

مقرر مقدمة في الإعلام الإلكتروني

القسم النظري

السنة الأولى

الفصل الثاني

الإعلام الإلكتروني - خصائص ومميزات

مقدمة:

انعكس تأثير ظهور الإنترنت والاستخدامات الإعلامية لهذه الشبكة على مختلف وسائل الإعلام بشكل عام؛ كون الإعلام الذي تقدمه الإنترنت استطاع أن يختزل في شكله ومضمونه كل مميزات وسائل الإعلام الإلكترونية، وأضافت إليها الإنترنت مميزات مهمة جداً تركت أثرها في كل مكونات العملية الاتصالية.

تعريف الصحافة الإلكترونية

هي الصحافة المنشورة عبر وسائل وقنوات النشر الإلكتروني بشكل دوري، تجمع بين مميزات وسائل الإعلام التقليدية جميعها وتحتوى على الأحداث الجارية، ولها مميزات استخلصتها من مميزات الإنترنت ومميزات الحاسب الآلي، ويتم الاطلاع عليها من خلال جهاز كمبيوتر متصل بالإنترنت.

تعريف آخر يعتمد على مميزات الإعلام الإلكتروني

جمع وإعداد وتحرير أنواع تحريرية، وفق آلية مصممة لتناسب الإنترنت، من خلال تحميل رسائل الكترونية إلى جمهور مجهول وغير محدد جغرافياً، لتقديم لهم الأخبار والتقارير والتحليلات والحقائق والأحداث الجارية، بآنية وبسرعة نقل وتفاعلية وسرعة استرجاع وأرشيف الكترونية يمكن القارئ من البحث في مئات الصفحات المنشورة سابقاً، وتخطت الحدود لتحظى بصفة الكونية ومساحات لا محدودة من الصفحات ناهيك عن أنها وسيلة متعددة الوسائط بحيث استطاعت تقديم خدمات إذاعية وتلفزيونية وصولاً للبث الفضائي الحي.

الإعلام الجديد *New Media*.. إمكانيات هائلة واستخدام هزيل

عندما تظهر وسيلة إعلامية جديدة يقوم روادها عادة بتقليد النمط الشائع في وسائل الإعلام التي سبقتهم قبل أن يقوموا بتطوير أنماطهم الخاصة التي يستغلون فيها القدرات الجديدة التي تضيفها لهم الوسيلة الإعلامية الجديدة، وقد حدث هذا عندما ظهر التلفزيون، فقد كانت أخباره في البداية تقليداً لأخبار الراديو الذي كان الوسيلة الإعلامية السابقة له، ولم يكن هناك فرق بين أن تستمع إلى الأخبار في الراديو أو التلفزيون، سوى أنك ترى المذيع وهو يقرأ، وبعد فترة بدأ رواد العمل التلفزيوني تدريجياً بالالتفات إلى أهمية تفعيل وتطوير الإمكانيات الفريدة والمميزة للتلفزيون كوسيلة إعلام، فبدأ استخدام الصورة على نطاق واسع لتوصيل المعلومة ونقل المشاهد إلى جو الحدث، وتم تطوير تحرير الخبر ليناسب الكتابة للصورة المتحركة.. نفس الأمر حدث مع الصحافة الإلكترونية، فقد كانت بواكيرها الأولى مجرد نسخ إلكترونية من الصحف الورقية، فهي تنشر في نفس وقت نشر الصحيفة الورقية، وتحرر بنفس صياغتها، وتتحكم فيها نفس السياسة التحريرية، وتهدف في الأغلب إلى مخاطبة ذات الجمهور، ومع مرور سنوات قليلة تطورت الصحافة الإلكترونية، فأصبح لها دورية صدور مختلفة في الأغلب عن الصحف الورقية، وطوّرت جمهورها الخاص الذي يحمل بالضرورة أجندة مختلفة، والمهم أنها طوّرت سياستها التحريرية تبعاً لتغير الجمهور وطبيعته وعاداته. وكذلك طوّرت تقنياتها الخاصة مستفيدة من إمكانيات الكمبيوتر وشبكة الإنترنت التي تجمع بين مميزات الصحيفة والراديو والكتاب والتلفزيون المحلي والفضائيات. وصارت الصحافة الإلكترونية بذلك تستخدم كل تقنيات وسائل الإعلام السابقة بشكل متكامل⁽¹⁾.

وقد شغلت مميزات الصحيفة الإلكترونية الباحثين الإعلاميين كثيراً، كونها أعادت للكلمة المكتوبة وزنها وقيمتها وأهميتها، وذلك بعد احتواء كل مميزات الصحيفة المطبوعة والراديو

(1) _ الصحافة الإلكترونية: النشأة والمفهوم.

والتلفزيون، مضافاً إليها مميزات أسهمت في تغيير الكثير من القواعد التي كانت قد أخذت طابع الثبات. وتتعلق أهمية الصحافة الإلكترونية من طبيعة المميزات التقنية التي تمنحها إياها الإنترنت، والتي تنعكس بشكل أساسي على المضمون الذي تقدمه سواء من حيث الكتابة أم من حيث تقديم المضمون.

تأثير ظهور الإعلام عبر الإنترنت في عناصر العملية الاتصالية:

أحدث ظهور الإعلام عبر الإنترنت من خلال استقاداته من مميزات الإنترنت تغييراً في مكونات العملية الاتصالية، ولا يعني الإعلام عبر الإنترنت مجرد استبدال الصحيفة المطبوعة المقروءة على صفحات الجرائد والمجلات إلى مادة إلكترونية، ويتم التعامل معها في إطار شاشة سواء أخذ هذا التعامل شكل القراءة أم الاستماع، بل إن المسألة تتجاوز ذلك بكثير حيث ستمس التحولات كافة أطراف العملية الاتصالية الصحفية لتشمل الوسيلة والرسالة والمتلقي والتغذية المرتدة ونمط التسويق أيضاً.

ومن هنا فإن دخول الإعلام الإلكتروني حياتنا اليومية أعاد صياغة العملية الإعلامية بشكل كامل، وأوجد قوانين جديدة ألغت ما كان سائداً قبل عصر إعلام الإنترنت، بحيث أصبح امتلاك المعلومات هو السلاح الأهم، وتحولت هذه المعلومات إلى قوة اقتصادية وصناعية وثقافية، وتم طرحها كبديل عن رأس المال في العصور السابقة.

المرسل متلقي والمتلقي مرسل

The receiver is the sender & the sender is the receiver

فقد غيّر ظهور الإعلام عبر الإنترنت من مفهوم المرسل *sender* حيث أزلت الإنترنت تلك الحواجز التي كانت تفصل بين القائم بالاتصال والجمهور، وأفقدته حالة العزلة التي كانت الصحافة المطبوعة تعطيها له، فقد قام الإعلام عبر الإنترنت بتقديم قنوات المشاركة بين الصحفي والمتلقي، وجعل من المتلقي مشاركاً للمرسل في دوره ووظيفته، لا بل وصل في بعض الأحوال إلى تبادل الأدوار، بحيث تحوّل المرسل إلى متلقي والمتلقي إلى مرسل يستقبل المادة الإعلامية التي يرسلها له ويحمّل ما يتناسب منها مع توجهات وسياسة الوسيلة الإلكترونية.

وكذلك غيّر الإعلام عبر الإنترنت من تعريف ومفهوم المراسل *reporter* فقد أتاح إمكانية الاتصال المتبادل بين الوسيلة الإعلامية والجمهور تحويل المتصفح إلى مراسل يقوم بتزويد الإعلام عبر الإنترنت بتقارير إعلامية، وبهذا الصدد قامت صحيفة إلكترونية كورية تسمى *Ohmy News* في كوريا الجنوبية، بإتباع سياسة "المراسل المتصفح"، حيث يعمل في هذه الصحيفة ما يقرب من خمسة وثلاثين محرراً دائماً ونحو ثلاثة وعشرين ألف مراسل من المتصفحين. والأهم من ذلك كله أن نسبة 80% من الأخبار التي تم تحميلها في الموقع كتبها مواطنون عاديون عملوا كمراسلين للصحيفة، كما أن المتصفح يمكنه إضافة تعليق أو انتقاد للموضوع⁽²⁾ وكذلك تنتج صحف إلكترونية أميركية كثيرة نسخاً تكاد تكون في معظمها مواد إعلامية يزودها بها السكان المحليون، ففي ولاية ميسوري *Missouri*، يمثل موقع الإنترنت *MyMissourian.Com* مجموعة ينتجها مواطنون من القصص الإخبارية، والآراء،

(2)-مروة القاندة، جهينة علي، الصحف تتراجع وتنهزم أمام الوسائل الحديثة، ورشة الإعلام الإلكتروني، جريدة الوطن، فبراير/شباط 2006.

والتعليقات، والصور المنشورة جميعاً على الإنترنت، تحت مظلة الصحيفة المحلية وموقع الصحيفة الإلكتروني على شبكة الإنترنت.

الإعلام عبر الإنترنت ومفهوم الوسيلة

أحدث الإعلام عبر الإنترنت تغييرات في مفهوم الوسيلة، حيث اختزل مميزات الوسائل الإعلامية جميعها من حيث إمكانية تقديم النص المكتوب والصورة الثابتة والمتحركة وملفات الصوت والصورة، وإمكانية حصول المتلقي في جميع أنحاء العالم على ما يقدمه الإعلام عبر الإنترنت في أي مكان من العالم متجاوزاً حواجز الزمان والمكان جميعها، ومتخطياً بذلك ما كان قد تحدث عنه مارشال ماكلوهان **Marshall McLuhan** حول تحوُّل العالم إلى قرية صغيرة، بحيث تحول العالم إلى شاشة كمبيوتر صغيرة يقرأ من خلالها المتلقي في اليابان وروسيا وجنوب أفريقيا والبرازيل خبراً عبر صحيفة إلكترونية - إذا أراد واستطاع- بنفس لحظة تقديمه عبر صفحتها.

الإعلام عبر الإنترنت والرسالة الإعلامية

بالنسبة للرسالة فإن أهم ما يميز الرسالة المقدمة عبر الإعلام عبر الإنترنت أن المتلقي هو الذي يختار الرسالة التي يريدّها من خلال بحثه عنها من بين كم هائل من الرسائل المتاحة، وبهذا يكون الإعلام عبر الإنترنت قد حقق تنوعاً أكبر في الرسائل المقدمة للمتلقي وأحدث تنوعاً من خلال التقديم بحيث تعددت مصادر الرسالة وهوية مرسلها، بحيث يحقق حالة من التكامل بين مختلف الرسائل المقدمة عبر أكثر من مصدر، وتتنافس محركات البحث فيما

بينها لتقديم أكبر كم من المواد والمميزات، وذلك لاجتذاب أكبر عدد ممكن من المتلقين وبالتالي اجتذاب المعلنين والعوائد المادية.

المتلقي من سلبي إلى إعلامي

وقد حوّل الإعلام عبر الإنترنت عبر مميزاته والتي تعتبر أهمها على الإطلاق التفاعلية **Interactivity** المتلقي في وسائل الإعلام التقليدية من سلبي منفعل يتلقى الحدث في سيالة إعلامية يتجه فيها سيل المعلومات باتجاه واحد من الوسيلة إلى المتلقي، إلى متلقي إيجابي وفاعل ومشارك في صياغة الحدث وتشكيله وتكوينه، ليحتل مكانة متميزة جعلت منه مشاركاً في الحدث، ومؤثراً في تقديم المعلومات كمراسل إعلامي أو كمحرر، حيث ظهر مفهوم القارئ المحرر من خلال تقديم المعلومات أو التعليق المباشر على ما يتم نشره من موضوعات، أو من خلال مننديات الحوار والنقاش، أو حتى من خلال نشر مادة كاملة من خلال مساحات تخصصها الصحيفة الإلكترونية لمساهمات القراء أو حتى تخصيص مواقع بكاملها لغير الصحفيين مثل المدونات والمساحات المجانية التي تقدمها بعض المواقع. وقد أنتج الإعلام عبر الإنترنت نوعاً جديداً من التصفح فهو وسائل تختار جمهورها، وليس جمهور يختار وسيلة لما تحتاجه من مميزات يجب توافرها في المتصفح للإنترنت، وكذلك فإن طريقة تصفح الإنترنت أوجدت ظاهرة تفتت الجمهور **Demassification**، فقد كان من أهم مميزات الراديو أنه يوجد حالة من التشاركية بين الأفراد الذين يتابعون محطة إذاعية في مكان واحد، وبعد ذلك قيام التلفزيون بسحر أفراد الأسرة جميعاً والتفافهم حوله، ومن ثم جاء الإعلام عبر الإنترنت ليتوجه إلى قارئ واحد، حيث يمكن وصف ما يقدمه الإنترنت بأنه عالم كامل أمام متلقٍ واحد، مما غيّر في أنماط مشاهدة الجمهور، وسيترك هذا التغيير أثره في أنماط متابعة وسائل الإعلام في المستقبل.

التغذية المرتدة والإعلام عبر الإنترنت

بالنسبة لرجع الصدى أو ما يطلق عليه بالتغذية المرتدة ومعرفة استجابة المتلقي للمادة المنشورة، استطاع الإعلام عبر الإنترنت أن يعرف رد الفعل الفوري للمتلقي على الرسالة المقدمة، من خلال التفاعل المباشر والآني بين المرسل والمتلقي، عبر قنوات اتصالية يحصل من خلالها المرسل على تواصل مباشر، لدرجة جعلت الكثير من المواقع الإلكترونية تطلب من المتلقي التقييم المباشر للمادة التي يتصفحها، وتظهر نتائج التقييم للمتلقي بشكل مباشر، وكذلك تقدم بعض المواقع لمتصفح الموقع عدد مرات قراءة كل مادة، وكثيراً ما يعتمد المتلقي في اختياره للمادة التي سيطلع عليها على أكثر المواد التي حازت على أعلى نسبة قراءة، وبذلك يدرك المرسل أن هذه المواد هي الأكثر قارئية، وبالتالي يعدل من مضمون مادته بما يتناسب واهتمامات المتلقي.

اختراع الطباعة والإعلام عبر الإنترنت

وقد غيّرت بيئة الاتصال الجديدة الكثير من المفاهيم الإعلامية، ومنها الكتابة لوسائل الإعلام.. وعبر عن ذلك مارشال ماكلوهان **Marshall McLuhan** بقوله: "إن اللقاءات التي تجري بين اثنين من الوسائل الإعلامية هي عبارة عن لحظة من لحظات الحقيقة، ولحظات الكشف التي ينجم عنها تولّد شكل جديد"، ويقول مارك فيتزجيرالد: "إن هذا التغيّر التقني أدى إلى تغيير مفاهيم الكتابة الصحفية وأساليب بناء المادة الإعلامية، ولكن كل من يقول إنه يعرف ماهية هذا التغيير يكون غير صادق في كلامه"⁽³⁾.

وعن تأثير تلك التغييرات التي أوجدتها البيئة الإلكترونية في التحرير يقول محمود علم الدين إن نمو الصحافة المباشرة على الإنترنت سواء أكانت جرائد إلكترونية تفاعلية أم غير تفاعلية، قد طوّرت لغة جديدة لتحرير النصوص الصحفية وإخراجها وعرضها، وبلغت أخرى طوّر لغة جديدة للنشر الصحفي يطلق عليها لغة هايبرتكست **HypertextLanguage** أو لغة

⁽³⁾-Fitzgerald Mark, Op -Cit pp72-75

النص المترابط المهجن *Hypertext Markup Language* أو لغة *HTML* التي تمتلك القدرة على برمجة الكلمات في بقع ساخنة *Hot Spot* من خلال الضغط على النقط الساخنة، أو ما يطلق عليه الوصلات *Links*، فينتقل الكمبيوتر مباشرة إلى الفقرة ذات الصلة من المعلومات التي قد تكون موجودة في أية شبكة، كما أنها تتيح للمستخدم أن يسير بطريقه عبر مادة أو مقال على الإنترنت أو في صحيفة منشورة عليها، بحيث يمكنه القفز إلى القضايا والموضوعات الأكثر أهمية له، وامتد ذلك المفهوم إلى المواد المرسومة والمصورة ولقطات الفيديو والصوت على الشبكة التي أصبح يطلق عليها وسائل مهجنة أو مرتبطة *Hypermedia*، مما أدى إلى وجود لغة جديدة للنشر الصحفي للجرائد الإلكترونية على الإنترنت تشكل أسلوباً جديداً للعمل الصحفي⁽⁴⁾.

التمكين والتشبيك والقدرة على التحكم في ظروف التعرض

في الصحافة المطبوعة ليس للجمهور خيار سوى قراءة ما هو مكتوب بالصحيفة، لكن الصحافة الإلكترونية تقبل بفكرة تمكين الجمهور من بسط نفوذه على المادة المقدمة وعملية الاتصال ككل، من خلال الاختيار ما بين الصوت والصورة والنص الموجود مع المحتوى سواء أكانت أخباراً أم تقاريراً أم تحليلات، والمصادر المتعددة فالمتلقي ليس أمامه قصة إخبارية واحدة فقط حول القضية، بل بين يديه ملايين القصص التي تحملها كل المواقع بمختلف أطيافها وتوجهاتها وسياساتها عن الموضوع نفسه في السابق، وروابط لمواقع أخرى يمكنه أن يجد بها معلومات إضافية، وبين يديه أيضاً خدمات متعددة يمكنه الاختيار من بينها.

السرعة والفورية والتحديث المستمر:

(4)-محمود علم الدين، الصحافة في عصر المعلومات: مرجع سابق، ص290.

يتميز الإعلام عبر الإنترنت بسرعة انتشار المعلومات ووصولها الى اكبر شريحة وفي أوسع مجتمع محلي ودولي في أسرع وقت وأقل تكاليف. والتحديث الفوري للمعلومات تبعا لتطور الأحداث، وسرعة تعديل وتجديد الخبر الالكتروني. ويستطيع مضاعفة القدرة على التحقق من الوقائع بشكل فوري عبر تعدد المصادر والإحالات الموجودة على الموقع الالكتروني.

"يعتبر الإعلام عبر الإنترنت وسيلة اتصال متدفقة ولحظية فهي لا تحتاج إلى عمليات معقدة حتى تصبح متاحة للمتلقي مثل الصحافة المطبوعة. وبالتالي فإن التعديل في محتوى المواقع الإلكترونية يتم بشكل مستمر **up 2 date** بحيث يمكن أن يحقق الموقع سبقاً خبرياً قبل وسائل الإعلام الأخرى. وقد ألغت هذه السهولة الكبيرة في تحديث المادة الصحفية الحاجة إلى وضع ترقيم لأعداد الصحيفة الإلكترونية، واستبدلت الصحف الترقيم بوضع تاريخ آخر تعديل طراً على المادة المنشورة، وهو ما يدفع المتصفح إلى زيارة موقع الصحيفة الإلكترونية أكثر من مرة في اليوم الواحد حتى يطلع على آخر المستجدات والأحداث"⁵.

وقد أصبح المظهر الأساسي لتطور الإعلام و الأكثر بروزا في حياتنا المعاصرة هو السرعة، أي سرعة تدفق الأخبار والمعلومات وتداولها. فعندما اغتيل الرئيس الأمريكي أبرهام لنكون في أبريل سنة 1865 استغرق وصول خبر مقتله ستة أشهر حتى يعم الولايات المتحدة الأمريكية وحدها، وعندما اغتيل الرئيس الأمريكي كنيدي في 1963 و صل خبر مقتله إلى جل الأمريكيين خلال الساعة التي تم فيها. واليوم يمكنني القول إن الخبر الذي لا يعرف به الجمهور مباشرة **ONLINE** أصبح خبراً تالفاً وفاسداً بفضل الفورية **ONLINE** التي تتمتع بها المواقع الإلكترونية واليوم تثبت الدراسات الإعلامية أن معظم الأمريكيين في الولايات

جمال علي الحاج أحمد، الصحافة الفلسطينية الإلكترونية على شبكة المعلومات العالمية "الإنترنت"، بحث تخرج للحصول على درجة⁵

البكالوريوس في الإعلام، كلية الإعلام والفنون، جامعة الأقصى، غزة 2004، ص 37.

المتحدة يتوجهون إلى الإنترنت في حال وجود حدث طارئ كما حدث يوم أحداث أيلول سبتمبر 2001 وهذا ما دفع التلفزيون إلى محاولة مجارة الإعلام الإلكتروني في أنيته وحاليته وفوريته باستخدام وسائل النقل المباشر والشريط الإخباري والخبر العاجل *breakingnews*

لقد أصبح الإعلام يملك سرعة الإنترنت والصحفي يحلل اللحظة عوض اليوم على حد تعبير إجناسيوراموني* *Ignacioramonet*⁶.

من السبق الصحفي إلى الآنية

يواجه الصحفي يومياً مشكلتين تقليديتين رئيسيتين، تتبعان من طبيعة مهنة الصحافة

• **الأولى:** ضيق المساحة المخصصة للنشر، حيث لا تستطيع الصحيفة أن تنشر كل ما يرد إليها من مواد صحفية، فتختار بعضها و تنشره في المساحة المناسبة، مع باقي الأخبار والموضوعات. ومن ثم قد يحصل الصحفي على أخبار مهمة ولكنه لا يستطيع نشرها، لعدم وجود مساحة لها، أو لأن هناك أخباراً وموضوعات أكثر أهمية أو تنشر بعد اختصارها وتركيزها في سطور قليلة قد لا ترضي غرور الصحفي الذي بذل جهداً كبيراً في الحصول عليها* .

• **الثانية:** عنصر الوقت؛ فالأخبار وهي صناعة الصحافة الأساسية سلعة سريعة البوار. فما يسعى إليه الصحفي ويحصل عليه من معلومات ووقائع تشكل اليوم سبقاً صحفياً مهماً، قد يصبح لا قيمة له غداً أو بعد ساعات. فهناك دوماً الجديد ومن ثم يعمل الصحفي وسيف الوقت أو عنصر الزمن مسلط عليه بشكل مستمر.

*يرجع إجناسيوراموني *Ignacio Ramonet* إلى كلمة صحفي إلى *Journaliste* أي *analyste d'un jour* مع النشر المباشر *en temp réel* لا بد من تحليل اللحظة إذ صارت تشكل ريثم و نسق المعلومة و من ثم يقترح تسمية الصحفي ب *Instantanéiste* أو *Cyriaque paré, Op.cit.immediatiste*.

⁶*Cyriaque paré, Op.cit.*

* وفرت التكنولوجيات الرقمية ساعات تخزين غير منتهية -جد عالية- و سرعة فائقة في معالجة المعلومات. الشيء الذي وفر حلاً لمشكلة مساحة النشر في الشبكة أنظر العمق المعرفي في الفصل الثالث.

اعتبرت الأدبيات الإعلامية **الجدة والحدثة** أحد العناصر التي تشكل أهم القيم الإخبارية*. "إذ تعد جدة الحدث معياراً مرتبطاً بالمنتج المعلوماتي وهو في الوقت نفسه مرتبط بالقيم/الخبر، حيث يجري تقويم التأخير الزمني الذي يحدد جدة الحدث من عدمها"⁷. فعلى أساسها تتحدد أهمية الخبر وقابليته للنشر والتوزيع من قبل وسائل الإعلام المختلفة. وللمحافظة على عنصر الجدة يشترط توفر **الفورية في وصول الخبر إلى المتلقي** حتى يتحقق سبق و الإنفراد.

شكلت **السرعة و اللحظية** في إيصال المعلومة إلى المتلقي أحد أهم الميزات التي استقطبت الجمهور إلى وسيلة إعلامية دون الأخرى. إذ تفوق الراديو والتلفزيون على الصحافة المكتوبة في الآنية التي تصاحب عملية نشر وإذاعة الأخبار حتى ظهور الإنترنت والتي قلبت الموازين. فالتلفزة أو الراديو يعرضان الأخبار على مدار الساعة ولكنهما لا يستطيعان تقديم كل شيء دفعة واحدة. علينا انتظار موعد الأخبار، وعلينا الانتظار لبعض الدقائق بعد بداية النشرة لكي نستمع أو نشاهد الخبر الذي نعتبره مهماً، إذ إن هناك أجندة القائمين على التلفزة أو الإذاعة لتقديم الأخبار. على عكس الإنترنت التي تقترب من تحقيق **التزامن** بين وقوع الخبر ووصوله إلى قاعة التحرير وزمن نشره. فأنظمة النشر الإلكترونية تسمح بنشر الخبر مجرد الإنهاء من كتابته، متحررة بذلك من دورة إنتاج الخبر في وسائل الإعلام الأخرى. كما لا يوجد ما يمنعنا من الإطلاع على عشرة عناوين دفعة واحدة، وأن نقرأ، أو نسمع، أو نرى الخبر الذي يحتل الأولوية حسب تقديرنا. ولذا تحاول الفضائيات و

*القيم الإخبارية مجموعة المعايير المادية و الذهنية التي على أساسها يتم تحويل الحدث إلى خبر صحفي، فهي مجموعة الصفات التركيبية المرتبطة بالتفاعل بين الحدث و الجمهور و هي التي تكشف عن جوهر الحدث و عن إستخدامها الإجتماعي أي تحويله إلى موضوع للإطلاع و المعرفة و الفهم. للقيم الإخبارية مجموعة من العناصر التي تقوم عليها كي تجعل من الحدث يرتقي إلى مستوى الخبر الذي يهم الجمهور أهمها -الجدة، الشهرة، الصراع، الغرابة، التأثير....-.

⁷فريال مهنا، مرجع سابق، ص 279.

المحطات الأرضية اليوم أن تستعيد المبادرة من خلال الشريط الإخباري المتحرك أو من خلال الإعلان عن الأخبار العاجلة و التي غالبا ما تعجز عن تلبية الفضول.

إن منطق المنافسة، والإرسال المباشر واللهث وراء المستجدات دفع بعض الصحف العربية إلى إصدار طبقات مسائية إضافية لطبعتها الصباحية أثناء غزو العراق، كما احتلت الصورة الصوتية مكان الصورة الآتية من أرض المعركة في القنوات التلفزيونية. في محاولة من وسائل الإعلام للحاق بتسارع الأخبار والأحداث المتدافعة⁸.

موقع متغير □□/□□

لقد فرضت الإنترنت منطقاً آخر باعتبارها وسيلة آنية ومتدفقة. فلقد صار لزاماً على الصحفي أن ينتج معلومة خاضعة للتحديث باستمرار، ولم يعد يتقيد بزمان لتسليم المقالات، بل صار يتعامل مع صحيفة متغيرة باستمرار، وأصبحت مهمته الأساسية السباق مع الزمن لتزويد الموقع بالمستجدات. ويتأكد هذا السباق من خلال ما ينتجه وينشره من أخبار. فنجد مثلاً أن أحد الصحفيين الإلكترونيين نشر ما يقارب الـ 30 معلومة جديدة يومياً في سنة 2003، و سبق له و أن نشر ما يقارب الـ 70 معلومة في سنة 2002. صحفي آخر صرح بتحريره لـ 30 خبراً يومياً⁹.

إن الكم المتدفق من المعلومات يتحكم في تصميم الموقع و طريقة تقديم المضمون فالمتصفح لابد أن يشعر بتحديث الموقع و أن يتحصل على المعلومة فور وقوعها

⁸نصر الدين لعياضي، "بعض الافتراضات لدراسة علاقة الإعلام بالحرب"، المجلة الجزائرية للاتصال، قسم علوم الإعلام و الاتصال، كلية العلوم السياسية و الإعلام، جامعة الجزائر، العدد 18، جانفي-جوان 2004، ص 125.

⁹Florence Le Cam, *l'identité du groupe des journalistes du Québec au défi d'Internet*, thèse de doctorat en cotutelle, Faculté des études supérieures de l'Université Laval, Québec, Ecole doctorale "Droit, Science Politique et Philosophie", Université de Rennes 1, p 290.

و لتحقيق ذلك تتبع مواقع الصحف الإلكترونية بعض التقنيات نذكر منها:

- التحديث المستمر للخدمات الصحفية المقدمة و خاصة الإخبارية منها في مدى زمني لا يتجاوز الساعة الواحدة¹⁰. و تعتبر صحيفة (إلمندو) *elmundo* الإسبانية مثال لعملية التحديث كل ساعة.
- تقديم التواريخ المتعلقة بعملية التحديث: تاريخ النشر و تاريخ آخر تحديث.
- إلغاء وضع ترقيم لأعداد الصحيفة الإلكترونية واستبدال الترقيم بوضع تاريخ آخر تعديل أعلى المادة المنشورة وهو ما يدفع القارئ إلى زيارة موقع الصحيفة الإلكترونية أكثر من مرة في اليوم.
- التركيز على إظهار المستجدات بوضعها أعلى الصفحة الرئيسية وإضافة المؤثرات الصوتية أو المرئية لجلب المتصفح.
- تجنب وضع المعلومات غير الآنية *defraiché* في صفحة الإستقبال أو الصفحة الرئيسية *Home page* ففي بعض الصحف يتجنب رؤساء التحرير بقاء بعض العناوين لأكثر من ساعتين¹¹.
- تجنب بقاء المقالات جامدة فإما تحدّث أو تنتقل من الصفحة الرئيسية إلى الصفحات الأخرى.
- استعمال خدمة النشر المتزامن بطريقة بسيطة *RSS* و النشرات الإخبارية الإلكترونية لإعلام القارئ بكل مستجدات الموقع.
- تغيير محتويات الصفحة الرئيسية لإعطاء انطباع للزائر بالتحديث المستمر مثل ما تفعل معظم المواقع الإخبارية، إذ تغير على إستمرار الصورة الرئيسية في الصفحة الرئيسية.
- إستعمال خانة *new* أو *dépêche* أو في المواقع العربية آخر خبر أو الجديد مع تحديد زمن إدراج الخبر ضمن محتويات الموقع مثل ما تفعل صحيفة *liberation.fr*.

¹⁰ محمد عبد الحكيم محمد، مرجع سابق ص 19.

¹¹ Florence Le Cam, Op.cit P 291.

- استعمال خانة **dernièreminute** في الصفحة الرئيسية مع سهولة إدراج المستندات مع ذكر زمن التحديث بالساعة والدقيقة. أما لوفيفارو فتحت عنوان آخر الأخبار **Dernière Information** تقدم آخر المستندات مع تحديد زمن التحديث والشكل التالي يوضح ذلك:

الشكل رقم (6): خدمة آخر الأخبار **Dernière Information** التي يوفرها موقع صحيفة لوفيفارو **le Figaro**



- الشخصية:

لا تستطيع الصحيفة المطبوعة أن تقدم نسخة مفصلة أو معدة حسب احتياجات كل قارئ على حدة، بيد أن بيئة عمل الصحافة الإلكترونية بإمكانها أن تجعل كل زائر للموقع قادراً على أن

يحدد لنفسه وبشكل شخصي الشكل الذي يريد أن يرى به الموقع، فيركز على أبواب ومواد بعينها ويحجب أخرى، وينتقي بعض الخدمات ويلغي الأخرى، ويقوم بكل ذلك في أي وقت يرغبه، وبإمكانه أيضا تعديله وقتما يشاء، وفي كل الأحوال هو يتلقى ويستمتع ويشاهد ما يتوافق مع اختياراته الشخصية وليس ما يقوم الموقع ببثه.

تنبأ كتاب نيكولاس نيجروبونتي* *Nicholas Negroponte* "الحياة الرقمية *Being Digital*" بأن التطور التكنولوجي سيؤدي إلى أفول الإعلام الجماهيري و ظهور الإعلام الشخصي *personal media* كبديل له. و أرجع المؤلف توقعاته إلى تفاعل ثلاثة عوامل¹²:

- تصاعد إقبال منتجي المواد الإعلامية على تخزينها في الصورة الرقمية، و بالتالي التعامل معها من خلال نوع واحد من الوسائط.
 - تسارع تطوير البيانات الوصفة *Metadata* و التي تسمح للشخص الذي يقوم بتخزين المواد في الصورة الرقمية بإضافة بيانات فرعية تيسر الوصول لها بسرعة واستدائها دون الحاجة للبحث في محتويات كل مادة على حدة.
 - إنتشار استخدام الإنترنت و الشبكة المعلوماتية العالمية.
- "ورأى المؤلف نتاج تفاعل هذه العوامل الثلاثة سيتلخص في ظهور أنماط جديدة لكيفية اختيار وتلقي المواد الإعلامية. وبالتالي لن تكون مضطرا لشراء جريدتك اليومية التقليدية لتقرأ منها

*Nicholas Negroponte: مؤسس و مدير المخبرميديا لاب Media Lab التابع لـ M.I.T (Massachusetts Institute of Technology) بيوستن و مؤلف مجموعة من الكتب، حاول من خلالها إستشراف التحولات التي مست ميدان الإعلام و خاصة الإلكتروني منه. و قد صدقت الكثير من تنبؤاته مباحدا بالبعض إلى تسميته القس الرقمي *le Pape numerique* ومن أهم كتبه (1997) *L'homme Numerique* و *Being Digital* هذا الأخير ترجم إلى عدة لغات.

¹²وليد الشوبكي، مرجع سابق.

مقالاً أو اثنين ثم تلقي بباقي صفحاتها في سلة المهملات، و إنما سيكون بوسعك أن تحدد بدقة نوعية الموضوعات التي تفضل قراءتها لتصلك دون غيرها على حاسوبك الشخصي¹³.

شخصنة خدمات الويب

إن جمهور وسائل الإعلام ليس جماعة متناسقة تستهلك نفس المضامين وتتأثر بها بشكل مباشر وموحد و شبيه. فمبدأ الإنتقائية *Sélectivité* يؤكد على أن استخدام هذه الوسائل يخضع للاعتبارات الفردية و سمات الشخصية وظروفها الذاتية. "هذا يعني أن النشاط الإصطفائي و التفسيري للمتلقى -المؤسس سوسيولوجيا على بنية حاجات الفرد- قد دخل ليشكل جزءاً من العملية الاتصالية وعنصراً مؤثراً لا يمكن إلغاؤه"¹⁴. كما يرى جون بيتنز¹⁵ *John Putens* أن تأثرنا بوسائل الاتصال الجماهيرية يخضع لعوامل الإنتقائية التالية:

- التعرض الإنتقائي.
- الإدراك الإنتقائي.
- التذكر الإنتقائي.

مما دفع وسائل الإعلام إلى التخصص في توجيه المحتوى الإعلامي و تعزيز خيارات المتلقي بإثراء هذه المحتويات. و لقد تنامي هذا الاتجاه مع الإمكانيات الهائلة التي توفرها التكنولوجيا الحديثة، و التي تتيح لرواد المواقع أن يحددوا بشكل شخصي نوع المضامين و طريقة عرضها على شاشة الكمبيوتر بما يتوافق مع اختياراتهم و رغباتهم الشخصية.

¹³المرجع نفسه.

¹⁴فريال مهنأ، علوم الإعلام و الاتصال و المجتمعات الرقمية، ط 1، دمشق: دار الفكر، 2002، ص 155.

¹⁵حسن عماد مكاي، ليلي حسين السيد، الاتصال و نظرياته المعاصرة، ط 3، القاهرة: الدار المصرية اللبنانية، أكتوبر 2002، ص 236.

و يشترط في عملية الشخصنة توفر شرطين¹⁶:

• تنوع الخدمات.

• حرية الاختيار.

تعود الجذور الأولى لفكرة شخصنة المعلومات إلى بداية الثمانينات على يد نيكولاس نيجروبونتي **Nicholas Negroponte** و الذي مهدت أبحاثه فيما بعد لظهور الصحيفة الشخصية. كما أثارت الفكرة اهتمام إحدى الشركات الأمريكية فاعتمدت على التفاعلية التي يتيحها الويب لاقتراح نموذج جديد لنشر المعلومات البونتكاست Pointcast حيث المعلومة المقترحة دقيقة و خاصة تستجيب لاهتمامات المستعمل عكس النموذج القديم البرودكاست Broadcast و القائم على فكرة نشر نفس المعلومات على أوسع نطاق ممكن. و قد لاقى هذا النموذج رواجاً كبيراً إذ أن خدمة البونتكاست نتورك Pointcast Network المعتمدة في سنة 1996 بلغت الـ 1,7 مليون مستعمل عام 1998

عرفت فكرة الشخصنة رواجاً و إقبالا كبيراً مما دفع مختلف الشركات المتواجدة على الشبكة. إلى تحديد إطار profile لزائر الموقع و تقفي أثره في كل زيارة لجمع أكبر قدر ممكن من المعلومات الخاصة به و من ثمة تحليلها و إستغلالها فيما إصطلح على تسميته one to one Marketing¹⁷. فنجد مثلاً أن موقع مكتبة أمازون* على الخط يمكنه أن يعيد تشكيل زيارة المتصفح من البداية إلى النهاية. أما موقع السوق الإلكتروني Peapod.com الذي يتعامل مع 100.000 زبون موزعين في ثمان مدن أمريكية فيخصص لكل زبون بنك معطيات

¹⁶Sylvie Leleu-Merviel, Laurent Verclutte, Nicolas Vieville, Michel Labour, "Que pourrait attendre l'utilisateur des documents virtuels personnalisables ? une tentative d'approche terminologique", **DVP 2002**, Brest, France, Juillet 2002.

¹⁷Jean-louis Garçon, op.cit, P 68.

*<http://www.amazon.com>

يحتوي كل المعلومات المتعلقة بتعاملاته كتاريخ شراء أي بضاعة نوعها، كميتها، الثمن....تستعمل بنوك المعطيات لاحقا في الإشهار الإلكتروني،عروض التخفيض...¹⁸

جريدة حسب الطلب

تعتبر صحيفة الـ *wallstreet journal* من الأوائل الذين أطلقوا فكرة الجريدة الشخصية في مارس من سنة 1995. تعتمد الفكرة على إرسال نسخة إلكترونية من الجريدة تدور محتوياتها حول إهتمامات و إختيارات القارئ. عرفت الفكرة بعض النجاح حيث بلغ عدد المشتركين في نهاية السنة 5000 قارئ¹⁹.

تقدم الصفحة الرئيسية *home page* لموقع الجريدة كأحد خيارات التعامل مع الموقع خانة *MY ONLINE JOURNAL* "جريدتي الشخصية" و التي بدورها تقدم للزائر ثلاث خيارات

- *My News*
- *My Email*
- *My Account*

يحدد المتلقي من خلال هذه الخيارات المضامين التي تهمة و يشترك في الخدمة معطيا بذلك عنوان بريده الإلكتروني و الذي يتلقى من خلاله النسخة الشخصية لجريدته. والشكل التالي يوضح ذلك.

wall street journal

¹⁸John walsh, "l'art du management de l'information des sites web personnalisés", http://www.lesechos.fr/formations/manag_info/articles/article_7_6.htm consulté le 14/06/2006.

¹⁹Cyriaque Paré, op Cit.

خدمة الجريدة الشخصية

WSJ.com - U.S. Home - Microsoft Internet Explorer

FR: Français (France)

Adresse: <http://online.wsj.com/public/us>

Une fenêtre publicitaire intempesive a été bloquée. Pour afficher cette fenêtre publicitaire intempesive ou des options supplémentaires, cliquez ici...

WSJ.com THE WALL STREET JOURNAL ONLINE

Free Dow Jones Sites As of 4:54 a.m. EDT Tuesday, July 18, 2006 Set My Home Page Customer Service

NEWS **TODAY'S NEWSPAPER** **MY ONLINE JOURNAL** **FREE TODAY** **RESEARCH & TOOLS**

Home
News
News Main
U.S. Business
Europe
Asia
World News
Economy
Politics & Policy
Earnings
Health
Law
Media & Marketing
News by Industry
Columnists
Technology
Markets
Personal Journal
Weekend & Leisure
Opinion

What's News
As of 4:54:00 AM EDT Tue, July 18, 2006

★★★
■ **SYRIA HAS EMERGED** as one of the key players in defusing the Mideast crisis, which showed no sign of abating as evacuations began. **Nine were killed** in an Israeli air raid on a bridge near Sidon, while a Hezbollah rocket barrage razed a Haifa apartment house. **4:11 a.m.**
• **Mideast Again Splits U.S., Russia**
• **News Tracker:** Latest crisis updates
• **Monday photos** | **Interactive map of strikes**

★★★
■ **Brocade's ex-CEO was warned** by prosecutors that he could face criminal charges related to stock-options-timing practices at the storage-networking company. **4:02 a.m.**
• **UnitedHealth Weathers a Storm**
• **Options Scorecard** | **Complete coverage**

★★★
■ **Airbus unveiled plans** for a family of extra-wide-body jetliners dubbed the A350 XWB designed to compete better with popular models from rival Boeing.

can-eat rental model offers a wide choice, but results in some picks languishing unwatched.
• **Widening Rift:** The U.S. and Russia have different ideas about how to resolve conflict in the Mideast, straining relations between the two countries.
• **Patent Battle:** Several broad patents held by a University of Wisconsin foundation may be hindering stem-cell research.
Other free features and market data.

Article Search
Advanced Search
Quotes & Research
Symbol(s) Name

Markets
DJIA* 10747.36 8.01 0.07% DJIA 10850
Nasdaq* 2037.72 0.37 0.02% 10800
S&P 500* 1234.49 -1.71 -0.14% 10750
Russell* 677.69 -3.55 -0.52% 10700
10-YR Note 5.089% -6/32 -0.17% 11 1 3 10700
* at close Source: Dow Jones, Reuters 7/17/2006
Edit Markets Preference Quotes & Company Research | Data Center | Portfolio advertisement

TOGETHER.
When a single word makes all the difference.
Experience how we see it, how we do it and what we achieve with our customers.
Capgemini
CONSULTING TECHNOLOGY OUTSOURCING

http://online.wsj.com/myonlinejournal/public/us?mod=topnav_0_0012

démarrer Eas... Pr... 6. A... thes... chap... wal... WSJ... Internet 10:08

الحدود المفتوحة

في الصحافة المطبوعة يواجه المحررون عادة مشكلة محدودية المساحة المخصصة للنشر، وهذه المشكلة ليست موجودة في الصحافة الإلكترونية بسبب خاصية الحدود المفتوحة، **فمساحات التخزين الهائلة** الموجودة على الحاسبات الخادمة التي تدير المواقع لا تجعل هناك قيود تقريبا تتعلق بالمساحة أو بحجم المقال أو عدد الأخبار، يضاف لذلك أن تكنولوجيا الإنترنت. خاصة تكنولوجيا النص الفائق والروابط النشطة . تسمح بتكوين نسيج متنوع وذو أطراف وتفرعات لا نهائية تسمح باستيعاب جميع ما يتجمع لدى الصحيفة من معلومات.

تكمن أهمية الإنترنت في عولمة وسائل الإعلام و الترويج للمواضيع المنشورة في وسائل الإعلام التقليدية ومن ثمة الوصول إلى القارئ في أي مكان من العالم. فلم تعد الحدود الجغرافية و اللغوية تشكل حاجزاً لتوسيع دائرة القراء و مجال التأثير، وخاصة إذا نشرت المادة الصحفية بلغات مختلفة. وبالتالي صارت الشبكة منبر يتيح التواجد في المشهد الإعلامي العالمي.

المرونة:

تبرز خاصية المرونة بشكل جيد بالنسبة لمستخدمي الصحافة الإلكترونية إذ لا يمكن له إذا كان لديه الحد الأدنى من المعرفة بالإنترنت أن يتجاوز عددا من المشكلات الإجرائية التي تعترضه. ويرى الخبير لورنس ماير في مقابلة مع موقع دويتشه فيله، وفي إجابته عن أبرز خصائص الصحافة الإلكترونية إن الصحافة الإلكترونية هي استمرار للصحافة التقليدية بشكل يواكب التطور الإعلامي الذي نشهده في عصرنا الحالي، غير أنها تتميز عنها بنوع من المرونة على صعيد الجمع بين عدة أشكال من الإنتاج الصحفي كالنص المكتوب والمسموع والمرئي.

الأرشفة:

توفر الصحافة الإلكترونية أرشيفا وقاعدة معلوماتية للصحفي والقارئ في كل وقت.

ويشهد العالم اليوم عمليات واسعة لتحويل الأرشيف الورقي إلى الشكل الإلكتروني من خلال عمليات تكشيف جديدة حتى يسهل بحث واسترجاع المعلومات، و استغلالها في أي وقت. ويعرف التكشيف بأنه "عملية إعداد الكشافات أو إعداد مداخل الكشاف التي تؤدي للوصول إلى المعلومات في مصادرها، و تتضمن هذه العملية بإيجاز شديد فحص الوثيقة و تحليل المحتوى وفقا لمعايير محدودة سلفا وتحديد مؤشرات المحتوى وإضافة مؤشرات المكان و تجميع المداخل الناتجة في كل متماسك"²⁰.

إجتهدت الكثير من الصحف و المجلات في توفير أرشيفها في شكله الإلكتروني ضمن محتويات الموقع، و إضافة خدمة البحث إلى مواقعها على الويب، كما اهتمت هذه الصحف بإعداد كشافات دقيقة و تبني أساليب بسيطة و سريعة للبحث و الإسترجاع، مع إضافة مساعدات بحث تسهل حصول المستخدم على ما يريد من الأرشيف بدقة و في وقت قصير.

أمكن التمييز من ناحية مجال البحث بين نوعين من البحث في مواقع الصحف الإلكترونية:

- بحث في عدد الصحيفة محل المطالعة.

- بحث في أرشيف الصحيفة.

أما من ناحية نوع البحث فيمكن التمييز بين نوعين كذلك:

- بحث بسيط.

- بحث متقدم.

البحث البسيط:

هو نظام يوفر للمستخدم فرصة الحصول على أي معلومة من خلال إدخال الكلمات

المفتاحية محل البحث.

²⁰ محمد شومان، مرجع سابق، ص 253.

البحث المتقدم:

يتميز نظام البحث المتقدم بسهولة الحصول على المعلومات و دقة عملية البحث. و يعتمد هذا النظام على إدراج الكلمات المفتاحية مع بعض التفاصيل تتعلق مثلاً:

- عدد الصحيفة.
- تاريخ النشر (العدد - اليوم و الشهر و السنة).
- باب الموضوع.
- عنوان المقال.
- اسم كاتب المقال...

توفير الوقت والجهد والمال

الصحافة الالكترونية توفر الوقت والجهد والمال لمتابعها. كما ان مؤسسة الصحافة الالكترونية ليست بحاجة إلى مقر واحد ثابت يحوى كل الكادر.

التفتيت أو اللامجاهيرية :

يقصد بها: أن الرسالة الاتصالية من الممكن أن تتوجه إلى فرد واحد أو إلى جماعة معينة، وليس إلى جماهير ضخمة كما كان في الماضي، وتعنى أيضاً درجة تحكم في نظام الاتصال بحيث تصل الرسالة مباشرة من منتج الرسالة إلى مستقبلها.

اللاتزامنية:

تعنى إمكانية إرسال الرسائل واستقبالها في وقت مناسب للفرد المستخدم، ولا تتطلب من كل المشاركين استخدام النظام في الوقت نفسه. فمثلاً: في نظام البريد الإلكتروني ترسل الرسالة مباشرة من منتج الرسالة إلى مستقبلها في أي وقت دون حاجة لتواجد المستقبل للرسالة.

قابلية التحرك أو الحركية:

توجد وسائل اتصالية كثيرة يمكن الاستفادة منها في الاتصال من أي مكان إلى آخر أثناء الحركة، مثل: الهاتف النقال، أو هاتف السيارة أو الطائرة، أو الهاتف المدمج في ساعة اليد، أو جهاز فيديو يوضع في الجيب، أو جهاز فاكسميلي يوضع في السيارة، أو حاسب آلي محمول مزود ببطاقة.

الشيوع والانتشار:

يقصد به الانتشار المنهجي لنظام وسائل الاتصال حول العالم وفي داخل كل طبقة من طبقات المجتمع، وكل وسيلة تظهر تبدو في البداية أنها ترف ثم تتحول إلى ضرورة، وكلما زاد عدد الأجهزة المستخدمة زادت قيمة النظام لكل الأطراف المعنية.

الكونية:

إن البيئة الأساسية الجديدة لوسائل الاتصال هي بيئة عالمية دولية، حتى تستطيع المعلومة أن تتبع المسارات المعقدة إلكترونياً، إلى جانب تتبعها مسار الأحداث الدولية في أي مكان في العالم.

الوسائط المتعددة-Multimedia:

تمثل تقنيات الوسائط المتعددة أبرز مظاهر الثورة الرقمية، حيث أتاحت تقنيات الحاسوب والإنترنت تقديم المواد **المقروءة والمسموعة والمرئية** في وقت واحد على شاشة الحاسوب، ومخاطبة جميع حواس الإنسان ومداركه العقلية. إذ يمكن مثلاً قراءة نص، والاستماع إلى صوت وموسيقى، ومشاهدة صور ثابتة ومقاطع فلمية، تعبر عن الموضوع نفسه. وقد نضجت تلك التقنيات بشكل منقطع النظير في السنوات الأخيرة، وهي في طريقها نحو الاندماج في حياتنا اليومية، وبالأخص في مجالات الإعلام والتعليم والترفيه والأنشطة الاقتصادية والاجتماعية.

تكنولوجيا الوسائط المتعددة

إن من أهم إنجازات تكنولوجيا المعلومات إسقاط الحواجز الفاصلة بين الرموز المختلفة من نصوص و أصوات و أنغام و أشكال و صور ثابتة و متحركة و دمج هذه الوسائط في دعامات

الإنترنت فضاء متعدد الوسائط

تعود جذور تقنية الوسائط المتعددة إلى المحاولات المبكرة لدمج الصوت والصورة معاً، في الأفلام السينمائية، ثم ظهر التلفزيون ليضيف المزيد من الحيوية والفورية للمشاهد المرئي، الذي يضم الحروف المقروءة والأصوات والصور الثابتة والمتحركة، وجاء اختراع الحاسوب ليشكل قفزة نوعية في تقنية الوسائط المتعددة.

ثم ارتبط ظهور مصطلح الملتيميديا على وجه الخصوص بظهور القرص المدمج في الثمانينات من القرن الماضي. وبدأ يعرف رواجاً، و تعدداً في الاستعمالات، مع مطلع التسعينات بفضل تطور تقنيات ضغط الصوت و الصور بأنواعها فمن ألعاب الفيديو و الترفيه إلى التربية والتعليم و الثقافة و الكتالوجات الإلكترونية للشركات التجارية إلى تعميم إستعمالات الملتيميديا في الفضاء الرقمي.

واليوم تزدحم الأنترنت بملايين الصور، و المقاطع الصوتية، ومقاطع الفيديو. إذ تعتبر شبكة الويب أكبر فضاء للوسائط المتعددة و تكاد تكون إحدى أبرز سمات الإنترنت ونقاط قوتها، خاصة بعد أن حدثت تطورات كبيرة في الربط الشبكي وسعة التدفق التي يسرت نقل الملفات المتضمنة للصورة و الصوت و الفيديو. كما أسهم التحول نحو الأنشطة الإلكترونية في توافر ما يقارب ال 55% من صناعة الوسائط المتعددة

في فرنسا على الشبكة²¹ حسب الدراسة التي قامت بها غرفة التجارة و الصناعة في باريس سنة 2002 لمعرفة الإحتياجات و الكفاءات المطلوبة للمهن المتعلقة بالوسائط المتعددة.

هناك تأثير إيجابي متبادل بين الإنترنت و الوسائط المتعددة فهذه الأخيرة تؤثر في الوسائط المتعددة بثلاث طرق²²:

1. توفر الإنترنت قدرة تخزينية عالية تتجاوز السعة التخزينية الضعيفة للأقراص المرنة و المدمجة و أقراص الفيديو. ما يمكن منتجي الوسائط المتعددة من تخزين مختلف أشكال المعلومات.

2. تتيح الإنترنت لتطبيقات الوسائط المتعددة إمكانية الاستفادة من التواصل الشبكي، عوض الاقتصار على العروض المحدودة التفاعلية.

3. تمكن الإنترنت الجمهور من الولوج لمصادر ملفات الصوت و الفيديو و الصور الرقمية.

أما تأثير الوسائط المتعددة على الإنترنت فهو واضح ، فبدون الوسائط المتعددة لم يكن لشبكة الويب أن تحقق هذا الانتشار الواسع و تصبح وسيلة عالمية إذا اقتصر المتصفحات على النصوص كما كان الأمر مع الإصدارات الأولى لمتصفح موزاييك mosaic. و بفضل الوسائط المتعددة تسابقت وسائل الاتصال الجماهيري إلى إيجاد موقع قدم لها في فضاء الأنترنت²³.

²¹ Observatoire de la formation de l'emploi et des Métiers, **Les besoins en compétences dans les métiers du multimédia**, Chambre de commerce et d'industrie de Paris, juillet 2002.

²² محمد الأمين موسى أحمد، مرجع سابق.

²³ محمد الأمين موسى أحمد، مرجع سابق.

كما مكنت برمجيات الوسائط المتعددة مصممي المواقع من إضفاء المزيد من الجمالية و الخدمات التفاعلية على صفحات الويب. فقد دخلت الويب عالم الرسوم المتحركة و الصوت و الفيديو بفضل تطبيقات مختلفة.

توظيف الوسائط المتعددة في الصحافة الإلكترونية

"نظرا لتزايد اعتماد الصحف الإلكترونية على الوسائط المتعددة في عرض مضامينها أصبح استخدام هذه الوسائط احد أهم السمات الاتصالية المميزة للصحافة الإلكترونية.²⁴ و تسهم هذه الوسائط في تسهيل التعرض للصحف و الإستفادة من مزايا وسائل الإعلام المختلفة فمن ناحية عملية ألغت الوسائط المتعددة الكثير من الفروق التقليدية بين الصحافة المكتوبة و الإذاعة و التلفزيون²⁵ باعتبارها تعتمد على:

- الوجود و التأثير المتعدد لوسائل الإعلام المتعددة.
 - استخدام مشاعر متعددة في عملية تنبيه ادراك المستخدم.
- تنشط الصحيفة الإلكترونية مختلف حواس الإنسان في عملية التعرض و تقدم أشكال متجددة في عرض المادة الإعلامية. "فلقد أشار الباحثون إلى أن استيعاب الإنسان يتغير حسب البيئة المحيطة به و يزيد الاستيعاب إذا تهيأت ظروف أفضل. و بينت الدراسات أن الإنسان يمكن أن يتذكر 20 % من المادة المسموعة، و يتذكر 40% من المادة المسموعة و المرئية،

²⁴محمد عبد الحكيم محمد، مرجع سابق، ص 21.

²⁵محمد شومان مرجع سابق، ص 251.

كما تصل نسبة الاستيعاب إلى 70% من المادة إذا رافق السمع و النظر القيام بعمل. وترتفع نسبة الاستيعاب و تقل حسب انتماء و تفاعل الإنسان بالمادة²⁶.

و يؤكد محمد الأمين موسى أحمد ذلك بقوله " بينت بعض الدراسات النفسية حول علاقة الوسائط المتعددة بالتذكر، أن المعلومات المقدمة عبر أكثر من وسيط لها حظ أوفر للرسوخ في ذاكرة المتلقي من المعلومات المقدمة عبر وسيط واحد، و الفضل في هذه الظاهرة يعود لعملية الإطناب Redundancy التي لا تدع مجالا لحواس المتلقي في أن تغفل من المنبهات المصوبة نحو أكثر من عضو حسي"²⁷.

كما تبين من دراسة دارني ويليس* Darnéy Willis أنه يوجد تأثير ذو دلالة لاستخدام العناصر المرئية في تقديم صفحات الويب، و من تجليات هذا التأثير نذكر²⁸:

- الفهم السريع للرسالة المتضمنة في الموقع.
- الرضا الجمالي عن الموقع.
- اختزان الذاكرة للرسالة بعد مضي وقت من التعرض لها.

²⁶ فيصل خميسة، عبد الله عرمان، "فعالية استخدام تكنولوجيا الوسائط المتعددة في تدريس مساق القياسات الطبية"، مجلة جامعة الخليل للبحوث، جامعة الخليل، فلسطين، المجلد الأول، العدد الثاني، 2003، ص 142 .

²⁷ محمد الأمين موسى أحمد، مرجع سابق.

* إختبر الباحث في دراسته الفرنسية إذا كان استخدام العناصر المرئية في صفحات الويب يؤدي إلى تقديم رسالة بطريقة أفضل مقارنة بالإقتصار على استخدام النص و الذي يظهر باللون الأسود. إستعمل في دراسته تصميمين لنفس الموقع، أحدهما باستخدام النص الأسود فقط على خلفية رمادية، و الثاني يحوي عناصر مرئية.

²⁸ شريف درويش اللبان، مرجع سابق، ص 148.

كما بينت دراسة تجريبية أن الأفراد الذين تعرضوا لموقع إخباري يوظف الوسائط المتعددة أبدوا استعدادا أكبر لمعاودة زيارة الموقع مقارنة مع وصفائهم الذين تعرضوا لموقع إخباري مقتصر على النص فقط، على رغم من أن الموقعين قدما نفس المعلومات²⁹ و يتطلب إستعمال الوسائط المتعددة حسن المزاج في بيئة تكاملية وتفاعلية بين مختلف عناصر الملتيميديا و التي أهمها:

- النصوص المكتوبة .
- الصوت : سواء لغة منطوقة او موسيقى ...
- الرسومات.
- الصور.
- الفيديو.
- المؤثرات الحركية بأشكالها المختلفة – ما تعلق منها بالأحرف أو الصور ..-

تنسج عناصر الوسائط المتعددة بكيفيات متنوعة لتعطي أشكالا ثرية من الوسائط المتنوعة أهمها:

III-4-3-1 النص الطباعي:

III-4-3-2 عروض الشرائح Slideshows :

تعتمد هذه العروض على إضافة التعليقات النصية للصور في تقديم الأخبار. "يمكن ان تستخدم لوحدها لعرض الأخبار و ذلك بدمج الصور الوصفية مع التعليق الذي يحمل المعلومات الإضافية. و بدلا من وضع باقة من الصور المثيرة في مكان واحد و عرضها يجب

²⁹ محمد الأمين موسى أحمد، مرجع سابق.

دائماً اختيار الصور التي يمكن أن تروي قصة متماسكة و تخلق نموذجاً للمقالة الفوتوغرافية. عندما يتم استخدامها بشكل جيد، فإنها يمكن أن تكون إحدى الطرق الفعالة الأكثر فعالية لعرض الأخبار في الإنترنت³⁰.

و يمكن التمثيل على ذلك بما اقترحت صحيفة ليبيراسيون Liberation تحت عنوان "Israel, Liban, images du conflit" ضمن الإطار المخصص للميليتيميديا مجموعة من الصور. و عند النقر عليها يعرض الموقع في نافذة جديدة مجموعة من الصور مع تعاليق مختصرة و بوسع المتصفح أن ينتقل من صورة إلى أخرى و الشكل التالي يوضح ذلك:

الشكل رقم (11) : عروض الشرائح في صحيفة ليبيراسيون Liberation



³⁰عباس مصطفى صادق، "التطبيقات التقليدية و المستحدثة للصحافة العربية في الإنترنت"، مرجع سابق.

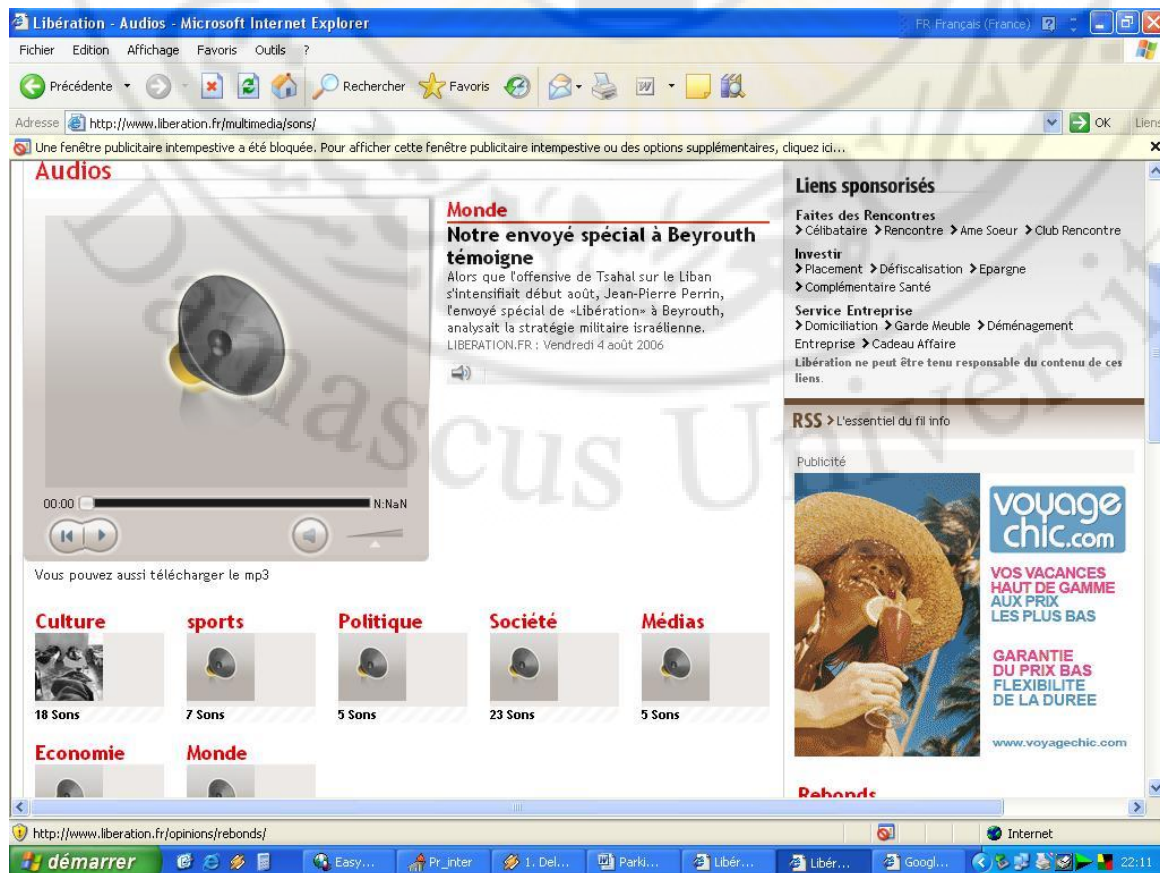
المصدر: موقع صحيفة ليبيراسيون www.liberation.fr تاريخ التصفح 2006/08/14

III-4-3-الحكاية الصوتية:

الحكاية الصوتية **Audio Story** تمثل وسيلة قوية جدا لرواية الخبر. ويتم الاستعانة بالتسجيل الصوتي عندما تكون شهادات حية، أو اقتباس لا يمكن أن يوصف بالكلام المكتوب، أو لنقل مادة صوتية أرشيفية إلى القارئ. مثلا قدمت البي بي سي في موقعها بمناسبة قدوم الألفية الجديدة مقاطع من أهم الخطابات التي قيلت في القرن العشرين منها خطاب مارتن لوتر كينغ المشهور و مقاطع لخطاب جمال عبد الناصر يعلن خلاله تأميم قناة السويس³¹.

تقدم صحيفة ليبيراسيون Liberation ضمن خانة ميلتيميديا multimedia خدمة الصوت Audio لتدعيم الأخبار بمقاطع صوتية

الشكل رقم (12): توظيف صحيفة ليبيراسيون Liberation للمقاطع الصوتية



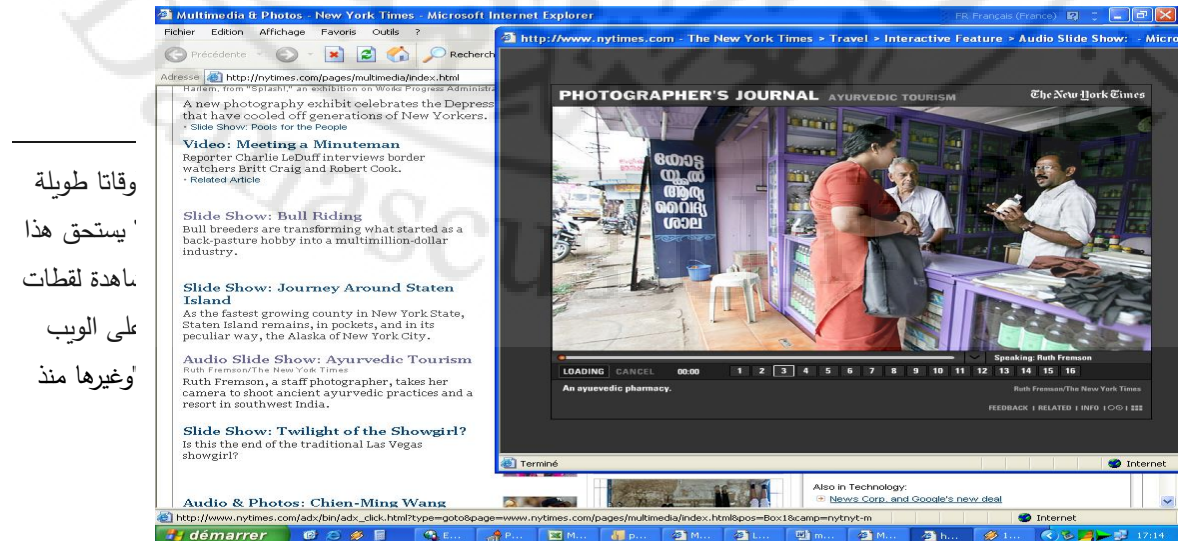
المصدر: صحيفة ليبراسيون www.liberation.fr تاريخ التصفح 2006/08/13

III-4-3-4 الشرائح المصحوبة بالتعليق Narrated Slideshows:

تشبه إلى حد كبير الحصص الوثائقية المقدمة في التلفزيون، يتم من خلالها دمج التسجيل الصوتي و الفيديو³² والتعليقات الصوتية القصيرة لبناء قصص إخبارية قوية³³.

من بين الصحف التي توفر لجمهورها الشرائح المصحوبة بالتعليق نجد صحيفة النيويورك تايمز New york Times. فعندما ينقر المتصفح على أيقونة Audio Slide Show -أنظر الشكل- يعرض الموقع مجموعة من الصور مرقمة كما يظهر في أيمن الصورة و يطلب منك تحميل المقاطع الصوتية. المصاحبة لها

الشكل رقم (13): توظيف الشرائح المصحوبة بالتعليق في صحيفة النيويورك تايمز New York Times



32 أتاح
للتحميل
العناء.
الفيديو
في نقد:
ذلك الو
33 عباس



خدمة الشرائح المصحوبة بالتعليق

المصدر : صحيفة نيويورك تايمز New york Times الموقع: www.nytimes.com

الحركة Animation الرسوم المتحركة:

تدمج الحركة مع الوسائط الأخرى بحيث تضيف على موقع الصحيفة حيوية تهدف إلى شد إنتباه زائر الموقع، و من أبرز الوسائط التي تدمج مع الحركة نذكر:

- النص.

- الصورة.

- الرسوم.

كما يمكن أن ترتبط ببعض الأيقونات أو الأشكال الأخرى.

النص:

تقترن الحركة بالنصوص في حالات أبرزها:

- خانة المعلومات المتغيرة بسرعة و بشكل آني كآخر الأخبار.

- معلومات تتميز بالأهمية والسبق.

●معلومات جديدة أضيفت إلى الموقع كتغيير بعض العناوين إضافات و تعديلات...

الصورة:

تقترن الحركة بالصورة للإيضاح ومحاكاة الواقع في تقديم الأخبار. إلا أنها تتطلب وقت أطول للتحميل و التنزيل. كما أن كثرة إستعمالها قد يشبت الأذهان و يجهد العين في بعض الأحيان

الرسوم*:

قد تكون الرسوم المتحركة بسيطة أو أكثر تعقيدا مثل أفلام الكارتون. و يمكن إستعمالها للإستعاضة عن الصور في حالة عدم توفرها لرواية القصة الإخبارية. و يشترط عباس مصطفى صادق "عدم الإسراف في استخدامها إذا لم يكن هناك داع، فقد أدى إساءة استخدامها أو الإكثار منها إلى انصراف مستخدمي الإنترنت عنها"³⁴. و ينصح باستخدامها "عندما يتطلب نشر حدث ما استخدام الحركة أو القصص الخفيفة و المواد الكاريكاتورية أو لمخاطبة الأطفال"³⁵.

III-4-3-6 الفيديو المتدفق: Streaming Video

يتيح للمستخدمين مشاهدة لقطات فيديو ذات جودة عالية في لحظات بمجرد الضغط على الفأرة. و يتيح اليوم أكثر من 350 صحيفة الفيديو المتدفق عبر مواقعها، من بينها صحيفة

*يعتمد مصممو مواقع الويب على إنتاج الرسوم المتحركة باستعمال برمجيات متخصصة (مثل برمجيات F lash و Dreamweaver و Director) و الميزة الإيجابية لهذه الرسوم هي مرونة استخدامها و تحميلها، غير انها تحتاج إلى مجهود كبير في التصور و وضع السيناريو و الرسم الفني.

³⁴عباس مصطفى صادق، "التطبيقات التقليدية و المستحدثة للصحافة العربية في الإنترنت"، مرجع سابق.

³⁵عباس مصطفى صادق، "التطبيقات التقليدية و المستحدثة للصحافة العربية في الإنترنت"، مرجع سابق.

نيويورك تايمز New York Times ، التي بدأت في استعمال الفيديو المتدفق أثناء تغطيتها لوفاة الأميرة ديانا في العام 1998³⁶.

البث التفاعلي³⁷:

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 Interactive Web Casting، هنا يتم إعادة معالجة المادة المصورة بتضمين النص و بعض النقاط الحية الوصلات التي تمكن المشاهد من التنقل داخلها أو عبرها و هو ما جعل المادة المصورة مجالا تفاعليا.

أمثلة عن إثراء السياق

تركز الصحف الإلكترونية على القيمة الإضافية التي توفرها عملية إثراء الموقع لتحقيق ولاء القارئ فتضع بين يديه سياق غني لفهم الأحداث و خلفياتها.

ف نجد مثلا جريدة لوفيجارو LE FIGARO تدعم المقال بخانة En complement - أنظر الشكل - والتي تحتوي:

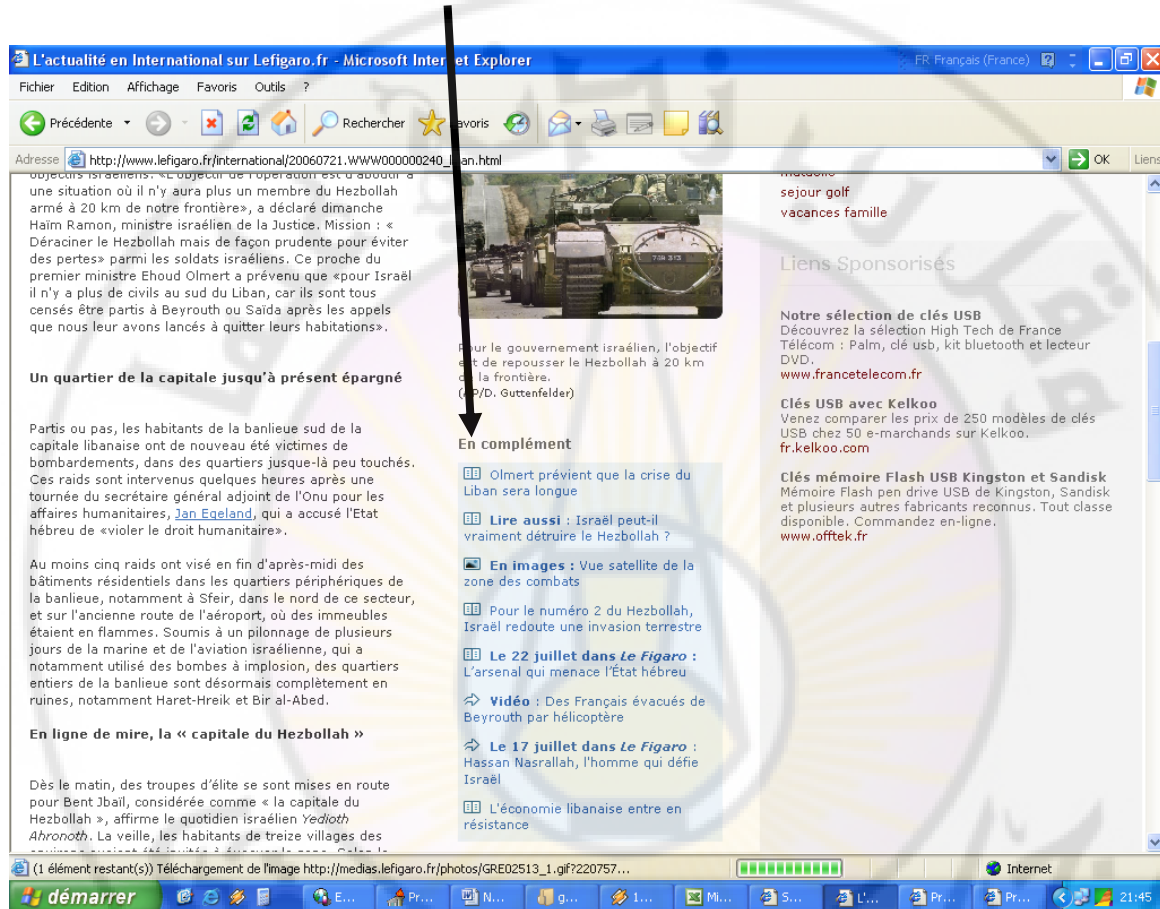
- مقالات أخرى حول المقال محل المطالعة.
- ملفات تحليلية كاملة عن الموضوع.
- روابط إلى مواقع أخرى.

³⁶ شريف درويش اللبان، "الاتجاهات العالمية الحديثة في بحوث تصميم مواقع الصحف الإلكترونية"، مرجع سابق.

³⁷ عباس مصطفى صادق، "التطبيقات التقليدية و المستحدثة للصحافة العربية في الإنترنت"، مرجع سابق.

الشكل رقم (7): خدمة En complément لجريدة لوفيغارو le figaro

خانة En complément



III-5-3 الأشكال التفاعلية للصحافة الإلكترونية:

وفرت مواقع الصحف الإلكترونية العديد من الامكانيات التفاعلية ، يتعلق بعضها بالمادة المتاحة على المواقع، ويتعلق البعض الآخر بفرص التفاعل بين القارئ و الصحفي، بالإضافة إلى تفاعل جمهور المترددين فيما بينهم. وتأخذ التفاعلية المتاحة من

خلال المواقع الاخبارية الموجودة على الشبكة الإنترنت العديد من الأشكال، ولقد حاولنا إجمالها في العناصر التالية :

III-5-3-1 الإبحار

- باستعمال النص المتشعب الهيبرتكست Hypertexte يمكن ربط العنوان بجسم المقال، أو ربط النص بأجزائه عن طريق الوصلات الداخلية، أو ربط النص بمقالات أخرى عن طريق الوصلات الخارجية. وهذا ما يمنح القارئ حرية كبيرة في التنقل بين أجزاء النص الإلكتروني و الإبحار في موقع الصحيفة أو مواقع أخرى تحيل إليها الوصلات.
- توفير آليات بحث تمكن القارئ من استحضار أي معلومة يبحث عنها في الموقع

III-5-3-2 إضافة رأي

- إجراء عمليات سبر آراء و قياس رأي الجمهور تجاه بعض القضايا المهمة. و عرض نتائج العملية لجمهور الموقع..
- ساحات المناقشة: forums de discussions تتيح العديد من مواقع الصحف الإلكترونية ساحات للمناقشة أمام زائري الموقع. يعبرون من خلالها عن آرائهم الشخصية حول مواضيع الساعة و يتبادلون وجهات النظر حول المواضيع المطروحة.
- ساحات الدردشة: وهي وسيلة أخرى تستغلها بعض المواقع الإخبارية لإتاحة الفرصة للجمهور للتعبير عن رأيه ومناقشته مع الآخرين الذين لهم نفس الاهتمامات كما تستخدم أحيانا في إجراء حوار بين الجمهور وأحد الشخصيات المشهورة.

III-5-3-3 الاتصال مع الصحفي

يمكن تقسيم التفاعلية التي تتم بين القارئ و الصحفي إلى قسمين رئيسيين

- الاتصال التفاعلي المباشر
- الاتصال التفاعلي الغير المباشر

أما الأول فهو النمط الذي تتحقق فيه التفاعلية بشكل مباشر، و يتم عبر مشاركة القارئ في غرف الحوار التي تنشأها الصحف لتبادل الحوار بين المحررين و القراء حول القضايا المختلفة التي تطرحها للنقاش ، كما تعمل بعض الصحف الالكترونية على تحقيق الاتصال التفاعلي المباشر من خلال خدمة المراسل Messenger التي تسهم في تحقيق الاتصال المباشر بين مسؤولي الصحيفة و محرريها و مراسليها ، كما تتيح للمحررين إمكانية الاتصال المباشر بمصادرهم لإجراء الأحاديث الصحفية مثلا ،حيث يكتب المحرر أسئلته و تظهر مباشرة على شاشة المصدر الذي يجيب عنه بشكل مباشر ، و تظهر أمام الصحفي على الشاشة و لقد أفادت بعض الصحف الالكترونية العربية من هذه الخدمة كما في صحيفة "باب" الالكترونية³⁸.

أما الثاني الاتصال التفاعلي غير المباشر فيقصد به : الاتصال الذي يتم بين الصحيفة و قرائها و محرريها بشكل غير مباشر ، بحيث تستقبل الرسائل ثم يتم الرد عليها بعد ذلك ، و تتمثل أهم خدمات الاتصال غير المباشر التي تتيحه الصحف الإلكترونية في البريد الإلكتروني e-mail الذي يعد من أقدم تطبيقات الانترنت ، و يسمح البريد بإرسال القراء رسائل إلكترونية تحمل تساؤلات أو انتقادات أو تعليقات أو طلبات إلى الصحف الإلكترونية التي يتعرضون لها ، ثم تعمل الصحف على الرد على ما ورد في هذه الرسائل.

³⁸ محمد عبد الحكيم محمد، مرجع سابق، ص 18.

III-5-3-4 المشاركة في تحرير الصحيفة³⁹:

• استخدام تعليقات المترددين على الموقع كجزء من المادة التحريرية للتحقيقات الصحفية، فالمواقع الذي يسعى الى الوصول الى تفاعلية حقيقية لن يكتفي فقط بنشر تعليقات القراء حول القضايا المختلفة بل يمكنه ربطها بالتحقيقات الصحفية التي ينشرها فمثلا عند إجراء تحقيق حول مشكلة البطالة لدى الشباب يمكن دعوة المترددين على الموقع لنشر تجاربهم خلال البحث عن فرصة عمل والمشاكل التي واجهتهم وربطها بمادة التحقيق الصحفي. كما يمكن أن تثرى مقال الصحفي كما فعل الكاتب جون انغلز John Enjles في مقاله عن الإرهاب السيبروني Cyber Terrorism نشره في موقع سلاشدوت ثم أعاد نشره في مجلة جينز انتجيلنز ريفيو معتمدا على تعليقات القراء و قام بمنحهم حقوقا مادية⁴⁰.

• مساهمة القراء من خلال صفحات "البلوغ" أو "الويكي" التي تتيحها بعض الصحف الإلكترونية. فصحيفة لوموند le monde تتيح من خلال خانة perspectives صفحات "بلوغ". و الشكل التالي يظهر صفحة البلوغ لموقع صحيفة لوموند Le monde.

الشكل رقم (14): توفير موقع جريدة لوموند Le monde لصفحة "بلوغ" Blogs

³⁹ تمر صحافة الإنترنت حاليا بمرحلة بدأت تتشكل فيها اشكال تعبيرية جديدة تعددت أسماؤها و لم تتبلور خصائصها بشكل كامل يسميها البعض صحافة المواطن و البعض صحافة الجمهور أو صحافة المصدر المفتوح مثل مواقع البلوغ و الويكي ... و يدور جدل حاد الآن حول أهلية هذا النوع من الكتابة كصحافة حقيقية على خلفية عدم مصداقية المحتوى و عدم وجود جهاز تحريري متخصص يعمل فيها.

⁴⁰ عباس مصطفى صادق، "التطبيقات التقليدية و المستحدثة للصحافة العربية في الإنترنت"، مرجع سابق.



و ووفر موقع ال بي بي سي BBC خلال دورة ويمبلدون wimbledon للتس موقع يجمع بين خاصيتي صفحات "البلوغ" و صفحات "الويكي"⁴¹. تجربة شبيهة أطلقها صحيفة واشنطن بوست Washington Post خلال جوان 2005 تحت عنوان Wikitorials . حيث وفرت الصحيفة على موقعها صفحة ويكي، يناقش موضوعها أفضل طريق لحل أزمة العراق. فلقد إقترحت الصحيفة موضوع بتاريخ 2005/06/17 يعالج قضية العراق و بوسع كل قارئ إقتراح إضافات أو تعديلات على المقال⁴². نفس الفكرة طبقتها صحيفة لوس أنجلوس Los Angles من خلال سماحها للقراء بتغيير مقال الإفتتاح باستعمال تقنية الويكي⁴³.

● إستعمال تقنية التلكبك Talkback و يقصد بها الهامش الذي يترك في نهاية المادة الصحفية المنشورة للقارئ قصد التعبير عن رأيه أو وجهة نظره فيها. و لقد تزايد عدد المساهمين في التعليق على المواد الصحفية المنشورة في شبكة الإنترنت مما زاد في قيمتها و دفع الكثير من القراء إلى منحها أهمية أكبر من تلك التي يولونها إلى المادة التي شكلت موضوع للتعليق و التعليق⁴⁴.

(3) تأثير الوسائط المتعددة الفائقة Hypermedia في التحرير الإعلامي

⁴¹PhilippeCrouzillacq, "Le WIKI à l'école de l'information", <http://www.01net.com>, consulté le 10/04/2006

⁴²Ibid.

⁴³ La rédaction, "Le Los Angles Times jouel'interactivité en ligne", <http://www.zescoop.com/naws.php?id=1615>, consulté le 10/04/2006

⁴⁴ نصر الدين لعياضي، "الصحافة الإلكترونية: أحادية الشكل و تعدد المضامين أم أنواع صحفية جديدة"، مرجع سابق.

لقد أتاحت مميزات الإنترنت عبر إمكانية تقديم النص مع الصوت المسموع والصور الثابتة والمتحركة وملفات الفيديو أو ما يسمى الوسائط المتعددة **Multimedia** للمحرر في الصحافة الإلكترونية إمكانية استخدام كل تلك الوسائط في تقديم المادة الإعلامية. ويقابل مفهوم النص الفائق **Hypertext** مفهوم الوسائط الإعلامية المتعددة الفائقة **Hypermedia** إلا أن الفرق بين الاثنين أن الهايبرتكست تعتمد على النص فقط، بينما الهايبرميديا فإنها إضافة إلى النص تعتمد على الصوت والصورة والحركة وتحقيق التفاعلية عبر تبادل هذه الوسائط.

وقد أتاحت تقنية الوسائط الفائقة **Hypermedia** للصحف الإلكترونية فرصة تقديم الأخبار والمعلومات بأشكال ووسائل عديدة أكثر من تلك المتاحة للصحيفة الورقية المطبوعة. وتشمل هذه الوسائل النص والصوت والصور والرسوم الثابتة والمتحركة وأفلام الفيديو واللون وغيرها. وإضافة إلى تقديمها الصوت والصورة الحية تبحث الملتيميديا اليوم إضافة حاسة الشم إلى عالم الوسائط المتعددة، حيث يقوم المهندس الفرنسي إيان ريجارد بأجراء أبحاث لإضافة حاسة الشم إلى عالم الـ **Multimedia** وهو ما أطلق عليه خبراء الإعلام ما يمكن تسميته (شم الحدث) فقد توصلت الأبحاث المخبرية التي يقوم بها ريجارد إلى إضافة حاسة الشم إلى عالم الوسائط المتعددة. ويقول ريجارد عن أبحاثه التي ترعاها شركة فرانس تيلكوم: "إن الفرنسيين يتصدرون العالم في مجال الملتيميديا الشمية وإن الرائحة تثير ذكريات وعواطف سابقة ومنسية لا يمكن للصوت أو الصورة أن يثيروها". وحول تقديم الرائحة عبر الكمبيوتر قام ريجارد أمام بعض المتخصصين بتجربة حية لما توصل إليه فنقر على فأرة حاسوب محمول مربوط بزجاجتي عطر عبر حساسين يشبهان مكبري صوت صغيرين فانتشر عبير الفانيليا والنباتات البرية في الغرفة. ويقول ريجارد إن هذه التجربة يمكن أن تصبح نافذة صغيرة في

نظام ويندوز⁽⁴⁵⁾. ويمكن فيما لو نجحت الأبحاث التي يجريها ريجارد وانتقالها من عالم التجارة إلى عالم الميديا أن نقرأ تقريراً براءة الياسمين وآخر براءة زهر البنفسج وستقوم عندها الصحافة الإلكترونية بتقديم الأحداث بالصوت والصورة والرائحة من قلب الحدث. وعندها سيتم عبر الـ **Hypermedia** تبادل ملفات الصوت والصورة والرائحة أيضاً.

وتتميز الوسائط الفائقة بالتفاعلية **Interactivity** وتطلق سمة التفاعلية على الحالة التي يكون فيها للمشاركين في عملية الاتصال إمكانية التأثير في أدوار الآخرين، وأيضاً باستطاعتهم تبادل تلك الأدوار، بمعنى أن التفاعلية تتأتى في حالة استطاعة الفرد أن يرسل ويستقبل في الوقت نفسه، الأمر الذي يتيح لمستخدم الصحيفة الإلكترونية، حيث يكون له دور إيجابي، إذ لا بد وأن يبحث عن مفاتيح الكلمات أو العلامات الخاصة بها من خلال حشد من المعلومات⁽⁴⁶⁾. وقد أثّرت هذه الميزة التي تعتبر تطوراً للغة الهايبرتكست في تحرير المادة المنشورة عبر الشبكة، فمثلاً أدت إلى ظهور قالب فني جديد في تحرير المادة المنشورة في الصحافة الإلكترونية ولا سيما تحرير الأخبار، وهو قالب لوحة التصميم **Storyboard** الذي يقوم على الاستفادة من مميزات بيئة العمل على الإنترنت من حيث إضافة الوسائط المتعددة **Multimedia** وكذلك ميزة التفاعلية بحيث يتم إضافة ملفات الصوت والصورة وإمكانية رجع الصدى إلى الموضوع الصحفي⁽⁴⁷⁾

وقد مكّنت ميزة الـ **Hypermedia** من استخدام قالب فني يتناسب ومميزات الوسائط الفائقة التفاعلية، حيث يتيح قالب لوحة التصميم **Storyboard** تقديم المادة التحريرية مضافاً

(45)_Available at
http://images.google.com/imgres?imgurl=http://www.aljazeera.net/mritems/images/2004/12/11/1_514673_1_34.jpg&imgrefurl=http://

(46)-سعيد الغريب، مرجع سابق ص 192-193.

(47)-حسني محمد نصر، سناء عبد الرحمن، الفن الصحفي في عصر المعلومات: تحرير وكتابة التحقيقات والأحداث الصحفية، مرجع سابق، ص 51.

إليها الصوت والصورة ورجع الصدى إلى المادة الإعلامية مما يحتم على المحرر الصحفي الذي يقوم بإعداد مادة تضم وسائط فائقة تفاعلية إتقان تقنيات إنتاج الملفات الصوتية والمصورة

ويأخذ هذا القالب شكل اللوحة التي تضم في الجزء الأعلى منها إطارين رئيسيين يضع الصحفي في الإطار الأول أو ما يسمى بالصفحة الرئيسية العنوان الرئيسي والعنوان الثانوي بالإضافة إلى مقدمة المادة وبؤرة التركيز فيها، ويضع في الإطار المقابل عناصر الوسائط المتعددة الملحقة بالتحقيق كالمقاطع الصوتية لأقوال المصادر المشاركة في المادة ولقطات الفيديو الخاصة بالحدث أو القضية بالإضافة إلى الرسوم البيانية والرسوم الإيضاحية المصاحبة، وتحت الإطار الأول يتم تقسيم المادة إلى أربعة إطارات فرعية يتضمن الأول منها معلومات الخلفية عن الموضوع وجدول زمني لتطور القضية أو المشكلة أو الحدث، أما الإطار الثاني فيتضمن شريط طولي أو عرضي لتقديم الملامح الشخصية لصناع الحدث والمصادر المشاركة، وفي الإطار الثالث يضع الصحفي روابط لموضوعات صحفية متصلة بموضوع المادة ومواقع أخرى، ويخصص الإطار الرابع للتفاعل مع القراء مثل استقبال التعليقات والآراء من القراء وإنشاء منتديات حول موضوع المادة (48).

(48) -المرجع السابق نفسه، ص178.