتواجد الصحيفة عبر الشبكة العنكبوتية بغية إطلاع الجالية الجزائرية بالخارج بما يحدث في الشأن الوطني في جميع النواحي السياسية الاقتصادية، الاجتماعية و غيرها. في حين يعود تواجد الولايات الشرقية بشكل كبير في المواد الصحفية

المنشورة في الموقع مقارنة بالولايات الأخرى لتغطيتها بشبكة مراسلين على اطلاع واسع بما يحدث في هذه المناطق وخاصة ولايتي باتنة و سطيف.

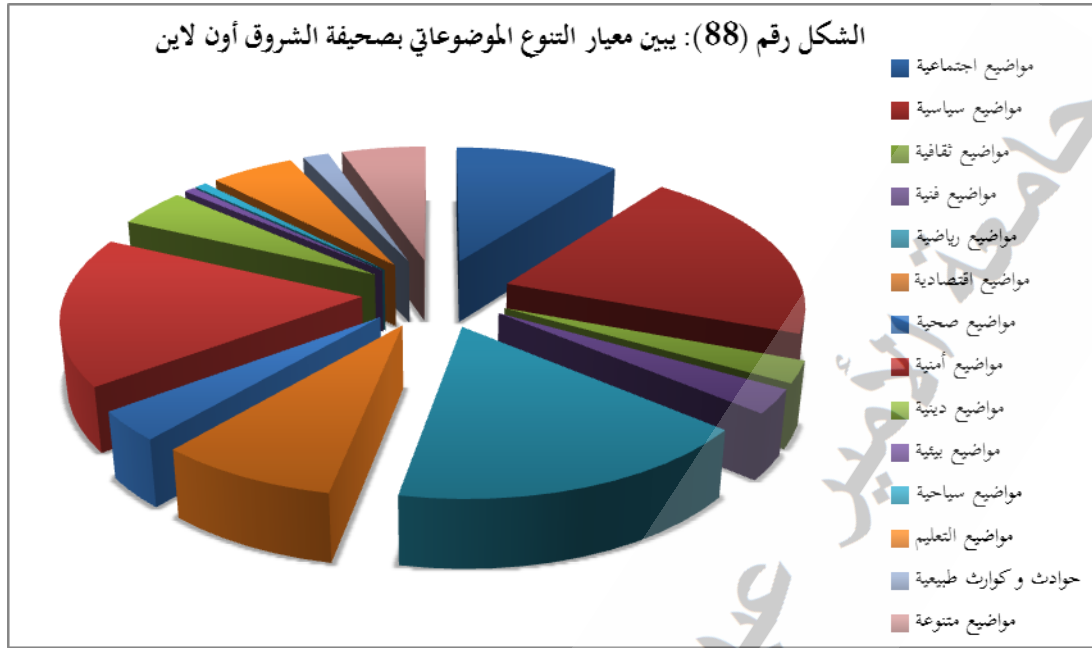
تنشر الصحف الإلكترونية عبر روابط في شبكة الإنترنت العالمية فهي بذلك تلج الساحة الإعلامية الدولية ما يلزمها بالاهتمام كذلك بما تعيشه الساحة الدولية من أحداث، إذ لاحظنا انطلاقا من الجدول السابق رقم (39) بأن صحيفة الشروق أون لاين اهتمت كذلك بالمواضيع ذات البعد الدولي حتى أن نسبة تواجدها قاربت نسبة معالجة القضايا المحلية . كما تشير أيضا معطيات الجدول السابق بأن الاهتمام بالأخبار التي تشهدها الدول العربية كان ضعيفا مقارنة بالمناطق الجغرافية الأخرى ، و أغلبها كانت متمركزة في كل من سوريا ،اليمن ، و فلسطين و هي المناطق التي تشهد اضطرابات أمنية باتت تشكل قضية ذات بعد دولي و لم تبقى داخل الحيز العربي فقط ، و قد كانت مجمل هذه القضايا مستقاة مما تورده وكالات أنباء عالمية كرويترز و فرانس بريس، و التي تتعامل مع ما تحصل عليه من الأخبار من خلال شبكة مراسليها في جميع أنحاء العالم بمنظور عالمي مهما كان ذو طابع محلي فهي بذلك تضيف عليه نوع من الأهمية ما يجعله يصل إلى جميع الجماهير في كافة الدول .

## 2.4. معيار التنوع الموضوعاتي :

الجدول رقم (40): يبين معيار التنوع الموضوعاتي بصحيفة الشروق أون لاين

الرقم	معيار التنوع الموضوعاتي	ك	ن%
01	مواضيع اجتماعية	608	10.41
02	مواضيع سياسية	1186	20.32
03	مواضيع ثقافية	146	2.50
04	مواضيع فنية	161	2.76
05	مواضيع رياضية	997	17.08
06	مواضيع اقتصادية	487	8.34
07	مواضيع صحية	200	3.43
08	مواضيع أمنية	997	17.08
09	مواضيع دينية	259	4.44
10	مواضيع بيئية	39	0.67
11	مواضيع سياحية	43	0.74
12	مواضيع التعليم	308	5.28
13	حوادث و كوارث طبيعية	96	1.64
14	مواضيع متنوعة	311	5.33
	المجموع	5838	100

المصدر: من إعداد الباحثة



تشير معطيات الجدول رقم (40) بأن المواضيع السياسية احتلت صدارة المواضيع المعالجة في صحيفة الشروق أون لاین بنسبة قدرت بـ 20.32%، ثم تلتها المواضيع الرياضية و الأمنية بنسب متساوية بلغت 17.08%، كما احتلت المواضيع الاجتماعية المركز الرابع بنسبة بلغت 10.41% لتليها المواضيع الاقتصادية بنسبة بلغت 8.34%. ثم تلتها المواضيع المتنوعة بنسبة قدرت بـ 5.33%، في حين جاءت المواضيع المتعلقة بقطاع التعليم في المركز السابع بنسبة 5.28%، تلتها المواضيع الدينية بنسبة 4.44% أما بالنسبة للمواضيع الصحية فقد بلغت نسبة 3.43% و قد جاءت في المركز العاشر، تلتها المواضيع الفنية بنسبة بلغت 2.76%، ثم المواضيع الثقافية بنسبة 2.50%. كما احتلت المواضيع التي تناولت الحوادث و الكوارث الطبيعية المركز الثاني عشر بنسبة قدرت بـ 1.64%، ثم بعدها جاءت المواضيع السياحية بنسبة بلغت 0.74%، لتتذيل المواضيع التي تهتم بالمجال البيئي الترتيب بنسبة قدرت بـ 0.67%. و بالتالي يظهر التنوع الموضوعاتي الذي أبرزته البيانات الكمية في الجدول رقم (40) حرص القائمين على صحيفة الشروق أون لاین على تقديم مادة صحفية متنوعة للمتصفحين الذين تختلف اهتماماتهم و ميولاتهم .

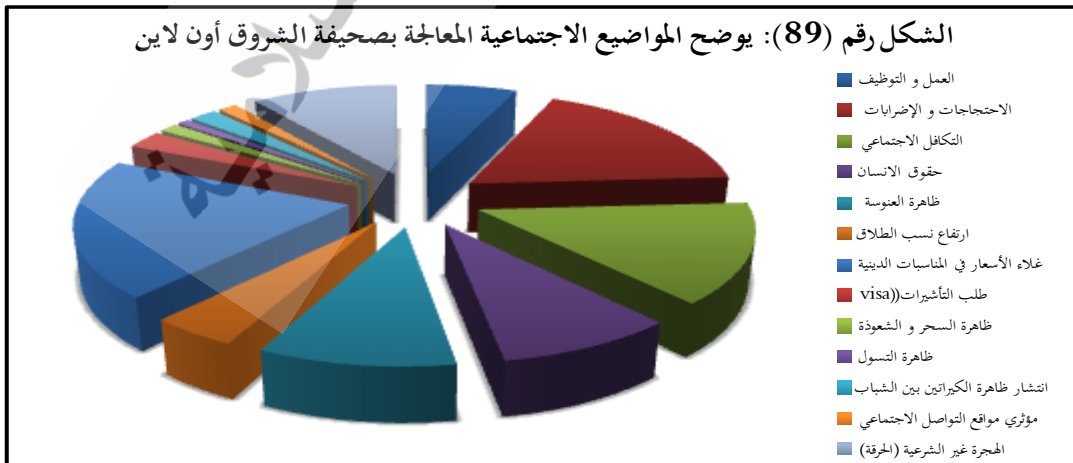


(1) المواضيع الاجتماعية:

الجدول رقم (41): يبين المواضيع الاجتماعية المعالجة بصحيفة الشروق أون لاين

الرقم	المواضيع الاجتماعية	ك	ن %
01	العمل و التوظيف	39	6.41
02	الاحتجاجات و الإضرابات	107	17.60
03	التكافل الاجتماعي	87	14.31
04	حقوق الانسان	55	9.05
05	ظاهرة العنوسة	60	9.87
06	ارتفاع نسب الطلاق	27	4.44
07	غلاء الأسعار في المناسبات الدينية	121	19.90
08	طلب التأشيرات (visa)	16	2.63
09	ظاهرة السحر و الشعوذة	08	1.32
10	ظاهرة التسول	05	0.82
11	انتشار ظاهرة الكيراتين بين الشباب	12	1.97
12	مؤثري مواقع التواصل الاجتماعي	08	1.32
13	الهجرة غير الشرعية (الحرقة)	63	10.36
100	المجموع	608	

المصدر: من إعداد الباحثة



يبين الجدول أعلاه رقم (41) و الذي يمثل المواضيع الاجتماعية التي تناولتها صحيفة الشروق أون لاين بأن المواضيع المتعلقة بغلاء الأسعار في المناسبات الدينية قد كانت من أهم المواضيع التي اهتمت بها الصحيفة بنسبة قدرت ب 19.90% خاصة و أن فترة الدراسة التحليلية تزامنت مع كل المناسبات الدينية طيلة سنة 2018 و بداية 2019 لذا كان التركيز عليها بشكل كبير خاصة في ظل ارتفاع المستوى المعيشي و إنحيار الدينار الجزائري الناتج عن انهيار الاقتصاد الوطني ما أثر بدوره على القدرة الشرائية للمواطن الجزائري البسيط مما جعل هذا الموضوع يحتل الصدارة في المواضيع الاجتماعية التي تناولتها الصحيفة محل الدراسة.

و جاءت المواضيع المتعلقة بالاحتجاجات و الإضرابات التي شهدتها عدة قطاعات كالتعليم والصحة في المرتبة الثانية من حيث اهتمام صحيفة الشروق أون لاين بها فبلغت نسبتها 17.60%، حيث تناولت الصحيفة تفاصيل إضرابات الأساتذة في جميع الأطوار في العديد من الولايات خاصة التي تمتلك مراسلا صحفيا فيها، كما عرضت المفاوضات بين نقابات التعليم و الوزارة الوصية أي وزارة التربية و التعليم . كما شهدت أيضا سنة 2018 احتجاجات شهدها قطاع الصحة من قبل الأطباء المقيمين في كل الولايات حيث دخلوا خلالها في إضراب عن العمل تلاها التوقف عن دوريات المناوبات في كافة الأقسام الاستعجالية والاستشفائية الأمر الذي عقد من وضعية القطاع الصحي في الوطن وخلق معاناة كبيرة للمرضى.

كما احتلت نسبة معالجة القضايا المتعلقة بالتكافل الاجتماعي في المجتمع الجزائري المرتبة الثالثة بنسبة بلغت 14.31%، و تتمثل مظاهر هذا التكافل الاجتماعي الذي أوردته صحيفة الشروق أون لاين في عرض حالات انسانية تحتاج المساعدة للتكفل بها خاصة الأطفال المرضى الذين يحتاجون التكفل بعلاجهم في الخارج من ذوي الإحسان ، كما تعرض الصحيفة مظاهر أخرى تظهر التكافل الاجتماعي في المجتمع الجزائري كالتكفل باليتامى و المسنين و زيارة دورهم في الأعياد و المناسبات الدينية خاصة العيد الأضحى ،رمضان، و كذا القيام بعمليات الختان و الزواج الجماعي ، ما يساهم في دفع المواطن الجزائري للقيام بمساعدة من هم بحاجة للعون . و قد أثير هذا الموضوع كذلك بعد الهبة

التضامنية التي شهدتها المجتمع الجزائري بعد حادثة سقوط الشاب المدعو العياشي في بئر ارتوازي بولاية المسيلة، حيث واكبت وسائل الإعلام الجزائرية محاولات انتشاره إلى غاية مواراته الثرى.

احتلت المواضيع التي تناولت **ظاهرة الهجرة غير الشرعية** المرتبة الرابعة من ناحية المواضيع المعالجة من قبل صحيفة الشروق أون لاين بين سنتي 2018 و 2019 بنسبة قدرت بـ 12.40%، و يرجع ذلك إلى تفشي هذه الظاهرة المجتمعية أكثر منها أمنية خاصة في أوساط الشباب الذين دفعتهم البطالة و عدم إعطائهم المجال لإثبات قدراتهم خاصة حملة الشهادات و نقص فرص العمل، ما جعل هذا الموضوع مادة دسمة في جميع وسائل الإعلام الجزائرية على غرار صحيفة الشروق أون لاين.

و بلغت نسبة المواضيع المتعلقة ب**ظاهرة العنوسة** 11.81% و التي احتلت المرتبة الخامسة من ناحية المعالجة في الصحيفة محل الدراسة، و يرجع تسليط الضوء على هذه الظاهرة التي يعيشها المجتمع الجزائري حاليا لكونها جاءت نتاج ظواهر أخرى يعيشها المواطن الجزائري كغلاء المعيشة، أزمة السكن، خروج المرأة للعمل ما أدى إلى العزوف عن الزواج من كلا الجنسين و كذا ارتفاع معدل سن الزواج في أوساط المجتمع الجزائري ما أدى إلى تفاقم هذه الظاهرة و جعلها محل نقاش في وسائل الإعلام الجزائرية.

قدرت نسبة المواضيع الاجتماعية المتعلقة ب**حقوق الإنسان** و التي جاءت في المرتبة السادسة بـ 5.91%، و قد تضمنت هذه المواضيع كل من حقوق المرأة و حمايتها من العنف و التحرش، وكذلك المواضيع المتعلقة و كذا وضعية المهاجرين غير الشرعيين (الحرافة) الجزائريين الذين يعانون في مراكز الاحتجاز و السجون الأوروبية، كما تناولت كذلك القضايا المتعلقة بحقوق المهاجرين غير الشرعيين الأفارقة. و تأتي في المرتبة السابعة ظاهرة اجتماعية أخرى و هي العمل و التوظيف و الذي بلغت نسبة وروده طيلة فترة الدراسة نسبة 7.68%، و تتعلق هذه الظاهرة بتنظيم مسابقات التوظيف للإلتحاق بسلك التربية و التعليم و كذا بالرتب الإدارية في ذات القطاع.

و جاءت في المرتبة الثامنة قضية تزوق المجتمع الجزائري حاليا و هو ارتفاع نسب **الطلاق** بنسبة بلغت 5.31%، إذ باتت هذه القضايا مادة صحفية بعد أن تجاوزت أروقة المحاكم لتصبح ظاهرة تستلزم الوقوف عندها و معالجتها من قبل كل القوى المجتمعية لإيجاد حلول و اقتراحات للحد من تناميها

خاصة و أن أسباب الطلاق أصبحت أقل ما يقال عنها تافهة ، كما أضحت تأثيرات مواقع التواصل الاجتماعي خصوصا الفايسبوك محل نزاع بين الزوجين يوصلهما للطلاق بسبب الإهمال الأسري و الخيانة الزوجية لكلا الطرفين ، و هو ما يجعل أروقة المحاكم تعج بهذه القضايا التي أضحت مواد دسمة في وسائل الإعلام.

و قد احتلت القضايا الاجتماعية المتعلقة بتزايد طلبات التأشيرات (visa) للجزائريين الرتبة التاسع بنسبة بلغت 3.15% ، و قد أثير هذا الموضوع بعد أن سلطت وسائل الإعلام الجزائرية الضوء على التشديدات التي تقوم بها الدول الأوروبية في تقديم تأشيرات الدخول لأراضيها بالنسبة للجزائريين على وجه الخصوص ، و هو ما جعل هذا الموضوع يأخذ حيزا من الاهتمام في الإعلام على غرار صحيفة الشروق أون لاين خاصة في ظل الطواوير الطويلة من قبل الجزائريين من حملة الشهادات و التي تشهد قنصليات هذه الدول بالجزائر خاصة القنصلية الفرنسية التي شددت إجراءات منح "فيزا شنغن" للجزائريين.

احتلت في المركز العاشر المواضيع المتعلقة بانتشار ظاهرة الكيراتين في أوساط الشباب الجزائري و التي أصبحت مادة دسمة في صحيفة الشروق أون لاين بنسبة قدرت بـ 2.36% مقارنة بالمواضيع الاجتماعية التي طرحتها. و يعود اهتمام الصحيفة بهذه الظاهرة كونها باتت منتشرة بكثرة في الشارع الجزائري بعدما ولج الشباب إلى عالم صبغات الشعر و تلميسه بالكيراتين ليشبهون بالفتيات ، خاصة وأن أغلب هذه المستحضرات التجميلية مقلدة و تؤدي إلى عدة أمراض كالسرطان. و قد تناولت الصحيفة محل الدراسة هذه الظاهرة من عدة نواحي مستخدمة بذلك عدة قوالب صحفية كالروبورتاجات والتقارير و المقابلات الصحفية مع أطباء و مختصين في علم النفس و الاجتماع و كذلك خبراء ورؤساء جمعيات حماية المستهلكين.

و جاء في المرتبة الحادية عشر تناول صحيفة الشروق أون لاين لبعض مؤثري مواقع التواصل الاجتماعي بالجزائر بنسبة قدرت بـ 1.57% ، و من أهم هؤلاء المؤثرين "ريفكا" الشاب المراهق الذي أثار ضجة كبيرة بعد أن جمع أكثر من 10 آلاف شخص بساحة رياض الفتح بالعاصمة من أجل

مشاركته الاحتفال بعيد ميلاده، و قد كان لهذه الجلبة التي أحدثها الشاب بعد ظهوره المتواصل عبر موقع سناب شات و الانستغرام لأن يكون مادة خصبة خاصة لكتاب مقالات الرأي في صحيفة الشروق أون لاين الذين تناولوا هذا الموضوع من جانب إلقاء الشباب الجزائري عن القضايا المصرية السياسية و الاجتماعية التي تعيشها بلاده. و من الأمثلة كذلك على مؤثري مواقع التواصل الذين تحدثت عنهم صحيفة الشروق أثناء فترة التحليل أميرة ريا و التي تنشط في مجال المواضة و كذا أم وليد المشهورة في مجال الطبخ.

كما تطرقت صحيفة الشروق أون لاين إلى المواضيع المتعلقة بتفشي ظاهرة السحر و الشعوذة كذلك و التي احتلت المركز الحادي عشر بنسبة قدرت بـ 1.18% ، حيث أثير هذا الموضوع خاصة بعد حملات التنظيف التي طالت المقابر في العديد من الولايات ما كشف عن تواجد العديد من الطلاسم المستخدمة في السحر ، لذا سلط الضوء على هذا الموضوع من باب أنه أصبح ظاهرة متفشية في المجتمع الجزائري و التي أضحت تسبب و تفرز العديد من الظواهر الاجتماعية الأخرى كالطلاق وضعف الوازع الديني و غيرها. و بالرغم من أهمية تناول هذه الظاهرة و إيجاد حلول و اقتراحات للحد منها خاصة في وسائل الإعلام نجد بأن صحيفة الشروق أون لاين لم تعطه الكثير من الأهمية ما جعله يصنف من المواضيع القليلة تناول فيها .

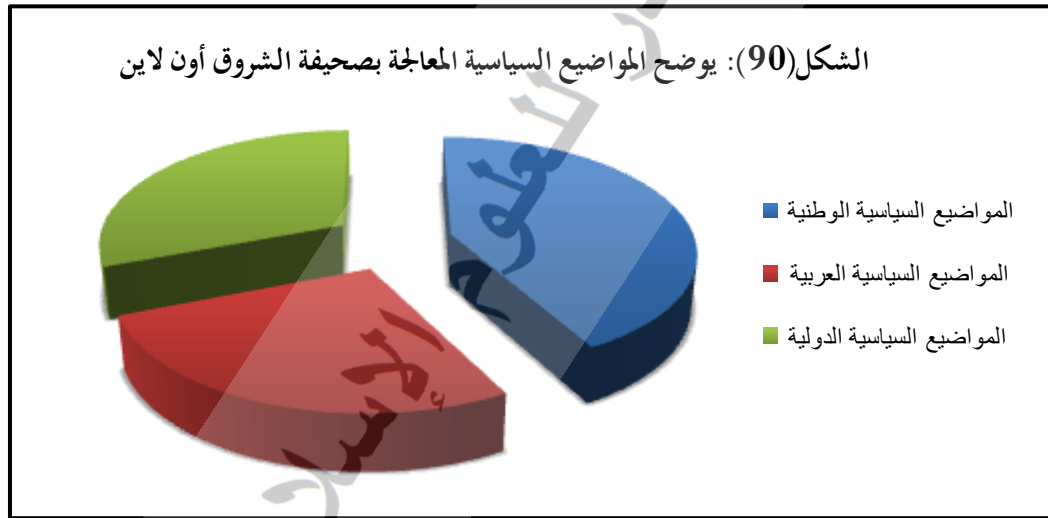
احتلت ظاهرة التسول تذييل ترتيب المواضيع الاجتماعية بنسبة قدرت بـ 0.98%، و هي نسبة ضئيلة مقارنة بالمنحى المتصاعد لأهمية هذه الظاهرة و تداعياتها على المجتمع الجزائري على وجه الخصوص خاصة في ظل افرازه عدة قضايا تتعلق باستغلال الأطفال في التسول و تكوين جماعات للأشرار و الجرائم المنظمة و كذلك الاتجار بالبشر خاصة ما يتعلق باستغلال المهاجرين الأفارقة والسوريين في التسول.

## (2) المواضيع السياسية:

جدول رقم (42): يبين المواضيع السياسية المعالجة في صحيفة الشروق أون لاین

النسبة %	التكرار	المواضيع السياسية
42.12	468	المواضيع السياسية الوطنية
27	300	المواضيع السياسية العربية
30.87	343	المواضيع السياسية الدولية
100	1111	المجموع

المصدر: من إعداد الباحثة



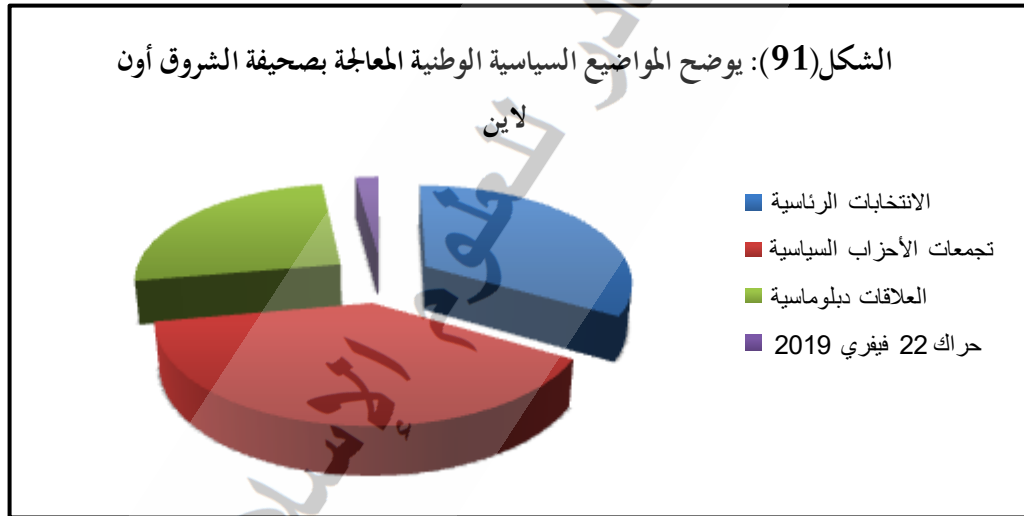
تشير معطيات الجدول رقم (42) السابق و الذي يبين تواجد المواضيع السياسية في صحيفة الشروق أون لاین، لأن المواضيع السياسية الوطنية احتلت صدارة الترتيب بنسبة 42.12%، لتليها المواضيع السياسية الدولية بنسبة بلغت 30.87%، في حين جاء الاهتمام بالقضايا السياسية العربية في آخر الترتيب بنسبة قدرت بـ 27%. و يمكن التفصيل في معطيات هذه الجدول فيما يلي :

أ. المواضيع السياسية الوطنية :

الجدول رقم (43): يبين المواضيع السياسية الوطنية المعالجة بصحيفة الشروق أون لاين

الرقم	المواضيع السياسية وطنية	ك	ن%
01	الانتخابات الرئاسية	156	33.33
02	تجمعات الأحزاب السياسية	182	38.89
03	العلاقات دبلوماسية	120	25.64
04	حراك 22 فيفري 2019	10	2.14
	المجموع	468	100

المصدر: من إعداد الباحثة



يرجع اهتمام صحيفة الشروق أون لاين بالقضايا التي تتعلق بالشؤون السياسية التي تشهدها الجزائر وفق ما يبينه الجدول رقم (43) أعلاه لكونها موجهة أساسا للجمهور الجزائري، حيث جاء في صدارة هذه المواضيع المعالجة أنشطة الأحزاب السياسية و التجمعات التي يعقدونها مع مناضليهم بنسبة قدرت بـ38.89%، كما شهدت هذه الفترة انقسامات و إعادة هيكلتها من خلال تجديد أعضائها حيث ركزت الصحيفة بشكل كبير على ما شهده بيت حزب جبهة التحرير الوطنية F.L.N. لتليها المواضيع

المتعلقة بالحملة الانتخابية و تبعت الانتخابات الرئاسية التي كانت ستقام في أبريل 2019 بنسبة قدرت بـ33.33%.

جاءت في المركز الثالث من القضايا السياسية الوطنية التي كانت في دائرة اهتمام صحيفة الشروق أون لاين العلاقات الدبلوماسية التي تربط الجزائر مع الدول الأخرى سواء كانت عربية، أو أوروبية حيث قدرت نسبتها بـ25.64%، حيث كان هذا النوع من المواضيع يثار خاصة بعد الزيارات الرسمية التي تقوم بها شخصيات أو وفود دبلوماسية جزائرية نحو دول أخرى أو العكس. و من ناحية أخرى تذييل ترتيب هذه المواضيع السياسية الوطنية تناول الانتفاضة الشعبية الجزائرية بعد إعلان الرئيس السابق الترشح لعهدة خامسة فيما يعرف بحراك 22 فيفري 2019 بنسبة بلغت 2.14%، و قد كانت الشرارة الأولى لهذا الحراك مواقع التواصل الاجتماعي في حين أن تغطيته كانت محتشمة من قبل وسائل الإعلام الجزائرية الثقيلة و الخفيفة، و قد عولج هذا الموضوع بشكل غير متعمق في الصحافة المكتوبة و الإلكترونية على غرار صحيفة الشروق أون لاين ما يفسر ضعف نسبة معالجة هذا الموضوع إضافة لسبب آخر يرجع لكون نهاية فترة عينة الدراسة التحليلية الحالية انتهت في شهر فيفري 2019 ما لم يمكن هذا الموضوع من الظهور أكثر في الصحيفة باعتباره جديد.

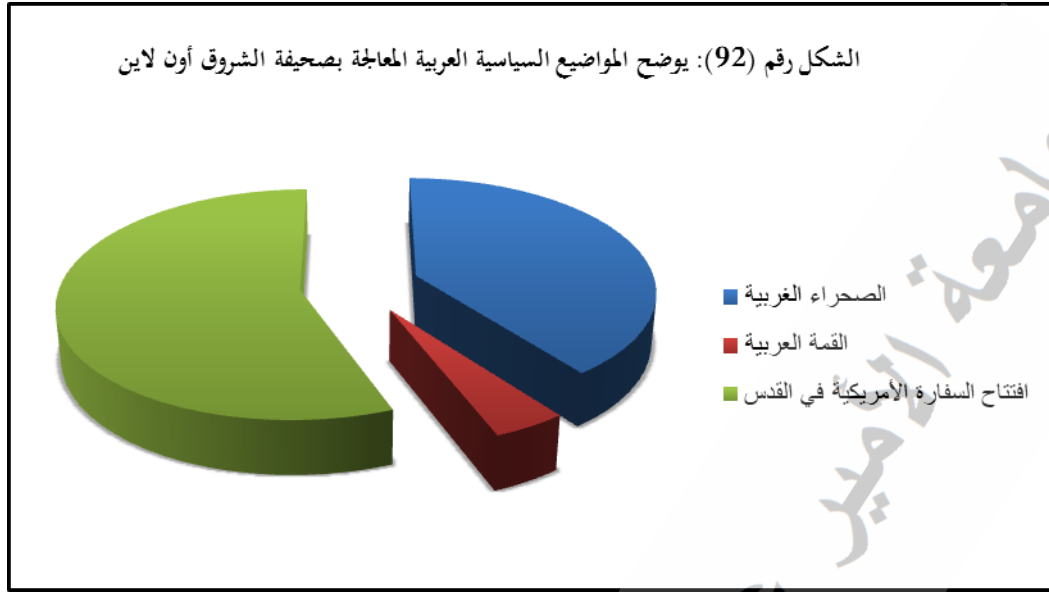
#### ب. المواضيع السياسية العربية :

الجدول رقم (44): يبين المواضيع السياسية العربية في صحيفة الشروق أون لاين

الرقم	المواضيع السياسية العربية	ك	ن%
01	الصحراء الغربية	119	39.67
02	القمة العربية	13	4.33
03	افتتاح السفارة الأمريكية في القدس	168	56
	المجموع	300	100

المصدر: من إعداد الباحثة





تبين المعطيات الكمية للجدول رقم (44) أعلاه و الذي يبين المواضيع السياسية العربية التي تناولتها صحيفة الشروق أون لاين في فترة الدراسة التحليلية بأن قضية افتتاح السفارة الأمريكية في القدس عاصمة فلسطين و اعتبارها عاصمة لإسرائيل من قبل الرئيس الأمريكي دونالد ترامب في ماي 2018 قد بلغت نسبة 56%، حيث اتخذت هذه القضية منحى عربي و عالمي في ظل رفض العديد من دول العالم هذا القرار الذي جاء في مقدمة الأخبار في موقع صحيفة الشروق أون لاين و قد ظلت هذه القضية تحتل حيزا كبيرا من اهتماماتها لفترة طويلة من الزمن امتدت إلى غاية شهر ديسمبر 2018، في تأكيد لها لسياسة الجزائر المناهضة للاحتلال الاسرائيلي لفلسطين و رفضها التطبيع معه.

و تأتي قضية الصحراء الغربية المركز الثاني من حيث المعالجة الإعلامية بصحيفة الشروق أون لاين حيث بلغت نسبة ورودها فترة الدراسة التحليلية 39.67%، ما يعكس اهتمام الصحيفة بشؤون دول الجوار خاصة و أن الجزائر تعد طرفا فاعلا في محاولة توصل طرفي النزاع، المغرب و جبهة البوليساريو، الى حل عاجل يتضمن تقرير مصير الشعب الصحراوي طبقا للشرعية الدولية و اللوائح الأممية. في حين جاء موضوع القمة العربية 29 التي انعقدت في الظهران يوم 15 أفريل 2018 متديلا ترتيب المواضيع السياسية العربية بنسبة قدرت بـ 4.33%، و قد جاء الاهتمام الاعلامي بهذه القمة نظرا

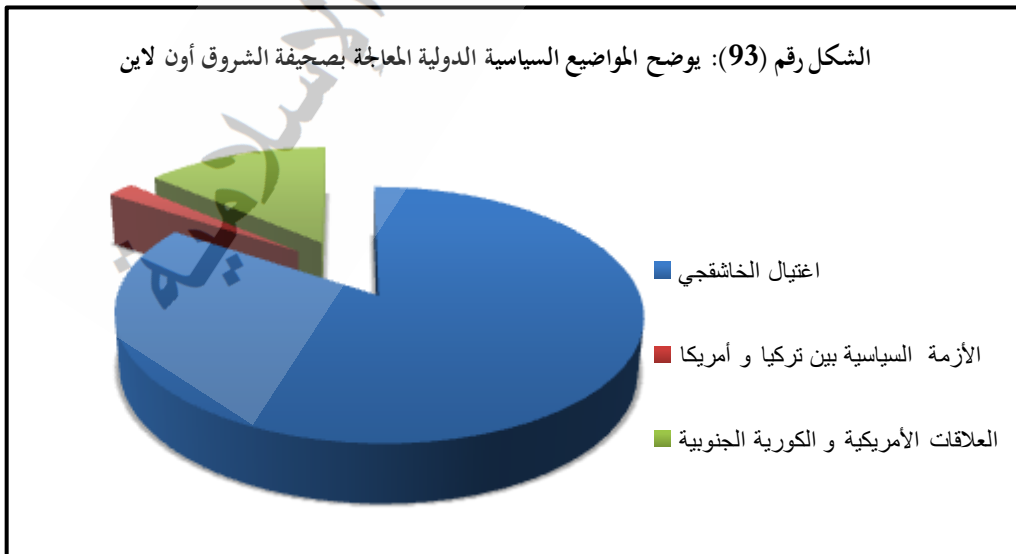
لكونها ناقشت عدة قضايا مصيرية تشهدها الدول العربية كإعلان ترامب نقل سفارة بلاده من تل أبيب للقدس و اعتبارها عاصمة لإسرائيل ، و كذلك مناقشتها للوضع السوري ، و اليمني و إيران .

### ج. القضايا السياسية الدولية:

الجدول رقم (45): يبين المواضيع السياسية الدولية المعالجة بصحيفة الشروق أون لاين

الرقم	المواضيع السياسية الدولية	ك	ن %
01	اغتيال الخاشقجي	289	84.26
02	الأزمة السياسية بين تركيا و أمريكا	07	2.04
03	العلاقات الأمريكية و الكورية الجنوبية	47	13.70
	المجموع	343	100

المصدر: من إعداد الباحثة



تصدرت المواضيع و القضايا السياسية الدولية المعالجة من قبل صحيفة الشروق أون لاين حسب ما هو موضح في الجدول رقم (45) قضية اغتيال الخاجقجي في السفارة السعودية بتركيا بنسبة بلغت 84.26% و هذا بالنظر للصدى الدولي الذي أخذه منحى القضية المتصاعد و الذي سبب أزمات سياسية بين عدة دول منها السعودية و تركيا و أمريكا ، و هذا يعود لكون قضية اغتيال الصحفي السعودي المعارض جمال خاجقجي داخل القنصلية السعودية بتركيا و اتهام المخابرات السعودية بذلك ونظرا لتبعات هذه القضية التي أضحت حديث منظمات حقوقية و جهات حكومية رسمية للبلدين اتخذت صدى دولي جعله يكون مادة صحفية تناقلتها كل الصحف العالمية على غرار صحيفة الشروق أون لاين .

و جاءت في المركز الثاني في القضايا السياسية العالمية المعالجة من قبل صحيفة الشروق أون لاين قضية توتر العلاقات بين أمريكا و كوريا الجنوبية بنسبة 13.70% ، و قد تم الاهتمام بهذا الموضوع من قبل موقع الصحيفة نظرا لتداعيات هذه الأزمة التي تولدت بين الرئيس الأمريكي دونالد ترامب و الزعيم الكوري الجنوبي كيم جونج أون ، فبعد الحرب الكلامية الشديدة اللهجة بين الطرفين شكلت بوادر حل الخلاف بينهما و لقاءهما و خلفيته قضايا تناقلتها وسائل الإعلام العالمية.

و احتل موضوع الأزمة الدبلوماسية بين الولايات المتحدة الأمريكية و تركيا المركز الثالث بنسبة قدرت بـ 2.04% ، حيث تناولت وسائل الإعلام العربية على غرار صحيفة الشروق أون لاين على نطاق واسع هذه الأزمة الدبلوماسية على خلفية رفض تركيا إطلاق سراح القس الأمريكي "أندرو برانسون" لاثامه بالمساعدة في تدبير محاولة الانقلاب ضد الرئيس التركي رجب طيب أردوغان في منتصف عام 2016، إضافة لسعي تركيا إلى تطوير علاقاتها مع روسيا وشراء منظومة متطورة من السلاح ما أوجع الوضع بينها و بين أمريكا.

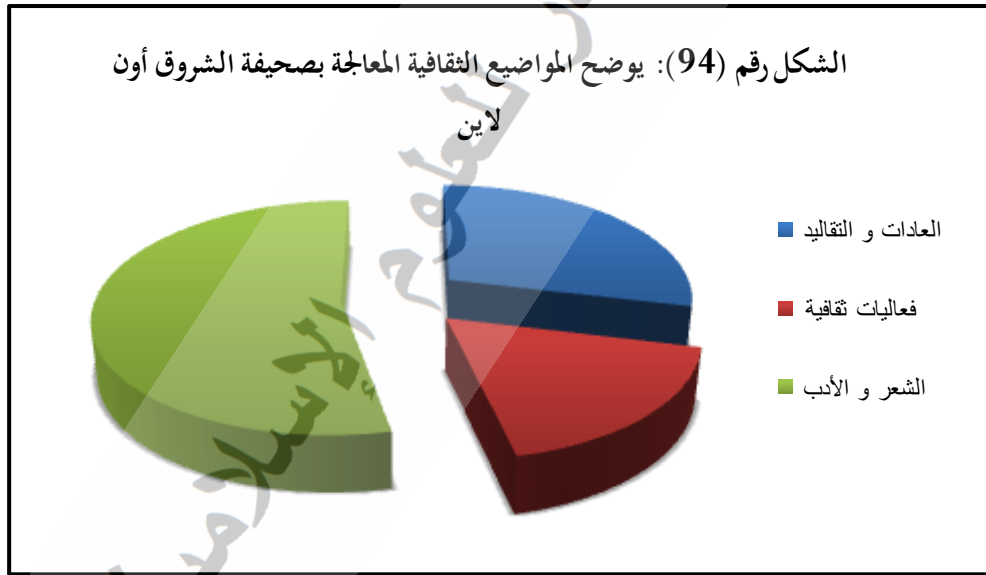
(3) المواضيع الثقافية:

الجدول رقم (46): يبين المواضيع الثقافية المعالجة بصحيفة الشروق أون لاين

الرقم	المواضيع الثقافية	ك	ن%
01	العادات و التقاليد	42	28.77
02	فعاليات ثقافية	26	17.81
03	الشعر و الأدب	78	53.42
	المجموع	146	100

إعداد الباحثة

المصدر: من



تشير معطيات الجدول رقم (46) السابق و الذي يبين المواضيع الثقافية في صحيفة الشروق أون لاين بأن المواضيع التي تعلق بالشعر و الأدب قد احتلت صدارة الترتيب بنسبة بلغت 53.42%، حيث كان الاهتمام على هذا الجانب الثقافي عن طريق زيارة معارض للكتاب أو القيام

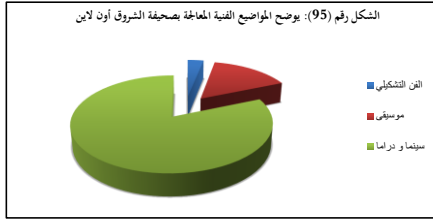
بتغطية فعاليات أدبية بالإضافة إلى القيام بأحداث صحفية مع الكتاب و الشعراء. و تأتي في المرتبة الثانية من حيث المواضيع الثقافية الأكثر اهتماما من الصحيفة عادات و تقاليد المجتمع الجزائري بنسبة قدرت بـ 28.77%، و قد برز الاهتمام بهذه العادات و التقاليد خاصة في المناسبات الدينية كالأعياد و رمضان و المولد النبوي الشريف عن طريق عرض الأطباق التقليدية الجزائرية و كذا إبراز الموروث المادي كاللباس التقليدي و المناطق الأثرية. أما في آخر ترتيب المواضيع الثقافية فقد جاءت المواضيع التي تناولت الفعاليات الثقافية بنسبة 17.81%، و تكمن هذه الفعاليات في المنتديات و الندوات المقامة من قبل المراكز الجامعية و البحثية.

#### (4) المواضيع الفنية:

الجدول رقم (47): يبين المواضيع الفنية المعالجة بصحيفة الشروق أون لاين

الرقم	المواضيع الفنية	ك	ن%
01	الفن التشكيلي	05	3.11
02	موسيقى	25	15.53
03	سينما و دراما	131	81.37
	المجموع	161	100

المصدر: من إعداد الباحثة



يظهر الجدول رقم (47) أعلاه بأن المواضيع المتعلقة بالسينما و الدراما قد تصدرت ترتيب المواضيع الفنية المنشورة في صحيفة الشروق أون لاين بنسبة بلغت 81.37% و قد جاء التركيز عليها خاصة في الموسم الرمضاني أين أصبحت الشروق أون لاين وسيلة ترويج للشبكة البرمجية خاصة المسلسلات الدرامية لقناة الشروق العامة، أما في موسم الصيف فقد جاء الاهتمام بالسينما و الممثلين خاصة و أنه يتزامن و موسم مهرجانات الأفلام الوطنية، العربية و الدولية.

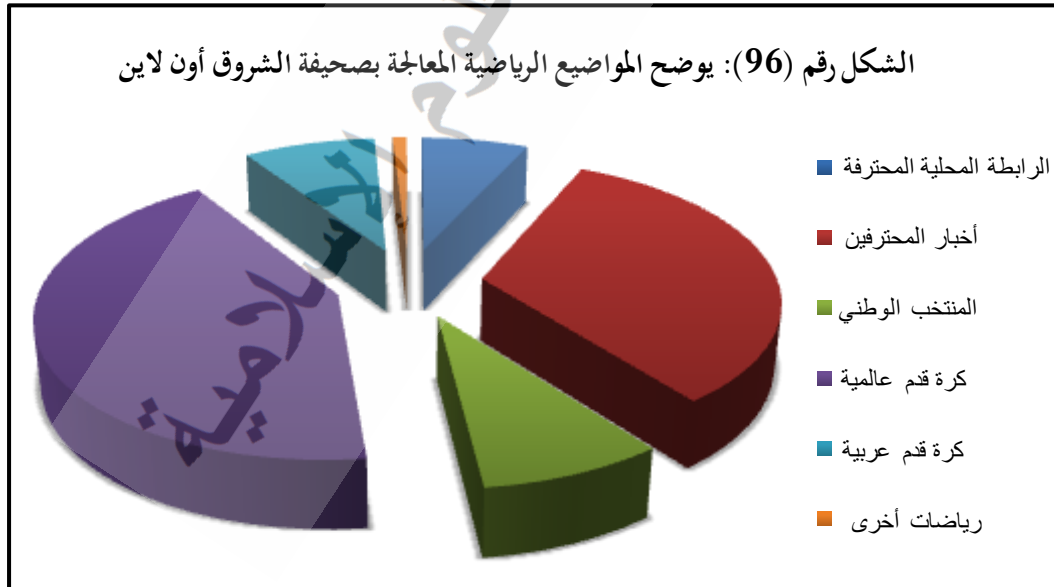
و احتلت المواضيع الفنية التي تتعلق بالموسيقى المركز الثاني بنسبة قدرت بـ 15.53%، و التي تزامن طرحها أيضا مع موسم الصيف و المهرجانات الفنية الموسيقية كتمقاد و الكازيف. في حين جاء في المركز الثالث المواضيع المتعلقة بالفن التشكيلي بنسبة ضئيلة بلغت 3.11% و هذا ما يبين عدم ايلائه اهتماما من قبل الصحيفة التي ركزت على المواضيع الفنية الأخرى كالسينما و الموسيقى و اغفلت الفن التشكيلي و قد اقتصر الحديث عنه عند القيام بمقابلات صحفية مع فنانيين تشكيليين دون معالجة هذا الموضوع بالتفصيل.

(5) المواضيع الرياضية:

الجدول رقم (48): يبين المواضيع الرياضية المعالجة بصحيفة الشروق أون لاين

الرقم	المواضيع الرياضية	ك	ن%
01	الرابطة المحلية المحترفة	68	6.82
02	أخبار المحترفين	327	32.80
03	المنتخب الوطني	85	8.53
04	كرة قدم عالمية	424	42.53
05	كرة قدم عربية	84	8.43
06	رياضات أخرى	09	0.90
	المجموع	997	100

المصدر: من إعداد الباحثة



تشير معطيات الجدول رقم (48) أعلاه و الذي يمثل توزيع أنواع الأخبار المتعلقة بالرياضة بأن صحيفة الشروق أون لاين اهتمت بأخبار كرة القدم العالمية بنسبة بلغت 42.53% و يفسر هذا الاهتمام بكون هذه اللعبة تمتلك قاعدة جماهيرية كبيرة من المشجعين و المتابعين الجزائريين خاصة دوري أبطال أوروبا و الدوري الانجليزي الممتاز و الدوري الاسباني و غيرها ، كما تزامنت فترة الدراسة الأولى لسنة 2018 بكأس العالم 2018 المقام بروسيا و الذي اهتمت به الصحيفة نقلا عن موقع الشروق الرياضي و استخدم في ذلك عدة قوالب صحفية كالتقرير كما استخدم الفيديوغرافيك بشكل بارز .

و كان المركز الثاني من حيث الأخبار الرياضية الأكثر اهتماما من قبل الصحيفة من نصيب أخبار المحترفين الجزائريين في الدوريات الأوروبية على وجه الخصوص بنسبة بلغت 32.80% و هذا ما يفسر تفوق الأخبار المتعلقة بالدوريات العالمية الكبرى التي ينشط فيها اللاعبين الجزائريين بالدرجة الأولى. في حين كان المركز الثالث من نصيب الأخبار المتعلقة بالمنتخب الوطني الجزائري بنسبة قدرت بـ 8.53% خاصة في ظل عدم تأهله للمنافسة العالمية بروسيا و في ظل الأزمة التي مر بها المنتخب وتغيير المدربين إلى غاية تصفيات كأس أمم إفريقيا 2019 التي توج بها، و قد جاء اهتمام الصحيفة انعكاسا لاهتمام الجمهور الجزائري الذي يولي كرة القدم أهمية كبيرة مقارنة بباقي الرياضات. كما قد احتلت المواضيع المتعلقة بكرة القدم العربية المركز الرابع بنسبة بلغت 8.43%، و يرجع ذلك أيضا لكون العديد من نجوم المنتخب الوطني ينشطون في نوادي عربية.

و جاء اهتمام الصحيفة طيلة فترة الدراسة التحليلية ضئيل نوعا ما بالرابطة المحلية المحترفة لكرة القدم بنسبة بلغت 6.82% و هو ما يبرر بعدم اهتمام الصحيفة بالرياضة المحلية مقارنة بالعالمية والعربية خاصة و أن مجريات المباريات التي نشرت في شكل تقارير اخبارية قد ضمنت العنف في الملاعب الجزائرية في محتواها ما قد ينعكس سلبا على نظرة الدول الاخرى على الرابطة المحلية في ظل نقص الأخبار المتعلقة بها. من جهة أخرى ،لم تلق الرياضات الأخرى كالملاكمة ،و الجيدو ،و السباحة ،و المصارعة و غيرها من الألعاب الرياضية اهتماما كبيرا من قبل الصحيفة ما يفسر نسبتها الضئيلة التي قدرت بـ 0.90% ، و هو ما يؤكد يطرح إشكالية عدم إيلاء الرياضات الأخرى أية أهمية مقارنة مع كرة



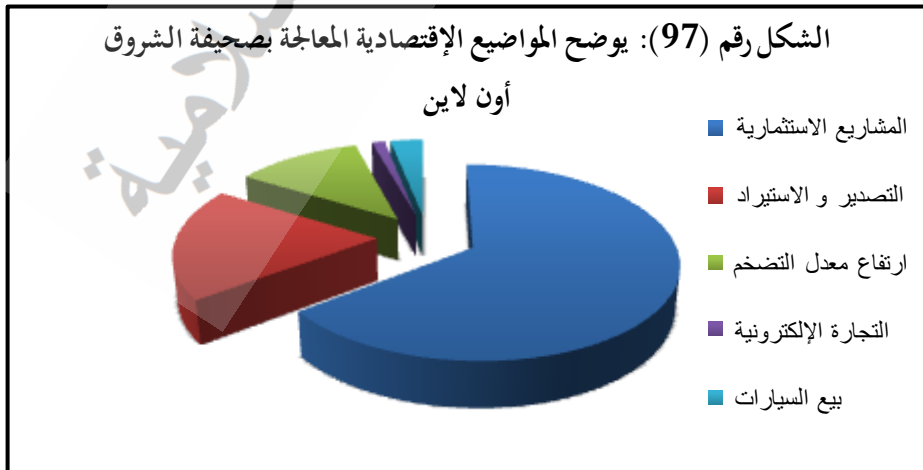
القدم التي جاءت جل مواضيعها الرياضية تتحدث عنها ، و قد يرجع سبب ذلك لكبر القاعدة الجماهيرية التي تستهويها هذه اللعبة مقارنة بالرياضات الأخرى خاصة و أنها تخلق نوع من الحماسة والتشويق في كل مباراة تقام سواء كانت متعلقة بالمنتخب الوطني أو بالدوريات العالمية الكبرى.

## (6) المواضيع الاقتصادية:

الجدول رقم (49): يبين المواضيع الاقتصادية المعالجة بصحيفة الشروق أون لاین

الرقم	المواضيع الاقتصادية	ك	ن%
01	المشاريع الاستثمارية	315	64.68
02	التصدير و الاستيراد	93	19.10
03	ارتفاع معدل التضخم	58	11.91
04	التجارة الإلكترونية	6	1.23
05	بيع السيارات	15	3.08
	المجموع	487	100

المصدر: من إعداد الباحثة



يبين الجدول رقم (49) أعلاه المواضيع الاقتصادية المنشورة في صحيفة الشروق أون لاين حيث جاءت في المرتبة الأولى في سلم اهتمامات موقع الصحيفة المشاريع الاستثمارية بنسبة قدرت بـ 64.68% و يعود هذا للسياسة التي تبنتها الدولة الجزائرية لتدعيم المؤسسات الصغيرة و المتوسطة كوكالة دعم تشغيل الشباب "أونساج" و" الكناك" و غيرها من المشاريع المصغرة المقدمة للشباب إضافة إلى المشاريع التنموية المبرمجة في عدة ولايات كالتنمية الفلاحية.

جاءت المواضيع المتعلقة بالتصدير و الاستيراد في المركز الثاني بنسبة بلغت 19.10% ، و قد تم التركيز على النفط و الغاز في هذا النوع من المواضيع باعتبارها استثمار حيوي يقوم عليه الاقتصاد الوطني ، بالإضافة إلى التنويه للشركات الأجنبية فيما يتعلق بالتجارة الخارجية التي تنتهجها الجزائر. كما تناولت الصحيفة كذلك في المواضيع الاقتصادية موضوع ارتفاع معدل التضخم بالجزائر والذي جاء في المركز الثالث بنسبة قدرت بـ 11.91% ، حيث تطرقت الصحيفة لهذا الموضوع بعد الغليان الذي يشهده الشارع الجزائري بسبب ارتفاع أسعار سلع المواد الغذائية و الخدمات في مقابل انهيار العملة ما دفع إلى تدهور المستوى المعيشي للمواطن الجزائري ، و أثر بدوره على كبح التصدير و تسهيل استيراد المواد.

احتل موضوع تراجع سوق بيع السيارات بالجزائر-من جهة أخرى- المركز الرابع من ناحية المعالجة الإعلامية بصحيفة الشروق أون لاين بنسبة قدرت بـ 3.08%، و يرجع هذا الاهتمام بسبب الركود و الكساد التجاري الذي يشهده سوق السيارات الذي يرجع العزوف عنه من قبل الباعة الزوار أو المشترين بسبب الغلاء الفاحش للذي تشهده جميع السلع من بينها السيارات و الحملة التي نما رواد مواقع التواصل الاجتماعي و التي أطلقوا عليها "خليها تصدي" في إشارة لعدم اقتناء السيارات و التي برزت بعد اعلان الدولة بدأ سياسة التقشف نتاج ارتفاع معدل التضخم. كما تناولت الصحيفة موضوع التجارة الإلكترونية بشكل قليل حيث بلغت نسبة ورود هذا الموضوع طيلة فترة الدراسة نسبة 1.23%، و هي نسبة ضئيلة مقارنة بالإمكانيات التي أتاحتها التكنولوجيا الحديثة في المجال الاقتصادي خاصة و أن التجارة الإلكترونية حاليا أصبحت أكثر تداولاً و ممارسة في مواقع التواصل الاجتماعي

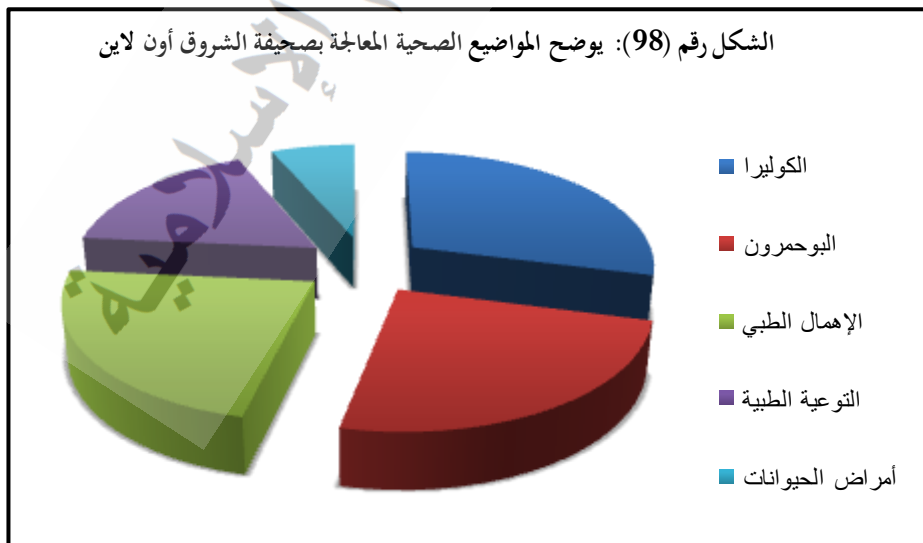
خاصة الفاييسبوك بين رواده من الجزائريين الذين رأوا في التجارة الإلكترونية فضاء جديدا للترويج لسلعهم و خدماتهم دون الحاجة لوجود مكان مادي لذلك .

## (7) المواضيع الصحية :

الجدول رقم (50) : يبين المواضيع الصحية المعالجة بصحيفة الشروق أون لاين

الرقم	المواضيع الصحية	ك	ن %
01	الكوليرا	58	29
02	البوحمرون	49	24.50
03	الإهمال الطبي	46	23
04	التوعية الطبية	34	17
05	أمراض الحيوانات	13	6.50
	المجموع	200	100

المصدر: من إعداد الباحثة



عالجت صحيفة الشروق أون لاين مواضيع متنوعة تتعلق بالمجال الصحي ، و جاءت في مقدمة هذه المواضيع حسب الجدول رقم (50) مرض الكوليرا بنسبة بلغت 29 % و انصب اهتمام الصحيفة على هذا المرض المعدي على غرار الوسائل الإعلامية الجزائرية الأخرى خاصة في ظل حالة الخوف والترقب التي عاشها الجزائريين في تلك الفترة بعد إعلان مصادر صحية ظهور داء الكوليرا بأربع مناطق جزائرية و هي الجزائر العاصمة والبليدة وتيبازة والبويرة ، كل هذا لاقى اهتماما من قبل الإعلام الجزائري و الأجنبي و كذلك مواقع التواصل الاجتماعي التي عبر فيها روادها عن استيائهم من انتشار هذا المرض و حصده وفيات بعد ما تخلص منه في سنوات و لت.

و جاء مرض "البوحمرون" في القائمة الثانية من ناحية اهتمامات الصحيفة الإلكترونية في مجال الصحة حيث بلغت نسبة وروده 24.50%، حيث شكلت عودة هذا المرض في العديد من الولايات و تزامن ظهوره مع وباء الكوليرا قضية رأي عام في الشارع الجزائري ،اهتمت بتفاصيله وسائل الإعلام باختلافها ، كما أنها لعبت دور المرعب و الناصح في الآن ذاته كما هو الحال مع صحيفة الشروق أون لاين أين جاءت عناوينها الأولى عند ظهور المرض تحمل العديد من المفردات التي تثير الهلع في القارئ "كبوحمرون" "يجتاح الجلفة"، و "البوحمرون يفتك بالجزائريين " و استخدمت بذلك أحد الأساليب الإقناعية و هو التخويف ،في حين جاءت عناوينها بعد انتشاره توعوية وقائية بالدرجة الأولى تهدف من خلالها لتوعية المواطن الجزائري بضرورة تلقيح أبنائه ضد المرض و اتخاذه كافة الاجراءات اللازمة للوقاية منه .

و يعود المركز الثالث في المواضيع الصحية التي عولجت من قبل الشروق أون لاين لموضوع الإهمال الطبي بنسبة بلغت 23% ، و قد تضمن المحتوى الصحفي الذي يعالج هذا الموضوع معالجة للحالات التي عانت من الإهمال الطبي و التقصير من قبل الأطقم الطبية بالمستشفيات ،و الذي ينتج عنه ازهاق للأرواح أو التسبب بعاهات مستديمة خاصة للأطفال .

بلغت نسبة ورود مواضيع صحية تتعلق بالتوعية الطبية 17 %، و تتعلق هذه المواضيع بالحملات التوعوية التي تقوم بها الجمعيات الناشطة في مجال الصحة أو الملتقيات و الأيام الدراسية التي تعقد في كليات و معاهد جامعية ،حيث تقوم الصحيفة بوصف مجريات هذه اللقاءات التوعوية و ذكر توصياتها المقدمة في محاولة منها لتوعية المواطن الجزائري . و قد تم التركيز بشكل كبير على توعية النساء و حثهم

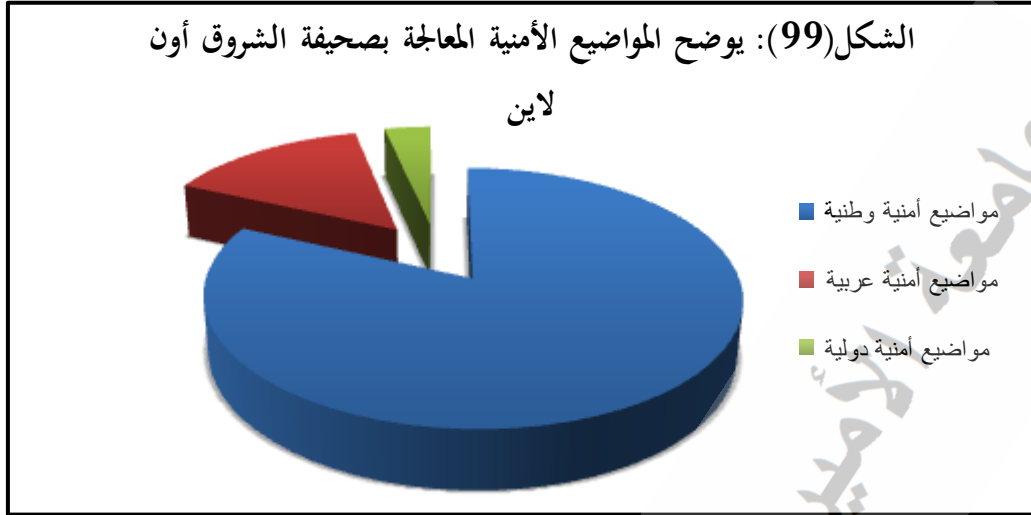
على الكشف المبكر لمرض سرطان الثدي . و أخيرا تذيلت ترتيب المواضيع الصحية الأمراض التي تصيب الحيوانات بنسبة قدرت ب 6.50%، خاصة و أن تناولها من قبل الصحيفة و إن كان ضئيلا مقارنة بالمواضيع الأخرى إلا أنه كان لفترة من الزمن مهم باعتبار الانعكاسات التي تسببها هذه الأمراض الحيوانية على صحة الإنسان مثل ما هو الحال بالنسبة للحمى القلاعية، و الطاعون .

## (8) المواضيع الأمنية:

الجدول رقم (51): يبين المواضيع الأمنية المعالجة بصحيفة الشروق أون لاین

الرقم	المواضيع الأمنية	ك	%ن	ك	ن%
01	مواضيع أمنية وطنية	الإرهاب	150	18.38	816
		المخدرات	176	21.57	
		القتل	156	19.12	
		السرقه	76	9.31	
		الاعتداءات الجسدية	119	14.58	
		الاحتيال و التزوير	74	9.07	
		الجريمة الإلكترونية	05	0.61	
		زيارات تفقدية للنواحي العسكرية	60	7.35	
		المجموع	816	100	
02	مواضيع أمنية عربية	فلسطين	53	36.05	147
		سوريا	57	38.78	
		اليمن	31	21.09	
		ليبيا	06	4.08	
		المجموع	147	100	
03	مواضيع أمنية دولية	مسلمي الروهينغا (ميانمار)	16	47.06	34
		فرنسا (السترات الصفراء)	18	52.94	
		المجموع	34	100	
المجموع		997	100		

المصدر: من إعداد الباحثة



يظهر الجدول رقم (51) أعلاه توزيع المواضيع الأمنية المعالجة من قبل صحيفة الشروق أون لاين، حيث احتلت المواضيع الأمنية الوطنية أعلى نسبة قدرت بـ 81.85%، تلتها المواضيع الأمنية العربية بنسبة بلغت 14.74%، ثم المواضيع الأمنية الدولية بنسبة ضئيلة قدرت بـ 3.41%، و قد دل هذا التفاوت في النسب و تفوق المواضيع الامنية الوطنية على العربية و الدولية بأن المجتمع الجزائري أصبح يعاني من عدة مظاهر إجرامية تؤثر على أمنه و سلامته.

#### أ. مواضيع أمنية وطنية :

يبين الجدول أعلاه رقم (51) بأن أكثر المواضيع الأمنية الوطنية تطرقت لها الشروق أون لاين تتعلق بالمخدرات بنسبة بلغت 21.57%، تلتها جرائم القتل بنسبة بلغت 19.12%، ثم القضاء على الإرهاب بنسبة 18.38%، لتليها الجرائم المتعلقة بالاعتداءات الجسدية بنسبة قدرت بـ 14.58%، تبعثها جرائم السرقة بنسبة بلغت 9.31%، ثم جرائم الاحتيال و التزوير بنسبة بلغت 9.07%، ثم بعدها جاءت تغطية الزيارات التفقدية التي يقوم بها قائد الأركان للنواحي العسكرية بنسبة قدرت بـ 7.35%، و أخيرا جاءت معالجة الجرائم الإلكترونية من قبل الصحيفة في ذيل الترتيب بنسبة 0.61%.

تدل هذه النسب المرتفعة و تنوع الأفعال الإجرامية المرتكبة إلى تنامي ظاهرة الإجرام نتيجة التحولات الاجتماعية التي يشهدها النسيج المجتمعي ، حيث تصدر المخدرات باعتبارها من أنواع الجريمة المنظمة هذه القضايا الأمنية حسب إحصائيات مقدمة من قبل قياديين في الدرك الوطني و هو ما يفسر معالجة هذا النوع من القضايا بشكل كبير من قبل صحيفة الشروق أون لاين مقارنة مع الجرائم الأخرى. و اهتمت الصحيفة -من جهة أخرى- بمعالجة جرائم أخرى كالقتل و الاعتداءات الجسدية، السرقة و التهريب و التي تعود في مجملها إلى الجريمة الأولى و هي انتشار تعاطي و الإتجار بالمخدرات و المهلوسات، و كذلك و ترحيل سكان البيوت القصدية دون القيام بدراسة لطبيعة هذه المجتمعات الصغيرة ما يسبب مواجهات يومية بين السكان لتصل إلى حد القتل .

كما برزت نوعية جديدة من الجرائم و هي الإلكترونية بالرغم من أن الصحيفة لم تعرها اهتماما وحيزا كبيرا في معالجتها خاصة و أنها في تزايد مستمر في أوساط الشباب الجزائري بسبب التطور الدائم في عالم تكنولوجيا الإعلام والاتصال الحديثة ، ما جعلها تنتقل من العالم الحقيقي إلى العالم الافتراضي نظرا لسرعة تنفيذها ومعظمها تتعلق بالنصب والاحتيال على الأشخاص، و المساس بمنظومات المعلوماتية والقرصنة والسب والشتم والقذف والتحرشات الجنسية من طرف بعض المنحرفين جنسيا ضد الأطفال والمراهقين .

## ب. مواضيع أمنية عربية:

يشير الجدول السابق رقم (51) بأن الأزمة الأمنية التي تمر بها سوريا حاليا كانت في صدارة ترتيب المواضيع الأمنية العربية بنسبة بلغت 38.78% ، تلتها فلسطين بنسبة 36.05%، ثم جاءت اليمن في المرتبة الثالثة بنسبة بلغت 21.09% ، ثم تلتها الأوضاع في ليبيا بنسبة قدرت بـ 4.08%. و يعود اهتمام الصحيفة بالملف السوري نتاج الأزمة التي خلفها الربيع العربي على سوريا و تدخل عدة أطراف أجنبية فيها. في حين انصب اهتمام الصحيفة على القضية الفلسطينية خاصة بعد اعلان الرئيس الأمريكي دونالد ترامب نقل سفارة بلاده من تل أبيب إلى القدس و اعتبارها عاصمة لإسرائيل.

### ج. مواضيع أمنية دولية:

يكشف الجدول أعلاه رقم (51) كذلك بأن أهم المواضيع الأمنية الدولية الأكثر تداولاً في صحيفة الشروق أون لاين هي الاحتجاجات التي تشهدها فرنسا احتجاجاً على ارتفاع سعر المحروقات، وتراجع القدرة الشرائية من قبل ما يطلق عليهم "السترات الصفراء" بنسبة بلغت 52.94%، في حين جاءت المرتبة الثانية في هذه المواضيع الأمنية الدولية من نصيب حملة القمع والإبادة الجماعية التي تشن ضد أقلية الروهينغا المسلمة في ميانمار بنسبة قدرت بـ 47.06%.

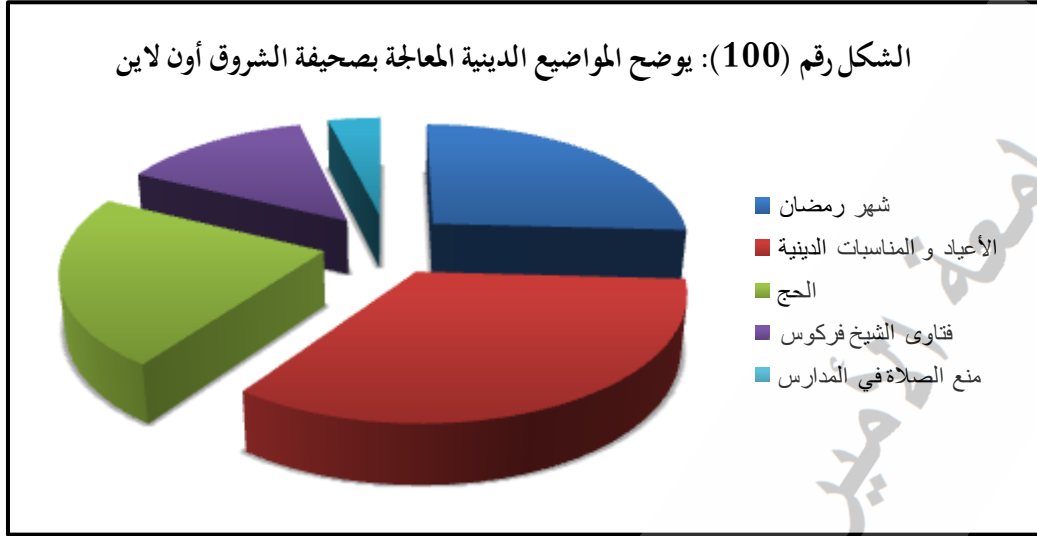
### 9) المواضيع الدينية:

الجدول رقم (52): يبين المواضيع الدينية المعالجة بصحيفة الشروق أون لاين

الرقم	المواضيع الدينية	ك	ن%
01	شهر رمضان	67	25.87
02	الأعياد و المناسبات الدينية	88	33.98
03	الحج	58	22.39
04	فتاوى الشيخ فركوس	36	13.90
05	منع الصلاة في المدارس	10	3.86
	المجموع	259	100

المصدر: من إعداد الباحثة





يبين الجدول أعلاه رقم (52) تنوع المواضيع الدينية التي عالجتها صحيفة الشروق أون لاين ،حيث تفوقت المواضيع المتعلقة بالأعياد و المناسبات الدينية بنسبة 33.98%، و تلتها المواضيع المتعلقة بشهر رمضان بنسبة بلغت 25.87%، ثم جاءت في المركز الثالث مواضيع متعلقة بموسم الحج بنسبة قدرت بـ 22.39%، لتليها فتاوى الشيخ فركوس بنسبة بلغت 13.90%، و في الأخير سجلت المواضيع المتعلقة بقرار منع الصلاة في المدارس بنسبة قدرت بـ 3.86%.

يعود اهتمام الصحيفة بالأعياد و المناسبات الدينية لكون الدراسة التحليلية تصادفت مع كل هذه المناسبات خاصة في سنة 2018، و من أهم هذه المناسبات عيد الفطر، عيد الأضحى، المولد النبوي الشريف، عاشوراء، السنة الهجرية و غيرها من المناسبات. و قد عالجت الصحيفة ذلك من خلال التطرق لعادات و تقاليد الشعب الجزائري في الاحتفال بها و الإعدادات التي تسبق ذلك في جميع النواحي كالمأكولات التقليدية، و كذلك العادات الدخيلة على هذه الاحتفالات كاستخدام المفرقات و آثارها السلبية على الأطفال أثناء الاحتفال بالمولد النبوي الشريف.

عالجت الصحيفة أيضا الحياة اليومية للمواطن الجزائري طيلة شهر رمضان ،و قد أثارت الصحيفة في عدة تقارير و روبرطاجات المشاكل التي تواجه المواطن في هذا الشهر الكريم في ظل غلاء أسعار الخضر و الفواكه و اللحوم ،كما أثارت أيضا مشكلة تزايد حجم النفايات المنزلية خاصة الخبز و هو ما

يدل على تفشي عادة التبذير و ربط شهر رمضان بالأكل و الشرب دون العبادات ،هذه الأخيرة التي تم معالجتها خاصة في مقالات الرأي أين تساءل كتابها عن هجران المساجد من المصلين بعد أن كانت عامرة في الشهر الكريم . من جهة أخرى غطت الصحيفة في محتواها موسم الحج و الرحلات التي نقلت الحجاج إلى مكة المكرمة إلى غاية عيد الأضحى المبارك.

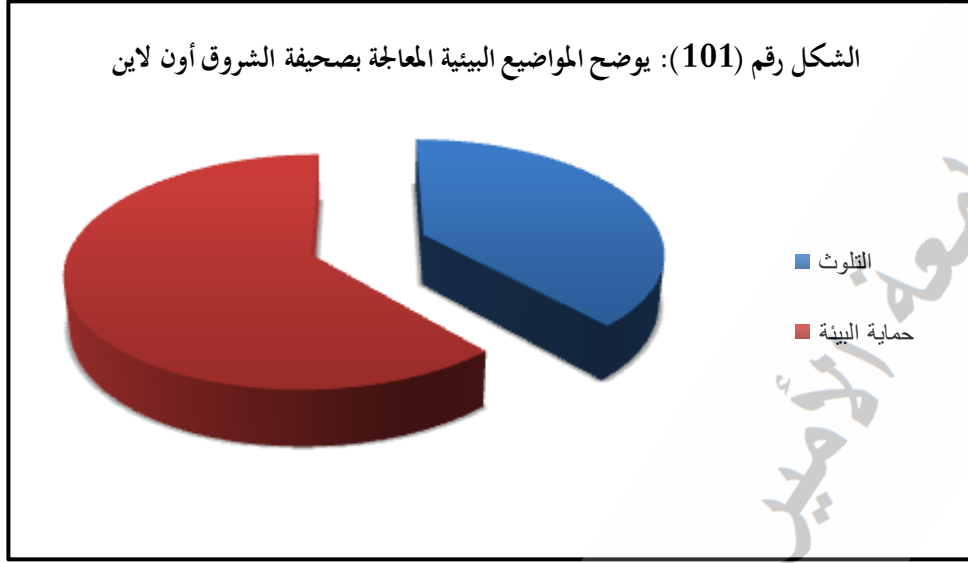
كما تناولت قضية الفتاوى التي قدمها زعيم التيار السلفي بالجزائر الدكتور مُجَّد علي فركوس و التي أثارت ضجة إعلامية كبيرة ، خاصة و أنه أخرج فيها عدة تيارات من دائرة أهل السنة والجماعة مما أدى إلى انزعاج عموم المواطنين الجزائريين خاصة و أنها أثارت قضية وحدة وانسجام الجزائريين مذهبيًا. و في الأخير تناولت الصحيفة الضجة الإعلامية التي خلفها تصريح وزيرة التربية السابقة نورية بن غبريط بكون الصلاة ممارسة مكانها المنزل وليس في المؤسسات التعليمية ، و قد عالجت هذا الموضوع بإيراد كافة أوجه نظر المختصين و علماء الدين حول القضية ، و يرجع انخفاض نسبة التطرق إليها بالرغم من أهمية الموضوع لكونها صادفت الشهر الأخير من الدراسة التحليلية .

## (10) المواضيع البيئية:

الجدول رقم (53): يبين المواضيع البيئية المعالجة بصحيفة الشروق أون لاین

الرقم	المواضيع البيئية	ك	ن %
01	التلوث	15	38.46
02	حماية البيئة	24	61.54
	المجموع	39	100

المصدر: من إعداد الباحثة



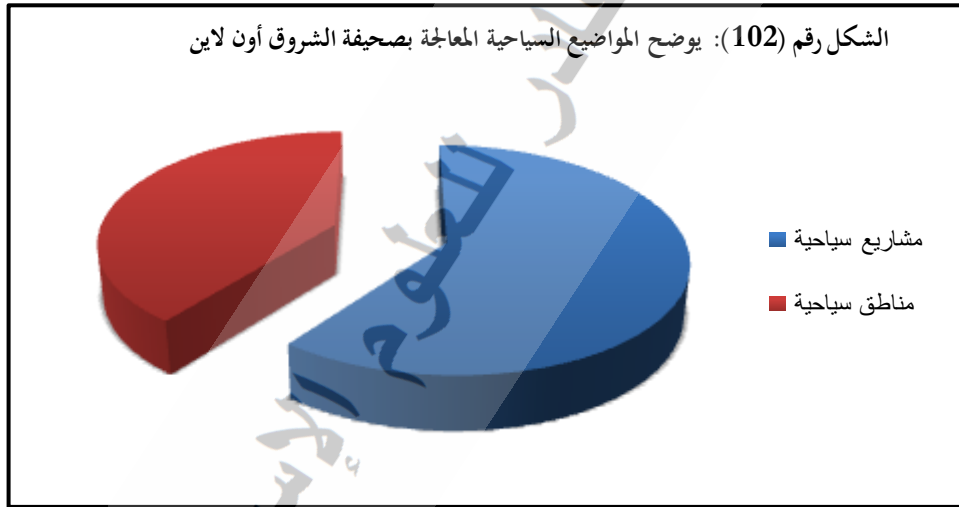
يشير الجدول رقم (53) أعلاه و الذي يوضح مختلف المواضيع المتعلقة بالبيئة المنشورة في صحيفة الشروق أون لاين، بأن أغلب هذه المواضيع تركزت حول **حماية البيئة** بنسبة قدرت بـ 61.54%، ليليها **موضوع التلوث** بنسبة بلغت 38.46%. وبالرغم من أهمية البيئة و دورها في تحقيق التنمية المستدامة إلا أن صحيفة الشروق لم تولها اهتماما كبيرا بهذا الجانب خاصة و أن التدهور البيئي يرتبط بطبيعة السياسات التنموية الاقتصادية والاجتماعية المنتهجة منذ الإستقلال بالجزائر فالتوسع السريع للمدن وتغير أنماط المعيشة للمواطن الجزائري أفرز بدوره تحديات بيئية أهمها التلوث بأنواعه و الذي يشكل المرتبة الثانية من ناحية اهتمامات الصحيفة حتى و إن كانت المواد الصحفية التي تناولته لم تتجاوز الـ 15 مادة. كما أن اهتمام الصحيفة بقضية حماية البيئة بالجزائر بالدرجة الأولى يعود لتبني وزارة البيئة و الطاقات المتجددة و كذلك رواد مواقع التواصل الاجتماعي حملات توعوية لحماية وتنظيف المحيط البيئي في إطار سياسة بيئية سليمة.

## 11) المواضيع السياحية:

جدول رقم (54): يبين المواضيع السياحية المعالجة بصحيفة الشروق أون لاين

الرقم	المواضيع السياحية	ك	ن%
01	مشاريع سياحية	26	60.47
02	مناطق سياحية	17	39.53
	المجموع	43	100

المصدر: من إعداد الباحثة



يبين الجدول أعلاه رقم (54) المواضيع المتعلقة بالمجال السياحي الأكثر تناولاً في صحيفة الشروق أون لاين خلال فترة الدراسة التحليلية و التي يلاحظ بأنها اقتصرت على جانبين فقط الأول وهو المشاريع السياحية و التي جاءت الأولى في سلم اهتمامات الصحيفة في هذا المجال بنسبة قدرت بـ 60.47%، في حين جاء عرض لبعض المناطق السياحية بالجزائر في المركز الثاني بنسبة بلغت 39.53%. و تشير هذه النتائج أولاً على عدم اهتمام الصحيفة بالمواضيع ذات البعد السياحي مقارنة بالمواضيع الأخرى كالسياسية، الاجتماعية و الاقتصادية و غيرها. و ثانياً بأن الصحيفة ركزت في عرضها

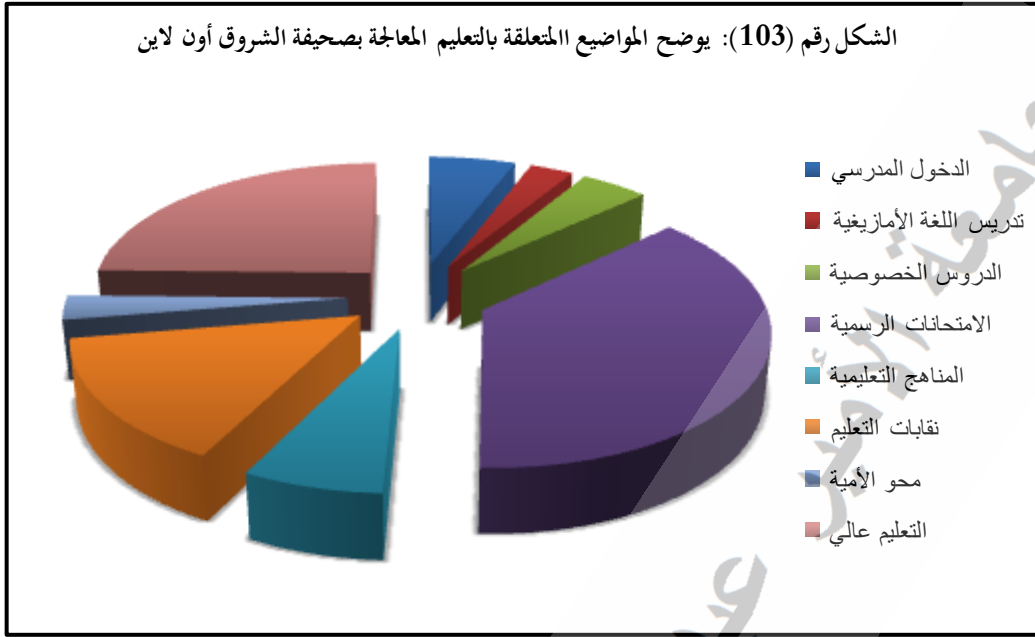
للمشاريع السياحية على عرض حصيلة المؤسسات السياحية الفندقية المنجزة أو المعطلة ، كما أن ذكرها للمناطق السياحية و التي جاءت في المرتبة الثانية من ناحية المعالجة استخدم فيه أسلوب مساءلة الجهات المعنية في ظل تقصيرها الممارس على القطاع و ضرورة اهتمامها بالمناطق السياحية الكثيرة التي تمتلكها الجزائر و التي يمكن أن تشكل مصدر دخل للخزينة بديلا للمحروقات.

## (12) المواضيع المتعلقة بالتعليم :

الجدول رقم (55) : يبين المواضيع المتعلقة بالتعليم المعالجة بصحيفة الشروق أون لاين

الرقم	المواضيع المتعلقة بالتعليم	ك	ن %
01	الدخول المدرسي	18	5.84
02	تدريس اللغة الأمازيغية	09	2.92
03	الدروس الخصوصية	14	4.55
04	الامتحانات الرسمية	115	37.34
05	المناهج التعليمية	21	6.82
06	نقابات التعليم	46	14.94
07	محو الأمية	09	2.92
08	التعليم عالي	76	24.67
	المجموع	308	100

المصدر: من إعداد الباحثة



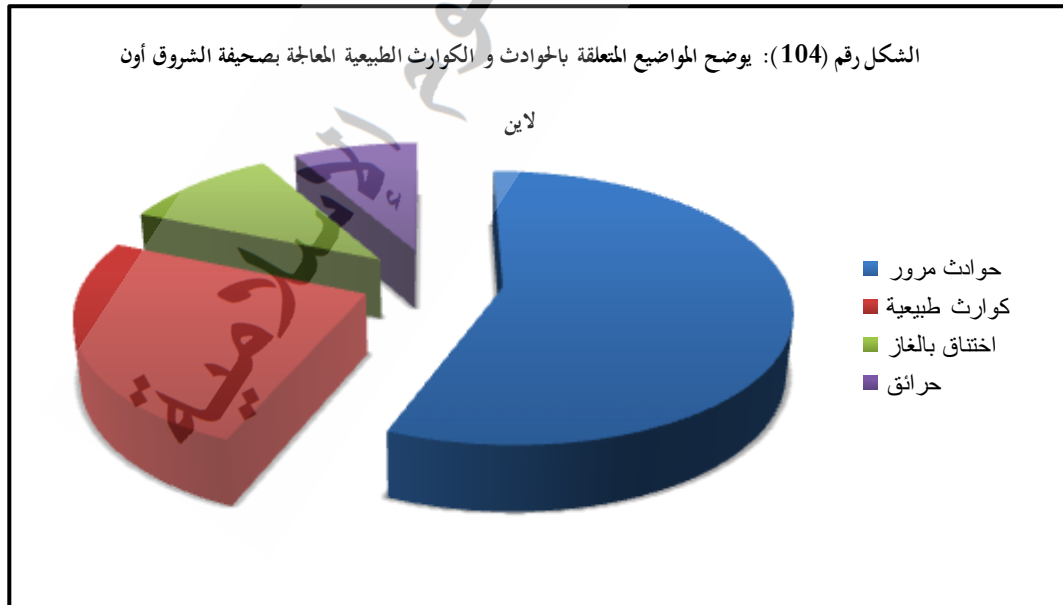
يلاحظ من خلال المعطيات الكمية التي بينها الجدول رقم (55) أعلاه، بأن صحيفة الشروق أون لاين قد تناولت عدة مواضيع متنوعة تتعلق بقطاع التعليم، حيث جاء في المرتبة الأولى موضوع الامتحانات الرسمية بنسبة 37.34%، تلاها ما يتعلق بالتعليم العالي بنسبة قدرت بـ 24.68%، في حين جاء ترتيب موضوع نقابات التعليم المرتبة الثالثة بنسبة قدرت بـ 14.94%، يليها موضوع المناهج التعليمية بنسبة بلغت 6.82%، اما في المركز الخامس فقد احتله موضوع الدخول المدرسي بنسبة 5.84%، و جاء بعدها موضوع الدروس الخصوصية بنسبة بلغت 4.55%، و أخيرا جاء كل من موضوع تدريس اللغة الأمازيغية و محو الأمية بنسب متساوية قدرت بـ 2.92%. و يلاحظ من هذه النسب بأن التركيز على مواضيع أكثر من الأخرى يرجع لأهمية كل موضوع في فترة زمنية معينة فعلى سبيل المثال انصب اهتمام الصحيفة بالدرجة الأولى على موضوع الامتحانات الرسمية كشهادة التعليم الابتدائي، و المتوسط و الثانوي لأهميتها

### 13) المواضيع المتعلقة بالحوادث و الكوارث الطبيعية :

الجدول رقم (56): بين المواضيع المتعلقة بالحوادث و الكوارث الطبيعية المعالجة بصحيفة الشروق أون لاین

الرقم	المواضيع المتعلقة بالحوادث و الكوارث الطبيعية	ك	ن%
01	حوادث مرور	54	56.25
02	كوارث طبيعية	24	25
03	اختناق بالغاز	10	10.42
04	حرائق	08	8.33
	المجموع	96	100

المصدر: من إعداد الباحثة



يشير الجدول رقم(56)أعلاه و الذي يبين مختلف المواضيع المتعلقة بالحوادث و الكوارث الطبيعية المنشورة في صحيفة الشروق أون لاين ،بأن الصدارة احتلتها المواضيع المتعلقة بحوادث المرور بنسبة قدرت بـ56.25%، تلتها الكوارث الطبيعية بنسبة 25%، و بعدها جاءت مواضيع تتعلق بالإختناق بالغاز بنسبة قدرت بـ10.42%، و أخيرا بلغت نسبة المواضيع المتعلقة بالحرائق 8.33%.

#### 14) المواضيع المتنوعة :

يشير الجدول رقم (56) و الذي يبين معيار التنوع الموضوعاتي بصحيفة الشروق أون لاين بأن المواضيع المتنوعة قد احتلت المركز السادس من حيث اهتمام الصحيفة بنسبة قدرت بـ 5.33% وتتمثل هذه المواضيع في التكنولوجيا، الصحافة و الإعلام، القانون، الطبخ و غيرها من المواضيع المتنوعة .

#### 3.4. معيار التنوع اللغوي:

الجدول رقم (57) :يوضح اللغات المستخدمة في تحرير المحتوى الصحفي بصحيفة الشروق أون لاين

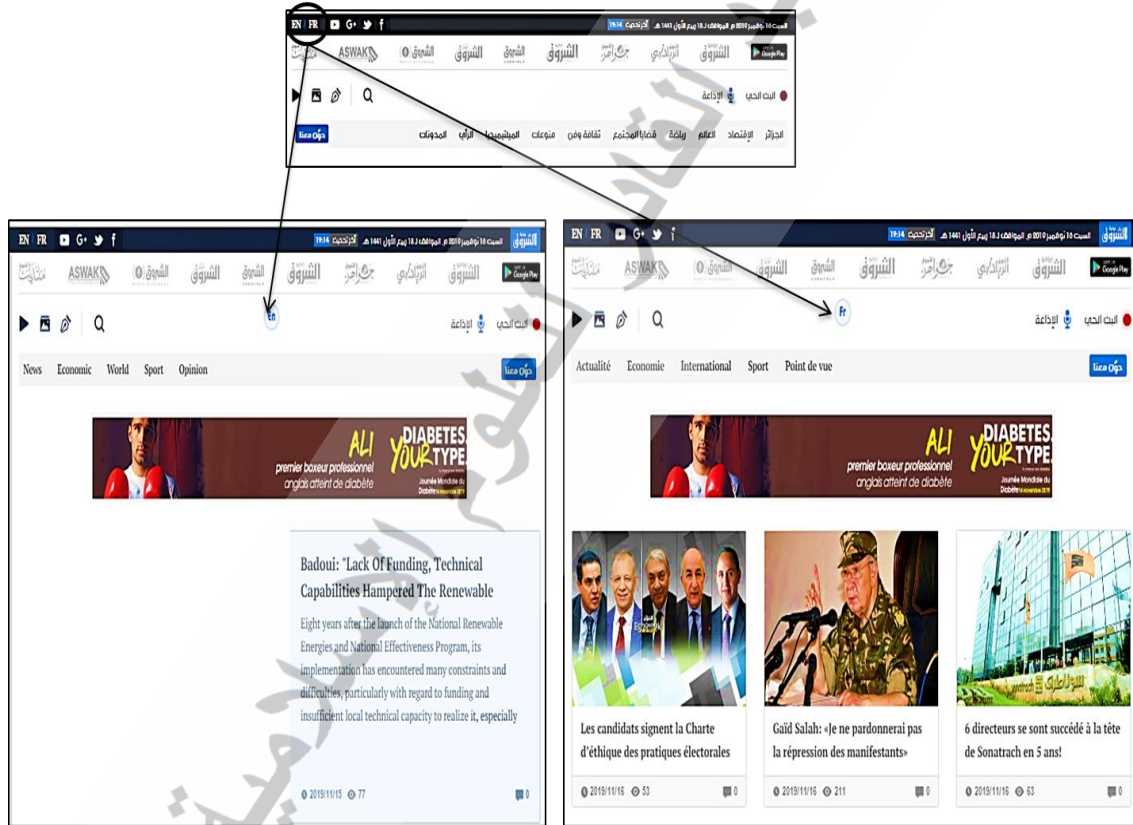
اللغات	توجد	لا توجد
اللغة العربية	√	
اللغة الفرنسية	√	
اللغة الإنجليزية	√	

المصدر: من إعداد الباحثة



يلاحظ من الجدول رقم (57) أعلاه بأن صحيفة الشروق أون لاين تستخدم في تحرير محتواها على ثلاث لغات هي: اللغة العربية، اللغة الفرنسية و اللغة الإنجليزية. حيث يتمكن المتصفح من خلال أيقونة تبديل اللغة المتواجدة أعلى الصفحة الرئيسية لصحيفة الشروق أون لاين و التي تعرض أساسا باللغة العربية من تغيير اللغة المستخدمة في التصفح إلى الفرنسية أو الإنجليزية مثلما هو موضح في الشكل التالي:

الشكل رقم(105): يبين الإختيارات اللغوية التي تتيحها صحيفة الشروق أون لاين

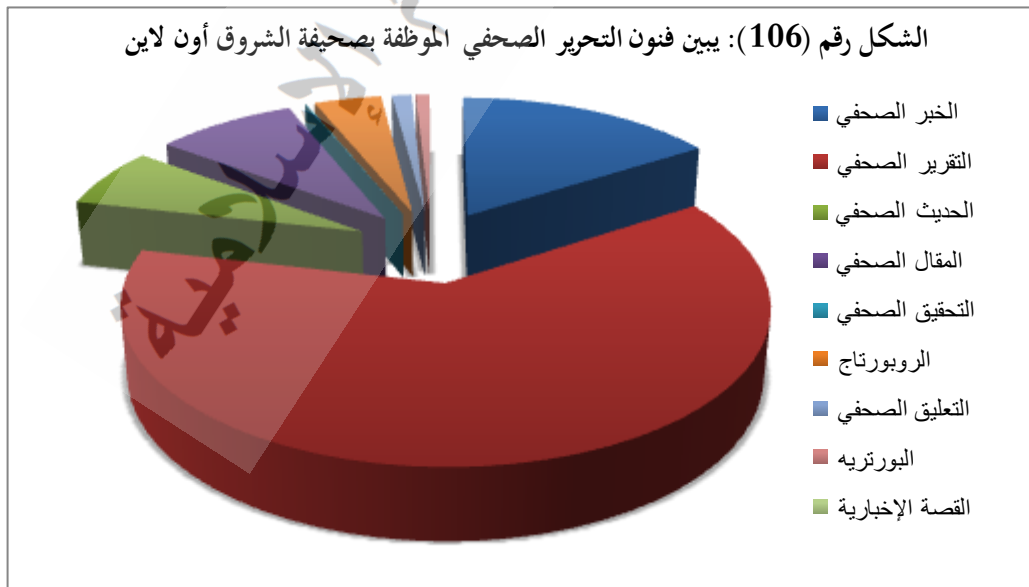


#### 4.4. معيار تنوع الفنون الصحفية المستخدمة:

الجدول رقم(58): يبين تنوع فنون التحرير الصحفي المستخدمة في صحيفة الشروق أون لاین

الرقم	فنون التحرير الصحفي	ك	ن%
01	الخبر الصحفي	924	15.96
02	التقرير الصحفي	3623	62.56
03	الحديث الصحفي	383	6.61
04	المقال الصحفي	498	8.60
05	التحقيق الصحفي	04	0.07
06	الروبورتاج	240	4.14
07	التعليق الصحفي	69	1.20
08	البورتريه	50	0.86
09	القصة الاخبارية	00	00
	المجموع	5791	100

المصدر: من إعداد الباحثة



يلاحظ من خلال الجدول رقم (58) و الذي يمثل فنون التحرير الصحفي المستخدمة في صحيفة

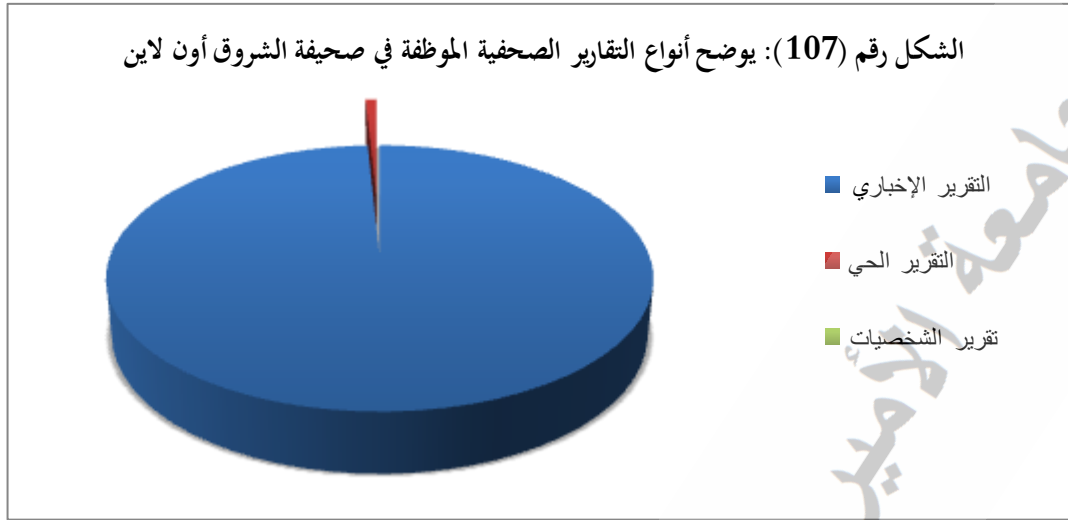
الشروق أون لاين بأن فن التقرير الصحفي قد حظي بالاهتمام الأكبر من حيث التوظيف في الصحيفة بنسبة قدرت بـ 62.56%. أما المركز الثاني في الفنون التحريرية المستخدمة فقد جاء فن الخبر الصحفي بنسبة 15.96%، تلتها المقالات الصحفية بنسبة 8.60%، و قد جاءت الأحاديث الصحفية في المركز الرابع بنسبة قدرت بـ 6.61%، في حين احتل فن الريبورتاج المركز الخامس بنسبة بلغت 4.14% تلاها فن التعليق الصحفي بنسبة 1.20%، ثم بعدها فن البورتريه بنسبة 0.86%، ثم فن التحقيق الصحفي بنسبة 0.07% و في الأخير لم تسجل طيلة فترة الدراسة توظيف فن القصة الإخبارية من قبل صحيفة الشروق أون لاين. يلاحظ كذلك بأن توظيف الصحيفة لفنون التحرير الصحفي قد انصب على التقارير و الأخبار في حين أنها اعتمدت على الفنون الأخرى بنسب ضئيلة متفاوتة خاصة البورتريه، القصة الصحفية، التعليق الصحفي و الريبورتاج. و يمكن التفصيل أكثر في كل نوع صحفي موظف فيما يلي:

### (1) التقرير الصحفي :

الجدول رقم (59) : يبين أنواع التقارير الصحفية الموظفة في صحيفة الشروق أون لاين

الرقم	أنواع التقرير الصحفي	ك	ن %
01	التقرير الإخباري	3594	99.20
02	التقرير الحي	29	0.80
03	تقرير الشخصيات	00	00
	المجموع	3626	100

المصدر: من إعداد الباحثة



يشير الجدول رقم (59) و الذي يمثل أنواع التقارير الصحفية الموظفة في صحيفة الشروق أون لاين بأن جلها تقارير إخبارية بنسبة 99.20% في حين بلغت نسبة التقارير الحية 0.80% في حين انعدمت نسبة استخدام تقارير الشخصيات. و يرجع توظيف الصحيفة للتقارير الإخبارية أكثر من الفنون الأخرى لكونه يمكن الصحفي من تقديم تفاصيل حول الوقائع و الأحداث ، كما يتيح له توظيف الروابط الفائقة للتفصيل فيه أكثر.

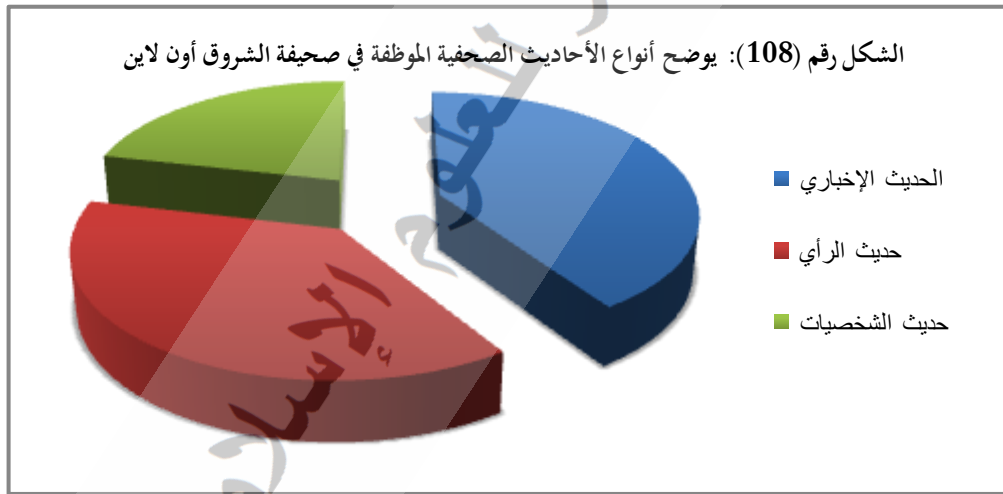
لكن ما يلاحظ على التقارير الواردة في الصحيفة أولاً أن التقارير الحية و تقارير الشخصيات قد تم إهمالها و عدم توظيفها بالشكل المطلوب بالرغم من أهميتها ، حيث ترى الباحثة بأن هذا مأخذ على صحيفة الشروق أون لاين لإغفالها هذين النوعية. كما أن صياغة التقارير الإخبارية الموظفة تشبه الصياغة التقليدية في الصحافة الورقية سواء من ناحية استخدامها للجمل وال فقرات الطويلة و التي تتعارض مع الكتابة للويب التي تلزم الصحفي بالاختصار .

## (2) الحديث الصحفي :

الجدول رقم(60) : يبين أنواع الأحاديث الصحفية الموظفة في صحيفة الشروق أون لاين

النسبة %	ك	أنواع الحديث الصحفي	الرقم
40.73	156	الحديث الإخباري	01
37.86	145	حديث الرأي	02
21.41	82	حديث الشخصيات	03
<b>100</b>	<b>383</b>	<b>المجموع</b>	

المصدر: من إعداد الباحثة



يلاحظ من خلال الجدول رقم (60) أعلاه الذي يبين أنواع الأحاديث الصحفية الموظفة في صحيفة الشروق أون لاين، بأن جل هذه الأحاديث كانت إخبارية بنسبة قدرت بـ40.73%، ثم تلتها أحاديث الرأي بنسبة 37.86%، و في الأخير جاءت أحاديث الشخصيات بنسبة بلغت 21.41%. حيث يتبين من خلال هذه النتائج الكمية بأن توظيف الصحفية للحديث الإخباري بشكل كبير مقارنة بالأنواع الأخرى يعود ذلك للاستدلال بما تفرزه هذه الأحاديث في تدعيم الأخبار

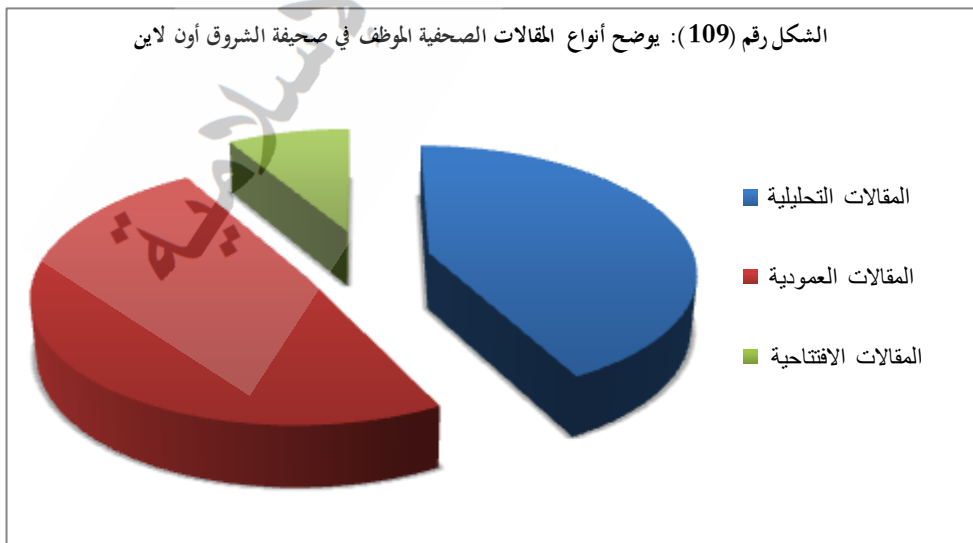
والحصول على المعلومات حول وقائع معينة و سبب وقوعها من قبل المستجوب الذي يكون أحد أطرافها الفاعلة . كما اقتصرت أحاديث الشخصيات للتعريف الجمهور بمجموعة من الشخصيات المؤثرة في المجتمع و قد كانت جل هذه الشخصيات من عالم الفن و التمثيل ، و لم تشهد الباحثة طيلة الدراسة التحليلية القيام بأحاديث مع شخصيات من عالم الثقافة، و التخصصات العلمية و غيرها إلا فيما لا يزيد عن ثلاث حالات.

### (3) المقال الصحفي :

الجدول رقم(61) : يبين أنواع المقالات الصحفية الموظفة في صحيفة الشروق أون لاين

الرقم	أنواع المقالات الصحفية	ك	ن %
01	المقالات التحليلية	211	42.37
02	المقالات العمودية	244	49
03	المقالات الافتتاحية	43	8.63
	المجموع	498	100

المصدر: من إعداد الباحثة



يبين الجدول رقم (61) أعلاه أنواع المقالات الصحفية الموظفة في صحيفة الشروق أون لاين، وقد كانت أغلبها مقالات عمودية بنسبة 49%، تلتها المقالات التحليلية بنسبة 42.37%، ثم المقالات الإفتتاحية بنسبة 8.63%. إذ تشير هذه النتائج الكمية لكون توظيف الصحيفة للمقالات العمودية أكثر من الأنواع الأخرى لاستحواذها على اهتمام المتصفحين و القراء نظرا للقبال المختلط بين الهزل والجد الذي يتبعه كتابه في محاولة منهم للحديث عن قضية تهم الشأن العام سواء في السياسة، الاقتصاد الدين، الثقافية و غيرها من المجالات المتنوعة.

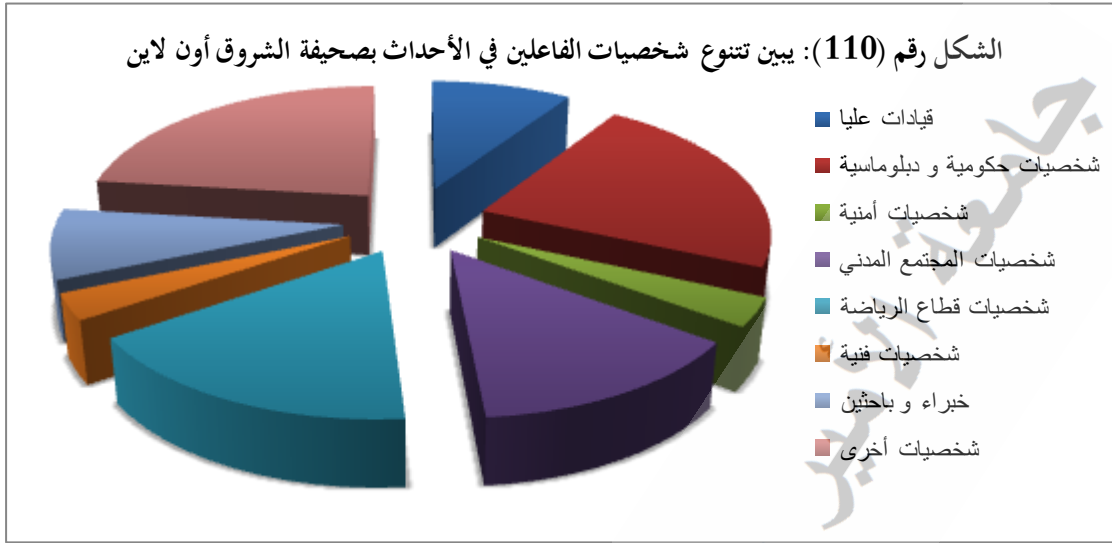
## 5. معيار تنوع الفاعلين في الحدث:

الجدول رقم(62): يبين معيار تنوع الفاعلين في الحدث في صحيفة الشروق أون لاين

الرقم	الفاعلين في الحدث		ك	ك	الفاعلين في الحدث	الرقم	ك	ك	الفاعلين في الحدث	الرقم
01	سياسية عليا	قادات	رئيس الجمهورية الجزائري	156	28.67	06	544	223	قادة الدول العربية	9.32
16.84	36.42	983	358	75	مدرسين	06	544	223	قادة الدول الأجنبية	9.32
	55.95		550		لاعبين					
	7.63		75		رؤساء الاتحاديات الرياضية					
3.10	24.86	181	45	46	مغنيين	07	1308	102	الوزراء	22.40
	49.72		90		ممثلين				السفراء	
	25.41		46		مخرجين سينمائيين				متحدث رسمي باسم الرئاسة	
8.26	15.56	482	75	37	خبراء في السياسة	08	793	305	برلمانيين	13.58
	5.19		25		خبراء في القانون				قائد الأركان نائب وزير الدفاع	
	8.51		41		خبراء في علم الاقتصاد				متحدث باسم الدرك الوطني	
	23.86		115		خبراء في علم النفس				متحدث باسم الحماية المدنية	
	22.41		108		خبراء في علم الاجتماع				رؤساء الأحزاب	
	16.80		81		أساتذة جامعيين باحثين				رؤساء الجمعيات	
	7.68		37		مدراء مراكز بحثية				الأمناء العامين للنقابات	
100	5838	المجموع	23.11	1349	شخصيات أخرى	05				

المصدر: من إعداد الباحثة





يتبين من خلال الجدول رقم (62) بأن هناك تنوع في شخصيات الفاعلين في الأحداث المنشورة في صحيفة الشروق أون لاين، حيث جاء تركيزها بالدرجة الأولى على شخصيات متنوعة بنسبة قدرت بـ 23.11%، ثم تلتها الشخصيات الحكومية و الدبلوماسية بنسبة قدرت بـ 22.40%، و جاءت فيما بعد شخصيات بقطاع الرياضة بنسبة بلغت 16.84%، لتليها في المركز الرابع شخصيات المجتمع المدني بنسبة 13.41%، ثم تلتها القيادات السياسية العليا بنسبة بلغت 9.32% في حين جاء الخبراء و الباحثين في المركز السادس بنسبة قدرت بـ 8.26%، لتليها القيادات الأمنية والعسكرية بنسبة 3.39%، و أخيرا الشخصيات الفنية بنسبة قدرت بـ 3.10%. و يمكن القول انطلاقا من المعطيات هذه المعطيات الكمية بان صحيفة الشروق أون لاين حرصت على تنوع الشخصيات الفاعلية في الحدث و هو ما يؤكد التنوع الموضوعاتي الذي يبرزه الجدول رقم (40)، و بالتالي فهي أعطت المجال لكل الفاعلين في الظهور كل حسب أهميتها و كذلك حسب أهمية الحدث أو الموضوع المعالج. و فيما يلي تفصيل معطيات الجدول أعلاه وفقا للفئات الفرعية التي تندرج ضمن كل فئة عامة لفئة التنوع في الفاعلين في الحدث.

## 1. قيادات سياسية عليا:

تضمنت هذه الفئة رؤساء و قادة الدول، حيث يوضح الجدول رقم(62) بأن قادة الدول الأجنبية قد احتلوا صدارة ترتيب الشخصيات الأكثر تداولاً في محتوى صحيفة الشروق أون لاين بنسبة بلغت النصف قدرت بـ 50%، تلاها قادة الدول العربية بنسبة بلغت 30.33%، و في الأخير الرئيس السابق للجمهورية الجزائرية بنسبة قدرت بـ 28.58%. و يرجع اهتمام الصحيفة بقادة دول العالم نتاج الصراعات السياسية و الدبلوماسية التي يشهدها العالم اليوم، و قد احتل الرئيس الأمريكي الصدارة من حيث أكثر القادة السياسيين تداولاً في الصحيفة نظراً للسياسة الخارجية التي ينتهجها خاصة في الشرق الأوسط منذ توليه رئاسة الولايات المتحدة الأمريكية.

## 2. شخصيات حكومية و دبلوماسية:

يبين الجدول رقم (62) أعلاه بأن أكثر الشخصيات الحكومية و الدبلوماسية تداولاً في محتوى صحيفة الشروق أون لاين هم الوزراء بنسبة بلغت 77.60%، تلاها المتحدثين باسم الرئاسة بنسبة قدرت بـ 9.40%، ليليها بعد ذلك البرلمانين بنسبة قدرت بـ 7.80%، و أخيراً السفراء بنسبة بلغت 5.20%. و يعود اهتمام الصحيفة بالوزراء كأكثر الشخصيات الحكومية تواجداً لتغطية الصحيفة زيارتهم الميدانية التي يتفقدون من خلالها سير المشاريع التنموية التي جاؤوا بها في حقائبهم الوزارية.

## 3. شخصيات أمنية:

يلاحظ من خلال الجدول رقم (62) كذلك بأن المتحدثين باسم الدرك الوطني قد تصدروا الشخصيات الأمنية الأكثر تواجداً في محتوى صحيفة الشروق أون لاين بنسبة فاقت النصف قدرت بـ 51.01%، ليليها قائد الأركان نائب وزير الدفاع بنسبة قدرت بـ 39.39%، و أخيراً المتحدثين باسم الحماية المدنية بنسبة بلغت 9.60%. و تشير هذه النتائج التي تصدرها المتحدثين باسم الدرك الوطني لكونهم يعتبرون مصادر رسمية يقدمون حصيلة مثلاً لحوادث المرور.

## 4. شخصيات المجتمع المدني:

يشير الجدول رقم (62) أعلاه بأن أكثر شخصيات المجتمع المدني تداولاً في محتوى صحيفة الشروق أون لاين هم الأمناء العامين للنقابات بنسبة قدرت بـ 38.46%، يليها رؤساء الأحزاب بنسبة 36.19%، ثم أخيراً يأتي رؤساء الجمعيات بنسبة قدرت بـ 25.35%. و يعود تصدر أمناء الأحزاب لشخصيات المجتمع المدني الأكثر تواجداً في محتوى الصحيفة للاعتماد عليهم كمصادر للتعرف على مطالب العمال الذين ينضون ضمن هذه النقابات خاصة و أن الجزائر شهدت في سنة 2018 احتجاجات للمعلمين و الأطباء المقيمين لذلك كانت نقابات التربية و التعليم و تنسيقية الأطباء المقيمين تعمل دور المفاوضات مع الجهات الحكومية المختصة لإيصال مطالب العمال في القطاعين والتفاوض من أجل إيجاد حل وسط إضافة إلى كونها كانت المتحدث باسمهم في وسائل الإعلام.

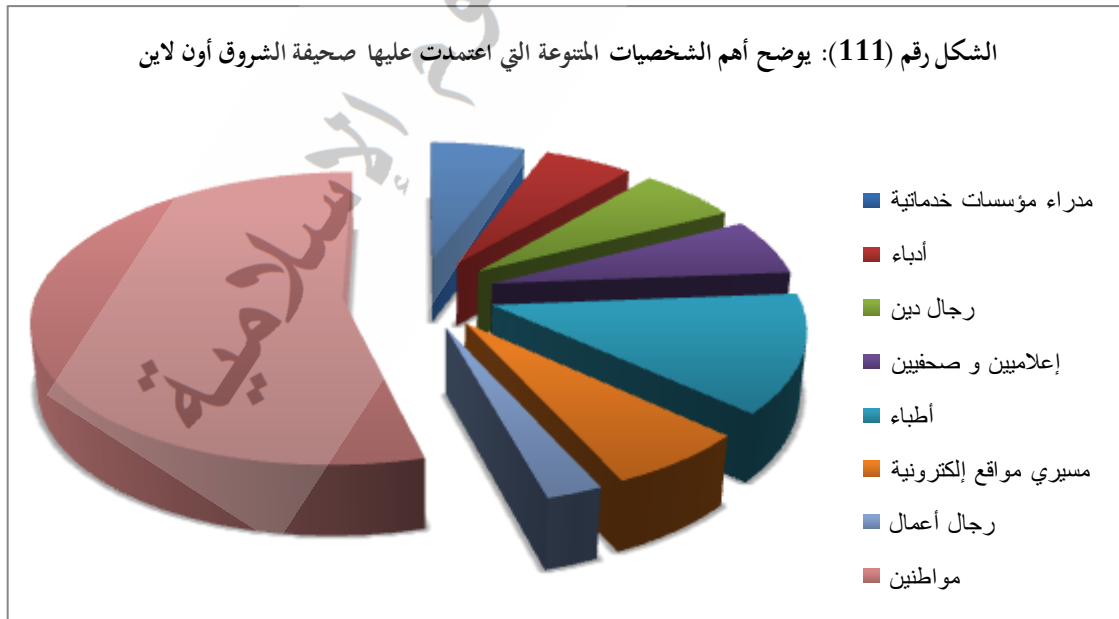
## 5. الشخصيات الأخرى (المتنوعة):

تصنف ضمن هذه الفئة مجموعة من الشخصيات الفاعلية في الأحداث التي عالجتها صحيفة الشروق أون لاين و التي لم تدرج ضمن التصنيفات السابقة، و للتفصيل فيها أكثر يمكن إدراجها مفصلة في الجدول التالي:

الجدول رقم (63): يبين أهم الشخصيات المتنوعة التي اعتمدت عليها صحيفة الشروق أون لاين

الرقم	فئة الشخصيات الأخرى (المتنوعة)	ك	ن %
01	مدراء مؤسسات خدمتية	78	5.78
02	أدباء	74	5.49
03	رجال دين	83	6.15
04	إعلاميين و صحفيين	85	6.30
05	أطباء	177	13.12
06	مسيرى مواقع إلكترونية	86	6.38
07	رجال أعمال	34	2.52
08	مواطنين	732	54.26
	المجموع	1349	100

المصدر: من إعداد الباحثة



يتضح من الجدول رقم (63) أعلاه بأن نسبة اعتماد الصحيفة على تصريحات المواطنين أو اعتبارهم عنصر فاعل في المواضيع التي تنشرها بلغت 54.26%، تلاها الأطباء بنسبة 13.12%، ثم في المركز الثالث مسيري مواقع إلكترونية بنسبة 6.38%، و بعدها الإعلاميين و الصحفيين بنسبة 6.30%، ليليها في المركز الخامس رجال الدين بنسبة بلغت 6.15%، ثم مدراء المؤسسات الخدمائية بنسبة 5.78%، ليليها الأدباء و الكتاب بنسبة 5.49%، في حين جاء ترتيب رجال الأعمال في المركز الأخير بنسبة قدرت بـ 2.52%.

تشير هذه النسب المتفاوتة في الشخصيات المتنوعة التي اعتمدت عليها صحيفة الشروق أون لاين و التي تصدرها المواطنين بأنها تهتم بنقل انشغالات المواطنين و جعلهم فاعلين في العديد من المواضيع خاصة التي ترتبط بحياتهم اليومية ، حيث لاحظت الباحثة أثناء الدراسة التحليلية بأن الصحفي يعتمد على المواطنين كفاعلين في المحتوى الصحفي خاصة في الريبورتاجات و الجولات الاستطلاعية التي يستهدف من خلالها معالجة ظاهرة اجتماعية معينة قد يكون لها أثر سلبي أو ايجابي في المجتمع الجزائري. مثل الاستطلاعات التي قام بها صحفيون في أسواق الخضرة و الفواكه أثناء شهر رمضان الكريم أين سمعوا رأي المواطن الجزائري في غلاء و ارتفاع الأسعار مقارنة بانخفاض مستواه المعيشي.

## 6. شخصيات بقطاع الرياضة:

يبين الجدول رقم (62) بأن أكثر الشخصيات بقطاع الرياضة تواجدا في محتوى الصحيفة هم اللاعبين بنسبة قدرت بـ 55.95% و تلاها المدربين بنسبة 36.42%، ثم جاء في المركز الثالث والأخير رؤساء الاتحاديات الرياضية بنسبة بلغت 7.63%. و يعود تصدر اللاعبين لقائمة الشخصيات الرياضية لكون الصحيفة تهتم خاصة بالمحترفين بالخارج خاصة الذين في الدوريات الأوروبية ، كما زاد اهتمامها بهم في إطار تصفيات كأس أمم افريقيا و التحضيرات التي قاموا بها للبطولة المقامة في مصر 2019.

## 7. شخصيات فنية:

يوضح الجدول رقم (62) بأن الممثلين تصدروا الشخصيات الفاعلة في قطاع الفن بنسبة بلغت 49.72%، ثم بعدها المخرجين السينمائيين بنسبة قدرت بـ 25.41%، أما المغنيين فقد تذيّلوا الترتيب بنسبة بلغت 24.86%. و تشير هذه النتائج لكون حديث الصحافة عن الممثلين ضمن تقاريرها الإخبارية أو أحاديثها الصحفية بشكل كبير يعود لتمكينهم إما من التعريف بأعمالهم الدرامية والسينمائية أو للحدث معهم عن أعمال ناجحة قدموها، و تزامن ذلك خاصة مع الموسم الرمضاني أين أضحى الممثلين يتنافسون فيما بينهم للاستحواذ على انتباه المشاهد الجزائري الذي تعددت الإختيارات أمامه.

## 8. الخبراء و الباحثين :

يوضح الجدول رقم (62) بأن الصحيفة اعتمدت بشكل كبير على رأي الخبراء في مجال علم النفس بنسبة بلغت 23.86%، تلاهم خبراء في علم الاجتماع بنسبة 22.41%، ثم الأساتذة الجامعيين الباحثين بنسبة قدرت بـ 16.80%، ليليهم الخبراء في مجال السياسة بنسبة 15.56%. في حين جاءت نسبة الاعتماد على الخبراء في مجال علم الاقتصاد بنسبة بلغت 8.51%، تلاها مدراء المراكز البحثية بنسبة قدرت بـ 7.68%، و أخيرا جاء الاعتماد على الخبراء في القانون بنسبة بلغت 5.19%. و يشهد اهتمام الصحيفة برأي الخبراء و الباحثين في علم النفس و الاجتماع خاصة في معالجة و تفسير الظواهر الاجتماعية التي تشهد انتشارا واسعا في المجتمع الجزائري كظاهرة العنوسة، والطلاق، و انتشار الكيراتين بين الشباب الجزائري، و ذلك لتشخيص الظاهرة و إيجاد حلول لها من وجهة نظر نفسية و اجتماعية تبرر انتشارها أو تفشيها.

## الفصل السادس:

تقييم مستخدمي صحيفة الشروق أون لاين

لمدى التزامها بالمعايير الفنية و المهنية للصحافة

الإلكترونية

الفصل السادس: تقييم مستخدمي صحيفة الشروق أون لاين مدى  
التزامها بالمعايير الفنية والمهنية للصحافة الإلكترونية

المبحث الأول: عرض و تحليل إجابات أفراد العينة حول مدى التزام صحيفة الشروق

أون لاين بالمعايير الفنية و المهنية للصحافة الإلكترونية

المبحث الثاني: اختبار فروض الدراسة الميدانية و مناقشة نتائجها

أولاً: اختبار الفرضيات المتعلقة باختبار إجابات أفراد العينة حول مدى التزام صحيفة  
الشروق أون لاين بالمعايير المهنية للصحافة الإلكترونية تعزى لسماحهم العامة

ثانياً: اختبار الفرضيات المتعلقة باختبار إجابات أفراد العينة حول مدى التزام صحيفة  
الشروق أون لاين بالمعايير الفنية للصحافة الإلكترونية تعزى لسماحهم العامة



تعتبر الصحافة الإلكترونية اليوم من أهم المصادر الإلكترونية التي يعتمد عليها المستخدمين في الحصول على المعلومات و للتفاعل مع محتوياتها عن طريق التعليق، إعاة النشر في مواقع التواصل الاجتماعي و غيرها من الخدمات التفاعلية التي تقدمها الصحافة الإلكترونية على اعتبارها أنها من مفرزات الثورة التقنية الحديثة التي غيرت في طريقة نشر و تلقي المعلومات. و كامتداد لفصل الدراسة التحليلي يهدف هذا الجزء التطبيقي إلى التعرف على تقييم متصفح صحيفة الشروق أون لاين مدى التزامها بالمعايير الفنية و المهنية للصحافة الإلكترونية و هذا بغية تسليط الضوء على أهم عنصر من عناصر العملية الاتصالية و هو الجمهور أي مستخدمي الوسيلة . لذا لجأت الباحثة في هذا الفصل لاستخدام عدة أساليب إحصائية تمكن من اختبار فروض الدراسة و التي تسعى في مجملها للتعرف على طبيعة و اتجاهات الفروق في مستويات إجابات أفراد العينة قيد الدراسة و البالغ عددها 250 مفردة حول المعايير الفنية و المهنية بصحيفة الشروق أون لاين تعزى لسماتهم العامة كالجنس، السن، المستوى التعليمي و الوظيفة.

## الفصل السادس: تقييم مستخدمي صحيفة الشروق أون لاین مدى التزامها بالمعايير الفنية والمهنية للصحافة الإلكترونية:

المبحث الأول: عرض و تحليل إجابات أفراد العينة حول مدى التزام صحيفة الشروق أون لاین بالمعايير الفنية و المهنية للصحافة الإلكترونية:

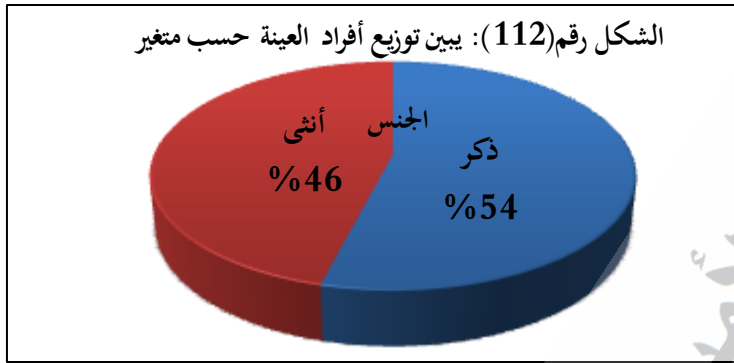
أولاً: السمات العامة لأفراد العينة :

الجدول رقم(64) : يوضح توزيع أفراد العينة حسب متغيرات السمات العامة

متغيرات السمات العامة لأفراد العينة	ك	ن %
الجنس	ذكر	54
	أنثى	46
	المجموع	100
السن	من 20 إلى 30 سنة	56.00
	من 31 إلى 40 سنة	32.00
	من 41 إلى 50 سنة	08.40
	أكثر من 51 سنة	03.60
	المجموع	100
المستوى التعليمي	مستوى ثانوي	5.60
	مستوى جامعي	54.80
	دراسات عليا	39.60
	المجموع	100
الوظيفة	طالب (ة)	34.00
	موظف(ة)	52.40
	عامل حر	09.20
	متقاعد	02.40
	بطل	02.00
	المجموع	100

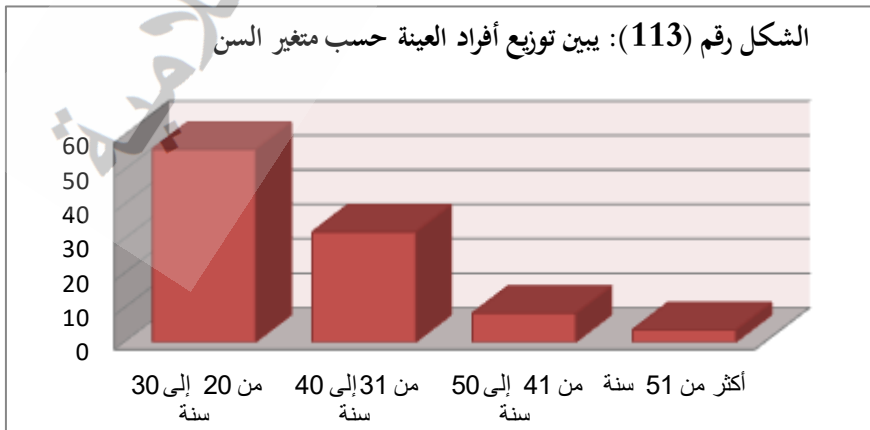
المصدر: من إعداد الباحثة بالاعتماد على مخرجات برنامج Spss25

## 1. متغير الجنس:



يبين الجدول رقم (64) و الذي يوضح توزيع أفراد العينة حسب متغير الجنس بأن عدد الذكور قد بلغ 135 ذكر بنسبة قدرت بـ 54%، في حين قدر عدد الإناث بـ 115 أنثى بنسبة بلغت 46%. ويعزى اختلاف عدد العينة المدروسة إلى طبيعة التركيبة الاجتماعية و الثقافية للذكور و الإناث و الذي بدوره ينعكس على طبيعة المواضيع التي تدخل في اهتمامات كل منهما، فنجد مثلا بأن المواضيع السياسية والاقتصادية و الأمنية تدخل في دائرة اهتمام الذكور أكثر من الإناث اللاتي ينصب اهتمامهن على ما يتعلق بالشأن الاجتماعي و الثقافي و الفني و كذلك ما يتعلق بعالم الجمال و الطبخ. و نلاحظ من خلال النسبتين أن هنالك تقارب فيما بينهما ما يدل على أن التكنولوجيا الحديثة غيرت العديد من المفاهيم التقليدية حول اهتمامات المرأة، فنسبة 46% من الإناث ممن يتصفحن موقع الشروق أون لاين يعد مؤشرا جيدا قد يرجع لشهرة الموقع و سمعته و جماهيريته الواسعة، كما يرجع لتوسع اهتماماتهن لتشمل كافة المجالات.

## 2. متغير السن:



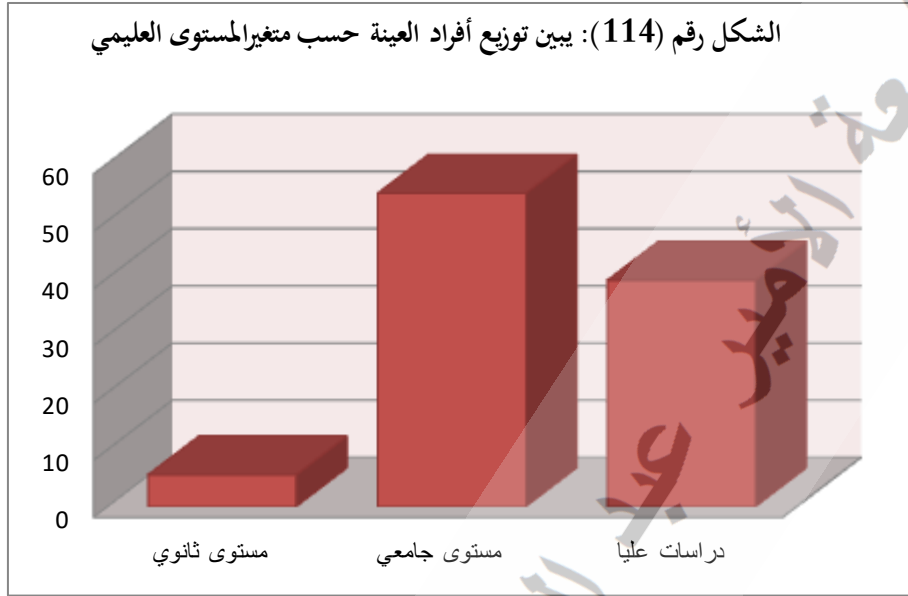
يلاحظ من خلال الجدول رقم (64) و الذي يبين توزيع أفراد العينة حسب متغير السن بأن أغلب متصفحى صحيفة الشروق أون لاين هم من الشباب و الذين تتراوح أعمارهم بين 20 إلى 30 سنة بنسبة قدرت ب 56% ، ثم تأتي في المركز الثاني الفئة العمرية ما بين 31 إلى 40 سنة أي من متوسطي العمر بنسبة بلغت 32% ، ثم تليها فئة الذين تتراوح أعمارهم ما بين 41 إلى 50 سنة بنسبة قدرت ب 8.40% ، لتكون أقل نسبة من نصيب الذين يبلغون من العمر أكثر من 51 سنة بنسبة 3.60%.

تشير كذلك القراءة الكمية لهذه النتائج إلى أن معظم الذين يتصفحون صحيفة الشروق أون لاين من الشباب و هذا يعود لكون هذه الشريحة هي الأكثر استخداما للإنترنت و التي تميل لتصفح الأخبار من خلالها ، خاصة و أن هذه الفئة العمرية واكبت الانفتاح على القنوات الاتصالية الحديثة على عكس الفئات العمرية الأخرى و التي بذلت جهدا مضاعفا في محاولة اللحاق بركب التكنولوجيا و هو ما يفسر انخفاض نسبة تصفحها لصحيفة الشروق أون لاين خاصة من الذين يبلغون أكثر من 51 سنة و الذين يميلون لمطالعة الصحف الورقية كما تعودوا سابقا أكثر من تصفح الصحف الإلكترونية.

اتفقت هذه النتائج مع معظم ما خلصت إليه الدراسات في هذا المجال و التي أكدت بأن غالبية مستخدمي الإنترنت من الشباب مع عدم إغفال باقي الفئات، وأصبح لدى المستخدم الفرصة لتمرير الخبر الذي يريده إلى العديد من أصدقائه بمجرد الضغط على زر واحد و هو "Share" ، كما أن لديه الفرصة للتعليق بشكل مباشر على الموضوع ونشر رده في نفس اللحظة، حيث تتيح العديد من المواقع كتابة التعليق في أسفل المقال أوالموضوع،وينشر الرد آلياً دون الخضوع لأي رقابة. وتقوم بعض المواقع بتمرير الرد أولاً على مسئول التحرير حتى لا يتم نشر شتائم أو كلام مناف للآداب فقط بينما تفضل مواقع اخرى النشر حتى لو به ما يخالف الآداب من أجل الحرية و عدم وضع رقابة بأي صورة من الصور.<sup>1</sup>

<sup>1</sup> علي عبد الفتاح كنعان ، الصحافة الإلكترونية العربية، مرجع سابق ، ص 150.

### 3. متغير المستوى التعليمي:



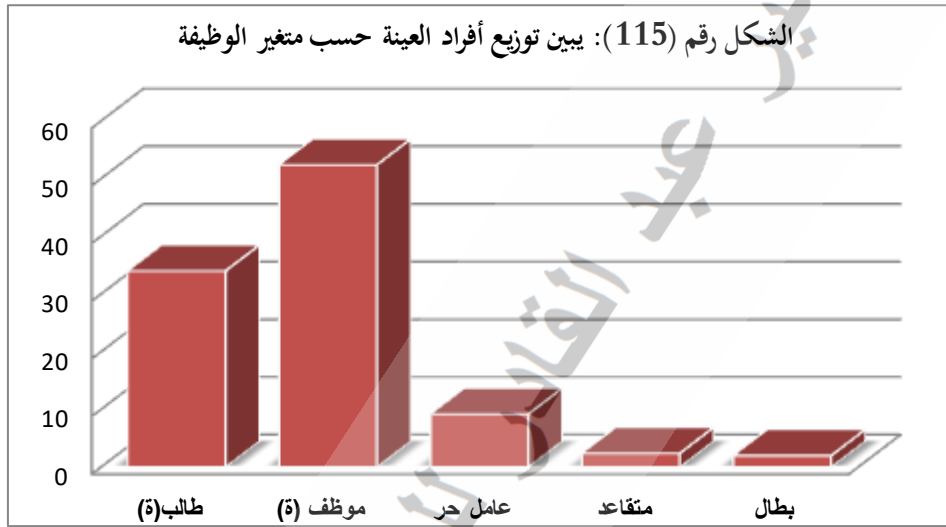
يلاحظ من خلال بيانات الجدول رقم (64) و الذي يبين توزيع أفراد العينة حسب متغير المستوى التعليمي بأن أغلب مصفحي صحيفة الشروق أون لاين من أفراد العينة كانوا من ذوي التعليم الجامعي بنسبة قدرت ب 54.80% ، و تلاها فئة الذين يكملون أو أكملوا دراساتهم العليا بنسبة بلغت 39.60%، في حين كانت المرتبة الثالثة من نصيب ذوي التعليم الثانوي بحوالي 5.60% .

يمكن تفسير استحواذ اهتمام ذوي المستوى الجامعي على تصفح صحيفة الشروق أون لاين لكونها تنشر عبر وسيط شبكي يستوجب ضرورة معرفة التعامل مع كل ما هو جديد أتاحتها التكنولوجيا الحديثة ، لذا نجد بأن طبيعة الصحافة الإلكترونية باعتبارها مستحدث إعلامي أفرزته التقنيات الحديثة يجعلها نخبوية في المقام الأول و هو ما يفسر اهتمام الطبقات المثقفة و ذوي التعليم الجامعي بالإطلاع على محتوياتها ، لكن يتوقع أن تصبح شعبية أكثر مع تقادم التقنية مثلما كان الحال مع بدايات ظهور الصحافة الورقية التي كانت نخبوية ثم اكتست بعد ذلك طابع الشعبية لتقلص معدل الأمية و التطورات التقنية التي شملت كافة مراحل العمل الصحفي وصولا لطبيعة الوسيلة و الجمهور المستهدف.

يعود التفسير الثاني لتزايد عدد مشتركى الإنترنت خاصة و أن الجزائر تشهد تطور في هذا المجال عن طريق الانتقال إلى الجيل الرابع من الإنترنت ، حيث قدر إجمالي عدد مستخدمي الإنترنت في الجزائر حسب التقرير السنوي الصادر في سنة 2019 عن منصة إدارة وسائل التواصل الاجتماعي

"هوتسويت Hootsuite\*" بجوالي 24.48 مليون شخص أي ما يقدر بـ 58% من إجمالي عدد السكان المقدر بـ 42.3 مليون نسمة ، حيث بلغت نسبة زيادة أعداد مستخدمي الإنترنت في الجزائر حسب ذات التقرير مقارنة بالتقرير الصادر سنة 2018 بـ 17% أي بجوالي ثلاث ملايين مستخدم لتحتل الجزائر بذلك المرتبة الـ 20 عالميا من حيث نمو عدد مستخدمي الإنترنت.<sup>1</sup>

#### 4. متغير الوظيفة:



يتبين من خلال الجدول رقم (64) بأن نسبة الموظفين في مختلف القطاعات قد تفوقت على بقية المهن الأخرى بنسبة قدرت بـ 52.40%، تلتها نسبة الطلبة في المرتبة الثانية بنسبة قدرت بـ 34%، أما المركز الثالث فكان من نصيب أصحاب المهن الحرة بجوالي 9.20%، تلتها في المركزين الأخيرين الرابع و الخامس على التوالي كل من المتقاعدين بنسبة 2.40% و البطالين بنسبة قدرت بـ 2% و يرجع تصدر الموظفين ترتيب ذوي المهن ممن يتصفحون صحيفة الشروق أون لاين بسبب أولا بالنسبة للموظفين في الشركات أو المؤسسات الخدمائية سواء كانت عامة أو خاصة فخدمة الإنترنت

<sup>1</sup> Hoot suite, "Algeria : Report digital 2019", January 2019, Available at : <https://digitall-agency.com/wp-content/uploads/2019/08/Chiffres-digital-2019-Alge%CC%81rie.pdf> , Retrieved at: 20/11/2019.

\* Hootsuite هوتسويت: تم إنشاء منصة إدارة وسائل التواصل الاجتماعي (هوتسويت) عام 2008 من قبل راين هولمز Ryan Holmes ، حيث تقدم هذه المنصة تقارير سنوية على تطور و نمو مستخدمي شبكة الإنترنت و مواقع التواصل الاجتماعي كما تقدم معلومات دقيقة حول أهم المواقع التي يرتادها المستخدمين في بلد ما .

(Hootsuite, "About", Available at : <https://hootsuite.com/fr/about>, Retrieved at: 20/11/2019 )

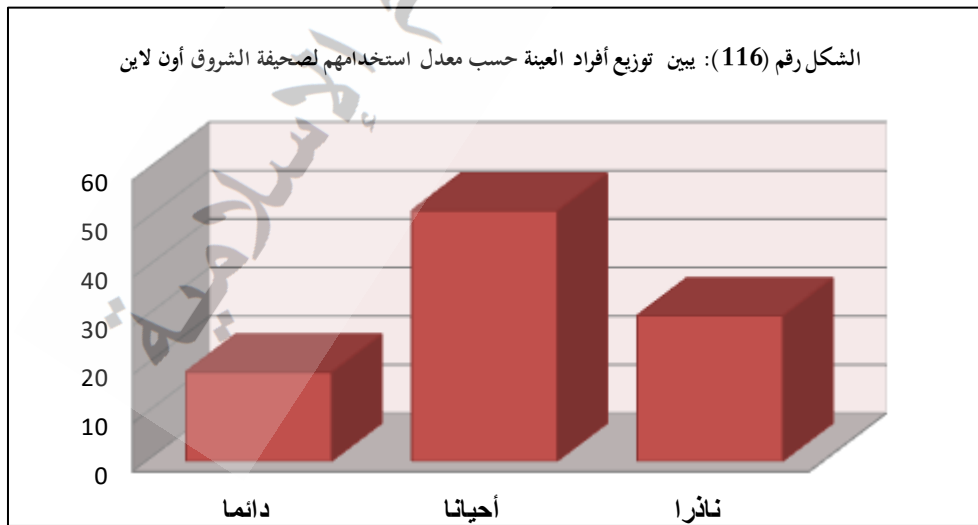
متاحة في مكاتبهم ما يجعل الولوج لصحيفة الشروق أون لاين سهلا . في حين يرجع السبب الثاني لكون الموظفين في القطاعات الأخرى المتعلقة بالتعليم العالي أو التعليم الابتدائي، المتوسط و الثانوي مثلا فقد سجلنا ارتفاعا في الاستجابة مع الباحثة للإجابة على الاستمارة و يعود ذلك لكونهم من نخبة المجتمع من ذوي المستوى الجامعي ما يجعلهم شغوفين بالاطلاع على آخر المستجدات الوطنية، والعربية، و العالمية.

### ثانيا: عادات مستخدمي صحيفة الشروق أون لاين و دوافع تصفحهم لها:

الجدول رقم(65): يبين توزيع أفراد العينة حسب معدل استخدامهم لصحيفة الشروق أون لاين

معدل استخدام صحيفة الشروق أون لاين	ك	ن %
دائما	46	18.40
أحيانا	129	51.60
نادرا	75	30.00
المجموع	250	100

المصدر: من إعداد الباحثة بالاعتماد على مخرجات برنامج Spss25



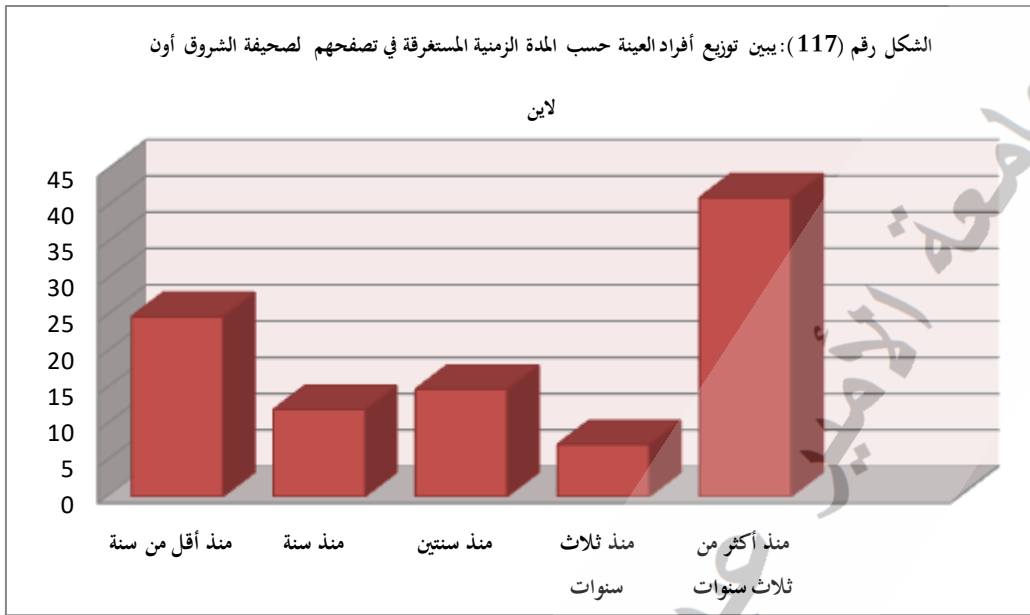
يلاحظ من خلال الجدول رقم (65) أعلاه و الذي يبين معدل استخدام صحيفة الشروق أون لاين بأن أغلب المبحوثين يتصفحونها أحيانا بنسبة تقدر بـ 51.60% ، بينما يتصفحها ما نسبته 30% منهم الصحيفة بشكل نادر ، في حين كانت نسبة من يتصفحها بشكل دائم تقدر بـ 18.40%. و يمكن تفسير ارتفاع نسبة المبحوثين الذين يتصفحون صحيفة الشروق أون لاين أحيانا لعدة أسباب أهمها لكون أغلبية أفراد العينة من الطلبة الجامعيين و الموظفين و بالتالي يكونون في أغلب أوقاتهم منشغلين بمتطلبات الدراسة الجامعية و الوظيفة قد يكون هذا عائقا أحيانا لتصفح الصحيفة بشكل مستمر و دائم. كما يعود السبب كذلك لاعتماد المستخدمين حاليا على مواقع التواصل الاجتماعي كمصادر لاستقاء المعلومات حول ما يدور في محيطهم المحلي أو الوطني و حتى العالمي خاصة و أن ولوجهم لهذه المواقع يكون بصفة دائمة و مستمرة ما يجعلها تستحوذ على أوقات فراغهم.

الجدول رقم(66): يبين توزيع أفراد العينة حسب المدة الزمنية المستغرقة في تصفحهم لصحيفة الشروق أون لاين

المدة الزمنية المستغرقة في تصفحهم لصحيفة الشروق أون لاين	ك	ن%
منذ أقل من سنة	62	24.80
منذ سنة	30	12.00
منذ سنتين	37	14.80
منذ ثلاث سنوات	18	07.20
منذ أكثر من ثلاث سنوات	103	41.20
المجموع	250	100

المصدر: من إعداد الباحثة بالاعتماد على مخرجات برنامج Spss25





يلاحظ من خلال معطيات الجدول رقم (66) والذي يبين توزيع المبحوثين حسب متى بدأ تصفحهم لصحيفة الشروق أون لاين بأن أغلب المبحوثين بدأ تصفحهم لصحيفة الشروق أون لاين منذ أكثر من ثلاث سنوات بنسبة قدرت بـ 41.20%، ثم تلاها من بدأوا في تصفحها منذ أقل من سنة بنسبة 24.80%، في حين جاء المركز الثالث لمن تصفحوها منذ سنتين بنسبة قدرت بـ 14.80% لتليها في المركز الذي يليه من تصفحوها منذ سنة بنسبة بلغت 12%، و أخيرا نسبة 07.20% لمن بدأ بتصفحها منذ ثلاث سنوات.

تعزى هذه النتائج كذلك لمجموعة من الأسباب أولا يرجع تصفح المبحوثين لصحيفة الشروق أون لاين منذ أكثر من ثلاثة سنوات لكون الصحيفة تأسست منذ سنة 2005 و قد كانت في مرحلتها الأولى واجة إلكترونية لنسختها الورقية ثم بعدها شهدت عدت تطورات تتلاءم و طبيعة الوسيط الذي تبث من خلاله و طبيعة التغييرات التي مست عملية التلقي من قبل الجمهور لتصبح منذ عام 2011 ضمن بوابة إلكترونية قائمة بذاتها توفر للزوار خدمات متعددة مراعية بذلك اختلاف مجالات اهتمامهم لتكون الصحيفة أهم موقع في البوابة من بين تسعة مواقع أخرى تختلف مجالاتها و تخصصاتها. كما أن صحيفة الشروق أون لاين قد اكتست شعبية منذ هذا التاريخ ما جعلها تحصد العديد من الجوائز المتعلقة بمدى تأثيرها على جمهورها و غيرها.

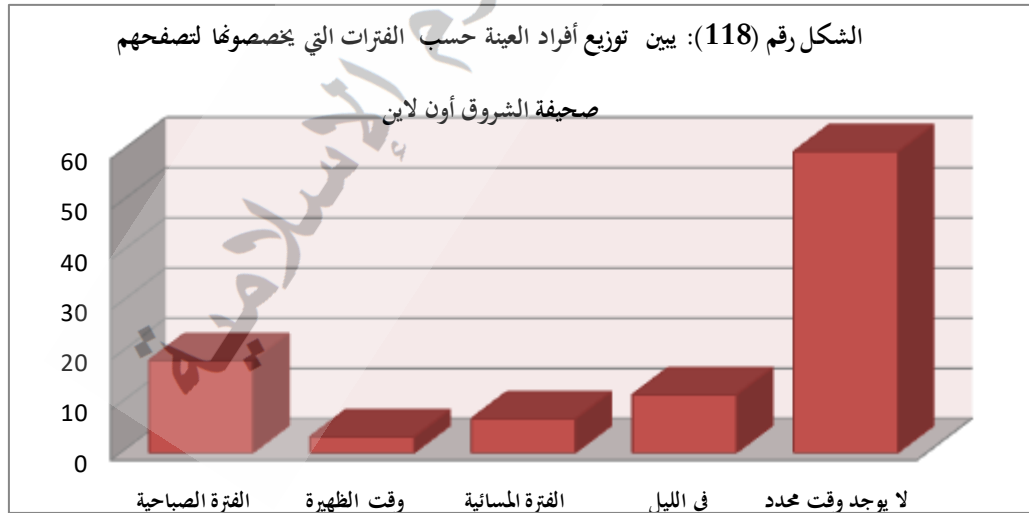
يعود السبب الآخر في كون الاتصال بشبكة الإنترنت أصبح متاحا للجميع، بعد أن كان الاتصال بالشبكة في السنوات الأولى للألفينيات منحصرًا في "مقاهي الإنترنت"، ثم انخفضت نسبة

الاعتماد عليها منذ سنوات 2013 أي بعد إطلاق وزارة البريد و تكنولوجيا الإعلام و الاتصال الجيل الثالث 3G للإنترنت ثم الجيل الرابع 4G سنة 2016 ، كما شهدت العديد من الولايات الجزائرية عصرة البنى التحتية للربط بشبكة الإنترنت عن طريق الربط بالألياف البصرية منذ 2017. و بالتالي فإتاحة الإنترنت في الهواتف المحمولة على وجه الخصوص جعل من تصفح صحيفة الشروق أون لاين متاحا و سهلا.

الجدول رقم(67): يبين توزيع أفراد العينة حسب الفترات التي يخصصونها لتصفح صحيفة الشروق أون لاين

فترات تصفح المبحوثين صحيفة الشروق أون لاين	ك	ن %
الفترة الصباحية	46	18.40
وقت الظهيرة	08	03.20
الفترة المسائية	17	06.80
في الليل	29	11.60
لا يوجد وقت محدد	150	60
المجموع	250	100

المصدر: من إعداد الباحثة بالاعتماد على مخرجات برنامج Spss25



توضح نتائج الجدول رقم (67) أنه لا يوجد وقت محدد يتصفح فيه أفراد العينة صحيفة الشروق أون لاين بنسبة قدرت بـ 60%، في حين يرى ما نسبته 18.40% بأنهم يفضلون تصفحها في الفترة الصباحية ، أما ما نسبته 11.60% يفضلون تصفحها في الليل بنسبة قدرت بـ 11.60%

ليليهم الذين يفضلون الاطلاع على ما تنشره الشروق أون لاين في الفترة المسائية بنسبة بلغت 6.80% وأخيرا جاءت نسبة الذين يتصفحونها وقت الظهيرة حوالي 3.20%. يمكن تفسير المعطيات الكمية السابقة وفقا لعدة أسباب ، فمن ناحية الوضعية الاجتماعية للمبحوثين خاصة النساء المتزوجات فلا يوجد لديهن وقت محدد لتصفح الصحيفة في ظل انشغالات الوظيفة في حال كانت المرأة موظفة ومتطلبات المنزل ، أما من الناحية المتعلقة بالوظيفة أو التعليم فأغلب الطلبة الجامعيين يفضلون الاطلاع على الصحيفة كذلك في أوقات متفرقة من اليوم نظرا لأوقات فراغاتهم ، في حين الموظفين يمكن أن يندرجوا ضمن الفئة التي تفضل تصفح الصفحة في الفترة الصباحية باعتبار و كما اسلفنا الذكر في الأسئلة السابقة لاحتواء مكاتبتهم على أجهزة كمبيوتر تمكنهم من الاطلاع على آخر المستجدات صباحا . كما يرجع التفسير المتعلق بالجانب التقني أي بضعف تدفق شبكة الإنترنت خاصة و أن ضعف الشبكة في كثير من الأحيان يصيب المتصفح بالملل نظرا لطول وقت تحميل موقع الصحيفة ما يحول دون تصفحه للصحيفة في وقت محدد بذاته .

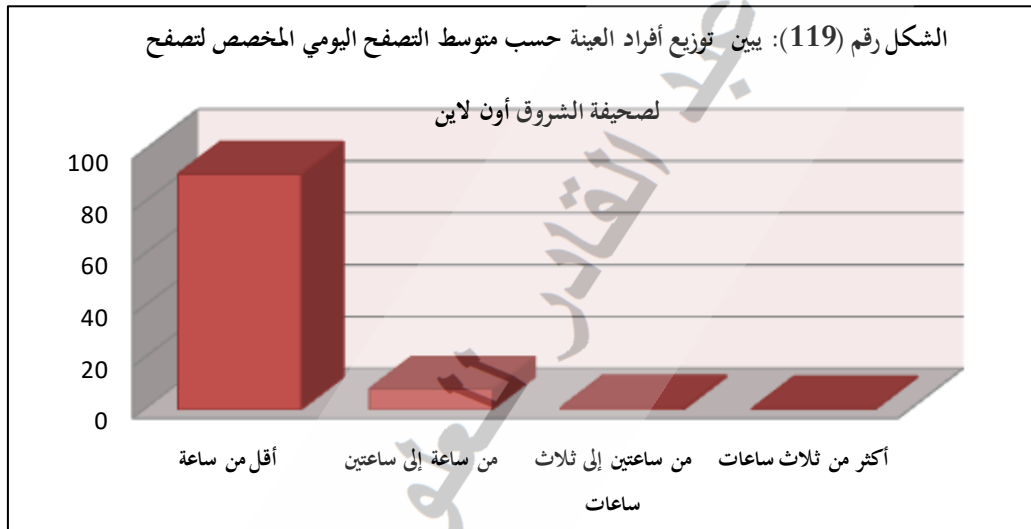
توافقت هذه النتائج مع الدراسة التي أجراها أوليركا ويس **Ulrika Wiss** سنة 2001 لمعرفة عادات قراء الصحف الإلكترونية، فوجد أن للناس عادات قرائية مختلفة للصحف الإلكترونية والتي أجمع أغلب المبحوثين على أنهم يتصفحونها أثناء النهار أو في المساء في العمل أو المدرسة ، كما أن تصفح الصحف الإلكترونية كانت تجري في تتابع قصير و هذا يشير إلى أن القراء كانوا يستعرضون سريعا للصحيفة الإلكترونية و يأخذون نظرة قصيرة على موقع الصحيفة كلما تسنى لهم ذلك.<sup>1</sup>

<sup>1</sup> عبد الأمير الفيصل، الصحافة الإلكترونية في الوطن العربي ص 168.

الجدول رقم(68): يبين توزيع أفراد العينة حسب متوسط التصفح اليومي المخصص لتصفح صحيفة الشروق أون لاين

متوسط التصفح اليومي المخصص لتصفح صحيفة الشروق أون لاين	ك	%ن
أقل من ساعة	227	90.80
من ساعة إلى ساعتين	20	08.00
من ساعتين إلى ثلاث ساعات	02	00.80
أكثر من ثلاث ساعات	01	00.40
المجموع	250	100

المصدر: من إعداد الباحثة بالاعتماد على مخرجات برنامج Spss25



يوضح الجدول رقم (68) بأن أغلبية الباحثين أي حوالي 90.80% من عينة الدراسة يتصفحون موقع صحيفة الشروق لأقل من ساعة ، بينما يتصفح ما نسبته 8% منهم من ساعة إلى ساعتين، فيما يرى ما نسبته 0.80% بأنهم تصفحهم يتراوح ما بين ساعتين إلى ثلاث ساعات، في حين تدنت نسبة الذين يتصفحونها لمدة تزيد عن ثلاث ساعات بحيث قدرت بـ 0.40%. و يرجع تصفح غالبية أفراد العينة لموقع صحيفة الشروق أون لاين لأقل من ساعة لعدة اعتبارات ترجع في مجملها لكون متصفح المواقع الصحفية والإخبارية يميل لمسح المحتوى الصحفي ضمن هذه المواقع فإذا أثار اهتمامه سيقوم بقراءة محتواه و يحدث العكس إلى لم يجد ما يلي اهتمامه. كما أن السبب الثاني يعود لإستحواذ شبكات التواصل الاجتماعي وأهمها الفايسبوك و اليوتيوب على اهتمام المستخدمين الذين

أصبحوا يعتمدونها كمصادر للاطلاع على آخر المستجدات في حين يعتبرون الصحف الإلكترونية وسيلة لمعرفة تفاصيله بالدرجة الثانية بعد الفيسبوك.

يعود كذلك ضعف معدل البقاء في موقع صحيفة الشروق أون لاين إلى عدم نجاح تصميمها الحالي في الاستحواذ على اهتمام القراء لأكثر من ساعة أو لتعقيده و عدم بساطته ، لذا نجد بأن هذه النتائج تتوافق مع الإحصائيات التي يعرضها موقع أليكسا **Alexa** حول الشروق أون لاين و الذي يظهر بأن متوسط الوجود الذي يستغرقه الزائر يوميا في تصفح موقع الصحيفة لا يزيد عن 3.59 دقيقة.<sup>1</sup> ويمكن تفسير هذه النتائج التي أوردتها الجدول رقم (68) من ناحية اخرى إلى وجود خلل ما في تصميم واجهة الصحيفة أو عناصر الملاحظة أو ضعف بناء المعلومات في الواجهة الرئيسية التي تمثل بوابة للدخول للروابط الداخلية ،فبمجرد توفر هذه الشروط يمكن القول بأنها تتمكن من الإستحواذ على اهتمام المصفح لمدة طويلة من الزمن فكلما كان تصميم الصحيفة جيد كلما كان إبراز المواضيع الهامة أحسن و كلما زاد ذلك من إقناع المستخدمين /المتصفحين للبقاء لأطول مدة ممكنة بغية الاطلاع على كل ما هو جديد في أقسام الصحيفة.

تنطبق هذه النتائج مع ما توصل اليه الباحث أليه جاكوب نيلسون **Jakob Nielsen** لكون الثواني العشرة الأولى من تصفح الصحف الإلكترونية أمر حاسم بالنسبة لقرار المستخدمين بالبقاء أو المغادرة فإذا نجح الموقع في جذب القراء لأكثر من 10 ثوان فإن المستخدمون سينتظرون عشرين ثانية أخرى لكي يغادروا الصفحة ،بحيث إذا زاد معدل بقاء المتصفح لأكثر من 30 ثانية في الاطلاع على محتوى الصحيفة يصبح معدل مغادرة المستخدمين لصفحة الصحيفة شخص في كل ثانية ، ولكن بمعدل أبطأ بكثير مما كان عليه خلال الثواني الثلاثين الأولى، لذا يرى نيلسون **Nielsen** أنه إذا تمكنت الصحيفة الإلكترونية من إقناع المستخدمين بالبقاء لمدة نصف دقيقة ، فهناك فرصة جيدة لأن يظلوا أطول وقت.<sup>2</sup>

<sup>1</sup>دراسة لموقع ألكسا **Alexa** ،متاحة عبر الرابط التالي:

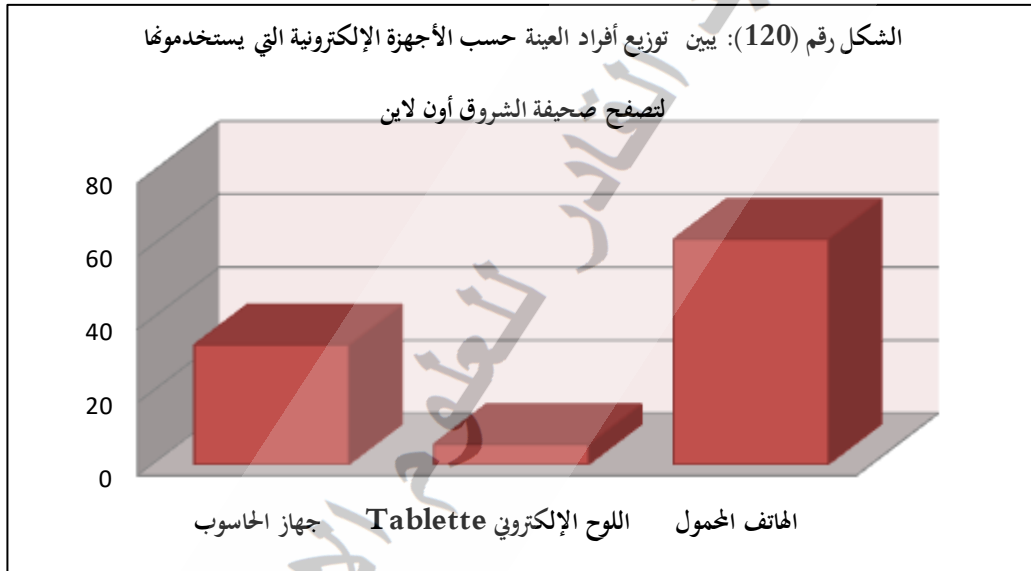
[https://www.alexa.com/siteinfo/echoroukonline.com#section\\_traffic](https://www.alexa.com/siteinfo/echoroukonline.com#section_traffic) ،تاريخ الزيارة: 2019/11/20

<sup>2</sup>Jakob Nielsen , "How Long Do Users Stay on Web Pages?", Nielsen Norman Group ,September 11, 2011, Availabl at: <https://www.nngroup.com/articles/how-long-do-users-stay-on-web-pages/>, Retrieved at: 20/11/2019.

الجدول رقم(69): يبين الأجهزة الإلكترونية التي يستخدمها أفراد العينة لتصفح صحيفة الشروق أون لاين

ن%	ك	الأجهزة الإلكترونية التي يستخدمها أفراد العينة لتصفح صحيفة الشروق أون لاين
32.74	111	جهاز الحاسوب
5.60	19	Tablette اللوح الإلكتروني
61.65	209	الهاتف المحمول
100	339	المجموع

المصدر: من إعداد الباحثة بالاعتماد على مخرجات برنامج Spss25



يوضح الجدول رقم (69) أعلاه بأن غالبية أفراد العينة يستخدمون جهاز الهاتف المحمول لتصفح صحيفة الشروق أون لاين بنسبة بلغت 61.65%، بينما يتصفحونها عن طريق الحاسوب في المرتبة الثانية بنسبة بلغت 32.74%، في حين بلغت نسبة عدد مستخدمي جهاز اللوح الإلكتروني في تصفح الشروق أون لاين 5.60%. و يعود تفضيل عينة الدراسة أجهزة الهواتف النقالة لتصفح الشروق أون لاين مقارنة باعتمادهم على الأجهزة اللوحية و الحاسوب، نظرا لكون الهواتف النقالة مثلما خلصت إليه دراسة ستيفن بيرتشي **Stefan Bertschi** قد خلقت نوعا جديدا من الثقافة المجتمعية المرتكزة على تفضيلات شديدة الخصوصية لتعريف الذات وتعريف الآخر، وارتبطت بهذه الثقافة نزوع واضح من

الأفراد إلى تفضيل التماس المعلومات من شخص لشخص أو من شخص لمجموعة أو من مجموعة لمجموعة، في مقابل عزوف واضح عن التماس المعلومات من المؤسسات أو الهيئات أو المنظمات المتخصصة في نشر المحتوى الإخباري ومن ضمنها مواقع الصحف الإلكترونية.<sup>1</sup>

تشير كذلك النتائج السابقة إلى كون تصميم الإصدار الجديد لصحيفة الشروق أون لاين يتجاوب مع الهواتف النقالة والأجهزة اللوحية وكذلك الحواسيب وذلك تماشياً مع التغيرات الحاصلة على الترافيك\* في الويب الذي أصبح مصدره في الغالب الأجهزة الكفية، والتي تمثل أكثر من 60% من مصادر تصفح بوابة الشروق الإلكترونية حسب الإحصائيات الحالية لسنة 2018. كما أطلقت بوابة الشروق تطبيق هاتفي متميز بنظام إشعارات يمكنك من متابعة آخر الأخبار على المستوى المحلي والعالمي.<sup>2</sup>

<sup>1</sup>Stefan Bertschi & Chris Locke & Peter Glotz, "Introduction: Mobile Phones and Mass Communications", Knowledge and Policy, Vol. 19, Issue. 2, June 2006,p13,Available at:[https://www.researchgate.net/profile/Stefan\\_Bertschi/publication/225509540\\_Introduction\\_Mobile\\_phones\\_and\\_mass\\_communications/links/585ffdf008ae6eb871a4396d/Introduction-Mobile-phones-and-mass-communications.pdf](https://www.researchgate.net/profile/Stefan_Bertschi/publication/225509540_Introduction_Mobile_phones_and_mass_communications/links/585ffdf008ae6eb871a4396d/Introduction-Mobile-phones-and-mass-communications.pdf),Retrieved at :21/11/2019.

<sup>2</sup> الشروق أون لاين، "إصدار جديد وحديث لبوابة الشروق الإلكترونية"، مقال منشور يوم 18 مارس 2018، متاح عبر الرابط

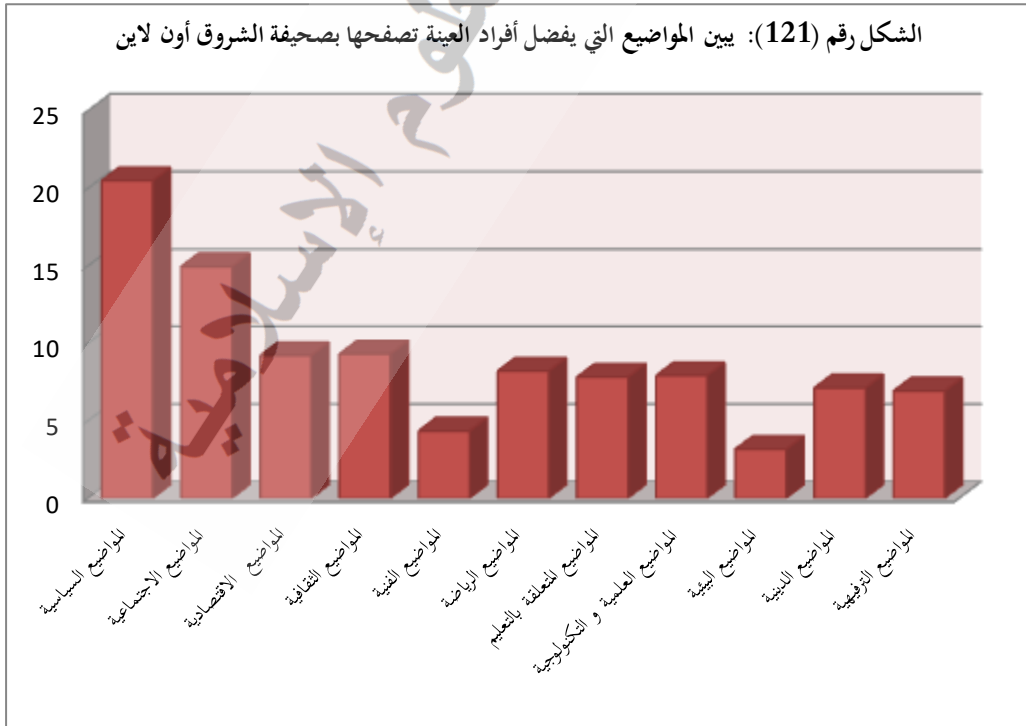
التالي: [www.echoroukonline.com](http://www.echoroukonline.com)/إصدار-جديد-وحديث-لبوابة-الشروق-الإلكترونية، تاريخ الزيارة: 2019/11/21.

\*الترافيك أو ما يسمى بحركة مرور الويب (بالإنجليزية: Web Traffic) هي كمية البيانات التي أرسلها أو استقبلها زوار موقع ويب. ويتحدد بعدد زوار الموقع وعدد الصفحات التي يزورونها. عادةً ما تراقب المواقع المرور الداخل إليها (incoming) والخارج منها (outcoming) كي تعرف أي من صفحاتها أو الأجزاء من صفحاتها هي الأكثر شهرة، ولتعرف ما هي الاتجاهات الشائعة للمستخدمين في استخدام الموقع، كأن تكون مثلاً إحدى الصفحات هي الأكثر زيارة من سكان بلد معين. (About, "Webtraffic", Available at: [http://dbpedia.org/page/Web\\_traffic](http://dbpedia.org/page/Web_traffic) , Retrieved at:21/11/2019

الجدول رقم(70): يبين أهم المواضيع التي يفضل أفراد العينة تصفحها بصحيفة الشروق أون لاین

المواضيع التي يفضل أفراد العينة تصفحها صحيفة الشروق أون لاین	ك	ن%
المواضيع السياسية	207	20.50
المواضيع الاجتماعية	151	14.95
المواضيع الاقتصادية	93	09.21
المواضيع الثقافية	94	09.31
المواضيع الفنية	49	04.85
المواضيع الرياضة	83	08.22
المواضيع المتعلقة بالتعليم	79	07.82
المواضيع العلمية و التكنولوجيا	80	07.92
المواضيع البيئية	32	03.17
المواضيع الدينية	72	07.13
المواضيع الترفيهية	70	06.93
المجموع	1010	100

المصدر: من إعداد الباحثة بالاعتماد على مخرجات برنامج Spss25





يوضح الجدول رقم(70) بأن هناك تباين في نسب المواضيع التي يرغب الباحثون في تصفحها بموقع الشروق أون لاين، حيث احتلت المواضيع السياسية الصدارة بنسبة قدرت بـ20.50% تلتها المواضيع الاجتماعية بنسبة 14.95%، بينما جاء تصفح المواضيع الثقافية في المركز الثالث بنسبة بلغت 9.31% ثم تلتها المواضيع الاقتصادية بنسبة 9.21%، لتأتي بعدها المواضيع الرياضية بنسبة قدرت بـ8.22%، في حين جاءت المواضيع العلمية و التكنولوجيا في المرتبة السادسة بنسبة 7.92%، تلتها المواضيع المتعلقة بالتعليم بنسبة قدرت بـ 7.82%، تلتها المواضيع الدينية بنسبة 7.13%، بينما المواضيع ذات الطابع الترفيهي بنسبة قدرت بـ6.93%، ثم تلتها المواضيع الفنية بنسبة قدرت بـ4.85%، لتكون المرتبة الأخيرة في المواضيع التي يتصفحها الباحثون المواضيع البيئية بنسبة 3.17%.

تتوافق هذه الدراسة مع النتائج التي تحصلت عليها الباحثة في جزء الدراسة التحليلية\* حيث جاء ترتيب المواضيع السياسية التي اهتمت بطرحها صحيفة الشروق أون لاين في صدارة المواضيع الأخرى ويعود اهتمام الجمهور بالمحتوى السياسي بالدرجة الأولى لسببين أولاً أن هذا النوع من المواضيع يشكل المادة الرئيسية التي اهتمت بها الصحيفة و بالتالي فاهتمام الجمهور بها يعود لكثافة معالجتها و الاهتمام بإيراد تفاصيل عنها خاصة و أن الدراساتين التحليلية و الميدانية كانتا في فترة تسبق الانتخابات الرئاسية التي كانت ستجرى في أبريل 2019 و كذا الحراك الشعبي في 22 فيفري 2019. المناهض للعهد الخمسة و للفساد السياسي الذي تعيشه الجزائر .

يعود السبب الثاني لهذه النتائج كذلك للميزات التي أتاحتها شبكة الإنترنت عن طريق تفاعل الجمهور مع القضايا السياسية وطنية كانت أم دولية ، فالفضاء الافتراضي منح المتلقي الذي كان سلبيا في السابق في تعامله مع وسائل الإعلام التقليدية فرصة لأن يكون فاعلا و متفاعلا منتجا و معلقا على الأحداث و الوقائع التي تشهدها الجزائر ، و بالتالي فالصحافة الإلكترونية الجزائرية على غرار صحيفة الشروق أون لاين قد خلقت فضاء تفاعليا من خلال خانة التعليق على المواد السياسية و غير السياسية ليعبر فيه المتصفح عما يريدون سواء توافق رأيهم مع طرح الصحيفة أو لا ، كما أنهم ينتقدون أم يتفاعلون مع ما يدور في الساحة السياسية في الجزائر التي تشهد نشاطا حاليا.

توافقت هذه النتائج مع ما خلصت إليه دراسة الباحث **طالب كبحول** حول مصداقية الصحافة الإلكترونية لدى الطلبة الجامعيين الجزائريين ، بأنه هناك فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة

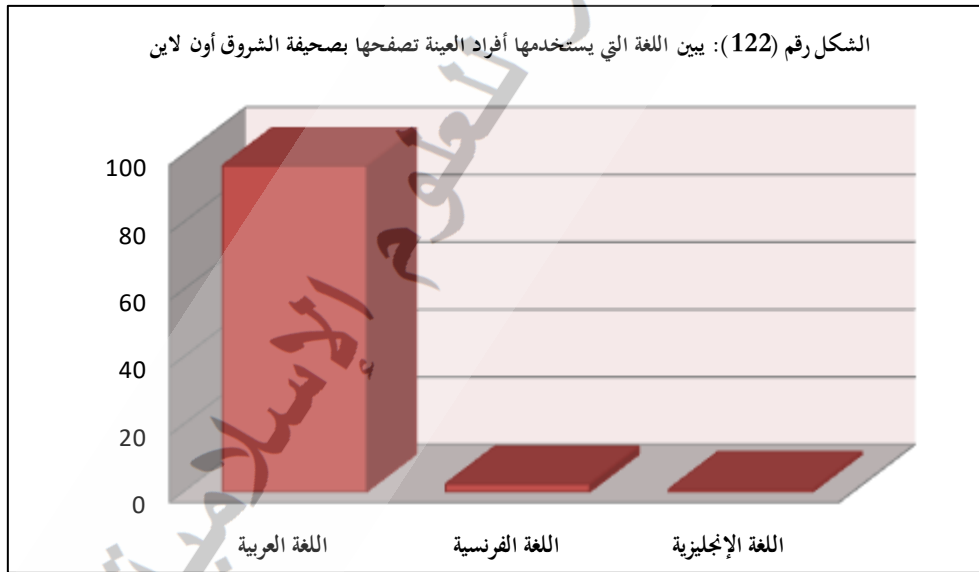
\*أنظر الصفحة 448 من الدراسة الحالية

0.01 في استخدام الباحثين الصحف الإلكترونية محل الدراسة لصالح " الأخبار السياسية" و التي تصدرت اهتمامات المواضيع الأخرى بنسبة 17.50% و التي أرجعها الباحث لكون الانترنت شكلت ملجأً جديد أو متنفس حقيقي للتعبير عن وجهات نظر سياسية لا يستطيع القارئ أن يعبر عنها في وسائل إعلام أخرى تجعله يتجه نحو هذه المنصات الإلكترونية للتعبير عن آرائه.<sup>1</sup>

الجدول رقم(71): يبين اللغة التي يستخدمها أفراد العينة لتصفح صحيفة الشروق أون لاين

اللغة التي يستخدمها أفراد العينة لتصفح صحيفة الشروق أون لاين	ك	ن%
اللغة العربية	242	96.80
اللغة الفرنسية	06	02.40
اللغة الانجليزية	02	00.80
المجموع	250	100

المصدر: من إعداد الباحثة بالاعتماد على مخرجات برنامج Spss25



يتبين من خلال البيانات الموضحة في الجدول رقم (71) بأن أغلب الباحثين يستعينون في تصفحهم و اطلاعهم على ما تنشره صحيفة الشروق أون لاين على اللغة العربية بنسبة قدرت بـ

<sup>1</sup> طالب كيجول، مرجع سابق، ص188.

96.80%، ثم تلاها الاستعانة باللغة الفرنسية في المرتبة الثانية بنسبة بلغت 2.40%، بينما احتل الاعتماد على اللغة الانجليزية في التصفح من قبل أفراد العينة المركز الأخير بنسبة 0.80%.

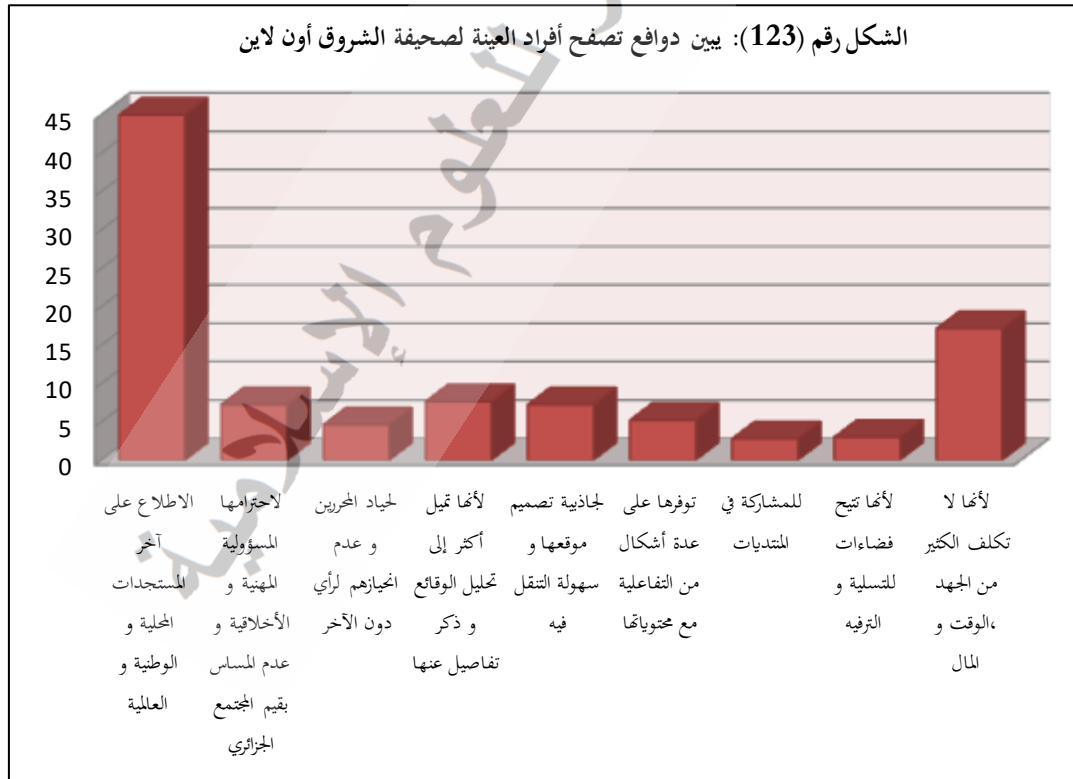
تظهر هذه النتائج بأن اللغة السائدة لتصفح صحيفة الشروق أون لاين هي اللغة العربية و هذا يرجع لكونها ناطقة باللغة العربية و موجهة بالدرجة الأولى للجمهور الجزائري مخاطبة إياه بلغته . كما تدل المعطيات المعروضة في الجدول السابق بأن موقع صحيفة الشروق أون لاين يتميز بتنوع أساليب بث المحتوى مراعي بذلك استخدام ثلاث لغات هي العربية ،الفرنسية و الإنجليزية في عرض المحتوى ، حيث و بمجرد فتح رابط الواجهة الرئيسية للصحيفة سيكون بإمكان المتصفح اختيار أي نسخة من نسخ الموقع الثلاث.

تؤكد كذلك النتائج السابقة على مراعاة صحيفة الشروق أون لاين بكونها تصدر ضمن شبكة عالمية، لذا حرصت على أن تخلق مكانة لها ضمن شبكة الإنترنت التي تتواجد بها الآلاف من المواقع الإخبارية و الصحفية العالمية و بالتالي استوجب عليها بأن تصدر بعدة لغات لتلبي احتياجات المتصفح المحلي بالجزائر و الجالية الجزائرية بالخارج، كما تلبي احتياجات متبعيها بالوطن العربي و المتصفح من دول العالم الأخرى من المهتمين بالشؤون الجزائرية و العربية و حتى الدولية مما تغطيه شبكة مراسلي صحيفة الشروق أون لاين.و يعود ضعف تصفح الصحيفة من قبل جمهورها باللغتين الإنجليزية و الفرنسية لنقص الكادر الصحفي الذي يحرر بهاتين اللغتين مقارنة بمحرري النسخة العربية ما يجعل محتوى الصحيفة بهاذين النسختين يحتوي على معلومات قليلة جدا مقارنة بالنسخة العربية .

الجدول رقم(72):يبين دوافع تعرض أفراد العينة لصحيفة الشروق أون لاين

دوافع تصفح أفراد العينة لصحيفة الشروق أون لاين	ك	ن %
الاطلاع على آخر المستجدات المحلية و الوطنية و العالمية	223	44.96
لاحترامها المسؤولية المهنية و الأخلاقية و عدم المساس بقيم المجتمع الجزائري	36	07.26
لحياد المحررين و عدم انحيازهم لرأي دون الآخر	23	04.64
لأنها تميل أكثر إلى تحليل الوقائع و ذكر تفاصيل عنها	38	07.66
لجاذبية تصميم موقعها و سهولة التنقل فيه	36	07.26
توفرها على عدة أشكال من التفاعلية مع محتوياتها	26	05.24
للمشاركة في المنتديات	14	02.82
لأنها تتيح فضاءات للتسلية و الترفيه	15	03.02
لأنها لا تكلف الكثير من الجهد،الوقت و المال	85	17.14
<b>المجموع</b>	<b>496</b>	<b>100</b>

المصدر: من إعداد الباحثة بالاعتماد على مخرجات برنامج Spss25



يلاحظ من خلال الجدول رقم (73) بأن الاطلاع على آخر المستجدات المحلية و الوطنية والعالمية يعتبر أهم دوافع تصفح الباحثين لصحيفة الشروق أون لاين بنسبة قدرت بـ 44.96%، تلاها دافع لكونها لا تكلف الكثير من الجهد، الوقت و المال 17.14%، في حين يرى ما نسبته 7.66% من الباحثين بأن دافعهم لتصفحها يعود لكونها تميل أكثر إلى تحليل الوقائع و ذكر تفاصيل عنها ويعود سبب تصفح الباحثين للشروق أون لاين أيضا و في المرتبة الرابعة لاحترامها المسؤولية المهنية والأخلاقية و عدم المساس بقيم المجتمع الجزائري و لجاذبية تصميم موقعها و سهولة التنقل فيه بنسب متساوية قدرت بـ 7.26%. لتليها في المركز الخامس سبب توفرها على عدة أشكال من التفاعلية مع محتوياتها بنسبة بلغت 5.24%، ليأتي بعدها دافع كونها تتميز بجياد المحررين و عدم انحيازهم لرأي دون الآخر بنسبة قدرت بـ 4.64%، ليليه دافع أنها تتيح فضاءات للتسلية و الترفيه بنسبة 3.02%، و في الأخير يرى الباحثين بأن الدافع أو سبب تصفحهم لصحيفة الشروق أون لاين الأخير مقارنة بالدوافع السابقة هو للمشاركة في منتديات الشروق بنسبة بلغت 2.82%.

تعزى هذه النتائج إلى أن الوظيفة المعرفية **Knowledge Function** تأتي في مقدمة الدوافع التي تقف وراء تصفح الباحثين لصحيفة الشروق أون لاين، لأن الفرد في حاجة إلى المعرفة التي تساعد على بناء إدراكه و تشكيل المعاني حتى يتمكن من الفهم و التفسير، و تحديد موقفه و اتجاهه من المثيرات التي يتعرض إليها في بيئته.<sup>1</sup> كما يعود ذلك لخاصية الفورية و الآنية التي تتميز بهما الصحافة الإلكترونية و التي تمكن المتصفح من الإطلاع على كل ما هو جديد من أحداث تشهدها الساحة المحلية، الوطنية، العربية و الدولية، خاصة و أنها تسعى لتحديث محتوياتها على مدار اليوم.

لا تفقد المعلومة - خاصة إذا كانت رقمية- قيمتها بالتقادم أو ظهور معلومات جديدة، وعندما توضع في الأرشيف، فهي تظل كذلك صالحة للاستخدام ومتوفرة من خلال محركات البحث، وقد تدر دخلا مستمرا طالما أن هناك من يطلبها. بينما تنتهي الصلاحية الاقتصادية للصحيفة أو المجلة الورقية بعد ساعات أو أيام من طرحها في الأسواق وظهور الأعداد الجديدة فتفقد قيمتها وتصبح مرتجعات (قد تباع بثمان بنجس).<sup>2</sup>

<sup>1</sup> رضا أمين، مرجع سابق، ص 180.

<sup>2</sup> محمد الأمين موسى، مرجع سابق، ص 05.

يعود سبب تصفح المبحوثين لصحيفة الشروق أون لاين في المرتبة الثانية لكونها لا تكلف المتصفح كثيرا من الجهد لضرورة اتباعها لمعايير في تصميم و بناء معلوماتها يقوم على يسر و قابلية قراءة و تصفح محتواها الصحفي ، ثم ثانيا لكونها لا تكلف الكثير من الوقت باعتبارها تتيح للمستخدمين الاطلاع على ما تم نشره قبل التحديث في خانة آخر الأخبار في الوقت الذي يريد فيه أن يتصفحها دون أن يلتزم بوقت محدد. بينما الجانب الثالث يتعلق بكونها لا تكلف الكثير من المال باعتبارها مجانية أي لا تخضع لخاصية الدفع قبل التعرض للمحتوى الصحفي مثلما هو الحال بالنسبة للصحف الإلكترونية التي تخضع لنموذج تقديم خدمات إعلامية بمقابل مادي.

تبين المعطيات الكمية السابقة بأن دوافع تصفح المبحوثين لصحيفة الشروق أون لاين فيما يتعلق بالناحية المهنية و الأخلاقية خاصة ما تعلق باحترامها للمسؤولية المهنية و الأخلاقية و عدم المساس بقيم المجتمع الجزائري و بحياة المحررين و عدم انحيازهم لرأي دون الآخر قد جاءت بنسب متوسطة و ضعيف مقارنة بالدافع الأول و الثاني ما يطرح سؤال عن مدى ثقة المبحوثين فيما تنشره الشروق أون لاين ومدى مراعاتها للمبادئ المهنية و الأخلاقية التي تمكن المبحوثين من تصفح ما تعرضه من محتوى لأسباب تتعلق بسمعتها المهنية و هذا ما ستعرض له الباحثة بالتفصيل في تحليل نتائج المحور الثالث من استمارة الدراسة الميدانية الحالية .

أظهرت النتائج -من جهة أخرى- أن دافع التسلية و الترفيه جاء في المرتبة ما قبل الأخيرة من أسباب تعرضهم لما تنشره الشروق أون لاين نظرا لكون الصحيفة لا تتيح محتويات تهتم بهذا الجانب بشكل كبير ، حيث تقتصر التسلية فقط في متابعة الكاريكاتير باعتباره يتناول الواقع بأسلوب هزلي ، بالإضافة إلى بعض الانفوغرافيك و الفيديوغرافيك رغم أنها تعالج بأسلوب و قوالب جادة تبعد كليا عن الطابع الترفيهي بالرغم من أن شبكة الإنترنت تعج بفضاءات للتسلية متنوعة ، ما يشير إلى ضعف تلبية الصحيفة لرغبات جمهورها المتعلق بهذا الجانب خاصة و أن دافع التسلية يضيء راحة و متعة لهروب المتصفح من مشاكلهم اليومية.

و يرجع اعتماد المشاركة في منتديات الشروق أون لاين كآخر دافع لتصفح الصحيفة لعدم اهتمام المستخدمين حاليا بالاشتراك في المنتديات نظرا لكون شبكات التواصل الاجتماعي قد غطت على الميزات التفاعلية التي كانت تتيحها هذه المنتديات كالدردشة مثلا، و بالتالي فأغلب مستخدمي

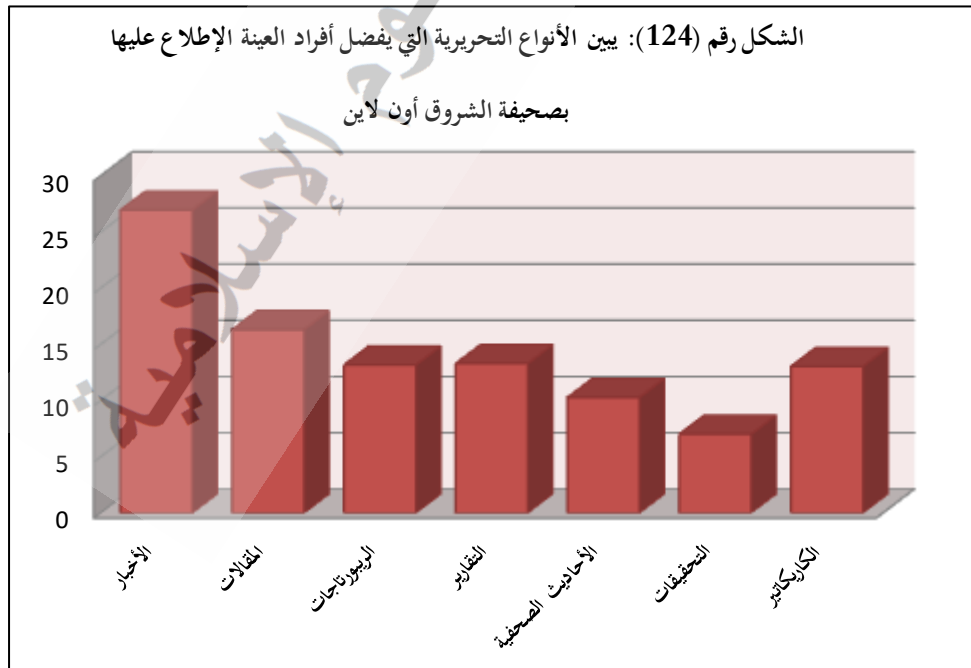
## الفصل السادس: تقييم مستخدمي صحيفة الشروق أون لاين مدى التزامها بالمعايير الفنية والمهنية للصحافة الإلكترونية

الإنترنت حالياً يمتلكون حسابات شخصية لهم في مواقع التواصل الاجتماعي كالفيسبوك خاصة و أن هذا الأخير يطور و يحدث بشكل دوري و مستمر من خدماته التفاعلية التي تجذب المستخدمين له.

الجدول رقم(73):يبين الأنواع التحريرية التي يفضل أفراد العينة الاطلاع عليها في صحيفة الشروق أون لاين

النوع	ك	ن%
الأخبار	223	26.93
المقالات	135	16.30
الريپورتاجات	109	13.16
التقارير	110	13.29
الأحاديث الصحفية	85	10.27
التحقيقات	58	07.00
الكاريكاتير	108	13.04
المجموع	828	100

المصدر: من إعداد الباحثة بالاعتماد على مخرجات برنامج Spss25



يتضح من خلال النتائج المعروضة في الجدول السابق رقم (73) بأن الخبر الصحفي الإلكتروني قد

تقدم على باقي الفنون الصحفية التي يتابعها المبحوثين بنسبة بلغت 26.93%، تلتها المقالات بأنواعها في المرتبة الثانية بنسبة 16.30%، تليها في المرتبة الثالثة التقارير الصحفية بنسبة قدرت بـ 13.29%، و الريبورتاجات في المرتبة الرابعة بنسبة 13.16%، ثم جاء فن الكاريكاتير خامسا بنسبة قدرت بـ 13.04%، تلاه فن الأحاديث الصحفية بنسبة 10.27%، ثم بعده فن التحقيق في المرتبة الأخيرة بنسبة 7%.

و يعود تفضيل المبحوثين لفن الخبر الصحفي بالمقارنة مع الفنون التحريرية الأخرى لكونه يستجيب و متطلبات القارئ الإلكتروني الجديد الذي أصبح يتطلع من محرري الصحف الإلكترونية إيصال أهم المعلومات حول الأحداث بأقل عدد ممكن من الكلمات، لذا نجدهم يفضلون الأخبار لكون الصحفي يجيب فيه عن أهم الأسئلة الستة دون تفصيل أكثر. كما أنها تستجيب مع تطبيق الأندرويد لصحيفة الشروق أون لاين نظرا لتصميمه الذي يتلاءم مع الهواتف النقالة و الأجهزة اللوحية فهي تتطلب أن تعتمد على الأخبار ذات الصياغة البسيطة و المختصرة إضافة لتوفرها على التنبيهات الإخبارية .

يمكن القول بأن الدراسة الحالية قد توافقت مع ما توصل إليه الباحث **حاتم علي العسولي** في شق دراسته الميدانية حيث اعتبر مانسبته 77.20% من أفراد عينته من متصفح الصحف الإلكترونية الفلسطينية بأنهم يتابعون الأخبار الصحفية بشكل كبير مقارنة بالفنون الصحفية الأخرى التي توظفها الصحف الإلكترونية الفلسطينية.<sup>1</sup>

<sup>1</sup> حاتم علي العسولي، مرجع سابق، ص 108.



ثالثاً: تقييم أفراد العينة مدى مراعاة صحيفة الشروق أون لاين للمعايير الفنية للصحافة الإلكترونية:

1. معيار جاذبية التصميم:

الجدول رقم (74): يبين نتائج ردود مفردات العينة حول أبعاد معيار جاذبية التصميم بصحيفة الشروق أون لاين

الرتبة	الاتجاه العام للفقرة	الوزن النسبي	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	غير موافق	موافق إلى حد ما	موافق	المؤشرات	الفقرات
3	موافق	86.66	0.560	2.60	09	82	159	ك	تصميم صحيفة الشروق أون لاين متطور و جذاب
					03.60	32.80	63.60	ن %	
4	موافق	86.32	0.583	2.59	12	79	159	ك	تصميم صحيفة الشروق أون لاين يتلاءم مع طبيعة الخدمات الصحفية التي تقدمها
					04.80	31.60	63.60	ن %	
1	موافق	91.32	0.505	2.74	08	48	194	ك	تراعي صحيفة الشروق أون لاين تناسق شكل و تصميم جميع صفحات الموقع
					03.20	19.20	77.60	ن %	
2	موافق	86.66	0.621	2.60	18	64	168	ك	تمكن صحيفة الشروق أون لاين متصفحها من سهولة تنقلهم داخل أقسام الصحيفة
					07.20	25.60	67.20	ن %	
	موافق	87.74	0.567	2.63	47	273	680	ك	الدرجة الكلية لأبعاد معيار جاذبية التصميم
					04.70	27.30	68.00	ن %	

المصدر: من إعداد الباحثة اعتماداً على برنامج SPSS25 و برنامج Excel

نلاحظ من خلال الجدول رقم (74) و الذي يبين نتائج ردود مفردات العينة حول أبعاد معيار جاذبية التصميم لصحيفة الشروق أون لاين ما يلي :

- يتبين من خلال آراء المستجوبين حول الفقرة الأولى في المحور الرابع و الذي نصت على "تصميم صحيفة الشروق أون لاين متطور و جذاب"، بأن أغلبهم أجابوا بـ"موافق" و قدرت نسبتهم بـ 63.60%، ثم تلاها الذين يرون بأن هذا التصميم متطور و جذاب إلى حد ما بنسبة قدرت بـ 32.80% في حين قدرت نسبة الذين لم يرون بأنه متطور و جذاب بـ 3.60%. و قد قدر المتوسط الحسابي لإجابات أفراد العينة حول هذه الفقرة بـ 2.60 ما يجعل الاتجاه العام لها يقع ضمن فئة "موافق" أي ضمن المجال [3-2.34]، كما بلغ الانحراف المعياري لهذه الفقرة 0.560 و بوزن نسبي قيمته 86.66 جعل الفقرة تحتل المرتبة الثالثة من ناحية تجاوب المبحوثين حول أبعاد معيار جاذبية التصميم.

- أجاب أكثر من نصف المبحوثين حول العبارة التي نصت على أن " تصميم صحيفة الشروق أون لاين يتلاءم مع طبيعة الخدمات الصحفية التي تقدمها " بـ"موافق" بنسبة قدرت بـ 63.60%، في مقابل 31.60% منهم أجابوا بـ"موافق إلى حد ما"، في حين أجاب ما نسبته 4.80% منهم بـ"غير موافق". و قد قدر المتوسط الحسابي لإجابات أفراد العينة حول هذه الفقرة بـ 2.59 ما يجعل الاتجاه العام لها يقع ضمن فئة "موافق" أي ضمن المجال [3-2.34]، كما بلغ الانحراف المعياري لهذه الفقرة 0.583 و بوزن نسبي قيمته 86.32 جعل الفقرة تحتل المرتبة الرابعة من ناحية تجاوب المبحوثين حول أبعاد معيار جاذبية التصميم.

- أجاب نصف المبحوثين أي ما يقدر بـ 77.60% بأنهم موافقين على العبارة الثالثة و التي تهدف لمعرفة " تراعي صحيفة الشروق أون لاين تناسق شكل و تصميم جميع صفحات الموقع" ،ليليهم الذين أجابوا بـ" موافق إلى حد ما" بنسبة قدرت بـ 19.20 %، في حين أجاب ما نسبته 3.20% بأنهم غير موافقين على العبارة . و قد قدر المتوسط الحسابي لهذه العبارة بـ 2.74 ما يجعل الاتجاه العام لهذه الفقرة أيضا يدخل ضمن فئة "موافق" أي ضمن المجال [3-2.34]، و قد قدر الانحراف المعياري لها بـ 0.505 بوزن نسبي بلغت قيمته 91.32 ما يجعل هذه العبارة تحتل المرتبة الأولى في أبعاد معيار جاذبية التصميم .

- أجاب نصف المبحوثين أي ما يقدر بـ 67.20% بأنهم موافقين على العبارة الرابعة و التي تنص على: "تمكن صحيفة الشروق أون لاين متصفحها من سهولة تنقلهم داخل أقسام الصحيفة"، ليليهم الذين أجابوا بـ "موافق إلى حد ما" بنسبة قدرت بـ 25.60%، في حين أجاب ما نسبته 07.20% بأنهم غير موافقين على العبارة. و قد قدر المتوسط الحسابي لهذه العبارة بـ 2.60 ما يجعل الاتجاه العام لهذه الفقرة أيضا يدخل ضمن فئة "الموافقة" أي ضمن المجال [3-2.34]، و قد قدر الانحراف المعياري لها بـ 0.621 بوزن نسبي بلغت قيمته 86.66 ما يجعل هذه العبارة تحتل المرتبة الثانية في أبعاد معيار جاذبية التصميم.

يمكن القول و بشكل عام من خلال معطيات الجدول رقم (74) السابق بأن أغلب أفراد العينة يرون بأن صحيفة الشروق أون لاين تراعي معيار جاذبية التصميم بنسبة قدرت بـ 68%، ليليهما الذين أجابوا بـ "موافق إلى حد ما" بنسبة بلغت الـ 27.30%، في حين هناك ما نسبته 4.70% من أفراد العينة من يرون بأنها لم تراعي هذا المعيار. و قد قدرت قيمة المتوسط الحسابي للدرجة الكلية لمؤشرات معيار جاذبية التصميم بـ 2.63 و هو ما يجعله يدخل ضمن نطاق فئة "موافق" أي ضمن المجال [3-2.34]، في حين قدر الانحراف المعياري بـ 0.567 بوزن نسبي بلغت قيمته 87.74.

و يمكن تفسير هذه النتائج إلى كون القائمين على الصحيفة يهتمون بشكل كبير بتحديث تصميم الصحيفة وفق التطورات التقنية و التفاعلية التي توفرها شبكة الإنترنت. حيث يعمل عنصر الجمالية البصرية للصفحة الرئيسية لموقع صحيفة الشروق أون لاين عامل جذب للمستخدمين فكلما كان جذابا و بسيطا غير معقد كلما شكل ذلك سلوكا ايجابيا نحو الموقع من قبل المستخدمين. حيث تم تحديث الإصدار الحالي للصحيفة لسنة 2019 في ماي 2019 بعد ستة أشهر من آخر تحديث له أي ما يتوافق مع شهر ديسمبر 2018. و يرى مدير بوابة الشروق أون لاين بأن: "التصميم الحالي أضاف العديد من الخصائص التفاعلية للتصميم السابق و هذا جاء في إطار التجديد المتواصل للموقع من حيث الشكل و المضمون بغية الارتقاء لتطلعات متصفححي الصحيفة وكسب رضاهم عن الموقع خاصة و أن جمهور الصحيفة الإلكترونية يختلف في خصائصه عن جمهور الصحيفة الورقية، إذ أن شبكة الإنترنت تتيح له العديد من المنافذ ليتلقى من خلالها المعلومات، ما يجعل منافسة بين المواقع الصحفية تحتد في من تستطيع الإستحواذ على اهتمام المتصفح لأكثر وقت ممكن".<sup>1</sup>

<sup>1</sup> نسيم لكحل، مرجع سابق.

و ينظر إلى الإنطباع الأول الذي يشكله المستخدم حول موقع معين باعتباره الصورة الذهنية التي يحملها عند مغادرته، حيث تنتج قوة الإقناع البصري موقعا أكثر ارتياحا مما يؤثر بشكل إيجابي حول الإنطباع الأول للمستخدمين. و هذا سيؤثر بالتالي على حافز المستخدمين للبقاء في الموقع وقت طويل بما فيه الكفاية للتأثير على النوايا السلوكية المحددة و اتجاهات المستخدمين على وجه التحديد. و من المتوقع أن الانطباع الأول للمستخدمين من موقع مقنع سيكون أفضل من موقع غير مقنع، حيث أن التصميم المقنع يمكن أن يساعد على تصور المعلومات التي تشتت الحاجة إليها بطريقة يمكن أن تحفز انتباه المستخدمين وتؤثر على انطباعهم الأول عمدا أو عن غير قصد.<sup>1</sup> و بالتالي فإن التصميم الجيد للصحيفة الإلكترونية وأساليب عرض الأخبار يتحكمان في المظهر العام لها، فهو يمكن المستخدم من التنقل داخل أقسام الصحيفة بسهولة خاصة إذا كانت أدوات التجوال واضحة بحيث يألفها و يستوعبها المستخدم بسرعة.

يرغب المستخدمون دائما أثناء تصفحهم لمواقع الصحف الإلكترونية في الحصول على المعلومات بأقل عدد من الخطوات الممكنة، وهذا يعني أنه يجب على المصمم تصميم تسلسل كفاء للمعلومات في أقل خطوات من خلال صفحات القوائم، وقد أظهرت الدراسات أن المستخدمين يفضلون القوائم التي تقدم ما لا يقل عن خمسة إلى سبعة روابط لذا على المصمم أن يصمم التسلسل الهرمي للموقع بحيث يكون المحتوى الحقيقي مجرد نقرة أو اثنتين. إذ أن عتبة الإحباط تستغرق حوالي عشر ثوان وبالتالي لن يتحمل المستخدمون أي تأخير طويل في تحميل الصفحة، لذا فتصميمات صفحات الويب التي لا يتم ضبطها بشكل جيد لسرعة وصول و تحميل المستخدمين لها ستحبطهم فقط. لذا فإن صفحات الويب التي لم تصمم بشكل يلائم سرعة الوصول للشبكة لمستخدمين معينين تصيبهم بالإحباط، فمن غير المنطقي وضع صورة كبيرة في صفحات يستقبلها المستخدم عبر الاتصال بالمودم عبر خطوط الهاتف.<sup>2</sup>

يتعلق معيار جاذبية الاستخدام كذلك ببساطة التصميم فكلما كانت العناصر البنائية المرئية تتوزع بشكل منتظم و بأسلوب بسيط ضمن واجهة موقع صحيفة الشروق أون لاين كلما كسبت بذلك رضا متصفحها. حيث يتميز تصميم صحيفة الشروق أون لاين فيما يخص روابط الصفحات الداخلية بأسلوب عرض بسيط غير مزدحم حيث يدرج المحتوى الصحفي مع الوسيط المرفق به كالصورة مثلا والتي استخدمت بشكل كبير مقارنة بالوسائط الأخرى، إضافة إلى مساحة للإعلانات و الأخبار ذات الصلة

<sup>1</sup>حسن فراج، مرجع سابق، ص 136.

<sup>2</sup>Patrick Lynch and Sarah Horton, Op.cit.

و العلاقة بالموضوع المعالج، و هو ما يحافظ على تركيز المستخدم أثناء تصفحه لها بحيث يواصل قراءته للأخبار بسلاسة ويسر، بالإضافة إلى عدم استغراقه لوقت طويل في تحميل الصفحة ما يجعله لا يمل ويترك موقع الصحيفة و كل هذا يجعل موقع الصحيفة جذابا بالنسبة إليه.

المجلة الأمير عبد القادر للعلوم الإسلامية

2. معيار يُسر الاستخدام:

الجدول رقم (75): يبين نتائج ردود مفردات العينة حول أبعاد معيار يُسر الاستخدام بصحيفة الشروق أون لاين

الرتبة	الاتجاه العام للفقرة	الوزن النسبي	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	غير موافق	موافق إلى حد ما	موافق	المؤشرات	الفقرات
1	موافق	90.32	0.592	2.71	18	36	196	ك	توفر صحيفة الشروق أون لاين لمتصفحها سهولة إيجاد موقعها في محركات البحث
					07.20	14.40	78.40	ن %	
3	موافق	87.66	0.634	2.63	21	50	179	ك	تراعي صحيفة الشروق أون لاين سرعة تحميل صفحاتها من قبل المستخدمين
					08.40	20.00	71.60	ن %	
2	موافق	88.32	0.636	2.65	22	43	185	ك	توفر صحيفة الشروق أون لاين لمتصفحها سرعة الحصول على المعلومات بنقرة واحدة
					08.80	17.20	74.00	ن %	
4	موافق	78	0.713	2.34	35	94	121	ك	تتيح صحيفة الشروق أون لاين لمتصفحها سهولة البحث في أرشيفها الإلكتروني
					14.00	37.60	48.40	ن %	
موافق		86.07	0.643	2.58	96	223	681	ك	الدرجة الكلية لأبعاد معيار يُسر الاستخدام
					09.60	22.30	68.10	ن %	

المصدر: من إعداد الباحثة اعتماداً على برنامج SPSS25 و برنامج Excel

يلاحظ من خلال الجدول رقم (75) و الذي يبين نتائج ردود مفردات العينة حول أبعاد معيار يُسر الاستخدام لصحيفة الشروق أون لاين ما يلي :

- يتبين من خلال آراء المستجوبين حول الفقرة الأولى في المحور الرابع و الذي نصت على "توفر صحيفة الشروق أون لاين لمتصفحها سهولة إيجاد موقعها في محركات البحث"، بأن أغلبهم أجابوا بـ"موافق" و قدرت نسبتهم بـ 78.40%، ثم تلاها الذين أجابوا بـ"موافق إلى حد ما" بنسبة قدرت بـ 14.40% في حين قدرت نسبة الذين واجهوا صعوبة في إيجاد موقع الصحيفة في محركات البحث أي الذين أجابوا بـ"غير موافق" بـ 7.20%. و قد قدر المتوسط الحسابي لإجابات أفراد العينة حول هذه الفقرة بـ 2.71 ما يجعل الاتجاه العام لها يقع ضمن فئة "الموافقة" أي ضمن المجال [3-2.34]، كما بلغ الانحراف المعياري لهذه الفقرة 0.592 و بوزن نسبي قيمته 90.32 جعل الفقرة تحتل المرتبة الأولى من ناحية تجاوب المبحوثين حول أبعاد معيار يُسر الاستخدام.

- وقد أبدى ما نسبته 71.60% من المبحوثين "موافقتهم" على العبارة التي نصت على أن "تراعي صحيفة الشروق أون لاين سرعة تحميل صفحاتها من قبل المستخدمين"، مقابل 20% منهم يوافقون على هذه العبارة إلى حد ما، في حين أبدى ما نسبته 8.40% عدم موافقتهم عليها. و قد بلغ المتوسط الحسابي للإجابة على هذه العبارة 2.63 و هو ما يجعل الاتجاه العام للفقرة تقع ضمن فئة "الموافقة" أي ضمن المجال [3-2.34]. كما قدر انحراف معياري لإجابات المبحوثين حول هذه العبارة بـ 0.634، بوزن نسبي بلغت قيمته 87.66 ما يجعلها تحتل المرتبة الثالثة في أبعاد معيار يُسر الاستخدام.

- كما أجاب أكثر من نصف المبحوثين حول العبارة التي نصت على أن "توفر صحيفة الشروق أون لاين لمتصفحها سرعة الحصول على المعلومات بنقرة واحدة" بـ"موافق" بنسبة قدرت بـ 74%، في مقابل 17.20% منهم أجابوا بـ"موافق إلى حد ما"، في حين أجاب ما نسبته 8.80% منهم بـ"غير موافق". و قد قدر المتوسط الحسابي لإجابات أفراد العينة حول هذه الفقرة بـ 2.65 ما يجعل الاتجاه العام لها يقع ضمن فئة "الموافقة" أي ضمن المجال [3-2.34]، كما بلغ الانحراف المعياري لهذه الفقرة 0.636 و بوزن نسبي قيمته 88.32 جعل الفقرة تحتل المرتبة الثانية من ناحية تجاوب المبحوثين حول أبعاد معيار يُسر الاستخدام.

- أبدى ما نسبته 48.40% من المبحوثين "موافقتهم" على العبارة التي نصت على أن "تتيح صحيفة الشروق أون لاين لمتصفحها سهولة البحث في أرشيفها الإلكتروني"، مقابل 37.60% منهم يوافقون على هذه العبارة إلى حد ما، في حين أبدى ما نسبته 14% عدم موافقتهم عليها. و قد بلغ المتوسط الحسابي للإجابة على هذه العبارة 2.34 و هو ما يجعل الاتجاه العام للفقرة تقع ضمن فئة "الموافقة" أي ضمن المجال [3-2.34]. كما قدر انحراف معياري لإجابات المبحوثين حول هذه العبارة بـ 0.713، بوزن نسبي بلغت قيمته 78 ما يجعلها تحتل المرتبة الرابعة في أبعاد معيار يُسر الاستخدام.

يتضح من خلال معطيات الجدول رقم (75) أعلاه بأن أغلب أفراد العينة يرون بأن صحيفة الشروق أون لاين تراعي معيار يُسر الاستخدام بنسبة قدرت بـ 68.10%، ليلها الذين أجابوا بـ "موافق" إلى حد ما" بنسبة بلغت الـ 22.30%، في حين هناك ما نسبته 9.60% من أفراد العينة من يرون بأنها لم تراعي هذا المعيار. و قد قدرت قيمة المتوسط الحسابي للدرجة الكلية لمؤشرات معيار يُسر الاستخدام بـ 2.58 و هو ما يجعله يدخل ضمن نطاق فئة "موافق" أي ضمن المجال [3-2.34]، في حين قدر الانحراف المعياري بـ 0.643 بوزن نسبي بلغت قيمته 86.07.

يمكن تفسير هذه النتائج إلى أنه و باعتبار أن الهدف الأساسي الذي تصبو إليه صحيفة الشروق أون لاين هو كسب رضا مستخدميها، ذلك يلزمها بأن تراعي مبادئ يسر الاستخدام و المتمثلة في سرعة تحميل صفحاتها وسهولة إيجاد المعلومات ضمنها و بساطة التصميم و عدم تعقيده و التي تعتبر من أهم مؤشرات نجاحه خاصة أثناء تجوله ضمن صفحاتها الرئيسية و صفحاتها الداخلية. و بالتالي فالموقع الصحفي الجيد بالنسبة للمستخدم هو الذي يكون غير معقد تكنولوجيا بالنسبة إليه ما يجعله يتردد عليه باستمرار فإذا كان عكس ذلك فإن الفائدة من المعلومات التي ينشرها ستضيع إذا لم ينجح في تقديم محتواه بصورة سهلة و سريعة.

يربط جيم فوست **Jim Foust** مفهوم يُسر أو قابلية استخدام مواقع الصحف الإلكترونية بسؤالين يتعلقان بالمستخدم، السؤال الأول (أين أنا؟) والذي يتضمن التأكد من أن الصفحة الرئيسية للصحيفة الإلكترونية التي يتصفحونها واضحة تمامًا للمستخدمين. أما السؤال الثاني (أين أذهب؟) فيرتبط بشكل كبير بوظيفة تصميم الروابط وعرضها بشكل عام، بحيث يكون لدى المستخدم فكرة واضحة في جميع الأوقات عن الخيارات المتاحة<sup>1</sup>. يشمل إذن مفهوم قابلية الاستخدام **Usability** كل من التصميم

<sup>1</sup> Jim Foust, Op.cit, p157.



الرئي والعرض المنطقي للمعلومات داخل موقع الصحيفة الإلكترونية، كما يتعلق أيضا بكيفية خلق ربط بين روابط الصفحات الداخلية للصحيفة و واجهتها الرئيسية وكيفية تمكين المستخدم من التفاعل مع أدوات التجوال و غيرها من العناصر البنائية المكونة للموقع. لذا يمكن القول بأن معيار سهولة الاستخدام يرتبط بمدى سهولة تنقل المستخدم داخل الصحيفة لتحقيق أهدافه المرجوة و إيجاد المعلومات المطلوبة بسرعة وكفاءة.

اتفقت الدراسة الحالية مع ما توصل إليه الباحث جوناثان بالمر **Jonathan Palmer** والتي استهدف من خلالها التعرف على محددات استخدام و تصميم المواقع الإلكترونية إلى أن عوامل سرعة تحميل الموقع و التنقل عبر صفحاته و سهولة الإبحار و التفاعل من خلال التنظيم الجيد للعناصر الموجودة فيه تعتبر من أهم العوامل المؤثرة في إدراك الجمهور المستخدم لجودة أداء مواقع الإنترنت.<sup>1</sup> و أثبتت نتائج دراسة **لمنار فتحي** بوجود علاقة ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة 0.01 بين سرعة الوصول إلى المعلومات و رضا المستخدم عن مواقع الصحف الإلكترونية المصرية والمتمثلة في الأهرام والشروق و الوفد ، كما أكدت بوجود علاقة طردية بين درجة يسر الاستخدام ومعدل رغبة المستخدم في تكرار زيارته لها مرة أخرى ، كما تحققت كذلك فرضية وجود علاقة بين درجة يسر الاستخدام و مستوى ولاء المستخدم لهذه الصحف بنسبة ثقة تتعدى %99.90<sup>2</sup>.

يتوافق كذلك ما توصلت إليه الباحثة مع الفكرة التي طرحها جوسوا بورتير **Joshua Porter** والتي مفادها بأن المستخدمين لأي موقع إلكتروني يريدون أن يتصفحوا هذه المواقع بسهولة ما يحيل إلى ضرورة إيجاد قاعدة ثابتة في تصميم مواقع الصحف الإلكترونية و التي أطلق عليها بورتير **Porter** باسم "قاعدة النقرات الثلاث **The Three-Click Rule**" و التي تقوم على أن يصل المستخدم إلى المعلومات التي يقصدونها بالنقر ثلاث مرات كحد أقصى داخل الصفحة، فإذا لم يتمكن المستخدمون من العثور على ما يبحثون عنه في ثلاث نقرات ، فمن المحتمل أن يشعروا بالإحباط ويغادرون الموقع.<sup>3</sup>

<sup>1</sup>Jonathan Palmer, "Web Site Usability ,Design, and Performance Metrics", Information Systems Research, Vol:13, No:2, University of Maryland, USA, Jun 2002,P151.Available at; [http://j.pelet.free.fr/publications/ergonomie\\_interaction\\_homme\\_machine/Web\\_site\\_usability,\\_design,\\_and\\_performance\\_metrics.pdf](http://j.pelet.free.fr/publications/ergonomie_interaction_homme_machine/Web_site_usability,_design,_and_performance_metrics.pdf) , Retrieved at:10/01/2020.

<sup>2</sup>منار مُجّد، مرجع سابق، ص ص 342,343.

<sup>3</sup>Joshua Porter, "Testing the Three-Click Rule", UIE Articles, Published on April 16, 2003, Available at: [https://articles.uie.com/three\\_click\\_rule/](https://articles.uie.com/three_click_rule/) , Retrieved at:30/12/2019.

إن تحقيق معيار يسر الاستخدام من قبل صحيفة الشروق أون لاين لا يتأتى فقط من خلال تحقيق سهولة التجول و يسر إيجاد المعلومات التي يبحث عنها المستخدم في موقع الصحيفة من وجهة نظر مصمم موقع الصحيفة، و إنما من خلال النظر إلى اقتراحات المستخدمين للتحسين من هذه الخدمات في ضوء التغييرات التي يتوجب إجرائها خاصة و أنهم ليسوا مصممين أو خبراء في الواجهة ، لكن ردود أفعالهم يمكن أن تساعد مسؤولي الصحيفة و مصممها أن يشكلوا نظرة عامة حول ما يجده المصفح سهلا و يسيرا و بين ما يجده معقد و هذا ما تفتقد إليه جل الصحف الإلكترونية الجزائرية التي تغير من واجهاتها الرئيسية دون الأخذ بعين الإعتبار لآراء المتصفحين فيما يجدونه جذابا و سهلا و فيما يرون بأنه يزيد من تعقيد وازدحام الواجهة الرئيسية أو روابط الصفحات الداخلية.

3. معيار الملاءمة:

الجدول رقم (76): يبين نتائج ردود مفردات العينة حول أبعاد معيار الملاءمة بصحيفة الشروق أون لاين

الرتبة	الاتجاه العام للفقرة	الوزن النسبي	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	غير موافق	موافق إلى حد ما	موافق	المؤشرات	الفقرات
4	موافق	83	0.603	2.49	14	100	136	ك	صحيفة الشروق أون لاين تراعي استخدام الصور المناسبة التي تتماشى مع المواضيع المطروحة
					05.60	40.00	54.40	ن %	
3	موافق	85.66	0.638	2.57	20	67	163	ك	صحيفة الشروق أون لاين تراعي استخدام الألوان المناسبة التي لا تنزعج منها عين المستخدم
					08.00	26.80	65.20	ن %	
2	موافق	86.66	0.628	2.60	19	63	168	ك	صحيفة الشروق أون لاين تراعي استخدام خلفيات ذات ألوان فاتحة لإبراز العناوين و المتون دون أن تنزعج منها عين المستخدم
					07.60	25.20	67.20	ن %	
1	موافق	88.32	0.577	2.65	13	62	175	ك	تراعي صحيفة الشروق أون لاين وضوح الخطوط المستخدمة في كتابة المتون و العناوين و حجمها بما يتلاءم مع عين المستخدم
					05.20	24.80	70.00	ن %	
موافق		85.91	0.611	2.57	66	292	642	ك	الدرجة الكلية لأبعاد معيار الملاءمة
					06.60	29.20	64.20	ن %	

المصدر: من إعداد الباحثة اعتماداً على برنامج SPSS25 و برنامج Excel

يلاحظ من خلال الجدول رقم (76) و الذي يبين نتائج ردود مفردات العينة حول أبعاد معيار الملاءمة لصحيفة الشروق أون لاين ما يلي :

- أجاب أكثر من نصف المبحوثين حول الفقرة التالية و التي نصت على "صحيفة الشروق أون لاين تراعي استخدام الصور المناسبة التي تتماشى مع المواضيع المطروحة " ، أي ما يقدر بـ 54.40% بأنهم موافقين على العبارة ، ليليهم الذين أجابوا بـ " موافق إلى حد ما" بنسبة قدرت بـ 40% ، في حين أجاب ما نسبته 05.60% بأنهم غير موافقين على العبارة . و قد قدر المتوسط الحسابي لهذه العبارة بـ 2.49 ما يجعل الاتجاه العام لهذه الفقرة أيضا يدخل ضمن فئة "الموافقة" أي ضمن المجال [3-2.34] ، و قد قدر الانحراف المعياري لها بـ 0.603 بوزن نسبي بلغت قيمته 83 ما يجعل هذه العبارة تحتل المرتبة الرابعة في أبعاد معيار الملاءمة .

- كما أجاب ما نسبته 65.20% من المبحوثين بـ "موافق" على العبارة التي نصت على أن " صحيفة الشروق أون لاين تراعي استخدام الألوان المناسبة التي لا تنزعج منها عين المستخدم "، في مقابل 26.80% منهم أجابوا بـ "موافق إلى حد ما" ، في حين أجاب ما نسبته 08.00% منهم بـ "غير موافق" . و قد قدر المتوسط الحسابي لإجابات أفراد العينة حول هذه الفقرة بـ 2.57 ما يجعل الاتجاه العام لها يقع ضمن فئة "الموافقة" أي ضمن المجال [3-2.34] ، كما بلغ الانحراف المعياري لهذه الفقرة 0.638 و بوزن نسبي قيمته 85.66 جعل الفقرة تحتل المرتبة الثالثة من ناحية تجاوب المبحوثين حول أبعاد معيار الملاءمة.

- يتبين من خلال آراء المستجوبين حول الفقرة الأولى في المحور الرابع و الذي نصت على " صحيفة الشروق أون لاين تراعي استخدام خلفيات ذات ألوان فاتحة لإبراز العناوين و المتون دون أن تنزعج منها عين المستخدم " ، بأن أغلبهم أجابوا بـ "موافق" و قدرت نسبتهم بـ 67.20%، ثم تلاها الذين أجابوا بـ "موافق إلى حد ما" بنسبة قدرت بـ 25.20% في حين قدرت نسبة الذين واجهوا صعوبة في إيجاد موقع الصحيفة في محركات البحث أي الذين أجابوا بـ " غير موافق" بـ 7.60% . و قد قدر المتوسط الحسابي لإجابات أفراد العينة حول هذه الفقرة بـ 2.60 ما يجعل الاتجاه العام لها يقع ضمن فئة "الموافقة" أي ضمن المجال [3-2.34] ، كما بلغ الانحراف المعياري لهذه الفقرة 0.628 و بوزن نسبي قيمته 86.66 جعل الفقرة تحتل المرتبة الثانية من ناحية تجاوب المبحوثين حول أبعاد معيار الملاءمة.

- كما أجاب أكثر من نصف المبحوثين حول العبارة التي نصت على أن " تراعي صحيفة الشروق أون لاين وضوح الخطوط المستخدمة في كتابة المتون و العناوين و حجمها بما يتلاءم مع عين المستخدم " بـ "موافق" بنسبة قدرت بـ 70%، في مقابل 24.80% منهم أجابوا بـ "موافق إلى حد ما" ، في حين أجاب ما نسبته 5.20% منهم بـ "غير موافق". و قد قدر المتوسط الحسابي لإجابات أفراد العينة حول هذه الفقرة بـ 2.65 ما يجعل الاتجاه العام لها يقع ضمن فئة "الموافقة" أي ضمن المجال [3-2.34]، كما بلغ الانحراف المعياري لهذه الفقرة 0.577 و بوزن نسبي قيمته 88.32 جعل الفقرة تحتل المرتبة الأولى من ناحية تجاوب المبحوثين حول أبعاد معيار الملاءمة.

يتضح من خلال معطيات الجدول رقم (76) بأن أغلب أفراد العينة يرون بأن صحيفة الشروق أون لاين تراعي معيار الملاءمة بنسبة قدرت بـ 64.20%، ليلبيها الذين أجابوا بـ "موافق إلى حد ما" بنسبة بلغت الـ 29.20%، في حين هناك ما نسبته 06.60% من أفراد العينة من يرون بأنها لم تراعي هذا المعيار. و قد قدرت قيمة المتوسط الحسابي للدرجة الكلية لمؤشرات معيار الملاءمة بـ 2.57 و هو ما يجعله يدخل ضمن نطاق فئة "موافق" أي ضمن المجال [3-2.34]، في حين قدر الانحراف المعياري الإستقلالية بـ 0.611 بوزن نسبي بلغت قيمته 85.91.

لكي يتمكن مستخدمي الصحف الإلكترونية من قراءة محتواها بشكل سهل و بجوية، يتطلب ذلك تميز الكلمات و الرسائل بشكل واضح و باستخدام أساليب تميز واضحة، و من الضروري كذلك وضع بعض الإعتبارات في الحسبان منها حجم الخط و خلفيته و نسبة الفضاء الأبيض إلى النص المكتوب، حيث أن إعطاء مساحة من الفضاء حول الخطوط يسهل عملية القراءة.<sup>1</sup> تشير هذه النتائج إذن إلى أن ملاءمة العناصر البصرية لعين المستخدم تلعب دور كبير في زيادة متابعته للصحيفة واضطلاعه على مضمونها المتاح، فكلما كان أسلوب تنظيم عناصر عرض المحتوى الصحفي - كمرعاة استخدام الصور المناسبة التي تتماشى مع المواضيع المطروحة و استخدام الألوان المناسبة وخلفيات ذات ألوان فاتحة لإبراز العناوين و المتون و كذلك مراعاة وضوح الخطوط المستخدمة في كتابة المتون و العناوين و حجمها- ملائمة لمتطلبات البيئة الإلكترونية و كذلك للخصائص الفيزيولوجية والمعرفية للمستخدمين كلما ساهم ذلك في زيادة عدد زوار موقع الصحيفة.

<sup>1</sup> بسنت العقباوي، مرجع سابق، ص 116.

إن وضوح العناصر البنائية لتصميم الصحيفة الإلكترونية يساهم في تسهيل تصفحها و تحقيق معيار الملاءمة بين هذه العناصر، ما يجعل المستخدمين يألفون تصفحه خاصة إذا كان المظهر العام للموقع لا يتغير بصفة مستمرة ما يجعلهم يستغرقون الكثير من الوقت للبحث عن هذه العناصر التي تغيرت مواقعها أو أن يألفوا رؤية العناوين الرئيسية للأخبار السياسية بألوان مغايرة للتي اعتادوا عليها كاستبدال اللون الأسود المستخدم في كتابة العناوين الرئيسية بصحيفة الشروق أون لاين باللون البرتقالي أو البنفسجي وهو ما يجعلها تcheid عن هدفها الأساسي فمن غير الممكن أن يكون موقع إخباري يظهر بمظهر موقع يتعلق بعالم المرأة أو بالجمال ، و بالتالي فإن هوية الموقع الصحفي تتمظهر في العناصر البنائية التي يوظفها المصمم لإبراز المحتوى الصحفي حسب الهدف الذي تصبوا إليه الصحيفة الإلكترونية.

و لاستخدام تنظيم ثابت لموقع الصحف الإلكترونية على غرار صحيفة الشروق أون لاين يتوجب تجميع العناصر المتشابهة في الوظيفة مع بعضها البعض إما بحسب قربها من بعض أو بحسب تشابهها، حيث أن التشابه يتضمن صفات مثل الشكل و النوع و اللون ، فإذا كان تصميم الموقع لأخبار صحيفة فيمكن تجميع عناوين الأخبار الاقتصادية باللون الأزرق و عناوين الأخبار الاجتماعية باللون الأخضر وهكذا، ليستطيع المستخدم التمييز بين أنواع الأخبار وفق ألوانها أو أشكالها بسهولة و يسر فلقد أصبح جميع الإرتباطات و الصفحات المخصصة لنوع معين متشابهة.<sup>1</sup>

يتوجب على مصممي موقع الشروق الإهتمام بشكل أكبر على التصميم المرتكز على المستخدم من خلال فهم كيفية تفاعل المستخدمين مع الموقع، وكيف يفكرون ، وما هي الأنماط الأساسية لسلوكهم. إذ لا تختلف نظرة مستخدم الصحيفة الإلكترونية عن الزبون الذي ينتقي ما يعجبه و يتلاءم معه في المتاجر، وبالتالي فالمستخدمين يتسمون بالعجلة و السرعة في مسح ما يوجد في الصفحة الرئيسية للصحيفة كالبعض من العناوين الرئيسية و الصور المرفقة بها بحيث يقومون بالنقر على رابط العنوان الذي يلفت انتباههم ويرون بأنه مهم و مفيد كما أن هناك أجزاء كبيرة من الصفحة لا ينظر إليها حتى ، فإذا كانت الصفحة الجديدة لا تفي بتوقعات المستخدمين فسيتم النقر على زر العودة ولتواصل عملية البحث أو يغادرون الموقع. كما

<sup>1</sup> المرجع نفسه، ص119.

یتوجب أن يظهر تصميم الصحيفة الإلكترونية منسجماً بحيث تظهر العناصر الرسومية كالخطوط، الخلفيات والألوان التي تشكل واجهة موقع الصحيفة ككل منسجماً، متلائماً دون إهمال أن تكون في شكل منظم وغير مزدحم فمن غير المستصاح أن يكون المتن مثلاً مكتوب بلون أسود و خلفيته بنية ما يسبب حدوث زيغ في عين المستخدم ما يفقده تركيزه خاصة و أن مستخدمي الصحف الإلكترونية يقومون بالمسح و يركزون بذلك على العناصر التيبوغرافية التي يرون بأنها تجذبهم لقراءة ما تحتوي العناوين الفرعية و الرئيسية أو الصور أو الرسوم الكاريكاتيرية و غيرها.

4. معيار تنوع خيارات المحتوى:

الجدول رقم (77): يبين نتائج ردود مفردات العينة حول أبعاد معيار تنوع خيارات المحتوى بصحيفة الشروق أون لاين

الرتبة	الاتجاه العام للفقرة	الوزن النسبي	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	غير موافق	موافق إلى حد ما	موافق	المؤشرات	الفقرات
3	موافق	80	0.652	2.40	23	105	122	ك	تراعي صحيفة الشروق أون لاين وجود وصلات داخلية أو خارجية ذات صلة بالمواضيع المنشورة
					09.20	42.00	48.80	ن %	
1	موافق	85	0.614	2.55	16	81	153	ك	تتم صحيفة الشروق أون لاين بتنوع أساليب عرضها للمحتوى الصحفي بين النصوص و الفيديوها و كذلك الصور و الرسوم.
					06.40	32.40	61.20	ن %	
2	موافق	84	0.654	2.52	22	77	151	ك	تراعي صحيفة الشروق أون لاين تنوع لغة و ثقافة متصفحها في نسخها الثلاث العربية، الفرنسية، الإنجليزية
					08.80	30.80	60.40	ن %	
	موافق	83	0.640	2.49	61	263	426	ك	الدرجة الكلية لأبعاد معيار تنوع خيارات المحتوى
					06.10	26.30	42.60	ن %	

المصدر: من إعداد الباحثة اعتماداً على برنامج SPSS25 و برنامج Excel



يلاحظ من خلال الجدول رقم (77) و الذي يبين نتائج ردود مفردات العينة حول أبعاد معيار تنوع خيارات المحتوى لصحيفة الشروق أون لاين ما يلي :

- يتبين من خلال آراء المستجوبين حول الفقرة الأولى التي نصت على : " صحيفة الشروق أون لاين تراعي وجود وصلات داخلية أو خارجية ذات صلة بالمواضيع المنشورة " ، بأن أغلبهم أجابوا بـ "موافق" و قدرت نسبتهم بـ 48.80%، ثم تلاها الذين أجابوا بـ "موافق إلى حد ما" بنسبة قدرت بـ 42% في حين قدرت نسبة الذين واجهوا صعوبة في إيجاد موقع الصحيفة في محركات البحث أي الذين أجابوا بـ "غير موافق" بـ 09.20%. و قد قدر المتوسط الحسابي لإجابات أفراد العينة حول هذه الفقرة بـ 2.40 ما يجعل الاتجاه العام لها يقع ضمن فئة "الموافقة" أي ضمن المجال [3-2.34] ، كما بلغ الانحراف المعياري لهذه الفقرة 0.652 و بوزن نسبي قيمته 80 جعل الفقرة تحتل المرتبة الثالثة من ناحية تجاوب المبحوثين حول أبعاد معيار تنوع خيارات المحتوى.

- كما أجاب أكثر من نصف المبحوثين حول العبارة التي نصت على أن " صحيفة الشروق أون لاين تهتم بتنوع أساليب عرضها للمحتوى الصحفي بين النصوص و الفيديوها و كذلك الصور والرسوم." بـ "موافق" بنسبة قدرت بـ 61.20%، في مقابل 32.40% منهم أجابوا بـ "موافق إلى حد ما"، في حين أجاب ما نسبته 06.40% منهم بـ "غير موافق". و قد قدر المتوسط الحسابي لإجابات أفراد العينة حول هذه الفقرة بـ 2.55 ما يجعل الاتجاه العام لها يقع ضمن فئة "الموافقة" أي ضمن المجال [3-2.34] ، كما بلغ الانحراف المعياري لهذه الفقرة 0.614 و بوزن نسبي قيمته 85 جعل الفقرة تحتل المرتبة الأولى من ناحية تجاوب المبحوثين حول أبعاد معيار تنوع خيارات المحتوى.

- أجاب نصف المبحوثين أي ما يقدر بـ 60.40% بأنهم موافقين على العبارة الثالثة و التي تهدف لمعرفة " صحيفة الشروق أون لاين تراعي تنوع لغة و ثقافة متصفحها في نسخها الثلاث العربية، الفرنسية، الإنجليزية " ، ليلهم الذين أجابوا بـ " موافق إلى حد ما" بنسبة قدرت بـ 30.80%، في حين أجاب ما نسبته 08.80% بأنهم غير موافقين على العبارة . و قد قدر المتوسط الحسابي لهذه العبارة بـ 2.52 ما يجعل الاتجاه العام لهذه الفقرة أيضا يدخل ضمن فئة "الموافقة" أي ضمن المجال [3-2.34] ، و قد قدر الانحراف المعياري لها بـ 0.654 بوزن نسبي بلغت قيمته 84 ما يجعل هذه العبارة تحتل المرتبة الثانية في أبعاد معيار تنوع خيارات المحتوى .

يتضح من خلال معطيات الجدول رقم (77) بأن أغلب أفراد العينة يرون بأن صحيفة الشروق أون لاين تراعي معيار تنوع خيارات المحتوى بنسبة قدرت بـ 42.60%، ليليهما الذين أجابوا بـ "موافق إلى حد ما" بنسبة بلغت الـ 26.30%، في حين هناك ما نسبته 06.10% من أفراد العينة من يرون بأنها لم تراعي هذا المعيار. و قد قدرت قيمة المتوسط الحسابي للدرجة الكلية لمؤشرات معيار تنوع خيارات المحتوى بـ 2.49 و هو ما يجعله يدخل ضمن نطاق فئة "موافق" أي ضمن المجال [3-2.34]، في حين قدر الانحراف المعياري بـ 0.640 بوزن نسبي بلغت قيمته 83.

يمكننا القول-انطلاقاً مما سبق ذكره- بأن صحيفة الشروق أون لاين استطاعت أن تستحوذ على اهتمامات أفراد العينة من خلال مراعاتها لمعيار تنوع خيارات المحتوى. و يعزى هذا إلى عدة أسباب أهمها خبرتها الطويلة في العمل الإعلامي الإلكتروني و التي بدأت منذ سنة 2009 عندما أصبح موقع الصحيفة الإلكترونية مستقلاً عن الصحيفة الورقية ما جعلها تراعي تنوع سبل عرض محتوياتها للمتصفحين الذين يختلفون عن القارئ التقليدي للصحيفة الورقية. و يكمن هنا تطبيقها لهذا المعيار سواء من خلال استفادتها من مميزات النصوص الفائقة عن طريق توفيرها لوصلات داخلية أو خارجية ذات صلة بالمواضيع المطروحة بالرغم من أن أغلبها جاءت مرفقة بتقارير وكالات الأنباء العالمية التي تشترك فيها الصحيفة.

كما جسد هذا التنوع من خلال تعدد أساليب عرضها للمحتوى الصحفي وتوظيفها للوسائط المتعددة أو من خلال مراعاتها لتنوع لغات التصفح و هذه الخدمة قد واكبت بداية مشروع صحيفة الشروق أون لاين أي منذ سنتي 2005 و 2007. اعتمد المشرفين على إنجاز موقع صحيفة الشروق أون لاين في إعداد تصميمها الجديد على عدة معايير من حيث الشكل و المضمون بشكل يجعل البوابة ترتقي في شكلها إلى مصاف أكبر المواقع في العالم، حيث خضع التصميم الحالي للصحيفة إلى عملية تحسين من قبل مختصين في الميدان بشكل يجعلها أكثر تناسقا و تفاعلية مع إتاحة خيارات عديدة للمتصفح فضلا عن التأقلم مع تزايد عدد متصفح الموقع المختلفة التي تضمها<sup>1</sup>.

و يمكن الإشارة إلى أن تنوع الإختيارات المتاحة أو كما يطلق عليه إكزيج لي Li Xigen تعقد نظام الإختيار المتاح **Complexity of Choice Available** يساهم في تفعيل دور مستخدم الصحيفة الإلكترونية **Empowered**<sup>2</sup>. يعد تنوع إختيار المحتوى أما م مستخدم الصحيفة الإلكترونية

<sup>1</sup> نسيم لكحل، مرجع سابق.

<sup>2</sup> Li Xigen, Internet Newspapers: The Making of a Mainstream Medium, Op.cit, p142.

من أهم النقاط التي ركزت عليها الدراسات المتعلقة بأبعاد التفاعلية في المواقع الإلكترونية الصحفية والإخبارية، حيث يتطلب تحقيق التفاعل بين القراء والصحفي أو الصحيفة الإلكترونية بشكل عام إتاحة مجموعة من الإختيارات المتنوعة التي تبين مدى اهتمام الصحيفة بتفضيلات الجمهور خاصة من ناحية المحتوى كتفضيلهم قراءة الموضوعات السياسية مقارنة بالمواضيع الأخرى .

يتجسد كذلك هذا التنوع في السبل التي توفرها الصحيفة للإطلاع على محتواها فكلما كانت الروابط الفائقة المتعلقة بالمواضيع السياسية مثلا كلما أتاح ذلك للمستخدم الذي يهتم بها في الإطلاع على المواضيع ذات الصلة بها أو الإستزادة من المعلومات المتاحة حول هذا النوع من المواضيع حيث تقود هذه النصوص الشعبية القراء إلى سياق أعمق ، ورسوم توضيحية، و أخبار ذات صلة ، وما إلى ذلك فهذا يعد مؤشرا على تنوع الإختيار أمام القراء.و بالتالي فإن مستخدمي صحيفة الشروق أون لاين يتفاعلون مع محتواها بشكل أكبر كلما تم تزويدهم بالمزيد من إختيارات عرض المعلومات المتاحة .

5. معيار الفورية:

الجدول رقم (78): يبين نتائج ردود مفردات العينة حول أبعاد معيار الفورية في صحيفة الشروق أون لاين

الرتبة	الاتجاه العام للفقرة	الوزن النسبي	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	غير موافق	موافق إلى حد ما	موافق	المؤشرات	معيار الفورية
2	موافق	84.65	0.694	2.54	29	56	165	ك	تقدم صحيفة الشروق أون لاين تغطية للأحداث حال وقوعها
					11.60	22.40	66.00	ن %	
3	موافق	78	0.835	2.34	59	48	143	ك	تراعي صحيفة الشروق أون لاين تحديث محتوياتها بصفة دورية
					23.60	19.20	57.20	ن %	
1	موافق	100	0.000	03.00	00	00	250	ك	تمكنك الصحيفة من معرفة تاريخ و توقيت آخر تحديث دائما
					00	00	100	ن %	
موافق		87.54	0.510	2.62	88	104	558	ك	الدرجة الكلية لمعيار الفورية
					11.73	13.87	74.40	ن %	

المصدر: من إعداد الباحثة اعتمادا على برنامج SPSS25 وبرنامج Excel

يتضح من الجدول رقم (78) و الذي يبين نتائج ردود مفردات العينة حول أبعاد معيار الفورية ما يلي :

- أجاب أكثر من نصف المبحوثين أي ما يقدر ب 66% ب "موافق" على العبارة التي نصت على أن "صحيفة الشروق أون لاين تقدم تغطية للأحداث حال وقوعها"، تلاها الذين أجابوا ب " موافق إلى حد ما " بنسبة بلغت 22.40%، في حين أجاب ما نسبته 11.60 % من المبحوثين ب"غير موافق" على العبارة. من جهة أخرى بلغ المتوسط الحسابي للفقرة 2.54 و هو ما يجعل الاتجاه العام لهذه الفقرة أيضا تقع ضمن فئة "الموافقة" أي ضمن المجال [3-2.34]. و قد قدر الانحراف المعياري لها ب 0.694 بوزن نسبي بلغت قيمته 84.65 ما يجعل هذه العبارة تحتل المرتبة الثانية في أبعاد معيار الفورية.

- كما وافق ما نسبته 57.20% من المبحوثين على العبارة التي نصت على أن "صحيفة الشروق أون لاين تراعي تحديث محتوياتها بصفة دورية"، مقابل 23.60% منهم أجاب ب" غير موافق" على العبارة، في حين أبدى ما نسبته 19.20% موافقتهم إلى حد ما عليها. و قد بلغ المتوسط الحسابي للإجابة على هذه العبارة 2.34 و هو ما يجعل الاتجاه العام للفقرة تقع ضمن فئة "الموافقة" أي ضمن المجال [3-2.34]. كما قدر انحراف معياري لإجابات المبحوثين حول هذه العبارة ب 0.835 ، بوزن نسبي بلغت قيمته 78 ما يجعلها تحتل المرتبة الثالثة في أبعاد معيار الفورية.

- و أجاب كل المبحوثين و الذين يقدر عددهم ب 250 متصفح لصحيفة الشروق أون لاين أي بما يعادل نسبة 100% ب" موافق" على العبارة التي نصت على أن " تمكنت صحيفة الشروق أون لاين من معرفة تاريخ و توقيت آخر تحديث دائما"، حيث انعدمت نسبت البدائل الأخرى -موافق إلى حد ما و غير موافق-. و قد بلغ المتوسط الحسابي للإجابة على هذه العبارة أعلى درجة في مقياس ليكرت أي بما يعادل 3 و هو ما يجعل الاتجاه العام للفقرة تقع ضمن فئة "الموافقة" أي ضمن المجال [3-2.34]. كما قدر انحراف معياري لإجابات المبحوثين حول هذه العبارة ب 0.000 ، بوزن نسبي بلغت قيمته 100 ما يجعلها تحتل المرتبة الأولى في أبعاد معيار الفورية.

يتبين انطلاقا من معطيات الجدول رقم (78) بأن أغلب أفراد العينة قد أجابوا على أبعاد الفورية ب "موافق" بنسبة بلغت 74.40%، ليليها الذين أجابوا ب" موافق إلى حد ما" بنسبة قدرت ب 13.87% في حين جاء ترتيب الذين أجابوا ب"غير موافق" على هذه العبارة في الترتيب الأخير بنسبة 11.73%. حيث قدر المتوسط الحسابي للدرجة الكلية لمعيار الفورية ب 2.62 و هو ما يجعله يدخل ضمن نطاق فئة

"الموافقة" أي ضمن المجال [2.34-3]. في حين قدر الانحراف المعياري الفورية بـ 0.510 بوزن نسبي بلغت قيمته 87.54.

ساعدت السرعة الكبيرة التي تتسم بها شبكة الإنترنت في التحديث السريع لمضمون الصحف الإلكترونية في أوقات متقاربة مما يمكن هذه الصحف من متابعة الأحداث، والتطورات المحلية و الدولية دون التقيد بوقت الصدور المحدد الذي كان يميز الصحف المطبوعة.<sup>1</sup> فعلى سبيل المثال فإن صحيفة **The Chicago Tribune** الإلكترونية لديها فريق صحفي خاص يقدم أخبارا للنسخة الإلكترونية فقط، و يتم بث هذه الأخبار قبل ساعات من نشرها في النسخة الورقية.<sup>2</sup>

يمكن تفسير نتائج ردود مفردات العينة حول أبعاد معيار الفورية في صحيفة الشروق أون لاين بأن هذه الأخيرة تولي أهمية كبيرة لنقل و متابعة آخر التطورات التي تشهدها الساحة الوطنية، المحلية و الدولية وهو ما ينعكس على تحديثها لموادها المنشورة دوريا كلما استجدت تفاصيل جديدة حولها و هذا ما يجعل الصحيفة محل الدراسة تساير أهم الخصائص التي أتاحتها شبكة الإنترنت و هو التحديث الفوري لخدماتها الإخبارية بنحو مستمر. إذ يعد التحديث المستمر لمحتوى الصحيفة الإلكترونية من أهم الخصائص التي تتميز بها عن نظيرتها الورقية، كما يعد ذلك من أهم العوامل التي تجعلها محط اهتمام المستخدمين الذين يرغبون دائما بالإطلاع على كل ما هو جديد لا عن المعلومات البائدة. و قد تعمق تحدي معيار الفورية و التحديث المستمر والسرعة في نشر المستجدات بعد ظهور مواقع التواصل الاجتماعي التي مكنت الجميع من أن يصبحوا ناقلين للحدث فور وقوعه بالصوت و الصورة.

<sup>1</sup> صالح العنزي، مرجع سابق، ص 135

<sup>2</sup> حسني نصر و سناء عبد الرحمن، التحرير الصحفي في عصر المعلومات: الخبر الصحفي، ط1، دار الكتاب الجامعي، العين، الإمارات العربية المتحدة، 2003، ص 291.

6. معيار الوضوح اللغوي:

الجدول رقم (79): يبين نتائج ردود مفردات العينة حول أبعاد معيار الوضوح اللغوي بصحيفة الشروق أون لاين

الرتبة	الاتجاه العام للفقرة	الوزن النسبي	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	غير موافق	موافق إلى حد ما	موافق	المؤشرات	معيار الوضوح اللغوي
1	موافق	91	0.619	2.73	23	22	205	ك	سلامة اللغة المستخدمة في تحرير موادها
					09.20	08.80	82.00	ن %	
2	موافق	89.66	0.600	2.69	18	42	190	ك	وضوح و بساطة الكتابة الصحفية
					07.20	16.80	76.00	ن %	
3	غير موافق	53.66	0.830	1.61	154	40	56	ك	لا تقديم جمل و صيغ تقليدية تتسم بالطول
					61.60	16.00	22.40	ن %	
موافق		78.10	0.683	2.34	195	104	451	ك	الدرجة الكلية لمعيار الوضوح اللغوي
					26.00	13.87	60.13	ن %	

المصدر: من إعداد الباحثة اعتماداً على برنامج SPSS25 وبرنامج Excel

يتضح من الجدول رقم (79) و الذي يبين نتائج ردود مفردات العينة حول أبعاد معيار الوضوح

اللغوي ما يلي :

- تبين العبارة التي نصت على أن "صحيفة الشروق أون لاين تراعي سلامة اللغة المستخدمة في تحرير موادها" و التي تقع في الخانة الأفقية الثانية من الجدول أعلاه بأنه أكثر من نصف المستجوبين أجابوا بـ "موافق" على هذه العبارة بنسبة قدرت بـ 82%، و في المقابل أجاب ما نسبته 08.80% بأنهم يوافقون على هذه العبارة إلى حد ما م، في حين أبدى ما نسبته 09.20% عدم موافقتهم على العبارة. و قد بلغ المتوسط الحسابي للإجابة على هذه العبارة 2.73 و هو ما يجعل الاتجاه العام للفقرة تقع ضمن فئة "الموافقة" أي ضمن المجال [3-2.34]. كما قدر انحراف معياري لإجابات المبحوثين حول هذه العبارة بـ 0.619، بوزن نسبي بلغت قيمته 91 ما يجعلها تحتل المرتبة الأولى من أبعاد معيار الوضوح اللغوي.

- أما فيما تعلق بالعبارة الثانية و التي نصت على أن "صحيفة الشروق أون لاين تراعي وضوح وبساطة الكتابة الصحفية" فقد كانت نسبة الذين أجابوا بـ " موافق" هي أعلى نسبة و التي قدرت بـ 76%، تلاها الذين أجابوا بـ " موافق إلى حد ما" بنسبة بلغت 16.80%، في حين يرى ما نسبته 07.20% من المبحوثين بأنهم غير موافقين على العبارة. من جهة أخرى بلغ المتوسط الحسابي للفقرة 2.69 و هو ما يجعل الاتجاه العام لهذه الفقرة أيضا تقع ضمن فئة "الموافقة" أي ضمن المجال [3-2.34]. و قد قدر الانحراف المعياري لها بـ 0.600 بوزن نسبي بلغت قيمته 89.66 ما يجعل هذه العبارة تحتل المرتبة الثانية من أبعاد معيار الوضوح اللغوي.

- أجاب ما نسبته 61.60% من المستجوبين بـ " غير موافق" على العبارة الثالثة و التي نصت على أن " صحيفة الشروق أون لاين تقدم صيغ غير تقليدية لا تتسم بالطول"، ليليهما الذين يرون بأنها تراعي هذا البعد بنسبة قدرت بـ 22.40%، في حين أجاب ما نسبته 16% بأنهم يرونها تراعي هذا البعد إلى حد ما. و قد قدر المتوسط الحسابي لهذه العبارة بـ 1.61 و هو ما يجعله يدخل ضمن نطاق فئة "عدم الموافقة" أي ضمن المجال [1-1.66]، كما قدر الانحراف المعياري لها بـ 0.830 بوزن نسبي بلغت قيمته 53.66 ما يجعل هذه العبارة تحتل المرتبة الثالثة من أبعاد معيار الوضوح اللغوي.

يتضح معطيات الجدول رقم (79) يمكن القول بأن أغلب أفراد العينة قد أجابوا على أبعاد الوضوح اللغوي بـ "موافق" بنسبة بلغت 60.13%، ليليهما الذين أجابوا بـ "غير موافق" بنسبة قدرت بـ 26% في حين جاء ترتيب الذين أجابوا بـ " موافق إلى حد ما" على هذه العبارة في الترتيب الأخير بنسبة



13.87%. حيث قدر المتوسط الحسابي للدرجة الكلية لمعيار الوضوح اللغوي بـ 2.34 وهو ما يجعل الاتجاه العام لهذه الفقرة أيضا تقع ضمن فئة "الموافقة" أي ضمن المجال [2.34-3]. في حين قدر الانحراف المعياري الوضوح اللغوي بـ 0.683 بوزن نسبي بلغت قيمته 78.10.

ترجع الباحثة موافقة أفراد العينة على مراعاة صحيفة الشروق أون لاين لمعيار الوضوح اللغوي حسب ما يوضحه الجدول رقم (82) أعلاه إلى مراعاة صحيفة الشروق أون لاين إلى كل من بعدي مراعاة السلامة اللغوية في تحرير موادها و وضوح و بساطة الكتابة الصحفية، ما يبين التزام الصحيفة بمعايير الكتابة اللبيب التي أهم ضوابطها أن تقدم بطريقة سهلة و مبسطة و سليمة بحيث لا تبطئ من قراءة المتصفح لمحتوى الصحيفة و الذي يتصفح بآلية مسح بصري للمحتوى الذي يكون بشكل أبطء من قراءة الصحيفة الورقية.

و هو ما يؤكد جاكوب نيلسون **Jakob Nielsen** و الذي يرى بأنه نادرا ما يقرأ الناس صفحات الويب كلمة كلمة، و بدلا من ذلك، يقومون بمسح الصفحة ضوئيا، و يقومون باختيار الكلمات، حيث خلصت دراسته حول قراءة المصفح للمواقع الصحفية الإلكترونية إلى أن 79% من المستخدمين يقومون دائما بمسح أي صفحة جديدة صادفوها، أما 16% فقط يقرأون كلمة بكلمة، ونتيجة لذلك يرى نيلسون **Nielsen** بأنه يتعين على صفحات الويب استخدام نص قابل للمسح باستخدام الكلمات الرئيسية المميزة كروابط النص التشعبي و أشكال الحروف و الألوان و غيرها، وكذلك العناوين الفرعية، و نظام الفكرة الواحدة لكل فقرة.<sup>1</sup>

تبين كذلك معطيات الجدول السابق رقم (79) بأن أفراد العينة يرون بأن صحيفة الشروق أون لاين تنشر أغلب موادها في قوالب تقليدية تتسم جملها بالطول و هذا ما يتوافق مع ما جاءت به الدراسة التحليلية في الدراسة الحالية و التي خلصت فيها الباحثة إلى أن صحفيي صحيفة الشروق أون لاين يستخدمون الفقرات الطويلة في تحرير المواد المنشورة في الموقع بنسبة 70.57% و هي نسبة كبيرة مقارنة بالاعتبارات التي يتوجب على الصحفيين أن يأخذوها بعين الاعتبار أولها المتصفحين\*.

<sup>1</sup> Jakob Nielsen, "How Users Read on the Web", Nielsen Norman Group, published at: on September 30, 1997, Available at: <https://www.nngroup.com/articles/how-users-read-on-the-web/>, Retrieved at: 05/01/2020.

\* أنظر الصفحة 363 من الدراسة الحالية

إذ يستطيع قارئ الصحيفة الإلكترونية أن يتذكر المعلومات التي تتضمنها القصص الخبرية المنشورة بالصحف الإلكترونية أكثر من قدرته على تذكر المعلومات نفسها في حالة نشرها على صفحات الصحيفة المطبوعة. مما يتطلب معالجة المعلومات بأسلوب خاص في الكتابة يتباين عن الأسلوب التقليدي في الكتابة الإنشائية أو الأدبية، بحيث يقدم الصحفي الإلكترونية كم من المعلومات المشوقة بقدر الإمكان في بساطة واختصار و دقة بالغة.<sup>1</sup> إن توخي معيار الوضوح اللغوي أو بالأحرى الدقة يعني تفادي الأخطاء بكل أنواعها سواء كانت معلوماتية أو طباعية، أو نحوية أو لغوية و غيرها، لذا فهي تحتاج من الإعلامي الإلتزام الصحيح في القول و الكتابة و الصورة و التثبت من صحة الآراء و المواقف و المعلومات و نسبها، و أيضا إدراك السياق الصحيح و إمتلاكه للخلفية المعلوماتية التي تحول دون إرتكاب الأخطاء.<sup>2</sup>

يجب أن يأخذ الصحفيين بصحيفة الشروق أون لاين بعين الإعتبار أثناء الكتابة والتحرير للصحف الإلكترونية احتياجات وعادات القراءة على الإنترنت، إذ تظهر دراسات قابلية الاستخدام على الويب أن القراء يميلون إلى التنقل على المواقع بدلا من قراءتها باهتمام . كما أنها تميل إلى أن تكون أكثر نشاطا من قارئ الصحف المطبوعة أو مشاهدي التلفزيون، فهم يتجهون للبحث عن المعلومات بدلا من أخذ ما يقدم لهم بشكل جاهز.<sup>3</sup> و بالتالي فإن التحكم في كيفية عرض المحتوى الصحفي للمتصفحين بصحيفة الشروق أون لاين يتم عن طريق المحافظة على أن يكون متن المحتوى الصحفي أيا كان الفن أو القالب الصحفي بأن يكون ملخص في حدوده الدنيا بحيث يتم تقسيمه إلى مقاطع يحمل كل جزء منها ارتباطات تشعبية تتيح للمتصفح الوصول إلى صفحات أخرى تحتوي على معلومات مفصلة و ذات صلة بالموضوع المطروح وتمكنهم من قراءة وتصفح محتوى صحيفة الشروق أون لاين بشكل سهل و واضح.

<sup>1</sup> بسنت العقباوي، مرجع سابق، ص125.

<sup>2</sup> عمرو عبد الحميد، العداء لوسائل الإعلام: التحديات المهنية و استعادة ثقة الجمهور، ط1، دار العربي للنشر والتوزيع، القاهرة، مصر، 2019، ص178.

<sup>3</sup> Jonathan Dube, Op.cit.

رابعاً: تقييم أفراد العينة مدى مراعاة صحيفة الشروق أون لاين للمعايير المهنية للصحافة الإلكترونية :

1. معيار المصدقية:

الجدول رقم (80): يبين نتائج ردود مفردات العينة حول أبعاد معيار المصدقية بصحيفة الشروق أون لاين

الرتبة	الاتجاه العام للفقرة	الوزن النسبي	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	غير موافق	موافق إلى حد ما	موافق	المؤشرات	معيار المصدقية
4	موافق إلى حد ما	67.66	0.773	2.03	71	101	78	ك	تنشر المعلومات الصحيحة غير المفبركة
					28.40	40.40	31.20	ن %	
3	موافق إلى حد ما	70	0.679	2.07	49	134	67	ك	تعتمد على مصادر موثوقة
					19.60	53.60	26.80	ن %	
2	موافق إلى حد ما	74.65	0.754	2.24	48	94	108	ك	تقدم تفاصيل لمختلف المواضيع التي تطرحها دون أن تخل بموضوع الحدث
					19.20	37.60	43.20	ن %	
1	موافق	78	0.706	2.34	34	97	119	ك	تسمح للقراء بالرد على المعلومات التي قد يرون بأنها غير صحيحة
					13.60	38.80	47.60	ن %	
موافق إلى حد ما		72.32	0.728	2.17	202	426	372	ك	الدرجة الكلية لمعيار المصدقية
					20.20	42.60	37.20	ن %	

المصدر: من إعداد الباحثة اعتماداً على برنامج SPSS25 و برنامج Excel

يتضح من الجدول السابق رقم (80) و الذي يبين نتائج ردود مفردات العينة حول أبعاد معيار المصدقية ما يلي:

- يرى ما نسبته 40.40% من المبحوثين "موافقتهم إلى حد ما" على العبارة التي نصت على أن "صحيفة الشروق أون لاين تنشر المعلومات الصحيحة غير المفبركة"، مقابل 31.20% منهم أجاب بـ "موافق" على العبارة، في حين أبدى ما نسبته 28.40% عدم موافقتهم عليها. و قد بلغ المتوسط الحسابي للإجابة على هذه العبارة 2.03 و هو ما يجعل الاتجاه العام للفقرة تقع ضمن فئة "الموافقة إلى حد ما" أي ضمن المجال [1.67-2.33]. كما قدر انحراف معياري لإجابات المبحوثين حول هذه العبارة بـ 0.773، بوزن نسبي بلغت قيمته 67.66 ما يجعلها تحتل المرتبة الرابعة في أبعاد المصدقية.

- أما فيما تعلق بالعبارة الثانية و التي نصت على أن "صحيفة الشروق أون لاين تعتمد على مصادر موثوقة" فقد كانت نسبة الذين أجابوا بـ "موافق إلى حد ما" هي أعلى نسبة و التي قدرت بـ 53.60%، تلاها الذين أجابوا بـ "موافق" بنسبة بلغت 26.80%، في حين أجاب ما نسبته 19.60% من المبحوثين بـ "غير موافق" على العبارة. من جهة أخرى بلغ المتوسط الحسابي للفقرة 2.07 و هو ما يجعل الاتجاه العام لهذه الفقرة أيضا تقع ضمن فئة "الموافقة إلى حد ما" أي ضمن المجال [1.67-2.33]. و قد قدر الانحراف المعياري لها بـ 0.679 بوزن نسبي بلغت قيمته 70 ما يجعل هذه العبارة تحتل المرتبة الثالثة في أبعاد المصدقية.

- في حين أجاب ما نسبته 43.20% من المستجوبين بـ "موافق" على العبارة الثالثة و التي نصت على أن "صحيفة الشروق أون لاين تقدم تفاصيل لمختلف المواضيع التي تطرحها دون أن تخل بموضوع الحدث"، ليليهما الذين يرون بأنها تراعي هذا البعد إلى حد ما بنسبة قدرت بـ 37.60%، في حين أجاب ما نسبته 19.20% بأنهم لا يرونها تراعي هذا البعد. و قد قدر المتوسط الحسابي لهذه العبارة بـ 2.24 ما يجعل الاتجاه العام لهذه الفقرة على غرار الفقرتين السابقتين تدخل ضمن فئة "الموافقة إلى حد ما" أي ضمن المجال [1.67-2.33]. و قد قدر الانحراف المعياري لها بـ 0.754 بوزن نسبي بلغت قيمته 74.65 ما يجعل هذه العبارة تحتل المرتبة الثانية في أبعاد المصدقية.

- و في الأخير أبدى ما نسبته 47.60% من المبحوثين "موافقتهم" على العبارة التي نصت على أن "صحيفة الشروق أون لاين تسمح للقراء بالرد على المعلومات التي قد يرون بأنها غير صحيحة"،

مقابل 38.80% منهم أجاب بـ "موافق إلى حد ما" على العبارة ،في حين أبدى ما نسبته 13.60% عدم موافقتهم عليها. و قد بلغ المتوسط الحسابي للإجابة على هذه العبارة 2.34 و هو ما يجعل الاتجاه العام للفقرة تقع ضمن فئة "الموافقة" أي ضمن المجال [2.34-3]. كما قدر انحراف معياري لإجابات المبحوثين حول هذه العبارة بـ 0.706، بوزن نسبي بلغت قيمته 78 ما يجعلها تحتل المرتبة الأولى في أبعاد المصدقية.

يُستنتج انطلاقاً من معطيات الجدول السابق رقم (80) بأن أغلب أفراد العينة قد أجابوا على أبعاد المصدقية بـ "موافق إلى حد ما" بنسبة بلغت 42.60%، يليها الذين أجابوا بـ "موافق" بنسبة قدرت بـ 37.20% في حين جاء ترتيب الذين أجابوا بـ "غير موافق" على هذه العبارة في الترتيب الأخير بنسبة 20.20%. حيث قدر المتوسط الحسابي للدرجة الكلية لمعيار المصدقية بـ 2.17 و هو ما يجعله يدخل ضمن نطاق فئة "الموافقة إلى حد ما" أي ضمن المجال [1.67-2.33]. في حين قدر الانحراف المعياري المصدقية بـ 0.728 بوزن نسبي بلغت قيمته 72.32.

و تعود هذه النتائج و التي يميل فيها جمهور متصفح صحيفة الشروق أون لاين إلى الموافقة ولو أنها إلى حد معين على أنها تراعي مبدأ المصدقية فيما تنشره من مواد صحفية ،إلى عدة عوامل أهمها عامل الخصائص الديموغرافية و الثقافية و الاجتماعية للمتلقي و الأفكار التي كونها مسبقاً حول الصحيفة. و ثانيا السمعة الجيدة التي تحتلها صحيفة "الشروق اليومي" من قبل قرائها الذين انتقلوا لمتابعتها على الوسيط الإلكتروني عند بداياتها كنسخة الكترونية لطبعاتها الورقية قبل بداية خطواتها كصحيفة إلكترونية بطاقم صحفي مستقل عن المطبوع الورقي. كما يعود كذلك إلى سبب ثالث و هو الخبرة التي يمتلكها الطاقم الصحفي للصحيفة الذين اشتهر أغلبهم ككتاب في المطبوع الورقي قبل إنتمائهم لطاقم الصحيفة الإلكترونية و المطبوعة في ذات الوقت.

حيث يتوافق هذا التفسير مع ما أشار إليه عمرو عبد الحميد في كتابه "العداء لوسائل الإعلام: التحديات المهنية و استعادة ثقة الجمهور" و الذي يرى بأن الجمهور يستخدم معايير متعددة لتقييم مصداقية وسائل الإعلام على غرار الصحف الإلكترونية و التي كانت أهمها ما يتعلق بطبيعة التغطية الإخبارية حيث حدد مختصون في مجال الإعلام مجموعة من العوامل التقييم للمصدقية أهمها عرض الأخبار دون تعميم و التميز بالدقة في نقل المعلومة و التغطية الفورية للأحداث ،و هناك معايير تتعلق بتصورات الجمهور عن أداء الوسيلة، فهم يعتمدون على مصادر موثوق بها في تغطية الأحداث و عن أداء القائم

بالاتصال الذي تعتبر كفاءته من المعايير العامة لدعم المصدقية. فإذا اتسمت تصورات الجمهور بالإيجابية تجاه وسائل الإعلام فإن ذلك يزيد من المصدقية و بالتالي فإنه يلجأ لهذه الوسائل للحصول على المعلومات، بينما إذا كانت تقييمات الجمهور سلبية اتجاه هذه الوسائل الإعلامية فإن ذلك يؤدي بدوره إلى تراجع ملحوظ في استخدامهم لهذه الوسائل و هو ما يؤثر في تراجع ثقتهم فيما تطرحه من موضوعات.<sup>1</sup>

كما يرى مجموعة من الباحثين بأن الدراسات و البحوث التي تناولت إدراك الجمهور لمصدقية المعلومات على المواقع الإخبارية و الصحفية الإلكترونية و تقييمه لها تعتمد أساسا على الأبحاث التي أجريت على وسائل الإعلام التقليدية، حيث تم دراسة مفهوم المصدقية كمتغير الإدراك الحسي الذي يحكم به المتلقي على جودة المعلومات أو مصدرها، وبالرغم من ذلك قد تختلف تصورات الجمهور نحو المصدقية اعتماداً على تقييم مصدر الرسالة و السياق الذي تتم به عملية التقييم ذاتها.<sup>2</sup>

ترتبط إذن التصورات التي يشكلها جمهور الوسائل الإعلامية التقليدية و مستخدمي الوسائل الإعلامية الحديثة و من بينها الصحافة الإلكترونية بشكل وثيق مع و إدراكهم مدى مصداقيتها. لذا فكلما شعروا بأن هذه الوسائل تراعي المعايير المهنية للعمل الإعلامي و من بينها المصدقية كلما زادت ثقتهم فيما تقدمه هذه الوسائل و في القائمين بالاتصال فيها و كذلك ارتفعت درجة موثوقيتهم بالمصادر التي تعتمد عليها. و بالرجوع إلى النتائج المتحصل عليها نجد بأنه لا يوجد اتفاق مطلق بين مستخدمي صحيفة الشروق أون لاين حول مراعاتها لمعيار المصدقية، نظرا لصعوبة الفصل بين أبعاد المصدقية المتمثلة في المصدر، الرسالة، و الوسيلة فباعتماد أن أفراد العينة قد وافقوا إلى حد ما على العبارات المتعلقة بصحة المعلومات و موثوقية المصادر الموظفة، فهذا يؤثر بشكل قطعي على مدى ثقتهم في مصداقية الوسيلة و هي صحيفة الشروق أون لاين.

تتمثل الإشكالية الرئيسية لقياس مصداقية الصحف الإلكترونية على اعتبار أنها وسيلة إعلامية جديدة في صعوبة و اختلاف معايير القياس بين الوسائل الإعلامية التقليدية و الجديدة، ففي حين يتأثر تقييم مصداقية وسائل الإعلام التقليدية بمراعاتها للعدالة و الإنصاف و التوازن و الموضوعية، تظهر معايير

<sup>1</sup> عمرو عبد الحميد، مرجع سابق، ص 95، 94.

<sup>2</sup> Miriam J. Metzger, Andrew J. Flanagin, Ryan B. Medders, " Social and Heuristic Approaches to Credibility Evaluation Online", Journal of Communication ,Vol 60, No 03, University of California, USA, 2010, P413, 414. Available at: <http://www.pensierocritico.eu/files/Metzger---Social-and-Heuristic-Approaches-to-Credibility-Evaluation-Online.pdf> , Retrieved at: 27/12/2019.

مختلفة بشأن وسائل الإعلام الجديدة منها مستوى التفاعلية **Interactivity**، و استخدام الوسائط المتعددة **Multimediality**، والألفة مع الموقع، و تصميم الصفحة و الإستعانة بالوصلات التشعبية **Hypertextuality**.<sup>1</sup> و هذا ما يشير إلى أن مؤشرات تقييم جمهور وسائل الإعلام التقليدية لا تعكس المعايير التي يقيم بها المستخدمين مواقع الصحف الإلكترونية و هذا يرجع لطبيعة الوسيلة، والرسالة التي أصبحت تعتمد في تحريرها على الإختصار و الروابط الفائقة، و كذلك يعود ذلك لتغير طبيعة الجمهور.

و هذا ما أكدته دراسة تجريبية و ميدانية للباحث فوغ **Fogg** و آخريين التي انجزت لمدة ثلاث سنوات و طبقت على 2684 شخصا لتقييم موقعين إلكترونيين على شبكة الإنترنت و تحليل تعليقات المتصفح حول مصداقيتها و التي خلصت نتائجها إلى أن شكل التصميم الخاص بالموقع احتل المرتبة الأولى في العوامل المؤثرة في بناء مصداقية المواقع الإلكترونية، تلاه بنية و تصميم المعلومات، تركيز المعلومات، فائدة المعلومات، دقة المعلومات و السمعة الطيبة لاسم المؤسسة، ثم مدى تحيز المعلومات المقدمة، أسلوب الكتابة، ووضوح هوية رعاة الموقع، سهولة قراءة النصوص على الموقع، و إنتماء الموقع لمؤسسة موثوق بها. وقد حدد فوغ **Fogg** خمسة عوامل تؤثر على مرحلة الملاحظة و المتمثلة في: مدى انغماس المستخدم وارتباطه، و طبيعة المحتوى، أهمية الموضوع، و الخبرات الحسية و كذلك الفروق الفردية للمستخدمين. وقد أشار فوغ **Fogg** و زملاؤه في آخر الدراسة لثلاثة عوامل على الأقل تؤثر في مرحلة التفسير و هي: عوامل تتعلق بالمستخدم (المستوى الثقافي، التجارب السابقة، و درجة الاستدلال)، عوامل تتعلق بمستوى المهارة و المعرفة للمستخدم في التعامل مع الموقع، و عوامل تتعلق بالسياق (بيئة المستخدم، و مستوى التوقعات).<sup>2</sup>

إن إسقاط ما سبق ذكره على الدراسة الحالية يميلنا إلى النتائج المتحصل عليها في الشق السابق للدراسة الميدانية و المتعلق بالمعايير الفنية لصحيفة الشروق أون لاين\* و التي خلصت في مجملها بأن أغلبية مفردات العينة من مستخدمي الصحيفة يرون بأنها التزمت بهذه المعايير و المتمثلة في: جاذبية التصميم، يسر الاستخدام، الملاءمة، تنوع خيارات المحتوى، الفورية، و الوضوح اللغوي. و بالتالي فإن تقييم مستخدمي

<sup>1</sup> عمرو عبد الحميد، مرجع سابق، ص98.

<sup>2</sup> المرجع نفسه، ص115، 114.

\* أنظر من الصفحة 536 إلى غاية الصفحة 566 من الدراسة الحالية (فصل الدراسة الميدانية)

صحيفة الشروق أون لاين لتوحيها لمعيار المصدقية يتعلق كذلك بهذا الجانب خاصة و أن الإنطباع الأول الذي يشكله المستخدم حول تنظيم محتوى الصحيفة و سهولة تنقله فيها كفيلا بأن يكسبها ثقته و هو ما يضمن عدم مغادرته للموقع. فبمجرد بقاءه في الموقع ينتقل للمستوى الثاني من تقييم المصدقية و التي تتعلق بمصدقية الرسالة أو المحتوى الإعلامي الذي تنشره الصحيفة و الذي تم التطرق إليه في الجدول السابق رقم (80) و الذي يبين نتائج ردود مفردات العينة حول أبعاد معيار المصدقية و التي أوضحت بأن الصحيفة تلتزم بها إلى حد ما.



2. معيار الحياد:

الجدول رقم (81): يبين نتائج ردود مفردات العينة حول أبعاد معيار الحياد بصحيفة الشروق أون لاین

الرتبة	الاتجاه العام للفقرة	الوزن النسبي	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	غير موافق	موافق إلى حد ما	موافق	المؤشرات	معيار الحياد
3	موافق إلى حد ما	55.32	0.761	1.66	129	77	44	ك	نقل الحقائق و المعلومات بحياد تام
					51.60	30.80	17.60	ن %	
2	موافق إلى حد ما	62	0.794	1.75	118	77	55	ك	عرض المعلومات دون تحوير أو مبالغة
					47.20	30.80	22.00	ن %	
1	موافق إلى حد ما	78	0.777	2.34	47	70	133	ك	الفصل بين الخبر و الرأي
					18.80	28.00	53.20	ن %	
موافق إلى حد ما		65.10	0.777	1.91	294	224	232	ك	الدرجة الكلية لمعيار الحياد و الموضوعية
					30.93	29.87	39.20	ن %	

المصدر: من إعداد الباحثة اعتماداً على برنامج SPSS25 و برنامج Excel

يتضح من الجدول رقم (81) و الذي يبين نتائج ردود مفردات العينة حول أبعاد معيار الحياد ما يلي:

- أبدى ما نسبته 51.60% من المبحوثين عدم موافقتهم على العبارة التي نصت على أن "صحيفة الشروق أون لاين تنقل الحقائق و المعلومات بحياد تام"، مقابل 30.80% منهم أجاب بـ "موافق إلى حد ما" على العبارة، في حين أبدى ما نسبته 17.60% موافقتهم عليها. و قد بلغ المتوسط الحسابي للإجابة على هذه العبارة 1.66 و هو ما يجعل الاتجاه العام للفقرة تقع ضمن فئة "غير موافق" أي ضمن المجال [1.66-1]. كما قدر انحراف معياري لإجابات المبحوثين حول هذه العبارة بـ 0.761، بوزن نسبي بلغت قيمته 55.32 ما يجعلها تحتل المرتبة الثالثة في أبعاد معيار الحياد.

- أما فيما تعلق بالعبارة الثانية و التي نصت على أن "صحيفة الشروق أون لاين تعرض المعلومات دون تحوير أو مبالغة" فقد كانت نسبة الذين أجابوا بـ "موافق إلى حد ما" هي أعلى نسبة و التي قدرت بـ 40%، تلاها الذين أجابوا بـ "غير موافق" بنسبة بلغت 36.80%، في حين أجاب ما نسبته 23.20% من المبحوثين بـ "موافق" على العبارة. من جهة أخرى بلغ المتوسط الحسابي للفقرة 1.86 و هو ما يجعل الاتجاه العام لهذه الفقرة أيضا تقع ضمن فئة "الموافقة إلى حد ما" أي ضمن المجال [2.33-1.67]. و قد قدر الانحراف المعياري لها بـ 0.764 بوزن نسبي بلغت قيمته 62 ما يجعل هذه العبارة تحتل المرتبة الثانية في أبعاد معيار الحياد.

- في حين أجاب ما نسبته 53.20% من المستجوبين بـ "موافق" على العبارة الثالثة و التي نصت على أن "صحفيي صحيفة الشروق أون لاين يفصلون بين الخبر و الرأي"، ليليهم الذين يرون بأنها تراعي هذا البعد إلى حد ما بنسبة قدرت بـ 28%، في حين أجاب ما نسبته 18.80% بأنهم لا يرونها تراعي هذا البعد. و قد قدر المتوسط الحسابي لهذه العبارة بـ 2.34 ما يجعل الاتجاه العام لهذه الفقرة تدخل ضمن فئة "الموافقة" أي ضمن المجال [2.33-3]. و قد قدر الانحراف المعياري لها بـ 0.777 بوزن نسبي بلغت قيمته 78 ما يجعل هذه العبارة تحتل المرتبة الأولى في أبعاد معيار الحياد.

نلاحظ من خلال من معطيات الجدول أعلاه رقم (81) بأن أغلب أفراد العينة قد أجابوا على أبعاد معيار الحياد بـ "موافق" بنسبة بلغت 39.20%، ليليهما الذين أجابوا بـ "غير موافق" بنسبة قدرت بـ 30.93% في حين جاء ترتيب الذين أجابوا بـ "موافق إلى حد ما" على هذه العبارة في الترتيب الأخير

بنسبة 29.87%. حيث قدر المتوسط الحسابي للدرجة الكلية لمعيارية الحياد و الموضوعية بـ 1.91 وهو ما يجعله يدخل ضمن نطاق فئة "الموافقة إلى حد ما" أي ضمن المجال [1.67-2.33]. في حين قدر الانحراف المعياري لمعيار الحياد بـ 0.777 بوزن نسبي بلغت قيمته 65.10.

إذن يرى أغلبية أفراد العينة ترى بأن صحيفة الشروق أون لاين تراعي بعض الجوانب التي تحافظ على حياد محرريها في طرح المواضيع و هذا ما يفسر مثلا إجماع نصف المبحوثين على أن الصحيفة تفصل بين الخبر و الرأي في إشارة إلى عدم إطلاق أحكام مسبقة أو وجهات نظر محرري الصحيفة حول قضية معينة أثارت ضجة في أوساط الرأي العام مهما اختلفت نوعيتها سياسية، اجتماعية، ثقافية و غيرها و هذا ربما يعود إلى وجود فن صحفي يمكن المحرر من إبداء رأيه الشخصي و هو المقال الصحفي بأنواعه الافتتاحي، التحليلي و كذا العمودي كما أن الصحيفة تتيح فسحة لمحرريها لإبداء رأيهم من خلال المدونة التابعة للصحيفة و بالتالي كل ذلك يساهم في ابتعاد الصحفي و تجرده من آرائه الخاصة أثناء تحريره للمواد الصحفية حتى وإن كان هذا الحكم نسبيا و ليس مطلقا .

أظهر- في ذات السياق-استطلاع أجرته مؤسسة غالوب Galob عام 1998 في الولايات المتحدة أن 53% من البالغين الذين تتجاوز أعمارهم 30 سنة يرون بأن الأخبار التي يتم نشرها على الإنترنت تعتبر "نزيفة و محايدة" و تعتبر هذه النسبة الأعلى من ناحية حياد مواقع الصحف على الإنترنت مقارنة بالوسائط الإعلامية الأخرى، حيث أجاب ما نسبته 47% على أن الأخبار التلفزيونية عادلة و نزيفة، في حين احتلت الأخبار المداعة عبر الراديو المرتبة الثالثة من ناحية الحياد من وجهة نظر المبحوثين بنسبة قدرت بـ 46%، ثم تلاها من يرون أن الصحف المحلية تراعي هذا المبدأ بنسبة 40% و أخيرا جاءت نسبة مراعاة الصحف الوطنية لمبدأ الحياد من وجهة نظر المستجوبين بـ 39%<sup>1</sup>.

أشار هيرت شيللر Herbert Schiller في كتابه "المتلاعبون بالعقول - The Mind Managers" بأن الحياد المطلق في وسائل الإعلام ليس أكثر من وهم لا وجود له، و ربما يكون هناك حياد نسبي قد لا يدركه الصحفيون لكونه أمر مختلف عليه سواء في وجوده أو مقداره إن وجد، فبمجرد

<sup>1</sup> John V. Pavlik, Journalism and New Media, 1<sup>st</sup> edition, Columbia University Press, New York, USA, 2001, p129.

اختيار الصحفي لموضوع معين و طرحه دون غيره وإبرازه لجوانب تتعلق به دون غيرها ،و كذلك التركيز على شخصيات و مصادر محددة دون غيرها كلها اعتبارات لا تدع مجالاً للشك بوجود تحيز.<sup>1</sup>

يتوافق ذلك أيضاً مع ما جاء به **ولبور شرام Wilbur Schramm** الذي يرى بأن عملية التعرض الانتقائي ليست عملية قاصرة على جمهور يتعرض للمحتوى الذي يريده فحسب ولكنها تحدث كذلك للقائمين على اختيار الأخبار، فهم يختارونها، في ضوء خبراتهم، ويفسرونها لكي تقاوم أي تغيير في ثقافتهم والأطر المرجعية لأفكارهم. و بالتالي فالجدل الذي يدور حول ما إذا كانت الوسيلة الإعلامية متحيزة أم لا من وجهة نظر جمهورها لا يكمن في الأساس حول اتفاق جمهور هذه الوسيلة على أن هذه الوسيلة أو تغطياتها الخيرية المتنوعة متحيزة و إنما تكمن في انقسامه في الوقت ذاته حول نوع و طبيعة هذا التحيز و الجهة أو الأفكار التي يخدمها.<sup>2</sup>

يسود لدى دراسة حياد وسائل الإعلام التقليدية أو الحديثة على حد سواء بأن الميل الإخباري تجاه طرف مقابل طرف آخر يبقى واقعا في كثير من الأحيان و لا يمكن إنكاره لأنه يعتبر متغير رئيسي يتحكم في مخرجات التعرض للأخبار خاصة و أن الجمهور الغالب لوسائل الإعلام و المضامين الإخبارية بوجه خاص قد لا يجد في نفسه دوما الرغبة و القدرة على أعمال العقل دوما فيما يشاهده ليخلق التوازن أوحى يدرك الإنحياز المتضمن في المحتوى الإخباري.و من بين أبرز القضايا التي تحتمل قدرا من الجدل و النقاش حول مصداقيتها لدى الجمهور و مدى انحياز وسائل الإعلام نحوها من عدمه هي الخلافات الاجتماعية والسياسية، و الصراع بين الأديان، و معظمها تم تصنيفها كقضايا مثيرة للجدل كالمشاركة السياسية والانتخابات.<sup>3</sup>

و هو ما يفسر موافقة أفراد العينة على بعض الأبعاد للحياد و رفضهم لبعضها الآخر كالبعد المتعلق بعرض الحقائق و المعلومات بحياد تام في صحيفة الشروق أون لاين و قد يعود هذا الحكم نتاج الفترة الزمنية التي وزعت فيها استبانة الدراسة و التي تزامنت مع حراك 22 فيفري 2019 والذي تمخض عنه أزمة ثقة

<sup>1</sup>هربرت شيللر، المتلاعبون بالعقول: كيف يجذب محركو الدمى الكبار في السياسة و الإعلان و وسائل الاتصال الجماهيري خيوط الرأي العام؟، ترجمة عبد السلام رضوان، سلسلة عالم المعرفة، العدد 106، المجلس الوطني للثقافة و الفنون و الآداب، الكويت، مارس 1999، ص 17.

<sup>2</sup>سهام الشجيري، مرجع سابق، ص 316.

<sup>3</sup>عمرو عبد الحميد، مرجع سابق، ص 28، 27.

بین وسائل الإعلام الخاصة و العمومية و بین الجمهور الجزائري و التي لم تكن وفق تطلعاته خاصة فيما تعلق بنقل الاحتجاجات التي شهدتها 48 ولاية جزائرية أثناء شراراتها الأولى بل تأخرت في مواكبتها و هو ما جعل أغلب الجزائريين يرون بأن وسائل الإعلام خاصة أو عامة و سواء كانت سمعية بصرية أو مكتوبة أو إلكترونية تتبع أجندات سياسية معينة جعلتها تنحاز و تنقل المعلومات بدون مراعات معيار الحياد والموضوعية.

3. معيار المسؤولية:

الجدول رقم (82): يبين نتائج ردود مفردات العينة حول أبعاد معيار المسؤولية بصحيفة الشروق أون لاين

الرتبة	الاتجاه العام للفقرة	الوزن النسبي	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	غير موافق	موافق إلى حد ما	موافق	المؤشرات	معيار المسؤولية
1	موافق	81.32	0.795	2.44	48	46	157	ك	مراعاة مسؤوليتها اتجاه المجتمع الجزائري و عدم المساس بقيمه و عاداته و تقاليده
					19.20	18.40	62.80	ن %	
3	موافق إلى حد ما	72.66	0.780	2.18	57	90	103	ك	نشر اتهامات غير مؤكدة تؤثر في سمعة و كرامة الأشخاص
					22.80	36.00	41.20	ن %	
2	موافق	80	0.760	2.40	42	67	141	ك	تحافظ على حرمة الحياة الخاصة للأفراد والشخصيات العامة
					16.80	26.80	56.40	ن %	
موافق		78	0.778	2.34	147	202	401	ك	الدرجة الكلية لمعيار المسؤولية
					19.60	26.93	53.47	ن %	

المصدر: من إعداد الباحثة اعتمادا على برنامج SPSS25 و برنامج Excel

يتضح من الجدول رقم (82) و الذي يبين نتائج ردود مفردات العينة حول أبعاد معيار المسؤولية ما يلي :

- وافق ما نسبته 62.80% من المبحوثين على العبارة التي نصت على أن "صحيفة الشروق أون لاين تراعي مسؤوليتها اتجاه المجتمع الجزائري و عدم المساس بيمه و عاداته و تقاليده"، مقابل 19.20% منهم أجاب بأنهم غير موافقين على ذلك، في حين أبدى ما نسبته 18.40% موافقتهم إلى حد ما على العبارة. و قد بلغ المتوسط الحسابي للإجابة على هذه العبارة 2.44 و هو ما يجعل الاتجاه العام للفقرة تقع ضمن فئة "الموافقة" أي ضمن المجال [2.34-3]. كما قدر انحراف معياري لإجابات المبحوثين حول هذه العبارة بـ 0.795، بوزن نسبي بلغت قيمته 81.32 ما يجعلها تحتل المرتبة الأولى في أبعاد المسؤولية.

- أما فيما تعلق بالعبارة الثانية و التي نصت على أن "صحيفة الشروق أون لاين تنشر اتهامات غير مؤكدة تؤثر في سمعة و كرامة الأشخاص" فقد كانت نسبة الذين أجابوا بـ "موافق" هي أعلى نسبة و التي قدرت بـ 41.20%، تلاها الذين أجابوا بـ "موافق إلى حد ما" بنسبة بلغت 36%، في حين لم يوافق ما نسبته 22.80% من المبحوثين على العبارة. من جهة أخرى بلغ المتوسط الحسابي للفقرة 2.18 و هو ما يجعل الاتجاه العام لهذه الفقرة أيضا تقع ضمن فئة "الموافقة إلى حد ما" أي ضمن المجال [1.67-2.33]. و قد قدر الانحراف المعياري لها بـ 0.780 بوزن نسبي بلغت قيمته 72.66 ما يجعل هذه العبارة تحتل المرتبة الثالثة في أبعاد المسؤولية.

- في حين أجاب ما نسبته 56.40% من المستجوبين بـ "موافق" على العبارة الثالثة و التي نصت على أن "صحيفة الشروق أون لاين تحافظ على حرمة الحياة الخاصة للأفراد والشخصيات العامة" ، ليليهما الذين يرون بأنها تراعي هذا البعد إلى حد ما بنسبة قدرت بـ 26.80%، في حين أجاب ما نسبته 16.80% بأنهم لا يرونها تراعي هذا البعد. و قد قدر المتوسط الحسابي لهذه العبارة بـ 2.40 ما يجعل الاتجاه العام لهذه الفقرة تدخل ضمن فئة "الموافقة" أي ضمن المجال [2.34-3]. و قد قدر الانحراف المعياري لها بـ 0.760 بوزن نسبي بلغت قيمته 80 ما يجعل هذه العبارة تحتل المرتبة الثانية في أبعاد المسؤولية.

يمكن الاستنتاج انطلاقا من معطيات الجدول رقم (82) بأن أغلب أفراد العينة قد أجابوا على أبعاد المسؤولية بـ "موافق" بنسبة بلغت 53.47%، ليليهما الذين أجابوا بـ "موافق إلى حد ما" بنسبة قدرت بـ

26.93 % في حين جاء ترتيب الذين أجابوا بـ "غير موافق" على هذه العبارة في الترتيب الأخير بنسبة 19.60 %. حيث قدر المتوسط الحسابي للدرجة الكلية لمعيار المسؤولية بـ 2.34 و هو ما يجعله يدخل ضمن نطاق فئة "الموافقة" أي ضمن المجال [2.34-3]. في حين قدر الانحراف المعياري للمسؤولية بـ 0.778 بوزن نسبي بلغت قيمته 78.

اتفقت هذه نتائج مع ما توصلت إليه الدراسة المقارنة بين الصحيفتين الإلكترونية القديس ونيويورك تايمز التي قام بها الباحث حاتم العسولي فيما تعلق بمدى مراعاة كل من الصحيفتين في مسؤوليتها الاجتماعية في تغطيتها للعادات و التقاليد و القيم السائدة في المجتمع حيث خلص الباحث بأن هذه الفقرة قد حصلت على درجة موافقة متوسطة من قبل المبحوثين بوزن نسبي 62.40 بالنسبة لصحيفة نيويورك تايمز ، في حين حصلت ذات الفقرة في صحيفة القدس على المرتبة السادسة بوزن نسبي 70.20 مما يشير إلى أن درجة موافقة أفراد العينة جاءت بدرجة كبيرة على هذه الفقرة في صحيفة القدس<sup>1</sup>.

تؤكد هذه النتائج التي مفادها موافقة أغلب أفراد العينة على أن صحيفة الشروق أون لاين تراعي معيار المسؤولية اتجاه المجتمع الجزائري و كل ما يتعلق بقيمه و عاداته و تقاليده و بين مسؤوليتها في حماية كرامة المواطنين و سمعتهم ، أيضا بأن الصحيفة تلتزم بما نصت عليه المادة 71 من القانون العضوي المتعلق بالإعلام 2012 و التي تنص على أنه "يُمارس نشاط الصحافة الإلكترونية والنشاط السمعي البصري عبر الانترنت في ظل احترام أحكام المادة 2 من هذا القانون العضوي"<sup>2</sup>. و قد وضع المشرع الجزائري أهم المبادئ التي وجب على الصحف الإلكترونية الجزائرية مراعاتها في المادة 02 التي نصت على أنه: "يُمارس نشاط الإعلام بحرية في إطار أحكام هذا القانون العضوي والتشريع والتنظيم المعمول بهما، وفي ظل احترام: الدستور وقوانين الجمهورية، الدين الإسلامي وباقي الأديان، الهوية الوطنية والقيم الثقافية للمجتمع، السيادة الوطنية والوحدة الوطنية، متطلبات أمن الدولة والدفاع الوطني، متطلبات النظام العام، المصالح الاقتصادية للبلاد، مهام والتزامات الخدمة العمومية، حق المواطن في إعلام كامل و موضوعي، سرية التحقيق القضائي، الطابع التعددي للآراء والأفكار، كرامة الإنسان والحريات الفردية والجماعية"<sup>3</sup>.

<sup>1</sup> حاتم على العسولي، مرجع سابق، ص112.

<sup>2</sup> الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية، "الجريدة الرسمية"، العدد02، قانون الاعلام 12-05، مرجع سابق، المادة70، 69، ص28.

<sup>3</sup> المرجع نفسه، ص04.



يتضح مما سبق بأن صحيفة الشروق أون لاين استطاعت أن تحقق ما أشار إليه ماكلينتر MacIntyre في نظرية الممارسة **Practice Theory** من خلال فرضين يرتبط كلاهما بالمجتمع ومكوناته البشرية والأخلاقية وكذلك القيمية، فمن جهة الفرض الأول وهو الهدف من الممارسة **The Telos or Goal of the Practice** فكون صحيفة الشروق أون لاين تستهدف تقديم مجموعة من الخدمات من بينها الإخبار لمستخدميها فهي بدورها يتوجب عليها أن تتوخى ما أطلق عليه ماكلينتر في فرضيته الثانية بالسياق الاجتماعي للممارسة **The social context of a practices** وهو ما يلزمها بتقديم خدماتها وفق أسس و معايير أخلاقية معينة لا تتجاوز من خلالها ما يؤثر في سمعة و كرامة الأشخاص وكذلك القيم المتعارف عليها.

4. معيار الإستقلالية:

الجدول رقم (83): يبين نتائج ردود مفردات العينة حول أبعاد معيار الإستقلالية بصحيفة الشروق أون لاين

الرتبة	الاتجاه العام للفقرة	الوزن النسبي	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	غير موافق	موافق إلى حد ما	موافق	المؤشرات	معيار الإستقلالية
3	غير موافق	51	0.678	1.53	144	80	26	ك	تتمتع باستقلاليتها عن جهات سياسية معينة
					57.60	32.00	10.40	ن %	
2	غير موافق	55	0.725	1.65	125	88	37	ك	تتمتع باستقلاليتها عن جهات اقتصادية معينة
					50.00	35.20	14.80	ن %	
1	موافق إلى حد ما	60.66	0.977	1.82	142	04	104	ك	تختلف طبعتها الإلكترونية عن نسختها الورقية
					56.80	01.60	41.60	ن %	
غير موافق		55.55	0.793	1.66	411	172	167	ك	الدرجة الكلية لمعيار الإستقلالية
					54.80	22.93	22.27	ن %	

المصدر: من إعداد الباحثة اعتمادا على برنامج SPSS25 و برنامج Excel

يتضح من الجدول رقم (83) و الذي يبين نتائج ردود مفردات العينة حول أبعاد معيار الإستقلالية ما يلي :

- أجاب أكثر من نصف المبحوثين على العبارة التي نصت على أن "صحيفة الشروق أون لاین تتمتع باستقلاليتها عن جهات سياسية معينة " بعدم موافقتهم على هذه العبارة بنسبة قدرت بـ 57.60%، مقابل 32% منهم أجاب بـ " موافق إلى حد ما" على العبارة، في حين أبدى ما نسبته 10.40% موافقتهم عليها. و قد بلغ المتوسط الحسابي للإجابة على هذه العبارة 1.53 و هو ما يجعل الاتجاه العام للفقرة تقع ضمن فئة " عدم الموافقة" أي ضمن المجال [1-1.66]. كما قدر انحراف معياري لإجابات المبحوثين حول هذه العبارة بـ 0.678، بوزن نسبي بلغت قيمته 51 ما يجعلها تحتل المرتبة الثالثة في أبعاد الإستقلالية.

- أما فيما تعلق بالعبارة الثانية و التي نصت على أن "صحيفة الشروق أون لاین تتمتع باستقلاليتها عن جهات اقتصادية معينة " فقد كانت نسبة الذين أجابوا بـ " غير موافق " هي أعلى نسبة و التي قدرت بـ 50%، تلاها الذين أجابوا بـ " موافق إلى حد ما" بنسبة بلغت 35.20%، في حين أجاب ما نسبته 14.80% من المبحوثين بموافقتهم على العبارة. من جهة أخرى بلغ المتوسط الحسابي للفقرة 1.65 و هو ما يجعل الاتجاه العام لهذه الفقرة أيضا تقع ضمن فئة "عدم الموافقة " أي ضمن المجال [1-1.66] و قد قدر الانحراف المعياري لها بـ 0.725 بوزن نسبي بلغت قيمته 55 ما يجعل هذه العبارة تحتل المرتبة الثانية في أبعاد الإستقلالية.

- في حين أجاب ما نسبته 56.80% من المستجوبين بـ " غير موافق" على العبارة الثالثة و التي نصت على أن " صحيفة الشروق أون لاین الإلكترونية تختلف عن نسختها الورقية "، ليليهم الذين يرون بأنها تختلف عن النسخة الورقية للشروق اليومي أي الذين أجابوا بـ " موافق" بنسبة قدرت بـ 41.60%، في حين أجاب ما نسبته 01.60% بأنها تراعي إلى حد ما الاختلاف بينهما . و قد قدر المتوسط الحسابي لهذه العبارة بـ 1.82 ما يجعل الاتجاه العام لهذه الفقرة تدخل ضمن فئة "الموافقة إلى حد ما" أي ضمن المجال [1.67-2.33]. و قد قدر الانحراف المعياري لها بـ 0.977 بوزن نسبي بلغت قيمته 60.66 ما يجعل هذه العبارة تحتل المرتبة الأولى في أبعاد الإستقلالية.

تشير معطيات الجدول أعلاه رقم (83) بأن أغلب أفراد العينة قد أجابوا على أبعاد الإستقلالية بـ "غير موافق" بنسبة بلغت 54.80%، ليليهما الذين أجابوا "موافق إلى حد ما" بنسبة قدرت بـ

22.93% ثم تلاها من أجاابوا بـ "موافق" بنسبة بلغت 22.27%. حيث قدر المتوسط الحسابي للدرجة الكلية لمعيار الاستقلالية بـ 1.66، و هو ما يجعل الاتجاه العام لهذه الفقرة أيضا تقع ضمن فئة "عدم الموافقة" أي ضمن المجال [1-1.66] و قد قدر الانحراف المعياري لها بـ 0.793 بوزن نسبي بلغت قيمته 55.55.

و تحيل هذه النتائج بأن أكثر من نصف الباحثين يرون بأن صحيفة الشروق أون لاین لا تراعي هذا المبدأ ألا و هو "الاستقلالية" سواء من ناحية استقلاليتها عن الجهات السياسية، أو الاقتصادية أو استقلاليتها محتواها عن نسختها الورقية التي كانت تعتمد نقل محتواها في بداياتها الأولى. فبالرغم من أن التكنولوجيا الحديثة و الانترنت قد أتاحت مناير حرة للأفراد و كذلك للمؤسسات الإعلامية على غرار الصحف الإلكترونية كصحيفة الشروق أون لاین محل الدراسة، إلا أنها قد ضاعفت من التحديات التي تواجهها خاصة المتعلقة بالاستحواد على الوسيلة الإعلامية التي تستقطب أكبر قاعدة جماهيرية ما يتسبب في أزمة ثقة بينها و بين جمهورها مثلما هو الحال مع جمهور صحيفة الشروق أون لاین الذي تتضارب آراؤه فيما إذا كانت مستقلة عن جهات سياسية و اقتصادية معينة من عدمه ما يؤثر من جهته سلبا على مدى ثقة و تصديق متصفحها نحو المعلومات المنشورة فيها.

استنسخت الصحافة الإلكترونية العربية-من ناحية استقلالها المادي -نمطها التمويلي من تمويل الصحافة الورقية الذي يعتمد إلى حد كبير على عائدات الإعلان فأى انكماش في سوق الإعلان ينعكس على صحتها المالية خاصة في ظل وجود ما بين 61 و 75% من مستخدمي شبكة الإنترنت يرفضون دفع مقابل مالي جراء تصفحهم للمواقع الإلكترونية. كما أن سعر الإعلان في هذه المواقع يعد أقل من سعرها في الصحف الورقية بـ 25 مرة، ما يجعله غير كافي لتغطية تكاليف الصحف الإلكترونية، فتضطر الكثير من النسخ الإلكترونية إلى الاعتماد على الطبعة الورقية في تمويلها أو البحث عن مصادر مالية غير تقليدية أو الكف عن الصدور. لذا أضحي منح الإعلانات للصحافة الإلكترونية في بعض البلدان العربية وسيلة للضغط عليها وابتزازها لتغيير خطها التحريري على غرار ما يحدث مع الصحف الورقية.<sup>1</sup>

<sup>1</sup>نصر الدين لعياضي، "الصحافة الإلكترونية العربية والمجال العام: فضاءات مشتركة للاستقطاب والمشهدية"، دراسات إعلامية، مركز الجزيرة للدراسات، الدوحة، قطر، 7 فيفري 2018، ص05، متاح عبر الرابط التالي:

[http://studies.aljazeera.net/mritems/Documents/2019/2/11/e78fb845bec24485976f92a6bb74f5fa\\_100.pdf](http://studies.aljazeera.net/mritems/Documents/2019/2/11/e78fb845bec24485976f92a6bb74f5fa_100.pdf)، تاريخ الزيارة: 2019/12/20.

أما فيما تعلق باستقلالها عن نسختها الورقية فجل المبحوثين يرون بأن صحيفة الشروق أون لاين غير مستقلة عنها و تعيد نشر محتوياتها المنشورة في الصحيفة الورقية .و في ذات السياق يرى نصر الدين لعياضي بأن مواقع الصحف الإلكترونية الجزائرية في شبكة الإنترنت ترى بأن حضورها في شبكة الإنترنت ليس سوى أداة تسويقية لعنوان الصحيفة الورقية ،و لا يعد شكلا جديدا من "العقد الإعلامي" الذي يعيد الاعتبار للجمهور و المستخدمين.<sup>1</sup>

يرجع هذا حسب الباحث مُجَّد الغازي لكون علاقة مواقع الصحف الإلكترونية العربية التي لديها نسخة ورقية كصحيفة الشروق أون لاين و صحيفة الشروق اليومي الورقية يشتركان في العديد من الخصائص الإنتاجية و الفنية، لكن يختلفان في أسلوب الاستخدام .و يرى مُجَّد الغازي بأن الكثير من الصحف الإلكترونية العربية ما زالت تابعة لغيرها و غير مستقلة استقلالية تامة، حيث تنتمي بشكل أو بآخر إلى الجهاز الإعلامي الذي يدعمها و هو ما يدعو المستخدم أو الزائر ليشعر بالكفاية عند النظر لإحدى النسختين الإلكترونية أو الورقية من الصحيفة.<sup>2</sup>

<sup>1</sup> نصر الدين لعياضي، "الصحافة الجزائرية في بيئة الويب: إرهابات التغيير"، مرجع سابق، ص 184.

<sup>2</sup> خالد مُجَّد غازي، مرجع سابق، ص 176.

5. معيار التنوع و الشمول:

الجدول رقم (84): يبين نتائج ردود مفردات العينة حول أبعاد معيار التنوع و الشمول بصحيفة الشروق أون لاين

الرتبة	الاتجاه العام للفقرة	الوزن النسبي	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	غير موافق	موافق إلى حد ما	موافق	المؤشرات	معيار التنوع و الشمول
1	موافق	90.65	0.563	2.72	14	43	193	ك	تتميز بالتنوع و الشمول في المجالات التي تغطيها
					05.60	17.20	77.20	ن %	
2	موافق	90.32	0.592	2.71	18	36	196	ك	تتسم بالتنوع في القوالب الصحفية المستخدمة في معالجة المواضيع
					07.20	14.40	78.40	ن %	
3	موافق	84.66	0.694	2.54	29	56	165	ك	تغطي جميع الأحداث الهامة الوطنية، العربية، و الدولية
					11.60	22.40	66.00	ن %	
4	موافق إلى حد ما	74.32	0.783	2.23	54	84	112	ك	تلي حاجات كافة المستخدمين بغض النظر عن أعمارهم و مستوياتهم التعليمية
					21.60	33.60	44.80	ن %	
موافق		85	0.658	2.55	115	219	666	ك	الدرجة الكلية لمعيار التنوع و الشمول
					11.50	21.90	66.60	ن %	

المصدر: من إعداد الباحثة اعتمادا على برنامج SPSS25 و برنامج Excel

يتضح من الجدول رقم (84) و الذي يبين نتائج ردود مفردات العينة حول أبعاد معيار التنوع والشمول ما يلي :

- يتبين من الخانة الأولى من الجدول أعلاه و التي تتضمن العبارة التالية : "صحيفة الشروق أون لاين تتميز بالتنوع و الشمول في أساليب عرض محتواها (صور، فيديو، صوت، نصوص)" ، بأن أغلبية الباحثين أجابوا بـ " موافق " على العبارة بنسبة بلغت الـ 73.20% ، في حين أجاب مما نسبته 18.80% بأنهم "موافقون إلى حد ما " على العبارة ، في حين كانت النسبة الأضعف من نصيب الذين أجابوا بعدم موافقتهم على العبارة بنسبة قدرت بـ 08%. و قد بلغ المتوسط الحسابي للإجابة على هذه العبارة 2.65 و هو ما يجعل الاتجاه العام للفقرة تقع ضمن فئة "الموافقة " أي ضمن المجال [2.34-3]. كما قدر انحراف معياري لإجابات الباحثين حول هذه العبارة بـ 0.623 ، بوزن نسبي بلغت قيمته 88.32 ما يجعلها تحتل المرتبة الثالثة من أبعاد معيار التنوع و الشمول.

- أما فيما تعلق بالعبارة الثانية و التي نصت على أن "صحيفة الشروق أون لاين تتميز بالتنوع و الشمول في المجالات و المواضيع التي تغطيها" فقد كانت نسبة الذين أجابوا بـ " موافق " هي أعلى نسبة و التي قدرت بـ 77.20% ، تلاها الذين أجابوا بـ " موافق إلى حد ما" بنسبة بلغت 17.20%، في حين أجاب ما نسبته 5.60% من الباحثين بـ "غير موافق" على العبارة. من جهة أخرى بلغ المتوسط الحسابي للفقرة 2.72 و هو ما يجعل الاتجاه العام للفقرة تقع أيضا ضمن فئة "الموافقة " أي ضمن المجال [2.34-3]. و قد قدر الانحراف المعياري لها بـ 0.563 بوزن نسبي بلغت قيمته 90.65 ما يجعل هذه العبارة تحتل المرتبة الأولى في أبعاد معيار التنوع و الشمول.

- في حين أجابت نسبة كبيرة من المستجوبين أي حوالي 66% بـ " موافق " على العبارة الثالثة والتي نصت على أن " صحيفة الشروق أون لاين تغطي جميع الأحداث الهامة الوطنية، العربية، والدولية"، ليلبيهم الذين يرون بأنها تراعي هذا البعد إلى حد ما بنسبة قدرت بـ 22.40% ، في حين أجاب ما نسبته 11.60% بأنهم لا يرونها تراعي هذا البعد. و قد قدر المتوسط الحسابي لهذه العبارة بـ 2.54 ما يجعل الاتجاه العام لهذه الفقرة على غرار الفقرتين السابقتين تدخل ضمن فئة "الموافقة " أي ضمن المجال [2.34-3]. و قد قدر الانحراف المعياري لها بـ 6940. بوزن نسبي بلغت قيمته 84.66 ما يجعل هذه العبارة تحتل المرتبة الثانية في أبعاد معيار التنوع و الشمول.

- و في الأخير أبدى ما نسبته 44.80% من المبحوثين "موافقتهم" على العبارة التي نصت على أن "صحيفة الشروق أون لاين تلبى حاجات كافة المستخدمين بغض النظر عن أعمارهم ومستوياتهم التعليمية"، بمقابل 33.60% منهم أجاب بـ "موافق إلى حد ما" على العبارة، في حين أبدى ما نسبته 21.60% عدم موافقتهم عليها. و قد بلغ المتوسط الحسابي للإجابة على هذه العبارة 2.23 و هو ما يجعل الاتجاه العام للفقرة تقع ضمن فئة "الموافقة إلى حد ما" أي ضمن المجال [1.67-2.33]. كما قدر انحراف معياري لإجابات المبحوثين حول هذه العبارة بـ 0.783، بوزن نسبي بلغت قيمته 74.32 ما يجعلها تحتل المرتبة الرابعة من بين أبعاد معيار التنوع و الشمول.

تشير إذن معطيات الجدول السابق رقم (84) بأن أغلب أفراد العينة قد أجابوا على أبعاد التنوع و الشمول بـ "موافق" بنسبة بلغت 66.66%، ليليهما الذين أجابوا بـ "موافق إلى حد ما" بنسبة قدرت بـ 21.90% في حين جاء ترتيب الذين أجابوا بـ "غير موافق" على هذه العبارة في الترتيب الأخير بنسبة 11.50%. حيث قدر المتوسط الحسابي للدرجة الكلية لمعيارية الحياد و الموضوعية بـ 2.55 و هو ما يجعله يدخل ضمن نطاق فئة "الموافقة" أي ضمن المجال [2.34-3]. في حين قدر الانحراف المعياري للتنوع و الشمول بـ 0.658 بوزن نسبي بلغت قيمته 85.

يمكن تفسير هذه النتائج و التي أفادت بأن جل المبحوثين يرون بأن صحيفة الشروق أون لاين قد راعت معيار "التنوع و الشمول" لكون الصحف الإلكترونية و من بينها صحيفة الشروق أون لاين تنشط في عدة نطاقات إلكترونية متعددة و متنوعة و فرقتها شبكة الإنترنت تجعلها تتميز و تختلف عن نظيرتها الورقية. و يبرز هنا عنصر التنوع في أنها تقدم محتوياتها مراعية بذلك تنوع المجالات التي تغطيها، كما أنها تراعي عرض هذا المحتوى وفق قوالب صحفية متنوعة. في حين يبرز عنصر الشمول في كونها تغطي جميع الأحداث الوطنية، العربية، و الدولية الهامة إضافة إلى أنها تراعي في مضامينها لأن تلبى احتياجات متصفحها.

يرى جون بافليك **John V. Pavlik** بأن مواقع الصحف الإلكترونية قد وفرت كذلك طرق عرض بديلة تمكن من عرض تفاصيل إضافية حول القصة الإخبارية عن طريق الروابط التشعبية، حيث تشير الأبحاث الحديثة إلى أن خاصية التنوع لها أهمية متزايدة بالنسبة للجمهور وخاصة بالنسبة للشباب الذين يتعرضون للوسائط الإلكترونية الحديثة و الذين أطلق عليهم بافليك **Pavlik** بـ "الجيل العاشر"، حيث توصلت دراسة أجراها مركز بيو **Pew Center** عام 1998 بأن ما نسبته 77% من متصفحها



الصحف الإلكترونية شباب ما دون 29 سنة و الذين أرجعوا سبب تصفحهم لمواقع الصحف الإلكترونية يعود لتنوع أساليب عرضها للمحتوى و طريقة طرحها له و تعدد مصادرها الذي يمتاز بنوع من الحرية مقارنة بنظيرتها الورقية.<sup>1</sup>

يعتبر العمق المعرفي و الشمول من أبرز خصائص الصحافة الإلكترونية، و يتهيأ ذلك من خلال اتساع المساحة المتاحة لهذه الصحف، حيث لا ترتبط شأنها في ذلك شأن كل المواقع الإلكترونية الأخرى بقيد المساحة كما في الصحف المطبوعة. و إلى جانب ذلك يتوفر في المواد الصحفية المنشورة بها قدر معرفي مناسب، حيث تعمل هذه الصحف-عبر ما تقدمه من خدمات إضافية- على تقديم عمق معرفي إضافي للمواد المنشورة فيها، و تستهدف هذه الخدمات تقديم خلفيات الأحداث و ربطها بالقضايا أو الموضوعات المتعلقة بها و يتم ذلك من خلال سماح النمط الإلكتروني المستخدم في تصميم الصحف الإلكترونية بانتقال القراء-بمجرد الضغط على أيقونة خاصة بذلك- إلى خدمات معرفية أخرى تقدمها الصحيفة نفسها و من بين هذه الخدمات تصفح موضوعات صحفية أخرى ذات علاقة بالموضوع المستهدف، العودة لأرشيف الصحيفة، النفاذ لمركز معلومات الصحيفة للإستزادة حول بعض المواد المنشورة في العدد نفسه.<sup>2</sup>

تبرز النتائج المتوصل إليها في هذا الجانب -معيار التنوع و الشمول- بأن مستخدمي صحيفة الشروق أون لاين أصبحوا يتوقعون من الصحيفة أكثر من مجرد نص مرفق بصورة فوتوغرافية كما هو الحال في نسختها الورقية الشروق اليومي، و إنما أصبحوا يطالبونها بتنوع أساليب عرض لا محدود لمحتوياتها نظرا للإمكانيات التي أتاحتها شبكة الإنترنت و التي أثرت بدورها على طابع التلقي و التعامل مع المعلومات وتداولها. خاصة و أن شبكة الإنترنت تعتبر كمدر مفتوح للمعلومات ما يمكن الصحفي من معالجة المواضيع بأساليب متنوعة و بعمق أكثر من خلال الاعتماد على ما يتحصل عليه من هذه المصادر ما يمكنه من تناول جميع جوانب المواضيع .

<sup>1</sup> John V. Pavlik ,**Journalism and New Media**,Op.cit ,p129.

<sup>2</sup> ماجد سالم ترابان، الإنترنت و الصحافة الإلكترونية "رؤية مستقبلية"، مرجع سابق، ص131.

6. معيار التفاعلية:

الجدول رقم (85): يبين نتائج ردود مفردات العينة حول أبعاد معيار التفاعلية بصحيفة الشروق أون لاين

الرتبة	الاتجاه العام للفقرة	الوزن النسبي	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	غير موافق	موافق إلى حد ما	موافق	المؤشرات	معيار التفاعلية
3	موافق	87.66	0.777	2.63	46	00	204	ك	تمكنك صحيفة الشروق أون لاين من التواصل مع المسؤولين على موقع الصحيفة
					18.40	00	81.60	ن %	
4	غير موافق	33.33	0.000	1.00	250	00	00	ك	تتيح لك صحيفة الشروق أون لاين التواصل مع محرريها
					250	00	00	ن %	
2	موافق	92.32	0.610	2.77	24	10	216	ك	تسمح لك صحيفة الشروق أون لاين من التعليق على الأخبار بكل حرية
					09.60	04.00	86.40	ن %	
1	موافق	100	0.000	3.00	00	00	250	ك	تسمح لك صحيفة الشروق أون لاين بمشاركة محتوياتها في مواقع التواصل الاجتماعي
					00	00	100	ن %	
موافق		78.32	0.346	2.35	320	10	670	ك	الدرجة الكلية لمعيار التفاعلية
					32.00	01.00	67.00	ن %	

المصدر: من إعداد الباحثة اعتماداً على برنامج SPSS25 وبرنامج Excel

يتضح من الجدول رقم (85) و الذي يبين نتائج ردود مفردات العينة حول أبعاد معيار التفاعلية ما يلي:

- أجاب نصف المبحوثين أي ما نسبته 81.60% على "موافقتهم" على العبارة التي نصت على أن "صحيفة الشروق أون لاين تمكنهم من التواصل مع المسؤولين على موقع الصحيفة"، في مقابل 46% منهم أجاب بـ "غير موافق" على العبارة ،في حين امتنع أفراد العينة على الاجابة بـ "موافق إلى حد ما". و قد بلغ المتوسط الحسابي للإجابة على هذه العبارة 2.63 وهو ما يجعل الاتجاه العام للفقرة تقع ضمن فئة "الموافقة" أي ضمن المجال [2.34-3]. كما قدر انحراف معياري لإجابات المبحوثين حول هذه العبارة بـ 0.777 ، بوزن نسبي بلغت قيمته 87.66 ما يجعلها تحتل المرتبة الثالثة في أبعاد معيار التفاعلية.

- أما فيما تعلق بالعبارة الثانية و التي نصت على أن "صحيفة الشروق أون لاين تتيح للمصفحين التواصل مع محرريها" فقد أجاب كل أفراد العينة بـ "غير موافق" بنسبة بلغت 100%. وقد بلغ المتوسط الحسابي للفقرة 1.00 وهو ما يجعل الاتجاه العام لهذه الفقرة تقع ضمن فئة "عدم الموافقة" أي ضمن المجال [1-1.66]. و قد قدر الانحراف المعياري لها بـ 0.000 بوزن نسبي بلغت قيمته 33.33 ما يجعل هذه العبارة تحتل المرتبة الرابعة و الأخيرة في أبعاد معيار التفاعلية.

- في حين أجاب ما نسبته 86.40% من المستجوبين بـ "موافق" على العبارة الثالثة و التي نصت على أن "صحيفة الشروق أون لاين تسمح للمتصفحين بالتعليق على الأخبار بكل حرية" ،ليليهم الذين يرون بأنها لا تراعي هذا البعد بنسبة قدرت بـ 9.60% ، في حين أجاب ما نسبته 04% بأنهم يرونها تراعي هذا البعد إلى حد ما . و قد قدر المتوسط الحسابي لهذه العبارة بـ 2.77 و هو ما يجعل الاتجاه العام للفقرة تقع ضمن فئة "الموافقة" أي ضمن المجال [2.34-3]. كما قدر انحراف معياري لإجابات المبحوثين حول هذه العبارة بـ 0.610 ، بوزن نسبي بلغت قيمته 92.32 ما يجعلها تحتل المرتبة الثانية في أبعاد معيار التفاعلية.

- في حين أجاب كل المبحوثين و الذين يقدر عددهم بـ 250 متصفح لصحيفة الشروق أون لاين أي بما يعادل نسبة 100% بـ "موافق" على العبارة التي نصت على أن "تسمح لك صحيفة الشروق أون لاين بمشاركة محتوياتها في مواقع التواصل الاجتماعي"، حيث انعدمت نسبت البدائل الأخرى -موافق إلى حد ما و غير موافق-. و قد بلغ المتوسط الحسابي للإجابة على هذه العبارة أعلى

درجة في مقياس ليكرث أي بما يعادل 3 و هو ما يجعل الاتجاه العام للفقرة تقع ضمن فئة "الموافقة" أي ضمن المجال [3-2.33]. كما قدر انحراف معياري لإجابات الباحثين حول هذه العبارة بـ 0.000 ، بوزن نسبي بلغت قيمته 100 ما يجعلها تحتل المرتبة الأولى في أبعاد معيار التفاعلية.

يستنتج انطلاقاً من معطيات الجدول السابق رقم (85) بأن أغلب أفراد العينة قد أجابوا على أبعاد التفاعلية بـ "موافق" بنسبة بلغت 67% ، يليها الذين أجابوا بـ "غير موافق" بنسبة قدرت بـ 32% في حين جاء ترتيب الذين أجابوا بـ "موافق إلى حد ما" على هذه العبارة في الترتيب الأخير بنسبة 01%. حيث قدر المتوسط الحسابي للدرجة الكلية لمعيار التفاعلية بـ 2.35 و هو ما يجعله يدخل ضمن نطاق فئة "الموافقة" أي ضمن المجال [3-2.33]. كما قدر انحراف معياري لإجابات الباحثين حول هذه العبارة بـ 0.346 ، بوزن نسبي بلغت قيمته 78.32. و تشير هذه النتائج التي مفادها أن أغلبية متصفحى الشروق أون لاين من الباحثين يرون بأنها تراعي معيار التفاعلية من خلال بعدين هما السماح لزوار موقعها بمشاركة المحتوى الصحفي الذي تنشره في مواقعهم الشخصية في مواقع التواصل الاجتماعي وثانياً من خلال تمكينهم من التعليق على الأخبار بكل حرية .

تتمظهر الأشكال العديدة للتفاعلية في الصحف الإلكترونية في البحث عن المضامين، وإتاحة رد الفعل أو رجوع الصدى **Feedback** ، و المواقع الإعلانية ، و بالمقارنة بوسائل الإعلام المطبوعة والمذاعة ، فإن مستخدمي الإنترنت يسهل عليهم التواصل مع القائمين بالاتصال من خلال قوائم البريد الإلكتروني ذات الوصلات الفائقة **Hyperlinked e-mail Lists** للمحررين و المخرجين . واليوم بالإضافة للبريد الإلكتروني ، تقوم المواقع الإخبارية الإلكترونية بتجريب أساليب مختلف قنوات رد الفعل مثل الخطابات الإلكترونية إلى المحرر **Electronic letters to the editor** ، وغرف الحوار الحي واللوحات الإخبارية ، و ندوات النقاش و الأسئلة الموجهة إلى الخبراء.<sup>1</sup>

كما أكد أغلب الباحثين بأن صحيفة الشروق أون لاين تمكنهم من التواصل مع مسؤولي الموقع . وهو ما يؤكد مدير بوابة الشروق الإلكترونية الذي يرى بأن إدراج موقعه الشخصي على الفيسبوك أسفل الصفحة الرئيسية لصحيفة الشروق أون لاين قد جعله يتلقى الكثير من الرسائل من قبل المتصفحين تضم مجموعة من الاستفسارات و التعقيبات حول مواضيع معينة نشرت في الصحيفة من قبل متصفحها . ما جعل الصحيفة تخصص صفحة لها على مواقع التواصل الاجتماعي خاصة

<sup>1</sup> شريف درويش اللبان، الصحافة الإلكترونية: دراسات في التفاعلية و تصميم المواقع، مرجع سابق، ص92.

الفايسبوك لتكون أكثر قربا من جمهورها و لتمكنه من التفاعل مع طاقم الصحيفة الذي يدير هذه الصفحات.<sup>1</sup>

اهتمت صحيفة الشروق أون لاين إذن بإدماج العديد من أوجه الخدمات التفاعلية في موقعها والمتمثل في تفاعل القارئ مع الموقع و تفاعله مع المسؤولين عن الموقع، إلا أنها أهملت تفاعل المتصفح مع المحرر أو الصحفي و هو ما تظهره النتائج المدرجة في الجدول رقم (85) السابق، إذ أن كل أفراد العينة يرون بأنها لا تتيح سبل لتواصلهم مع كتاب الأخبار. و قد أكدت نتائج دراسة نجوى عبد السلام إلى أن هناك ظاهرة مازالت مسيطرة على الصحافة الإلكترونية العربية و هي عدم الاستغلال الكامل للإمكانيات التي تتيحها الثورة الرقمية، فغالبية الصحف لا تهتم بإقامة وسيلة اتصال ثنائية الاتجاه بينها و بين المتلقي بل تكتفي بنشر آراء ووجهات نظر محرريها دون الاهتمام بآراء جمهور القراء في المادة الإخبارية المنشورة.<sup>2</sup> و هو ما يضعف من خصائص الاتصال التفاعلي الذي من المفترض أن تنتهجه المؤسسات الإعلامية الناشطة عبر الخط خاصة ما تعلق بتواصل الجمهور مع محرر المادة الإعلامية . ففي ظل عزوف العديد من الصحفيين وضع بريدهم الإلكتروني مرفقا بموادهم الإخبارية يفسر هذا على أنهم يتخوفون من مناقشة ما ورد فيها مع المتصفح الذي أصبح متفاعلا و نشطا في ظل المصادر الهائلة من المعلومات التي وفرتها له شبكة الإنترنت و التي تجعله يتأكد من مصدر المعلومة و من مدى موثوقيتها. وبالتالي فإن استخدام التفاعلية في مواقع الصحف الإلكترونية بكافة أوجهها يعتبر ضروريا لنجاح الصحيفة و خلق انطباع جيد لدى متصفحها ، خاصة لتفاعله مع خاماتها ،محتوياتها، محرريها والقائمين عليها مما يخلق همزة وصل بين القارئ و المؤسسة الإعلامية و يزيد من عدد زوارها .

<sup>1</sup> نسيم لكحل، مرجع سابق.

<sup>2</sup> نجوى عبد السلام، "التفاعلية في المواقع الإخبارية العربية على شبكة الانترنت"، المجلة المصرية لبحوث الرأي العام ، المجلد الثاني، العدد الرابع، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، مصر، أكتوبر-ديسمبر 2001، ص23.

## المبحث الثاني: اختبار فروض الدراسة الميدانية و مناقشة نتائجها:

يتأسس الشق الميداني للدراسة الحالية على فرضية رئيسية مفادها أنه " لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة  $\alpha = 0.05$  بين متوسطات إجابات أفراد العينة فيما يتعلق بتقييمهم مدى التزام صحيفة الشروق أون لاين بالمعايير الفنية و المهنية للصحافة الإلكترونية تعزى لسماهم العامة المتمثلة في (الجنس، السن، المستوى التعليمي، الوظيفة)". و قد انبثق عن هذه الفرضية مجموعة من الفرضيات الفرعية التي قسمت وفقا للفروض التي تهتم باختبار إجابات أفراد العينة حول المعايير الفنية و الأخرى التي تهتم باختبار إجابات أفراد العينة حول المعايير المهنية و التي تفصل فيها كما يلي :

أولاً: اختبار الفرضيات المتعلقة باختبار إجابات أفراد العينة حول مدى التزام صحيفة الشروق أون لاين بالمعايير الفنية للصحافة الإلكترونية تعزى لسماهم العامة :

الفرضية الأولى : لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين مدى مراعاة صحيفة الشروق أون لاين للمعايير الفنية للعمل الصحفي الإلكتروني حسب أفراد العينة تعزى لمتغير الجنس. حيث اعتمدت الباحثة لاختبار هذه الفرضية على استخدام اختبار (ت) **T-test Independent sample** مستعينة ببرنامج **Sps 25** و بعد التأكد من فرضيات الاختبار و شروطه كانت النتائج وفق ما يبرزه الجدول التالي:

الجدول رقم(86): يبين نتائج اختبار (ت) للفرق بين متوسطات درجات أفراد العينة و أبعاد المعايير الفنية في صحيفة الشروق أون لاين تعزى لمتغير "الجنس"

المعايير الفنية	الجنس	العدد	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	قيمة T	القيمة الاحتمالية Sig	الدلالة الاحصائية
جاذبية التصميم	ذكور	115	10.8261	1.42817	2.142	0.001	دال إحصائيا
	إناث	135	10.3407	2.04123			
سهولة الاستخدام	ذكور	115	10.5739	1.80186	2.104	0.631	غير دال إحصائيا
	إناث	135	10.0815	1.89285			
الملاءمة	ذكور	115	10.5304	1.60220	1.738	0.001	دال إحصائيا
	إناث	135	10.1111	2.12191			
تنوع خيارات المحتوى	ذكور	115	7.8522	1.44029	3.593	0.006	دال إحصائيا
	إناث	135	7.1259	1.71225			
الفورية	ذكور	115	7.9130	1.28804	0.370	0.715	غير دال إحصائيا
	إناث	135	7.8519	1.31874			
الوضوح اللغوي	ذكور	115	9.4783	1.67724	1.473	0.975	غير دال إحصائيا
	إناث	135	9.1556	1.78245			
الدرجة الكلية للمعايير الفنية	ذكور	115	57.1739	6.51080	2.590	0.024	دال إحصائيا
	إناث	135	54.6667	8.46591			

المصدر: من إعداد الباحثة اعتمادا على برنامج SPSS25

يتضح من خلال قراءة الدرجة الكلية للمعايير الفنية التي يبرزها الجدول أعلاه و الذي يوضح نتائج اختبار (ت) للفرق بين متوسطات درجات أفراد العينة و أبعاد المعايير الفنية في صحيفة الشروق أون لاين تعزى لمتغير "الجنس" ، بأن قيمة متوسط إجابات الذكور حول الدرجة الكلية لأبعاد المعايير الفنية قد بلغت قيمة 57.1739 بانحراف معياري قدره 6.51080 و هو أعلى من متوسط إجابات الإناث البالغ 54.6667 بانحراف معياري قدره 8.46591، كما قدرت نتيجة اختبار (T) 2.590 بقيمة احتمالية Sig 0.024 أصغر من مستوى الدلالة 0.05 ما يجعله دال إحصائيا و بالتالي يمكننا رفض الفرض الصفري و قبول الفرض البديل الذي ينص على أنه توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين مدى مراعاة صحيفة الشروق أون لاين للمعايير الفنية للعمل الصحفي

الإلكتروني حسب أفراد العينة تعزى لمتغير الجنس. و نلاحظ من الجدول رقم أعلاه كذلك بأن هناك ثلاثة معايير فنية غير دالة إحصائيا و التي تتمثل في :معيار سهولة الاستخدام و التي قدرت قيمة مستوى دلالتها المحسوبة ب 0.631، تلاها معيار الفورية بنسبة دلالة محسوبة بلغت الـ0.715، ثم معيار الوضوح اللغوي بمستوى دلالاته المحسوبة مقدرة بـ 0.975. و كل هذه القيم قد جاءت أكبر من مستوى الدلالة المعتمد و هو 0.05 ما يجعلها غير دالة إحصائيا.

يلاحظ من جهة أخرى أن هناك أيضا ثلاثة معايير فنية دالة إحصائيا وفق ما يوضحه الجدول رقم (86) أعلاه حيث تمثل المعيار الأول في جاذبية التصميم بمستوى دلالة محسوبة مقدر بـ 0.001، ثم معيار الملاءمة بمستوى دلالة محسوب قدر بـ 0.001، ثم معيار تنوع خيارات المحتوى بمستوى دلالة محسوب يبلغ 0.006 و كل هذه القيم أصغر من مستوى الدلالة المعتمد و هو 0.05 ما يجعلها دالة إحصائيا.و يمكن تفسير وجود فروق ذات دلالة إحصائية في الدرجة الكلية للمعايير الفنية بصحيفة الشروق أون لاين حسب أفراد العينة تعزى لمتغير الجنس إلى أن هذا التباين بين الذكور و الإناث يعود للطبيعة الفيزيولوجية لكل منهما و التي تؤثر بشكل أو بآخر على العناصر البصرية التي تستحوذ على اهتمام كلا الجنسين كالأخذ بعين الاعتبار الألوان التي تناسب كلا منهما و المتمثل في اللون الأزرق والذي نجد بأنه اللون الموظف بكثرة في صحيفة الشروق أون لاين.

لا يقتصر كذلك اختلاف كل من الإناث و الذكور في تقييم التصميم من الناحية البصرية فحسب فهناك عدة مهام يقوم بها المستخدم أثناء إبحاره في شبكة الإنترنت و الوصول إلى موقع صحيفة الشروق أون لاين يمكن أن تؤثر على تقييمهم مدى مراعاتها للمعايير الفنية للصحافة الإلكترونية كسرعة أو بطء تحميل موقع الصحيفة فالمرأة تكون صبورة أكثر من الرجل في حال كان هناك صعوبة أو بطء في تحميل صفحاتها في حين أن الرجل يتجه مباشرة للبحث عن موقع بديل و لا ينتظر تحميل الصفحة لمدة طويلة.



الفرضية الثانية: لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين مدى مراعاة صحيفة الشروق أون لاين للمعايير الفنية للصحافة الإلكترونية حسب أفراد العينة تعزى لمتغير السن. حيث اعتمدت الباحثة لاختبار هذه الفرضية على استخدام اختبار التباين الأحادي **One Way Anova** بعد تحقق شروطه مستعينة ببرنامج **Spss 25** وفق ما يبرزه الجدول التالي:

الجدول رقم (87): يبين نتائج اختبار **One Way Anova** لدلالة الفروق بين متوسطات درجات أفراد العينة و أبعاد المعايير الفنية للصحافة الإلكترونية في صحيفة الشروق أون لاين تعزى لمتغير "السن"

المعايير الفنية	مصدر التباين	مجموعه المربعات Sum of Squares	درجات الحرية Df	متوسط المربعات Mean Square	قيمة "F"	الدلالة لقيمة F	مستوى
جاذبية التصميم	بين المجموعات	18.359	3	6.311	2.115	0.09	غير دال احصائيا
	داخل المجموعات	787.117	246	2.984			
	المجموع	805.476	249				
سهولة الاستخدام	بين المجموعات	1.253	3	6.120	1.913	0.12	غير دال احصائيا
	داخل المجموعات	864.031	246	3.200			
	المجموع	865.284	249				
الملاءمة	بين المجموعات	8.577	3	0.418	0.119	0.94	غير دال احصائيا
	داخل المجموعات	898.319	246	3.512			
	المجموع	906.896	249				
تنوع خيارات المحتوى	بين المجموعات	7.385	3	2.859	0.783	0.50	غير دال احصائيا
	داخل المجموعات	654.715	246	3.652			
	المجموع	662.100	249				
الفورية	بين المجموعات	12.248	3	2.462	0.925	0.42	غير دال احصائيا
	داخل المجموعات	410.152	246	2.661			
	المجموع	422.400	249				
الوضوح اللغوي	بين المجموعات	18.933	3	4.083	2.449	0.06	غير دال احصائيا
	داخل المجموعات	733.963	246	1.667			
	المجموع	752.896	249				
الدرجة الكلية للمعايير الفنية	بين المجموعات	218.036	3	72.679	1.40	0.24	غير دال احصائيا
	داخل المجموعات	12747.760	246	51.820			
	المجموع	12965.796	249				

المصدر: من إعداد الباحثة اعتمادا على برنامج SPSS25

تشير نتائج اختبار تحليل التباين الأحادي " أنوفا " Anova One Way لدلالة الفروق بين متوسطات درجات أفراد العينة و أبعاد المعايير الفنية للصحافة الإلكترونية في صحيفة الشروق أون لاين تعزى لمتغير "السن"، بأن كل المعايير الفنية لم تكن دالة إحصائياً، حي قدرت نسبة دلالة معيار جاذبية التصميم بـ0.09، و معيار سهولة الاستخدام بـ0.12، في حين قدرت نسبة دلالة معيار الملاءمة بـ0.94، ثم معيار تنوع خيارات المحتوى بـ0.50، أما معيار الفورية فقد قدرت نسبة مستوى دلالاته بـ0.42، ثم معيار الوضوح اللغوي بـ0.06 و كل هذه القيم جاءت أكبر من مستوى الدلالة المعتمد و المقدر بـ0.05. و قدرت الدرجة الكلية لكل المعايير الفنية بين مجموعات الفئات العمرية حسب الجدول أعلاه بـ 218.036 بدرجة حرية 3 و متوسط مربعات 72.679 أما مستوى التباين داخل مجموعات الفئات العمرية فقد قدر بـ 12747.760 بدرجة حرية قدرت بـ 246 و متوسط مربعات بلغ الـ 51.820 و لقد قدر مجموع تباين داخل و خارج المجموعات بـ 12965.796 بدرجة حرية 249. قدرت قيمة "F" بـ 1.403 بقيمة دلالة 0.24 ما يجعلها غير دالة إحصائياً عند مستوى الدلالة المعتمد المقدر بـ0.05، لذا يمكننا قبول الفرض الصفري و رفض الفرض البديل الذي ينص على أنه لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين مدى مراعاة صحيفة الشروق أون لاين للمعايير الفنية للصحافة الإلكترونية حسب أفراد العينة تعزى لمتغير السن .

يمكن تفسير هذه النتائج بأنه لا توجد علاقة ارتباطية بين سن مستخدمي صحيفة الشروق أون لاين و بين تفضيلهم للمبادئ التصميمية التي تعتمد عليها في بناء موقعها، و هو ما يدل على أنها تراعي في جوانب تصميمها طبيعة المستخدم وسنه الذي يؤثر بشكل كبير على تصفحه، فنجد بأن الشباب أو من هم متوسطي العمر يكون إبحارهم داخل الصحيفة و حصولهم على المعلومات في أقل عدد ممكن من النقرات نظراً لتعودهم على التعامل مع المواقع الإلكترونية بطريقة سلسلة. في حين يجد من هم أكبر سناً في بادئ الأمر صعوبة في التعامل مع محتويات موقع الصحيفة و محاكاتهم للجهاز الإلكتروني الذي تعرض من خلاله و بالتالي فهم يستغرقون وقتاً أكبر من ذوي الفئات العمرية الأقل للحصول على المعلومات داخل الموقع. و يمكننا القول بأن نتائج هذه الفرضية تبين بأن صحيفة الشروق أون لاين تراعي في تنظيم موقعها على وضوح مسار إبحار المستخدمين بغض النظر عن سنهم و تراعي كذلك بأن تكون كل العناصر التصميمية واضحة ليتسنى حتى لكبار السن الحصول على المعلومات بأقل وقت ممكن.

الفرضية الثالثة : لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين مدى مراعاة صحيفة الشروق أون لاين للمعايير الفنية للصحافة الإلكترونية حسب أفراد العينة تعزى لمتغير المستوى التعليمي. ولاختبار هذه الفرضية استعانت الباحثة باختبار التباين الأحادي **One Way Anova** بعد تحقق شروطه باستخدام برنامج **Spss 25**، كانت النتائج كما يلي :

الجدول رقم(88): يبين نتائج اختبار **One Way Anova** لدلالة الفروق بين متوسطات درجات أفراد العينة و أبعاد المعايير الفنية للصحافة الإلكترونية في صحيفة الشروق أون لاين تعزى لمتغير "المستوى التعليمي"

المعايير الفنية	مصدر التباين	مجموعة المربعات Sum of Squares	درجات الحرية Df	متوسط المربعات Mean Square	قيمة "F"	مستوى الدلالة لقيمة F
جاذبية التصميم	بين المجموعات	10.606	3	3.535	1.172	0.32 غير دال إحصائياً
	داخل المجموعات	742.290	246	3.017		
	المجموع	752.896	249			
سهولة الاستخدام	بين المجموعات	17.732	3	5.911	1.846	0.13 غير دال إحصائياً
	داخل المجموعات	787.744	246	3.202		
	المجموع	805.476	249			
الملاءمة	بين المجموعات	30.079	3	10.026	2.953	0.03 دال إحصائياً
	داخل المجموعات	835.205	246	3.395		
	المجموع	865.284	249			
تنوع خيارات المحتوى	بين المجموعات	15.397	3	5.132	1.416	0.23 غير دال إحصائياً
	داخل المجموعات	891.499	246	3.624		
	المجموع	906.896	249			
الفورية	بين المجموعات	3.904	3	1.301	0.486	0.69 غير دال إحصائياً
	داخل المجموعات	658.196	246	2.676		
	المجموع	662.100	249			
الوضوح اللغوي	بين المجموعات	7.507	3	2.502	1.484	0.22 غير دال إحصائياً
	داخل المجموعات	414.893	246	1.687		
	المجموع	422.400	249			
الدرجة الكلية للمعايير الفنية	بين المجموعات	325.974	3	108.658	1.843	0.14 غير دال إحصائياً
	داخل المجموعات	14500.926	246	58.947		
	المجموع	14826.900	249			

المصدر: من إعداد الباحثة اعتماداً على برنامج SPSS25

تشير نتائج اختبار تحليل التباين الأحادي " أنوفا" **One Way Anova** لدلالة الفروق بين متوسطات درجات أفراد العينة و أبعاد المعايير الفنية للعمل الصحفي الإلكتروني في صحيفة الشروق أون لاين تعزى لمتغير "المستوى التعليمي" ، بأن الدرجة الكلية للمعايير الفنية بين مجموعات ذوي المستوى التعليمي قدرت بـ 325.974 و درجة حرية 3 و متوسط مربعات 108.658 أما مستوى التباين داخل مجموعات المستويات التعليمية فقد قدر بـ 14500.926 درجة حرية قدرت بـ 246 و متوسط مربعات بلغ الـ 58.947 و لقد قدر مجموع تباين داخل و خارج المجموعات بـ 14826.900 بدرجة حرية 249 و قد قدرت قيمة "F" بـ 1.843 بقيمة دلالة 0.14 ما يجعلها غير دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة المعتمد المقدر بـ 0.05، لذا يمكننا و رفض الفرض البديل و قبول الفرض الصفري الذي ينص على أنه لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين مدى مراعاة صحيفة الشروق أون لاين للمعايير الفنية للصحافة الإلكترونية حسب أفراد العينة تعزى لمتغير المستوى التعليمي .

يتضح كذلك من خلال الجدول رقم (88) بأن وعدم وجود دلالة إحصائية بين الدرجة الكلية للمعايير الفنية للصحافة الإلكترونية وفق متغير المستوى التعليمي يعود إلى عدم وجود دلالة إحصائية مع كافة المعايير ما عدا معيار الملاءمة و التي قدرت قيمتها مستوى دلالتها بـ 0.03 و هي أصغر من مستوى الدلالة المعتمد 0.05. و قد قدرت قيمة دلالة المعايير الفنية الغير الدالة إحصائياً والمتمثل في كل من: معيار جاذبية التصميم بمستوى دلالة 0.32، و معيار سهولة الاستخدام بمستوى دلالة 0.13، و معيار تنوع خيارات المحتوى بمستوى دلالة 0.23، و معيار الفورية بمستوى دلالة يقدر بـ 0.69 و أخيراً معيار الوضوح اللغوي بمستوى دلالة 0.22، وكلها أكبر من قيمة مستوى الدلالة المطلوب 0.05.

يمكن تفسير هذه النتائج إلى أن ارتباط المستوى التعليمي و مراعاة صحيفة الشروق أون لاين للمعايير الفنية ضعيف نوعاً ما وبالرغم من أن المستوى التعليمي يؤثر في سهولة تصفح الصحيفة و تعود المستخدمين من ذوي التعليم المرتفع على الإبحار داخل الصفحة و البحث و الوصول إلى المعلومات أكثر من ذوي التعليم المنخفض، إلا أنه الآن لا يشكل عائقاً لذوي المستويات التعليمية المنخفضة للولوج للمعلومات التي تعرضها الصحيفة و بالتالي فإن موقع الصحيفة إذا لم يكن جذاباً و سهل

التصفح والاستخدام و ملائمتها و كذلك لا يراعي تنوع خيارات المحتوى للمتصفح و التحديث المستمر للمحتوى الصحفي ولا يراعي الوضوح اللغوي فلن يكون في خانة اهتمام جمهور المتصفحين و لن يزوروه مرة أخرى و بالتالي فعدم استحواذه على اهتمامهم في الزيارة الأولى قد يفقده العديد من زواره فيما بعد. و يمكن القول بأن عامل المؤهل التعليمي قد يتحكم بشكل كبير في مدى تقييم الجمهور للمحتوى الإعلامي المنشور في موقع الصحيفة الإلكترونية نظرا لكونه يحتاج لإلمامه بمجموعة من المعارف ،في حين تقل أهمية هذا العامل عندما يتعلق الأمر ببساطة و سهولة استخدام الموقع و التعود عليه خاصة و أن أهم نقطة يتوجب على المصممين مراعاتها ببساطة تصميم الموقع و عدم تعقيده بحيث يسهل على أي مستخدم مهما انخفض مستواه التعليمي تصفحه بكل سهولة.

الفرضية الرابعة: لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين مدى مراعاة صحيفة الشروق أون لاين للمعايير الفنية للصحافة الإلكترونية حسب أفراد العينة تعزى لمتغير الوظيفة. حيث اعتمدت الباحثة لاختبار هذه الفرضية على استخدام اختبار التباين الأحادي **One Way Anova** مستعينة برنامج **Spss 25** و بعد التأكد من تحقق شروط الاختبار كانت النتائج وفق ما يبرزه الجدول التالي:

الجدول رقم(89): يبين نتائج اختبار **One Way Anova** لدلالة الفروق بين متوسطات درجات أفراد العينة و أبعاد المعايير الفنية للصحافة الإلكترونية في صحيفة الشروق أون لاين تعزى لمتغير "الوظيفة"

المصدر: من إعداد الباحثة اعتمادا على برنامج SPSS25

مستوى الدلالة لقيمة F	قيمة "F"	متوسط المربعات Mean Square	درجات الحرية Df	مجموع المربعات Sum of Squares	مصدر التباين	المعايير الفنية
0.04 دال إحصائيا	3.935	12.156	4	48.624	بين المجموعات	جاذبية التصميم
		3.089	245	756.852	داخل المجموعات	
			249	805.476	المجموع	
0.01 دال إحصائيا	3.347	11.207	4	44.829	بين المجموعات	سهولة الاستخدام
		3.349	245	820.455	داخل المجموعات	
			249	865.284	المجموع	
0.00 دال إحصائيا	3.449	12.087	4	48.350	بين المجموعات	الملاءمة
		3.504	245	858.546	داخل المجموعات	
			249	906.896	المجموع	
0.00 دال إحصائيا	4.391	11.072	4	44.290	بين المجموعات	تنوع خيارات المحتوى
		2.522	245	617.810	داخل المجموعات	
			249	662.100	المجموع	
0.01 دال إحصائيا	3.336	5.455	4	21.819	بين المجموعات	الفورية
		1.635	245	400.581	داخل المجموعات	
			249	422.400	المجموع	
0.00 دال إحصائيا	3.503	10.183	4	40.730	بين المجموعات	الوضوح اللغوي
		2.907	245	712.166	داخل المجموعات	
			249	752.896	المجموع	
0.00 دال إحصائيا	5.432	301.936	4	1207.744	بين المجموعات	الدرجة الكلية للمعايير الفنية
		55.588	245	13619.156	داخل المجموعات	
			249	14826.900	المجموع	

يلاحظ من خلال نتائج اختبار تحليل التباين الأحادي "أنوفا" **One Way Anova** لدلالة الفروق بين متوسطات درجات أفراد العينة و أبعاد المعايير الفنية للعمل الصحفي الإلكتروني في صحيفة الشروق أون لاين تعزى لمتغير "الوظيفة"، بأن الدرجة الكلية للمعايير الفنية بين مجموعات فئة الوظيفة

قدرت بـ 1207.744 و درجة حرية 4 و متوسط مربعات 301.936 أما مستوى التباين داخل مجموعات الفئات العمرية فقد قدر بـ 13619.156 درجة حرية قدرت بـ 245 و متوسط مربعات بلغ الـ 55.588 و لقد قدر مجموع تباين داخل و خارج المجموعات بـ 14826.900 بدرجة حرية 249 و قد قدرت قيمة "F" بـ 5.432 بقيمة دلالة 0.00 ما يجعلها دالة إحصائية عند مستوى الدلالة المعتمد المقدر بـ 0.05، لذا يمكننا رفض الفرض الصفري و قبول الفرض البديل الذي ينص على أنه توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين مدى مراعاة صحيفة الشروق أون لاين للمعايير الفنية للصحافة الإلكترونية حسب أفراد العينة تعزى لمتغير الوظيفة .

يتضح من خلال الجدول أعلاه بأن وجود دلالة إحصائية بين الدرجة الكلية للمعايير الفنية للصحافة الإلكترونية وفق متغير الوظيفة يعود إلى وجود دلالة إحصائية في كل المعايير الفنية المذكورة في الجدول السابق و التي كانت قيمتها مستوى دلالتها أصغر من مستوى الدلالة المعتمد 0.05، و تتمثل هذه المعايير في: معيار جاذبية التصميم و التي قدر مستوى دلالتها بـ 0.04 و معياري سهولة الاستخدام بمستوى دلالة متساوي قدر بـ 0.01، و معيار الملاءمة بمستوى دلالة مقدر بـ 0.00، و معيار تنوع خيارات المحتوى بمستوى دلالة 0.00، و معيار الوضوح اللغوي بمستوى دلالة 0.00. و للتعرف على اتجاه هذه الفروق اعتمدت الباحثة على اختبار المقارنة البعدية "شيفيه" **Multiple Scheffe Comparisons** الموضح في الجدول التالي :

جدول رقم(90): يبين نتائج اختبار المقارنة البعدية "شيفيه" لمعرفة مستوى وجود الفروق في درجة أفراد العينة و الدرجة الكلية لأبعاد المعايير الفنية للعمل الصحفي الإلكتروني حسب متغير الوظيفة

المجموعات	المقارنة	الفرق بين المتوسطات	الخطأ المعياري	الدلالة الإحصائية	مستوى الدلالة الإحصائية
طالب(ة)	موظف (ة)	1.50211	1.03842	0.71	غير دال إحصائياً
	عامل حر	7.62558	1.75239	0.00	دال إحصائياً
	متقاعد (ة)	-2.13529	3.14940	0.97	غير دال إحصائياً
	بطل	5.36471	3.43099	0.65	غير دال إحصائياً
موظف(ة)	طالب(ة)	-1.50211	1.03842	0.71	غير دال إحصائياً
	عامل حر	6.12346	1.68559	0.01	دال إحصائياً
	متقاعد (ة)	-3.63740	3.11273	0.85	غير دال إحصائياً
	بطل	3.86260	3.39735	0.86	غير دال إحصائياً
عامل حر	طالب(ة)	-7.62558	1.75239	0.00	دال إحصائياً
	موظف (ة)	-6.12346	1.68559	0.01	دال إحصائياً
	متقاعد (ة)	-9.76087	3.41784	0.09	غير دال إحصائياً
	بطل	-2.26087	3.67894	0.98	غير دال إحصائياً
متقاعد (ة)	طالب(ة)	2.13529	3.14940	0.97	غير دال إحصائياً
	موظف (ة)	3.63740	3.11273	0.85	غير دال إحصائياً
	عامل حر	9.76087	3.41784	0.09	غير دال إحصائياً
	بطل	7.50000	4.51469	0.60	غير دال إحصائياً
بطل (ة)	طالب(ة)	-5.36471	3.43099	0.65	غير دال إحصائياً
	موظف (ة)	-3.86260	3.39735	0.86	غير دال إحصائياً
	عامل حر	2.26087	3.67894	0.98	غير دال إحصائياً
	متقاعد (ة)	-7.50000	4.51469	0.60	غير دال إحصائياً

(\* تعني الدلالة الإحصائية عند 0.05

المصدر: من إعداد الباحثة اعتماداً على برنامج SPSS25

يلاحظ من خلال الجدول رقم (90) أعلاه بأن سبب الفروق الدالة إحصائياً بين مدى مراعاة صحيفة الشروق أون لاين للمعايير الفنية للعمل الصحفي الإلكتروني حسب أفراد العينة تعزى لمتغير الوظيفة تعود إلى وجود فرق بين متوسطي فئتي (طالب (ة) و عامل حر) لصالح فئة الطلبة قدره 5.43171 بمستوى دلالة قدره 0.00، وكذلك يعود للفرق بين متوسط فئتي (موظفة(ة) ،عامل حر) لصالح فئة الموظفين قدره 6.12346 بمستوى دلالة قدره 0.01، و باعتبار هذه القيم أقل مستوى الدلالة 0.05 فهي بذلك تكون دالة إحصائياً.



يمكن تفسير هذه النتائج إلى أن نسبة الطلبة و الموظفين في الدراسة الحالية ممن يتصفحون صحيفة الشروق أون لاين كانت أكثر ممن يمتنون المهن الحرة و بالتالي فالاطلاع الدائم والمستمر لفئتي الطلبة و الموظفين على الصحيفة يجعلهم يتعودون على تصميمها الحالي و يألفونه مما يجعلهم يقومون بالعديد من المهام كالاطلاع على آخر المستجدات و الاطلاع مثلا على أرشيف الملتيميديا والكاريكاتور وغيرها في أقل عدد من النقرات و أقل وقت ممكن من غيرهم من المهن الأخرى. كما تفرض طبيعة عمل هاتين الفئتين جعلهم في تماس مباشر مع التطورات التي تشهدها الشبكة العالمية الإنترنت و مع آخر الإصدارات للمواقع الاخبارية و الصحفية التي تسعى باستمرار لتغيير شكلها و تصميمها بما يتلاءم و التطورات التي تشهدها الساحة الإعلامية خاصة و أن جمهور هذه المواقع يتصف بالنشاط و الإنتقائية على عكس جمهور الوسائل التقليدية و هو ما يجعل مواقع الصحف الإلكترونية على غرار صحيفة الشروق أون لاين محل الدراسة تتسارع لتظفر بكل ما هو جديد من الناحية الفنية التصميمية لتتلاءم مع طبيعة الجمهور و طبيعة عمله في ظل المنافسة بين المواقع الاخبارية و الصحفية في الاستحواذ على زوارها لأكثر عدد ممكن من الثواني.

يرجع السبب الثاني لكون أصحاب المهن الحرة و الذين يزاول أغلبهم مهنة التجارة، بأن طبيعة عملهم تقتضي عليهم البحث عن سبل للتسلية و الترفيه بالدرجة الأولى و الاطلاع على المستجدات المحلية و الوطنية و الدولية في الدرجة الثانية مستخدمين بذلك جهاز الهاتف النقال و للجمع بين الهدفين يلجون إلى مواقع التواصل الاجتماعي و يشتركون في الصفحة الرسمية لصحيفة الشروق أون لاين لذا فإن أغلبهم لم يألفوا تصميم الصحيفة الذي يتلاءم مع الكمبيوتر، الجهاز اللوحي و الهاتف النقال هذا الأخير الذي أصدرت الصحيفة تطبيقا هاتفيا لها لتصفحها لكن أغلب المتصفحين لا يستخدمونه أو لا يعرفون بوجوده.

ثانيا: اختبار الفرضيات المتعلقة باختبار إجابات أفراد العينة حول مدى التزام صحيفة الشروق أون لاين بالمعايير المهنية للصحافة الإلكترونية تعزى لسماهم العامة :

الفرضية الأولى: لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين مدى مراعاة صحيفة الشروق أون لاين للمعايير المهنية للعمل الصحفي الإلكتروني حسب أفراد العينة تعزى لمتغير الجنس. حيث اعتمدت الباحثة لاختبار هذه الفرضية على استخدام اختبار **T-test Independent sample** مستعينة ببرنامج **Spss 25** و بعد التأكد من فرضيات الاختبار و شروطه كانت النتائج وفق ما يبرزه الجدول التالي:

الجدول رقم (91): يبين نتائج اختبار (ت) للفرق بين متوسطات درجات أفراد العينة و أبعاد المعايير المهنية في صحيفة الشروق أون لاين تعزى لمتغير "الجنس"

المعايير المهنية	الجنس	العدد	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	قيمة T	القيمة الاحتمالية Sig	الدلالة الاحصائية
المصادقية	ذكور	115	8.9739	2.19833	2.003	0.046	دال إحصائيا
	إناث	135	8.4296	2.07163			
الحياد	ذكور	115	6.2348	1.79341	3.306	0.001	دال إحصائيا
	إناث	135	5.4593	1.91133			
المسؤولية	ذكور	115	6.6174	1.45447	1.513	0.132	غير دال إحصائيا
	إناث	135	6.3407	1.42558			
الاستقلالية	ذكور	115	5.1391	1.83956	0.027	0.979	غير دال إحصائيا
	إناث	135	5.1333	1.56834			
التنوع	ذكور	115	7.6870	1.42266	0.274	0.785	غير دال إحصائيا
	إناث	135	7.6370	1.45380			
التفاعلية	ذكور	115	9.0522	1.70059	0.330	0.745	غير دال إحصائيا
	إناث	135	9.1185	1.48149			
الدرجة الكلية للمعايير المهنية	ذكور	115	43.7043	7.26319	1.758	0.080	غير دال إحصائيا
	إناث	135	42.1185	6.92610			

المصدر: من إعداد الباحثة اعتمادا على برنامج SPSS25

يتضح من خلال قراءة نتائج الدرجة الكلية للمعايير المعنية التي يبرزها الجدول أعلاه الذي يوضح نتائج اختبار (ت) للفرق بين متوسطات درجات أفراد العينة و أبعاد المعايير المهنية في

صحيفة الشروق أون لاين تعزى لمتغير "الجنس"، بأن قيمة متوسط إجابات الذكور حول الدرجة الكلية لأبعاد المعايير المهنية قد بلغت قيمة 43.7043 بانحراف معياري قدره 7.26319 و هو أعلى من متوسط إجابات الإناث البالغ 42.1185 بانحراف معياري قدره 6.92610، كما قدرت نتيجة اختبار (T) 1.758 بقيمة احتمالية Sig 0.08 أكبر من مستوى الدلالة 0.05 ما يجعله غير دال إحصائياً و بالتالي يمكننا رفض الفرض البديل و قبول الفرض الصفري الذي ينص على أنه لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين مدى مراعاة صحيفة الشروق أون لاين للمعايير المهنية للعمل الصحفي الإلكتروني حسب أفراد العينة تعزى لمتغير الجنس.

يلاحظ كذلك من الجدول رقم (94) بأن عدم الدلالة الإحصائية تمثلت في مجموعة من المعايير المهنية و المتمثلة في: معيار المسؤولية و التي قدرت قيمة مستوى دلالتها المحسوبة Sig بـ 0.132، أما المعيار الثاني و هو الاستقلالية و التي قدرت قيمة دلالتها المحسوبة بـ 0.979، في حين يتمثل المعيار الثالث في التنوع و الذي بلغت قيمة مستوى دلالتها المحسوبة بـ 0.785، و أخيراً معيار التفاعلية و الذي قدرت قيمة مستوى دلالتها المحسوبة بـ 0.745. و كل هذه القيم قد جاءت أكبر من مستوى الدلالة المعتمد و هو 0.05 ما يجعلها غير دالة إحصائياً. من جهة أخرى نلاحظ أن هناك معيارين مهنيين قد توفرت فيهما الدلالة الإحصائية عند مستوى الدلالة المعتمد و هو 0.05 و المتمثلان في: "معيار المصادقية و كذلك معيار الحياد و الذي قدرت نسبة دلالتها المحسوبة على الترتيب بـ 0.046 و 0.001.

يمكن تفسير عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية في الدرجة الكلية للمعايير المهنية بصحيفة الشروق أون لاين حسب أفراد العينة تعزى لمتغير الجنس بأن اتجاهات الذكور و الإناث من متصفح الشروق أون لاين متقاربة فيما بينها خاصة ما يتعلق بمعياري المصادقية و الحياد، و هذا يعود إلى أن الجمهور الجزائري باختلاف أطيافه أصبح يتفاعل مع المحتوى الإعلامي الذي تعرضه الوسائل الإعلامية الجزائرية على وجه الخصوص في ظل المنحى الذي تسلكه هذه الوسائل خاصة الإلكترونية منها لتخلق فضاءات تفاعلية مع جمهورها سواء في مواقعها الإلكترونية أو في صفحاتها الرسمية بمواقع التواصل الاجتماعي.

كما يرجع هذا التوافق في الآراء بين الجنسين إلى كون أهم ميزة من مميزات الجمهور هي انصهار أفراد في روح واحدة و عاطفة مشتركة تقضي تماماً على التمايزات الشخصية مثلما أورده "غوستاف

لوبون **Lubon Gustaf** في كتابه سيكولوجية الجماهير و الذي يرى بأن هذا الانصهار بين أفراد الجمهور يشبه المركب الكيماوي الناتج عن صهر عدة عناصر مختلفة فهي تذوب و تفقد خصائصها الأولى نتيجة التفاعل و من أجل تركيب المركب الجديد.<sup>1</sup> كما يعود ذلك إلى أن الفضاء الافتراضي قد منح للإناث فرصة لتوسيع دائرة اهتماماتهم بالقضايا المختلفة نظرا لتوجه وسائل الإعلام بأنواعها حاليا للتعبير عن الاهتمامات المتنوعة للمرأة و التي لا تقتصر على المطبخ و الأزياء، بل تتعدى ذلك لمناقشة القضايا الفكرية و الحقوقية المتعلقة بها نظرا لكونها أصبحت شريكا فاعلا في السياسات التنموية و قد أضحى إدماجها في الخطط التنموية و كل مجالات الحياة المختلفة ضروريا للنهوض بالبلاد.

<sup>1</sup> غوستاف لوبون، سيكولوجية الجماهير، ترجمة هشام صالح، ط1، دار الساقى، بيروت، لبنان، 1991، ص30.

الفرضية الثانية: لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين مدى مراعاة صحيفة الشروق أون لاين للمعايير المهنية للعمل الصحفي الإلكتروني حسب أفراد العينة تعزى لمتغير السن. حيث اعتمدت الباحثة لاختبار هذه الفرضية على استخدام اختبار التباين الأحادي **One Way Anova** مستعينة ببرنامج **Spss 25**، و بعد التأكد من تحقق شروط الإختبار كانت النتائج وفق ما يبرزه الجدول التالي:

الجدول رقم(92): يبين نتائج اختبار **One Way Anova** لدلالة الفروق بين متوسطات درجات أفراد العينة و أبعاد المعايير المهنية للعمل الصحفي الإلكتروني في صحيفة الشروق أون لاين تعزى لمتغير "السن"

المعايير المهنية	مصدر التباين	مجموعة المربعات Sum of Squares	درجات الحرية Df	متوسط المربعات Mean Square	قيمة "F"	مستوى الدلالة لقيمة F	
المصدقية	بين المجموعات	35.171	3	11.724	2.600	0.05 دال إحصائيا	
	داخل المجموعات	1109.229	246	4.509			
	المجموع	1144.400	249				
الحياد	بين المجموعات	31.059	3	10.353	2.953	0.03 دال إحصائيا	
	داخل المجموعات	862.477	246	3.506			
	المجموع	893.536	249				
المسؤولية	بين المجموعات	17.741	3	5.914	2.907	0.03 دال إحصائيا	
	داخل المجموعات	500.503	246	2.035			
	المجموع	518.244	249				
الاستقلالية	بين المجموعات	2.851	3	.950	.328	0.80 غير دال إحصائيا	
	داخل المجموعات	712.525	246	2.896			
	المجموع	715.376	249				
التنوع	بين المجموعات	1.136	3	.379	.182	0.90 غير دال إحصائيا	
	داخل المجموعات	512.964	246	2.085			
	المجموع	514.100	249				
التفاعلية	بين المجموعات	10.350	3	3.450	1.383	0.24 غير دال إحصائيا	
	داخل المجموعات	613.714	246	2.495			
	المجموع	624.064	249				
الدرجة الكلية للمعايير المهنية	بين المجموعات	559.592	3	186.531	2.779	0.02 دال إحصائيا	
	داخل المجموعات	13869.384	246	56.380			
	المجموع	14428.976	249				

المصدر: من إعداد الباحثة اعتمادا على برنامج **SPSS25**

يلاحظ من خلال نتائج اختبار تحليل التباين الأحادي " أنوفا " One Way Anova لدلالة الفروق بين متوسطات درجات أفراد العينة و أبعاد المعايير المهنية للعمل الصحفي الإلكتروني في صحيفة الشروق أون لاين تعزى لمتغير "السن"، بأن الدرجة الكلية للمعايير المهنية بين مجموعات الفئات العمرية قدرت بـ 559.592 و درجة حرية 3 و متوسط مربعات 186.531 أما مستوى التباين داخل مجموعات الفئات العمرية فقد قدر بـ 13869.384 بدرجة حرية قدرت بـ 246 ومتوسط مربعات بلغ الـ 56.380 و لقد قدر مجموع تباين داخل و خارج المجموعات بـ 14428.976 بدرجة حرية 249. و قد قدرت قيمة "F" بـ 3.308 بقيمة دلالة 0.02 ما يجعلها دالة إحصائية عند مستوى الدلالة المعتمد المقدر بـ 0.05، لذا يمكننا رفض الفرض الصفري و قبول الفرض البديل الذي ينص على أنه توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين مدى مراعاة صحيفة الشروق أون لاين للمعايير المهنية للعمل الصحفي الإلكتروني حسب أفراد العينة تعزى لمتغير السن.

يتضح من خلال الجدول رقم (92) السابق كذلك بأن وجود دلالة إحصائية بين الدرجة الكلية للمعايير المهنية للعمل الصحفي الإلكتروني وفق متغير السن يعود إلى وجود دلالة إحصائية في كل من المعايير المهنية التالية و التي تساوى مستوى دلالتها مع القيمة المعتمدة 0.05 أو كانت قيمتها أصغر منها، و تتمثل هذه المعايير في: معيار المصادقية و التي قدر مستوى دلالتها بـ 0.05 و كل من معياري الحياد و المسؤولية بمستوى دلالة متساوي قدر بـ 0.03. أما المعايير المهنية التي لم تكن لها دلالة إحصائية فهي الاستقلالية، و التنوع، و التفاعلية و التي جاءت مستويات دلالتها الاحصائية على الترتيب 0.24، 0.90، 0.80 و كلها أكبر من قيمة مستوى الدلالة المطلوب 0.05. و للتعرف على اتجاه الفروق في درجة أفراد العينة و أبعاد الدرجة الكلية للمعايير المهنية للعمل الصحفي الإلكتروني حسب متغير السن اعتمدت الباحثة على اختبار المقارنة البعدية "شيفيه" "Multiple Comparisons" Scheffe " الموضح في الجدول التالي :

الجدول رقم(93) :يبين نتائج اختبار المقارنة البعدية "شيفيه" لمعرفة مستوى وجود الفروق في درجة

أفراد العينة و أبعاد الدرجة الكلية للمعايير المهنية للعمل الصحفي الإلكتروني حسب متغير السن

مستوى الدلالة الإحصائية	قيمة الدلالة الإحصائية	الخطأ المعياري	الفرق بين المتوسطات	المقارنة	المجموعات
غير دال إحصائيا	0.43	1.04695	1.73418	من 30 إلى 40 سنة	من 20 إلى 30 سنة
غير دال إحصائيا	0.23	1.72373	-3.57181	من 40 إلى 50 سنة	
غير دال إحصائيا	0.87	2.73057	-2.25362	أكثر من 50 سنة	
غير دال إحصائيا	0.43	1.04695	-1.73418	من 20 إلى 30 سنة	من 31 إلى 40 سنة
دال إحصائيا	0.03	1.80285	-5.30599	من 40 إلى 50 سنة	
غير دال إحصائيا	0.56	2.78119	-3.98780	أكثر من 50 سنة	
غير دال إحصائيا	0.23	1.72373	3.57181	من 20 إلى 30 سنة	من 41 إلى 50 سنة
دال إحصائيا	0.03	1.80285	5.30599	من 30 إلى 40 سنة	
غير دال إحصائيا	0.98	3.10003	1.31818	أكثر من 50 سنة	
غير دال إحصائيا	0.87	2.73057	2.25362	من 20 إلى 30 سنة	أكثر من 51 سنة
غير دال إحصائيا	0.56	2.78119	3.98780	من 30 إلى 40 سنة	
غير دال إحصائيا	0.98	3.10003	-1.31818	من 40 إلى 50 سنة	

(\* ) تعني هذه العلامة أن الفروق كبيرة بين الفئتين العمريتين

المصدر: من إعداد الباحثة اعتمادا على برنامج SPSS25

يلاحظ من خلال الجدول أعلاه بأن سبب الفروق الدالة إحصائيا بين مدى مراعاة صحيفة الشروق أون لاين للمعايير المهنية للعمل الصحفي الإلكتروني حسب أفراد العينة تعزى لمتغير السن تعود إلى وجود فرق بين متوسطي الفئتين العمريتين (من 31 إلى 40 سنة و من 41 إلى 50 سنة) قدره 5.30599، و هو دال إحصائيا عند مستوى الدلالة 0.05 لأنه أكبر من الدلالة الإحصائية المحسوبة Sig المقدره ب0.03. يمكن تفسير هذه النتائج إلى أن التباين في الفئات العمرية لمتصفح صحيفة الشروق أون لاين يؤثر في رؤيتهم و تقييمهم لمهنية المحتوى الذي تقدمه الصحيفة في موقعها. فكما يتوضح من خلال اختبار شيفيه فإن أفراد العينة من ذوي الفئات العمرية ما بين 30 و 40 سنة و ما بين 41 و 50 سنة يرون بأن صحيفة الشروق أون لاين تراعي المعايير المهنية للعمل الصحفي الإلكتروني و يرجع ذلك لكون المتصفحين من ذوي الفئة العمرية الممتدة من 30 سنة إلى غاية 51 سنة يمثلون في أغلبهم قراء للصحيفة الورقية ثم انتقلوا لمطالعة الصحيفة الإلكترونية بمجرد ما أن بدأ

اصدارها في الويب و بالتالي فإن الخلفية المعرفية و المدارك المتعلقة بسمعة الصحيفة الورقية التي شكلها جمهورها عنها قد يؤثر بشكل أو بآخر على تقييمهم لمهنية الصحيفة الإلكترونية و التي تعبر كل منهما عن توجه المؤسسة الأم التي تنتمي إليها والمتمثلة في مجمع الشروق للإعلام و النشر.

نجد -على العكس من ذلك- أن الفئات العمرية ممن هم أقل من 30 سنة و الذين نشؤوا في كنف التكنولوجيا و مخرجاتها الجديدة، فهم بالدرجة الأولى تعرضوا لما تنشره الصحيفة الإلكترونية بشكل انتقائي لمواضيع معينة نظرا لأن هذه الفئة العمرية من جمهور الصحيفة يفضلون الأخبار الخفيفة و السريعة نظرا لأن أغلبهم الآن أصبح يمارس صحافة المواطننة و بالتالي أضحي كل منهم مصدرا لمجموعة من المعلومات والأخبار حول وقائع متنوعة و التي يسارعون في نشرها عبر صفحاتهم بمواقع التواصل الاجتماعي. و بالتالي فإن أغلب المتصفحين ممن أقل من 30 سنة يكون اطلاعهم على الصحيفة بشكل سريع عبر النقر على روابط مجموعة من الأخبار منشورة في الصفحة الرسمية لصحيفة الشروق أون لاين على الفاييسبوك لينتقلون عبر الرابط إلى موقع الصحيفة للاستزادة من خلال تفاصيل المواضيع.



الفرضية الثالثة : لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين مدى مراعاة صحيفة الشروق أون لاین للمعايير المهنية للعمل الصحفي الإلكتروني حسب أفراد العينة تعزى لمتغير المستوى التعليمي. حيث اعتمدت الباحثة لاختبار هذه الفرضية على استخدام اختبار التباين الأحادي **One Way Anova** مستعينة ببرنامج **Spss 25** و بعد التأكد من فرضيات الاختبارين و شروطهما كانت النتائج وفق ما يبرزه الجدول التالي:

الجدول رقم(94): يبين نتائج اختبار **One Way Anova** لدلالة الفروق بين متوسطات درجات أفراد العينة وأبعاد المعايير المهنية للعمل الصحفي الإلكتروني في صحيفة الشروق أون لاین تعزى لمتغير "المستوى التعليمي"

المعايير المهنية	مصدر التباين	مجموعة المربعات Sum of Squares	درجات الحرية Df	متوسط المربعات Mean Square	قيمة "F"	مستوى الدلالة لقيمة F
المصداقية	بين المجموعات	43.487	3	14.496	3.239	0.02 دال إحصائيا
	داخل المجموعات	1100.913	246	4.475		
	المجموع	1144.400	249			
الحياد	بين المجموعات	28.317	3	9.439	2.684	دال إحصائيا
	داخل المجموعات	865.219	246	3.517		
	المجموع	893.536	249			
المسؤولية	بين المجموعات	5.953	3	1.984	.953	غير دال إحصائيا
	داخل المجموعات	512.291	246	2.082		
	المجموع	518.244	249			
الاستقلالية	بين المجموعات	13.951	3	4.650	1.631	غير دال إحصائيا
	داخل المجموعات	701.425	246	2.851		
	المجموع	715.376	249			
التنوع	بين المجموعات	18.645	3	6.215	3.086	دال إحصائيا
	داخل المجموعات	495.455	246	2.014		
	المجموع	514.100	249			
التفاعلية	بين المجموعات	7.862	3	2.621	1.046	غير دال إحصائيا
	داخل المجموعات	616.202	246	2.505		
	المجموع	624.064	249			
الدرجة الكلية للمعايير المهنية	بين المجموعات	452.470	3	150.823	3.055	دال إحصائيا
	داخل المجموعات	12145.754	246	49.373		
	المجموع	12598.224	249			

المصدر: من إعداد الباحثة اعتمادا على برنامج SPSS25

يلاحظ من خلال نتائج اختبار تحليل التباين الأحادي " أنوفا" **One Way Anova** لدلالة الفروق بين متوسطات درجات أفراد العينة و أبعاد المعايير المهنية للعمل الصحفي الإلكتروني في صحيفة الشروق أون لاين تعزى لمتغير "المستوى التعليمي"، بأن الدرجة الكلية للمعايير المهنية بين المستويات التعليمية قدرت بـ 452.470 و درجة حرية 3 و متوسط مربعات 150.823 أما مستوى التباين داخل مجموعات الفئات العمرية فقد قدر بـ 12145.754 بدرجة حرية قدرت بـ 246 ومتوسط مربعات بلغ الـ 49.373 و لقد قدر مجموع تباين داخل و خارج المجموعات بـ 12598.224 بدرجة حرية 249. و قد قدرت قيمة "F" بـ 3.055 بقيمة دلالة 0.02 ما يجعلها دالة إحصائية عند مستوى الدلالة المعتمد المقدر بـ 0.05، لذا يمكننا رفض الفرض الصفرى و قبول الفرض البديل الذي ينص على أنه توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين مدى مراعاة صحيفة الشروق أون لاين للمعايير المهنية للعمل الصحفي الإلكتروني حسب أفراد العينة تعزى لمتغير المستوى التعليمي .

يتضح من خلال الجدول (94) بأن وجود دلالة إحصائية بين الدرجة الكلية للمعايير المهنية للعمل الصحفي الإلكتروني وفق متغير المستوى التعليمي يعود إلى وجود دلالة إحصائية في كل من المعايير المهنية التالية و التي كانت قيمتها مستوى دلالتها أصغر من مستوى الدلالة المعتمد 0.05، و تتمثل هذه المعايير في: معيار المصادقية و التي قدر مستوى دلالتها بـ 0.02 و معياري الحياد بمستوى دلالة متساوي قدر بـ 0.04، و معيار التنوع بمستوى دلالة مقدر بـ 0.02. أما المعايير المهنية التي لم تكن لها دلالة إحصائية فهي: معيار المسؤولية بمستوى دلالة 0.41، و الاستقلالية بمستوى دلالة 0.18، و التفاعلية بمستوى دلالة مقدر بـ 0.37 و كلها أكبر من قيمة مستوى الدلالة المطلوب 0.05. وللتعرف على اتجاه هذه الفروق اعتمدت الباحثة على اختبار المقارنة البعدية "شيفيه" **Multiple Scheffe Comparisons** الموضح في الجدول التالي :

الجدول رقم(95): يبين نتائج اختبار المقارنة البعدية "شيفيه" لمعرفة مستوى وجود الفروق في درجة أفراد العينة و أبعاد المعايير المهنية للعمل الصحفي الإلكتروني حسب متغير المستوى التعليمي

مستوى الدلالة الإحصائية	الدلالة الإحصائية	الخطأ المعياري	الفرق بين المتوسطات	المقارنة	المجموعات
غير دال إحصائياً	0.95	5.74725	-3.16667	تعليم متوسط	تعليم ثانوي
غير دال إحصائياً	0.75	2.26540	-2.48054	تعليم جامعي	
غير دال إحصائياً	0.99	2.30015	.38889	دراسات عليا	
غير دال إحصائياً	0.99	5.35962	-.68613	تعليم متوسط	تعليم جامعي
غير دال إحصائياً	0.75	2.26540	2.48054	تعليم ثانوي	
دال إحصائياً	0.04	0.99261	2.86942*	دراسات عليا	
غير دال إحصائياً	0.93	5.37440	-3.55556	تعليم متوسط	دراسات عليا
غير دال إحصائياً	0.99	2.30015	-.38889	تعليم ثانوي	
دال إحصائياً	0.04	0.99261	-2.86942*	تعليم جامعي	

(\* تعني الدلالة الإحصائية عند 0.05

المصدر: من إعداد الباحثة اعتماداً على برنامج SPSS25

يلاحظ من خلال الجدول رقم (95) أعلاه بأن سبب الفروق الدالة إحصائياً بين مدى مراعاة صحيفة الشروق أون لاين للمعايير المهنية للعمل الصحفي الإلكتروني حسب أفراد العينة تعزى لمتغير المستوى التعليمي تعود إلى وجود فرق بين متوسطي فئتي ذوي التعليم ( الجامعي و الدراسات العليا ) قدره  $2.86942^*$ ، و هو دال إحصائياً عند مستوى الدلالة 0.05 لأنه أكبر من الدلالة الإحصائية المحسوبة Sig المقدره ب 0.04.

و يمكن تفسير وجود فروق في آراء أفراد العينة حول مدى مراعاة صحيفة الشروق أون لاين للمعايير المهنية للعمل الصحفي الإلكتروني و التي تعزى لمتغير المستوى التعليمي لصالح طلبة الجامعة أو خريجها ، و كذلك لمن يكملون دراساتهم العليا أو تحصلوا على شهادة الدكتوراه ، يعود ذلك لكون هاتين الفئتين و نتيجة عدد سنوات دراستهم في الجامعة و طبيعة المقاييس التي يدرسونها خاصة طلبة العلوم الانسانية على وجه العموم و طلبة الاعلام و الاتصال على وجه الخصوص و احتكاكهم بأساتذة التعليم العالي و الذين يشكلون نخبه المجتمع مكنهم ذلك من تكوين مجموعة من المعارف التي تجعل لديهم قدرة على فهم الرسائل الاعلامية و معرفة ما إذا كانت صحيفة الشروق أون لاين تراعي القيم

المهنية أو لا، و بالتالي فإن أثر المستوى التعليمي قد يظهر جليا في استيعابهم للكثير من القضايا والتعرف على مدى مصداقية الوسيلة الإعلامية و مصداقية مصادرها وكذا مدى موضوعية و حياد محريها.

إن تقييم مهنية المحتوى الصحفي المنشور في صحيفة الشروق أون لاين يعتمد و بشكل كبير على الحالة المعرفية للمستخدم و هو ما يمكنه من الحكم على مدى مصداقيتها، و موضوعيتها، و عدم انحيازها من عدمه. و هذا ينطلق من خلال الإجابة على مجموعة من الأسئلة من قبيل: ما مدى أهمية ذلك بالنسبة لي؟، كيف أتوافق مع هذا الموضوع؟، ما مدى استعدادي للإعتقاد بصحة هذه المعلومات والعمل بها؟ و تعد المرحلة الأخيرة أهم خطوة يقوم بها من حيث الوقت الذي يستغرقه لأنها تتطلب فهما شاملا للمحتوى بغية معالجة الأسئلة السابقة ليكون المستخدم أكثر انخراطا مع حالته المعرفية والوجدانية.<sup>1</sup> و بالتالي فكلما زاد المستوى التعليمي زادت الاحتياجات المعرفية التي يطلبها المستخدم ويتوقع من صحيفة الشروق أون لاين تلبية لها ما يؤثر بدوره على تقييمه لمهنتها و ثقته بما تقدمه من عدمه.

<sup>1</sup> عمرو عبد الحميد، المرجع السابق، ص 117.

الفرضية الرابعة: لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين مدى مراعاة صحيفة الشروق أون لاين للمعايير المهنية للعمل الصحفي الإلكتروني حسب أفراد العينة تعزى لمتغير الوظيفة. حيث اعتمدت الباحثة لاختبار هذه الفرضية على استخدام اختبار التباين الأحادي **One Way Anova** مستعينة ببرنامج **Spss 25** و بعد التأكد من تحقق شروط الاختبار كانت النتائج وفق ما يبرزه الجدول التالي:

الجدول رقم (96): يبين نتائج اختبار **One Way Anova** لدلالة الفروق بين متوسطات درجات أفراد العينة و أبعاد المعايير المهنية للعمل الصحفي الإلكتروني في صحيفة الشروق أون لاين تعزى لمتغير "الوظيفة"

المعايير المهنية	مصدر التباين	مجموعة المربعات Sum of Squares	درجات الحرية Df	متوسط المربعات Mean Square	قيمة "F"	مستوى الدلالة لقيمة F
المصدقية	بين المجموعات	43.580	4	10.895	2.425	0.04 دال إحصائيا
	داخل المجموعات	1100.820	245	4.493		
	المجموع	1144.400	249			
الحياد	بين المجموعات	65.655	4	16.414	4.857	0.00 دال إحصائيا
	داخل المجموعات	827.881	245	3.379		
	المجموع	893.536	249			
المسؤولية	بين المجموعات	14.299	4	3.575	1.738	0.14 غير دال إحصائيا
	داخل المجموعات	503.945	245	2.057		
	المجموع	518.244	249			
الاستقلالية	بين المجموعات	16.553	4	4.138	1.451	0.21 غير دال إحصائيا
	داخل المجموعات	698.823	245	2.852		
	المجموع	715.376	249			
التنوع	بين المجموعات	11.348	4	2.837	1.382	0.24 غير دال إحصائيا
	داخل المجموعات	502.752	245	2.052		
	المجموع	514.100	249			
التفاعلية	بين المجموعات	4.467	4	1.117	0.442	0.77 غير دال إحصائيا
	داخل المجموعات	619.597	245	2.529		
	المجموع	624.064	249			
الدرجة الكلية للمعايير المهنية	بين المجموعات	708.556	4	177.139	3.650	0.00 دال إحصائيا
	داخل المجموعات	11889.668	245	48.529		
	المجموع	12598.224	249			

المصدر: من إعداد الباحثة اعتمادا على برنامج SPSS25

يلاحظ من خلال نتائج اختبار تحليل التباين الأحادي "أنوفا" One Way Anova لدلالة الفروق بين متوسطات درجات أفراد العينة و أبعاد المعايير المهنية للعمل الصحفي الإلكتروني في صحيفة الشروق أون لاين تعزى لمتغير "الوظيفة"، بأن الدرجة الكلية للمعايير المهنية بين مجموعات متغير الوظيفة قدرت بـ 708.556 و درجة حرية 4 و متوسط مربعات 177.139 أما مستوى التباين داخل مجموعات الفئات العمرية فقد قدر بـ 11889.668 درجة حرية قدرت بـ 245 و متوسط مربعات بلغ الـ 48.529 و لقد قدر مجموع تباين داخل و خارج المجموعات بـ 12598.224 بدرجة حرية 249 و قد قدرت قيمة "F" بـ 3.650 بقيمة دلالة 0.00 ما يجعلها دالة إحصائية عند مستوى الدلالة المعتمد المقدر بـ 0.05، لذا يمكننا رفض الفرض الصفري و قبول الفرض البديل الذي ينص على أنه توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين مدى مراعاة صحيفة الشروق أون لاين للمعايير المهنية للعمل الصحفي الإلكتروني حسب أفراد العينة تعزى لمتغير الوظيفة .

تعود الدلالة الإحصائية للدرجة الكلية للمعايير الفنية لصحيفة الشروق أون لاين إلى وجود دلالة إحصائية في كل من المعايير المهنية التالية و التي كانت قيمتها مستوى دلالتها أصغر من مستوى الدلالة المعتمد 0.05، و تتمثل هذه المعايير في: معيار المصادقية و التي قدر مستوى دلالتها بـ 0.04 و معيار الحياد بمستوى دلالة متساوي قدر بـ 0.00، و معيار التنوع بمستوى دلالة مقدر بـ 0.02. أما المعايير المهنية التي لم تكن لها دلالة إحصائية فهي: معيار المسؤولية بمستوى دلالة 0.14، و الاستقلالية بمستوى دلالة 0.21، و التفاعلية بمستوى دلالة مقدر بـ 0.77 و كلها أكبر من قيمة مستوى الدلالة المطلوب 0.05. و للتعرف على اتجاه هذه الفروق اعتمدت الباحثة على اختبار المقارنة البعدية "شيفيه" "Scheffe" Multiple Comparisons الموضح في الجدول التالي :

الجدول رقم (97): يبين نتائج اختبار المقارنة البعدية "شيفيه" لمعرفة مستوى وجود الفروق في درجة أفراد العينة و الدرجة الكلية لأبعاد المعايير المهنية للعمل الصحفي الإلكتروني حسب متغير الوظيفة

المجموعات	المقارنة	الفرق بين المتوسطات	الخطأ المعياري	الدلالة الإحصائية	مستوى الدلالة الإحصائية
طالب (ة)	موظف (ة)	1.83862	.96596	0.46	غير دال إحصائياً
	عامل حر	5.43171*	1.63011	0.02	دال إحصائياً
	متقاعد (ة)	-2.61176-	2.92963	0.93	غير دال إحصائياً
	بطل	6.98824	3.19157	0.31	غير دال إحصائياً
موظف (ة)	طالب (ة)	-1.83862-	.96596	0.4	غير دال إحصائياً
	عامل حر	3.59310	1.56797	0.26	غير دال إحصائياً
	متقاعد (ة)	-4.45038-	2.89552	0.67	غير دال إحصائياً
	بطل	5.14962	3.16029	0.67	غير دال إحصائياً
عامل حر	طالب (ة)	-5.43171*	1.63011	0.02	دال إحصائياً
	موظف (ة)	-3.59310-	1.56797	0.26	غير دال إحصائياً
	متقاعد (ة)	-8.04348-	3.17934	0.17	غير دال إحصائياً
	بطل	1.55652	3.42222	0.99	غير دال إحصائياً
متقاعد (ة)	طالب (ة)	2.61176	2.92963	0.93	غير دال إحصائياً
	موظف (ة)	4.45038	2.89552	0.67	غير دال إحصائياً
	عامل حر	8.04348	3.17934	0.17	غير دال إحصائياً
	بطل	9.60000	4.19965	0.26	غير دال إحصائياً
بطل (ة)	طالب (ة)	-6.98824-	3.19157	0.31	غير دال إحصائياً
	موظف (ة)	-5.14962-	3.16029	0.61	غير دال إحصائياً
	عامل حر	-1.55652-	3.42222	0.99	غير دال إحصائياً
	متقاعد (ة)	-9.60000-	4.19965	0.26	غير دال إحصائياً

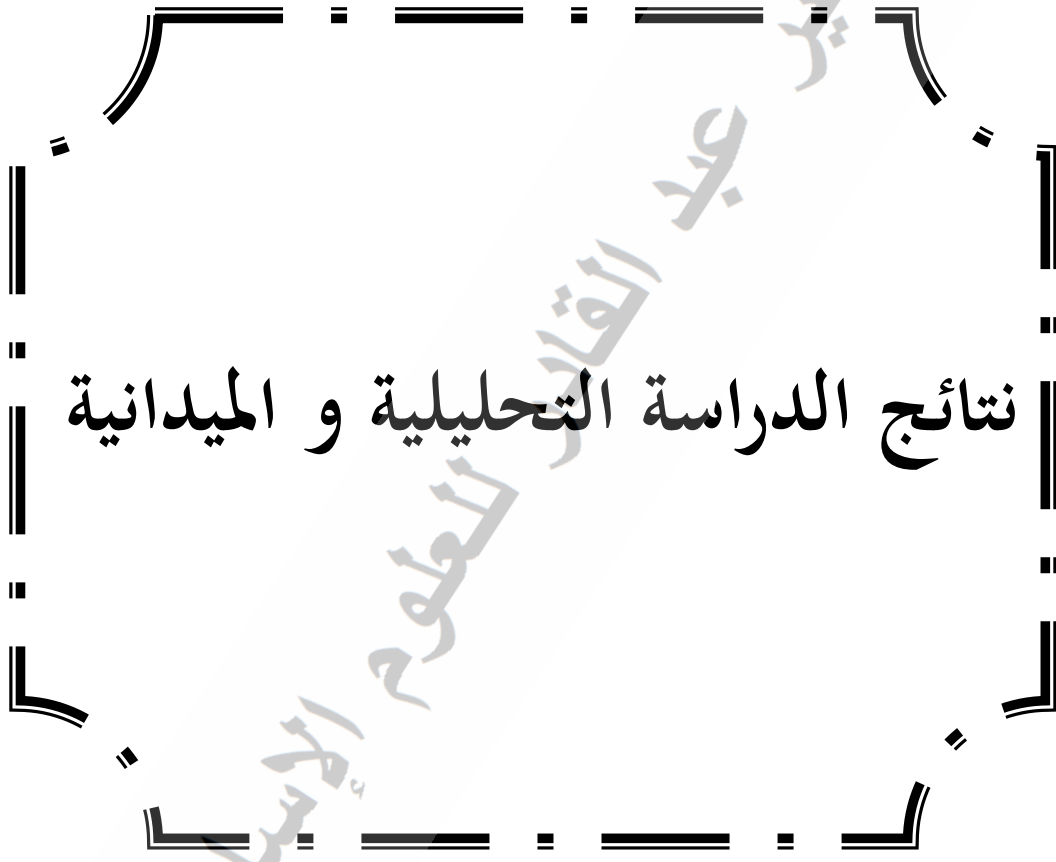
(\*) تعني هذه العلامة أن الفروق كبيرة بين الفئتين العمريتين

المصدر: من إعداد الباحثة اعتماداً على برنامج SPSS25

يلاحظ من خلال الجدول رقم (97) أن سبب الفروق الدالة إحصائياً بين مدى مراعاة صحيفة الشروق أون لاين للمعايير المهنية للعمل الصحفي الإلكتروني حسب أفراد العينة تعزى لمتغير الوظيفة تعود إلى وجود فرق بين متوسطي فئتي (طالب (ة) و عامل حر) لصالح فئة الطلبة قدره  $5.43171^*$  و هو دال إحصائياً عند مستوى الدلالة 0.05 لأنه أكبر من الدلالة الإحصائية المحسوبة Sig المقدرة بـ 0.02.

يمكن تفسير ذلك بأن الطلبة أدق حكما في تقديراتهم لمدى مراعاة صحيفة الشروق أون لاين للمعايير المهنية للعمل الصحفي الإلكتروني أكثر من ذوى المهن الحرة و قد يعود هذا الاختلاف لطبيعة الاحتكاك اليومي بين الطلبة مع محيطهم الجامعي الذي يتميز بالخبوية خاصة في طرح و مناقشة القضايا المختلفة في حال فتح نقاش حول موضوع ما يتعلق بذات السياق و كذلك الاطلاع على وسائل ومصادر معلومات مختلفة خاصة المتاحة عبر الشبكة مما يجعله يأخذ لمحة عن مبادئ العمل الصحفي الإلكتروني من الناحية المهنية على وجه الخصوص ، بالرغم من أن هذا لا ينفي أن أصحاب المهن الحرة نسبة منهم كانوا من خريجي الجامعات ما يجعل لديهم كذلك النظرة ذاتها حول الوسيلة الإعلامية خاصة و أن أغلبهم من التجار ممن يتسنى لهم الوقت للاطلاع الدائم على آخر المستجدات التي تعرضها صحيفة الشروق أون لاين . و بالتالي يمكننا القول بأن متغير الوظيفة كذلك يؤثر في اتجاهات جمهور متصفح صحيفة الشروق أون لاين خاصة فيما يخص نظرهم إليها كمؤسسة إعلامية يتوجب عليها مراعاة مبادئ و قيم المهنة الإعلامية عامة و مبادئ الإعلام الإلكتروني على وجه الخصوص.





## نتائج الدراسة التحليلية و الميدانية

أولاً: النتائج العامة للدراسة التحليلية

ثانياً: النتائج العامة للدراسة الميدانية

ثالثاً: نتائج اختبار فروض الدراسة

رابعاً: نتائج الدراسة وفق الدراسات السابقة

خامساً: نتائج الدراسة وفق منظور الدراسة

## أولاً : النتائج العامة للدراسة التحليلية:

خلصت الدراسة التحليلية و التي أخضعت فيها الباحثة **5838** مادة بصحيفة الشروق أون لاين لتحليل المحتوى إلى مجموعة من النتائج قسمت وفق متغيرات الدراسة إلى نتائج تتعلق بالمعايير الفنية وأخرى تتعلق بالمعايير المهنية .

### I. نتائج تتعلق بالمعايير الفنية:

1. بينت الدراسة التحليلية بأن الصفحة الرئيسية لصحيفة الشروق أون لاين تعرف المستخدم بهويتها عن طريق إبراز شعارها في أعلى الصفحة الرئيسية للموقع كما اتضح بأنها حافظت على نفس تصميم و نوع الخط المستخدم في شعار نسختها المطبوعة مع إضافة "أون لاين" له باعتباره يعبر عن هوية النسخة الإلكترونية للصحيفة .
2. أظهرت نتائج الدراسة بأن صحيفة الشروق أون لاين تستخدم في أدوات تجوالها على نموذج رأس و يسار و أسفل الصفحة الرئيسية ( **T.L.B(Top-Left-Bottom)** ، بالإضافة لكونها تعتمد على نوع واحد من قوائم التجوال و هي القوائم الثابتة.
3. كشفت الدراسة الحالية بأن الأسلوب الإخراجي المعتمد في إخراج الصفحة الرئيسية لصحيفة الشروق أون لاين هو أسلوب البوابة الإلكترونية .
4. بينت الدراسة بأن المساحة الإعلانية المستغلة بصحيفة الشروق أون لاين قدرت بـ 30.95% و هي نسبة ضئيلة مقارنة بنسبة المساحة غير المستغلة و التي تبلغ 69.05% . أما من ناحية موقع الإعلانات المستغلة فقد كانت أغلبها ثابتة بنسبة تقدر بـ 76.37% تتموضع على يسار الصفحة الرئيسية للصحيفة ، أما بالنسبة للإعلانات المتحركة و التي قدرت نسبة توظيفها بـ 23.63% فأغلبها كانت متواجدة أعلى يسار الصفحة بنسبة 76.74% .
5. تشير نتائج الدراسة التحليلية فيما يتعلق بالخطوط التي تستخدمها صحيفة الشروق أون لاين في كتابة عناوينها الرئيسية و الفرعية باللغة العربية بالنسبة بكونها تعتمد على خط "**Zahra**" و حجمه 20 px بالنسبة للعناوين الفرعية و 28 px للعناوين الرئيسية بينما نوع الخط المستخدم في المتون هو **Droid Arabic Naskh** بحجم 15 px. أما بالنسبة للمادة المكتوبة باللغة الفرنسية والانجليزية فقد تم اعتماد خط **Times New Roman** لكتابة العناوين الفرعية بحجم

14px و الرئيسية بحجم 20 px، في حين اعتمد خط **Droid Arabic Naskh** بحجم 18px.

6. كشفت نتائج الدراسة التحليلية فيما تعلق بمراجعة صحيفة الشروق أون لاين لمبادئ وضوح الصياغة اللغوية بأنها تحرص على عدم وجود أخطاء في الصياغة اللغوية للمواد المنشورة بنسبة قدرت بـ 76.45% من إجمالي المواد المنشورة فترة الدراسة التحليلية ، في حين بلغت نسبة المواد التي لم تراعي هذا المعيار 23.55%. أما فيما تعلق باستخدام الفقرات الطويلة في تحرير المواد المنشورة في الموقع فقد كانت نسبة وجودها 70.57% مقارنة بالمواد التي تقسم وفق فقرات القصيرة و التي بلغت نسبتها 29.43%، و هو ما يتعارض مع مبادئ الكتابة للويب و التي تستوجب توظيف الجمل و الفقرات القصيرة . من ناحية أخرى أظهرت نتائج الدراسة فيما تعلق أيضا بمبادئ الوضوح اللغوي بأن صحفيي الشروق أون لاين يحرصون بأن تكون الجمل و الفقرات في متون المواد الصحفية متناسقة بنسبة قدرت بـ 82.31% بمقابل 17.69% من المواد لم يراع فيها الصحفيون هذا الشرط. أما فيما تعلق باستخدام العناوين الفرعية بأن صحيفة الشروق أون لاين تستخدم العناوين الفرعية في محتواها بنسبة 8.74% و هي نسبة ضعيفة جدا مقارنة بما نسبته 91.26% من المحتوى الذي لم يتضمن أي عنوان فرعي. و هو ما يتعارض مع اعتبارات الكتابة للويب الذي يأخذ في عين الاعتبار أن المستخدم يسمح الصفحة بعينه لبحث عن عوامل تجذبه للمحتوى و تمكنه من سهولة قراءة مطالعة المحتوى الصحفي و التي تعتمد في الأساس على إبراز الكلمات المفتاحية واستخدام العناوين الفرعية المعبرة التي توجه المستخدم للمحتوى الذي يريده داخل الصحيفة.

7. أظهرت الدراسة بأن صحيفة الشروق أون لاين تعتمد بشكل كبير على الصور الشخصية بنسبة قدرت بـ 42.69%، تلتها الصور الإخبارية و التي بلغت نسبتها 29.60%. في حين بلغت نسبة توظيف الصور الموضوعية 27.71%. أما فيما تعلق بحجم الصور فأثبتت الدراسة بأن كل الصور في الصحيفة كانت بحجم متوسط موحد بالنسبة للمحتوى المكتوب باللغة العربية أو بالفرنسية و الانجليزية قدر بـ 310\*550 px.

8. أوضحت الدراسة بأن جل الرسوم التي تستخدمها صحيفة الشروق أون لاين هي رسوم كاريكاتيرية بنسبة قدرت بـ 92.31%، في حين بلغت نسبة توظيفها للرسوم التوضيحية بنوعيتها 7.69% بحيث وظفت فقط رسوم الإنفوغرافيكس **Infographics**، أما بالنسبة للرسوم التعبيرية فلم توظف طيلة فترة الدراسة التحليلية.

9. أظهرت الدراسة بأن صحيفة الشروق أون لاين وظفت مجموعة من الألوان الأمامية **Foreground Colors** و المتمثلة في اللون الأسود، الأزرق ، البرتقالي، الرمادي في كتابة العناوين و النصوص، كما استخدمت جهة أخرى الألوان الخلفية كاللون الأبيض بالنسبة لخلفيات النصوص و كل من اللون أزرق فاتح و غامق، أبيض، أحمر، كخلفيات للأيقونات أما اللون الرمادي فوظف كخلفية للقائمة الرئيسية.

10. كشفت نتائج الدراسة التحليلية كذلك بأن صحيفة الشروق أون لاين يستخدم مجموعة من الحدود و الفواصل كالإطارات و البياض ، الإعلانات ، الخطوط ، أيقونات مواقع التواصل الاجتماعي للفصل بين المواد الصحفية كل على حدى و هذا ما يساهم في تنظيم المعلومات داخل الصفحة الرئيسية .

11. بينت الدراسة التحليلية بأن صحيفة الشروق أون لاين قد وظفت مجموعة من الأيقونات أهمها أيقونات مواقع التواصل الاجتماعي ، و أيقونات تحيل لأقسام و مواقع داخل بوابة الشروق الإلكترونية ، و أيقونات أخرى تتعلق بالمليتي ميديا، الإنفوجرافيك، تطبيق Google Store وغيرها.

12. تشير نتائج الدراسة فيما تعلق بتوظيف الوسائط المتعددة من قبل صحيفة الشروق أون لاين بأنها تعتمد و بشكل كبير على استخدام الصور بنسبة 98.81% ، ثم الفيديو كنوع ثاني من الوسائط المتعددة في المرتبة الثانية بنسبة بلغت 1.11% ، أما استخدام النصوص فقط دون وسيط آخر فقد بلغت نسبة 0.08% ، في حين انعدمت نسبة استخدام الصوت و الرسوم المتحركة طيلة فترة الدراسة.

13. كشفت الدراسة بأن صحيفة الشروق أون لاين توظف النصوص الفائقة الداخلية-بذات الموقع في المرتبة الأولى بنسبة قدرت بـ 96.13%، في حين أن استخدام النصوص الفائقة الخارجية- بنسبة بلغت الـ 76.65%، أما فيما يتعلق بالنصوص المحلية -بذات الصفحة- فلم توظف في موقع الصحيفة طيلة فترة الدراسة.

14. أكدت الدراسة على أن صحيفة الشروق أون لاين لم تولي اهتماما كافيا بسبل تحقيق التفاعلية مع متصفحها ، حيث أنها لم تتح لمتصفحها سبلا للاتصال بها عن طريق البريد الإلكتروني سواء الخاص بموقع الصحيفة ، أو بأحد أقسامها أو حتى بريد صحافيها ، كما أنها لم تدر اهتماما بفسح المجال لمستخدميها بالتدوين في مدونات الشروق و التي اقتصر على كتاب مقالات الرأي في ذات

الصحيفة . و على النقيض من ذلك فهي اهتمت بتوفير فضاءات للتعليق على محتواها من قبل المستخدمين ، كما تدرج كذلك خدمة استطلاعات الرأي و منتديات الشروق ، و أيضا النشرات البريدية التي تسمح للمشاركين بالحصول على آخر الأخبار ، و أخيرا حرصها على تمكين زوارها من مشاركة محتواها عبر مواقع التواصل الاجتماعي أو التفاعل مع صفحاتها الرسمية في أي من هذه المواقع .

15. بينت نتائج الدراسة بأن صحيفة الشروق أون لاين تحرص على توظيف مجموعة من العناصر التفاعلية المعلوماتية التي تمكن المستخدم من الوصول إلى المعلومات التي يرغب في الاطلاع عليها كمحرك البحث **Google** ، و خدمة الأرشفة الإلكتروني لنسختها الورقية بصيغة **Pdf** ، أو لموادها المنشورة في الموقع ، كما تتيح كذلك أرشفة إلكترونية لرسومات الكاريكاتير ، و الميلتيميديا ، و خدمة "شارك برأيك" ، و أرشفة الإستفتاءات ، و أرشفة كتاب المقالات . أما فيما يتعلق بخدمة خريطة الموقع فالصحيفة لم توظفها بالرغم من أهميتها في تسهيل التصفح و تعريف المستخدم بأقسام الموقع بشكل تفصيلي .

## II. نتائج تتعلق بالمعايير المهنية :

1. توفر مصادر المعلومات: وظفت صحيفة الشروق أون لاين مجموعة كبيرة من المصادر المتنوعة خلال فترة الدراسة و التي تباينت في نسبة الاعتماد عليها، حيث اعتمدت على شبكة مراسليها في المرتبة الأولى بنسبة قدرت بـ 52.43%، لتليها على الترتيب كل من البيانات و المراسيم والقرارات الصادرة عن المؤسسات الرسمية ،وكالات الأنباء ،المواد لم تذكر مصادرهما، الصحف والمجلات، المواقع الإلكترونية ، القنوات التلفزيونية ، المحطات الإذاعية .

2. الحياد و عدم الإنحياز: حرصت صحيفة الشروق أون لاين على مراعاة هذا المعيار فمن خلال قياس مؤشرات اتضح بأنها: أولا تحرص على عرض وجهات النظر المختلفة في صحيفة الشروق أون لاين تبلغ 90.70% من نسبة المجموع الكلي للمواد المنشورة طيلة فترة الدراسة الحالية، و ثانيا بأن صحافييها يراعون مبدأ فصل الخبر عن الرأي بنسبة قدرت بـ 89.26%. أما المؤشر الثالث والذي ينص على الابتعاد عن استخدام مفردات متحيزة فقد كشفت نتائج الدراسة بأن صحافيي

الصحيفة لا يوظفون مصطلحات أو مفردات متحيزة في متن مقالاتهم و تقاريرهم بنسبة قدرت بـ98.29%، رابعا و أخيرا اتضح من خلال معاينة الصور المدرجة في العينة قيد التحليل بأن صحيفة الشروق أون لاين ابتعدت عن توظيف صور مضللة أو منحازة بنسبة 100% حيث جاءت جل الصور الموظفة مرافقة للأخبار و تعبر عنها سواء كانت اخبارية متعلقة بالحدث أو موضوعية.

3. معيار الفورية: يتضح من خلال النتائج المحصل عليها حول مؤشرات معيار الفورية بصحيفة الشروق أون لاين بأنها تحرص على مراعاة هذا المعيار عن طريق ذكر تاريخ و ساعة آخر تحديث لمحتوياتها بنسبة 100%، و توفير التنبيهات الإخبارية في 76 عدد خاضع للتحليل من أصل 84 عدد أي ما يوافق 90.48%. أما فيما يخص عدد مرات تحديث المحتوى فالصحيفة تقوم بتحديث محتوياتها أكثر من مرة يوميا بنسبة 51.19%، تلتها صفة تحديثه بعد فترة تتجاوز الـ24 ساعة بنسبة 20.24%، لتليها تحديث محتواها كل 24 ساعة بنسبة قدرت بـ19.05% و أخيرا تحديثه مرة واحدة في اليوم بنسبة قدرت بـ08%.

4. النوع الجغرافي: تبين نتائج الدراسة بأن نصف القضايا التي تعالجها صحيفة الشروق أون لاين قضايا وطنية بنسبة 50.69%، ثم تليها القضايا ذات البعد المحلي بنسبة 19.51%، في حين جاءت نسبة تغطية القضايا الدولية في المركز الثالث بنسبة بلغت 19.10%، أما القضايا العربية فقد تذيلت ترتيب القضايا المعالجة بنسبة 10.71%.

5. النوع الموضوعاتي: تشير نتائج الدراسة أيضا بأن المواضيع السياسية احتلت صدارة المواضيع المعالجة في صحيفة الشروق أون لاين بنسبة قدرت بـ20.32%، ثم تلتها على الترتيب المواضيع الرياضية، المواضيع الأمنية، المواضيع الاجتماعية، المواضيع الاقتصادية، المواضيع المتنوعة، المواضيع المتعلقة بقطاع التعليم، المواضيع الدينية، المواضيع الصحية، المواضيع الفنية، المواضيع الثقافية، ثم المواضيع المتعلقة بالحوادث و الكوارث الطبيعية، المواضيع السياحية و أخيرا المواضيع البيئية.

6. فئة النوع اللغوي: كشفت نتائج الدراسة بأن صحيفة الشروق أون لاين تعتمد في تحرير محتواها على ثلاث لغات هي: اللغة العربية، اللغة الفرنسية و اللغة الإنجليزية.

7. تنوع الفنون الصحفية: انصب اهتمام صحيفة الشروق أون لاين فيما يتعلق بفنون التحرير الصحفي بشكل كبير على فن التقرير الصحفي بنسبة قدرت بـ62.56%، ثم يليه على التوالي الخبر

الصحفي ، ثم المقالات الصحفية ، ثم جاءت الأحاديث الصحفية ، في حين احتل فن الريبورتاج المركز الخامس ، يليه التعليق الصحفي ، ثم بعدها فن البورتريه ، ثم فن التحقيق ، اما بالنبة للقصة الخبرية فهي لم توظف طيلة فترة الدراسة .

8. تنوع الفاعلين في الحدث: اعتمدت صحيفة الشروق أون لاين على مجموعة من الشخصيات الفاعلية في الأحداث و الوقائع التي قامت بمعالجتها و نشرها في موقع الصحيفة ، حيث جاء تركيزها بالدرجة الأولى على شخصيات متنوعة كالمواطنين، الأطباء، مسيري المواقع الإلكترونية وغيرهم بنسبة قدرت بـ 23.11% ، ثم تلتها على الترتيب الشخصيات الحكومية و الدبلوماسية ، ثم شخصيات بقطاع الرياضة لتليها شخصيات المجتمع المدني ثم القيادات السياسية العليا ، ثم الخبراء والباحثين ، ثم القيادات الأمنية و العسكرية ب و أخيرا الشخصيات الفنية .

## ثانيا: النتائج العامة للدراسة الميدانية:

### المحور الأول : السمات العامة لأفراد العينة :

كشفت الدراسة فيما يخص هذا المحور على النتائج التالية:

1. يتضح من خلال متغير الجنس بأن أغلب أفراد العينة من مستخدمي صحيفة الشروق أون لاين هم من الذكور بنسبة قدرت بـ 54% في حين بلغت نسبة الإناث بـ 46%.
2. يبين توزيع أفراد العينة حسب متغير السن بأن أغلب متصفححي صحيفة الشروق أون لاين هم من الشباب و الذين تتراوح أعمارهم بين 20 إلى 30 سنة بنسبة قدرت بـ 56%.
3. تحتل نسبة ذوي التعليم الجامعي فيما يخص متغير المستوى التعليمي للمبحوثين المرتبة الأولى مقارنة ذوي التعليم المتوسط و الثانوي بنسبة بلغت الـ 54.80%.
4. تشكلت نسبة الموظفين في مختلف القطاعات نسبة تفوق النصف فيما يخص مستخدمي صحيفة الشروق أون لاين متفوقة على بقية المهن الأخرى بنسبة قدرت بـ 52.40%.



## المحور الثاني: عادات مستخدمي صحيفة الشروق أون لاين و دوافع تصفحهم لها:

أظهرت نتائج الدراسة الميدانية فيما يتعلق بهذا المحور ما يلي :

1. يبين توزيع أفراد العينة حسب معدل استخدامهم لصحيفة الشروق أون لاين بأن أغلب المبحوثين يتصفحونها أحيانا بنسبة تقدر بـ 51.60% .
2. يتضح من خلال توزيع أفراد العينة حسب المدة الزمنية المستغرقة في تصفحهم لصحيفة الشروق أون لاين بأن أغلب المبحوثين بدأ تصفحهم لها منذ أكثر من ثلاث سنوات بنسبة قدرت بـ 41.20% .
3. يكشف توزيع أفراد العينة حسب الفترات التي يخصصونها لتصفح صحيفة الشروق أون لاين بأنه لا يوجد وقت محدد يخصصونه لتصفحها بنسبة قدرت بـ 60% .
4. يبين توزيع أفراد العينة حسب متوسط التصفح اليومي المخصص لتصفح صحيفة الشروق أون لاين بأن أغلبية المبحوثين أي حوالي 90.80% من عينة الدراسة يتصفحون موقع الصحيفة لأقل من ساعة .
5. يتضح من خلال إجابات المبحوثين حول الأجهزة الإلكترونية التي يستخدمونها في تصفحهم لصحيفة الشروق أون لاين بأن غالبيتهم يستخدمون جهاز الهاتف المحمول بنسبة بلغت 61.65% .
6. تؤكد نتائج الدراسة الميدانية بأن المواضيع السياسية تعتبر من أهم المواضيع التي يفضل أفراد العينة تصفحها بصحيفة الشروق أون لاين بنسبة قدرت بـ 20.50% مقارنة بالمواضيع الأخرى المنشورة ضمن ذات الصحيفة .
7. يستعين أغلب المبحوثين في تصفحهم و اطلاعهم على ما تنشره صحيفة الشروق أون لاين على اللغة العربية بنسبة قدرت بـ 96.80% .
8. أكدت نتائج الدراسة المتعلقة بالفنون التحريرية التي يرغب مستخدمي صحيفة الشروق أون لاين الاطلاع عليها بأن الخبر الصحفي الإلكتروني قد تقدم على باقي الفنون الصحفية بنسبة بلغت 26.93% .

9. يعتبر الاطلاع على آخر المستجدات المحلية و الوطنية و العالمية أهم دوافع تصفح المبحوثين لصحيفة الشروق أون لاين بنسبة قدرت بـ 44.96%.

### المحور الثالث: تقييم أفراد العينة مدى مراعاة صحيفة الشروق أون لاين للمعايير الفنية للصحافة الإلكترونية:

تبرز النتائج المتحصل عليها من خلال إجابات المبحوثين حول أسئلة هذا المحور حسب كل معيار من المعايير الفنية فيما يلي :

**1. معيار جاذبية التصميم:** بينت نتائج ردود مفردات العينة حول أبعاد معيار جاذبية التصميم بصحيفة الشروق أون لاين وبشكل عام بأن أغلبهم يرون بأنها تراعي معيار جاذبية التصميم بنسبة قدرت بـ 68%، ليلها الذين أجابوا بـ "موافق إلى حد ما" بنسبة بلغت الـ 27.30% ، في حين هناك ما نسبته 4.70% من أفراد العينة من يرون بأنها لم تراعي هذا المعيار.

**2. معيار يُسر الاستخدام:** تؤكد نتائج ردود مفردات العينة حول أبعاد معيار يُسر الاستخدام بصحيفة الشروق أون لاين بأن أغلب أفراد العينة يرون بأنها تراعي معيار يُسر الاستخدام بنسبة قدرت بـ 68.10%، ليلها الذين أجابوا بـ "موافق إلى حد ما" بنسبة بلغت الـ 22.30% ، في حين هناك ما نسبته 9.60% من أفراد العينة من يرون بأنها لم تراعي هذا المعيار.

**3. معيار الملاءمة:** تبين نتائج ردود مفردات العينة حول أبعاد معيار الملاءمة بصحيفة الشروق أون لاين بأن أغلب أفراد العينة يرون بأنها تراعي معيار الملاءمة بنسبة قدرت بـ 64.20%، ليلها الذين أجابوا بـ "موافق إلى حد ما" بنسبة بلغت الـ 29.20% ، في حين هناك ما نسبته 6.60% من أفراد العينة من يرون بأنها لم تراعي هذا المعيار.

**4. معيار تنوع خيارات المحتوى:** توضح نتائج ردود مفردات العينة حول أبعاد معيار تنوع خيارات المحتوى بصحيفة الشروق أون لاين بأن أغلب أفراد العينة يرون بأن صحيفة الشروق أون لاين تراعي معيار تنوع خيارات المحتوى بنسبة قدرت بـ 42.60%، ليلها الذين أجابوا بـ "موافق إلى حد ما"

بنسبة بلغت الـ 26.30% ، في حين هناك ما نسبته 06.10% من أفراد العينة من يرون بأنها لم تراع هذا المعيار.

**5. معيار الفورية:** تكشف نتائج ردود مفردات العينة حول أبعاد معيار الفورية في صحيفة الشروق أون لاين بأن أغلبهم أجابوا على أبعاد هذا المعيار بـ "موافق" بنسبة بلغت 74.40% ، ليلها الذين أجابوا بـ "موافق إلى حد ما" بنسبة قدرت بـ 13.87% في حين جاء ترتيب الذين أجابوا بـ "غير موافق" على هذه العبارة في الترتيب الأخير بنسبة 11.73%.

**6. معيار الوضوح اللغوي:** تبين نتائج ردود مفردات العينة حول أبعاد معيار الوضوح اللغوي بأن أغلب أفراد العينة قد أجابوا على أبعاد هذا المعيار بـ "موافق" بنسبة بلغت 60.13% ، ليلها الذين أجابوا بـ "غير موافق" بنسبة قدرت بـ 26% في حين جاء ترتيب الذين أجابوا بـ "موافق إلى حد ما" على هذه العبارة في الترتيب الأخير بنسبة 13.87%.

## المحور الرابع: تقييم أفراد العينة مدى مراعاة صحيفة الشروق أون لاين للمعايير المهنية للصحافة الإلكترونية :

**1. معيار المصدقية:** توضح نتائج ردود مفردات العينة حول أبعاد معيار المصدقية بأن أغلب أفراد العينة قد أجابوا على أبعاد هذا المعيار بـ "موافق إلى حد ما" بنسبة بلغت 42.60% ، ليلها الذين أجابوا بـ "موافق" بنسبة قدرت بـ 37.20% في حين جاء ترتيب الذين أجابوا بـ "غير موافق" على هذه العبارة في الترتيب الأخير بنسبة 20.20%.

**2. معيار الحياد:** أوضحت نتائج ردود مفردات العينة حول أبعاد معيار الحياد بأن أغلب أفراد العينة قد أجابوا على أبعاد هذا المعيار بـ "موافق" بنسبة بلغت 39.20% ، ليلها الذين أجابوا بـ "غير موافق" بنسبة قدرت بـ 30.93% في حين جاء ترتيب الذين أجابوا بـ "موافق إلى حد ما" على هذه العبارة في الترتيب الأخير بنسبة 29.87%.

**3. معيار المسؤولية:** بينت نتائج ردود مفردات العينة حول أبعاد معيار المسؤولية بأن أغلب أفراد العينة قد أجابوا على أبعاد هذا المعيار بـ "موافق" بنسبة بلغت 53.47% ، ليلها الذين

أجابوا بـ "موافق إلى حد ما" بنسبة قدرت بـ 26.93 % في حين جاء ترتيب الذين أجابوا بـ "غير موافق" على هذه العبارة في الترتيب الأخير بنسبة 19.60 %.

4. **معيار الإستقلالية:** تكشف نتائج ردود مفردات العينة حول أبعاد معيار الإستقلالية بأن أغلب أفراد العينة قد أجابوا على أبعاد هذا المعيار بـ "غير موافق" بنسبة بلغت 54.80 %، يليها الذين أجابوا "موافق إلى حد ما" بنسبة قدرت بـ 22.93 % ثم تلاها من أجابوا بـ "موافق" بنسبة بلغت 22.27 %.

5. **معيار التنوع و الشمول:** توضح نتائج ردود مفردات العينة حول أبعاد معيار التنوع و الشمول بأن أغلب أفراد العينة قد أجابوا على أبعاد هذا المعيار بـ "موافق" بنسبة بلغت 66.66 %، يليها الذين أجابوا بـ "موافق إلى حد ما" بنسبة قدرت بـ 21.90 % في حين جاء ترتيب الذين أجابوا بـ "غير موافق" على هذه العبارة في الترتيب الأخير بنسبة 11.50 %.

6. **معيار التفاعلية:** تكشف نتائج ردود مفردات العينة حول أبعاد معيار التفاعلية بأن أغلب أفراد العينة قد أجابوا على أبعاد هذا المعيار بـ "موافق" بنسبة بلغت 67 %، يليها الذين أجابوا بـ "غير موافق" بنسبة قدرت بـ 32 % في حين جاء ترتيب الذين أجابوا بـ "موافق إلى حد ما" على هذه العبارة في الترتيب الأخير بنسبة 01 %.

### ثالثا: نتائج اختبار فروض الدراسة الميدانية:

كشفت المعالجة الإحصائية لكل فروض الدراسة و إخضاعها للمجموعة من الاختبارات الإحصائية التي تحققت شروط تطبيقها كاختبار " **T-test Independent sample** "، و اختبار "التباين الأحادي **One Way Anova** " و كذلك اختبار المقارنة البعدية "شيفيه" **Multiple Scheffe Comparisons** " و قد جاءت نتائج اختبار هذه الفروض وفقا لنوع المعايير التي تقيسها فيما يلي :

**I.** نتائج اختبار الفرضيات المتعلقة باختبار إجابات أفراد العينة حول مدى التزام صحيفة الشروق أون لاين بالمعايير الفنية للصحافة الإلكترونية تعزى لسماقتهم العامة :

1. توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين مدى مراعاة صحيفة الشروق أون لاين للمعايير الفنية للعمل الصحفي الإلكتروني حسب أفراد العينة تعزى لمتغير الجنس لصالح فئة الذكور بمستوى دلالة يقدر بـ 0.02 و هو أصغر من مستوى الدلالة 0.05 ما يجعله دال إحصائيا و بالتالي يمكننا رفض الفرض الصفري و قبول الفرض البديل.

2. لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين مدى مراعاة صحيفة الشروق أون لاين للمعايير الفنية للعمل الصحفي الإلكتروني حسب أفراد العينة تعزى لمتغير السن لصالح فئة الذكور بمستوى دلالة يقدر بـ 0.24 و هو أكبر من مستوى الدلالة 0.05 ما يجعله غير دال إحصائيا و بالتالي يمكننا قبول الفرض الصفري و رفض الفرض البديل.

3. لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين مدى مراعاة صحيفة الشروق أون لاين للمعايير الفنية للصحافة الإلكترونية حسب أفراد العينة تعزى لمتغير المستوى التعليمي. حيث قدر مستوى الدلالة المحسوبة بـ 0.24 و هو أكبر من مستوى الدلالة 0.05 ما يجعله غير دال إحصائيا و بالتالي يمكننا قبول الفرض الصفري و رفض الفرض البديل.

4. توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين مدى مراعاة صحيفة الشروق أون لاین للمعايير الفنية للصحافة الإلكترونية حسب أفراد العينة تعزى لمتغير الوظيفة حيث قدر مستوى الدلالة المحسوبة بـ 0.00 ما يجعلها دالة إحصائياً عند مستوى الدلالة المعتمد المقدر بـ 0.05، لذا يمكننا رفض الفرض الصفري و قبول الفرض البديل، حيث تعود هذه الدلالة الإحصائية لوجود فرق بين متوسطي فئتي (طالب (ة) و عامل حر) لصالح فئة الطلبة بمستوى دلالة قدره 0.00، و كذلك للفرق بين متوسط فئتي (موظفة) ،عامل حر) لصالح فئة الموظفين قدره بمستوى دلالة قدره 0.01.

يمكن أن نستنتج انطلاقاً مما سبق بأن الفرضية الجزئية الأولى قد تحققت بشكل جزئي على مستوى متغير السن و المستوى التعليمي، في حين أنها لم تتحقق على مستوى متغير الجنس والوظيفة.

**II. اختبار الفرضيات المتعلقة باختبار إجابات أفراد العينة حول مدى التزام صحيفة الشروق أون لاین بالمعايير المهنية للصحافة الإلكترونية تعزى لسماهم العامة :**

1. لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين مدى مراعاة صحيفة الشروق أون لاین للمعايير المهنية للعمل الصحفي الإلكتروني حسب أفراد العينة تعزى لمتغير الجنس لصالح فئة الذكور، حيث قدر مستوى الدلالة المحسوبة بـ 0.08 و هو أكبر من مستوى الدلالة 0.05 ما يجعله غير دال إحصائياً و بالتالي يمكننا رفض الفرض البديل و قبول الفرض الصفري .

2. توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين مدى مراعاة صحيفة الشروق أون لاین للمعايير الفنية للصحافة الإلكترونية حسب أفراد العينة تعزى لمتغير السن حيث قدر مستوى الدلالة المحسوبة بـ 0.02 ما يجعلها دالة إحصائياً عند مستوى الدلالة المعتمد المقدر بـ 0.05، لذا يمكننا رفض الفرض الصفري و قبول الفرض البديل، و يعود سبب هذه الفروق الدالة إحصائياً إلى وجود فرق بين متوسطي الفئتين العمريتين (من 30 إلى 40 سنة و من 40 إلى 50 سنة) بمستوى دلالة مقدر بـ 0.03.

3. توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين مدى مراعاة صحيفة الشروق أون لاين للمعايير الفنية للصحافة الإلكترونية حسب أفراد العينة تعزى لمتغير المستوى التعليمي حيث قدر مستوى الدلالة المحسوبة بـ 0.02 ما يجعلها دالة إحصائياً عند مستوى الدلالة المعتمد المقدر بـ 0.05، لذا يمكننا رفض الفرض الصفري و قبول الفرض البديل، و يعود سبب هذه الفروق الدالة إحصائياً إلى وجود فرق بين متوسطي فئتي ذوي التعليم ( الجامعي و الدراسات العليا ) بمستوى دلالة مقدر بـ 0.04.

4. توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين مدى مراعاة صحيفة الشروق أون لاين للمعايير الفنية للصحافة الإلكترونية حسب أفراد العينة تعزى لمتغير الوظيفة حيث قدر مستوى الدلالة المحسوبة بـ 0.00 ما يجعلها دالة إحصائياً عند مستوى الدلالة المعتمد المقدر بـ 0.05، لذا يمكننا رفض الفرض الصفري و قبول الفرض البديل، و يعود سبب هذه الفروق الدالة إحصائياً إلى وجود فرق بين متوسطي فئتي (طالب (ة) و عامل حر) لصالح فئة الطلبة بمستوى دلالة مقدر بـ 0.02.

يمكن أن نستنتج انطلاقاً مما سبق بأن الفرضية الجزئية الثانية قد تحققت بشكل جزئي على مستوى جميع المتغيرات (متغير السن، و المستوى التعليمي، و الوظيفة)، ما عدا متغير الجنس.

## رابعاً: مقارنة نتائج الدراسة بنتائج الدراسات السابقة:

اتفقت الدراسة الحالية في العديد من الجوانب مع الدراسات السابقة التي اعتمدت عليها الباحثة، كما أنها اختلفت معها في عدة جوانب و التي نفضل فيها فيما يأتي:

### I. أوجه التوافق بين نتائج الدراسة الحالية و الدراسات السابقة:

#### 1. أوجه التوافق بين نتائج الدراسات السابقة مع نتائج الدراسة التحليلية :

يمكن استخلاص أهم أوجه التوافق بين النتائج المتحصل عليها في الدراسة التحليلية الحالية و بين نتائج الدراسات السابقة في مجموعة من النقاط التي قسمت وفقاً للتقسيم المتبع في الدراسة التحليلية و يمكن التفصيل فيها كما يلي :

##### 1.1. المعايير الفنية:

– اتفقت الدراسة التحليلية مع دراسة الباحثان ماجد تربان و عبير مُجَّد اللبد و دراسة الباحث خالد العنزي في كون كل المواقع التي كانت قيد الدراسة في كلا الباحثين قد اعتمدت على أسلوب البوابة في إخراج صفحاتها الرئيسية.

– اتفقت الدراسة التحليلية مع دراسة الباحث خالد العنزي في كون المواد المنشورة في كون أغلبية المواد التي تنشرها صحيفة الشروق أون لاين و الصحف السعودية الإلكترونية التي أخضعها العنزي للتحليل تتسم بطول المتن.

– اتفقت نتائج الدراسة الحالية مع دراسة الباحث جاسم جابر و دراسة الباحث عبد الأمير الفيصل و كذلك دراسة الباحثان ماجد تربان و عبير مُجَّد اللبد بكون الصحف الإلكترونية محل دراسة كل باحث قد وفرت خدمة البحث في أرشيفها سواء داخل موقع الصحيفة نفسها، أو من خلال محرك بحث خارجي يربط الصحيفة بمحركات بحث معروفة مثل Yahoo و Google .

– اتفقت الدراسة التحليلية كذلك مع دراسة الباحثان ماجد تربان و عبير مُجَّد اللبد فيما يتعلق بالحدود و الفواصل المعتمدة في مواقع الصحف الفلسطينية و التي اشتركت مع صحيفة الشروق أون لاين في مجملها و هي: البياض، الإطارات، و الخطوط و كذلك العناوين الفرعية.



– اتفقت الدراسة كذلك مع دراسة خالد العنزي و دراسة الباحث جاسم جابر فيما يتعلق بضعف استخدام الوسائط المتعددة في الصحف الإلكترونية محل الدراسة و اقتصرها على إدراج الصور الفوتوغرافية كما هو الحال بالنسبة لصحيفة الشروق أون لاين.

– اتفقت الدراسة مع دراسة الباحثان ماجد تربان و عبير مُجدّ اللبد بكون الصحف الفلسطينية قيد الدراسة تعتمد على النص الفائق داخل موقع الصحيفة بنسبة كبيرة أكثر من اعتمادها على النصوص الفائقة الخارجية.

### 2.1. المعايير المهنية :

– اعتمدت صحيفة الشروق أون لاين على شبكة مراسليها في المرتبة الأولى مقارنة بمصادر المعلومات الأخرى و هو ما يتفق مع دراسة حاتم العسولي التي خلصت بأن كل من موقع صحيفة القدس و صحيفة نيويورك تايمز يعتمد على المراسلين بالدرجة الأولى في تغطية الأحداث و الحصول على المعلومات.

– اتفقت الدراسة مع ما خلصت إليه دراسة جاسم جابر و دراسة عبد الأمير الفيصل فيما يتعلق بمراجعة مبدأ الفورية و الآنية إذ أن أغلب الصحف محل دراستهما قد أشارت إلى التحديث الجاري في صفحات الموقع وبيان زمنه، و كذلك وفرت خاصية التنبيهات الإخبارية في أعلى صفحاتها الرئيسية.

– اتفقت الدراسة التحليلية مع ما خلص إليه الباحث ماجد تربان و عبير لبد حول المواضيع الأكثر معالجة في الصحف الإلكترونية الفلسطينية و التي تصدرتها المواضيع السياسية كما هو الحال بالنسبة لصحيفة الشروق أون لاين.

## 2. أوجه التوافق بين نتائج الدراسات السابقة مع نتائج الدراسة الميدانية:

– اتفقت الدراسة الحالية مع دراسة الباحث قاسم الردايدة و مجموعة من الباحثين الآخرين حول أن مستوى يسر و قابلية استخدام كل من الصحفتين الإلكترونية الأردنيتين الرأي و الغد تراوحت من الجيد إلى المتوسط حيث أقر أغلب المبحوثين بأنها تلي احتياجاتهم المعرفية في حين تدنت مستويات قابلية الاستخدام في مواقع الصحف الأخرى قيد الدراسة.

– اتفقت نتائج الدراسة الميدانية مع ما توصل إليه الباحث حاتم العسولي فيما تعلق بمدى مراعاة كل من صحيفة نيويورك تايمز و القدس الإلكترونية مسؤوليتها الاجتماعية تجاه المجتمع بأن هذه الفقرة قد حصلت على درجة موافقة متوسطة من قبل المبحوثين فيما يخص صحيفة نيويورك تايمز ، في حين أن درجة موافقة أفراد العينة جاءت بدرجة كبيرة في صحيفة القدس الإلكترونية.

– اتفقت نتائج الدراسة الميدانية مع ما جاءت به دراسة الباحثين يوشان ليو **Yuchun Liu** وشيهسيانغ كو **Chihhsiang Ko** التي خلصت إلى وجود فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة 0.05 بين قابلية استخدام المواقع الإخبارية محل الدراسة و تفضيل المبحوثين لها تعزى لمتغير المستوى التعليمي لصالح الذين يحملون شهادات الماجستير و الدكتوراه و في ذات السياق خلصت الدراسة الحالية إلى أن هناك فروق ذات دلالة إحصائية بين مدى مراعاة صحيفة الشروق أون لاين للمعايير الفنية للصحافة الإلكترونية تعزى لمتغير المستوى التعليمي لصالح فئتي ذوي التعليم ( الجامعي و الدراسات العليا ) عند مستوى الدلالة 0.05.

## II. أوجه الاختلاف بين نتائج الدراسة الحالية و الدراسات السابقة:

### 1. أوجه الاختلاف بين نتائج الدراسة الحالية مع نتائج الدراسة التحليلية :

#### 1.1. المعايير المهنية:

اختلفت الدراسة التحليلية مع دراسة الباحثان ماجد تربان و عبير مُجدّ اللبد أولاً من ناحية اعتماد الصحف الإلكترونية الفلسطينية محل دراستهما على القوائم التفرعية و المنسدلة على عكس صحيفة الشروق أون لاين التي اعتمدت على القوائم الثابتة. في حين يكمن وجه الاختلاف الثاني في اعتماد الصحف الإلكترونية الفلسطينية على أسلوب واحد في إخراج قوائم التجوال و هو نموذج أعلى

الصفحة الرئيسية فقط في حين ظهرت نتائج الدراسة الحالية بأن صحيفة الشروق أون لاين تستخدم في أدوات تجوالها على نموذج رأس و يسار و أسفل الصفحة الرئيسية **T.L.B(Top-Left- Bottom**. كما اختلفت كذلك من ناحية الوسائط المتعددة الموظفة حيث بينت نتائج دراسة الباحثان ماجد تربان و عبيد محمد اللبد بأن مواقع الصحف الفلسطينية تعتمد بشكل كبير على مقاطع الفيديو في حين أن صحيفة الشروق أون لاين فاعتمادها على الصور كان بالدرجة الأولى.

## 2.1. المعايير المهنية:

– تختلف الدراسة الحالية مع دراسة من ناحية المصادر التي تم الاعتماد عليها بالدرجة الأولى حي اعتمدت صحيفة الشروق أون لاين على المراسلين في المرتبة الأولى في حين خالص الباحث حاتم العسولي بأن هناك ضعف في توظيف صحيفة نيويورك تايمز على المراسلين و تركيزها على وكالات الأنباء في انتقاء الأخبار .

– اختلفت الدراسة الحالية مع ما خلصت إليه دراسة الباحث طالب كيحول فيما تعلق باستخدام موقع "الجزيرة نت" مصطلحات متحيزة تشير إلى الانحراط الايديولوجي لهذه الوسيلة الإعلامية أثناء الحراك السياسي العربي .

– اختلفت الدراسة الحالية مع دراسة جاسم جابر فيما يخص عدد مرات تحديث المحتوى فالصحيفة الشروق تقوم بتحديث محتوياتها أكثر من مرة يوميا في المرتبة الأولى، تلتها صفة تحديثه بعد فترة تتجاوز الـ 24 ساعة في المرتبة الثانية، في حين خالص جاسم الجابر في دراسته إلى أغلب الصحف العربية محل دراسته لم تجري أي تغيير على محتواها لمدة تزيد على 24 ساعة.

– تختلف الدراسة الحالية مع ما خلص إليه الباحث عبد الأمير الفيصل فيما يتعلق بالتنوع الجغرافي فبينما ركزت صحيفة الشروق أون لاين على الأخبار ذات البعد الوطني ، خالص عبد الأمير الفيصل بأن الصحف العربية محل دراسته قد ركزت على نشر الأخبار العربية بالدرجة الأولى.

– تختلف الدراسة الحالية مع ما توصل إليه الباحث ماجد تربان و عبيد لبد حول الفنون التحريرية الأكثر توظيفا في مواقع الصحف الإلكترونية الفلسطينية ، حيث خالص بأنها تعتمد بشكل كبير على الأخبار الصحفية الإلكترونية و هذا ما يتناقض مع ما خلصت إليه الباحثة فيما يتعلق بهذا

الجانب و الذي كشف إلى أن صحيفة الشروق أون لاين تهتم في المركز الأول بنشر التقارير الصحفية ثم الأخبار في المركز الثاني .

## 2. أوجه الاختلاف بين نتائج الدراسة الحالية مع نتائج الدراسة الميدانية:

- تبينت نتائج الدراسة الحالية مع ما خلصت إليه دراسة الباحث هاسينغ شايز **Hsiang Chyz** مع مجموعة من الباحثين الآخرين بأن توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين مدى رضا قراء النسختين الورقية و الإلكترونية للصحف الأمريكية قيد دراستهم حول استخدامهم و تفاعلهم مع النسختين تعزى لمتغير الجنس لصالح الإناث في حين أن الدراسة الحالية أكدت وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين الجنسين فيما تعلق برضاهم حول تصميم موقع صحيفة الشروق أون لاين لصالح الذكور.

- اختلفت نتائج الدراسة الميدانية مع ما جاءت به دراسة الباحثين يوشان ليو **Yuchun Liu** وشيهسيانغ كو **Chihhsiang Ko** التي خلصت إلى عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة 0.05 بين قابلية استخدام المواقع الإخبارية محل الدراسة و تفضيل الباحثين لها تعزى لمتغير الوظيفة في حين خلصت الدراسة الحالية إلى أن هناك فروق ذات دلالة إحصائية بين مدى مراعاة صحيفة الشروق أون لاين للمعايير الفنية للصحافة الإلكترونية حسب أفراد العينة تعزى لمتغير الوظيفة و تعود هذه الدلالة الإحصائية لوجود فرق بين متوسطي فئتي (طالب (ة) و عامل حر) لصالح فئة الطلبة ، وكذلك للفرق بين متوسط فئتي (موظفة) ،عامل حر) لصالح فئة الموظفين .

## رابعاً: نتائج الدراسة على ضوء المداخل النظرية الدراسة :

اعتمدت الدراسة الحالية بشقيها التحليلي و الميداني على ثلاث مداخل نظرية يمكن إبراز أهم النتائج المتحصل عليها في هذه الدراسة وفقها كما يلي :

### I. النموذج المهجن Hybrid Model (المعايير الفنية):

تم الاعتماد على ما جاء به هذا النموذج في الدراسة التحليلية و التي تتضح نتائجها وفقه في الآتي:

1. كشفت الدراسة بأن صحيفة الشروق أون لاين استفادت من التقنيات الحديثة التي أتاحتها شبكة الإنترنت خاصة من ناحية تصميمها و بناء المعلومات داخلها من خلال اتباعها لأساليب إخراجية متنوعة لتصميم صفحتها الرئيسية ، و أدوات التجوال داخلها.
2. أظهرت الدراسة بأن صحيفة الشروق أون لاين قد حافظت على شعار نسختها المطبوعة و على هويتها مع الأخذ بعين الاعتبار طبيعة الوسيط الذي تنشر من خلاله عبر الويب من ناحية بناء المعلومات داخل صفحتها الرئيسية و تصميمها.
3. أوضحت الدراسة الحالية بأن صحيفة الشروق أون لاين استطاعت أن تحقق معادلة بناء النموذج المهجن عن طريق مزاجتها للنموذج الثابت المتمثل في الصور الفوتوغرافية ، النصوص، الحدود و الفواصل ، الفنون التحريرية و غيرها من العناصر التي نجدها في كلتا الصحفتين الورقية و الإلكترونية ، و ما بين النموذج الديناميكي المتمثل في الوسائط المتعددة، و النصوص الفائقة، قابلية و يسر استخدام الموقع، جاذبية التصميم الديناميكي التفاعلي، العناصر التفاعلية المعلوماتية و التواصلية و غيرها.

### II. نظرية الممارسة Practice Theory (المعايير المهنية):

خلصت الدراسة الحالية بشقيها التحليلي و الميداني إلى أن هناك عدة جوانب في كلا الشقين تتقاطع مع الفروض التي حددها ماكلنتير MacIntyre لنظرية الممارسة Practice Theory وبالتالي يمكن اعتبار أن هذا المنظور مشترك بين الدراسة الميدانية و التحليلية و الذي يمكن إبراز نتائجها وفق فروض النظرية كما يلي :

## 1. السياق الاجتماعي للممارسة **The social context of a practices**:

خلصت نتائج ردود مفردات العينة في الدراسة الميدانية بأن أغلبهم يرون بأن صحيفة الشروق أون لاين تراعي معيار المسؤولية من خلال مراعاة مسؤوليتها اتجاه المجتمع الجزائري و عدم المساس بقيمه و عاداته و تقاليده ، و عدم نشرها اتهامات غير مؤكدة تؤثر في سمعة و كرامة الأشخاص ، كما أنهم يرون بأنها تحافظ على حرمة الحياة الخاصة للأفراد والشخصيات العامة.

## 2. الهدف من الممارسة **The Telos or Goal of the Practice**:

خلصت الدراسة التحليلية و الميدانية إلى أن صحيفة الشروق أون لاين تسعى لتزويد مستخدميها بالمعلومات في إطار خدمتها للمجال العام و يتضح هذا من خلال توحيها لمعيار التنوع الجغرافي ، اللغوي و الموضوعاتي .

## 3. الإنجازات المتميزة (المنتجات الداخلية) **Distinctive Achievement of**

### **(the practice Internal Goods)**:

يمكن إبراز نتائج الدراسة بشقيها التحليلي و الميداني وفق المنتجات الداخلية المتميزة التي حددها ماكلينتر و التي وضعت الصحافة في فئة الممارسات الفكرية كما يلي :

- **المعرفة Knowledge**: كشفت نتائج الدراسة التحليلية بأن هناك ضعف في توظيف الوسائط المتعددة من قبل صحيفة الشروق أون لاين و التي اقتصر في غالبها على استخدام الصور الفوتوغرافية موافقة للمتون الصحفية و هو ما يؤثر على إلمام الجمهور بالأحداث التي تعالجها الصحيفة خاصة و أن الوسائط المتعددة تساهم في فهم الجمهور و إلمامه بالموضوع المطروح .

- **الاستفسار Inquiry**: كشفت الدراسة الميدانية و التحليلية بأن صحيفة الشروق أون لاين لا تتيح لمستخدميها التواصل مع الصحفيين إذ لم تدرج عنوان بريدهم الإلكتروني ولا حتى بريد الصحيفة و اقتصر سبل صلتها بمتصفحها من خلال إتاحة الصفحة الرسمية لمدير بوابة الشروق الإلكترونية على الفايسبوك.

- الأصالة: **Originality** : أبرزت الدراسة التحليلية بأن صحيفة الشروق أون لاين تعتمد على تنوع مصادرها الصحفية خاصة مراسليها ما يجعل المعلومات التي تنشرها أصيلة و موثوقة و في ذات السياق خلصت الدراسة الميدانية بأن أفراد العينة يرون بأن صحيفة الشروق أون لاين تراعي معيار المصداقية إلى حد ما خاصة فيما يتعلق بنشرها معلومات صحيحة غير المفبركة ، واعتمادها على مصادر موثوقة.

- الاكتشاف **Discovery** : خلصت الدراسة التحليلية و الميدانية إلى أن صحيفة الشروق أون لاين لا تتيح لمستخدميها فرصة المشاركة في بناء المحتوى الصحفي .

- الحدائة **Newness** : كشفت الدراسة التحليلية و الميدانية بأن صحيفة الشروق أون لاين تراعي مبدأ الفورية عن طريق حرصها على تحديث محتواها لأكثر من مرة على مدار اليوم كما أنها توفر التنبيهات الإخبارية و ذكر تاريخ و ساعة آخر تحديث.

#### 4. معايير التميز **Standards of Excellence**:

خلصت الدراسة التحليلية و الميدانية إلى أن صحيفة الشروق أون لاين تراعي المعايير المهنية المتمثلة في المصداقية ، الحياد ، المسؤولية و التفاعلية بدرجات متباينة بين كل معيار و هو ما يجعلها تتفق مع ما معايير التميز التي يعتبرها ماكلنتير أساس العمل عالي الجودة المتميز.

#### 5. السياقات المؤسسية والسلع الخارجية **Institutional Contexts and**

#### **:External goods**

أكدت الدراسة الميدانية من خلال رصد آراء الباحثين حول استقلالية صحيفة الشروق أون لاين بأنها لا تراعي هذا المعيار سواء من ناحية استقلاليتها عن جهات سياسية أو اقتصادية معينة و هو ما يتعارض مع ما جاء به ماكلنتير **MacIntyre** الذي يرى بأن الوظيفة الأساسية للفضائل في الممارسة الإعلامية هي مقاومة القوى الفاسدة للمؤسسات و استقلاليتها عن أي جهة سياسية أو اقتصادية معينة تحول دون قيامها بالدور المنوط بها و هو ما يؤثر سلبا على مراعاتها للمبادئ الأخلاقية و المهنية الأخرى.

### III. نظرية الاستخدامات و الإشباعات Uses & Gratifications Theory:

تم الاعتماد على فروض هذه النظرية في الدراسة الميدانية و التي يمكن استخلاص نتائجها وفق هذه النظرية كما يلي :

1. خلصت الدراسة الميدانية إلى أن استخدام صحيفة الشروق أون لاین من قبل أفراد العينة وتقييمهم مدى مراعاتها للمعايير الفنية و المهنية للصحافة الإلكترونية تتحكم فيه عدة متغيرات كالجنس، السن، المستوى التعليمي و الوظيفة و هو ما يشكل عدة فروق فردية بينهم تختلف باختلاف دوافع تصفحهم و الحاجات المعرفية التي يسعون لتحقيقها من خلال استخدامهم لصحيفة الشروق أون لاین و التي كانت أبرزها دافع الاطلاع على آخر المستجدات المحلية و الوطنية والعالمية.
2. كشفت الدراسة إلى كون المواضيع السياسية تعتبر من أهم المواضيع التي يفضل أفراد العينة تصفحها بصحيفة الشروق أون لاین. و هو ما أكدته الدراسة التحليلية التي أظهرت بأنه طيلة فترة الدراسة الحالية فإن أغلب تعليقات مستخدمي الصحيفة كانت على المواضيع السياسية بـ6290 تعليق.
3. أظهرت الدراسة الميدانية بأن أفراد العينة نشطون و يتفاعلون مع صحيفة الشروق أون لاین عن طريق التعليق على المحتوى الصحفي المنشور ضمنها أو مشاركته في مواقع التواصل الاجتماعي في حين أن الصحيفة لم تمكنهم من ممارسة التفاعل عن طريق إتاحة سبل التواصل مع المسؤولين عن الصحيفة و صحافييها.



## الخاتمة و التوصيات

## الخاتمة

استندت هذه الدراسة على البحث في الدراسات العربية و الأجنبية للحصول على مؤشرات المعايير الفنية و المهنية التي يتوجب الحرص عليها من قبل الصحف الإلكترونية و قياس مدى تحقيقها من قبل صحيفة الشروق أون لاين، و كختام لما سبق التطرق إليه يمكن القول بأن الصحافة الإلكترونية أوجدت مكانة لها في الساحة الإعلامية و هذا ما جعل العديد من الباحثين و المتمرسين في الإعلام الإلكتروني يسعون لوضع أسس و معايير تضبط الممارسة المهنية الإلكترونية خاصة و أن هذه الأسس استمدت من تقاليد و مبادئ رسختها الصحافة التقليدية منذ قرابة خمسمائة عام من بداياتها الأولى لكنها تختلف عنها في كونها تنشر عبر وسيط تكنولوجي يتميز بالتطور المستمر و الدائم و بجمهور مستخدمين ينتقون ما يتلقونه و يصنعون المحتوى الإعلامي عبر ذات الوسيط.

إن الملامح الأولى لظهور الصحافة الإلكترونية في الجزائر و الذي جاء بعد ولوج الإنترنت للجزائر في 1993 و تزايد أعداد مستخدميها لتكون منبرا للصحف التي عانت في تلك الفترة من الغلق أو التعليق عن الصدور بسبب الفترة الحرجة التي عاشتها الجزائر أثناء العشرية السوداء لتكون أول صحيفة تصدر عبر الويب في سنة 1997 هي صحيفة الوطن **El Watan** الناطقة بالفرنسية ليتوالى بعدها إنشاء الصحف الإلكترونية بالجزائر و التي كانت أغلبها مواقع إلكترونية لدعائمها الورقية كما هو الحال بالنسبة لصحيفة الشروق أون لاين -محل الدراسة- والتي تم تأسيس موقعها سنة 2005 لتشريع ما بين سنتي 2009 و 2011 لتبني استراتيجية جديدة تحولها إلى صحيفة إلكترونية مستقلة عن النسخة الورقية.

لم يقتصر تطور الصحافة الإلكترونية في الجزائر على تطور الوسيط التكنولوجي فحسب وإنما أثر كذلك على الجوانب الفنية و المهنية للصحافة الإلكترونية خاصة في ظل عدم وجود قانون مستقل بذاته يعنى بتنظيم نشاط الإعلام الإلكتروني بالجزائر. و هو ما وقفنا عليه في هذه الدراسة التي تناولت مدى إلزام صحيفة الشروق أون لاين بتطبيق المعايير الفنية و المهنية للصحافة الإلكترونية و انطلاقا من وضع عدة مؤشرات لقياس هذه المعايير وجدت الباحثة بأن نتائج الدراسة التحليلية و الميدانية لم تتناقض بل كانت نتائج كل منهما تؤكد على ما خلصت إليه الأخرى و تفسرها من وجهة نظر الباحثين في مجال الإعلام الإلكتروني و فيما يتعلق بمستخدمي الصحيفة ممن كانوا ضمن عينة الدراسة الميدانية.

تتمثل التحديات التي ولدتها الصحافة الإلكترونية بالجزائر على غرار الدول الأخرى وانطلاقا لما تم تناوله في هذه الدراسة في شقيها النظري و التطبيقي في أن تحول الصحف الورقية إلى الوسيط الإلكتروني قد غلب الاهتمام على جانب واحد فقط من أطراف العملية الاتصالية و هو الوسيلة **Channel** ، حيث استفادت صحيفة الشروق أون لاين من الميزات التفاعلية التي أتاحتها شبكة الإنترنت و هو ما يتجلى في جاذبية تصميمها إذ أن ألفة الموقع الإلكتروني للصحيفة الإلكترونية يعد من بين الأسباب الرئيسية التي تدفع المستخدم لإعادة زيارته للموقع مرة أخرى ، حيث أكدت نتائج الدراسة الميدانية والشق الأول من الدراسة التحليلية المتعلق **بالمعايير الفنية** بأن جل أفراد العينة يرون بأن صحيفة الشروق أون لاين تلتزم بتطبيق هذه المعايير المتمثلة في معيار جاذبية التصميم، يسر الاستخدام، الملاءمة، تنوع خيارات المحتوى ،الفورية و الوضوح اللغوي.

خلصت الدراسة كذلك بشقيها إلى أن المرسل **Sender** و المتمثل في الطاقم الصحفي لصحيفة الشروق أون لاين لا يزال حبيس التجربة الكلاسيكية للإعلام المكتوب خاصة فيما يتعلق بالكتابة الصحفية التي تتسم بالجمال الطويلة و تبني طريقة الكتابة الإلكترونية الخطية **Linear** أي التي لا يوجد بها وصلات فائقة تتيح للمستخدم الاطلاع على المواضيع التي تدور حول ذات سياق الموضوع المنشور ، و هو ما يتنافى مع متطلبات أقسام تحرير الأخبار الحديثة للصحف الإلكترونية التي أضحت تسابق القنوات الفضائية و باقي الوسائل الإعلامية الأخرى في تحقيق سبق الصحفي و هذا ما خلص إليه الشق التحليلي للدراسة. لذا يتوجب على الصحفيين الذي ينتمون إلى صحيفة الشروق أون لاين أن يتحلوا بمجموعة من المهارات التي تمكنهم من تطوير أنفسهم و عملهم كالبحت في الشبكة ما يتيح لهم الانفتاح أكثر على العديد من مصادر استقاء المعلومات و كذلك التدرب على توظيف الوسائط المتعددة و الروابط الفائقة و التي من شأنها أن تضفي طابعا تفاعليا على المحتوى الصحفي .

أثبتت نتائج الدراسة كذلك في جانبها الميداني و المتعلق بالطرف الثاني للعملية الاتصالية و هو المستقبل **Receiver** أي مستخدم صحيفة الشروق أون لاين بكونهم جمهور متفاعل و منتقي لما يتعرض له على عكس جمهور الصحيفة الورقية الذي لا يستطيع أن يعبر عن رأيه إزاء ما تنشره ،إذن فإن الخدمات التفاعلية التي تتيحها صحيفة الشروق الإلكترونية -محل الدراسة- كإتاحة التعليق على منشوراتها تمكن المستخدمين من تقييم المحتوى المنشور في الموقع هذا ما يمكنها من سبر آراء مستخدميها حول عدة جوانب من خدماتها مما يساهم في تطوير ما تقدمه. لكنها لم تولى اهتماما كافيا لتحقيق

البعض من سبل التواصل و التفاعل بين مسؤوليها وبين مستخدميها بالرغم من أن هذا المعيار أي التفاعلية يعتبر من أهم المعايير المهنية الواجب على الصحف الإلكترونية توحيها.

تبين كذاك فيما يخص الرسالة الصحفية **Message** و التي تم تقييم مقوماتها من خلال شقي الدراسة عن طريق وضع مؤشرات للمعايير المهنية و التي أقر جل الباحثين من مستخدمي صحيفة الشروق أون لاين بأنها تلتزم بتطبيق معيار الحياد، المسؤولية، التنوع والشمول و التفاعلية ، في حين يرون بأنها لا تلتزم بتوخي معيار الاستقلالية و أنها تلتزم إلى حد ما بمعيار المصداقية. في حين خلصت الدراسة التحليلية بكون صحيفة الشروق أون لاين قد حرصت على مراعاة كل من معيار توفر مصادر المعلومات، الحياد و عدم الانحياز ، الفورية، و كل من التنوع الجغرافي، الموضوعاتي، و اللغوي و بالرغم من تفاوت نسب الاعتماد على مؤشرات هذه المعايير إلا أنه يمكن القول بأنها تحرص على توحيها.

و في آخر هذه الدراسة التي كانت ثمرة جهد سنوات و الذي لا ندعي فيه الكمال و إنما ماهو إلا نقطة في بحر المجال الإعلامي الذي يشهد تطورات متسارعة، فكم من المعلومات التي أدرجت ضمن هذه الأطروحة و تم استبدالها بأخرى جديدة بعد شهر من تحريرها و هذا لتكون بذلك هذه الأطروحة متواكبة مع التطورات الحديثة. كل هذا بفضل المولى عز وجل له الحمد على توفيقني في إنجاز هذه الأطروحة التي واجهت من خلالها العديد من العوائق، أسأل الله تعالى أن يكون عملي مرجعا يستقي منه الباحثين المعلومات المتعلقة بالجوانب المهنية والفنية في الصحافة الإلكترونية. و يبقى أن أشير في الأخير إلى القول المأثور: " لا يكتب المرء كتابا في يوم إلا و يأتي في غده ليقول لو أضيف هذا لكان أحسن و لو حذف ذاك لكان يستحسن"

## التوصيات:

يمكن انطلاقا من نتائج الدراسة الحالية تقديم مجموعة من التوصيات المتعلقة بالجوانب التي ركزت عليها هذه الدراسة في جزئها النظري و التطبيقي وفقا لما يلي :

### أولا: توصيات تتعلق بالجانب الأخلاقي، المهني و القانوني للصحافة الإلكترونية:

1. التسريع بإصدار قانون جزائري متعلق بالنشر الإلكتروني بوجه عام و الصحافة الإلكترونية على وجه الخصوص لينظم جميع الممارسات الإلكترونية سواء للمؤسسات الصحفية باختلاف أنواعها أولصحافة المواطن .

2. إصدار كتيبات تتعلق بالجانب التنظيمي للصحافة الإلكترونية الجزائرية وفقا لما يتضمنه قانون الإعلام و ميثاق الشرف المهنية بحيث تبلور هذه الكتيبات الأطر التنظيمية للمهنة في مجموعة من المعايير التي يجب أن يتوخاها الصحفي الإلكتروني بالجزائر.

3. تضمين الميثاق الأخلاقية و دفاتر شروط المؤسسات الصحفية الإلكترونية الجزائرية لجميع المعايير المهنية و الأخلاقية المتعلقة بالإعلام الإلكتروني خاصة المتعلقة باحترام قيم المجتمع، أن يتوخى المصدقية في طرحه للمواضيع و معالجتها، و كذلك أن يراعي الموازنة بين سرعة النشر في الموقع أوالتحديث بغرض السبق الصحفي و بين دقة المعلومات الواردة في محتواه الصحفي ، بالإضافة إلى مراعاة التنوع ،و الموضوعية .

4. يتوجب على الصحف الإلكترونية أن تكون مستقلة عن جهات سياسية أو مالية معينة لضمان شفافيتها و موثوقيتها و أن توضح سياستها التحريرية لتشكيل رؤية واضحة لدى القارئ عليها و لمستخدميها.

5. السعي لتكريس حرية الرأي و التعبير في الصحف الإلكترونية في ظل حماية قانونية و دستورية تضمن للصحفي معالجة صحفية حرة دون تقييده بمواد قانونية تحول دون ذلك.

6. ضرورة وجود تنسيق بين الهيئات التي تعنى بتنظيم الصحافة الإلكترونية في الجزائر و النقابات تعنى بحماية حقوق الصحفيين الإلكترونيين و هذا ما يضمن الارتقاء بالعمل الصحفي الإلكتروني من

جهة و ضمان السعي لتطويره حسب متطلبات البيئة الإلكترونية،القانونية و التشريعية و المهنية للصحافة الإلكترونية.

## ثانيا: توصيات تتعلق بتدريب و تأهيل الكوادر المهنية للصحافة الإلكترونية:

1.تبنى إستراتيجية لتكوين الصحفيين و تهيئتهم للتعامل مع الأدوات التكنولوجية الحديثة للرفع من كفاءتهم التقنية و المهنية و كذلك اللغوية ليس فقط من أجل التعامل معها و إنما لتوظيفها في تحرير المحتوى الصحفي.

2.القيام بدورات تدريبية في الكتابة الصحفية الإلكترونية و التعرف على أهم القوالب الصحفية الحديثة التي تدعم النشر الإلكتروني و طباعة الويب و مستخدميه.

3.يجب على الصحفي أن يطور من مهاراته في جميع مناحي العمل الصحفي الإلكتروني ليس فقط في التحرير و إنما يشمل تكوينه في التصوير و المونتاج و التصميم و الإخراج ليضمن بذلك تعدد مهاراته و إمكانية تأقلمه مع الوسائط الحديثة المتعددة و التعامل مع البيانات الرقمية من خلال مهارة البحث عن المعلومات ،و معالجتها و تداولها.

4.عقد ندوات و ورشات عمل داخل المؤسسات الصحفية لشرح أبعاد المعايير المهنية والأخلاقية للصحافة الإلكترونية مع تبيان السياسة التحريرية للمؤسسة الصحفية.

5.الاستفادة من حضور الندوات و المنتقيات العلمية التي تقام بالجامعات و كليات الإعلام والتي تتعلق بالصحافة الإلكترونية و العمل بتوصياتها بغية تطوير المحتوى الرقمي للصحف الإلكترونية الجزائرية.

6.إحداث تخصصات في كليات و معاهد الإعلام تتلاءم والمهن المستحدثة في المجال الإعلامي كالصحافة الإلكترونية **Online Journalism**، صحافة البيانات **Data Journalism**، صحافة الموبايل **Mobile Journalism**، الصحافة العابرة للوسائل **Transmedia Journalism** و غيرها من المهن الجديدة.

<sup>1</sup>**Transmedia Journalism** الصحافة العابرة للوسائل: يقصد بها إنتاج الأخبار لأكثر من منصة بحيث يكون كل خبر قائم بذاته في كل منصة، فعلى سبيل المثال يتمكن المستخدم من قراءة ملخص و إشعار لخبر ما على هاتفه المحمول، و يتمكن من مشاهدة الوسائط المرفقة بتفاصيله كالفديوهات و الصور في الصحيفة الإلكترونية أو الموقع الإخباري الإلكتروني. بحيث يأخذ الصحفي بعين الاعتبار طبيعة كل منصة و خصائصها التقنية .

### ثالثاً: توصيات تتعلق بالجانب التصميمي و الإخراجي للصحافة الإلكترونية:

1. ضرورة اهتمام المصممين بعناصر الإقناع و الجذب البصري للمستخدمين عند تصميم واجهة الصحيفة الإلكترونية و استفادتهم من آخر التطورات الحديثة التي يشهدها عالم التصميم التفاعلي للمواقع الإخبارية و الصحفية الإلكترونية.
2. الاهتمام أكثر بتوظيف الخدمات التفاعلية بجميع أشكالها خاصة إتاحة التواصل بين المحررين ومسؤولي الصحيفة و بين المستخدمين و إدراجها في مكان ثابت من موقع الصحيفة .
3. مراعاة مصممي الصحف الإلكترونية البساطة و عدم التعقيد عند تصميمهم لواجهة المستخدم و أدوات التجوال، و زيادة اهتمامهم أكثر بالدراسات الحديثة المتعلقة بحركة العين و يسر استخدام مواقع الصحف الإلكترونية و تأثيرها على تحقيق جاذبية موقع الصحيفة للمستخدمين .
4. التحقق من فاعلية الروابط الفائقة المدرجة ضمن التقارير الإخبارية لكي لا تنفر المستخدم من الضغط على إحدى هذه الروابط في تصفحه المقبل.
5. ضرورة التحديث المستمر للمواد المنشورة داخل موقع الصحيفة لأكثر من مرة يوميا و عدم ترك الموقع دون تحديث لأكثر من 24 ساعة لأنه يتعارض مع ميزات الصحافة الإلكترونية التي تختلف عن نظيرتها الورقية بخاصية الفورية و التحديث المستمر لموادها.

## قائمة المصادر و المراجع



## قائمة المصادر و المراجع

### قائمة المصادر و المراجع

أولاً: مصادر باللغة العربية:

#### 1. قواميس و معاجم

1- ابن منظور، لسان العرب، متاح عبر الرابط التالي :

<http://www.lesanarab.com/kalima/%D8%B9%D9%8A%D8%B1> تاريخ الزيارة: 2019/02/27.

2- مي العبد الله، المعجم في المفاهيم الحديثة للإعلام و الاتصال ، ط1، دار النهضة العربية، بيروت، لبنان، 2014.

ثانياً: مراجع باللغة العربية:

#### 1. كتب:

1- إبراهيم أبراش، المنهج العلمي وتطبيقاته في العلوم الاجتماعية، ط1، دار الشروق للنشر و التوزيع، عمان، الأردن، 2009 .

2- ابراهيم اسماعيل، الإعلام المعاصر وسائله، مهاراته ، تأثيراته و أخلاقياته ، ط1، وزارة الثقافة والفنون و التراث، قطر، 2014.

3- ابراهيم السيد، أخلاقيات الإعلام و قوانينه، ط1، مؤسسة طيبة للنشر والتوزيع، القاهرة، 2014.

4- ابراهيم حسنين، أخلاقيات الإعلام و قوانينه، ط1، مؤسسة طيبة للنشر والتوزيع، القاهرة، مصر، 2015.

5- ابراهيم حسنين، الاتجاهات الحديثة في الإعلام الصحفي ، ط1، مؤسسة طيبة للنشر و التوزيع، القاهرة، مصر، 2015.

6- أرمان ماتلار و ميشال ماتلار، تاريخ نظريات الاتصال ، ترجمة نصر الدين العياضي و الصادق رابح، ط3، المنظمة العربية للترجمة ، بيروت، لبنان، أكتوبر 2005.

7- اسماعيل محمد، الضوابط الشرعية للإعلام، ط1، دار المعتز للنشر و التوزيع، عمان، 2017.

## قائمة المصادر و المراجع

- 8- أمل خطاب، دور تكنولوجيا الاتصال الحديثة في تطوير الأداء الصحفي، ط1، دار العالم العربي، القاهرة، 2009.
- 9- بسام المشاقبة ، أخلاقيات العمل الإعلامي، ط1، دار أسامة للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 2011.
- 10- بسنت العقباوي ، الصحافة الإلكترونية و بنيتها على شبكة الإنترنت، ط1، مكتبة خوارزم العلمية للنشر و التوزيع ،جدة،السعودية، 2010.
- 11- بيرق حسين موسى، فن الإخراج الصحفي لمواقع الجرائد الإلكترونية، ط1، دار غيداء للنشر و التوزيع، عمان، الاردن، 2015.
- 12- جليلة خلف ،الوظيفة الإخبارية للبوابات الإلكترونية: دراسات تحليلية للبوابات الإلكترونية العربية (نسيج، محيط، البوابة)، ط1، دار الكتاب الجامعي، العين، الإمارات العربية المتحدة، 2014.
- 13- جورج صدقه ،الأخلاق الإعلامية بين المبادئ و الواقع ، ط1، مؤسسة مهارات، بيروت، لبنان، 2008
- 14- جون هوهنبرج ، الصحفي المحترف ، ترجمة عبد الرؤوف كمال ، ط1، الدار العربية للنشر والتوزيع، القاهرة، 1990.
- 15- حسن عبد المعطي ،السيد أبو خطرة، التعلم الإلكتروني الرقمي -النظرية، التصميم، الإنتاج، ط1، دار الجامعة الجديدة، الإسكندرية، 2009.
- 16- حسن فراج، تكنولوجيا الإقناع في تصميم مواقع الصحف الإلكترونية، ط1، دارالعربي للنشر والتوزيع، القاهرة، مصر، 2109 .
- 17- حسن مصطفى و بدوي عبد المجيد، قاموس الصحافة و الإعلام، ب. ط، المجلس الدولي للغة الفرنسية، لبنان، 1991.
- 18- حسن مكاوي و ليلي السيد، الاتصال و نظرياته المعاصرة ، ط1، الدار المصرية اللبنانية، القاهرة، مصر، 1998.

## قائمة المصادر و المراجع

- 19- حسني نصر و سناء عبد الرحمن ، التحرير الصحفي في عصر المعلومات :الخبر الصحفي ،ط2، دار الكتاب الجامعي ، العين، الإمارات العربية المتحدة،2009.
- 20- حسين الفلاحي، الإعلام التقليدي و الإعلام الجديد،ط1، دار غيداء للنشر والتوزيع،عمان،2014.
- 21- حلمي محسب، إخراج الصحف الإلكترونية على شبكة الإنترنت: دراسة تطبيقية مقارنة بين الصحافتين المصرية والأمريكية،ط1، درا العلوم للتحقيق و الطباعة و النشر و التوزيع،بيروت،لبنان،2007.
- 22- حمزة عبد اللطيف ،أزمة الضمير الصحفي،ط1،دار الفكر العربي، عمان، الأردن، 1960
- 23- خالد مُجَّد غازي، الصحافة الإلكترونية العربية الإلتزام و الإنفلات في الخطاب والطرح،ط1، دار الكتب المصرية،الجيزة، مصر،2010.
- 24- دييورا بوترا، " دليل الصحافة المستقلة" ،مكتب برامج الإعلام الخارجي ،وزارة الخارجية الأمريكية ،2006.
- 25- ديفيد راندال ، الصحفي العالمي،ط1، ترجمة معين الإمام، مكتبة العبيكان، الرياض، السعودية.
- 26- راندي ريدريك و إليوت كينغ ،صحفي الإنترنت :استخدام شبكة الإنترنت و مواد إلكترونية أخرى، ترجمة ليس يحيى ،ط1،الاهلية للنشر و التوزيع،عمان،2009.
- 27- رحمي عليان و عثمان غنيم ،مناهج و أساليب البحث العلمي النظرية و التطبيق ،ط1،دار صفاء للنشر و التوزيع ، عمان،2000.
- 28- رضا عبد الواجد أمين ،النظريات العلمية في مجال الإعلام الإلكتروني، د.ط، منتدى سور الأزيكية، مصر، 2007 .
- 29- رضا عبد الواجد أمين، الصحافة الإلكترونية،ط1،دار الفجر للنشر والتوزيع،القاهرة،مصر،2007.
- 30- روبرت هيليرد ،الكتابة للتلفزيون و الإذاعة ووسائل الإعلام الحديثة، ترجمة مؤيد فوزي ،ط1، دار الكتاب الجامعي ،الإمارات،2003.
- 31- زكي عزمي، عاطف العبد ،الأسلوب الإحصائي و استخداماته في بحوث الرأي العام و الإعلام ،ط1،دار الفكر العربي،القاهرة،مصر،1993.

## قائمة المصادر و المراجع

- 32- زهير إحدادن، مدخل لعلوم الإعلام و الاتصال، ديوان المطبوعات الجامعية، المؤسسة الوطنية للكتاب، الجزائر، 1991.
- 33- سعيد النجار، تكنولوجيا الصحافة في عصر التقنية الرقمية، ط1، الدار المصرية اللبنانية، القاهرة، 2003.
- 34- سمير أحمد خليل، فن الإخراج الصحفي، ط1، دارأسامة للنشر و التوزيع، عمان، الأردن، 2015.
- 35- سهام الشجري، التحيز في تناول الإعلام: بناء نموذج تفسيري لتحيزات وسائل الإعلام، ط1، دار حميثرا للنشر والترجمة، القاهرة، مصر، 2018.
- 36- سؤدد فؤاد، أيديولوجيا صحافة الإنترنت، ط1، دار أسامة للنشر و التوزيع، عمان، الأردن، 2012.
- 37- السيد بجيت، الإنترنت كوسيلة اتصال جديدة: الجوانب الإعلامية و الصحفية و التعليمية والقانونية و الأخلاقية، ط2، دار الكتاب الجامعي، العين، الإمارات العربية المتحدة، 2010.
- 38- شريف درويش اللبان، "الضوابط المهنية و الأخلاقية و القانونية للإعلام الجديد"، مجلة رؤى استراتيجية، كلية الاعلام جامعة القاهرة، يوليو 2014.
- 39- شريف درويش اللبان، الصحافة الإلكترونية: دراسات في التفاعلية و تصميم المواقع، ط1، الدار المصرية اللبنانية، القاهرة، مصر، 2005.
- 40- شرين موسى، المواقع الإلكترونية الإخبارية: دراسة في المفاهيم و المصداقية، ط1، دار العالم العربي، القاهرة، مصر، 2015.
- 41- شيرين كدواني، مصداقية الإنترنت: العوامل المؤثرة و معايير التقييم، ط1، العربي للنشر و التوزيع، القاهرة، مصر، 2017.
- 42- طارق موسى الخوري، أخلاقيات الصحافة النظرية و الواقع -الدساتير و موثيق الشرف في خمسين دولة، ط1، دائرة المطبوعات و النشر، عمان، الأردن، 2004.
- 43- عباس حسن، الصحفي الإلكتروني، ط1، دار صفاء للنشر و التوزيع، عمان، 2012.

## قائمة المصادر و المراجع

- 44- عباس مصطفى صادق، الإعلام الجديد المفاهيم و الوسائل و التطبيقات، ط1، دار الشروق للنشر و التوزيع، عمان، الأردن، 2008.
- 45- عبد الأمير الفيصل، مدخل إلى صحافة الإنترنت، ط1، دار الكتاب الجامعي، العين، الإمارات العربية المتحدة، 2014.
- 46- عبد الأمير الفيصل، الصحافة الإلكترونية في الوطن العربي، ط1، دار الشروق، عمان، الأردن، 2006.
- 47- عبد الباسط شاهين، التفاعلية على مواقع الصحف الإلكترونية، ط1، دار العلوم للنشر والتوزيع، القاهرة، مصر، 2014.
- 48- عبد الرزاق الدليمي، أخلاقيات الإعلام و تشريعاته في القرن الحادي و العشرين، ط1، دار اليازوري للنشر و التوزيع، عمان، الأردن، 2015.
- 49- عبد العزيز الشريف، الإعلام الإلكتروني، ط1، دار يافا العلمية للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 2014.
- 50- عبد العزيز الصويغي، الإخراج الصحفي و التصميم: بين الأقلام و الأفكار و الحواسيب، ط1، دار الملتقى للطباعة و النشر، بيروت، لبنان، 1998.
- 51- عبد الله معوض، تصميم المواقع الإخبارية: الرؤية.. المنهج.. القياس، ط1، دار العربي للنشر والتوزيع، القاهرة، مصر، 2019.
- 52- عزي عبد الرحمن، قوانين الإعلام: قراءة معرفية في النظام الأخلاقي في ضوء الإعلام الاجتماعي، ط1، الدار المتوسطة للنشر و التوزيع، تونس، 2014.
- 53- علي حجازي ابراهيم، آليات صناعة الإعلام، ط1، المعزز للنشر و التوزيع، عمان، الأردن، 2017.
- 54- علي عبد الفتاح كنعان، الصحافة الإلكترونية، ط1، دار اليازوري العملية للنشر و التوزيع، عمان، الأردن، 2014.
- 55- علي عبد الفتاح كنعان، الصحافة الإلكترونية في ظل الثورة التكنولوجية، ط1، دار اليازوري العملية للنشر و التوزيع، عمان، الأردن، 2014.

## قائمة المصادر و المراجع

- 56- عماد عمر سرحان، سر النجاح: في بناء وتأسيس المواقع الإلكترونية، ط1، مكتبة العبيكان، الرياض، السعودية، 2012.
- 57- عمرو عبد الحميد، العداء لوسائل الإعلام: التحديات المهنية و استعادة ثقة الجمهور، ط1، دار العربي للنشر و التوزيع، القاهرة، مصر، 2019.
- 58- غوستاف لوبون، سيكولوجية الجماهير، ترجمة هشام صالح، ط1، دار الساقى، بيروت، لبنان، 1991.
- 59- فارس الخطاب، الفضائيات الرقمية و تطبيقاتها الإعلامية، ط1، دار أسامة للنشر و التوزيع، عمان، الأردن، 2012.
- 60- فاضل البدراني، أسس التحرير الصحفي و التلفزيوني و الإلكتروني، ط1، دار البداية ناشرون و موزعون، عمان، الأردن، 2014.
- 61- فاطمة صابر و ميرفت خفاجة، أسس و مبادئ البحث العلمي، ط1، مكتبة و مطبعة الإشعاع الفنية، الإسكندرية، مصر، 2002.
- 62- فتحي اسماعيل، فن الإخراج الصحفي بين النظرية و التطبيق، ط1، دار العربي للنشر و التوزيع، القاهرة، مصر، 2019.
- 63- فتحي حسين عامر، الرأي العام الإلكتروني، ط1، دار النشر للجامعات، مصر، 2012.
- 64- فرنسوا ليسى و نقولا ماكاريز، وسائل الاتصال المتعددة - ميلتيميديا -، ترجمة فؤاد شاهين، ط1، عويدات للنشر و الطباعة، بيروت، 2001.
- 65- فضيل دليو، تاريخ وسائل الاتصال، ط3، دار أقطاب الفكر، قسنطينة، الجزائر، 2007.
- 66- فهد العسكر، الإخراج الصحفي أهميته الوظيفية و اتجاهاته الحديثة، ط1، مكتبة العبيكان، الرياض، السعودية، 1998.
- 67- لارامي و ب. فالي، البحث في الاتصال عناصر، ترجمة فضيل دليو، مخبر علم اجتماع الاتصال للبحث و الترجمة، قسنطينة، الجزائر، 2009.
- 68- ماجد سالم التربان، الإنترنت و الصحافة الإلكترونية: رؤية مستقبلية، ط1، الدار المصرية اللبنانية، القاهرة، مصر، 2008.

## قائمة المصادر و المراجع

- 69- ماهر الشماليه ،محمود اللحام، علي الضلاعين، و مصطفى كافي، أخلاقيات المهنة الاعلامية ،ط1، دار الإعصار العلمي للنشر و التوزيع، عمان، الأردن،2015.
- 70- ماهر الشماليه ،محمود اللحام، و مصطفى كافي ، الإعلام الرقمي الجديد،ط1، دار الإعصار العلمي،عمان،الأردن،2015.
- 71- مُجَّد البشر، نظريات التأثير الإعلامي،ط1، دار العبيكان، الرياض ،السعودية،2014
- 72- مُجَّد حسام الدين،المسؤولية الاجتماعية للصحافة،ط1،الدار المصرية اللبنانية،القاهرة،2003.
- 73- مُجَّد ريان، الإعلام الجديد،ط1،مركز الأهرام للنشر و الترجمة و التوزيع،القاهرة،مصر،2013.
- 74- مُجَّد عبد الحميد، البحث العلمي في الدراسات الإعلامية، ط1،عالم الكتب، القاهرة،مصر،2000.
- 75- مُجَّد عبد الحميد، تحليل المحتوى في بحوث الإعلام،ط1،دار الشروق للنشر و التوزيع والطباعة،جدة،السعودية،2009.
- 76- مُجَّد منير حجاب ،مدخل إلى الصحافة ،ط1،دار الفجر للنشر والتوزيع،القاهرة،مصر،2010.
- 77- محمود اللحام و مروى صلاح ،الاتجاهات الإعلامية الحديثة في الصحافة الدولية،ط1،دار الإعصار العلمي،عمان،الأردن،2015.
- 78- محمود حسين ،الزعيبي الوادي، أساليب البحث العلمي : مدخل منهجي تطبيقي ،ط1،دار المناهج،عمان،الأردن،2011.
- 79- محمود أحمد درويش، مناهج البحث في العلوم الانسانية،ط1،مؤسسة الأمة العربية للنشر والتوزيع، القاهرة،مصر،2018.
- 80- مروة الدين ،مستقبل طباعة الصحف العربية رقميا،ط1، الدار المصرية اللبنانية ،القاهرة،2007.
- 81- مصطفى كافي ،الإعلام التفاعلي ،ط1،دار الحامد للنشر والتوزيع،عمان،الأردن،2016.
- 82- منار فتحي مُجَّد ،تصميم مواقع الصحف الإلكترونية،ط1،دارالعالم العربي،القاهرة،مصر، 2011 .

## قائمة المصادر و المراجع

- 83- ميلاد ألفي جرجس، مبادئ الصحافة الدولية، ط1، دار غيداء للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 2016.
- 84- نجلاء احمد، الإعلام التوظيفي، ط1، دار المعتز للنشر و التوزيع، القاهرة، مصر، 2017.
- 85- نجلاء محمد جابر، دراسة تحليلية في الإعلام الجماهيري، ط1، دار معتز للنشر و التوزيع، عمان، الأردن، 2015.
- 86- نهي عاطف، الإعلام الشعبي بين إعلام الدولة و دولة الإعلام، ط1، العربي للنشر و التوزيع، القاهرة، مصر، 2016.
- 87- نور الدين تواتي، الصحافة المكتوبة و السمعية البصرية في الجزائر، ط1، دار الخلدونية للنشر والتوزيع، الجزائر، 2008.
- 88- وائل رفعت خليل، إشكاليات الإعلام و معطيات الواقع، ط1، دار غيداء للنشر والتوزيع، عمان، 2014.
- 89- وسام أحمد، وسائط المتعددة في الصحافة: تصميمها وإنتاجها، ط1، دار العربي للنشر والتوزيع، القاهرة، مصر، 2019.
- 90- ياسر البياتي، الاتصال الرقمي أمم صاعدة و أمم مندهشة، ط1، دار البداية للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 2015.
- 91- ياسر البياتي، الإعلام الجديد الدولة الافتراضية الجديدة، ط1، دار البداية، عمان، الأردن، 2014.
- 92- يوسف تمار ، تحليل محتوى للباحثين و الطلبة الجامعيين ، ط1، المسح للدراسات و النشر والتوزيع ، الجزائر، 2007.

### 2. مقالات علمية :

- 1- ابراهيم بختي ، الإنترنت في الجزائر، مجلة المعلومات العلمية و التقنية (RIST)، المجلد 12، العدد2، مركز البحث في الإعلام العلمي و التقني، الجزائر، متاح عبر الرابط التالي :-<https://revues.univ-bahia.dz/images/banners/ASTimages/elbahithimages/BAHIN01/R0103.pdf> تاريخ التحميل: 2018/11/11.



## قائمة المصادر و المراجع

- 2- صبيحة بخوش ، "تطور السياسة الإعلامية في الجزائر في ظل التعددية السياسية 1990-2015" ،  
مجلة العلوم الإنسانية و الاجتماعية، العدد 23، جامعة قاصدي مرباح ، ورقلة، الجزائر ، مارس 2016، متاح  
عبر الرابط التالي التالي: <https://dspace.univ-ouargla.dz/jspui/bitstream/123456789/10541/1/S2305.pdf>، تاريخ  
التحميل: 2018/11/12.
- 3- جاسم جابر، "الصحافة الإلكترونية العربية، المعايير الفنية و المهنية : دراسة تحليلية"، دراسة  
مقدمة في المؤتمر الدولي بعنوان الإعلام الجديد تكنولوجيا جديدة لعالم جديد، جامعة البحرين، 2009، دراسة  
منشورة في شكل Pdf متاحة عبر الرابط التالي:  
<http://site.iugaza.edu.ps/jdalou/files/2012/03/%25D8%25A7>، تاريخ التحميل:  
2016/09/11.
- 4- سعد كاظم حسن، "أنماط استخدام الجمهور العراقي للصحف الإلكترونية: دراسة مسحية"، مجلة  
الآداب، المجلد 02، العدد 16، جامعة بغداد، العراق، 2018، متاح عبر الرابط التالي التالي  
<https://www.iasj.net/iasj?func=fulltext&aId=155110>: تاريخ التحميل: 2018/08/13.
- 5- عبد الله سي موسى ، " الصحافة الإلكترونية في الجزائر: دراسة في تصميم المواقع و التفاعلية"،  
مجلة الساورة للدراسات الإنسانية و الاجتماعية، العدد الأول، جامعة طاهري مجّد، بشار، الجزائر،  
ديسمبر 2015، متاح عبر الرابط التالي:  
<https://www.asjp.cerist.dz/en/downArticle/536/1/1/76011>: تاريخ التحميل: 2020/01/20.
- 6- شريف دويش اللبان، "الضوابط المهنية و الأخلاقية و القانونية للإعلام الجديد"، مجلة رؤى  
استراتيجية، العدد 2، القاهرة، 2014، متاح عبر الرابط التالي التالي: [https://www.ecssr.ae/wp-](https://www.ecssr.ae/wp-content/uploads/PDF/Rua_Strategia/Rua-Issue-07/rua07_096.pdf)  
[content/uploads/PDF/Rua\\_Strategia/Rua-Issue-07/rua07\\_096.pdf](https://www.ecssr.ae/wp-content/uploads/PDF/Rua_Strategia/Rua-Issue-07/rua07_096.pdf): تاريخ التحميل: 2019/10/30.
- 7- حسنين الشفيق عمر ، الصحافة الإلكترونية المفهوم و الخصائص و الإنعكاسات ، مجلة دراسات  
استراتيجية ، العدد 168، مركز الإمارات للدراسات و البحوث الاستراتيجية ، أبو ظبي ، 2011.
- 8- صالح وتوت، "أهمية وكالات الأنباء كمصدر من مصادر الإعلام"، مجلة أهل البيت، المجلد  
1، العدد 1، جامعة اهل البيت، العراق، 2004، متاح عبر الرابط التالي:  
<https://www.iasj.net/iasj?func=fulltext&aId=71860>، تاريخ التحميل: 2020/02/01.

## قائمة المصادر و المراجع

- 9- عبد الكريم الديسي، "المعايير المهنية في الصحافة الإلكترونية الأردنية، دراسة مسحية لأساليب الممارسة المهنية في الصحافة الإلكترونية الأردنية"، قسم الصحافة و الإعلام، جامعة البتراء، 2011، دراسة منشورة في شكل Pdf ، متاحة عبر الرابط التالي:  
[http://www.uop.edu.jo/download/research/members/350\\_1997\\_%25D8%25AF](http://www.uop.edu.jo/download/research/members/350_1997_%25D8%25AF)  
،تاريخ التحميل: 2017/06/05
- 10- عبد المحسن بدوي ، "الشرف الصحفي و القيم الأخلاقية"، مجلة الأمن و الحياة، العدد 326 ، جامعة نايف العربية للعلوم الأمنية، السعودية، جويلية 2012. متاح عبر الرابط التالي التالي: <https://repository.nauss.edu.sa/bitstream> ،تاريخ التحميل: 2017/06/05.
- 11- علي الكرمي، "التنظيم القانوني للصحافة الإلكترونية العربية و موجبات الشرط السياسي والتكنولوجي"، سلسلة دراسات إعلامية، مركز الجزيرة للدراسات، الدوحة، قطر، فبراير 2018، متاحة عبر الرابط التالي: [http://studies.aljazeera.net/mritems/Documents/2019/2/11/3b8acefe638d4aa88c2e03c1bf2ffcc4\\_100.pdf](http://studies.aljazeera.net/mritems/Documents/2019/2/11/3b8acefe638d4aa88c2e03c1bf2ffcc4_100.pdf) ،تاريخ التحميل: 2019/02/15.
- 12- عواطف عبد الرحمن، قضايا التبعية الإعلامية و الثقافية في العالم الثالث، سلسلة عالم المعرفة، العدد 78، المجلس الوطني للثقافة و الفنون و الآداب، الكويت، جويلية 1984.
- 13- فتيحة أوهابية، "الصحافة المكتوبة في الجزائر: قراءة تاريخية"، مجلة العلوم الإنسانية و الاجتماعية، العدد 16، جامعة قاصدي مرباح، ورقلة، الجزائر، سبتمبر 2016. متاح عبر الرابط التالي التالي: <https://dspace.univ-ouargla.dz/jspui/bitstream/123456789/6666/1/S1620.pdf> ، تاريخ التحميل: 2018/08/02.
- 14- ماجد سالم تربان و عبير مُجد لبد، "تصميم و إخراج المواقع الإلكترونية الإخبارية الفلسطينية دراسة تحليلية مقارنة"، Research IUG Journal of Humanities، المجلد 25، العدد 02، الجامعة الإسلامية، غزة، فلسطين، 2017. متاح عبر الرابط التالي التالي: <https://journals.iugaza.edu.ps/index.php/IUGJHR/article/download/2131/188>  
0 ،تاريخ التحميل: 2017/11/13

## قائمة المصادر و المراجع

- 15- مُجَّد شطاح، "الصحافة الجزائرية من الأزمة الأمنية إلى المصالحة الوطنية"، مجلة المعيار، المجلد 7، العدد 14، جامعة الأمير عبد القادر للعلوم الاسلامية، قسنطينة، الجزائر، 2007، 469، 470. متاح عبر الرابط التالي: <https://www.asjp.cerist.dz/en/downArticle/90/7/14/16354> تاريخ التحميل: 2018/11/14.
- 16- مُجَّد فتحي، الاتجاهات الحديثة في المكتبات و المعلومات، المكتبة الاكاديمية ، المجلد 12، العدد 23، القاهرة، مصر، 2005.
- 17- مُجَّد قيراط، "حرية الصحافة في ظل التعددية السياسية في الجزائر"، مجلة جامعة دمشق، المجلد 19، العدد (3،4)، جامعة دمشق، دمشق، سوريا، 2003. متاح عبر الرابط التالي: <http://www.damascusuniversity.edu.sy/mag/human/images/stories/1105.pdf> تاريخ التحميل: 2018/11/11.
- 18- المعز بن مسعود، "أخلاقيات الصحافة الإلكترونية العربية: رؤية جديدة للممارسة المهنية"، سلسلة دراسات إعلامية، مركز الجزيرة للدراسات، الدوحة، قطر، 7 فيفري 2019. متاح عبر الرابط التالي: [http://studies.aljazeera.net/mritems/Documents/2019/2/11/2293b29ec6f7475da2b8e0af299707be\\_100.pdf](http://studies.aljazeera.net/mritems/Documents/2019/2/11/2293b29ec6f7475da2b8e0af299707be_100.pdf) تاريخ التحميل: 14، فيفري، 2019.
- 19- نجوى عبد السلام، "التفاعلية في المواقع الإخبارية العربية على شبكة الانترنت"، المجلة المصرية لبحوث الرأي العام، المجلد الثاني، العدد الرابع، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، مصر، أكتوبر-ديسمبر، 2001.
- 20- نصر الدين العياضي، "الصحافة الجزائرية في بيئة الويب: إرهاصات التغيير"، المجلة الجزائرية للعلوم الاجتماعية والإنسانية ، العدد 6، جامعة الجزائر 3، جوان 2016 ، متاح عبر الرابط التالي: [http://www.univ-alger3.dz/wp-content/uploads/2019/02/Vol3\\_Num6\\_Art3.pdf](http://www.univ-alger3.dz/wp-content/uploads/2019/02/Vol3_Num6_Art3.pdf) تاريخ التحميل: 2019/11/04.
- 21- نصر الدين عياضي، "الصحافة الإلكترونية العربية والمجال العام: فضاءات مشتركة للاستقطاب والمشهدية"، دراسات إعلامية، مركز الجزيرة للدراسات، الدوحة، قطر، 7 فيفري 2018 ، متاح عبر الرابط التالي: [http://studies.aljazeera.net/mritems/Documents/2019/2/11/e78fb845bec24485976f92a6bb74f5fa\\_100.pdf](http://studies.aljazeera.net/mritems/Documents/2019/2/11/e78fb845bec24485976f92a6bb74f5fa_100.pdf) تاريخ التحميل: 2019/12/20.

## قائمة المصادر و المراجع

- 22- نواف حازم و خليل ابراهيم، "الصحافة الإلكترونية ماهيتها و المسؤولية التصيرية الناشئة عن نشاطها"، مجلة الشريعة و القانون، العدد 46، أبريل 2011، العراق. متاح عبر الرابط التالي : <http://sljournal.uaeu.ac.ae/issues/46/images/6-%20.pdf>، تاريخ التحميل: 2017/08/07.
- 23- هريبت شيللر، المتلاعبون بالعقول: كيف يجذب محركو الدمى الكبار في السياسة و الإعلان ووسائل الاتصال الجماهيري خيوط الرأي العام؟، ترجمة عبد السلام رضوان، سلسلة عالم المعرفة، العدد 106، المجلس الوطني للثقافة و الفنون و الآداب، الكويت، مارس 1999.
- 24- الياس طلحة، "تاريخ الصحافة المكتوبة في بلدان شمال افريقيا (ليبيا، تونس، الجزائر، المغرب)"، مجلة المعارف للبحوث و الدراسات التاريخية، المجلد 3، العدد 6، جامعة حمد لخصر، الوادي، الجزائر، 2017. متاح عبر الرابط التالي: <https://www.asjp.cerist.dz/en/downArticle/111/3/6/37022>، تاريخ التحميل: 2018/11/14.

### 3. المؤتمرات و الندوات العلمية:

- إيمان عليوان، "الأخلاقيات المهنية في الإعلام الجديد"، ورقة بحثية مقدمة إلى مؤتمر الإعلام الجديد: الاستراتيجيات والتحديات، المعهد العالي للدكتوراه في الجامعة اللبنانية، بيروت، 2 و 3 كانون الاول ديسمبر 2015، متاح عبر الرابط التالي: <https://www.almodon.com/opinion/2015/12/8/> /الأخلاقيات- المهنية-في-الإعلام-الجديد، تاريخ الزيارة: 2017/04/05.
- 1- جمال بوعجمي و بلقاسم روان، "الصحافة الإلكترونية في الجزائر: واقع و آفاق"، ورقة مقدمة في مؤتمر صحافة الإنترنت، جامعة الشارقة، 22، 23 نوفمبر 2005، متاح عبر الرابط التالي: <https://www.mobt3ath.com/uplode/book/book-1660.pdf>، تاريخ التحميل: 2018/11/20.
- 2- عادل الأنصاري، "الصحافة الإلكترونية ... المعايير و الضوابط"، ورقة مقدمة في ندوة الصحافة الإلكترونية و الصحافة الورقية صراع أم تكامل، نقابة الصحفيين المصريين، القاهرة، 09 أوت 2004، متاح في الموقع التالي: <http://www.islamonline.net>، 19/8/2004، تاريخ الزيارة: 2018/12/27.

## قائمة المصادر و المراجع

3- عباس مصطفى صادق، "التطبيقات التقليدية و المستحدثة للصحافة العربية في الإنترنت"، ورقة مقدمة إلى مؤتمر صحافة الإنترنت في العالم العربي الواقع والتحديات، جامعة الشارقة، كلية الاتصال، الشارقة، الإمارات العربية المتحدة، 24/22 نوفمبر 2005. متاح عبر الرابط التالي: <http://site.iugaza.edu.ps/jdalou/files/2012.pdf>، تاريخ التحميل: 2017/07/07.

4- نسرین سعدون، "واقع الفجوة الرقمية في الجزائر"، ورقة مقدمة في المؤتمر الدولي لتكنولوجيا المعلومات الرقمية، جامعة الزرقاء، عمان، الأردن، 9-11 أكتوبر 2012، متاح عبر الرابط التالي: [http://digital.jilwan.com/digital2012/download2012.php?f=jalsa5/5\\_4.pdf](http://digital.jilwan.com/digital2012/download2012.php?f=jalsa5/5_4.pdf)، تاريخ التحميل: 2018/12/15.

### 4. رسائل و أطروحات جامعية:

1- ماجد سالم ترابان، "الصحافة الإلكترونية الفلسطينية"، دراسة مسحية"، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، 2008، ملخص الدراسة منشور في شكل pdf متاحة على الرابط التالي: <http://www.alwatanvoice.com/arabic/news/2008/12/27/134133.html>، تاريخ الزيارة: 2016/09/11.

2- طالب كبحول، "مصادقية الصحف الإلكترونية لدى الطلبة الجامعيين الجزائريين : دراسة ميدانية تحليلية على عينة من وسائل الإعلام العربية و الجزائرية و الطلبة الجامعيين الجزائريين"، رسالة دكتوراه غير منشورة، كلية علوم الإعلام و الاتصال، قسم الإعلام، جامعة الجزائر، 2016.

3- حاتم العسولي، "المعايير المهنية و الأخلاقية للصحافة الإلكترونية الفلسطينية: دراسة تحليلية مقارنة بين صحيفتي القدس و نيويورك تايمز"، رسالة مقدمة لنيل درجة الدكتوراه في علوم الاتصال تخصص صحافة و نشر، كلية علوم الاتصال، قسم الصحافة و النشر، جامعة السودان للعلوم و التكنولوجيا، السودان، 2017. متاح عبر الرابط التالي:

[http://repository.sustech.edu/bitstream/handle/123456789/19428/%d8%a7%d9%84%d9%85%d8%b9%d8%a7%d9%8a%d9%8a%d8%b1%20%d8%a7%d9%84%d9%85%d9%87%d9%86%d9%8a%d8%a9%20%d9%88%d8%a7%20%d8%a3%d9%84%d8%ae%d9%84%d8%a7%d9%82%d9%8a%d8%a9%20%20...%20.pdf?s\\_equence=1&isAllowed=y](http://repository.sustech.edu/bitstream/handle/123456789/19428/%d8%a7%d9%84%d9%85%d8%b9%d8%a7%d9%8a%d9%8a%d8%b1%20%d8%a7%d9%84%d9%85%d9%87%d9%86%d9%8a%d8%a9%20%d9%88%d8%a7%20%d8%a3%d9%84%d8%ae%d9%84%d8%a7%d9%82%d9%8a%d8%a9%20%20...%20.pdf?s_equence=1&isAllowed=y)، تاريخ الزيارة: 2018/05/02.



## قائمة المصادر و المراجع

- 3- الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية، "الجريدة الرسمية الجزائرية: القانون العضوي المتعلق بالإعلام رقم 05-12"، المؤرخ في 18 صفر عام 1433 و الموافق لـ 12 يناير سنة 2012.
- 4- الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية، "الجريدة الرسمية الجزائرية: القانون المتعلق بالإعلام رقم 90-07"، العدد 14، المؤرخ في رمضان عام 1410 هـ ، و الموافق لـ 3 أبريل 1990.
- 5- المجلس الأعلى لتنظيم الإعلام (SCM)، "قانون تنظيم الصحافة والإعلام والمجلس الأعلى"، متاح عبر الرابط التالي: <http://scm.gov.eg/%d9%82%d8%a7%d9%86%d9%88%d9%86-%d8%a7%d9%84%d9%85%d8%ac%d9%84%d8%b3>، تاريخ الزيارة: 2019/02/16.

### 6. جرائد :

1. خالد الفرم، "الصحافة الالكترونية العربية لازالت في مرحلة الموجة الأولى"، مقال منشور في صحيفة عكاظ، الخميس 16 أغسطس 2007، متاح عبر الرابط التالي: <https://www.okaz.com.sa/article/125458>، تاريخ الزيارة: 2018/12/27.
2. الشروق أون لاين، "إصدار جديد وحديث لبوابة الشروق الإلكترونية"، مقال منشور يوم 18 مارس 2018، متاح عبر الرابط التالي: [www.echoroukonline.com/إصدار-جديد-وحديث-لبوابة-الشروق-الإلكترونية](http://www.echoroukonline.com/إصدار-جديد-وحديث-لبوابة-الشروق-الإلكترونية)، تاريخ الزيارة: 2019/11/21.
3. علام عبد الغفار، "العربي للصحافة الإلكترونية يتبنى إعداد ميثاق شرف مهني"، مقال منشور بموقع صحيفة الفن السابع يوم 04 يونيو 2010، متاح عبر الرابط التالي: <https://www.youm7.com/story/2010/6/4/>، تاريخ الزيارة: 2019/02/01.

### 7. المواقع الإلكترونية:

1. أحمد صالح، "قوانين جديدة لتنظيم الإعلام في مصر: نحو تأميم الصحافة والإعلام والمواقع الإلكترونية؟"، مقال منشور في موقع المفكرة القانونية يوم 2018/07/21، متاح عبر الرابط التالي: <http://www.legal-agenda.com/article.php?id=4668>، تاريخ الزيارة: 2018/02/16.





## قائمة المصادر و المراجع

10. معاذ العامودي، "صحافة الفيديو.. جمهور رقمي بعيون ماسحة"، مجلة الصحافة، معهد الجزيرة للإعلام، مقال منشور في 15 نوفمبر 2017، متاح عبر الرابط التالي: <https://institute.aljazeera.net/ar/ajr/article/278>، تاريخ الزيارة: 2019/09/30.
11. منتديات الشروق، متاح عبر الرابط التالي: <https://montada.echoroukonline.com/index.php>، تاريخ الزيارة: 2019/10/01.
12. الموقع الرسمي لاتحاد الصحفيين العرب، متاح عبر الرابط التالي: <http://faj.org.eg/site/index.php?go=news&section=8&page=2>، تاريخ الزيارة: 2019/02/01.
13. موقع أليكسا **Alexa**، إحصائيات متاحة عبر الرابط التالي: <https://www.alexa.com/topsites/countries/DZ>، تاريخ الزيارة: 2019/02/07.
14. وزارة البريد والمواصلات السلكية واللاسلكية والتكنولوجيات و الرقمنة، متاح عبر الرابط التالي: <https://www.mpt.gov.dz/ar/content/مؤشرات-تكنولوجيات-الإعلام-والإتصال>، تاريخ الزيارة: 2018/12/27.
15. وليد النجار، "أخلاقيات الصحافة... على خلفية فضح المستور"، مقال منشور في: 2009/10/16، متاح عبر الرابط التالي: <https://www.maghress.com/essanad/366>، تاريخ الزيارة: 2017/06/05.

### 8. مقابلات:

- 1- نسيم لكحل ، مدير بوابة الشروق الإلكترونية، مقابلة أجريت معه بمقر عمله يوم: 31 جانفي 2019، حي سعيدون مُجد، القبة، الجزائر العاصمة.

### 9. مطويات:

- 1- صحيفة الشروق أون لاین، " مطوية خاصة بمعلومات و إحصائيات حول صحيفة الشروق أون لاین"، جانفي 2016.

ثالثا:مصادر باللغات الأجنبية:

1. قواميس:

- 1- Oxford Dictionary, available at :  
<https://en.oxforddictionaries.com/definition/standard> , Retrieved at:27/02/2019.

رابعا:مراجع باللغات الأجنبية:

1. كتب:

- 1-Abbie Brown and Timothy Green,**The Essentials of Instructional Design Connecting Fundamental Principles with Process and Practice** ,3<sup>rd</sup> Edition, Routledge, New York, USA,2016.
- 2-Achim Schmitt, **Innovation and Growth in Corporate Restructurings: Solution or Contradiction**,1<sup>ST</sup> edition ,Gabler edition Wissenschaft, Frankfurt,Germany,2009.
- 3-Alasdair MacIntyre, **After Virtue: A Study in Moral Theory**, 3<sup>rd</sup> Edition, University of Notre Dame Press,USA,2007.
- 4-Andrew Belsey and Ruth Chadwick ,**Ethical Issues in Journalism and The Media** ,Rouledge, London, England.1992.
- 5-Andy Pratt, Jason Nunes , **Interactive Design: An Introduction to the Theory and Application of User-Centered Design** ,1st edition ,Rockport Publishers ,New York ,USA, 2012.
- 6-Anura Guruge ,**Corporate Portals Empowered with XML and Web Services**, 1<sup>St</sup> edition, Digital Press ,USA,2003, .
- 7-Barbara Alysen, **The Electronic Reporter: Broadcast Journalism in Australia**,3<sup>rd</sup> edition ,Unsw press ,Australia, 2012.
- 8-Carole Rich ,**Writing and Reporting News: A Coaching Method**,8<sup>th</sup> edition, Cengage Learning , Boston ,USA, 2014.
- 9-Cecilia Friend, Jane Singer ,**Online Journalism Ethics: Traditions and Transitions**,1<sup>st</sup> edition, Routledge Taylor& Francis Group, USA, 2007.
- 10-David A. Craig, **Excellence in Online Journalism: Exploring Current Practices in an Evolving Environment**,1st edition, SAGE Publication, New York ,USA,2011.

11-David Berry ,**Journalism ethics and society** , 1<sup>st</sup>edition , ASHGAT ,Publishing ,Fernham, England,2008.

12-David Carlson, "**The History of Online Journalism**",In Kevin Kawmoto(ed), **Digital Journalism: Emerging Media and the Changing Horizons of Journalism**, Rowman & Littlefield Publishers, Lanham,USA,2003.

13-Elaine Evernden, Roger Evernden, **Information First :Integration Knowledge and information Architecture for Business Advantage** ,1<sup>st</sup> edition, Elsevier Butterworth-Heinemann ,London , England,2003.

14-Gareth Hardy ,**Smashing Logo Design: The Art of Creating Visual Identities**,1<sup>st</sup>edition, John Wiley&Sons,USA, 2011.

15-Gary Shelly, Albert Napier, Ollie Rivers ,**Web Design: Introductory Concepts and Techniques**, 3<sup>rd</sup>edition, Course Technology & Cengage Learning, USA, 2009.

16-Gerry McGovern, Rob Norton, Catherine O'Dowd ,**The Web Content Style Guide: An Essential Reference for Online Writers ,Editors and Managers**,1<sup>st</sup> edition, Pearson Education Limited ,London,England,2002.

17-Gobinda G, Chowdhury, Sudatta Chowdhury ,**Organizing Information: From the shelf to the web** ,Facet Publishing ,London,England,2007,p193.

18-Jakob NIELSEN ,**Multimedia and Hypertext: The Internet and Beyond** ,1<sup>st</sup> edition, Morgan Kaufmann, San Francisco,1995.

19-James Kalbach, **Designing Web Navigation: Optimizing the User Experience**,1<sup>st</sup>edition,O'REILLY Media ,Inc., China,2007.

20-Jason Beard, **The Principles of Beautiful Web Design** ,2<sup>nd</sup>edition ,SitePoint Pty,Canada,2010,.

21-Jennifer Campbell, **Web Design Introductory**, 6<sup>th</sup> edition ,Cengage Learning ,USA, 2017.

22-Jim Foust, **Online Journalism: Principles and Practices of News for the Web**,3<sup>rd</sup> edition, Routledge Taylor &Francis Group ,New York,2017.

23-Jim Hall ,**Online Journalism: a critical primer**,1<sup>st</sup> edition, Pluton Press, London,England,2001.

24-John Di Marco , **Digital Design for Print and Web: An Introduction to Theory Principles and Technologiques** , 1<sup>st</sup> edition, John Wiley& Sons, Canada,2010.

25-John Herbert, **Journalism in the Digital Age: Theory and practice for broadcast, print and On-Line Media**,1<sup>st</sup> edition, Focal Press , New York, USA,2000.

26-John V. Pavlik ,**Journalism and New Media**,1<sup>st</sup> edition, Columbia University Press, New York, USA,2001.

27-Kevin Kawamoto ,**Digital Journalism: Emerging Media and the Changing Horizons of Journalism**,1<sup>st</sup> edition,Rowman&Littlefield Publishers,USA,2003.

28-Klaus Krippendorff, **Content Analysis: An Introduction to Its Methodology**, 2nd edition, Sage Publication, USA,2004.

29-Lee Wilkins, Clifford G. Christians,**The Handbook of Mass Media Ethics** ,1<sup>st</sup> edition,Routledge,New Yourk,USA,2009.

30-Li Xigen,**Internet Newspapers: The Making of a Mainstream Medium**, 1<sup>st</sup> edition, Lawrence Erlbaum Association ,USA,2006.

31-Li, Xigen ,"**Web Page Design and News Retrieval Efficiency: A Content Analysis of Five U.S, Internet Newspapers:The making of a mainstream medium**" ,Lawrence Erlbaum Associates, USA, 2006.

32-Lisa Lopuck ,**Web Design For Dummies**,3<sup>rd</sup> edition,John Wiley&Sons,Inc, Canada, 2012.

33-Marianne Dainton , Elaine D. Zelley , **Applying Communication Theory for Professional Life: A Practical Introduction**,2nd edition, SAGE Publications, USA, 2011.

34-Mark Deuze ,"**Epilogue :Toward a Sociology of Online News**", in Chris Paterson, David Domingo, Making Online News: The Ethnography of New Media Production, 1<sup>st</sup> edition,Peter Lang, New York, USA,2008.

35-McQuail, Denis, **Mass Communication Theory**,6<sup>th</sup> edition, ,Sage Publications, London, England, 1983.

36-Mike Ward, **Journalism Online**,1<sup>st</sup> edition, Focal Press, New York ,USA, 2002.

37-Nigel Chapman and Jenny Chapman , **Digital Multimedia**,1<sup>st</sup> edition,Wiley& Sons Ltd,New York,USA, 2000.

38-Norman J. Medoff, Barbara Kaye ,**Electronic Media: Then, Now, and Later**,2<sup>nd</sup> edition ,Focal Press & ELSEVIER, USA,2011.

39-Paul Bradshaw, LiisaRohumaa, **The Online Journalism Handbook: Skills to Survive and Thrive in the Digital Age**,1<sup>st</sup> edition, Taylor&Francis,New Yourk,USA,2011.

- 40-Peter Morville, Louis Rosenfeld, **Information Architecture for the World Wide Web: Designing Large-Scale Web Sites**, 2<sup>nd</sup> edition, O'Reilly Media, USA, 2002.
- 41-Philip V, W. Dodds , **Digital Multimedia Cross-industry Guide**, Focal Press ,USA, 1995.
- 42-Pieter J Fourie ,**Media Studies :Media History ,Media and Society** ,2d Edition ,Juta and Co LTD, Cape Town ,South Africa ,2007.
- 43-Ray M. Merrill, **Statistical Methods in Epidemiologic Research**, 1st edition, Jones & Bartlett Learning, USA, 2015, p99.
- 44-Rey G. Rosales, **The Elements of Online Journalism**, iUniverse, USA, 2006.
- 45-Richard Keeble, **Print Journalism: A Critical Introduction** ,1<sup>st</sup> edition, Routledge Taylor & Francis Group, New York, 2005.
- 46-Sandra Borden, **Journalism as Practice: MacIntyre, Virtue Ethics and the Press**, 1st edition, Routledge Taylor & Francis Group, New York, USA, 2007.
- 47-Sarah Horton ,**Access by Design :A Guide to Universal Usability for Web Designers**, New Riders, USA, 2006,.
- 48-Sunil Saxena, **Breaking News: The Craft and Technology of Online Journalism**, 1<sup>st</sup> edition, Tata McGraw-Hill, New Delhi, India, 2004,.
- 49-Susanna Davidsen , Everyl Yankee, **Web Site Design with the Patron in Mind: A Step-by-step Guide for Libraries** ,1<sup>st</sup> edition, American Library Association, USA, 2004,.
- 50-Tay Vaughan ,**Multimedia: Making It Work**, 9<sup>th</sup> Edition, McGraw-Hill Osborne Media, USA, 2011.
- 51-Thomas A. Powell , **Web Design: The Complete Reference**, 2<sup>nd</sup> edition, Tata McGraw-Hill Education Pvt. Ltd, New York, USA, 2003.
- 52-Travis Lowdermilk, **User-Centered Design: A Developer's Guide to Building User-Friendly Applications**, 1<sup>st</sup> edition, O'Reilly Media, Inc., USA, 2013.
- 53-Warren Kendall Agee, Phillip H. Ault, Edwin Emery, **Instructor's Manual to Accompany Introduction to Mass Communications**, 8<sup>th</sup> Edition, Harper & Row, USA, 1985.

1- Aissa Merah," **La quête d'identité professionnelle des journalistes de la presse en ligne en Algérie: Pratiques, compétences et profils** ", L'Année du Maghreb [En ligne], n°15 , mis en ligne le 21 décembre 2016, Available at: <http://journals.openedition.org/anneemaghreb/2880> ,Retrieved at:27/12/2018.

2- Amin Yousef Noaman," **Reconciling Formal and Informal Documentation in Business Modelling**", School of Computer Science, McGill University, Montaréal,Canada,1995.

3- Andrew J. Flanagin and Miriam J. Metzger, "**Digital Media and Youth: Unparalleled Opportunity and Unprecedented Responsibility**", Series on Digital Media and Learning, Massachusetts Institute of Technology, Cambridge, USA, ,2008, Available at :<https://www.issuelab.org/resources/835/835.pdf> ,Retrieved at: 12/02/2019.

4- Andrew J. Flanagin and Miriam J. Metzger, "**Perceptions of Internet Information Credibility**", Journalism and MassCommunication Quarterly, vol 77, no°3 ,Los Angles ,USA ,2000, Available at: <http://www.jasonmorrison.net/iakm/4006074.pdf> ,Retrieved at: 15/02/2019

5- Andrew J. Flanagin and Miriam J. Metzger," **The Role of Site Features, User Attributes, and Information Verification Behaviors on the Perceived Credibility of Web-based Information**", New Media and Society, Vol 09,N°02, Los Angeles , USA,2007, Available at [https://pdfs.semanticscholar.org/d581/a7391d5435659c11d0d0592de377a47281ca.pdf?\\_ga=2.239535171.1142104602.1551372090-1820834698.1536140979](https://pdfs.semanticscholar.org/d581/a7391d5435659c11d0d0592de377a47281ca.pdf?_ga=2.239535171.1142104602.1551372090-1820834698.1536140979) ,Retrieved at: 12/02/2019.

6- Banerjee Jayeeta, Deepti Majumdar, Madhu Sudan Pal and Dhurjati Majumdar, "**Readability, Subjective Preference and Mental Workload Studies on Young Indian Adults for Selection of Optimum Font Type and Size during Onscreen Reading**", A US National Library of Medicine enlisted Journal , Vol. 4, No. 2, 2011, Available at: <http://ajms.alameenmedical.org/articlepdfs/AJMS.4.2.2011%20p%20131-143.pdf> ,Retrieved at: 12/02/2019.

7- Brian Hilligoss, Soo Young Rieh, "**Developing A unifying Framework Of Credibility Assessment: Construct, Heuristics, and Interaction in Context**", Information Processing and Management, N°44,

USA,2008,Available at :

[https://deepblue.lib.umich.edu/bitstream/handle/2027.42/106422/Hilligoss\\_Rieh\\_IPM2008%20Developing%20a%20unifying.pdf?sequence=1](https://deepblue.lib.umich.edu/bitstream/handle/2027.42/106422/Hilligoss_Rieh_IPM2008%20Developing%20a%20unifying.pdf?sequence=1) ,Retrieved:15/15/16/2017.

8- Carrie Heeter, **Implications of new interactive technologies for conceptualizing communication, In Media use in the information age: Emerging Patterns of Adoption and Consumer Use**, ed Jerry Salvaggio and Jennings Bryant ,Hillsdale, N.J.: Lawrence Erlbaum Associates, USA, 1989.Available at:

[https://www.researchgate.net/publication/246430415\\_Implications\\_of\\_New\\_Interactive\\_Technologies\\_for\\_Conceptualizing\\_Communication](https://www.researchgate.net/publication/246430415_Implications_of_New_Interactive_Technologies_for_Conceptualizing_Communication) , Retrieved at:11/01/2019.

9- ChihhsiangKo, Yuchun Liu, "**Old and Young Users' White Space Preferences for Online News Web Pages**", IEEE Access, Vol:07,Taiwan,China,26 April2019,Available at:

<https://ieeexplore.ieee.org/stamp/stamp.jsp?tp=&arnumber=8700182> , Retrieved at:20/11/2019.

10- ChihhsiangKo, Yuchun Liu, "**Old and Young Users' White Space Preferences for Online News Web Pages**", IEEE Access, Vol:07, ,Taiwan,China, April2019,Available at:

<https://ieeexplore.ieee.org/stamp/stamp.jsp?tp=&arnumber=8700182>, Retrieved at :20/11/2019.

11- Farkas, David K. & Farkas, Jean B, "**Guidelines for Designing Web Navigation**", journal the Technical Communication, Vol 47,N°3,2000,USA,Available at:

<https://www.ics.uci.edu/~kobsa/courses/ICS104/lit/Farkas&Farkas-TC.pdf>,Retrieved at:15/01/2019.

12- Fatima Zohra, Taiebi Moussaoui, "**Le développement de la presse électronique en Algérie : Des dispositifs aux pratiques journalistiques** ",Revue L'Année du Maghreb En ligne, N° 15, mis en ligne le 21 décembre 2016, Aavailable at : <http://journals.openedition.org/anneemaghreb/> , visite Le :27/12/2018.

13- George Albert Gladney, Ivor Shapiro and Joseph Gastaldo ,"**Online Editors Rate Web News Quality Criteria**",Newspaper Research Journal , Vol. 28, No. 1 , Winter 2007,avaiable at: [http://www.uwyo.edu/cojo/\\_files/docs/24600118gladney.pdf](http://www.uwyo.edu/cojo/_files/docs/24600118gladney.pdf),Retrieved 24/12/2018.

14- Hashim, NH, Hasan, H, and Sinnapan, S, "**Australian online newspapers: a website content analysisapproach to measure**

**interactivity**", 18th Australasian Conference on Information Systems (ACIS), Toowoomba, Australia, 5-7 Dec 2007. Available at:

<http://ro.uow.edu.au/cgi/viewcontent.cgi?article=1435&context=commpapers> , Retrieved at:15/06/2018.

15- Hsiang Chyz, Mengchieh Yang, Seth Lewis, and Nan Zheng, "**Use of and Satisfaction with Newspaper Sites in the Local Market: Exploring Differences Between Hybrid And Online-only Users**", Journalism and Mass Communication Quarterly , Vol 87, No.1, USA, 2010. Available at : <https://sethlewislewis.org/wp-content/uploads/2014/10/2010-Chyi-Yang-Lewis-Zan-2010-JMCQ.pdf> , Retrieved at:12/06/2018.

16- Ihlstrom Carina & Lundberg Jonas , "**Design Recommendations For Online Newspapers: A Genre Perspective**", Journal of Web Engineering , Vol.3, No. 1, 2004, Available at: <https://pdfs.semanticscholar.org/e624/25b858dec1538fb7a3fd38902721098df612.pdf> , Retrieved at:18/02/2017.

17- João Canavilhas, "**Hypertext newswriting effects on satisfaction, comprehension and attitudes , comprehension and attitudes**". ISOJ Journal, , Vol.1, N°01, University da Beira Interior ,Portugal ,2011, <https://www.iso-j.org/wp-content/uploads/2018/01/Canavilhas.pdf>, Retrieved at: 12/08/2018.

18- Jonathan Palmer, "**Web Site Usability ,Design, and Performance Metrics**", Information Systems Research, Vol:13, No:2, University of Maryland, USA, Jun 2002, Available at; [http://j.pelet.free.fr/publications/ergonomie\\_interaction\\_homme\\_machine/Web\\_site\\_usability\\_design\\_and\\_performance\\_metrics.pdf](http://j.pelet.free.fr/publications/ergonomie_interaction_homme_machine/Web_site_usability_design_and_performance_metrics.pdf) , Retrieved at:10/01/2020.

19- Larry Pryor, "**The Future Of News: The Third Wave of Online Journalism**", Online Journalism Review, posted at : 2002-04-18 and modified: 2002/04/26, Available at: <http://www.ojr.org/ojr/future/1019174689.php> , Retrieved at:09/07/2018.

20- Layla Hasan, "**Evaluating the Usability of Educational Websites Based on Students :Preferences of Design Characteristics**", International Arab Journal of e-Technology, Vol. 3, No. 3, Zarqa University, Jordan ,January 2014, Available at: [https://www.iajet.org/iajet\\_files/vol.3/no.%203%20watermark/7-58496.pdf](https://www.iajet.org/iajet_files/vol.3/no.%203%20watermark/7-58496.pdf) , Retrieved at:15/01/2019.



21- Mark Deuze, "**The Web Communicators :Issues in research into online journalism and journalists**" , First Monday, Volume 3, N°12 , 7 December 1998, Available at:

<https://firstmonday.org/ojs/index.php/fm/rt/prINTERfriendly/634/555>,

Retrieved 24/12/2018

22- Mark Deuze,"**Online journalism: Modelling the first generation of news media on the World Wide Web**",First Monday journal ,Vol 6, N° 10 , 1 October 2001,Available at :

<https://ojphi.org/ojs/index.php/fm/article/view/893/802>, Retrieved at:09/07/2018

23- Martin Engebretsen,"**Hypernews and Coherence**", Journal of Digital Information, Vol 1, No 7 , Agder University College, Norway ,2001, Available at:

<https://journals.tdl.org/jodi/index.php/jodi/rt/prINTERfriendly/26/27>, retrieved at : 05/10/2018.

1- Michael Bernard & Melissa Mills, So, "**What Size and Type Should I Use on My Website?**",Usability News Revue, Vol. 2 Issue 2, July 2000,P5, available at: <http://usabilitynews.org/so-what-size-andtype-of-font-should-i-use-on-my-website/> ,retrieved at:05/10/2018.

24- Mindy McAdams & Stephanie Berger," **hypertext**" , The Journal of Electronic Publishing's peer reviewers, March 2001,Available at :<https://quod.lib.umich.edu/j/jep/3336451.0006.301?view=text;rgn=main> , retrieved at: 07/10/2018.

25- Miriam J. Metzger, Andrew J. Flanagin, Ryan B. Medders, "**Social and Heuristic Approaches to Credibility Evaluation Online**", Journal of Communication ,Vol 60, No 03,University of California, USA,2010, Available at: <http://www.pensierocritico.eu/files/Metzger---Social-and-Heuristic-Approaches-to-Credibility-Evaluation-Online.pdf> , Retrieved at:27/12/2019.

26- Nadine C. Wathen, Jacquelyn Burkell, "**Believe It or Not: Factors Influencing Credibility on the Web**", Journal of The American Society for Information Science and Technology, Vol.53, No°2,London ,2002, Available at:

<https://pdfs.semanticscholar.org/628f/eb631f6e9522730e01a3cb57f38a71b0d85f.pdf>,

Retrieved at: 04/09/2018.

27- Qasem Al-Radaideh, Donna Delparte and Tara Drexler ,"**Usability Evaluation of Online News Websites: A User Perspective Approach**", International Journal of Computer, Electrical, Automation, Control and Information Engineering, Vol:5, No:2, Jordan,2011.Available at: <https://pdfs.semanticscholar.org/7c51/a693827698f17c6118f01d4537714c29f6bd.pdf> , Retrieved at:10/02/2017.

28- Rick Richardson, Donna Delparte and Tara Drexler," **Color and Contrast in E-Learning Design: A Review of the Literature and Recommendations for Instructional Designers and Web Developers**" , MERLOT Journal of Online Learning and Teaching, Vol. 10, No. 4,USA, December 2014, Available at: [http://jolt.merlot.org/vol10no4/Richardson\\_1214.pdf](http://jolt.merlot.org/vol10no4/Richardson_1214.pdf), Retrieved at: 08/01/2019.

29- SallyJ. McMillan,"**The Microscope And The Moving Target : The Challenge of Applying Content Analysis to The World Wide Web**", Journalism & Mass Communication Quarterly ,Vol 77,N°01, University of Tennessee-Knoxville ,USA, Spring 2000,.

30- Shahizan Hassan and Feng Li ,"**Identifying Web Usability Criteria : The Scanmic Model**", Management ScienceTheory ,Method &Practice, N 3, Strathclyde Business School,Scotland,2000,available at: <http://aim.johnkeston.com/wp-content/uploads/2012/10/wp0103.pdf>, Downloaded on:31/12/2018.

31- Sheizaf Rafaeli , Fay Sudweeks ,"**Networked Interactivity**", Journal of Computer-Mediated Communication , Volume 2 Issue 4, March 1997, Available at:<https://onlinelibrary.wiley.com/doi/full/10.1111/j.1083-6101.1997.tb00201.x>,Retrieved at: 07/10/2018.

32- Stefan Bertschi& Chris Locke & Peter Glotz, "**Introduction: Mobile Phones and Mass Communications**", Knowledge and Policy, Vol. 19, Issue. 2, June 2006, Availableat:[https://www.researchgate.net/profile/Stefan\\_Bertschi/publication/225509540\\_Introduction\\_Mobile\\_phones\\_and\\_mass\\_communications/links/585ffdf008ae6eb871a4396d/Introduction-Mobile-phones-and-mass-communications.pdf](https://www.researchgate.net/profile/Stefan_Bertschi/publication/225509540_Introduction_Mobile_phones_and_mass_communications/links/585ffdf008ae6eb871a4396d/Introduction-Mobile-phones-and-mass-communications.pdf),Retrieved at :21/11/2019.

33- Tanjev Schultz , **Mass Media and the Concept of Interactivity: An Exploratory Study of Online Forums and Reader E-Mail**, Media, Culture and Society , Vol. 22, N° 2,University Of Bremen ,Germany , 200,Available at:

[https://www.researchgate.net/publication/37928344\\_Mass\\_media\\_and\\_the\\_concept\\_of\\_interactivity\\_An\\_exploratory\\_study\\_of\\_online\\_forums\\_and\\_reader\\_email](https://www.researchgate.net/publication/37928344_Mass_media_and_the_concept_of_interactivity_An_exploratory_study_of_online_forums_and_reader_email), Retrieved at: 12/01/2019.

34- Tanjev Schultz, "**Interactive Options in Online Journalism: A Content Analysis of 100 U.S. Newspapers**", Journal of Computer-Mediated Communication Volume 5, N°1, 1999, Available at : <https://onlinelibrary.wiley.com/doi/full/10.1111/j.1083-6101.1999.tb00331.x>, Retrieved at: 07/10/2018.

35- Thijs Broekhuizen and Arvid Hoffmann, "**Interactivity Perceptions and Online Newspaper Preference**", Journal of Interactive Advertising, Vol12, N°02, p30,31. Available at: <http://citeseerx.ist.psu.edu/viewdoc/download?doi=10.1.1.475.8807&rep=rep1&type=pdf>, Retrieved at: 10/01/2019.

36- Wolfgang Schweige, "**Media Credibility Experience or Image? A Survey on the Credibility of the World Wide Web in Germany in Comparison to Other Media**", European journal of communication, Vol 15, N°1, United Kingdom, 2000, Available at: <https://pdfs.semanticscholar.org/1997/627532927a5b2d4a6603546b5d5286291db4.pdf>, Retrieved at: 15/02/2019.

### 3. مؤتمرات و ندوات علمية:

1-David M. Arant, "**Online Media Ethics: A Survey of U.S. Daily Newspaper Editors**", A paper presented at the association for education in journalism and mass communication convention, phoenix, August 2000, Available at : <http://facstaff.elon.edu/andersj/onlinesurvey.html>, Retrieved at: 12/02/2019.

2-Fernando Zamith, "**A methodological proposal to analyze the news websites use of the potentialities of the Internet**", 9th International Symposium on Online Journalism, University of Texas at Austin, USA, 5 April 2008, Available at: [https://www.researchgate.net/publication/242259824\\_A\\_methodological\\_proposal\\_to\\_analyze\\_the\\_news\\_websites\\_use\\_of\\_the\\_potentialities\\_of\\_the\\_Internet](https://www.researchgate.net/publication/242259824_A_methodological_proposal_to_analyze_the_news_websites_use_of_the_potentialities_of_the_Internet), Retrieved: 15/01/2019.

3-Giacobino Laurent, "**Panorama des médias en ligne. Algérie, Égypte, Jordanie, Liban, Maroc, Palestine, Syrie, Tunisie, Paris**", CFI médias, rapport en ligne consulté le 31/05/2016, Disponible sur :

[http://www.cfi.fr/sites/default/files/panorama-medias-version-longue-BD\\_5.pdf](http://www.cfi.fr/sites/default/files/panorama-medias-version-longue-BD_5.pdf) , Retrieved at: 27/12/2018.

4- Hashim, NH, Hasan, H, and Sinnapan, S, "**Australian online newspapers: a website content analysis approach to measure interactivity**", 18th Australasian Conference on Information Systems (ACIS), Toowoomba, Australia, 5-7 Dec 2007 Available at: <http://ro.uow.edu.au/cgi/viewcontent.cgi?article=1435&context=commpapers> , Retrieved at: 15/01/2019.

5- Mohamed Haneefa ,Nidhin P M, "**CONTENTS AND INTERACTIVITY OF ONLINE NEWSPAPERS**", International Conference on Electronic Publications, Pondichery University, India, 2012, Available at: [https://www.researchgate.net/publication/305295800\\_Contents\\_and\\_Interactivity\\_of\\_Online\\_Newspapers](https://www.researchgate.net/publication/305295800_Contents_and_Interactivity_of_Online_Newspapers) , Retrieved at: 11/01/2019.

#### 4. رسائل و أطروحات جامعية:

1- Burton C. Speakman, "**Print and Online Journalism :Are Believability and Accuracy Affected by Where Readers Find Information**" , Theses For the Degree of Master, the Graduate College of Journalism and Mass Communications, the University Nebraska, Lincoln, USA, December 2011. Available at: <https://digitalcommons.unl.edu/cgi/viewcontent.cgi?article=1022&context=journalismdiss> Retrieved at: 12/06/2018.

2- David Domingo, "**Invention Online Journalism :Development of the Internet as a new medium in four Catalan online newsrooms**" , PhD thesis, Universitat Autònoma de Barcelona, Barcelona, Spain, 2006, Available at: [https://www.researchgate.net/publication/270793240\\_Online\\_Journalism\\_and\\_the\\_Promises\\_of\\_New\\_Technology\\_A\\_Critical\\_Review\\_and\\_look\\_ahead](https://www.researchgate.net/publication/270793240_Online_Journalism_and_the_Promises_of_New_Technology_A_Critical_Review_and_look_ahead) , Retrieved at: 10/01/2019.

3- Holly Cowart , "**Hypertext ,narrative and the future of news writing**" , A thesis for the degree of Master of Arts in English, University of Tennessee at Chattanooga, USA, 2011, Available at: <https://scholar.utc.edu/cgi/viewcontent.cgi?article=1013&context=theses> , Retrieved at: 08/01/2019.

4- Kim Minchul, "The Effects of Online Advertisements and News Images on News Reception", A Thesis Submitted in Partial Fulfillment of the Requirements for the Degree of Master of Arts in Media Studies, University of Wisconsin-Milwaukee, USA, 2013, Available at: <https://pdfs.semanticscholar.org/b082/e632896a1898b0fe05889b4dff4d864610f4.pdf> , retrieved at: 05/10/2018.

5- Stephanie Berger, "Breaking Up News ..An Investment in the Online Newspaper's Future?: Effects of Linear and Nonlinear Hypertext Formats on Users' Recall, Reading, Satisfaction, and Perceived Story Credibility", Unpublished Master Thesis of Arts in Mass Communication ,University of Florida The Graduate School, 2001, Available at : <http://etd.fcla.edu/UF/ank7077/Master.pdf>, Retrieved at: 12/08/2018.

### 1. المواقع الإلكترونية:

2- About, "Webtraffic", Available at: [http://dbpedia.org/page/Web\\_traffic](http://dbpedia.org/page/Web_traffic) , Retrieved at: 21/11/2019

3- Amer M Oumalou , "La presse classique face à la presse électronique: Les médias entre deux époques" ,Posted :02/11/2010, Available at: <http://www.nticweb.com/pratique/14-dossiers/5349-la-presse-classique-face-a-la-presse-electronique-les-medias-entre-deux-epoques.html?showall=&start=1> , Retrieved at :02/02/2019.

4- American Society of NewsEditors, "About", Archived of ASNE. Available at: <https://web.archive.org/web/20120102203533/http://asne.org/about.aspx>, Retrieved: 15/16/2017.

5- Claiborne Scottie , "Effective site navigation", available at : <https://www.webcredible.com/blog/effective-site-navigation/> , Retrieved at :25/11/2018.

6- David Brewer, " Accuracy is essential in all journalism", Media Helping Media , Last Updated: 15 January 2016, Available at: <http://www.mediahelpingmedia.org/training-resources/editorial-ethics/237-the-importance-of-accuracy-in-journalism> , Retrieved at: 04/09/2018

7- Donna Shaw , "Wikipedia in the Newsroom", American Journal Revue, March 2008, Available at: <http://ajrarchive.org/article.asp?id=4461> , Retrieved at: 09/07/2018

8- Doug Millison ,"**Online Journalism FAQ**", 1999, Available at : [http://academic.udayton.edu/cmm330/Topics/9\\_Lectures&Guides/WebWriting/OnlineJrnFAQ.htm](http://academic.udayton.edu/cmm330/Topics/9_Lectures&Guides/WebWriting/OnlineJrnFAQ.htm) ,Retrieved at: 07/10/2018.

9- Fred Mann, "**New Media: Bring a New Set of Problems**", Available at : <https://www.poynter.org/news/new-media-bring-new-set-problems>, Retrieved 23/12/2018.

10- Hoot suite ,"**Algeria : Report digital 2019**", January 2019, Available at : <https://digitall-agency.com/wp-content/uploads/2019/08/Chiffres-digital-2019-Alge%CC%81rie.pdf> , Retrieved at: 20/11/2019.

11- **Hootsuite,"About"** , Available at : <https://hootsuite.com/fr/about>, Retrieved at: 20/11/2019.

12- <https://web.archive.org>

13- Jakob Nielsen ,"**How Long Do Users Stay on Web Pages?**", Nielsen Norman Group ,September 11, 2011, Available at: <https://www.nngroup.com/articles/how-long-do-users-stay-on-web-pages/>, Retrieved at: 20/11/2019.

14- Jakob Nielsen ,"**Usability 101: Introduction to Usability**", Nielsen Norman Group, published on January 4, 2012, Available at: <https://www.nngroup.com/articles/usability-101-introduction-to-usability/> , Retrieved at: 25/11/2018.

15- Jakob Nielsen , "**Differences Between Print Design and Web Design**", Published article on 24 January 1999, Available at : <https://www.nngroup.com/articles/differences-between-print-design-and-web-design/>, Retrieved at :25/11/2018.

16- Jakob Nielsen , "**Site Map Usability**", Published article on 1 september 2008, Available at : <https://www.nngroup.com/articles/differences-between-print-design-and-web-design/>, Retrieved at :10/10/2019.

17- Jakob Nielsen ,"**F-Shaped Pattern For Reading Web Content**", Posted on April 16, 2006, Available at: <https://www.nngroup.com/articles/f-shaped-pattern-reading-web-content-discovered/>, Retrieved at:21/01/2020.

18- Jakob Nielsen ,"**Be Succinct! (Writing for the Web)**", March 15, 1997, Available at : <https://www.nngroup.com/articles/be-succinct-writing-for-the-web/> , retrieved at: 07/10/2019.

19- Jakob Nielsen, "**How Users Read on the Web**", Nielsen Norman Group, published at: on September 30, 1997, Available at: <https://www.nngroup.com/articles/how-users-read-on-the-web/>, Retrieved at: 05/01/2020.

20- Nielsen, Jakob, "Top 10 Mistakes in Web Design", 2011, available at <http://www.nngroup.com/articles/top-10-mistakes-web-design/>, retrieved at: 08/05/2018.

21- Janet G. Schnall, "**Criteria for Evaluating Websites**", University of Washington, Available at : <http://media.hsl.washington.edu/media/howto/navigating/criteria.pdf>, Downloaded on: 23 /12/2018

22- Jason Beard, "**The Principles of Beautiful Web Design**", 02 Avril 2007, Available at: <https://www.sitepoint.com/principles-beautiful-web-design/>, Retrieved at: 27/11/2018.

23- Jennifer Kyrnin, "**Rhythm as a Basic Principle of Design for Websites**", November 06, 2018, available at : <https://www.lifewire.com/rhythm-design-principle-3470054>, Retrieved at: 23/11/2018.

24- Joel Gunter, "**Journalists increasingly using social media as news source, finds study**", journalism.co.uk, Posted In: 18 May 2011, Available at: <https://www.journalism.co.uk/news/journalists-increasingly-using-social-media-as-news-source-finds-study/s2/a544193/>, Retrieved at: 01/11/2019.

25- Jonathan Dube, "**Writing News Online**", July 14, 2003, Available via : <https://www.poynter.org/news/writing-news-online>, Retrieved at: 05/12/2018.

26- Joshua Porter, "**Testing the Three-Click Rule**", UIE Articles, Published on April 16, 2003, Available at: [https://articles.uie.com/three\\_click\\_rule/](https://articles.uie.com/three_click_rule/), Retrieved at: 30/12/2019.

27- Kate Moran, "**How Chunking Helps Content Processing**", March 20, 2016, Available via : <https://www.nngroup.com/articles/chunking/>, Retrieved at: 05/12/2018.

28- La Rédaction, "**Pourquoi Internet ne se développe pas comme il faut en Algérie ?**", Algérie part, 23/01/2018, Available sur le lien : <https://algeriepart.com/2018/01/23/internet-ne-se-developpe-faut-algerie/>, Retrieved at: 27/12/2018.

29- Lynch, P. & Horton, S, **Web style guide**, 3<sup>rd</sup> edition,. chapter 12 Multimedia, available at:<http://webstyleguide.com/wsg3/12-multimedia/2-web-multimedia-strategies.html> ,. retrieved at: 05/10/2018.

30- Lynch, P. & Horton, S. ,**Web Style Guide** , 3rd edition, Chapter 8 "Typefaces", available at: <http://webstyleguide.com/wsg3/8-typography/4-web-typefaces.html> ,. Retrieved at: 12/08/2018.

31- Marc Schenker , "**Interactive Design: How To Use Balance In Web Design**" ,30 October 2015, Available at: <https://www.webdesignerdepot.com/2015/10/how-to-use-balance-in-web-design/> , Retrieved at : 23/11/2018.

32- Michael Bernard, Barbara Chaparro, Marissa Fernandez and Spring Hull , "**The Effects if Line Length on Children and Adults' Online Reading Performance**", Usability News , July, 2002 , available at: [https://www.researchgate.net/profile/Michael\\_Bernard2/publication/252707646\\_The\\_Effects\\_of\\_Line\\_Length\\_on\\_Children\\_and\\_Adults%27\\_Online\\_Reading\\_Performance](https://www.researchgate.net/profile/Michael_Bernard2/publication/252707646_The_Effects_of_Line_Length_on_Children_and_Adults%27_Online_Reading_Performance) , retrieved at: 05/10/2018.

1-Patrick Lynch and Sarah Horton,**Web Style Guide**,2<sup>nd</sup> edition, Available at link: <https://webstyleguide.com/wsg2/page/head-foot.html> , Retrieved at: 20/12/2018.

2-Rachel Porter," **Animation as a new form of journalism**",29 October 2015,Available at: <https://www.knowledgequarter.london/animation-as-a-new-form-of-journalism-by-rachel-porter/> , retrieved at: 05/10/2018.

3-Rob Winder ,"**Using multimedia in online news** ", 10 April 2009, Available at :<http://www.mediahelpingmedia.org/training-resources/online-journalism/370-maximising-multimedia-in-online-news-> , retrieved at:12/09/2018.

4-Ron Reason,"**WED: The Integration of Writing/Editing/Design**", August 19, 2002,Available at: <https://www.poynter.org/archive/2002/wed-the-integration-of-writingeditingdesign/> , Retrieved at: 05/12/2018.

5-Rudy Limeback, "**Web Site Architecture 101**", Posted on 17 Dec 1999,Available at: [https://evolt.org/web\\_site\\_architecture\\_101](https://evolt.org/web_site_architecture_101) , Retrieved at :25/11/2018.

6-Stefan Ruger,"**Multimedia Information: Retrieval Synthesis Lectures on Information Concepts, Retrieval, and Services** ",Morgan & Claypool Publishers,2009.Retrieved at : <http://www.iro.umontreal.ca/~nie/IFT6255/Books/MultimediaIR.pdf>, Available at:20/09/2019.



## قائمة المصادر و المراجع

---

7- Stuart Hughes, "**Social media newsgathering**",BBC Academy, Vidio  
Posted in:01 Mar 2013, Available at:

<https://www.bbc.co.uk/academy/en/articles/art20130702112133515> ,Retrieved  
at:01/11/2019.

8- StvenSnell ,"**Newspaper Website Design :T rend and Examples**",11  
November 2008,Available at:

<https://www.smashingmagazine.com/2008/11/newspaper-website-design-trends-and-examples/> ,Retrieved at: 25/01/2020.

9- Vitaly Friedman, "**10 Principles Of Good Website Design**",January  
31, 2008 , Available at: <http://uxdesign.smashingmagazine.com/10/31/01/2008-principles-of-effective-webdesign/> ,retrieved at :25/11/2018

# قائمة الملاحق







الملحق الثاني

استمارة الدراسة الميدانية

جامعة الأمير عبد القادر للعلوم الإسلامية

كلية أصول الدين

قسم الدعوة و الاعلام و الاتصال

الأخ الفاضل / الأخت الفاضلة

السلام عليكم ورحمة الله تعالى و بركاته

أضع بين أيديكم استمارة دراسة ميدانية لأطروحة دكتوراه بعنوان " المعايير الفنية و المهنية في الصحافة الإلكترونية الجزائرية - دراسة تحليلية و ميدانية لصحيفة الشروق أون لاين " برجاء التكرم و التفضل بتعبئة بياناتها بوضع إشارة (X) أمام الخانة التي توافق رأيك ، علما بأن هذه المعلومات سوف تستخدم لأغراض البحث العلمي . و لكم جزيل الشكر لحسن تعاونكم .

تحت إشراف :

د. ليلي فيلاي

إعداد الطالبة :

مهيرة بثينة

## قائمة الملاحق

المحور الأول: السمات العامة :

- 1- الجنس: ذكر أ
- 2- العمر: من 20 إلى 30 سنة من  40 سنة
- من 40 إلى 50 سنة من  50 سنة
- 3- المستوى التعليمي: ثانوي جاء  دراسته
- 4- الوظيفة: طالب(ة) من  عامل  متقاعد

المحور الثاني: عادات متصفح صحيفة الشروق أون لاین الجزائرية و دوافع تصفحهم لها:

5- هل تتصفح صحيفة الشروق أون لاین الإلكترونية بشكل :

- دائم  لانا

6- منذ متى و أنت تتصفح صحيفة الشروق أون لاین الإلكترونية؟

- منذ أقل من سنة  من
- منذ ثلاث سنوات  منذ أكثر من ثلاث سنوات

7- ماهي الفترات التي تخصصها لتصفح صحيفة الشروق الإلكترونية؟

- صباحا  من الظهر  ليلا  لا

8- حدد متوسط الوقت الذي يستغرقه تصفحك لصحيفة الشروق أون لاین الإلكترونية :

- أقل من ساعة  من ساعة إلى ساعتين
- من ساعتين إلى ثلاث ساعات  ثلاث ساعات

9- أي من هذه الأجهزة تستخدمها لتصفح صحيفة الشروق أون لاین؟ (يمكنك اختيار أكثر من إجابة)

- جهاز الحاسوب  اللوح الإلكتروني  هاتف المحمول

10- ما هي أهم المواضيع التي تتصفحها في صحيفة الشروق أون لاین الإلكترونية؟ (يمكنك اختيار أكثر من إجابة)

- السياسية  اجتماعية  الاقتصادية  الثقافية  الفنية
- الرياضية  التربية والتعليم  التكنولوجيا  البيئية

## قائمة الملاحق

11

الترفهية

10

الدينية

11- ماهي اللغة التي تستخدمها في تصفح موقع صحيفة الشروق أون لاين الإلكترونية؟

3

2

1

العربية

12- ماهي دوافع تصفحك لصحيفة الشروق أون لاين الإلكترونية؟ (يمكنك اختيار أكثر من إجابة)

الاطلاع على آخر المستجدات المحلية و الوطنية و العالمية

لاحترامها المسؤولية المهنية و الأخلاقية و عدم المساس بقيم المجتمع الجزائري

لحياد المحررين و عدم انحيازهم لرأي دون الآخر

لأنها تميل أكثر إلى تحليل الوقائع و ذكر تفاصيل عنها

لجاذبية تصميم موقعها و سهولة التنقل فيه

توفرها على عدة أشكال من التفاعلية مع محتوياتها

للمشاركة في المنتديات

لأنها تتيح فضاءات للتسلية و الترفيه

لأنها لا تكلف الكثير من الجهد، الوقت و المال

1

3

4

5

6

7

8

9

13- ماهي الأشكال التحريرية التي ترغب في الاطلاع عليها عند تصفحك لصحيفة الشروق أون لاين؟ (يمكنك اختيار

أكثر من إجابة)

4

3

التقارير

2

مقالات

1

الأخبار

7

6

الكلمات

5

التحقيقات

الأحاديث الصحفية



## قائمة الملاحق

### المحور الرابع: تقييم متصفحو صحيفة الشروق أون لاين لإخراجها و تصميمها الإلكتروني :

المعايير الفنية	الرقم	الفقرات	موافق	موافق إلى حد ما	غير موافق
جاذبية التصميم	01	تصميم صحيفة الشروق أون لاين متطور و جذاب	01	02	03
	02	تصميم صحيفة الشروق أون لاين يتلاءم مع طبيعة الخدمات الصحفية التي تقدمها	01	02	03
	03	تراعي صحيفة الشروق أون لاين تناسق شكل و تصميم جميع صفحات الموقع	01	02	03
	04	تمكن صحيفة الشروق أون لاين متصفحها من سهولة تنقلهم داخل أقسام الصحيفة	01	02	03
يسر الاستخدام	06	توفر صحيفة الشروق أون لاين لمتصفحها سهولة إيجاد موقعها في محركات البحث	01	02	03
	07	تراعي صحيفة الشروق أون لاين سرعة تحميل صفحاتها من قبل المستخدمين	01	02	03
	08	توفر صحيفة الشروق أون لاين لمتصفحها سرعة الحصول على المعلومات بنقرة واحدة	01	02	03
	09	تتيح صحيفة الشروق أون لاين لمتصفحها سهولة البحث في أرشيفها الإلكتروني	01	02	03
الملائمة	10	صحيفة الشروق أون لاين تراعي استخدام الصور المناسبة التي تتماشى مع المواضيع المطروحة	01	02	03
	11	صحيفة الشروق أون لاين تراعي استخدام الألوان المناسبة التي لا تنزعج منها عين المستخدم	01	02	03
	12	صحيفة الشروق أون لاين تراعي استخدام خلفيات ذات ألوان فاتحة لإبراز العناوين و المتون دون أن تنزعج منها عين المستخدم	01	02	03
	13	تراعي صحيفة الشروق أون لاين وضوح الخطوط المستخدمة في كتابة المتون و العناوين و حجمها بما يتلاءم مع عين المستخدم	01	02	03
تنوع خيارات المحتوى	14	تراعي صحيفة الشروق أون لاين وجود وصلات داخلية أو خارجية ذات صلة بالمواضيع المنشورة	01	02	03
	15	تتم صحيفة الشروق أون لاين بتنوع أساليب عرضها للمحتوى الصحفي بين النصوص و الفيديوها و كذلك الصور و الرسوم.	01	02	03
	16	تراعي صحيفة الشروق أون لاين تنوع لغة و ثقافة متصفحها في نسخها الثلاث العربية، الفرنسية، الإنجليزية	01	02	03
التورية	17	تقدم صحيفة الشروق أون لاين تغطية للأحداث حال وقوعها	01	02	03
	18	تراعي صحيفة الشروق أون لاين تحديث محتوياتها بصفة دورية	01	02	03
	19	تمكنك الصحيفة من معرفة تاريخ و توقيت آخر تحديث دائما	01	02	03
الوضوح الفكري	20	سلامة اللغة المستخدمة في تحرير موادها	01	02	03
	21	وضوح و بساطة الكتابة الصحفية	01	02	03
	22	لا تقديم جمل و صيغ تقليدية تتسم بالطول	01	02	03

## قائمة الملاحق

المحور الرابع : تقييم متصفحو صحيفة الشروق أون لاين مدى مراعاتها المعايير المهنية للعمل الصحفي الإلكتروني:

المعايير المهنية	الرقم	الفقرات	موافق	موافق إلى حد ما	غير موافق
المصداقية	01	تنشر المعلومات الصحيحة غير المفبركة	01	02	03
	02	تعتمد على مصادر موثوقة	01	02	03
	03	تقدم تفاصيل لمختلف المواضيع التي تطرحها دون أن تخل بموضوع الحدث	01	02	03
	04	تسمح للقراء بالرد على المعلومات التي قد يرون بأنها غير صحيحة	01	02	03
الحياد	06	نقل الحقائق و المعلومات بحياد تام	01	02	03
	07	عرض المعلومات دون تحوير أو مبالغة	01	02	03
	08	الفصل بين الخبر و الرأي	01	02	03
المسؤولية	09	مراعاة مسؤوليتها اتجاه المجتمع الجزائري و عدم المساس بقيمه و عاداته و تقاليده	01	02	03
	10	نشر اتهامات غير مؤكدة تؤثر في سمعة و كرامة الأشخاص	01	02	03
	11	تحافظ على حرمة الحياة الخاصة للأفراد والشخصيات العامة	01	02	03
الاستقلالية	12	تتمتع باستقلاليتها عن جهات سياسية معينة	01	02	03
	13	تتمتع باستقلاليتها عن جهات اقتصادية معينة	01	02	03
	14	تختلف طبعتها الإلكترونية عن نسختها الورقية	01	02	03
التنوع و الشمول	15	تتميز بالتنوع و الشمول في المجالات التي تغطيها	01	02	03
	16	تتسم بالتنوع في القوالب الصحفية المستخدمة في معالجة المواضيع	01	02	03
	17	تغطي جميع الأحداث الهامة الوطنية، العربية، و الدولية	01	02	03
	18	تليبي حاجات كافة المستخدمين بغض النظر عن أعمارهم و مستوياتهم التعليمية	01	02	03
التفاعلية	19	تمكنك صحيفة الشروق أون لاين من التواصل مع المسؤولين على موقع الصحيفة	01	02	03
	20	تتيح لك صحيفة الشروق أون لاين التواصل مع محرريها	01	02	03
	21	تسمح لك صحيفة الشروق أون لاين من التعليق على الأخبار بكل حرية	01	02	03
	22	تسمح لك صحيفة الشروق أون لاين بمشاركة محتواها في مواقع التواصل الاجتماعي	01	02	03

الملحق الثالث:

أسئلة المقابلة مع مدير بوابة الشروق الإلكترونية

1- أسئلة خاصة بالسمات العامة:

- الاسم الكامل: نسيم لكحل
- المؤسسة الصحفية الإلكترونية: بوابة الشروق الإلكترونية
- نوع الوظيفة: مدير بوابة الشروق الإلكترونية
- التخصص في الجامعة: صحافة

2- الأسئلة المتعلقة بصحيفة الشروق أون لاين:

- ماهي أهم المراحل التي مر بها تأسيس موقع صحيفة الشروق أون لاين منذ أن كانت واجهة للصحيفة الورقية إلى غاية استقلالها عنها؟
- هل يتم تحديث تصميم الموقع بصفة دورية و ماهي أهم المعايير المتوخاة في ذلك ؟
- هل إدراجك لحسابك الشخصي على الفايسبوك في تذييل صفحة موقع صحيفة الشروق أون لاين قد خلق تفاعلية تواصلية بينك و بين مستخدمي الصحيفة خاصة فيما يتعلق باستفساراتهم وتعقيباتهم حول ما تعالجه الصحيفة ؟
- هل هناك علاقة بين الكادر الصحفي في الصحيفة الإلكترونية و بين صحفيي الصحيفة الورقية؟
- ما مدى حرص المسؤولين عن صحيفة الشروق اون لاين بتكوين كادرها الصحفي خاصة فيما يتعلق بالكتابة للويب و التعامل مع الوسائط الحديثة خاصة ادراج الوسائط المتعددة في المحتوى الصحفي ؟

الملحق الرابع:

واجهة موقع صحيفة الشروق أون لاين (الصفحة الرئيسية)



# قائمة الملاحق

## الملحق الخامس:

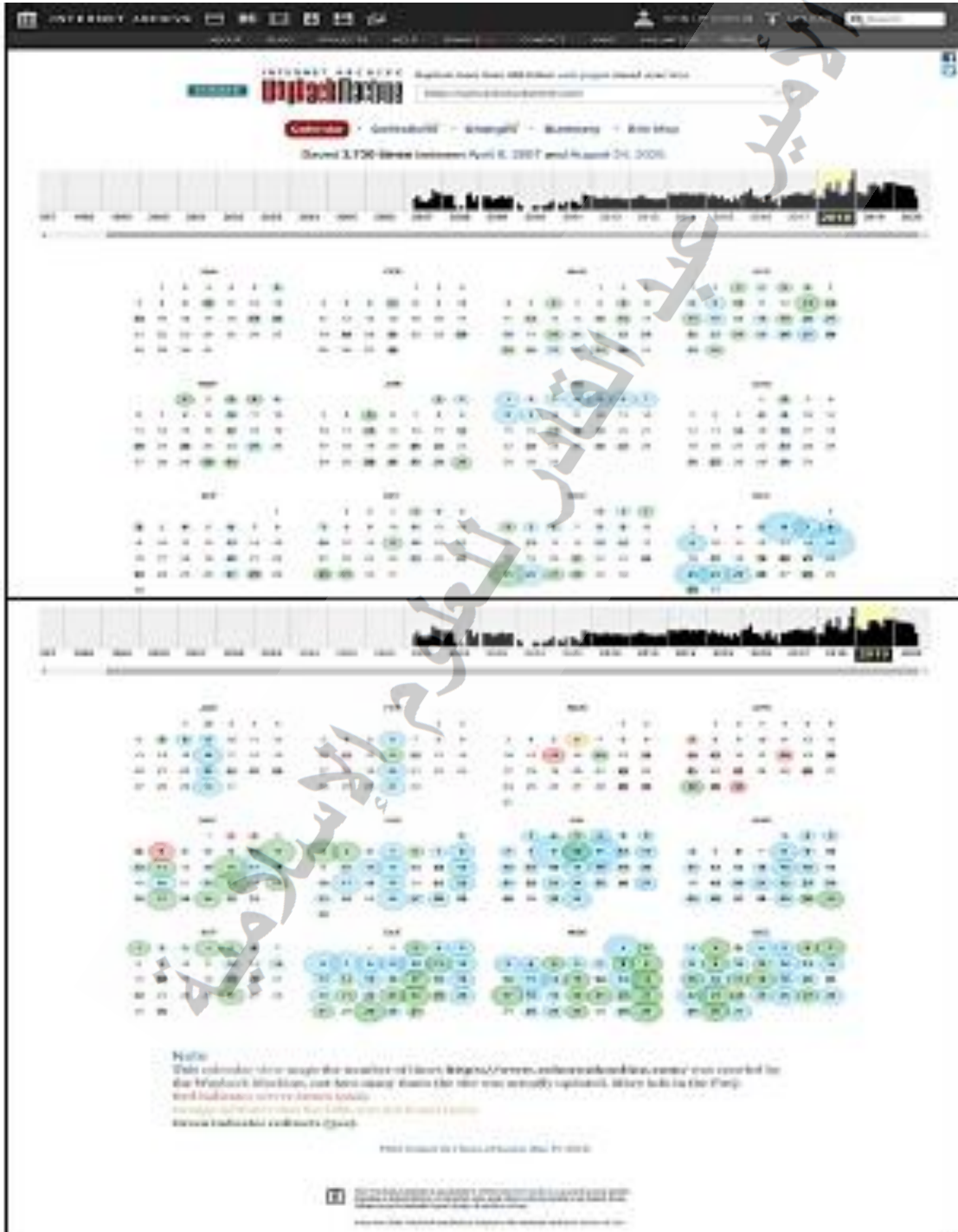
### إحصائيات موقع أليكسا حول موقع الشروق أون لاين



## قائمة الملاحق

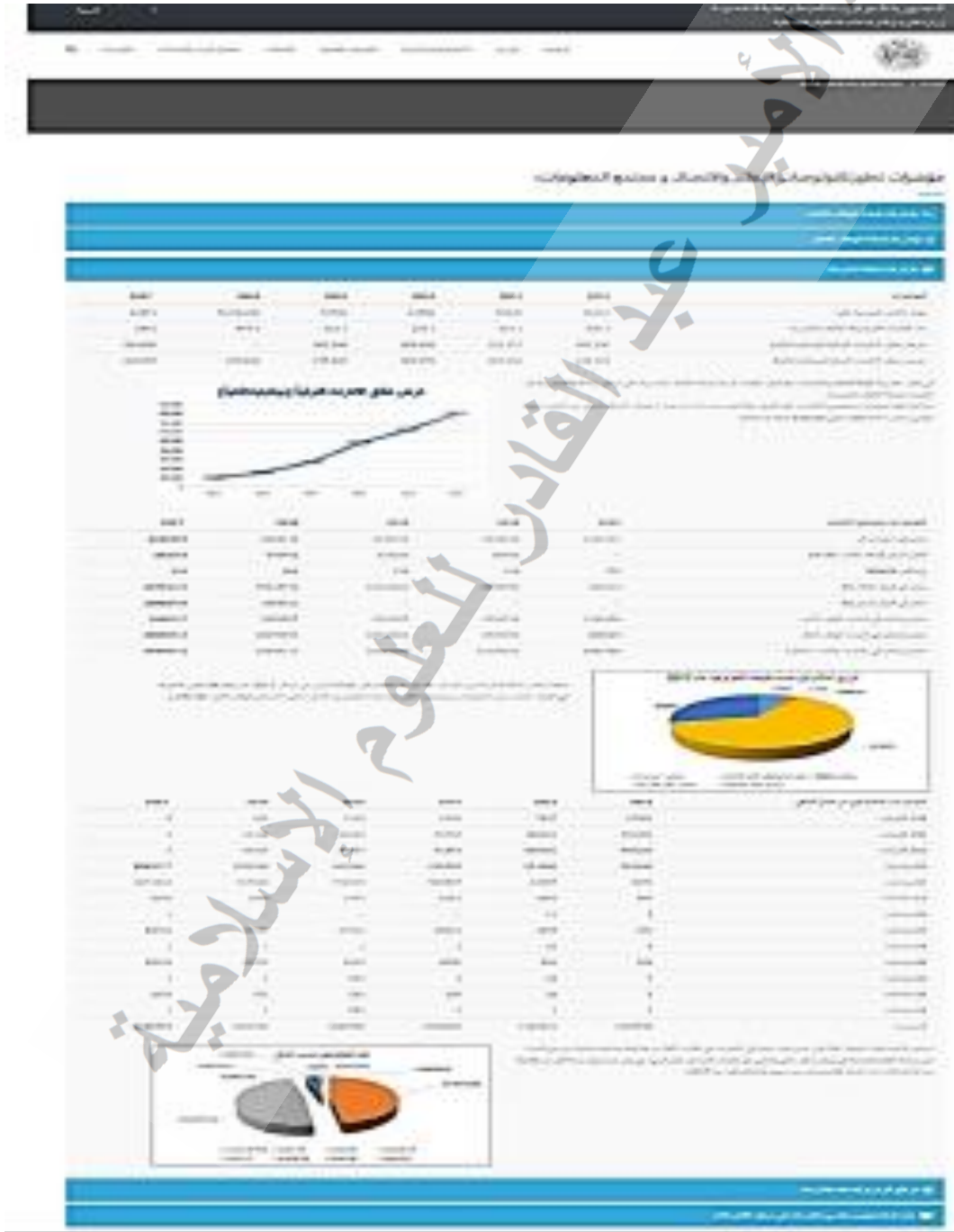
### الملحق السادس:

مجتمع الدراسة التحليلية (2018-2019) من موقع أرشيف Archive.org



الملحق السابع:

مؤشرات شبكة الإنترنت في الجزائر (موقع وزارة البريد و المواصلات السلكية واللاسلكية)



## فهرس الجداول

الرقم	عنوان الجدول	الصفحة
01	يبين توزيع مفردات العينة من إصدارات صحيفة الشروق أون لاين	25
02	يبين المفاهيم المعتمدة في نظرية ماكلينتير للممارسة و تطبيقاتها في مجال الصحافة الإلكترونية.	31
03	يمثل نتائج معامل بيرسون لقياس ارتباط فقرات أبعاد المعايير الفنية بالدرجة الكلية لها	69
04	يمثل نتائج معامل بيرسون لقياس ارتباط فقرات أبعاد المعايير المهنية بالدرجة الكلية لها	70
05	يمثل نتائج معامل بيرسون لقياس ارتباط فقرات أبعاد المعايير الفنية و المهنية بالدرجة الكلية للمقياس	70
06	يمثل نتائج تطبيق معامل ألفا كرونباخ Alpha Cronbach لقياس مدى ثبات أبعاد المعايير الفنية و المهنية	72
07	يمثل مؤشرات توزيع خدمات الإنترنت المقدمة من قبل متعاملي الهاتف النقال من سنة 2012 إلى غاية 2017.	114
08	يمثل مؤشرات الربط بشبكة الإنترنت في الجزائر من سنة 2012 إلى غاية سنة 2017.	115
09	يوضح تواريخ إنشاء أهم الصحف الإلكترونية الجزائرية	117
10	يوضح توزيع الصحف الورقية المتواجدة على الخط و الناطقة باللغة العربية.	119
11	يوضح توزيع الصحف الورقية المتواجدة على الخط و الناطقة باللغة الفرنسية.	120
12	يوضح توزيع الصحف التي لها دعامة إلكترونية فقط	121
13	يبين إحصائيات موقع Alexa حول الاستخدام اليومي لزوار موقع صحيفة الشروق أون لاين	129
14	يبين معدل تصفح موقع صحيفة الشروق أون لاين حسب بلد الزائر	129
15	يبين الإحتمالات المختلفة لبناء موقع صحيفة إلكترونية يحتوي على 20 صفحة	208
16	يمثل المتغيرات التي تؤثر على المصادقية في وسائل الإعلام	286
17	يبين المساحة المستغلة و غير مستغلة للإعلانات على الصفحة الرئيسية لصحيفة الشروق أون لاين	353
18	يبين نوع و موقع الإعلانات على الصفحة الرئيسية لصحيفة الشروق أون لاين	354
19	يبين نوع و حجم الخطوط المستخدمة في صحيفة الشروق أون لاين حسب اللغة	359
20	يبين مؤشرات الوضوح اللغوي للنصوص الصحفية بصحيفة الشروق أون لاين	361
21	يبين أنواع الصور الموظفة في صحيفة الشروق أون لاين	368
22	يبين أنواع الرسوم المستخدمة في صحيفة الشروق أون لاين	371
23	يبين أنواع الألوان المستخدمة في صحيفة الشروق أون لاين	374
24	يوضح الأيقونات الموظفة في صحيفة الشروق أون لاين و دلالاتها	380



383	يبين الوسائط المتعددة المستخدمة في موقع صحيفة الشروق أون لاين	25
391	يبين أنواع النصوص الفائقة الموظفة في موقع صحيفة الشروق أون لاين	26
398	يبين العناصر التفاعلية التواصلية الموظفة في موقع صحيفة الشروق أون لاين	27
402	يبين تعليقات متصفح الشروق أون لاين فترة الدراسة حسب طبيعة المواضيع	28
414	:يبين العناصر التفاعلية المعلوماتية الموظفة في موقع صحيفة الشروق أون لاين	29
425	يوضح فئة مصادر المعلومات الموظفة في صحيفة الشروق أون لاين	30
428	يوضح البيانات والقرارات كمصادر للمعلومات في صحيفة الشروق أون لاين	31
430	يوضح وكالات الأنباء كمصادر للمعلومات بصحيفة الشروق أون لاين	32
435	يوضح الصحف و المجالات كمصادر للمعلومات بصحيفة الشروق أون لاين	33
439	يوضح المواقع الإلكترونية كمصادر للمعلومات في صحيفة الشروق أون لاين	34
442	يوضح توظيف القنوات التلفزيونية كمصادر للمعلومات في صحيفة الشروق أون لاين	35
444	يوضح المحطات الإذاعية كمصادر للمعلومات في صحيفة الشروق أون لاين	36
446	يبين الفئات الفرعية لمؤشرات معيار الحياذ و عدم الإنحياز بصحيفة الشروق أون لاين	37
448	يبين الفئات الفرعية لمؤشرات معيار الفورية بصحيفة الشروق أون لاين	38
451	يبين معيار التنوع الجغرافي بصحيفة الشروق أون لاين	39
454	يبين معيار التنوع الموضوعاتي بصحيفة الشروق أون لاين	40
456	يبين المواضيع الاجتماعية المعالجة بصحيفة الشروق أون لاين	41
461	يبين المواضيع السياسية المعالجة بصحيفة الشروق أون لاين	42
462	يبين المواضيع السياسية الوطنية المعالجة بصحيفة الشروق أون لاين	43
463	يبين المواضيع السياسية العربية في صحيفة الشروق أون لاين	44
465	يبين المواضيع السياسية الدولية المعالجة بصحيفة الشروق أون لاين	45
467	يبين المواضيع الثقافية المعالجة بصحيفة الشروق أون لاين	46
468	يبين المواضيع الفنية المعالجة بصحيفة الشروق أون لاين	47
470	يبين المواضيع الرياضية المعالجة بصحيفة الشروق أون لاين	48
472	يبين المواضيع الاقتصادية المعالجة بصحيفة الشروق أون لاين	49
474	يبين المواضيع الصحية المعالجة بصحيفة الشروق أون لاين	50
476	يبين المواضيع الأمنية المعالجة بصحيفة الشروق أون لاين	51
479	يبين المواضيع الدينية المعالجة بصحيفة الشروق أون لاين	52
481	يبين المواضيع البيئية المعالجة بصحيفة الشروق أون لاين	53
483	يبين المواضيع السياحية المعالجة بصحيفة الشروق أون لاين	54
484	يبين المواضيع المتعلقة بالتعليم المعالجة بصحيفة الشروق أون لاين	55

486	يبين المواضيع المتعلقة بالحوادث و الكوارث الطبيعية المعالجة بصحيفة الشروق أون لاين	56
487	يوضح اللغات المستخدمة في تحرير المحتوى الصحفي بصحيفة الشروق أون لاين	57
489	يبين معيار تنوع الفاعلين في الحدث في صحيفة الشروق أون لاين	58
490	يبين أهم الشخصيات المتنوعة التي اعتمدت عليها صحيفة الشروق أون لاين	59
492	يبين فنون التحرير الصحفي المستخدمة في صحيفة الشروق أون لاين	60
493	يبين أنواع التقارير الصحفية الموظفة في صحيفة الشروق أون لاين	61
495	يبين أنواع الأحاديث الصحفية الموظفة في صحيفة الشروق أون لاين	62
499	يبين أنواع المقالات الصحفية الموظفة في صحيفة الشروق أون لاين	63
505	يبين توزيع أفراد العينة حسب متغيرات السمات العامة	64
510	يبين توزيع أفراد العينة حسب معدل استخدامهم لصحيفة الشروق أون لاين	65
511	يبين توزيع أفراد العينة حسب المدة الزمنية المستغرقة في تصفحهم لصحيفة الشروق أون لاين	66
513	يبين توزيع أفراد العينة حسب الفترات التي يخصصونها لتصفح صحيفة الشروق أون لاين	67
515	يبين توزيع أفراد العينة حسب متوسط التصفح اليومي المخصص لتصفح صحيفة الشروق أون لاين	68
517	يبين الأجهزة الإلكترونية التي يستخدمها أفراد العينة لتصفح صحيفة الشروق أون لاين	69
519	يبين أهم المواضيع التي يفضل أفراد العينة تصفحها بصحيفة الشروق أون لاين	70
521	يبين اللغة التي يستخدمها أفراد العينة لتصفح صحيفة الشروق أون لاين	71
523	يبين دوافع تعرض أفراد العينة لصحيفة الشروق أون لاين	72
526	يبين الأنواع التحريرية التي يفضل أفراد العينة الاطلاع عليها في صحيفة الشروق أون لاين	73
528	يبين نتائج ردود مفردات العينة حول أبعاد معيار جاذبية التصميم بصحيفة الشروق أون لاين	74
533	يبين نتائج ردود مفردات العينة حول أبعاد معيار يُسر الاستخدام بصحيفة الشروق أون لاين	75
538	يبين نتائج ردود مفردات العينة حول أبعاد معيار الملاءمة بصحيفة الشروق أون لاين	76
543	يبين نتائج ردود مفردات العينة حول أبعاد معيار تنوع خيارات المحتوى بصحيفة الشروق أون لاين	77
547	يبين نتائج ردود مفردات العينة حول أبعاد معيار الفورية في صحيفة الشروق أون لاين	78
550	يبين نتائج ردود مفردات العينة حول أبعاد معيار الوضوح اللغوي بصحيفة الشروق أون لاين	79
554	يبين نتائج ردود مفردات العينة حول أبعاد معيار المصادقية بصحيفة الشروق أون لاين	80
560	يبين نتائج ردود مفردات العينة حول أبعاد معيار الحياد بصحيفة الشروق أون لاين	81
565	يبين نتائج ردود مفردات العينة حول أبعاد معيار المسؤولية بصحيفة الشروق أون لاين	82
569	يبين نتائج ردود مفردات العينة حول أبعاد معيار الإستقلالية بصحيفة الشروق أون لاين	83
573	يبين نتائج ردود مفردات العينة حول أبعاد معيار التنوع و الشمول بصحيفة الشروق أون لاين	84
577	يبين نتائج ردود مفردات العينة حول أبعاد معيار التفاعلية بصحيفة الشروق أون لاين	85
582	يبين نتائج اختبار (ت) للفرق بين متوسطات درجات أفراد العينة و أبعاد المعايير الفنية في	86

	صحيفة الشروق أون لاين تعزى لمتغير "الجنس"	
584	يبيّن نتائج اختبار One Way Anova لدلالة الفروق بين متوسطات درجات أفراد العينة و أبعاد المعايير الفنية للصحافة الإلكترونية في صحيفة الشروق أون لاين تعزى لمتغير "السن"	87
586	يبيّن نتائج اختبار One Way Anova لدلالة الفروق بين متوسطات درجات أفراد العينة و أبعاد المعايير الفنية للصحافة الإلكترونية في صحيفة الشروق أون لاين تعزى لمتغير "المستوى التعليمي"	88
589	يبيّن نتائج اختبار One Way Anova لدلالة الفروق بين متوسطات درجات أفراد العينة و أبعاد المعايير الفنية للصحافة الإلكترونية في صحيفة الشروق أون لاين تعزى لمتغير "الوظيفة"	89
591	يبيّن نتائج اختبار المقارنة البعدية "شيفيه" لمعرفة مستوى وجود الفروق في درجة أفراد العينة و الدرجة الكلية لأبعاد المعايير المهنية للعمل الصحفي الإلكتروني حسب متغير الوظيفة	90
593	يبيّن نتائج اختبار (ت) للفروق بين متوسطات درجات أفراد العينة و أبعاد المعايير المهنية في صحيفة الشروق أون لاين تعزى لمتغير "الجنس"	91
596	يبيّن نتائج اختبار One Way Anova لدلالة الفروق بين متوسطات درجات أفراد العينة و أبعاد المعايير المهنية للعمل الصحفي الإلكتروني في صحيفة الشروق أون لاين تعزى لمتغير "السن"	92
598	يبيّن نتائج اختبار المقارنة البعدية "شيفيه" لمعرفة مستوى وجود الفروق في درجة أفراد العينة و أبعاد الدرجة الكلية للمعايير المهنية للعمل الصحفي الإلكتروني حسب متغير السن	93
600	يبيّن نتائج اختبار One Way Anova لدلالة الفروق بين متوسطات درجات أفراد العينة و أبعاد المعايير المهنية للعمل الصحفي الإلكتروني في صحيفة الشروق أون لاين تعزى لمتغير "المستوى التعليمي"	94
602	يبيّن نتائج اختبار المقارنة البعدية "شيفيه" لمعرفة مستوى وجود الفروق في درجة أفراد العينة و أبعاد المعايير المهنية للعمل الصحفي الإلكتروني حسب متغير المستوى التعليمي	95
604	يبيّن نتائج اختبار One Way Anova لدلالة الفروق بين متوسطات درجات أفراد العينة و أبعاد المعايير المهنية للعمل الصحفي الإلكتروني في صحيفة الشروق أون لاين تعزى لمتغير "الوظيفة"	96
606	يبيّن نتائج اختبار المقارنة البعدية "شيفيه" لمعرفة مستوى وجود الفروق في درجة أفراد العينة و الدرجة الكلية لأبعاد المعايير المهنية للعمل الصحفي الإلكتروني حسب متغير الوظيفة	97

## فهرس الأشكال

الرقم	عنوان الشكل	الصفحة
01	يمثل التمثيل البياني لتوزيع المشتركين في الإنترنت بالجزائر حسب طبيعة التكنولوجيا لسنة 2017.	115
02	يوضح أقسام بوابة الشروق الإلكترونية	125
03	يوضح طريقة تنظيم عناصر المادة الإعلامية	133
04	يمثل نمط لوحة التصميم لخبر ينشر في صحيفة إلكترونية	151
05	يمثل عرض HyperText مبسط لهيكل صغير يحتوي على ستة عقد وتسع وصلات	175
06	يمثل رسم توضيحي لمكونات النص التشعبي Hypertext	179
07	يمثل التنظيم الشبكي للنص الفائق Hypertext	180
08	يمثل التنظيم الهرمي للنص الفائق Hypertext	181
09	يمثل الجمع بين التنظيم الهرمي و التنظيم الشبكي	182
10	يمثل النموذج المفاهيمي للتفاعلية في مواقع الصحف الإلكترونية	186
11	يوضح مكونات صفحة موقع صحيفة إلكترونية	201
12	يمثل نماذج التجول المحلي و الرئيسي داخل على مواقع الصحف الإلكترونية	211
13	يوضح تفاعلات المستخدم مع صفحات الويب عن طريق التنقل بين الارتباطات الشعبية و المستندات.	214
14	يوضح مدى اتزان عناصر الشاشة بمبدأ الوحدة	215
15	يوضح نموذج لصفحات ويب ذات نهايات مغلقة	216
16	يمثل نموذج حرف " L " مقلوب المستخدم في إخراج مواقع الصحف الإلكترونية	221
17	يمثل نموذج حرف " T " المستخدم في إخراج مواقع الصحف الإلكترونية	223
18	يوضح نموذج عمود التجول الأيمن	224
19	يوضح نموذج عمود التجول الأيسر	224
20	يوضح أسلوب إخراجي يعتمد على ثلاثة أعمدة تجول	225
21	يوضح الأطر المرجعية لمعايير العمل الصحفي	282
22	يمثل نموذج ستشويجر Schweiger للمصادقية	290
23	يوضح مكونات الموضوعية حسب ويستر ستاهل Wester Stahl	293
24	يوضح مكونات هوية موقع صحيفة الشروق أون لاین	338
25	يوضح مكونات هوية صحيفة الشروق اليومي الورقية	339
26	يوضح نموذج قوائم التجوال أعلى و يسار و أسفل الصفحة لموقع صحيفة الشروق أون لاین	342
27	يبرز رأس الصفحة الرئيسية لموقع صحيفة الشروق أون لاین	343
28	يبرز الجانب الأيسر من الصفحة الرئيسية لموقع صحيفة الشروق أون لاین	244

345	يبرز أسفل الصفحة الرئيسية لموقع صحيفة الشروق أون لاين	29
347	يوضح القائمة الرئيسية لموقع صحيفة الشروق أون لاين	30
349	يوضح تحديد موقع المستخدم داخل موقع صحيفة الشروق أون لاين	31
350	يوضح مثال عن روابط المقالات ذات الصلة بموضوع اقتصادي	32
351	يوضح أسلوب البوابة المستخدم في إخراج الصفحة الرئيسية لموقع صحيفة الشروق أون لاين	33
354	يوضح نوع الإعلانات الموظفة في صحيفة الشروق أون لاين	34
356	يوضح كود نوع وحجم الخط المستخدم في العناوين الفرعية للمحتوى المنشور باللغة العربية	35
357	يوضح كود نوع و حجم الخط المستخدم في العناوين الرئيسية للمحتوى المنشور باللغة العربية	36
357	يوضح كود نوع و حجم الخط المستخدم في المتن للمحتوى المنشور باللغة العربية بصحيفة الشروق أون لاين	37
358	يوضح كود نوع و حجم الخط المستخدم في العناوين الفرعية للمحتوى المنشور باللغات الأجنبية بصحيفة الشروق أون لاين	38
358	يوضح كود نوع و حجم الخط المستخدم في العناوين الرئيسية للمحتوى المنشور باللغات الأجنبية بصحيفة الشروق أون لاين	39
359	يوضح كود نوع و حجم الخط المستخدم في المتن للمحتوى المنشور باللغات الأجنبية بصحيفة الشروق أون لاين	40
367	يوضح مثال عن الصور الإخبارية الموظفة في صحيفة الشروق أون لاين	41
367	يوضح مثال عن الصور الموضوعية الموظفة في صحيفة الشروق أون لاين	42
368	يوضح مثال عن الصور الشخصية الموظفة في صحيفة الشروق أون لاين	43
369	يوضح أنواع الصور الموظفة في صحيفة الشروق أون لاين	44
370	يوضح حجم الصور الموظفة في صحيفة الشروق أون لاين	45
371	يوضح أنواع الرسوم الموظفة في صحيفة الشروق أون لاين	46
372	يوضح الوصلة المخصصة لعرض الكاريكاتير بموقع صحيفة الشروق أون لاين	47
373	يوضح مثال عن الرسوم التوضيحية (الإنفو جرافيك) الموظفة بصحيفة الشروق أون لاين	48
375	يوضح أهم الألوان المستخدمة في صحيفة الشروق أون لاين	49
377	يبرز الفواصل و الحدود المستخدمة في الصفحة الرئيسية لصحيفة الشروق أون لاين	50
378	يبرز الفواصل و الحدود المستخدمة في الصفحات الفرعية لصحيفة الشروق أون لاين	51
383	يوضح أهم الوسائط المتعددة المستخدمة في موقع صحيفة الشروق أون لاين	52
386	يوضح مثال عن معرض للصور مرافق لمحتوى صحفي في صحيفة الشروق أون لاين	53
387	يوضح نموذج لفيديو جغرافيك موظف في موقع صحيفة الشروق أون لاين	54
391	يوضح أنواع النصوص الفائقة الموظفة في صحيفة الشروق أون لاين	55
393	يوضح نموذج عن النصوص الفائقة الموظفة في صحيفة الشروق أون لاين	56
394	يوضح مثال عن الروابط الفائقة المتعلقة بكلمة "التعليم العالمي" بصحيفة الشروق أون لاين	57
396	يوضح مثال عن الروابط الفائقة الخارجية التي وظفتها صحيفة الشروق أون لاين	58
399	يوضح أهم المعلومات الواردة للاتصال بصحيفة الشروق أون لاين	59

400	يوضح المساحة المخصصة للتعليقات أسفل المواد الصحفية بصحيفة الشروق أون لاين	60
402	يوضح طبيعة المواضيع التي يعلق عليها مستخدمي صحيفة الشروق أون لاين	61
404	يوضح مثال عن روابط المواضيع الأكثر تفاعلا في موقع صحيفة الشروق أون لاين	62
405	يوضح خانة "الإستفتاءات" في صحيفة الشروق أون لاين	63
405	يوضح خانة "شارك برأيك" في صحيفة الشروق أون لاين	64
406	يوضح خدمة "منتديات الشروق" التي توفرها صحيفة الشروق أون لاين	65
408	يوضح خدمة "النشرة البريدية" التي توفرها صحيفة الشروق أون لاين	66
410	يوضح خدمة "المدونات" التي توفرها صحيفة الشروق أون لاين	67
411	يوضح الصفحة الرئيسية لصحيفة الشروق أون لاين على الفايسبوك	68
412	يوضح الصفحة الرئيسية لصحيفة الشروق أون لاين على تويتر	69
413	يوضح الصفحة الرئيسية لصحيفة الشروق أون لاين على يوتيوب	70
415	يوضح موقع أيقونة البحث في محرك البحث Google بصحيفة الشروق أون لاين	71
416	يوضح مثال عن البحث في صحيفة الشروق أون لاين باستخدام محرك البحث Google العام و المخصص	72
418	يوضح أرشيف النسخة الورقية لصحيفة الشروق أون لاين	73
419	يوضح أرشيف رسومات الكاريكاتير في صحيفة الشروق أون لاين	74
420	يوضح أرشيف الميلتيميديا في صحيفة الشروق أون لاين	75
421	يوضح أرشيف خدمة "شارك برأيك" بصحيفة الشروق أون لاين	76
422	يوضح أرشيف "الاستفتاءات" في صحيفة الشروق أون لاين	77
423	يوضح أرشيف كاتب من كتاب مقالات الرأي في صحيفة الشروق أون لاين	78
425	يوضح المصادر الموظفة في صحيفة الشروق أون لاين	79
429	يوضح البيانات والقرارات كمصادر للمعلومات في صحيفة الشروق أون لاين	80
431	يوضح وكالات الأنباء كمصادر للمعلومات بصحيفة الشروق أون لاين	81
436	يوضح الصحف و المجلات كمصادر للمعلومات بصحيفة الشروق أون لاين	82
439	يوضح المواقع الإلكترونية كمصادر للمعلومات في صحيفة الشروق أون لاين	83
443	يوضح القنوات التلفزيونية الموظفة كمصادر للمعلومات في صحيفة الشروق أون لاين	84
445	يوضح المحطات الإذاعية الموظفة كمصادر للمعلومات في صحيفة الشروق أون لاين	85
443	يوضح موقع إدراج تاريخ و وقت تحديث محتويات صحيفة الشروق أون لاين	86
452	يوضح معيار التنوع الجغرافي بصحيفة الشروق أون لاين	87
455	يوضح معيار التنوع الموضوعاتي بصحيفة الشروق أون لاين	88
456	يوضح المواضيع الاجتماعية المعالجة بصحيفة الشروق أون لاين	89
361	يوضح المواضيع السياسية المعالجة بصحيفة الشروق أون لاين	90

462	يوضح المواضيع السياسية الوطنية المعالجة بصحيفة الشروق أون لاين	91
464	يوضح المواضيع السياسية العربية المعالجة بصحيفة الشروق أون لاين	92
465	يوضح المواضيع السياسية الدولية المعالجة بصحيفة الشروق أون لاين	93
467	يوضح المواضيع الثقافية المعالجة بصحيفة الشروق أون لاين	94
469	يوضح المواضيع الفنية المعالجة بصحيفة الشروق أون لاين	95
470	يوضح المواضيع الرياضية المعالجة بصحيفة الشروق أون لاين	96
472	يوضح المواضيع الاقتصادية المعالجة بصحيفة الشروق أون لاين	97
474	يوضح المواضيع الصحية المعالجة بصحيفة الشروق أون لاين	98
477	يوضح المواضيع الأمنية المعالجة بصحيفة الشروق أون لاين	99
480	يوضح المواضيع الدينية المعالجة بصحيفة الشروق أون لاين	100
482	يوضح المواضيع البيئية المعالجة بصحيفة الشروق أون لاين	101
483	يوضح المواضيع السياحية المعالجة بصحيفة الشروق أون لاين	102
485	يوضح المواضيع المتعلقة بالتعليم المعالجة بصحيفة الشروق أون لاين	103
486	يوضح المواضيع المتعلقة بالحوادث و الكوارث الطبيعية المعالجة بصحيفة الشروق أون لاين	104
488	يوضح الاختيارات اللغوية التي تتيحها صحيفة الشروق أون لاين	105
489	يوضح فنون التحرير الصحفي المستخدمة في صحيفة الشروق أون لاين	106
491	يوضح أنواع التقارير الصحفية الموظفة في صحيفة الشروق أون لاين	107
492	يوضح أنواع الأحاديث الصحفية الموظفة في صحيفة الشروق أون لاين	108
493	يوضح أنواع المقالات الصحفية الموظفة في صحيفة الشروق أون لاين	109
496	يوضح تنوع شخصيات الفاعلين في الحدث في صحيفة الشروق أون لاين	110
499	يوضح أهم الشخصيات المتنوعة التي اعتمدت عليها صحيفة الشروق أون لاين	111
506	يوضح توزيع أفراد العينة حسب متغير الجنس	112
503	يوضح توزيع أفراد العينة حسب متغير السن	113
508	يوضح توزيع أفراد العينة حسب متغير المستوى التعليمي	114
509	يوضح توزيع أفراد العينة حسب متغير الوظيفة	115
510	يوضح توزيع أفراد العينة حسب معدل استخدامهم لصحيفة الشروق أون لاين	116
512	يوضح توزيع أفراد العينة حسب المدة الزمنية المستغرقة في تصفحهم لصحيفة الشروق أون لاين	117
513	يوضح توزيع أفراد العينة حسب الفترات التي يخصصونها لتصفح صحيفة الشروق أون لاين	118
515	يوضح توزيع أفراد العينة حسب متوسط التصفح اليومي المخصص لتصفح صحيفة الشروق أون لاين	119
517	يوضح الأجهزة الإلكترونية التي يستخدمها أفراد العينة لتصفح صحيفة الشروق أون لاين	120
519	يوضح أهم المواضيع التي يفضل أفراد العينة تصفحها بصحيفة الشروق أون لاين	121

521	يوضح اللغة التي يستخدمها أفراد العينة لتصفح صحيفة الشروق أون لاین	122
523	يوضح دوافع تعرض أفراد العينة لصحيفة الشروق أون لاین	123
526	يوضح الأنواع التحريرية التي يفضل أفراد العينة الاطلاع عليها في صحيفة الشروق أون لاین	124

جامعة الأمير عبد القادر للعلوم الإسلامية