

الصحافة الإلكترونية

دراسات في التفاعلية وتصميم المواقع

E- Journalism: Studies in Interactivity and Website Design

م. سنا بي أو غلو

كلية الفنون – بكالوريوس تصميم غرافيك



- المخرجات المتوقعة من الدرس
- النشأة والتطور
- الاختلاف بين الصحافة الإلكترونية والصحافة المطبوعة
- التفاعلية على الإنترنت ومواقع الصحف الإلكترونية
- مراحل إنتاج وتصميم الصحف الإلكترونية
- مكونات الصحف الإلكترونية
- أنظمة تصميم الصحف الإلكترونية



المخرجات المتوقعة من الدرس

- فهم الفرق بين الصحافة الإلكترونية والصحافة المطبوعة
- استيعاب الفروقات الجوهرية في التفاعل، التصميم، والأهداف الاقتصادية لكل منهما.
- التعرف على مفهوم التفاعلية في الصحافة الإلكترونية
- تحليل كيف ترفع الأدوات التفاعلية تجربة المستخدم وتشارك الجمهور في إنتاج المحتوى الإعلامي.
- اكتساب معرفة حول تصميم وإنتاج الصحف الإلكترونية
- التعرف على مكونات المواقع الإخبارية الإلكترونية وأهمية التصميم الجذاب وسهولة الاستخدام.
- استكشاف تطورات الصحافة الرقمية وتأثير التكنولوجيا
- فهم دور الذكاء الاصطناعي، الواقع المعزز، ووسائل التواصل الاجتماعي في تطور الصحافة الإلكترونية.



- أدى التقدم السريع للتكنولوجيا الرقمية إلى تحويل مشهد الصحافة، مما أدى إلى ظهور الصحافة الإلكترونية - وهو مجال يدمج التقارير التقليدية مع التفاعل الرقمي.
- تتميز الصحافة الإلكترونية بالتحديث التلقائي للأحداث، وإشراك المستخدم، وتكامل الوسائط المتعددة، مما يجعل تلقي الأخبار أكثر ديناميكية وتفاعلية مع المتلقي.
- تفاعل المستخدمين مع المحتوى من خلال التعليقات ومشاركة وسائل التواصل الاجتماعي والمناقشات المباشرة وحتى موجزات الأخبار الشخصية.
- أعاد هذا التحول من القراءة السلبية إلى المشاركة النشطة تعريف دور الجماهير، وتحويلهم إلى مساهمين ومؤثرين بنظام الأخبار.



- تصميم المواقع الإلكترونية يلعب دورًا مهمًا في نجاح منصات الصحافة الإلكترونية فالواجهة المنظمة بشكل جيد والجدابة بصريًا وسهولة الاستخدام تعزز إمكانية الوصول والقراءة والمشاركة.
- حتى يصل محتوى منصات الأخبار الرقمية إلى الجماهير يجب ان تتميز بـ التصميم المتجاوب مع المستخدم، وتقديم سيناريو عن طريق الوسائط المتعددة، وتحسين محرك البحث SEO ، وتنسيقات المحتوى بشكل احترافي.
- من خلال فهم المبادئ الأساسية للتفاعل والتصميم، يمكن للصحفيين والمصممين ومحترفي وسائل الإعلام إنشاء بيئات إخبارية رقمية أكثر إقناعًا وفعالية.



- ان الصحافة الإلكترونية هي ثمرة طبيعية لبيئة الانترنت بآلياتها الجديدة والمتطورة وبالتالي فهي تعكس كل السمات التي جاءت بها هذه التقنية.
- يطلق على صحافة التسعينات بالصحافة الالكترونية E Journalism أو الصحافة الرقمية Digital Journalism وقد دخلت الحاسبات مع تكنولوجيات الاتصالات الأخرى كالفاكسميل والأقمار الصناعية في مراحل العمل الصحفي، بحيث أصبح الصحفي يعتمد عليها في عملية جمع المعلومات وكذلك في تنزيدها وعمليات التوضيب والأخراج وتجهيز الصفحات، فأصبح المحرر والمخرج الصحفي معالج للمعلومات عبر الوسائل الإلكترونية
- الصحافة الإلكترونية لا تختلف من حيث المفاهيم والمضامين والأهداف عن الصحافة الورقية إلا أن الأولى تستخدم وسيط جديد إلكتروني قادر على تقديم المادة المقروءة والمصورة مدعمة بالصوت والحركة بطريقة مميزة وجذابة تشد القارئ إليها، كما أنها أتاحت للأعلاميين فرصة أكبر في نشر مواد لا تتحدد بمساحة معينة كالصحف الورقية بسبب اعتمادها على مساحات تخزين إلكترونية وفوّرت للقارئ فرصاً للاستزادة من المعلومات التي يرغب فيها حيث بإمكان الصحيفة الالكترونية نشر وفرة من المعلومات والتفاصيل باستخدام ميزة الروابط التشعبية Hyper Links والتي بمجرد النقر عليها تقود القارئ الى تفاصيل معمّقة للموضوع أو مواضيع أخرى في صفحات أخرى



خصائص وسمات تقنية للصحافة الإلكترونية

- **الطبيعة التفاعلية:** حققت الصحافة الالكترونية احدى أهم سمات عملية الاتصال المعروفة وهي ضرورة معرفة وقياس رجع الصدى feedback ومعرفة ردود افعال القراء تجاه ما ينشر او يبث لهم، واليوم تحقق الصحافة الالكترونية هذه السمة حتى يمكن ان نسميها بالصحافة التفاعلية وذلك عن طريق اشراك القاريء مع صحيفته وفتح المساحات له لابداء الرأي والملاحظات والمشاركة واستطلاعات الرأي حول ما يقرأ أو حول المواضيع التي تهتمه، وبذلك فقد حققت الصحافة الالكترونية المشاركة والتفاعلية بمستوى غير مسبوق يبدأ بالبحث عن المواضيع والأخبار ويمر بإمكانية توجيه الاسئلة المباشرة والحوارات الحية.
- **تعدد الوسائط:** وتعني مزج التكنولوجيات المسموعة-المرئية، والمسموعة، والمرئية مع تكنولوجيات الحاسب الألكتروني، وهذا المزج سهّلته التكنولوجيا الرقمية Digital Technology وذلك لتقديم المعلومات بأفضل طريقة للعرض وقد أصبحت الصحيفة الألكترونية بإمكانها تقديم المادة المقروءة أي النصوص مدعمة بالصوت والصورة وقد تكون الصورة مفعّلة بصيغة النص التشعبي او الفيديو في ترابط وانسجام، مما زاد من القدرة المعلوماتية للصحيفة وامكانات شدّ وجذب القراء اليها.



خصائص وسمات تقنية للصحافة الإلكترونية

- **سعة مساحة التخزين:** أصبحت الصحيفة الإلكترونية تمتاز بإمكانات معلوماتية كبيرة تقدمها للقارئ نظراً لأسلوبها الإلكتروني في التخزين حيث تعتمد الأسلوب الرقمي في تخزين أشكال المعلومات وتعتبرها ذات طبيعة واحدة بغض النظر عما إذا كانت صوت أو صورة أو نص وتتعامل معها كملفات رقمية على حاسب أو موقع الأنترنت. وقد كان المحررون في الصحافة المطبوعة يواجهون مشكلة محدودية المساحة المخصصة للنشر، وهذه المشكلة اندثرت بسبب مساحات التخزين الهائلة الموجودة على المواقع يضاف لذلك تكنولوجيات الانترنت كتقنية النص الفائق والروابط المتشعبة والتي تسمح بنشر معلومات معمّقة ومفصّلة عن الموضوع.
- **استخدام الوسائل الإلكترونية:** امتازت الصحافة الإلكترونية باستخدام الوسائل الإلكترونية التي تساعدها في توفير المزيد من المعلومات للقارئ بما يحقق عمق الاستفادة وسعة المواضيع والتحليلات وعرض الآراء والنقد التحليلي، وتستخدم وسائل الربط Links ولغة النص التشعبي (Hyper Text) لتحقيق هذه الأغراض والاختيرة عبارة عن تقنية تهدف الى توفير الوسائل لربط أو تكامل الوثائق ذات العلاقة بموضوع معين بما يتيح للقارئ التحول في مجال متعدد الأبعاد للحصول على المزيد من المعلومات وقد عرفه فرانكلين بأنه نظام لإدارة المعلومات المصاحبة Information Management System IMS والذي ينظم جمال المعرفة في شبكة المواقع بوساطة روابط وبما يسمح بالاتاحة والاسترجاع السريعين.



مميزات الصحافة الإلكترونية

- **الشيوع والانتشار:** حيث أصبحت وسائل الاتصال ومنها الصحافة تمتاز بالانتشار المنهجي حول العالم في داخل طبقات المجتمع المختلفة على اختلاف اجناسه وثقافته.
- **اللاتزامنية:** وتعني ارسال الرسائل واستقبالها في وقت مناسب للمستخدم ولا تتطلب من كل المشاركين ان يستخدموا النظام في الوقت نفسه.
- **حرية التعبير وتعزيز الديمقراطية في عصر الصحافة الالكترونية:** فتح الفضاء الالكتروني للصحافة عصرا جديداً لحرية التعبير لا تحدّه قيود أو حدود أو رقابة حيث أعطى مساحة أكبر للقراء لابداء آرائهم والتعليق والنقد والكتابة، وقد أحتوت المواقع الالكترونية على مساحات لأستطلاعات الرأي العام والحوارات ومعرفة الاتجاهات وردود الأفعال وكلها أساليب عصرية مهمة لاشراك المجتمع في الحياة وتحقيق التواصل بين أفراد المجتمع ومؤسساته المختلفة وامكانية قبول الرأي والنقد والتعليق والمشاركة في صنع القرار.



مميزات الصحافة الإلكترونية

- العالمية Globalization حيث أصبحت البيئة الأساسية الجديدة للصحافة الإلكترونية هي بيئة عالمية دولية.
- تتميز الصحافة الإلكترونية بالمسار اللاخطي، مقارنة بالصحافة الورقية ذات المسار الخطي فتتسم الأولى بالتعقيد وتعدد البدائل والخيارات كشكل من أشكال الاتصال وتميزت بتعدد مصادر المعلومات حيث لا يوجد فيها محترفون فقط بل تضم هواة ومستقلين ونشطاء في منظمات دولية وغير ذلك.
- **العمق المعرفي :** تتميز الصحيفة الإلكترونية بالعمق المعرفي لأنها لا تتحدد بمساحة معينة إضافة الى ماتقدمه من قضايا وأحداث ومواضيع متنوعة من خلال وجود الروابط المفعلة .
- سرعة انتشار الأخبار والمعلومات ووصولها الى أكبر شريحة وسهولة التعرض
- سرعة تحديث وتعديل وتجديد الأخبار والمعلومات الإلكترونية.
- النشر الآني واللحظي للأخبار والمعلومات لحظة حدوث الحدث.
- إمكانية مشاركة القاريء في التعليقات والمواضيع فبإمكان القاريء المشاركة عن طريق التعليق أو كتابة موضوع أو مقال بنفسه.



مميزات الصحافة الإلكترونية

- حققت حرية التفكير والتعبير اللذان يعتبران جزءاً من نظام الحكم الديمقراطي.
- انها متوافرة طوال اليوم ولا تحتاج الى دفع رسوم.
- لا تحتاج الصحيفة الالكترونية الى تجميع أفلام ومواد كيميائية كما انها اختزلت عمليات الأظهار والتثبيت التي تحتاجها الصحف الورقية في مرحلة المونتاج والتحضير للأسطح الطباعية.
- قلّة التكاليف والتي كانت تحتاجها الصحف الورقية من حيث (الورق وعدد العاملين واجهزة التصوير والمونتاج والفرز اللوني) وغيرها كما انها تتميز بجودة عالية وسرعة في الانجاز.
- عدم حاجة الصحف الالكترونية الى مقر موحد للعاملين انما يمكن اصدار الصحف الالكترونية بفريق عمل متفرق في أنحاء العالم.
- يمكن متابعتها وقراءة الأخبار في أي مكان في العالم وبذلك فقد تجاوزت وألغت المسافات والحدود.



مميزات الصحافة الإلكترونية

- حققت حرية التفكير والتعبير اللذان يعتبران جزءاً من نظام الحكم الديمقراطي.
- انها متوافرة طوال اليوم ولا تحتاج الى دفع رسوم.
- لا تحتاج الصحيفة الالكترونية الى تجميع أفلام ومواد كيميائية كما انها اختزلت عمليات الأظهار والتثبيت التي تحتاجها الصحف الورقية في مرحلة المونتاج والتحضير للأسطح الطباعية.
- قلّة التكاليف والتي كانت تحتاجها الصحف الورقية من حيث (الورق وعدد العاملين واجهزة التصوير والمونتاج والفرز اللوني) وغيرها كما انها تتميز بجودة عالية وسرعة في الانجاز.
- عدم حاجة الصحف الالكترونية الى مقر موحد للعاملين انما يمكن اصدار الصحف الالكترونية بفريق عمل متفرق في أنحاء العالم.
- يمكن متابعتها وقراءة الأخبار في أي مكان في العالم وبذلك فقد تجاوزت وألغت المسافات والحدود.



مميزات الصحافة الإلكترونية

- حققت حرية التفكير والتعبير اللذان يعتبران جزءاً من نظام الحكم الديمقراطي.
- انها متوافرة طوال اليوم ولا تحتاج الى دفع رسوم.
- لا تحتاج الصحيفة الالكترونية الى تجميع أفلام ومواد كيميائية كما انها اختزلت عمليات الأظهار والتثبيت التي تحتاجها الصحف الورقية في مرحلة المونتاج والتحضير للأسطح الطباعية.
- قلّة التكاليف والتي كانت تحتاجها الصحف الورقية من حيث (الورق وعدد العاملين واجهزة التصوير والمونتاج والفرز اللوني) وغيرها كما انها تتميز بجودة عالية وسرعة في الانجاز.
- عدم حاجة الصحف الالكترونية الى مقر موحد للعاملين انما يمكن اصدار الصحف الالكترونية بفريق عمل متفرق في أنحاء العالم.
- يمكن متابعتها وقراءة الأخبار في أي مكان في العالم وبذلك فقد تجاوزت وألغت المسافات والحدود.



الصحافة الإلكترونية – النشأة والتطور

1. النشأة الأولى (السبعينيات – أوائل التسعينيات)

ظهرت أولى محاولات الصحافة الرقمية في السبعينيات مع تطور أنظمة الاتصالات ونقل البيانات.

خلال الثمانينيات، بدأت بعض الصحف في تقديم خدمات الأخبار عبر شبكات مغلقة مثل *Teletext* و *Videotex*، لكنها لم تكن متاحة على نطاق واسع.

- التليتكست Teletext هو نظام لنقل المعلومات النصية والرسومية البسيطة عبر إشارات البث التلفزيوني، حيث يُستخدم لعرض الأخبار، والتقارير الجوية، والبرامج التلفزيونية، وأسعار العملات، ومحتويات أخرى على شاشات التلفزيون.
- يتم ترميز المعلومات النصية وإرسالها مع إشارات التلفزيون التقليدية ضمن خطوط المسح غير المرئية، ثم يقوم جهاز التلفزيون أو جهاز فك التشفير بترجمة هذه الإشارات إلى صفحات نصية يمكن للمستخدم التنقل بينها باستخدام جهاز التحكم عن بُعد.

الصحافة الإلكترونية – النشأة والتطور

- من الملاحظ أن ورق الصحف له تأثير سلبي على البيئة فهو يستخرج من الغابات، والصحف يتم نقلها، بوسائل النقل المختلفة التي تلوث البيئة، في حين أن التليتكست والفيديو تكست يتم نقلهما إلكترونياً.
- وبسبب قلة الموارد وزيادة التلوث يصبح للاتصال الإلكتروني لتلقي الأخبار والمعلومات أكثر منطقية.
- التليتكست Teletext هو نظام لنقل المعلومات النصية والرسومية البسيطة عبر إشارات البث التلفزيوني، حيث يُستخدم لعرض الأخبار، والتقارير الجوية، والبرامج التلفزيونية، وأسعار العملات، ومحتويات أخرى على شاشات التلفزيون.
- يتم ترميز المعلومات النصية وإرسالها مع إشارات التلفزيون التقليدية ضمن خطوط المسح غير المرئية، ثم يقوم جهاز التلفزيون أو جهاز فك التشفير بترجمة هذه الإشارات إلى صفحات نصية يمكن للمستخدم التنقل بينها باستخدام جهاز التحكم عن بُعد.

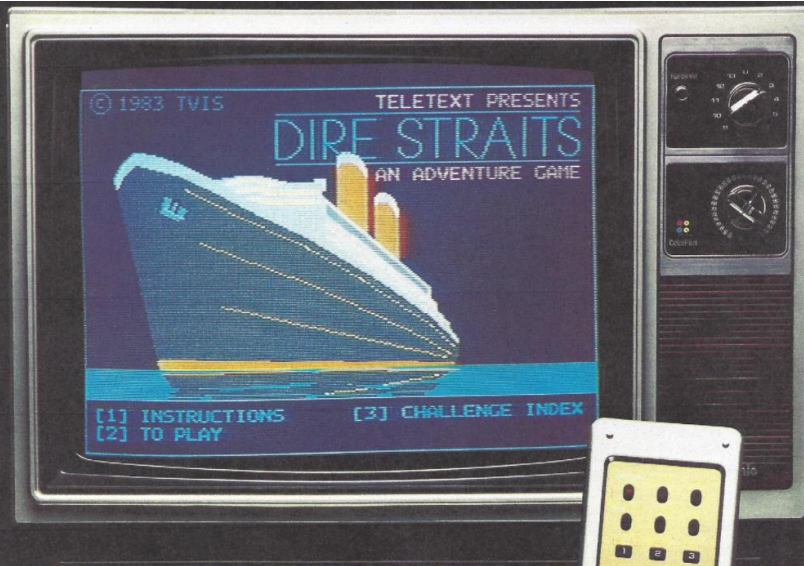


الأكاديمية العربية الدولية
Arab International Academy

الصحافة الإلكترونية – النشأة والتطور



الصحافة الإلكترونية – النشأة والتطور



Free Trial Offer

Time Teletext is easily affordable. It costs just \$11 a month—only 35¢ a day. However, if you respond promptly, you may be eligible to try Time Teletext free of charge for a limited time. But to take advantage of this unique opportunity, *you must act now*. This offer can be extended to only a limited number of households in your area.

Call toll-free 1-800-345-6348
Seven days a week 9 A.M. to 9 P.M.

Call now for full information on Time Teletext and how you can try this new information service in your own home absolutely *free*. Or, if you prefer, simply return the enclosed postpaid reply card. There's no obligation of any kind.

الصحافة الإلكترونية – النشأة والتطور

- وبدأت فكرة خدمة الفيديو تكست التجارية عندما زار علماء بريطانيون سوق عالم نيويورك NewYork World's Fair المقام عام ١٩٦٤، والذي عرضت فيه شركة AT&T التليفون المرئي Picturephone، وعلى الرغم من أن هؤلاء العلماء رأوا أنه لا توجد قيمة كبيرة في المحادثة التليفونية وجها لوجه، إلا أن فكرة ربط شاشات التليفزيون بشبكة التليفون جذبت اهتمامهم ومن هنا جاءت فكرة عرض المعلومات على الشاشة بدلاً من عرض الوجوه.
- أول تجربة لنشر الأخبار إلكترونياً بدأت عام ١٩٧١، عندما قام مكتب البريد العام General Post Office في المملكة المتحدة ببدء العمل بخدمة بريستل Prestel.
- قدمت هذه الخدمة : نشرات إخبارية، إجراء المعاملات المصرفية من المنزل home banking حجز تذاكر الطيران، ومعلومات أخرى بواسطة شاشات خاصة أشبه بشاشات التليفزيون.
- لكن الكلفة المرتفعة والعوامل المختلفة الأخرى قد قصرت هذه الخدمة على ٦٥ ألف فرد معظمهم يعملون وكلاء الشركات السياحية، لذا فقد تم إنهاء المشروع وإيقافه عام ١٩٩٣ حيث هبط معدل استخدام الخدمة ليصل عدد المشتركين إلى ٣٠ ألف مشترك فقط .

الصحافة الإلكترونية – النشأة والتطور

- ظهرت سيفاكس Ceefax أيضا خلال السبعينيات، واستمرت هذه الخدمة وحافظت على بقائها وازدهارها. وقامت هيئة الإذاعة البريطانية BBC بتطوير هذه الخدمة بعد جهد بحثي لكي تتيح برامجها للصم.
- وقد ساعد المشروع الانخفاض في أسعار أجهزة الكمبيوتر، والتطور في تكنولوجيا الذاكرة الأساسية للحاسبات ، وأوجه التقدم الأخرى في تقنيات نقل البيانات، وحافظت على استمراريته.
- أول تجربة لنشر الأخبار إلكترونيا بدأت عام ١٩٧١ ، عندما قام مكتب البريد العام Office General Post في المملكة المتحدة ببدء العمل بخدمة بريستل Prestel.
- قدمت هذه الخدمة : نشرات إخبارية، إجراء المعاملات المصرفية من المنزل home banking حجز تذاكر الطيران، ومعلومات أخرى بواسطة شاشات خاصة أشبه بشاشات التلفزيون.

الصحافة الإلكترونية – النشأة والتطور

- لكن الكلفة المرتفعة والعوامل المختلفة الأخرى قد قصرت هذه الخدمة على ٦٥ ألف فرد معظمهم يعملون وكلاء الشركات السياحية، لذا فقد تم إنهاء المشروع وإيقافه عام ١٩٩٣ حيث هبط معدل استخدام الخدمة ليصل عدد المشتركين إلى ٣٠ ألف مشترك فقط .
- وظهرت سيفاكس Ceefax أيضا خلال السبعينيات، قامت هيئة الإذاعة البريطانية BBC بتطوير هذه الخدمة بعد جهد بحثي لكي تتيح برامجها للصم.
- والانخفاض في أسعار أجهزة الكمبيوتر، والتطور في تكنولوجيا الذاكرة الأساسية للحاسبات، وأوجه التقدم الأخرى في تقنيات نقل البيانات قد ساعدت المشروع وحافظت على استمراريته.

الصحافة الإلكترونية – النشأة والتطور

- وكان تبني التليتكست teletext بطيئاً، لم تصل هذه الخدمة إلا إلى ما نسبته ٣٠ من المنازل البريطانية في ١٩٨١.
- وفي الثمانينيات أصبح النمو أكثر شيوعاً، نسبة الانتشار إلى ١٧٪ عام ١٩٨٧
- ثم وصلت التليتكست broadcasts teletext إلى حوالي ٦٠ من المنازل في بريطانيا لديها على الأقل تلفزيون يستقبل هذه الخدمة.
- ثم بدأت شركة نايت - رايدر Knight - Ridder الأمريكية في تجريب نظام إلكتروني آخر باسم فيوترون Viewtron، وتم اختباره في ميامي عام ١٩٨١. ولم يكتب لهذه المبادرة النجاح لأن التلفزيون الكابلي cable television الرخيص، أصبح متاحاً بشكل كبير مما أدى إلى الحد من مبيعات شاشات فيوترون. ثم تم إيقافه بشكل نهائي عام ١٩٨٦، بعد تحقيقه خسائر كبيرة

الصحافة الإلكترونية – النشأة والتطور

- في فرنسا عام ١٩٨١ تم تدشينهم نظام مينيتل للمعلومات الإلكترونية ودليل التلفون Minitel electronic information and directory telephone.
- ومن أسباب هذا النجاح توزيع الشاشات مجانا من قبل الحكومة الاشتراكية التي كانت موجودة آنذاك، وثانيهما أن الخدمة أعطت للناس ما يريدونه ويحتاجونه وهو نظام الاستعلام التليفوني، والذي تم تصميمه ليحل محل النظام غير الفعال المستخدم في ذلك الوقت.
- قدم نظام مينيتل النموذج الأول للجريدة الورقية التي يمكن الوصول إليها بشكل إلكتروني عندما استخدمت صحيفة ليبراسيون Liberation هذه الوسيلة النشر نتائج منافسات دورة لوس أنجلوس الأولمبية الصيفية عام ١٩٨٤، حتى قبل أن تظهر الطبعة الأولى من الصحيفة في شوارع باريس.

الصحافة الإلكترونية – النشأة والتطور

- وتم التركيز على إمكانية الوصول للأخبار على الخط المباشر online news من قبل صناعة المعلومات.
- وبداية بصحيفة الجارديان البريطانية The Guardian، شنت شركة World Reporter، حملة تستهدف رؤية النص الكامل على شاشة الكمبيوتر لكل صفحات الصحيفة. وشاركت معظم الصحف النصفية البريطانية وعدد من الصحف الإقليمية في الخدمة بحلول عام ١٩٩٧.
- ظهرت صحيفة فايننشال تايمز Financial Times على الخط المباشر على هذه الخدمة قبل طرحها في منافذ التوزيع.

2. الصحافة الإلكترونية على الإنترنت (منتصف التسعينيات – أوائل الألفية الجديدة)

- بتشجيع من نجاح نظام مينيتل في فرنسا، طورت شركتا أي بي إم IBM و سيرز Sears شبكة للأخبار والاتصالات باسم برودجي Prodigy.
- توافق بدء هذه الخدمة عام ١٩٨٧ مع نشوء الحاسب الآلي الشخصي والربط المتزايد بين أجهزة الكمبيوتر، وخاصة في المؤسسات البحثية والأكاديمية.
- ظهرت خدمات أخرى أفادت من البيئة الجديدة، ومن بينها الخدمات التي قدمتها شركة نايت رايدر التي وحدت مجهوداتها مع شركة أمريكا أون لاين America Online لإنشاء شبكة للمشاركين، وبدأت الشركتان في تطوير مركز مركيوري Center Mercury في معمل تصميم المعلومات في مدينة بولد بولاية كولورادو.

الصحافة الإلكترونية – النشأة والتطور

- الجريدة اللاورقية paperless newspaper، أصبحت تصل للمنازل من خلال الخدمات المباشرة لقواعد البيانات online database services مثل خدمة برودي Prodigy التي صممت لكي تصبح جريدة قومية أمريكية تصل مباشرة إلى المنازل.
- بالإضافة لعدد من الجرائد نفسها بدأت في الدخول إلى عالم الخدمات المباشرة مقابل اشتراك شهري ضئيل
- وهذه الصحف تقدم لقرائها زادا يوميا من الأخبار التي يتم تحديثها على مدار اليوم.
- بالإضافة بالإضافة لإمكانية الوصول للإنترنت .
- يمكن للقارئ الحصول على المواد الرياضية، ونتائج المباريات، وسباقات الخيل، وحلول الكلمات المتقاطعة، بشكل أكثر تفصيلاً . . إلخ.



الأكاديمية العربية الدولية
Arab International Academy

الصحافة الإلكترونية – النشأة والتطور

مع انتشار الإنترنت في منتصف التسعينيات، بدأت المؤسسات

الإعلامية في إطلاق مواقع إلكترونية، مثل صحيفة *The New*

York Times وصحيفة *The Guardian*.

• ظهرت الصحف الإلكترونية بالكامل، وهي منصات إخبارية لا

تمتلك نسخة ورقية، مثل *Salon* و *Slate* في أواخر التسعينيات.

• استخدام البريد الإلكتروني والمنتديات كوسائل لنقل الأخبار

والمحتوى الصحفي.



الصحافة الإلكترونية – النشأة والتطور

- كانت بعض الخطوات ذات الدلالة في تطوير الجرائد الإلكترونية نتاجاً مهماً لأبحاث مركز مركيوري .
- أتاح المركز صحيفة سان جوزيه مركيوري نيوز San Jose Mercury News على الخط المباشر عام ١٩٩٣ ، لتكون في مقدمة الجرائد الإلكترونية المنشورة على الوب .
- زادت هذه الصحيفة خدمات إضافية مثل أرشيف الأخبار الذي يعود إلى عام ١٩٨٥ ، وتوسعت في نشر المعلومات المحلية، وأتاحت لوحة للنشرة الإلكترونية Electronic Bulletin Board للقراء لكي يتصلوا بعضهم ببعض ويتصلوا بالمحررين .
- قامت الصحيفة أيضاً بتقديم خدمة إخبارية شخصية، حيث يتلقى الفرد موضوعات يتم نقلها إليه عبر البريد الإلكتروني .

الصحافة الإلكترونية – النشأة والتطور

- وكانت إلكترونيك تليجراف Electronic Telegraph، النسخة الإلكترونية من صحيفة ديلي تليجراف في بريطانيا ، صحيفة وب رائدة بظهورها على الإنترنت في نوفمبر من العام 1994 .
- وظهرت صحيفة التايمز Times في سبتمبر من ذلك العام على الوب، وتضمنت ندوة نقاش تفاعلية، إلا أنها كانت خدمة نصية متواضعة ، ولم يتم تضمينها تكنولوجيا الوب الحديثة .
- وظهرت طبعتا الوب الكاملة لصحيفتي التايمز و صنداي تايمز في أول يناير 1996 ، وكانت الصحيفتان الرائدتان في المملكة المتحدة اللتان تتضمنان النص الكامل للإصدارين المطبوعين.
- أدخلت تكنولوجيا الاتصال الإلكترونية الجديدة تغيرات غير مسبقة على صناعة الصحافة، فأدوات الكمبيوتر مثل : معالجة الكلمات، وجمع الحروف إلكترونيا، وتكنولوجيات الإنتاج، والنشر الإلكتروني قد أضافت كفاءة وفعالية أكبر في صالات التحرير، وغيرت من أدوار المحررين والمصممين.

الصحافة الإلكترونية – النشأة والتطور

- توجد عديد من الاختلافات بين الجريدة الإلكترونية والجريدة المطبوعة، فالصحيفة الإلكترونية تعد حرة من القيود المتعلقة بالمساحة، وهو ما يسمح لها بمزيد من التغطية المحلية مثلاً.
- يستطيع القارئ أن يبحث في أرشيف الجريدة عن المقالات ذات الصلة، والتي يمكن أن تمتد بخلفية عن أحداث اليوم .
- كما توجد أشكال من المعلومات التي لا تظهر في الجريدة المطبوعة، وتكون ملائمة بشكل أكبر للمنتج الإلكتروني.
- الجريدة الإلكترونية تستطيع توفير عناوين البريد الإلكتروني للمحررين والمخبرين، وتستطيع أن تربط القراء بمصادر أخرى للمعلومات، بما فيها مقتطفات من الخطب الصوتية والمؤتمرات الصحفية والأحداث.

الصحافة الإلكترونية – النشأة والتطور

- قامت تكنولوجيا الوب بدعم الوظائف التقليدية للصحافة من خلال إتاحة أساليب ذات كفاءة عالية أمام الصحفيين للبحث بعمق أكثر عن المعلومات.
- عملت زيادة القدرة على البحث عن المستندات وجمع الخلفيات والسياق التاريخي على توسيع أدوات الصحفي .
- كما أنها قدمت ثقافة مختلفة تقوم على أسس من التفاعلية، والمرونة في الالتزام بالقواعد مثل : الدقة ، والتوازن، والوضوح والسرعة ، والفورية.
- بنت الخدمات السلكية services wire سمعتها وشهرتها على أنها كانت أول من ينقل الأحداث الضخمة، والتي يجدها القراء في صحفهم. وقد سحبت فورية التليفزيون البساط من الصحافة المطبوعة .
- أسس الوب مزاياه الخاصة بالسرعة والحالية، فقد مكن الوب الجرائد من نشر الأخبار العاجلة breaking news و تحقيق شهرتها من خلال التحديثات في الطباعات المسائية الإلكترونية .

الصحافة الإلكترونية – النشأة والتطور

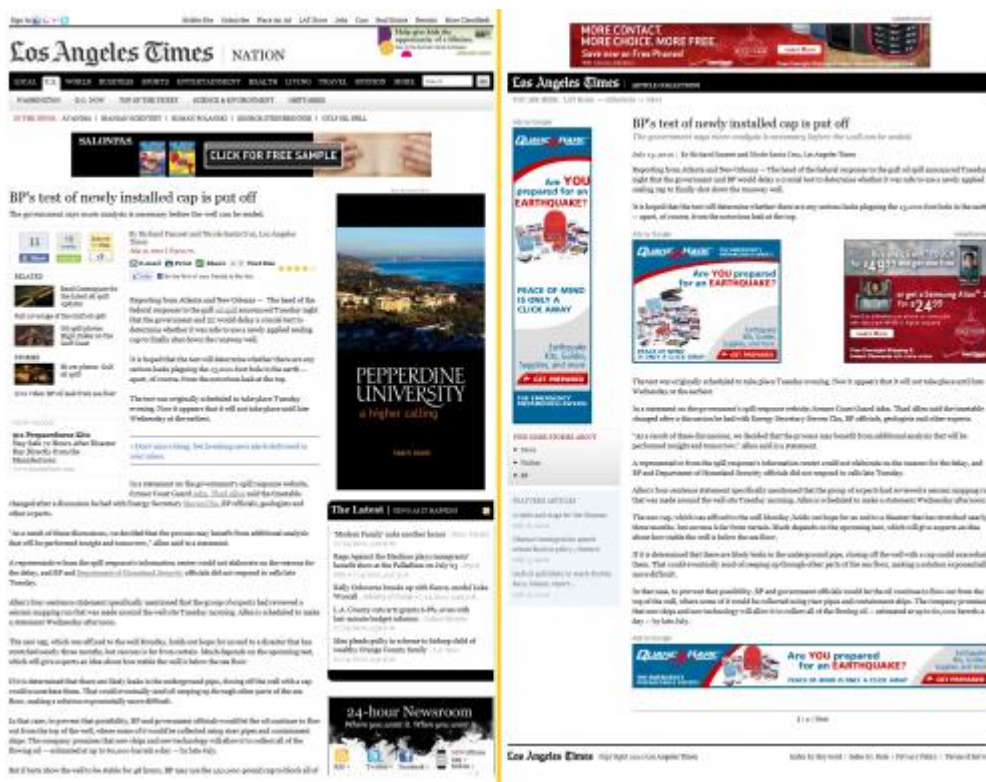
- على الرغم من أن الإنترنت تستطيع أن تساعد الناشرين على توفير تكاليف تجهيزات ما قبل الطبع وعملية الطباعة ذاتها والتوزيع بالنسبة للصحافة الورقية، إلا أن الجرائد الإلكترونية بدأت في أن تدر عائدات من قرائها.
- بعض الجرائد مثل: نيويورك تايمز و USA Today، و لوس أنجلوس تايمز تتيح للقراء بعض المواد السريعة مجاناً ، ولكن إذا أراد القراء مطالعة الصحيفة بأكملها، فإن عليهم أن يشتركوا في الإصدار الإلكتروني .

الصحافة الإلكترونية – النشأة والتطور

- وهناك بعض من الشروط لكي تتمكن صحف الإنترنت من جني عائدات ربحية.
- مثلاً فإن المضمون يجب أن يتم تحسينه أولاً لكي يجذب الجمهور، فإذا لم تكن المعلومات مهمة لكي تطبع على صفحات الجريدة، فما السبب الذي يجعل القراء يدفعون لكي يقرأوا هذه المعلومات على الإنترنت . فالفوز بجماهير جديدة والإبقاء على الجماهير القديمة من القراء يتطلب استخدام وسائل جديدة مبتكرة لإنجاز المهام نفسها.
- لكي تكون الطبعة الإلكترونية مختلفة وشيقة عن النسخة المطبوعة يجب أن تقدم خدمات ذات قيمة مضافة مثل المعلومات التي لا توجد في الجريدة المطبوعة، والصور الفوتوغرافية، والعناصر الجرافيكية ، والصوت والفيديو، وروابط الأرشيف، وروابط للموارد الأخرى أو الصحف الإلكترونية الأخرى، والتفاعلية التي يجب إتاحتها على صحف الوب في البريد الإلكتروني والمؤتمرات الإلكترونية وندوات النقاش.

الصحافة الإلكترونية – النشأة والتطور

- في أوائل التسعينيات، كذلك بدأت بعض المؤسسات الصحفية باستخدام الأقراص المدمجة CD-ROM لنشر محتواها بشكل رقمي.



3. عصر التفاعلية والوسائط المتعددة (2000 – 2010)

تطور التصميم والتفاعل في المواقع الإخبارية، مما أتاح للجمهور التعليق والتفاعل مع الأخبار.

إدخال الوسائط المتعددة مثل الفيديوها والصور والرسوم البيانية ضمن الأخبار.

انتشار التدوين وصحافة المواطن، حيث أصبح الأفراد قادرين على نشر الأخبار والتقارير بأنفسهم.

بدأت الصحف في توفير محتواها عبر التطبيقات الإلكترونية وأجهزة القراءة اللوحية مثل Kindle.

الصحافة الإلكترونية – النشأة والتطور

4. الصحافة الرقمية الحديثة ووسائل التواصل الاجتماعي (2010 – حتى الآن)

شهدت هذه الفترة ظهور الصحافة عبر وسائل التواصل الاجتماعي مثل Facebook وTwitter، حيث أصبحت الأخبار تنتشر بشكل أسرع وبطرق أكثر تفاعلية.

انتشار نماذج الاشتراك المدفوع Paywalls لدى الصحف الكبرى لمواجهة تراجع العائدات من الإعلانات الرقمية.

ظهور تقنيات الذكاء الاصطناعي في الصحافة، مثل إنتاج تقارير إخبارية آلية وتحليل البيانات الضخمة.

استخدام تقنيات الواقع الافتراضي VR والواقع المعزز AR في تقديم تقارير صحفية تفاعلية.



أجب بـ صح او خطأ:

1. الصحافة الإلكترونية لا تختلف عن الصحافة المطبوعة من حيث طريقة النشر فقط.
2. إحدى مميزات الصحافة الإلكترونية أنها توفر تحديثات آنية للأخبار .
3. الصحافة المطبوعة أكثر تفاعلية من الصحافة الإلكترونية .
4. لا يمكن للصحافة الإلكترونية أن تعتمد على الإعلانات كمصدر للتمويل.

أجب بـ صح او خطأ:

1. الصحافة الإلكترونية لا تختلف عن الصحافة المطبوعة من حيث طريقة النشر فقط. **خطأ** - تختلف أيضاً في التفاعلية، سرعة التحديث، استخدام الوسائط المتعددة، وطرق الوصول للجمهور.
2. إحدى مميزات الصحافة الإلكترونية أنها توفر تحديثات آنية للأخبار. **صح** ✓
3. الصحافة المطبوعة أكثر تفاعلية من الصحافة الإلكترونية **خطأ** X - الصحافة الإلكترونية توفر التفاعلية من خلال التعليقات، الاستطلاعات، وروابط التواصل الاجتماعي.
4. لا يمكن للصحافة الإلكترونية أن تعتمد على الإعلانات كمصدر للتمويل **خطأ** X - تعتمد الصحافة الإلكترونية بشكل كبير على الإعلانات الرقمية إلى جانب الاشتراكات المدفوعة.

الاختلاف بين الصحافة الإلكترونية والمطبوعة

- تُعد الصحافة الإلكترونية امتدادًا وتوسيعًا لإمكانات وسائل الإعلام التقليدية، مما يشكّل تحديًا لمفهوم الصحيفة الإخبارية التقليدية ولطبيعة الأخبار المرتبطة بعامل الوقت. وقد أعادت الصحافة الإلكترونية تحديد مفاهيم الوقت، المساحة، والتفاعلية ضمن بيئة النشر الإلكتروني، مما أدى إلى تطورات جوهرية في صناعة الإعلام.

أهم الفروقات بين الصحافة الإلكترونية والمطبوعة:

- التفاعلية والانخراط مع الجمهور
تتيح الصحافة الإلكترونية للقراء إمكانية التفاعل الفوري مع المحتوى من خلال التعليقات، الاستطلاعات، ومشاركة الأخبار عبر وسائل التواصل الاجتماعي، وهو ما يفتقده الإصدار الورقي. توفر إمكانية التحديث المستمر للأخبار، مما يعزز من آنية المعلومة.

الاختلاف بين الصحافة الإلكترونية والمطبوعة

• التصميم والإخراج

في دراسة أجراها ليزلي وو (Leslie Wu) عام 2001 على مجلات مثل ماكلينز (Maclean's) ، نيوزويك (Newsweek)، وتايم (Time) ، تم تحليل تأثير التصميم والإخراج على التفاعل مع الأخبار الإلكترونية.

• الصحافة الإلكترونية تعتمد على التصميم البصري الديناميكي القابل للتكيف مع الأجهزة المختلفة، بينما الصحافة المطبوعة ثابتة في تصميمها.

• الأهداف الاقتصادية وتأثير الإنترنت

وفقاً لدراسة أجراها بينج فو وآخرون (Peng Foo Yeh & Others) عام 1999، تمتلك الصحف أهدافاً مختلفة لنسخها الإلكترونية، لكن الصحف الأنجح هي التي تحقق إيرادات إضافية وتجذب جمهوراً أوسع.

• تسعى المؤسسات الإعلامية إلى استخدام الإنترنت كفرصة لتعزيز انتشارها بدلاً من اعتباره تهديداً للصحافة المطبوعة.

الاختلاف بين الصحافة الإلكترونية والمطبوعة

- التكامل مع الطبعات الورقية
- لدى الجرائد الإلكترونية وصول مباشر للطبعات الورقية، مما يعني أن قراء النسخة الإلكترونية ليسوا منافسين للقراء التقليديين، بل يمكنهم زيادة عدد القراء الكلي. فهذه الوسيلة تُعزز من انتشار المحتوى الصحفي وتوسع قاعدة الجمهور دون الحد من طبعة الصحيفة المطبوعة.
- تقديم خدمات إضافية غير متوفرة في النسخة المطبوعة
- تتيح الجرائد الإلكترونية تقديم خدمات جديدة لا يمكن أن تشكل جزءاً من الصحف التقليدية، مثل:
 - الأرشيف الإلكتروني: إمكانية البحث في موضوعات مختلفة داخل الأرشيف، مما يحول الصحيفة إلى بنك معلومات متكامل.
 - الإعلانات المبوبة: التي تُعرض بطريقة تفاعلية وسهلة الوصول.
 - الوصلات الفائقة **Hyperlinks** التي تطور الصحيفة من مصدر وحيد للمعلومات إلى شبكة متصلة لا نهاية لها من المصادر، مما يوسع آفاق الوصول إلى المعلومات.

الاختلاف بين الصحافة الإلكترونية والمطبوعة

- تعزيز التفاعلية والاتصال
تلعب الجرائد الإلكترونية دوراً مهماً في عكس نبض الرأي العام وأهم اتجاهاته؛ إذ توفر تقنيات مثل الندوات الإلكترونية، الحوار الحي، ووصلات البريد الإلكتروني فرصاً أكبر للتفاعل بين أفراد المجتمع وبين القراء والمحررين مقارنة بالصحف المطبوعة.
- المزايا الاقتصادية والتكاليف
تُعد كلفة إطلاق جريدة إلكترونية أقل بكثير من إصدار صحيفة مطبوعة، خاصةً بالنسبة للجرائد التي تتوفر بالفعل في النسخة الورقية؛ إذ تكون التكلفة الإضافية لإصدار النسخة الإلكترونية ضئيلة للغاية. وبالإضافة إلى ذلك، فإن:
- المساحة غير المحدودة على الإنترنت
- ارتفاع تكاليف ورق الصحف
تجعلان من النشر الإلكتروني خياراً أكثر اقتصاداً واستدامة.

الاختلاف بين الصحافة الإلكترونية والمطبوعة

• التحديات والإيرادات

على الرغم من المزايا الواضحة، تواجه الجرائد الإلكترونية تحديات في تحقيق عائدات فعلية مقارنة بالصحف المطبوعة، نظرًا لغياب المصادر التقليدية مثل إيرادات الإعلانات والاشتراكات. وتشير إحدى الدراسات إلى أنه لا ينبغي الاعتماد على وسائل ثابتة لتحقيق الإيرادات في النسخة الإلكترونية، بل يجب أن تتبنى الجرائد التي تتمتع بدرجة انقراطية كبيرة وقاعدة قراء عريضة وتخصصاً معيناً نماذج مختلفة لتحقيق عوائد من التوزيع والاشتراكات، بينما تعتمد الجرائد الأصغر على العائدات الناتجة من خدمات الإنترنت.

• نظرًا للتكاليف المنخفضة والفوائد الإضافية مثل الترويج للمنتج المطبوع، يجب على الناشرين ألا يروا في النسخة الإلكترونية عملية خسارة مالية. بل على العكس، إذا ركزوا على القيمة المضافة للمنتج الإلكتروني بدلاً من اعتبارها مجرد نسخة مكررة للمنتج المطبوع، فإن الصحف الإلكترونية ستظل تكتسب إمكانيات كبيرة وستصبح عمليات ذات تكلفة قليلة مع تطور التكنولوجيا ونمو مجتمع الإنترنت.

الاختلاف بين الصحافة الإلكترونية والمطبوعة

1. تحدي الصحف الإلكترونية للصحف الورقية

تشير دراسة **ميير (1998)** إلى أن الصحف الإلكترونية أصبحت تُشكّل تحديًا كبيرًا للصحف الورقية. وقد دفع هذا التطور ناشري الصحف اليومية إلى السعي لتأكيد تواجدهم المبكر في أسواق شبكة الإنترنت العالمية. ويظهر ذلك من خلال الزيادة السريعة في عدد الصحف الإلكترونية خلال التسعينيات، حيث: بداية عام **1996**: وُجدت 154 صحيفة إلكترونية. أكتوبر **1996**: ارتفع العدد إلى 1441 صحيفة. منتصف **1997**: بلغ العدد 3622 صحيفة. نهاية **1997**: وصل العدد إلى 4000 صحيفة، رغم توقف 100 صحيفة عن النشر إلكترونيًا لعدم وجود جدوى اقتصادية.

الاختلاف بين الصحافة الإلكترونية والمطبوعة

2. قضية الربحية والتحديات الاقتصادية

تبقى مسألة الربحية أحد التحديات الحقيقية التي تواجه نشر الصحف على الإنترنت، نظرًا لأن المستخدمين غالبًا لا يدفعون مقابل مطالعة النسخ الإلكترونية. إلا أنه توجد جهود متزايدة لجذب المزيد من المستخدمين من خلال تقديم خدمات صحفية مميزة مقابل رسوم اشتراك مدفوعة. تشير الإحصاءات إلى أن حوالي 67% من مستخدمي الإنترنت يقرأون الصحف والمجلات المنشورة عبر الشبكة.

3. تأثير الإنترنت على مفهوم الصحافة

أوضحت دراسة مارك ديوز (1999) الفرق بين الصحف الإلكترونية والصحف الورقية التقليدية، وكيف أثر الإنترنت على تقديم الأخبار عبر شبكة الويب. فقد خلّفت التكنولوجيا التقليدية لتصبح العملية محرّكة من قبل الجمهور؛ إذ:

- كان الصحفي في السابق يختار ويقرر ما يحتاجه القراء من أخبار.
 - في عصر الإنترنت، أصبح بإمكان الجمهور تخطي دور الصحفي في بحثهم عن المعلومات.
- وهذا التحول يمثل جوهر الصحافة والأخبار على شبكة الإنترنت، سواء كان الجمهور يمارس ذلك بمحض إرادته أو لا.

الاختلاف بين الصحافة الإلكترونية والمطبوعة

4. التحول المالي والاقتصادي في الطبقات الإلكترونية
- استهدفت دراسة ألفونس بالتس (2003) المجالات المالية والاقتصادية للطبقات الإلكترونية للصحف اليومية على شبكة الويب. وخلصت الدراسة إلى ما يلي:
- أصبحت معظم الجرائد تمتلك الآن طبقات إلكترونية لمنتجاتها الورقية في ظل توقيت حرج للتحول إلى النشر على الشبكة.
- تعتمد الجرائد الإلكترونية بكميات كبيرة على المحتوى الإخباري الذي يجمعه المحررون، والذين يتقاضون أجورًا مرتفعة، دون مقابل مالي مباشر عند نشره عبر الإنترنت.
- هناك خطر واضح من أن إتاحة المعلومات على الإنترنت قد تقلل من الطلب على الاشتراكات المدفوعة ومبيعات الصحف المطبوعة، مما يدفع بعض الجرائد إلى إعادة تقييم توزيع أخبارها على الشبكة.

الاختلاف بين الصحافة الإلكترونية والمطبوعة

5. جهود البحث والاستقصاء

أجرى الفونس بالتس مسحًا على الإنترنت شمل تساؤلات مهمة تتعلق بالربحية، والترويج، والتسعير، والطاقتم التحريري، والاشتراكات، والتكنولوجيا. وكان الهدف من هذا الاستقصاء هو إفادة ناشري الجرائد بمعلومات تساعد في تقديم منتج أفضل وتحقيق أرباح في عملياتهم على الإنترنت، وذلك ضمن إطار دراسة شملت صحفًا إلكترونية، مثل تلك الموجودة في ولاية أوهايو الأمريكية.



الاختلاف بين الصحافة الإلكترونية والمطبوعة

1. دراسة بار نهيرست (2002) – الحالة الأمريكية

تشير دراسة بار نهيرست إلى أن الجرائد الأمريكية التي تنشر طبعات إلكترونية على الإنترنت لا تُعيد اختراع نفسها على الويب، بل تقوم بإعادة إنتاج محتوى الطبعات الورقية بطريقة مشابهة لطريقة قراءة المستخدمين. ففي الإصدارات الإلكترونية، قد يُستخدم العرض الرقمي للوصول إلى القصص الخبرية، إلا أن عددًا قليلًا فقط من هذه القصص يحتوي على معالم إضافية مثل الوصلات الفائقة، والصور، والمصادر التفاعلية.

عدم التغيير في النص والمظهر: عادةً لا تُجرى تعديلات كبيرة على النصوص؛ ويُعد العرض البصري للإصدارات الإلكترونية هزياً مقارنةً بالصحف المطبوعة، التي تتمتع بخيارات طباعية وجرافيكية أكثر غنىً، فضلاً عن تقديم صور بمساحات أكبر.

الاستراتيجية السوقية: خلصت الدراسة إلى أن ناشري الصحف المطبوعة يستخدمون التواجد على الإنترنت كوسيلة منخفضة التكلفة للحفاظ على موقعهم في السوق الأمريكية، وكنوع من الحاجز يمنع دخول منافسين جدد في نطاقهم الجغرافي.



الاختلاف بين الصحافة الإلكترونية والمطبوعة

2. الدراسات الأوروبية – التجارب الإيطالية والإسبانية

أ. الدراسة الإيطالية

تناولت الدراسة الإيطالية التغيرات التكنولوجية التي شهدتها البلاد في السنوات الأخيرة؛ حيث دخلت إيطاليا العديد من الابتكارات مثل الهواتف المحمولة، وأطباق الأقمار الصناعية، والأجهزة السمعية البصرية الرقمية المتطورة. ومع ذلك، ظل الكمبيوتر في الظل بعيدًا عن الأضواء رغم كونه محور خطاب المتخصصين، ودخل الحياة اليومية تدريجيًا منذ التسعينيات.

تأخر الصحافة الإلكترونية: يُظهر هذا التناقض أن الصحافة الإلكترونية في إيطاليا لا تزال متأخرة مقارنة بالدول الأوروبية الأخرى، على الرغم من ظهور أول جرائد الإنترنت منذ سنوات مضت.

التحليل الثنائي: الجزء الأول من الدراسة وصف الموقف الإيطالي في ظل الاستثمارات الضخمة التي تُنفق على القطاع الإلكتروني، بينما استعرض الجزء الثاني مزايا الصحافة الإلكترونية الإيطالية التي تُعتبر أكثر تحديثًا من الطباعات الورقية، لكنها تواجه مشكلة التمويل الإعلاني المحدود.

الاتجاهات الحديثة: انتهت الدراسة بتحليل الاتجاهات المعاصرة في النظام المعلوماتي الإيطالي، والذي يتميز بتكامل التكنولوجيا واندماج منتجات الاتصالات، ما يخلق سياقًا جديدًا للاستخدام ويُحتمل أن يؤدي إلى سيناريوهات اجتماعية جديدة في المجتمع الإيطالي.



الاختلاف بين الصحافة الإلكترونية والمطبوعة

ب. الدراسة الإسبانية

أشارت الدراسة الإسبانية إلى أن الصحافة المكتوبة، على مدار 450 سنة من وجودها، لم تواجه تغيرات شديدة كما تواجهها الآن على الإنترنت.

فرص وتهديدات النشر الإلكتروني: يمثل قرار إصدار طبعة إلكترونية للصحيفة خطوة تحمل فرصًا وتهديدات يجب على الناشرين أخذها في الاعتبار؛ إذ تنتقل الصحف إلى بيئة تنافسية مختلفة تمامًا، مع ظهور منافسين وأساليب إدارة وعملاء ونماذج استهلاك تختلف جذريًا عن تلك الموجودة في العالم المادي.

تحليل بيانات القراءة: استندت الدراسة Dans, 2000 إلى بيانات من 15 جريدة إسبانية تغطي فترة زمنية تتراوح بين شهرين إلى عشرين شهرًا، حيث تم تحليل خصائص الجرائد المطبوعة وأنماط القراءة على الإنترنت. **نتائج مهمة:** أظهرت النتائج أن أنماط قراء الإنترنت تختلف بشكل ملحوظ عن القراء في العالم المادي، وأن قراءة الجرائد الإلكترونية تتم بطريقة أكثر وظيفية وهادفة، كما يتضح من العدد القليل للصفحات التي يطالعها المستخدمون في كل زيارة. وتوفر هذه النتائج للناشرين معلومات قيمة لفهم الجبهة الجديدة التي تشكلها الصحافة الإلكترونية في تاريخ الإعلام.



الاختلاف بين الصحافة الإلكترونية والمطبوعة

3. الدراسات العربية – التجارب في مصر

أ. دراسة سعيد الغريب (2001)

هدفت الدراسة إلى التعرف على ماهية الصحيفة الإلكترونية والمزايا الفريدة التي تميزها عن الوسائل الإعلامية التقليدية، ومدى تهديد هذه المزايا لمستقبل الصحيفة الورقية. كما تناولت الدراسة الوضع الراهن للصحف الإلكترونية المصرية وكيفية استغلالها للإمكانيات الكبيرة لتكنولوجيا الصحافة الإلكترونية. النتائج الرئيسية: تبين محدودية الاستفادة من الخدمات الأرشيفية، وعدم الاستخدام الكافي لتقنيتي النص الفائق والوسائط المتعددة، وغياب عنصر الحينية وإمكانية التحديث السريع للطبعات الإلكترونية، بالإضافة إلى ضعف العائد الإعلاني.



الاختلاف بين الصحافة الإلكترونية والمطبوعة

ب. دراسة محمد عبد الحكيم (2003)

ركزت هذه الدراسة على رصد أبعاد حركة النشر الإلكتروني في الصحف المصرية ومدى تطابقها مع السمات المميزة للصحافة الإلكترونية. كما بحثت في سهولة تصفح النسخ الإلكترونية وحجم استخدامها للوسائط المتعددة مثل الصوت والفيديو والمؤثرات الأخرى.

المحتوى والتفاعل: خلصت الدراسة إلى أن المحتوى المنشور في النسخ الإلكترونية يبقى مشابهًا للنسخ المطبوعة مع اختلافات ضئيلة جدًا في بعض عناوين صحيفة الأهرام. كما أظهرت الدراسة غياب الاتصال التفاعلي المباشر (مثل الدردشة وخدمات البريد الإلكتروني)، رغم نجاح المصممين في استخدام برامج تعمل على أنظمة الحواسيب المختلفة وتصميم واجهات مرنة تتيح تصفح المحتوى بسهولة.

حالة خاصة: تم تسجيل أن صحيفة الأهرام كانت الوحيدة بين الصحف الإلكترونية المصرية التي تعتمد على الوسائط المتعددة، مثل خدمة نقل أهداف مباريات كرة القدم.



الاختلاف بين الصحافة الإلكترونية والمطبوعة

ج. دراسة محمد خليل الرفاعي (2002)

سعت الدراسة إلى الكشف عن أفضل السبل لاستخدام تكنولوجيا الحواسيب في الصحافة العربية، مع تحليل الجوانب المؤثرة في استخدامها، ومعوقات التحول الرقمي، واستعداد الصحف لاعتماد هذه التكنولوجيا. **موقع صحيفة الأهرام:** خلصت الدراسة إلى أن موقع صحيفة الأهرام على الإنترنت يتميز بحدثة نسبية، إذ استعان بالمركز الفني "أماك" التابع لمؤسسة الأهرام. **التحفظ على النشر الإلكتروني:** أشار الباحث إلى أن المؤسسة لم تكن متحمسة للنشر الإلكتروني خوفاً من تأثير ذلك على أرقام توزيع الصحيفة، مما أدى إلى تأخير إطلاقها على الإنترنت؛ وهو ما يفسر تأخر نشر صحيفة اليوم التالي عبر الإنترنت حتى ما بعد منتصف الليل لضمان توزيع النسخة المطبوعة التي يفضل القراء الاطلاع عليها في أوقات مناسبة.



الاختلاف بين الصحافة الإلكترونية والمطبوعة

أوجه الاختلاف بين الصحافة الإلكترونية والمطبوعة في المضمون والفن الصحفي

1. الاختلافات في المضمون بين الإصدارات الإلكترونية والمطبوعة • دراسة سيك چو يوو (2003):

قامت الدراسة بمقارنة المضمون الإخباري للإصدارين الإلكتروني والمطبوع لنفس الصحيفة (صحيفة ديترويت فري برس) من خلال تحليل محتوى فترة تصل إلى خمسة أسابيع وإجراء مقابلة مع المحرر الإلكتروني. وأظهرت النتائج أن:

- النسخة الإلكترونية تحتوي على محتوى إخباري أكثر ومقالات ذات صلة بالموضوعات غير موجودة في النسخة المطبوعة.
- تتميز عناوين النسخة الإلكترونية بالطول الأكبر مقارنةً بالمطبوع.
- توجد فروق دالة في توزيع مصادر الأخبار وتوزيع الموضوعات من حيث الأفكار والتغطية الجغرافية.
- تحتوي النسخة الإلكترونية على عدد أقل من الصور، بينما لا يوجد اختلاف جوهري في متوسط طول القصة الخبرية.



الاختلاف بين الصحافة الإلكترونية والمطبوعة

2. تحليل مكونات الصورة وأبعادها التحريرية

دراسة أحمد حسن السمان (2002):

تناولت الدراسة مكونات وأبعاد الصورة في المواقع الصحفية لعدد من الصحف (مثل واشنطن بوست، ديلي تلجراف، وجيروز اليوم بوست) خلال عامي 2000 و2001. وجرى مقارنة بين المعالجة التحريرية والمواقف والتوجهات في النسخ الإلكترونية مع ما يُنشر في الطباعات الورقية، مما أظهر اختلافات في التصوير وتقديم المعلومات بين الوسيلتين.

3. تقييم الخدمات الصحفية الإلكترونية في الصحف السعودية

دراسة عبد الله بن ناصر الحمود وفهد بن عبد العزيز العسكر (2003):

هدفت الدراسة إلى تقييم مدى تناسب الخدمات الصحفية المقدمة على مواقع الصحف السعودية (ذات الأصل الورقي) مع الطبيعة الاتصالية الخاصة بالصحافة الإلكترونية. واعتمدت الدراسة أسلوب التحليل الكيفي على تصميم صحيفة تحليل شملت أربع صحف سعودية ("الجزيرة"، "الرياض"، "الوطن"، و"عكاظ") خلال أسبوع. وأظهرت النتائج أن: أهداف الإصدارات الإلكترونية للصحف السعودية لا تتماشى مع الطبيعة الاتصالية المميزة لشبكة الإنترنت. تقتصر المهام التحريرية لهذه النسخ عادةً على تلخيص بعض الموضوعات وإعادة صياغة عناوينها، دون مراعاة الخصائص الاتصالية مثل تكييف المحتوى مع النشر الجغرافي واتساع اهتمامات الجماهير.



الاختلاف بين الصحافة الإلكترونية والمطبوعة

4. الفروق في الفنون الصحفية والعرض الإخراجي

دراسة عبد الجواد سعيد (2003):

تناولت الدراسة وصف وتحليل الفنون الصحفية في النسخ المطبوعة والإلكترونية من الصحف العربية والأجنبية، مستندةً إلى السمات الاتصالية المميزة لكلٍ منهما. وتوصلت إلى أن:

عناوين الصحف الإلكترونية تتسم بالبساطة ولا تتعدد أسطرها، مما يحقق مبدأ الاختصار والوضوح.

الشكل الإخراجي للنسخة المطبوعة يختلف عن النسخة الإلكترونية، ما يعكس اختلافًا في طرق تقديم المحتوى.

5. تطورات صحافة الأطفال الإلكترونية

دراسة فائق الطنبارى (2000):

ناقشت الدراسة أنواع صحف الأطفال الإلكترونية والفنون التحريرية المتضمنة فيها، بالإضافة إلى دورها في التعليم. وخلصت إلى أن:

صحافة الأطفال شهدت تطورات مهمة، حيث تحولت بعض الصحف المطبوعة إلى نسخ إلكترونية.

أدى هذا التحول إلى تطور أساليب معالجة الفنون التحريرية بمختلف أشكالها لتناسب مع طبيعة الوسيلة الإلكترونية.



الاختلاف بين الصحافة الإلكترونية والمطبوعة

6. مستوى الانقرائية في مصادر الأخبار الإلكترونية مقابل المطبوعة

دراسة ديفيد فوربس (2002):

ركزت الدراسة على التفاوت في الوصول لتكنولوجيا المعلومات بناءً على مستوى الانقرائية readability واستخدمت الدراسة أسلوب العينة لتحليل مواد من ثمانية مصادر جماهيرية (أربعة من الإنترنت وأربعة من الجرائد المطبوعة). وأظهرت النتائج أن: أخبار الإنترنت تتمتع بمستوى أعلى من الانقرائية مقارنة بمصادر الأخبار المطبوعة.



التفاعلية على الانترنت ومواقع الصحف الإلكترونية

قلة التفاعلية في وسائل الإعلام التقليدية

منذ بدايات القرن العشرين كان فقدان التفاعلية Interactivity في وسائل الإعلام التقليدية سبباً رئيسياً لدراسة دورها في الاتصال الجماهيري. فقد ركّز مفكرو تلك الفترة مثل بريخت وبنيامين على قصور الاتصال التقليدي الذي يتسم باتجاه واحد. فقد قام بريخت في عشرينيات القرن الماضي بتطوير «نظرية الراديو» Radio Theory مؤكّداً ضرورة أن يتحول الراديو إلى وسيلة اتصال تتسم بالتبادلية والديمقراطية، وهو ما أثار اعتراضات قوية من قبل الأنظمة الفاشية الأوروبية التي رأت في ذلك تهديداً لتحقيق الديمقراطية والحرية الإعلامية.



التفاعلية على الانترنت ومواقع الصحف الإلكترونية

2. تطور مفهوم التفاعلية في الاتصال الجماهيري

بدأ الاهتمام بدراسة التفاعلية يتعمق مع مرور الزمن:

عام 1948: أكد وينر Wiener أهمية الرجوع Feedback كعنصر رئيسي في العملية الاتصالية.

عام 1954: صدر كتاب «عملية الاتصال الجماهيري وتأثيراتها» لـ Wilbur Schramm، حيث ظهرت لأول مرة

إشارة إلى مفهوم «التفاعلية»، مؤكدةً ضرورة وجود مجال خبرة مشترك بين المرسل والمستقبل، يتيح تبادل رسائل

الرجوع (من المستقبل إلى المرسل ومن المستقبل إلى ذاته).



التفاعلية على الانترنت ومواقع الصحف الإلكترونية

3. عوامل ضعف التفاعلية في وسائل الإعلام التقليدية

- نقص الإمكانيات التكنولوجية: فهي لا تمتلك الأدوات اللازمة لتفعيل مشاركة الجمهور وتبادل الرسائل والمضامين الإعلامية.
- طريقة عرض الرسائل: تُقدم هذه الوسائل رسائلها بشكل يحد من سيطرة المستقبل عليها، مما يجعل التواصل بعيداً عن روح المشاركة.
- محدودية الدوافع الاتصالية: لا تستطيع الوسائل التقليدية تشجيع كافة شرائح الجمهور على المساهمة في إنتاج المحتوى، حيث يقتصر النقاش عادةً على فئات محددة من الصفوة السياسية والثقافية.
- سيطرة المرسل: تُدار العملية الاتصالية وفقاً لرغبات المرسل الذي يحتكر السيطرة على المضامين الإعلامية، مما يحرم الجمهور من دور فاعل في عملية الاتصال.



التفاعلية على الانترنت ومواقع الصحف الإلكترونية

4. الطريق السريع للمعلومات وخيارات التفاعلية

يمكن تقسيم هذا الموضوع إلى ثلاثة أجزاء رئيسية.

أ. توسيع مجال الاتصال

وسائل إعلام جديدة وخيارات اتصالية متعددة: يُوفر الطريق السريع للمعلومات بدائل متزايدة تفصلنا عن نماذج الاتصال التقليدية، مما يفتح آفاقًا جديدة تتجاوز حدود الأسرة والمجتمع.

ب. التفاعلية والتحكم

التحكم والربط: يتميز الطريق السريع للمعلومات بطابعه التفاعلي، إذ يتيح للمستخدمين التحكم بشكل أكبر في المعلومات والوسائط الترفيهية. كما يُربط بين الأشخاص عبر أدوات مثل البريد الإلكتروني والجرائد الإلكترونية وغيرها من الوسائل التفاعلية.

ج. خلق روابط بعيدة وتأثير اجتماعي

الروابط البعيدة: يسمح الطريق السريع للمعلومات للأفراد بالعمل والدراسة والتسوق والترفيه عن بُعد، مما قد يؤدي إلى تغييرات اجتماعية عميقة تشبه في تأثيرها تلك التي أحدثتها الثورة الصناعية، ولكن في اتجاهات معاكسة من حيث توزيع النشاطات والمراكز الحضرية.



التفاعلية على الانترنت ومواقع الصحف الإلكترونية

5. الخيارات Choices في عصر المعلومات:

في مجتمع حر ومفتوح، تظهر مجموعة متنوعة من الوسائل والقنوات والمصادر والأصوات والمحتوى، ما يؤدي إلى تنوع في الإنتاج الإعلامي

يظهر ذلك جلياً في عدة مجالات:

- **الموسيقى:** حيث كانت التسجيلات محدودة زمنياً ومحددة بمحتوى يُقدم من داخل المجتمع ذاته، أما اليوم فأمامنا خيارات متعددة لأنواع الموسيقى.
- **السينما:** فقد كانت تسيطر عدد قليل من الاستديوهات الكبرى على الإنتاج والتوزيع، بينما أصبحت الآن شركات الإنتاج السينمائي منتشرة عالمياً بفضل تقنيات الاتصال الحديثة.



التفاعلية على الانترنت ومواقع الصحف الإلكترونية

- **الكتب:** انتقل الإنتاج من محدودية النسخ التقليدية إلى وفرة الإصدارات، مما جعل المكتبات ومتاجر الكتب تواجه تحديات في اختيار القراء للكتب المناسبة.
- **الإذاعة:** تحولت إلى استهداف جماهير محددة بناءً على العمر والعرق والتعليم والثقافة، وتزايدت محطات الإذاعة، ولا سيما مع ظهور الإذاعة على الإنترنت.
- **المجلات:** من مجلة عامة قليلة التوزيع إلى مجلات متخصصة تجمع قراءها حول اهتمامات محددة، ما أتاح ظهور الإعلان المتخصص.



التفاعلية على الانترنت ومواقع الصحف الإلكترونية

التفاعلية Interactivity

على الرغم من أن معظم الدراسات والكتابات عن التفاعلية تركز بشكل رئيسي على اتجاه واحد من "الطريق السريع للمعلومات" – أي نقل المعلومات والمواد الترفيهية من نقاط التوزيع عبر الأقمار الصناعية وموجات الميكروويف والألياف البصرية إلى ملايين الأفراد في منازلهم وأماكن عملهم – فإن القليل يُناقش المسار المعاكس، وهو انتقال المعلومات من المنزل إلى نقاط توزيع نائية. ويستثنى من ذلك خطوط الألياف البصرية التي تُتيح الاستجابة للطلبات الهائلة على البيانات والأفلام.

الكابل التفاعلي ورؤية جديدة للاتصال

قدّم الكابل التفاعلي interactive cable رؤية مبتكرة تمكّن الأفراد من إدلاء آرائهم من منازلهم والمشاركة في اجتماعات، مثل اجتماعات مجلس المدينة، على نحو يُظهر بوضوح مستقبل الاتصال الجماهيري. ففي عام 1993، تخيلت الشاعرة ريتا دوف Rita Dove الظهور في فصل دراسي لتقديم الشعر، بينما يشاهدها الأطفال في فصول متفرقة من أماكن مختلفة، ويسمعونها، ويترحمون عليها الأسئلة. ورغم أن هذا التصور كان يبدو تخيلاً في ذلك الوقت، فقد أصبح واقعاً ملحوظاً في أواخر العقد الماضي



التفاعلية على الانترنت ومواقع الصحف الإلكترونية

الأدوات التفاعلية ودور الإنترنت

يستخدم الملايين حول العالم شبكة الإنترنت يوميًا، وهي الآلاف المؤسسات الحكومية، الجامعية، الاقتصادية والخاصة، وتقوم ببث المعلومات إلى أكثر من مائتين دولة. وتتيح الإنترنت للمستخدمين:

- الوصول إلى قواعد المعلومات
- إرسال رسائل البريد الإلكتروني
- الدردشة مع أشخاص يشاركونهم نفس الاهتمامات

كما تستفيد المؤسسات الخاصة من الإنترنت في الاتصال الداخلي وتقديم الدعم الفني لعملائها، ويستخدم السياسيون هذه الوسيلة كخيار اقتصادي لإيصال رسائلهم إلى الناخبين. وبالإضافة إلى ذلك، يُمكن للأفراد توفير وقتهم من خلال متابعة المسلسلات أو قراءة الجرائد الإلكترونية عبر الشبكة. في السابق، كانت الإنترنت تُعتبر مملكة للعلماء وخبراء الكمبيوتر، أما الآن فقد تحولت إلى شبكة متاحة لكل فرد تقريباً.



التفاعلية على الانترنت ومواقع الصحف الإلكترونية

أهم الأدوات والمعالـم التفاعلية التي أتاحها شبكة الإنترنت:

أولاً: الدفع النقدي الإلكتروني

يُتيح الدفع النقدي الإلكتروني لأي فرد إنشاء homepage على شبكة الويب، مما يمكنه من أن يصبح ناشرًا مستقلًا. فقد تصل أعداد القراء الذين يزورون أي موقع ويب إلى مئات الآلاف، وهذا ما دفع الناشرين عبر الإنترنت إلى اكتشاف سبل جديدة لتحقيق الأرباح. يقوم هؤلاء الناشرـون بتقديم سلعهم وبضائعهم وخدماتهم للجمهور، ثم يطلبون رسوم اشتراك تُحوّل إليهم بوسائل تقليدية مثل الشيكات أو البطاقات الائتمانية.



التفاعلية على الانترنت ومواقع الصحف الإلكترونية

1. أدوات البحث والاشتراك في شبكة الويب

تتمتع شبكة الويب بمجموعة من أدوات البحث المجانية التي تُتيح للمستخدمين الوصول إلى عدد كبير من الأفكار والموضوعات. من بين هذه الأدوات:

The Lycos - Excite - google

بالإضافة إلى ذلك، يمكن لأولئك الراغبين في الاشتراك - سواء برسوم نقدية أو بدون رسوم - الحصول على مزيد من المعلومات المفضلة لديهم. حيث يتم إضافة أسماء المشتركين إلى قوائم بريدية إلكترونية listserv، تُرسل عبر البريد الإلكتروني دورياً، مما يتيح للمشارك الحصول على مجموعة مركزة من الموضوعات الإخبارية؛ تشبه في واقعها جريدة إلكترونية شخصية تُجمع قصصاً من قواعد بيانات وخدمات إخبارية مباشرة عبر الإنترنت.



التفاعلية على الانترنت ومواقع الصحف الإلكترونية

ثانيًا: النشرات الإخبارية Bulletin Boards
التجربة الأولى في مواجهة الكوارث والتواصل السريع
زلزال لوس أنجلوس 1994:

عندما ضرب الزلزال مدينة لوس أنجلوس عام 1994، كان هناك حاجة ملحة لمعرفة حالة الأقارب والأصدقاء في المناطق المنكوبة.

التحول إلى الإنترنت:

نظرًا لاحتجاز الخطوط التليفونية حيث قامت شركة AT&T ببرمجة شبكتها للحد من المكالمات الواردة، لجأ مستخدمو الكمبيوتر إلى شبكة الإنترنت خلال عشرين دقيقة فقط من وقوع الزلزال لإرسال واستقبال رسائل تُطلعهم على تأثير الزلزال.

نتائج فورية:

وبحلول اليوم التالي، بلغت الرسائل التي تم تجميعها في نشرة "برودجي" حوالي 12 ألف رسالة، وكانت جميعها تتناول موضوع الزلزال.



التفاعلية على الانترنت ومواقع الصحف الإلكترونية

التأثير العالمي وتجاوز الحدود الجغرافية
انفتاح النشرات الإخبارية:

يمكن لأي شخص بدء مجموعة إخبارية أو إضافة تعليق في نقاش معين، مما يجعل كل مشاركة تساهم في بناء كنز معلوماتي أو قد تُعتبر جزءًا من محتوى غير منظم.

رؤية "القرية العالمية":

تُسهّم النشرات الإخبارية، والمنتديات، وخطوط الدردشة في خلق تصور عالمي يتجاوز القيود الجغرافية، حيث يصل المحتوى إلى جمهور عالمي متنوع.

الاستخدامات المتخصصة للجماعات الداعمة

تُستخدم النشرات الإخبارية للتعامل مع مشكلات صحية مثل اضطرابات الجهاز الهضمي، استخدام الأدوية، الإيدز، السرطان، السكري، والأمراض العقلية.



التفاعلية على الانترنت ومواقع الصحف الإلكترونية

أولاً: أشكال التفاعلية في الاتصال عبر الحاسوب CMC

يقدم الاتصال عبر الحاسبات Computer-Mediated Communication – CMC العديد من أشكال التفاعلية، منها:

- البحث عن المضامين: حيث يتمكن المستخدمون من استكشاف المحتوى والمعلومات المخزنة على الشبكة.
- إتاحة رد الفعل أو الرجوع Feedback إذ يمكن للقراء إرسال تعليقاتهم أو اقتراحاتهم عبر البريد الإلكتروني أو من خلال قنوات أخرى.
- المواقع الإعلانية: التي تُعتبر وسيلة لربط المستخدمين بالمنتجات والخدمات بطريقة تفاعلية.
- بالمقارنة مع وسائل الإعلام المطبوعة والمذاعة، يُسهل الإنترنت على المستخدمين التواصل مع صانعي المحتوى عبر قوائم البريد الإلكتروني التي تحتوي على وصلات فائقة hyperlinked e-mail lists كما تُجرب المواقع الإخبارية الإلكترونية قنوات مختلفة لتمكين ردود الفعل، منها:
- الخطابات الإلكترونية الموجهة إلى المحرر electronic letters to the editor؛
- غرف الحوار الحي live chat rooms؛ - اللوحات الإخبارية bulletin boards؛
- ندوات النقاش discussion forums؛ الأسئلة الموجهة إلى الخبراء.

التفاعلية على الانترنت ومواقع الصحف الإلكترونية

الدراسات التحليلية لتقييم التفاعلية في مواقع الصحف الإلكترونية

1. دراسة تانجيف شولت Schult Tanjev

هدفت الدراسة إلى تقييم التفاعلية في مواقع 100 صحيفة أمريكية إلكترونية تم اختيارها بأسلوب العينة الطبقية، وقد توصلت إلى النتائج التالية:

- معظم الصحف الإلكترونية تتيح على مواقعها عناوين بريد إلكتروني للتواصل مع صالة التحرير؛
- حوالي ثلث هذه المواقع تعرض قائمة بعناوين البريد الإلكتروني الخاصة بالمحررين والصحفيين؛
- غالبية مواقع الصحف لا توفر خدمة الدردشة؛
- حوالي ربع المواقع تتيح إجراء مسح إلكترونية؛
- ثلث المواقع توفر لقراءها ندوات نقاش.

التفاعلية على الانترنت ومواقع الصحف الإلكترونية

2. دراسة كيني وجور Kenney & Gorelik وموانجي Mwangi

حللت الدراسة استخدام الخدمات التفاعلية في الصحف الإلكترونية من خلال تحليل محتوى الصفحة الأولى لـ 100 صحيفة إلكترونية، حيث شملت العينة:

- ست صحف أمريكية قومية؛
- ست صحف من الولايات المتحدة؛
- 88 صحيفة من دول أخرى تدعم تعدد اللغات.

وأظهرت النتائج أن:

- الصحف الهادفة للربح لا تدعم التفاعلية بشكل أكبر من الصحف غير الهادفة للربح؛
 - لا يوجد فرق واضح في دعم التفاعلية بين الطباعات الورقية المختلفة؛
 - توجد مواقع أوروبية، آسيوية، ولاسيينية تتميز بتفاعلية عالية.
- كما خلصت الدراسة إلى أن أكثر من ثلث مواقع الصحف الإلكترونية لا توفر وسيلة تفاعلية تمكن الجمهور من إرسال رسائل إلكترونية للمحررين، وأن أكثر من ثلثي المحررين لا يردون على استفسارات القراء.

التفاعلية على الانترنت ومواقع الصحافة الإلكترونية

3. دراسة سو-تشين لين 2002 Jen-Sue Lin

- طرحت الدراسة عدة تساؤلات حول العلاقة بين عدد المعالم التفاعلية والتفاعلية كما يتصورها المستخدم، وتأثير ذلك على اتجاهات المستخدم ونواياه السلوكية تجاه الموقع. وقد توصلت الدراسة إلى أن:
- إدراك المستخدم لمستوى التفاعلية يتأثر بمقدار السلوك التفاعلي الذي يمارسه؛
 - التفاعلية المعتقدة perceived interactivity تؤثر بدورها على توجهات المستخدم ونواياه؛
 - قراء الصحف الإلكترونية ذوو الخصائص المختلفة يتصفحون مواقع تختلف في عدد وأساليب المعالم التفاعلية.

التفاعلية على الانترنت ومواقع الصحف الإلكترونية

التجارب والنماذج التجريبية لتقييم التفاعلية

استنادًا إلى نتائج الدراسات السابقة، تم تصميم أربع نماذج لصحف إلكترونية لتمثيل الحالة الراهنة فيما يتعلق بتوفير خيارات تفاعلية:

• في حالة التفاعلية العالية للمضمون:

- يُعرض 100 قصة إخبارية؛
- 200 وصلة نصية فائقة hyperlinks؛
- ومحرك بحث مدمج في الموقع.

• في حالة التفاعلية المنخفضة للمضمون:

- يُعرض 50 قصة إخبارية؛
- وتتوفر خيارات الاتصال الشخصي بنسب متفاوتة؛
- حيث تُقدم مواقع التفاعلية العالية روابط بريد إلكتروني للمحررين ولوحات إخبارية، بينما في المواقع ذات التفاعلية المنخفضة لا تُتاح مثل هذه الخيارات.

التفاعلية على الانترنت ومواقع الصحف الإلكترونية

تم خضوع 169 مشاركًا لتجربة تصفح إحدى هذه النماذج، حيث تم تسجيل سلوكياتهم التفاعلية، والوقت المستغرق، وعدد الصفحات التي تم مشاهدتها. كما طُلب منهم تقييم مستوى التفاعلية واتجاهاتهم ونواياهم السلوكية تجاه الموقع. أظهرت النتائج أن:

المشاركون الذين تعرضوا لحالات تجريبية عالية من التفاعلية سجلوا نقاطًا مرتفعة في مقياس التفاعلية المعتقدة؛ أي أن عدد المعالم التفاعلية يُعد مؤشرًا قويًا على مدى إدراك المستخدم لتفاعلية الموقع. وأيضًا تبين أن:

أولئك الذين يفضلون وسائل الإعلام التقليدية قضوا وقتًا أطول على الموقع؛ الأفراد ذوو الطابع الاجتماعي التفاعلي كانوا أكثر ميلًا لاستخدام الجرائد الإلكترونية؛ والذين حصلوا على تجارب اتصال شخصي عالية قضوا وقتًا أطول وشاهدوا عددًا أكبر من الصفحات.

التفاعلية على الانترنت ومواقع الصحف الإلكترونية

إطار نظري لتحول نموذج الجريدة التقليدية

ساهمت دراسة تيري لي ويدر Terry lee Wimmer عام 2000 في تقديم إطار نظري يدعم تحول نموذج الجريدة التقليدية من مجرد نقل الرسالة message delivery إلى نموذج يضمن آليات رد الفعل والتفاعلية. ومن أهم ما تناولته الدراسة:

- **أبعاد التفاعلية:** تجمع التفاعلية بين أربعة مستويات متعددة الأبعاد، حيث تُقرن النية الاتصالية بعملية تبادل المعلومات، مما يؤدي إلى تحقيق قيمة معلوماتية.
- **جوهر التفاعل:** يُعتبر التبادل المعلوماتي exchange جوهر التفاعلية، والقيمة المستقبلية من هذا التبادل قد تكون إيجابية أو سلبية اعتمادًا على خبرات المرسل وتفاعل المستقبل.
- **نموذج التبادل في الوقت الحقيقي:** قدمت الدراسة نموذجًا للتبادل في الوقت الحقيقي، استند في بنائه إلى نظرية البنيوية Constructivism Theory في الاتصالات ونظرية وضع الأجندة Agenda-Setting Theory في الصحافة، بهدف خلق مناخ للتبادل الحر يُسهل على المشاركين التعبير دون أن يُفرض عليهم ما ينبغي قوله، مما يعزز دور الصحافة العامة ونظرية المسؤولية الاجتماعية في تيسير العملية التفاعلية.

التفاعلية على الانترنت ومواقع الصحف الإلكترونية

يتضح من خلال الدراسات والموديلات التجريبية أن التفاعلية على الإنترنت تُعد عنصرًا محوريًا في تطوير الصحافة الإلكترونية. إذ إن توفير أدوات التفاعل (مثل البريد الإلكتروني، المنتديات، غرف الدردشة، والمسوح الإلكترونية) يسهم في بناء بيئة تواصل ثنائية الاتجاه بين صانعي المحتوى والجمهور.

كما أن إدراك المستخدم للتفاعلية يتأثر بشكل مباشر بعدد ونوعية المعالم التفاعلية المُتاحة على الموقع، مما يؤثر على اتجاهاته وسلوكياته.

وفي ظل التحول الرقمي، يصبح من الضروري للجراند الإلكترونية إعادة النظر في استراتيجياتها لجذب جمهور متنوع، خاصة الشباب، من خلال تقديم محتوى يتناسب مع احتياجاتهم وتوفير قنوات تواصل تفاعلية فعالة تُساهم في تعزيز قيمة التجربة الإعلامية.

التفاعلية على الانترنت ومواقع الصحف الإلكترونية

التطورات الحديثة بعد عام 2020 في التفاعلية في الصحف الإلكترونية والإعلام الرقمي:

1. استخدام الذكاء الاصطناعي والتعلم الآلي:
 - تخصيص المحتوى: تُستخدم تقنيات الذكاء الاصطناعي لتحليل سلوك المستخدمين وتفضيلاتهم، مما يسمح بتقديم محتوى إخباري مُخصص يتناسب مع اهتمامات كل قارئ.
 - روبوتات المحادثة: (Chatbots) أصبحت روبوتات الدردشة أكثر تطوراً وتقدم إجابات فورية على استفسارات القراء، وتساعد في توجيه المستخدمين داخل مواقع الأخبار.
2. الواقع المعزز والواقع الافتراضي: (AR/VR)
 - تجارب تفاعلية غامرة: يتم دمج تقنيات الواقع المعزز والافتراضي في تقارير الأخبار لتوفير تجربة تفاعلية تُمكن المستخدمين من "زيارة" أماكن الأحداث بشكل افتراضي، مما يعزز من فهمهم وتفاعلهم مع المحتوى.
 - عرض القصص ثلاثية الأبعاد: استخدام تطبيقات تُتيح للمستخدمين التفاعل مع المشاهد أو البيانات الإخبارية عبر بيئات ثلاثية الأبعاد، مما يضيف بعداً جديداً للتغطية الإخبارية.

التفاعلية على الانترنت ومواقع الصحف الإلكترونية

3. المحتوى التفاعلي المتعدد الوسائط:

• خرائط ورسوم بيانية تفاعلية: دمج أدوات العرض التفاعلي مثل الخرائط الديناميكية والرسوم البيانية التي يمكن للمستخدمين التفاعل معها لاستكشاف البيانات الإخبارية بمزيد من العمق.

• مقاطع الفيديو القصيرة والتفاعلية: استخدام مقاطع الفيديو القصيرة على منصات مثل TikTok و Instagram Reels لتوصيل الأخبار بأسلوب سريع وجذاب يدعم التفاعل والمشاركة.

4. تطبيقات الأخبار المخصصة للهواتف الذكية:

• تجارب شخصية محسنة: تطوير تطبيقات تفاعلية تتيح للمستخدمين تخصيص تجربتهم الإخبارية، مثل اختيار الأقسام المفضلة، والاشتراك في تنبيهات خاصة بالأخبار، والمشاركة في استطلاعات الرأي والمسوح الإلكترونية داخل التطبيق.

• التفاعل الاجتماعي داخل التطبيقات: إتاحة خاصيات المشاركة والتعليق والرد داخل التطبيق نفسه، مما يساهم في بناء مجتمع نشط حول الأخبار.

التفاعلية على الانترنت ومواقع الصحف الإلكترونية

5. التكامل بين الإعلام التقليدي والرقمي:
 - الرموز التفاعلية: (QR Codes) تُستخدم الرموز التفاعلية في النسخ المطبوعة لتحويل القراء إلى محتوى تفاعلي على الإنترنت، مثل مقاطع فيديو أو تقارير تفصيلية أو غرف نقاش مخصصة.
 - التغطية المزدوجة: دمج تقنيات التفاعلية في الطباعات الإلكترونية للصحف والقنوات التلفزيونية التقليدية لتعزيز التواصل مع الجمهور وتقديم تجارب متكاملة.
6. تعزيز الأمان والخصوصية في التفاعلات الرقمية:
 - تقنيات التشفير المتقدمة: تطوير أنظمة دفع إلكترونية وآليات تواصل آمنة تضمن حماية البيانات الشخصية والمعاملات المالية، مما يعزز ثقة المستخدمين في استخدام الخدمات التفاعلية عبر الإنترنت.
 - ضوابط الخصوصية المحدثة: تبني معايير جديدة لحماية خصوصية المستخدمين أثناء تفاعلهم مع المحتوى، مما يُساعد في تلبية مخاوف الجمهور حول استخدام بياناتهم.

التفاعلية على الانترنت ومواقع الصحف الإلكترونية

7. التحول نحو المجتمعات الرقمية والمنتديات المتخصصة:
- المجتمعات الافتراضية: إنشاء منصات متخصصة حيث يتجمع المستخدمون ذوو الاهتمامات المشتركة لمناقشة الأخبار والقضايا المهمة، مما يتيح تبادل الآراء والتفاعل الفعال.
 - الشبكات الاجتماعية المتخصصة: دعم تشكيل مجموعات نقاش متخصصة داخل التطبيقات والمواقع الإخبارية لتبادل الخبرات والمعلومات بطريقة منظمة وموجهة.

مراحل عملية إنتاج وتصميم الصحيفة الإلكترونية

يمكن تلخيص مراحل عملية إنتاج وتصميم الصحيفة الإلكترونية في النقاط التالية:

- التخطيط وتحديد الاستراتيجية:

- تحديد رؤية الصحيفة والجمهور المستهدف.
- وضع خطة المحتوى والأقسام (مثل الأخبار، التحليلات، الرياضة، الثقافة...).
- وضع استراتيجية للنشر والتوزيع عبر الإنترنت.
- جمع وإعداد المحتوى:

- جمع الأخبار والمقالات والمواد المرئية (صور، فيديو هات، إنفو غرافيك).
- تحرير المحتوى لضمان دقته وجودته وتوافقه مع معايير الصحافة الإلكترونية.
- التصميم والتوضيب المكتبي الرقمي:

تصميم هيكل الموقع أو الصحيفة الإلكترونية باستخدام برامج التصميم (مثل Adobe InDesign أو أدوات تصميم الويب).

إعداد التخطيط (Layout) وتنظيم المحتوى النصي والمرئي بشكل متناسق وجذاب.

تطبيق مبادئ التيبو غرافيا والهوية البصرية (اختيار الخطوط، الألوان، الشعارات، إلخ).

مراحل عملية انتاج وتصميم الصحيفة الالكترونية

تطوير الواجهة وتجربة المستخدم: (UI/UX)

تصميم واجهة المستخدم بحيث تكون سهلة التصفح ومتجاوبة مع مختلف الأجهزة (تصميم متجاوب).
تحسين تجربة المستخدم من خلال دمج العناصر التفاعلية مثل الروابط التشعبية، وأزرار المشاركة، وغرف الدردشة، والاستطلاعات.

•النشر الإلكتروني:

رفع المحتوى على منصة إدارة المحتوى (CMS) أو على موقع إلكتروني مخصص.
التأكد من توافق الموقع مع محركات البحث وتحسين ظهوره. (SEO)

•التفاعل والصيانة:

توفير قنوات للتفاعل مع القراء (البريد الإلكتروني، التعليقات، المنتديات).
متابعة أداء الموقع وتحليل بيانات الاستخدام لتحسين المحتوى والتصميم بشكل مستمر.
تحديث المحتوى دوريًا والحفاظ على جودة الخبرة الرقمية للزوار.

مكونات الصحف الإلكترونية

1. النصوص

مكونات العناصر التيبوغرافية في النظام الإلكتروني التي تُستخدم لتصميم وتنسيق النصوص والمحتوى الكتابي في بيئة إلكترونية (مثل مواقع الويب والتطبيقات الإلكترونية) بهدف تحسين قابلية القراءة والجاذبية البصرية. ويمكن توضيح ذلك من خلال العناصر التالية:

1.1 الخطوط Fonts:

- نوع الخط المناسب (مثل الخطوط ذات الطابع الحديث أو الكلاسيكي) الذي يعكس هوية المحتوى.
- خطوط الويب Web fonts التي تضمن توافقها مع مختلف الأجهزة والشاشات.

2. حجم النص Font Size

- أحجام مختلفة للعناوين، والعناوين الفرعية، والنصوص الأساسية لضمان تباين هرمي واضح يسهل عملية القراءة.

3. تباعد الأسطر والحروف Line Spacing & Letter Spacing

- المسافات بين الأسطر Leading لضمان راحة العين وسهولة متابعة القراءة.
- التباعد بين الحروف Tracking/Kerning لتحسين مظهر الكلمات وضمان وضوحها.

4. المحاذاة والتنظيم: (Alignment & Layout)

- محاذاة النص (يسار، يمين، مركز، أو تبرير) بما يتناسب مع التصميم العام.
- أنظمة الشبكة (Grid systems) لتنظيم المحتوى وتوزيعه بشكل متناسق.

5. التباين والألوان: (Contrast & Color)

- ألوان النص والخلفية بحيث يكون التباين كافياً لضمان وضوح النص.
- ألوان متناسقة مع الهوية البصرية للمنصة أو الموقع.

6. التنسيق والأساليب: (Text Formatting & Styling)

- عناصر التمييز مثل العريض (Bold)، والمائل (Italic)، والتسطير (Underline) لتسليط الضوء على المعلومات المهمة.
- تأثيرات خاصة (مثل الظلال أو التوهجات) عند الضرورة دون الإخلال بوضوح النص.

7. التدرج الهرمي: (Typographic Hierarchy)

- تنظيم النصوص وفق مستويات مختلفة (عناوين رئيسية، عناوين فرعية، نصوص، تعليقات) لخلق تسلسل بصري يُوجه القارئ خلال المحتوى.

8. الاستجابة (Responsiveness)

تصميم العناصر التيبوغرافية بحيث تتكيف مع مختلف أحجام الشاشات والأجهزة (الحواسيب، الأجهزة اللوحية، والهواتف الذكية)، مما يضمن تجربة قراءة متسقة.

9. العناصر التفاعلية (Interactive Typographic Elements)

تضمين تأثيرات تفاعلية مثل تغيير لون النص عند المرور عليه (hover effects) أو ظهور قوائم منسدلة للنصوص التوضيحية، مما يعزز التفاعل مع المستخدم.

2. الصور والرسوم التوضيحية:

1. الصور الفوتوغرافية: تُستخدم لنقل المشاهد الحية وتوضيح الأحداث، كما تُعزز من مصداقية الخبر وتجعل المحتوى أكثر جذبًا.

• الرسوم التوضيحية: (Illustrations) تُستخدم لتبسيط المفاهيم أو لتوضيح موضوعات معقدة، وتضفي طابعًا فنيًا وإبداعيًا على التصميم.

• الإنفوغرافيك: (Infographics) تُستخدم لعرض البيانات والإحصاءات بشكل بصري مبسط وسهل الفهم، مما يساعد القارئ على استيعاب المعلومات بسرعة.

2. الفيديوها والمقاطع المتعددة الوسائط:

• الفيديوها القصيرة والطويلة: تُقدم تقارير مصورة أو مقابلات أو تغطيات حية للأحداث، مما يُعطي بعدًا دراميًا وتفاعليًا للمحتوى.

• الرسوم المتحركة: (Animations) تُستخدم لشرح العمليات أو السرد القصصي بطريقة مرئية جذابة.

• المقاطع الصوتية والبودكاست: تُتيح للمستخدم الاستماع إلى تقارير إخبارية أو تحليلات دون الحاجة إلى قراءة النصوص، مما يوفر تجربة إعلامية متنوعة.

مكونات الصحف الإلكترونية

3. العناصر التفاعلية:

- الأزرار والعناصر القابلة للنقر: مثل أزرار "المشاركة" و"التعليق" التي تُحفّز المستخدمين على التفاعل مع المحتوى.
- نماذج واستطلاعات الرأي: (Surveys/Polls) تُستخدم لجمع آراء القراء ومشاركتهم الفعالة في محتوى الخبر.
- غرف الدردشة والمنتديات: تُتيح مناقشات تفاعلية بين القراء وصناع المحتوى، مما يُعزز الشعور بالمجتمع والانتماء.
- الخريطة التفاعلية والرسوم البيانية: تُستخدم لتقديم معلومات جغرافية أو بيانات إحصائية بشكل تفاعلي يمكن للمستخدم التفاعل معه واستكشاف التفاصيل.

4. عناصر التصميم والواجهة البصرية:

- التخطيط Layout تصميم هيكل الموقع وترتيب الأقسام بشكل منطقي وواضح يساعد المستخدم في التنقل بسهولة بين الأخبار والمقالات.
- ألوان الخلفية والتباين: اختيار ألوان متناسقة مع الهوية البصرية للموقع لتحسين قابلية القراءة وإبراز العناصر الهامة.
- الأيقونات والرموز Icons تُستخدم لتوضيح الوظائف والإرشادات بشكل بصري مبسط.
- القوائم وأشرطة التنقل: تنظيم المحتوى في قوائم واضحة وروابط تنقل تُسهل على المستخدم الوصول إلى الأقسام المختلفة في الموقع.

5. الوصلات التشعبية: (Hyperlinks)

• تُستخدم لربط المقالات والمواضيع ببعضها البعض، مما يُتيح للقارئ استكشاف المزيد من المعلومات والانتقال بسهولة بين المحتويات ذات الصلة.

6. التأثيرات الحركية: (Animations & Transitions)

• تُستخدم لإضفاء طابع ديناميكي على الموقع، مثل انتقالات سلسلة بين الصفحات أو تأثيرات عند تمرير الماوس على العناصر التفاعلية، مما يساهم في تحسين تجربة المستخدم.

7. التكامل مع وسائل التواصل الاجتماعي:

• تضمين أزرار المشاركة الاجتماعية وروابط الصفحات الرسمية على منصات التواصل الاجتماعي، مما يُعزز من انتشار المحتوى ويساهم في التفاعل بين المستخدمين.

أنظمة تصميم الصحف الإلكترونية

أي استخدام تقنيات الحوسبة والبرمجيات المتخصصة في عملية إعداد وتصميم وترتيب صفحات الصحف بطريقة رقمية. سواء للطباعة أو للنشر الإلكتروني، مما يساعد في تحسين جودة التصميم وتقليل الوقت والجهد المطلوبين في عملية الإنتاج الإعلامي. فهي تهدف إلى إنشاء وتطوير مواقع الصحف الإلكترونية بحيث تُظهر محتوى إخباريًا غنيًا وجذابًا وسهل الاستخدام.

• أنظمة التصميم الرقمي:

تتضمن برامج الحاسوب التي تُستخدم لتصميم الصفحات والنماذج الرسومية، مثل إعداد العناوين، وتقسيم النصوص، وتنسيق الصور والإعلانات. ومن أمثلة هذه البرامج Adobe InDesign ، QuarkXPress ، وغيرها.

• التوضيب المكتبي الرقمي: (Desktop Publishing)

هو عملية دمج المحتوى التحريري والرسومي معاً في تنسيق نهائي يُعد جاهزاً للطباعة أو النشر الإلكتروني. ويشمل ذلك:

- **تخطيط الصفحات:** ترتيب النصوص والصور والعناصر الإعلانية بطريقة منظمة وجذابة.
- **التنسيق والتصميم:** تحديد الخطوط، والألوان، والأحجام، والتباعد لتحقيق تصميم متكامل وسهل القراءة.
- **التحضير للنشر الإلكتروني:** ضمان أن الملف المُعد يتوافق مع معايير النشر عبر الإنترنت.

أنظمة تصميم الصحف الإلكترونية

- أنظمة إدارة المحتوى CMS
تُستخدم منصات مثل WordPress، Joomla، Drupal أو أنظمة مخصصة لإدارة المحتوى، حيث تُسهّل عملية نشر وتحديث الأخبار والمقالات والصور والفيديوهات، وتتيح للقائمين على النشر التحكم الكامل في شكل وتصميم الموقع.
- تصميم واجهة المستخدم UI وتجربة المستخدم UX
تركز هذه الأنظمة على كيفية تفاعل المستخدم مع الموقع من خلال:
 - تخطيط صفحات الموقع بشكل متناسق وجذاب.
 - تصميم قوائم تنقل واضحة وسهلة الاستخدام.
 - توفير تجربة قراءة مريحة من خلال اختيار خطوط وألوان مناسبة وتباعد مناسب للمحتوى.
 - التأكد من أن عناصر التفاعل مثل الأزرار والروابط تعمل بسلاسة.
- التصميم المتجاوب Responsive Design
يشمل ذلك استخدام تقنيات تصميم تضمن أن موقع الصحيفة الإلكترونية يظهر بشكل ملائم على مختلف الأجهزة (الحواسيب المكتبية، والأجهزة اللوحية، والهواتف الذكية)، مما يُعزز من وصول المحتوى إلى جمهور أوسع.

أنظمة تصميم الصحف الإلكترونية

- التكامل مع الوسائط المتعددة:
تتيح أنظمة التصميم دمج مقاطع الفيديو، والصور، والرسوم البيانية التفاعلية والخرائط، مما يساهم في إثراء المحتوى الإخباري وتقديم تجربة تفاعلية للمستخدمين.
- استخدام أطر العمل (Frameworks) وتقنيات الويب الحديثة:
تعتمد أنظمة التصميم على تقنيات مثل HTML5 ، CSS3 ، وJavaScript، وأحياناً تُستعين بأطر عمل مثل React أو Angular لتوفير مواقع ديناميكية وتفاعلية، تُحدّث المحتوى بشكل مستمر وتُتيح للمستخدمين التفاعل مع الأخبار بطرق متعددة مثل التعليقات والمشاركة والتفاعل الاجتماعي.
- إمكانية تخصيص التصميم:
تسمح هذه الأنظمة للمؤسسات الإعلامية بتعديل تصميم موقعها الإلكتروني بسهولة وفقاً لتطورات المحتوى واحتياجات الجمهور، كما تُمكنها من اختبار تصاميم مختلفة (A/B testing) للوصول إلى أفضل تجربة مستخدم.

اختر الإجابة الصحيحة:

أي من التالي يعتبر من أهم عوامل نجاح الصحيفة الإلكترونية؟

- (أ) تصميم متجاوب وسهل الاستخدام
- (ب) استخدام الخطوط الصغيرة جدًا
- (ج) تقليل التحديثات اليومية
- (د) إخفاء التعليقات والآراء

كيف يمكن للصحافة الإلكترونية زيادة التفاعل مع الجمهور؟

- (أ) منع التعليقات
- (ب) تقديم استطلاعات الرأي والتعليقات
- (ج) إيقاف مشاركة الأخبار
- (د) إزالة المحتوى المتعدد الوسائط

أي من التالي لا يُعتبر ميزة في الصحافة الإلكترونية؟

- (أ) سرعة النشر
- (ب) التفاعل مع الجمهور
- (ج) محدودية الوصول
- (د) استخدام الفيديو والصور

ما هو دور الذكاء الاصطناعي في الصحافة الإلكترونية؟

- (أ) أتمتة كتابة الأخبار
- (ب) تقليل سرعة النشر
- (ج) إلغاء التفاعل مع المستخدمين
- (د) تقليل المحتوى البصري

اختر الإجابة الصحيحة:

أي من التالي يعتبر من أهم عوامل نجاح الصحيفة الإلكترونية؟

- أ) تصميم متجاوب وسهل الاستخدام ✓
- ب) استخدام الخطوط الصغيرة جدًا
- ج) تقليل التحديثات اليومية
- د) إخفاء التعليقات والآراء

كيف يمكن للصحافة الإلكترونية زيادة التفاعل مع الجمهور؟

- أ) منع التعليقات
- ب) تقديم استطلاعات الرأي والتعليقات ✓
- ج) إيقاف مشاركة الأخبار
- د) إزالة المحتوى المتعدد الوسائط

أي من التالي لا يُعتبر ميزة في الصحافة الإلكترونية؟

- أ) سرعة النشر
- ب) التفاعل مع الجمهور
- ج) محدودية الوصول ✓
- د) استخدام الفيديو والصور

ما هو دور الذكاء الاصطناعي في الصحافة الإلكترونية؟

- أ) أتمتة كتابة الأخبار ✓
- ب) تقليل سرعة النشر
- ج) إلغاء التفاعل مع المستخدمين
- د) تقليل المحتوى البصري

عنوان الفيديو	الرابط
Digital Journalism	https://www.youtube.com/watch?v=9uh-6jkJZsQ
Anatomy of a News Website	https://www.youtube.com/watch?v=76DdkDGQ7jU
The 5 Design Principles	https://www.youtube.com/watch?v=A8bsrYqn0NQ
How to Properly Layout A Website	https://www.youtube.com/watch?v=3C_22eBWpjg

- الصحافة الإلكترونية – أ. د. شريف درويش اللبان
- الصحافة الإلكترونية - تغيّر وتحول مراحل و أنظمة تصميم وإنتاج الصحف والنشر الإلكتروني - أ.د. أنتصار رسمي موسى

شكراً لكم