

جامعة البحرين

قسم الإعلام والسياحة والفنون

كلية الآداب



مستقبل الصحافة اليومية المطبوعة بمملكة البحرين في ظلّ منافسة الإعلام الإلكتروني (دراسة ميدانية)

أطروحة مقدمة كجزء من متطلبات الحصول على درجة (الماجستير) في (الإعلام)

إعداد

غسان يوسف الشهابي

19849087

إشراف

الدكتور شُعيب عبدالمنعم الغُباشي

أستاذ مشارك

جامعة البحرين

مملكة البحرين

مايو 2017 م

اعتماد لجنة المناقشة



جامعة البحرين

عمادة الدراسات العليا

اسم الطالب: غسان يوسف عبدالملك الشهابي الرقم الجامعي: 19849078

اسم الكلية: الآداب القسم: الإعلام والسياحة والفنون

اسم البرنامج: الماجستير في الإعلام عنوان الأطروحة: مستقبل الصحافة اليومية المطبوعة في مملكة البحرين ظل منافسة الإعلام الإلكتروني: دراسة ميدانية.

اجتمعت لجنة المناقشة يوم.....الموافق.....

بقاعة لجنة المناقشة وقررت التالي:

يُمنح الطالب تقدير:.....في مقرر الأطروحة:.....

- دون إجراء أية تعديلات على الأطروحة.
 - على أن يتم إجراء التعديلات المرفقة مع هذا القرار.
- تصديق أعضاء لجنة المناقشة:

التوقيع

الاسم

- 1- الدكتور شعيب عبدالمنعم الغباشي المشرف على الأطروحة
- 2- الممتحن الداخلي
- 3- الممتحن الخارجي

ملخص الدراسة

هدفت هذه الدراسة إلى التعرف على مستقبل الصحافة اليومية المطبوعة في مملكة البحرين في ظل منافسة الإعلام الإلكتروني. مستعينة بنظرية "الإعلام المندمج" Media Convergence القائلة باقتراب التكنولوجيا في منصات الإعلام إلى حد الاندماج، لكي تقدّم الرسائل الإعلامية بأشكالها المتعددة، سواء أكانت التقليدية أم الرقمية الجديدة، تحت سقف واحد، كون هذا التوجّه أحد أهم المخارج للمؤسسات الصحافية في المستقبل القريب من التراجع الذي تعاني منه الصحافة المطبوعة.

وفي سبيل التعرف على أوجه مستقبل الصحافة اليومية البحرينية المطبوعة، قام الباحث بدراسة الواقع الصحافي من خلال الصحافيين أنفسهم وذلك عن طريق الاستبيان وإجراء مقابلات غير المقننة مع متّخذي القرار في المؤسسات الصحافية البحرينية وأهم مسؤوليها.

وأكدت الدراسة أنّ أكثر العوامل التي تعيق استمرار صدور الصحافة البحرينية اليومية المطبوعة مستقبلاً هي: تراجع الإعلانات التجارية، ثم ظهور وسائل أخرى أسرع وأكثر سهولة، ثم اتّساع فئة الشباب في المجتمع وارتباطها بالتكنولوجيا.

توصّلت الدراسة إلى أنّ الإعلام الاجتماعي يُعتبر الأكثر منافسة للصحف البحرينية اليومية المطبوعة، ثم المواقع الرقمية للصحف نفسها، وبعدها المواقع الإخبارية على الإنترنت، وأن ظهور وسائل منافسة للصحيفة المطبوعة أسهم في عدم صدور صحيفة يومية جديدة في البحرين منذ العام 2008. ورأت العينة أن ظهور وسائل لنقل المواد أسرع وأكثر سهولة، وتراجع اهتمامات القراء، واتّساع فئة الشباب في المجتمع وارتباطها بالتكنولوجيا، ستكون من العوامل المعيقة لصدور صحف يومية جديدة.

وبيّنت الدراسة أنّ من عيّنة الدراسة يتوقّعون استمرار صدور الصحف البحرينية اليومية المطبوعة في السنوات المقبلة، في ظلّ عدم يقين مسؤولي الصحف اليومية المطبوعة في البحرين الذين يرون أن عمرها قد يمتد من خمس سنوات إلى عشرين سنة أخرى، وليس أكثر من ذلك.

وجاء في نتائج الدراسة أنَّ من المتوقَّع أن تكون شبكات التَّواصل الاجتماعي أكثر وسيلة سيتوجَّه إليها القارئ في البحرين مستقبلاً لتلقِّي الأخبار والآراء، ومن بعدها المواقع الرِّقْمِيَّة للصحف، تليها المواقع الإخبارية، ثم القنوات التلفزيونية.

وكشفت الدراسة أنَّ غالبية عَيِّنة الدراسة، يؤيِّدون الأخذ بـ "الإعلام المندمج"، وأنَّ (63%) من العَيِّنة عبَّروا عن استعدادهم لترك الكتابة للصحافة المطبوعة والتحوُّل إلى الوسائل الإعلامية الأخرى إذا ما تحوَّلت الصحيفة إليها.

وأوصت الدراسة أن تتحوَّل "المؤسسات الصحافية" إلى "مؤسسات إعلامية". وأن تعيد المؤسسات الصحافية هيكله نفسها بالتركيز على العناصر المتعددة المهمَّات، المتعاملة بقدرات عالية مع الوسائط الإعلامية المختلفة، لتقليل النفقات مع تراجع الإنفاق الإعلاني وتشتته، وقلة الدخل من الإعلان الإلكتروني، وبناء استراتيجيات إعلانية وتسويقية للمنتجات الجديدة الإعلامية المتكاملة والمتربطة الصادرة عن المؤسسات الإعلامية المستقبلية.

كما أوصت الدراسة باستثمار المؤسسات الصحافية المزيد من الأموال في إعداد بناها التَّحتِيَّة لكي تكون قابلة لضمِّ جميع أشكال الوسائل الإعلامية تحت سقف صالة تحرير واحدة، وأن تتعرَّف المؤسسات الصحافية الحالية أكثر على الإمكانيات التي يتيحها "الإعلام المندمج" في تحوُّلها من مجرد صحيفة ورقية، إلى مؤسسة إعلامية متعددة المنصَّات، وإعادة تأهيل الصحافيين والعاملين في المؤسسات الصحافية للتحوُّل إلى الأشكال الجديدة من الإعلام.

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

﴿وَأَنْ لَّيْسَ لِلْإِنْسَانِ إِلَّا مَا سَعَى،

وَأَنْ سَعْيُهُ سَوْفَ يُرَى،

ثُمَّ يُجْزَاهُ الْجَزَاءَ الْأَوْفَى﴾

صَدَقَ اللَّهُ الْعَظِيمُ

[سورة النجم: 39-41]

الإهداء

إلى والدي رحمه الله رحمة واسعة وقد حببني في العلم

إلى والدتي حفظها الله، أصل اللغة والمفردات

إلى زوجتي في تفانيها وتشجيعها

إلى ولديّ غازي وأحمد وابنتي زين

إلى جميع الذين تشرفت بمرافقتهم في دروب الصحافة فبنينا معاً آمالاً وسقطنا

معاً، ونهضنا معاً ولم تجفّ أيدينا من أحبار المعشوقة

إلى زميلات وزملاء الدراسة الذين أعادوا لمقاعد الدراسة دفأها

إلى كل الذين أسهموا معي في هذا الجهد العلمي المتواضع.

الشكر والتقدير لمن يستحقون

يطيب لي في نهاية هذه الرحلة العلمية أن أزجي الشكر الجزيل إلى رئيس جامعة البحرين السابق الدكتور إبراهيم محمد جناحي الذي طالما شجعني لاستكمال الدراسة، والذي يَسّر التحاقِي - وعشرات غيري - ببرنامج الماجستير في الإعلام. كما أشكر رئيس الجامعة الحالي الأستاذ الدكتور رياض يوسف حمزة على تشجيعه ودعمه المستمرين.

وأقدم بالشكر الجزيل إلى مشرفي الدكتور شعيب عبدالمنعم الغباشي، على الجهد الذي بذله معي طيلة فترة إعداد الدراسة، وعلى نصائحه وتوجيهاته التي استفدت منها كثيراً، وكذلك الشكر لأساتذتي في مرحلة الماجستير، الدكتور رضا بن محمود مثناني، الذي منحنا الكثير والكثير من جهده السخي، والدكتور جمال عبدالعظيم، والدكتور محمد السيد، الذي طالما أرشدني إلى ما كنت غافلاً عنه. وأستاذة كرام أمّوني بخبراتهم الغنية الواسعة، أذكر منهم بالاعتزاز الدكتور أحمد سعد جلال، والدكتور أشرف عبدالغيث، والدكتور عدنان بومطيع، والدكتور عبدالكريم الزباني، والأستاذ الدكتور وليد خليل زباري، لمساعداتهم القيّمة للباحث.

كما أشكر كل زملائي وزميلاتي الذين تشرفت برفقتهم في الدفعة الثانية من ماجستير الإعلام، فقد كان تفانيهم ومساندتهم لبعضهم البعض، وتسابقهم للمساعدة، من الصور التي لا يمكن نسيانها، فجعلوا فترة الدراسة علامة بارزة وفارقة في تاريخ القسم.

وكذلك الشكر موصول إلى مساعدتي فداء عبداللطيف، التي لم تتأخر يوماً عن مدّي بالدعم الفني في إعداد العروض، والجهد الكبير الذي بذلته الزميلة نوف صباح في إعداد الجانب التقني من الاستبيان ومتابعته، ولا أنسى زملائي وزميلاتي الصحافيين الذين تسابقوا في مساعدتي بملء الاستبيان وتوزيعه والإدلاء بأرائهم، مما أغنى الدراسة وميّزها، وإلى كل من لم أذكره هنا أيضاً، كلّ له نصيب من شكري وتقديري.

الباحث

قائمة المحتويات	
الصفحة	الموضوع
أ	اعتماد لجنة المناقشة
ب	ملخص الدراسة
د	الآية الكريمة
هـ	الإهداء
و	الشكر والتقدير لمن يستحقون
ز	قائمة المحتويات
ط	قائمة الجداول
ل	قائمة الأشكال
1	الباب الأول: الإطاران المنهجي والنظري الفصل الأول: الإطار المنهجي للدراسة
2	المقدمة
7	الدراسات السابقة
25	التعليق على الدراسات السابقة
27	مشكلة الدراسة
28	أهداف الدراسة
28	أهمية الدراسة
29	تساؤلات الدراسة
30	فروض الدراسة
31	أسباب اختيار الموضوع
32	صعوبات الدراسة
33	منهج الدراسة
33	أدوات جمع البيانات
35	نوع الدراسة
36	مجتمع الدراسة

37	عيّنة الدّراسة
38	حدود الدراسة
38	مصطلحات الدراسة ومفاهيمها
41	مؤشّرات صدق المقياس وثباته
44	ثبات الاتّساق الداخلي للمقياس
45	إحصاءات الدّراسة
46	الفصل الثاني: الإطاران النّظري والمعرفي للدّراسة
47	أولاً: الإطار النظريّ: نظريّة الإعلام المندمج Media Convergence
56	ثانياً: الإطار المعرفي للدراسة
57	المبحث الأول: استشراف المستقبل
68	المبحث الثاني: الصحافة في البحرين من الأسبوعية إلى اليومية
76	المبحث الثالث: التنافس بين الصحافة اليومية المطبوعة والإعلام الإلكتروني
80	- منافسة الإعلام الإلكتروني للصحافة اليومية المطبوعة عالمياً
87	- منافسة الإعلام الإلكتروني للصحافة اليومية المطبوعة عربياً
103	المبحث الرابع: الإنترنت والإعلام الاجتماعي
105	- الإنترنت والإعلام الاجتماعي في الوطن العربي
111	- الإنترنت والإعلام الاجتماعي في البحرين
118	الباب الثاني: نتائج الدّراسة الميدانيّة
119	الفصل الأول: واقع الصّحافة البحرينيّة المعاصر
120	المبحث الأول: خصائص عيّنة الدّراسة
127	المبحث الثاني: واقع الصّحافة البحرينيّة المعاصر
161	الفصل الثاني: مستقبل الصحافة البحرينية والإجابة على الفروض
162	المبحث الأول: مستقبل الصحافة البحرينية
200	المبحث الثاني: الإجابة على فروض الدراسة
209	النتائج العامة للدراسة
213	توصيات الدّراسة

216	المصادر والمراجع	
243	ملخص الدراسة باللغة الإنجليزية	
قائمة الجداول		
الصفحة	عنوان الجدول	رقم
42	مؤشرات صدق الاتساق الداخلي لعبارات محور العوامل المساعدة على استمرار الصحافة البحرينية اليومية المطبوعة	1
43	مؤشرات صدق الاتساق الداخلي لعبارات محور العوامل التي تعيق استمرار صدور الصحافة المطبوعة مستقبلاً	2
44	مؤشرات صدق الاتساق الداخلي لعبارات محور أسباب عدم ظهور صحف جديدة	3
44	مؤشرات ثبات الاتساق الداخلي لمقياس الدراسة	4
80	توزيع الصحف المطبوعة في العالم ما بين العامين 2012 و 2016	5
82	عدد النسخ الورقية الموزعة في الولايات المتحدة 1940 – 2016	6
114	ارتباط مملكة البحرين بالإنترنت في الفترة من 2000 إلى 2016	7
120	توزيع عينة الدراسة حسب متغير النوع	8
121	توزيع عينة الدراسة حسب متغير سنوات الخبرة في المجال الصحفي	9
122	توزيع عينة الدراسة حسب متغير المستوى التعليمي	10
124	توزيع عينة الدراسة حسب متغير الصفة الوظيفية	11
125	توزيع عينة الدراسة حسب متغير المؤسسة الصحفية	12
126	التكرارات والنسب المئوية لمدى اعتماد القارئ في البحرين على الصحف اليومية المحلية المطبوعة في استقاء معلوماته	13
128	التكرارات والنسب المئوية للمواد الصحفية التي تلقى الإقبال الأكبر من قبل القراء تبعاً للتفاعل والتعليقات	14
133	التكرارات والنسب المئوية لمدى النظر إلى مهنة الصحفي في الصحف اليومية البحرينية المطبوعة بأنها مهمة في المجتمع مقارنة بوسائل الإعلام الأخرى	15
135	التكرارات والنسب المئوية لمدى موثوقية ما يرد في الصحافة اليومية المطبوعة في البحرين لدى الجمهور المحلي قياساً بالإذاعة والتلفزيون والإعلام الاجتماعي	16
137	التكرارات والنسب المئوية لمدى الاعتقاد أن الصحفيين البحرينيين العاملين في الصحافة اليومية البحرينية المطبوعة يتمتعون بمهنية في عملهم الصحفي	17

18	التكرارات والنسب المئوية لمدى الاعتقاد أن الصحافيين غير البحرينيين العاملين في الصحافة اليومية البحرينية المطبوعة يتمتعون بمهنية في عملهم الصحافي	137
19	التكرارات والنسب المئوية لتفاعل القراء مع ما يُنشر في الصحف اليومية المحلية المطبوعة	139
20	التكرارات والنسب المئوية لتقدير العينة لعدد النسخ المطبوعة حالياً من الصحف البحرينية العربية اليومية مجتمعة	140
21	التكرارات والنسب المئوية لمؤشرات توزيع الصحف اليومية المطبوعة في البحرين حالياً من وجهة نظر العينة	142
22	التكرارات والنسب المئوية والمتوسطات الحسابية والأهمية النسبية والترتيب لتفاعل القراء مع المواضيع المطروحة في الصحيفة من خلال استخدامهم لهذه الوسائل	144
23	التكرارات والنسب المئوية لوسائل الإعلام الاجتماعي الأكثر استخداماً من قبل الجمهور في البحرين للتفاعل مع الصحيفة	146
24	التكرارات والنسب المئوية والمتوسطات الحسابية والأهمية النسبية والترتيب لأهم العوامل المساعدة على استمرار الصحافة البحرينية اليومية المطبوعة حتى الآن	147
25	التكرارات والنسب المئوية والمتوسطات الحسابية والأهمية النسبية والترتيب للعوامل التي تعيق استمرار صدور الصحافة البحرينية اليومية المطبوعة مستقبلاً	151
26	التكرارات والنسب المئوية للوسائل الأكثر منافسة للصحف البحرينية اليومية المطبوعة حالياً	155
27	التكرارات والنسب المئوية والمتوسطات الحسابية والأهمية النسبية والترتيب لأسباب عدم ظهور صحف جديدة في البحرين منذ العام 2008	157
28	التكرارات والنسب المئوية لمدى الموافقة على أن وسائل إعلام أخرى بدأت تزاخم الصحافة المطبوعة	159
29	التكرارات والنسب المئوية للأسباب التي أدت إلى أن وسائل إعلام أخرى بدأت تزاخم الصحافة المطبوعة من وجهة نظر العينة	160
30	التكرارات والنسب المئوية لاحتمالات مستقبل الصحافة اليومية البحرينية المطبوعة في ظل منافسة الإعلام الإلكتروني	162
31	التكرارات والنسب المئوية لتوقع العينة استمرار صدور الصحف البحرينية اليومية المطبوعة في السنوات المقبلة	164

32	التكرارات والنسب المئوية للأسباب التي تدعو لعدم استمرار صدور الصحف البحرينية اليومية المطبوعة في السنوات المقبلة من وجهة نظر العينة	170
33	التكرارات والنسب المئوية لرأي العينة في ضرورة استمرار الصحف المطبوعة	182
34	التكرارات والنسب المئوية لتوجه القارئ في البحرين مستقبلاً لتلقي الأخبار والآراء	184
35	التكرارات والنسب المئوية للخيارات المستقبلية أمام المؤسسات الصحافية البحرينية القائمة حالياً	186
36	التكرارات والنسب المئوية لاهتمام المؤسسات الصحافية في البحرين بتفعيل وسائل الإعلام الأخرى فيها يدعم الصحيفة المطبوعة أم يهدد مستقبلها	189
37	التكرارات والنسب المئوية لمدى اعتماد المؤسسات الصحافية على الإعلام الإلكتروني	191
38	التكرارات والنسب المئوية لمدى استعداد العينة لترك الكتابة للصحافة المطبوعة والتحول إلى وسائل إعلامية أخرى إذا ما تحولت الصحيفة إلى الاعتماد على الوسائل الرقمية أو المرئية... الخ	193
39	التكرارات والنسب المئوية للخيارات المهنية المتاحة أمامك مستقبلاً إذا تحولت مؤسستك إلى شكل إعلامي آخر	194
40	التكرارات والنسب المئوية لمدى تأييد العينة لتحول المؤسسة إلى "الإعلام المندمج" لتقدم جميع الفنون الإعلامية من جميع القنوات المتاحة في صالة تحرير واحدة	195
41	دلالة العلاقة الارتباطية بين المستوى التعليمي للمبحوثين وموقفهم من اعتماد القارئ على الصحف اليومية في استقاء معلوماته	200
42	دلالة العلاقة الارتباطية بين سنوات خبرة المبحوثين وموقفهم من اعتماد القارئ على الصحف اليومية في استقاء معلوماته	201
43	دلالة العلاقة الارتباطية بين المستوى التعليمي للمبحوثين واتجاههم نحو الصحافة البحرينية اليومية المطبوعة مستقبلاً	202
44	دلالة العلاقة الارتباطية بين سنوات خبرة المبحوثين واتجاههم نحو الصحافة البحرينية اليومية المطبوعة مستقبلاً	203
45	دلالة العلاقة الارتباطية بين المستوى التعليمي للمبحوثين واتجاههم نحو الإعلام المندمج	204
46	دلالة العلاقة الارتباطية بين سنوات خبرة المبحوثين واتجاههم نحو لإعلام المندمج	205

47	دلالة العلاقة الارتباطية بين المستوى التعليمي للمبشرين واستعدادهم للتحوّل من الصحافة المطبوعة إلى الصحافة الإلكترونية	206
48	دلالة العلاقة الارتباطية بين سنوات الخبرة للمبشرين واستعدادهم للتحوّل من الصحافة المطبوعة إلى الإعلام الإلكتروني	206
49	العلاقة الارتباطية بين استعداد المبشرين للتحوّل إلى الوسائل الإعلامية الإلكترونية وموافقتهم على تحوّل المؤسسات الصحافية إلى الإعلام المندمج	207
50	دلالة العلاقة الارتباطية بين اعتماد القارئ في البحرين على الصحف المحلية في استقاء معلوماته وضرورة استمرار الصحف اليومية المطبوعة	208
قائمة الأشكال		
الرقم	الموضوع	الصفحة
1	الإعلام المندمج أو "غرفة الأخبار المتكاملة"	54
2	معدل النفاذ العالمي للإنترنت بحسب المناطق الجغرافية - ديسمبر 2017	105
3	ترتيب الدول العربية من حيث القدرة على النفاذ إلى الإنترنت	112
4	توزيع عينة الدراسة حسب متغير سنوات الخبرة في المجال الصحفي	122
5	توزيع عينة الدراسة حسب متغير المستوى التعليمي	123
6	توزيع عينة الدراسة حسب متغير الوظيفة	125
7	توزيع عينة الدراسة حسب متغير المؤسسة الصحافية	126
8	الكتلة البحرينية الشبابية المتوقعة من 2015 - 2030	153
الملاحق		
1	استبانة الدراسة	231
2	قائمة المحكمين	240

الباب الأول

الإطاران المنهجي والنظري

الفصل الأول

الإطار المنهجي للدراسة

- المقدمة
- الدراسات السابقة
- التعليق على الدراسات السابقة
- مشكلة الدراسة
- أهداف الدراسة
- أهمية الدراسة
- تساؤلات الدراسة
- فروض الدراسة
- منهج الدراسة
- أدوات جمع البيانات
- نوع الدراسة
- مجتمع الدراسة
- عينة البحث
- حدود الدراسة
- مصطلحات الدراسة ومفاهيمها
- أسباب اختيار الموضوع
- الإضافة المنتظرة
- صعوبات الدراسة
- مؤشرات صدق المقياس وثباته
- ثبات الاتساق الداخلي للمقياس
- إحصاءات الدراسة

المقدمة

بقيت الصحافة المطبوعة في مقدمة المشهد الإعلامي العام منذ ظهورها ونموها في القرن السابع عشر، وبقيت الصحف والمجلات تؤدي أدواراً بالغة الأهمية في التنوير، ونشر الأخبار، ومن خلالها، بات الناس يعرفون أخبار المناطق القريبة والبعيدة، وما يجري في الحروب، والتجارة، وحركة البضائع، والاكتشافات الجديدة، وأحوال الشعوب الأخرى، وغيرها من الاهتمامات التي أثارها العمل الصحفي منذ نشأته.

وأسهمت الصحافة إسهاماً كبيراً في ترسيخ قيم الديمقراطية في مناطق نشأتها، في دول أوروبا والولايات المتحدة، وكرست حق الجمهور في المعرفة، وخاضت في ذلك معارك كثيرة، وأصبحت منذ أواسط القرن التاسع عشر تسمى "السلطة الرابعة"، التي تأتي بعد السلطات التنفيذية والتشريعية والقضائية، لتراقب أعمال السلطات الثلاث، حتى أثر عن الرئيس الأميركي الثالث توماس جيفرسون (1743 – 1826) Thomas Jefferson قوله: "لو شُرك الأمر لي للاختيار ما بين حكومة بلا صحافة أو صحافة بلا حكومة، لاخترت الثانية بلا تردد"¹، فقد صارت الصحافة فضاءً عاماً مهماً في تبادل الأفكار والآراء، وطرحت آراء مختلف القوى السياسية والاقتصادية والدينية والاجتماعية، وفي سباق للتأثير وتشكيل الرأي العام.

وأثرت الأوضاع الاقتصادية في العالم على الصحافة، فمع الحروب والأزمات المالية، تتعرض الصحافة للضائقة التي يعاني منها الاقتصاد، فتشهد اندماجات صحف، واختفاء صحف، لعدم قدرتها على الوفاء بالتزاماتها المادية، كما تنعكس أوضاع الرّخاء الاقتصادي على مناحي الحياة، ومن بينها الصحافة، إذ تشهد حينها التوسع والنمو. ومن المظاهر المعروفة في أوقات الرّخاء في الصحافة: زيادة عدد الصحفيين، وافتتاح مكاتب للصحف الكبرى، وذلك في داخل الدول الممتدة جغرافياً، وكذلك مكاتب في العواصم الحيوية سياسياً، واقتصادياً، وتعيين عدد من المراسلين والكتّاب، وما أن ينكمش الاقتصاد، حتى تسعى الصحف إلى التخلص من مظاهر الأيّام المزدهرة، والإبقاء على الكوادر والخدمات الأساسية التي تكفي لتسيير الصحيفة، حتى إذا لم

¹ اللبان، شريف درويش، يسين، سارة أحمد، (2015)، حرب الصورة: توظيف الصورة الصحفية في الحروب والثورات (4)، المركز العربي للبحوث والدراسات، متاح على <http://www.acrseg.org/39377>، آخر زيارة للموقع 09 مايو 2018

يعد هناك أيّ مفر من الإغلاق، التحقت الصحّيفة بالكثير من الصّحف الأخرى التي سبق أن أغلقت أبوابها على الرّغم من شهرتها وعراقتها.

وليس الوضع الاقتصادي هو تحدّي الوحيد للصحّف المطبوعة على مدى التاريخ، فقد كان نجاح البثّ الأول للإذاعة في العام 1906 بداية التحدّيات الإعلامية الكبرى للصحّافة المكتوبة، فقد تطوّرت الإذاعة بشكل كبير، لتكون الوسيلة الاتصالية الوحيدة - من بين الوسائل التالية - التي تعتمد على السّمع فقط، حتى أسماها خبراء الإعلام والاتصال "الوسيلة العمياء" Blind Medium، فشكّلت الإذاعة تحدّياً كبيراً للصحّافة المطبوعة، خصوصاً مع وجود نسبة عالية من الأميّة لاتزال، سواء أكانت في الدّول الغربية أم في غيرها من الدّول، فكان من السهل أن يوجد من "يقول" الأخبار والآراء والحوارات بدلاً من قراءتها، كما صار بالإمكان أن يعمل الإنسان ويستمتع إلى الإذاعة بدلاً من الاقتصار على القراءة وحدها، هذا إلى جانب التّرفيه الذي وفّره هذه الوسيلة منذ عشرينات القرن الماضي، حيث بدأت بعدها في الانتشار الواسع عالمياً.

وتكيّفت الصحّافة مع الإذاعة، ولم تستسلم إلى من تتبّأ بنهاية الصحّافة المطبوعة آنذاك، بل استمرت في الصدور، وتنامت نسخها المطبوعة، والعناوين التي صدرت في الفترة التي أعقبت الحرب العالميّة الثانية.

وما أن استعادت الصحّافة توازنها من بعد دخول الإذاعة إلى السّاحة الإعلامية؛ حتى ظهر منافس جديد، وتحدّ جديد للصحّافة المطبوعة، متمثلاً في التلفزيون الذي بدأ في الظهور رسمياً في النّصف الثّاني من القرن العشرين، وتعرّز ظهوره في أوروبا وبعض دول آسيا في منتصف ثلاثينات القرن العشرين، وأصبح أكثر انتشاراً بشكل واسع في الخمسينات، ودخل في هذه الفترة في البلاد العربيّة عبر العراق أولاً، وواصل انتشاره بشكل أسرع بكثير من انتشار الصحّافة والإذاعة، وصارت هناك وسيلة إعلامية جديدة مرئيّة ومسموعة، فانصرف الجمهور بشكل كبير إلى هذه الوسيلة الجديدة التي ساعدت في سرعة نموّها وتطورها، التطورات التكنولوجية المتوالية بشكل سريع جداً، قياساً لما سبق من عقود وقرون، وامتداد البثّ على مساحات شاسعة، ودخول الأقمار الاصطناعية في المعادلة. وبعد أن ظل جهاز التلفزيون مرتفع الثمن حتى خمسينات القرن الماضي؛ جعلت التكنولوجيا ثمنه أرخص، وصار بالإمكان اقتناؤه من قبل أسر الطبقة الوسطى، فانتشر بسرعة مذهلة. وهنا تجدد القول باحتمال انتهاء عصر الصحّافة المطبوعة نظراً للإقبال الكبير جداً من قبل الجمهور على التلفزيون، والذي صار له ركن خاصّ في أكثر البيوت، وعليه يجري تنسيق الأثاث في غرف المعيشة.

ومع ذلك، بقيت الصحافة المطبوعة قائمة، ومنتامية أيضاً، وتشهد أرقام التوزيع في بعض الدول، كالولايات المتحدة، تنامياً في أعداد توزيع الصحف المطبوعة على الرغم من التحديات التي واجهتها، وذلك لاعتماد الجمهور على الصحافة المطبوعة مصدراً للأخبار والمعلومات، والثقة في ما يُنشر، والتأثير الكبير للصحافة على القرارات الحكومية.

أتى التحدي الثالث على مرحلتين، وهو تحدي الإنترنت، الشبكة التي احتاجت وقتاً قصيراً لتضمّ مئات الملايين من المشتركين حول العالم، قبل أن يصبحوا اليوم 4.15 مليار مشترك¹، كما هو الوضع في شهر ديسمبر 2017، وذلك وقت قصير نسبياً، فصار بإمكان الناس أن يتفاعلوا بدلاً من أن يتلقوا فقط، المكتوب، أو المسموع، أو المرئي، واكتشفوا أنّ ليس بإمكان أحد أن يحدّ من قدرتهم على التفاعل كما يحدث مع الصحف حينما يرسل القارئ خطابه للنشر، فيجري حبسها أحياناً، أو إعادة صياغتها، أو تأخر نشرها في انتظار نشر خطابات الآخرين لمحدودية المساحة وتوالي الصدور. كما أن البرامج الإذاعية والتلفزيونية المباشرة تظلّ محدودة العدد شحّة قياساً بأعداد المتفرجين، ومحدودة المدد المعطاة للجمهور للتعبير عن رأيه، واقتصار الوسائل الثلاث على المؤثرين في المجتمعات في معظم الأحيان، وهذا ما أنهته الإنترنت عبر الكثير من البرامج التي استفادت منها، ليصبح لكل شخص أن ينتج مادته إن أراد، ويروجها إن شاء، وله مساحات شاسعة على البرامج والتطبيقات لينتج المواد المكتوبة والمسموعة والمرئية كما يرى، ووقتاً يقرر.

المرحلة الثانية من التحدي الثالث (الإنترنت)، تمثلت في "الإعلام الاجتماعي" Social Media الذي ظهر بكل قوة منذ ظهور الجيل الثاني من الإنترنت Web 2.0 في العشرية الأولى من القرن الحادي والعشرين، وهو الجيل الذي أتاح إنشاء منصّات الإعلام الاجتماعي الذي استقطب قطاعاً واسعاً جداً من الجمهور الكبير للإنترنت.

ضمن كل هذه التغيّرات، أصبحت الصحافة المطبوعة تواجه ضغوطاً هائلة من أكثر من جهة، سواء تحولات القراءة عند الجمهور الذي صار يقرأ من شاشات الحواسيب الثابتة، أو المحمولة، أو الكفّية، أو الهواتف

¹ Internet World Stats, INTERNET USAGE STATISTICS :The Internet Big Picture,

<https://www.internetworldstats.com/stats.htm>, last visit May, 10, 2018.

الذكية. أو أخذ الجمهور إنتاج موادّ الإعلامية الخاصّة، وظهر "الصّحافي المواطن" الذي ما عاد ينتظر من يكتب له، وما عاد سلبياً، بل اكتشف أنه لا يقلّ حضوراً وتأثيراً من الصّحافيين المسجّلين رسمياً في المؤسسات الصّحافية.

وإذا كانت الصّحف قد أنشأت نسخاً إلكترونية على شبكة الإنترنت لتكون ظلّاً لها؛ فإنّها - ومع الإعلام الاجتماعيّ - قلّلت من حضور هذا الظلّ وأهمّيته، وراحت تنقل ما في الصّحيفة إلى هذه المنصّات والتطبيقات، وتنتج مادّة صحافيّة خاصّة بها أيضاً، سواء موادّ مكتوبة أم مرئية أم مسموعة.

لقد ناقشت دراسات متعددة، أجنبية وعربية، في العقدين الماضيين، وبشكل مكثّف، هذه التّحوّلات التي طرأت على الصّحافة المطبوعة، واتجاهات مختلف أنواع الجمهور نحو الصّحافة المطبوعة والإلكترونية، سواء أكانوا من جمهور القراء عامّة، أم جمهور الشباب، أم جمهور الإعلاميين أنفسهم، أم جمهور الأكاديميين، أم غيرهم من القطاعات، وجرت دراسة المنافسة القائمة بين النّوعين من الصّحافة، والآثار القائمة والمتوقّعة لهذه المنافسة.

ومملكة البحرين، تعيش، بدورها، هذه التنافسية بين الصّحافة المطبوعة، والإعلام الإلكتروني بشكل واضح جداً، خصوصاً وأنها تعدّ من الدول المتقدّمة عالمياً وعربياً في جودة البنية التّحتيّة للإنترنت، وقدرة سكّانها على النفاذ إلى الشّبكة¹، مع وجود عدد هواتف ذكيّة مسجّلة ومتّصلة بالإنترنت، أعلى من عدد سكّان المملكة نفسها. وكل هذا له انعكاسات ضاغطة على الصّحافة اليوميّة المطبوعة في البحرين والتي يصل عمرها اليوم إلى 79 عاماً، والتي شهدت نمواً منذ بداية القرن الحالي، وتضاعف عددها مرتين عمّا كانت عليه قبلاً.

ولكن عدد هذه الصحف تراجع من سبع صحف يومية إلى أربع، وهذه الصحف الأربع لم تعد تطبع وتوزّع كما كانت في بداية الألفية الثالثة، فقد شهدت مبيعات الصحف اليومية في البحرين تراجعاً، وذلك بحسب المسؤولين وصنّاع القرار في المؤسسات الصحافية، في الوقت الذي زاد اعتماد المؤسسات الصحافية على الإعلام الإلكتروني، وعلى الإعلام الاجتماعي للوصول إلى القارئ، ما يظهر بوضوح أن هناك تأثيراً متزايداً

¹ يمكن مراجعة الشكل رقم (3) عن نسبة النفاذ (الاختراق) للإنترنت في الدول العربية.

من الإعلام الإلكتروني - بكافة أشكاله المتطورة والمتزايدة باستمرار - للصحافة اليومية المطبوعة، وهذا التأثير يقيسه متخذو القرار سنوياً، وتجري الكثير من التحركات في المؤسسات الصحافية البحرينية للتفاعل مع هذه المتغيرات.

لذا، فقد انصبّت هذه الدراسة على بحث مستقبل الصحافة اليومية المطبوعة في مملكة البحرين في ظلّ منافسة الإعلام الإلكتروني.

الدراسات السابقة

أولاً: الدراسات العربية

لقد اطلع الباحث على العديد من الدراسات السابقة ذات العلاقة بموضوع الدراسة الحالية، ومتغيراتها المختلفة، وسوف يتم عرضها، في ضوء الدراسات العربية والأجنبية التي تتبع التطورات التي مرّت بها الصحافة المطبوعة، وتعامل مختلف شرائح الجمهور معها، والتحوّلات الآنية والمستقبلية لها. وتم ترتيب الدراسات السابقة حسب أحدثيّة إجراءاتها على النحو التالي:

1) دراسة العوضي (2017) بعنوان: أثر شبكات التواصل الاجتماعيّ في تعامل الشباب مع وسائل الإعلام التقليديّة في مملكة البحرين.

هدفت الدراسة إلى التعرف على أثر شبكات التواصل الاجتماعيّ في تعامل الشباب (ما بين 15 و 30 عاماً) مع وسائل الإعلام التقليديّة (ال جماهيرية) في مملكة البحرين، وذلك من خلال التعرف على مدى استخدام الشباب لشبكات التواصل الاجتماعيّ ووسائل الإعلام التقليديّة في آن واحد، ومن خلال التعرف على العلاقة بين شبكات التواصل الاجتماعيّ ووسائل الإعلام التقليديّة. كما تهدف الدراسة إلى التعرف على دلالة العلاقة بين استخدام شبكات التواصل الاجتماعيّ والاعتماد على وسائل الإعلام التقليديّة في الحصول على الأخبار، والتعرف على دلالة الفروق الإحصائيّة في الإشباعات المتحقّقة من استخدام شبكات التواصل الاجتماعيّ ووسائل الإعلام التقليديّة وفقاً للمتغيّرات الديموغرافيّة.

وتوصّلت الدّراسة إلى وجود علاقة ارتباطيّة سالبة دالّة إحصائيّاً بين استخدام الشباب البحرينيّ لشبكات التواصل الاجتماعيّ واستخدامهم لوسائل الإعلام التقليديّة، ووجود علاقة ارتباطيّة سالبة دالّة إحصائيّاً بين استخدام الشباب البحرينيّ لشبكات التواصل الاجتماعيّ والاعتماد على وسائل الإعلام التقليديّة في الحصول على الأخبار.

¹ العوضي، منال محمد (2017)، أثر شبكات التواصل الاجتماعيّ في تعامل الشباب مع وسائل الإعلام التقليديّة في مملكة البحرين - دراسة ميدانيّة، رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة البحرين، مملكة البحرين.

وأظهرت النتائج أن 99.5% من أفراد العينة يتابعون شبكات التواصل الاجتماعي، في حين أن 54.4% منهم يتابعون وسائل الإعلام التقليدية عبر الإعلام الاجتماعي. وتبين أن 82.8% من أفراد العينة يتفاعلون مع المواد المنشورة على شبكات التواصل الاجتماعي، في حين أن 15.9% منهم فقط يتفاعلون مع المواد المنشورة في وسائل الإعلام التقليدية.

(2) دراسة زيادة (2015) بعنوان: العلاقة بين الإعلام التقليدي وشبكات التواصل الاجتماعي: الخصوصية والمهنية:

هدفت الدراسة إلى استجلاء أوجه الشبه والاختلاف بين الإعلام التقليدي (الجماهيري) والإعلام الجديد على شبكات التواصل الاجتماعي، مركزة على بُعد من أبعاد تقاليد المهنة الإعلامية المرعية في الإعلام التقليدي وهي المعايير والأخلاقيات المرتبطة بالمهنة، ومدى حمايتها والالتزام بها في شبكات التواصل الاجتماعي، لاسيما خصوصية الأفراد المرعية في التشريعات السماوية والمواثيق الدولية.

وتوصلت الدراسة إلى أن التطورات التكنولوجية الجديدة، والتي شكّلت وسائط الإعلام الدولي الجديد، لم تلغ تماماً مؤسسات الإعلام التقليدي (الجماهيري) من صحافة وإذاعة وتلفزيون، وإنما اندمجت فيها، فظهرت جميع هذه الوسائل التقليدية في مواقع الإعلام الجديد مع التراجع الملحوظ للصحافة المطبوعة لصالح الصحافة الرقمية والمدونات.

كما ظهر التراجع الكبير في أخلاقيات المهنة الإعلامية من حيث المصادقية والدقة والموضوعية مع تزايد الانتهاكات للخصوصية وحق الملكية. ورأت الدراسة أن لا توجد لخصوصية الأفراد في شبكات التواصل الاجتماعي ووسائط الإعلام الجديد، أي ضمانات أو حماية، فالمعلومات الشخصية لأي مشترك قد تباع علناً لشركات الإعلان التجاري، وباعتراف الشبكات الاجتماعية نفسها.

¹زيادة، جلال الدين الشيخ (2015). العلاقة بين الإعلام التقليدي وشبكات التواصل الاجتماعي: الخصوصية والمهنية - دراسة مقارنة، مؤتمر وسائل التواصل الاجتماعي: التطبيقات والإشكاليات المنهجية، جامعة الإمام محمد بن سعود الإسلامية.

3) دراسة حمدي (2015) بعنوان: واقع الصحافة الرقمية وأثرها على مستقبل الصحافة الورقية.

هدفت الدراسة إلى تشخيص مراحل تطور الصحافة الرقمية وأهم خصائصها وسماتها الإعلامية، مع الإشارة إلى أهم المشكلات التي اعترضتها في مسارتطورها في الوطن العربي، والجزائر خصوصاً. بالإضافة إلى انعكاساتها الإيجابية والسلبية على الصحافة الورقية.

وتوصلت الدراسة إلى أنّ التطور التاريخي لوسائل الاتصال والإعلام لم يُثبت أنّ وسيلة اتصالية أزاحت من طريقها الوسيلة التي ظهرت قبلها، ولهذا فإنّ ظهور الصحافة الرقمية وتطورها السريع لن يقضي على الصحف الورقية، ولكن سوف يساهم هذا التطور في دفع القائمين على الصحف الورقية نحو تطوير تقنيات عرض المضامين الصحافية، واكتشاف طرق جديدة لكسب القراء والمحافظة عليهم.

كما بيّنت الدراسة إسهام الصحافة الرقمية بشكل كبير في تطوير صحافة المواطن عبر وسائط الإعلام الجديد (مواقع التواصل الاجتماعي) إذ أصبح القارئ أو المتصفح للجراند فضاءً خاصاً به للتعبير عن أفكاره وآرائه بكل حرية ودون قيود عليها، سواء بالكلمة أو بالصوت والصورة، وأصبح يقوم بدور الإعلامي في نقل الأحداث والأخبار وبشكل يومي.

4) دراسة ملاً محمد (2013)² بعنوان: أوجه الشبه والاختلاف بين الصحافة الورقية والإلكترونية الكويتية.

هدفت الدراسة إلى التعرف على أوجه الشبه بين الصحافة الورقية والإلكترونية الكويتية على الشبكة العالمية، وذلك بإجراء دراسة تحليلية لشكل صحيفتي "الراي" الورقية ونسختها الإلكترونية، وصحيفة "الآن" الإلكترونية ومضمونها.

¹ حمدي، الفاتح محمد. (2015). واقع الصحافة الرقمية وأثرها على مستقبل الصحافة الورقية، مجلة دراسات، جامعة الأغواط، الجزائر، (35)، 60-84.

² محمد، لطيفة جمال ملاً (2013)، أوجه الشبه والاختلاف بين الصحافة الورقية والإلكترونية الكويتية - دراسة تحليلية لصحيفتي "الراي" و"الآن" على شبكة الإنترنت، رسالة ماجستير غير منشورة، الجامعة الأهلية، مملكة البحرين.

وتوصّلت الدّراسة إلى أن عدم وجود نسخة ورقية للصّحيفة يؤثّر سلباً على الصّحيفة الإلكترونيّة، من حيث فقر القوالب الصّحافية المستخدمة. لم تختلف الصّحيفة ذات النّسخة الورقية والإلكترونية معاً عن الصّحيفة الإلكترونيّة في ترتيب الأولويات بالنسبة للأخبار والمواضيع من حيث الأهميّة والألويّة. وكشفت الدّراسة أنّ الصّحيفة الإلكترونيّة التي ليس لديها نسخة مطبوعة، تهتم بالوسائل الإلكترونيّة المصاحبة (التّفاعلية) أكثر من نظيرتها ذات الأصل المطبوع، يعكس اهتمام الصّحف بالخدمات التّفاعلية على وعي واهتمام القائم على الاتصال بأهميّة التّفاعلية في هذا العصر.

5) دراسة منصور ورحباني (2013) بعنوان: استخدامات الصّحافة الرّقمية وانعكاساتها على الصّحف الورقية اليومية في الأردن.

هدفت الدّراسة إلى التّعرف على استخدامات الصّحافيين والإعلاميين في الأردن للصّحافة الرّقمية، ودوافع تعرّضهم لها، والتعرّف على مزايا الصّحافة الرّقمية، وانعكاساتها على الصّحف الورقية في الأردن، من وجهة نظرهم. كما تهدف إلى بيان الفروق في إجاباتهم حول ميزات وانعكاسات الصّحافة الرّقمية على الصّحف الورقية تبعاً لمتغيرات: العمر، والمؤهّل العلمي، والخبرة، والوظيفة، ومدى الحصول على الدّورات.

وتوصّلت الدّراسة إلى عدّة نتائج منها: أنّ الصّحافة الرّقمية احتلّت التّرتيب الأوّل كأفضل وسيلة في الحصول على الأخبار لدى عينة الدّراسة، تلتها الصّحف الورقية في التّرتيب الثاني. وأنّ الدّوافع للتعرّض للصّحافة الرّقمية كانت الدّوافع النّفعيّة التي تمثّلت في المعرفة. وأنّ الصّحافة الرّقمية تمتاز على الصّحافة الورقية اليومية بإمكانية التّحديث المستمر والمباشر في نقل الأخبار، بالإضافة إلى توفير الوقت والجهد. وأنّ الصّحافة الرّقمية سهّلت المشاركة في الآراء أكثر من الصّحافة الورقية، وأثّرت على الصّحف الورقية باتّساع حريّة الرّأي والتعبير، ولم تؤدّ إلى انخفاض عدد قراء الصّحف الورقية اليومية في الأردن.

¹تحسين، منصور، رحباني، عبير شفيق جورج (2013). استخدامات الصحافة الرقمية وانعكاساتها على الصحافة الورقية اليومية في الأردن، المجلة الأردنية في العلوم الاجتماعية، الجامعة الأردنية، الأردن (2)، 179-196.

6) دراسة عبّود (2012)¹ بعنوان: استخدامات طلبة الجامعات العراقية للصحافة الرقمية وتأثيرها على الصحافة الورقية.

هدفت الدراسة إلى معرفة درجة تعرّض طلبة جامعة بغداد (كلية الإعلام) للصحافة الرقمية، والتعرّف على دوافع استخدام الطلبة للصحف الرقمية، وعلى الإشباعات المتحققة من استخدام الطلبة للصحف الرقمية، وتفضيلات الطلبة للصحافة العراقية والعربية والأجنبية، ومدى الرضا عن مستوى الصحافة الرقمية، ودرجة تأثير الصحافة الرقمية على الصحيفة الورقية.

وتوصّلت الدراسة إلى أنّ النسبة الأعظم من القراء لا تزال لا تقرأ الصحف الرقمية على الإنترنت لجهل الباحثين بمواقعها، وأنّ هناك مواقع أخرى أفضل حسب وجهة نظر الباحثين. وأن 68% من الباحثين قالوا بأن الصحف الرقمية لا تلبي حاجاتهم. وأظهرت الدراسة أنّ 52% من العينة تفضّل قراءة الصحف الورقية، وذلك تبعاً للتعود والشعور بعدم القدرة على الاستغناء عنها على الرغم من المميزات الكثيرة في الصحف الرقمية. وأنّ الصحافة الرقمية لا يمكن أن تلغي الصحافة الورقية، بل ستكون عاملاً مساعداً على تطوير الصحف الورقية، حيث بلغت نسبة مؤيدي هذا الرأي 68% من الباحثين، وبلغت نسبة الرأي الذي يقول أنّ الصحف الرقمية لن يكون لها أي تأثير على مستقبل الصحافة الورقية 66%.

7) محمّد سيد محمّد سيد (2012)² بعنوان: تأثير الصحافة الإلكترونية على مستقبل الصحف الورقية

هدفت الدراسة إلى شرح مفهوم الصحافة الرقمية وأنواعها، وبالتالي تأثيرها على الصحافة الورقية، مع وجود معوقات للصحافة الرقمية، وميزات أيضاً.

¹ عبّود، آمال عبداللطيف (2012). استخدامات طلبة الجامعات العراقية للصحافة الرقمية وتأثيرها على الصحافة الورقية: كلية الإعلام جامعة بغداد أنموذجاً، مجلة جامعة بابل - العلوم الإنسانية، جامعة بابل، العراق (3).

² سيد، محمد سيد محمد. (2012). تأثير الصحافة الإلكترونية على مستقبل الصحف الورقية، المؤتمر الأول لمستقبل الإعلام في مصر، متاح على www.facebook.com/Media.Future.In.Egypt

وتوصّلت الدّراسة إلى أهميّة أن تتجه الصّحافة الورقيّة إلى التعامل مع التكنولوجيا ووسائل الاتصالات الحديثة بتطوّر وواقعية، إذ لم يعد الجيل الجديد يتعامل مع الصّحافة الورقية، ولذلك عليها أن تتّجه إلى الإعلام الجديد عبر تحديث المحتوى واستخدام الوسائل التكنولوجيّة الحديثة.

كما توصّلت الدّراسة إلى أن بعض الصّحف الورقيّة تطبع نسختها ويتم نشر المحتوى في موقعها الإلكتروني، وهذا لا يقدّم جديداً حينما يجري نقل الصّحيفة من ورقية إلى إلكترونية، ولكن لابد من تحديث وتطوير الأخبار على مواقع الصّحف الرّقميّة. والبُعد عن عملية النّقل النّصّي من الصّحف الرّقميّة والنّميز بمادّة خبريّة حصريّة خاصّة بها، وإتاحة مساحة كبيرة للكتاب والآراء المختلفة، والتّوسّع في الصّحافة الاستقصائيّة والتحقيقات التي تكشف ما وراء الكواليس، والحفاظ على مصداقيّتها التي لازال القارئ يثق فيها أكثر من الرّقميّة، وتأخير عملية الطّبع لتغطية آخر الأحداث التي تقع يومياً، والتي أصبحت تتميز في تغطيتها الصّحف الرّقميّة. إضافة إلى التزام الحيادية قدر الإمكان والابتعاد عن التوجّه والتحيز لملاكها حتى تستطيع أن تتميز عن نظيرتها الرّقميّة.

8) دراسة رشيد (2009) بعنوان: استخدامات الشباب الجامعي للصّحافة الإلكترونيّة والإشباعات المتحقّقة.

هدفت الدّراسة إلى معرفة مدى تعرّض الشباب الجامعي في البحرين واستخدامه للصّحف الإلكترونيّة، والدوافع التي تدفعهم لذلك، كما ترصد هذه الدراسة مرحلة مهمة من تاريخ الصّحافة الإلكترونيّة البحرينية، ونقيس تنبؤات الشباب الجامعيّ تجاه مستقبل الصّحافة المطبوعة في ظل ظهور هذا النوع من الصحافة وانتشاره.

وتوصّلت الدّراسة إلى أنّ نسبة 57.5% من الطلاب تتعرض للصّحف الإلكترونيّة بشكل مستمرّ، وأنّ نسبة 17.5% من الشباب الجامعيّ تتعرض للمنتديات الإلكترونيّة في المقام الأول كأحد أنواع الصّحافة

¹ رشيد، ميساء يوسف محمد (2009)، استخدامات الشباب الجامعي للصّحافة الإلكترونيّة والإشباعات المتحقّقة: دراسة تطبيقية مقارنة على الجامعة الأهليّة وجامعة البحرين، رسالة ماجستير غير منشورة، الجامعة الأهليّة، مملكة البحرين.

الإلكترونية، بينما تتعرّض نسبة 16.4% منهم إلى النسخ الإلكترونية للصحف المطبوعة في المقام الثاني، وتتعرض نسبة 15.8% من الشباب الجامعي إلى المواقع الإخبارية في المقام الثالث.

كما توصلت الدراسة في جانب دوافع تعرّض الشباب للصحف الإلكترونية، إلى أنّ نسبة 18.9% من العيّنة تبحث عن الأخبار، و12.4% منهم يرون السبب في سرعة نقل الأخبار والأحداث، و12.3% من الشباب يفضلون الصحف الإلكترونية على الصحف المطبوعة، كون الأولى متوفرة طوال الوقت. وأنّ نسبة 35.9% من العيّنة ترى أنّ ظهور الصحف الإلكترونية أثر على معدل القراءة للصحف المطبوعة، وأنّ 57.4% من العيّنة يفضلون الصحف الإلكترونية على الورقية بشكل عام.

9) دراسة نجادات (2009) بعنوان: مستقبل الصحف الورقية الأردنية في مواجهة الصحف الرقمية في ظلّ ثورة المعلومات والمعرفة.

هدفت الدراسة إلى الوقوف على مستقبل الصحف الأردنية الورقية في ظلّ ثورة المعلومات والمعرفة، وما نجم عنها من انتشار للصحف الرقمية والمواقع والبوابات الإخبارية على شبكة الإنترنت، كما سعت الدراسة إلى الكشف عن نوع العلاقة التي تربط الصحافة الورقية بالصحافة الرقمية من حيث ما إذا كانت تكاملية أم تصادمية. كما سعت كذلك إلى رصد الآليات التي تمكّن الصحف الأردنية الورقية من البقاء في الساحة الصحافية الأردنية، بالرغم من مزاحمة الصحف الرقمية لها. إضافة إلى سعي الدراسة أيضاً إلى التعرف على مدى إسهام الصحف الرقمية في زيادة هامش الحرية الصحافية والحدّ من "مقصر الرقيب".

وتوصلت الدراسة إلى أنّ أكثر من نصف أفراد العيّنة المبحوثة يقرأون الصحف الورقية، بينما من يقرأ الصحف الرقمية عدد قليل، ولا تتجاوز نسبتهم 10%، وأنّ غالبية أفراد العيّنة المبحوثة لا يفضلون مطالعة الصحف الرقمية على الورقية. أمّا أولئك الذين يفضلون مطالعة الصحف الرقمية على الورقية، فإنهم يقومون بذلك نظراً لأنّ هذه الصحف توفر خدمة مزج الصوت والصورة والنصّ معاً. وأنّ من أهمّ ما يميّز الصحف الرقمية عن الورقية: توفير خدمة البحث داخل الموقع، ويُعدّ الإجهاد والتعب النفسي من أهمّ سلبيات قراءة

¹ نجادات، علي (2009)، مستقبل الصحف الورقية الأردنية في مواجهة الصحف الرقمية في ظل ثورة المعلومات والمعرفة: دراسة مسحية، المجلة الأردنية في العلوم الاجتماعية، الجامعة الأردنية، الأردن (2)، 169-190.

الصَّحف الرِّقمية، والغالبية من المبحوثين، ونسبة 63.5%، متَّفَقون على أنَّ الصَّحف الرِّقمية تسهم في الحدِّ من الرِّقابة على ما ينشر وزيادة هامش الحرِّية الصَّحافية.

كما توصَّلت الدراسة إلى أن غالبية المبحوثين، ونسبة 55%، متَّفَقون على أنَّ مطالعة القراء للصَّحف الرِّقمية يؤدِّي إلى تقليل الطَّلَب على الصَّحف الورقيَّة، وأنَّ 53.2% من المبحوثين سوف يتحوَّلون إلى قراءة الصَّحف الورقيَّة إذا ما كان هناك مقابل مادي لمطالعة الصحف الرِّقمية، ويرون أنَّ مستقبل الصَّحافة الورقيَّة ليس في خطر، وأنَّ ثلاثة أرباع المبحوثين، يعتقدون أنَّ العلاقة ما بين الصَّحافة الورقيَّة والرِّقمية، هي علاقة تنافس وتكامل، وليست علاقة إقصاء وإلغاء.

(10) دراسة عبدالله (2009) ¹ بعنوان: الشبكة الرِّقمية وتأثيرها على تطوُّر الصَّحافة السُّودانية

هدفت الدِّراسة - التي أُجريت في ولاية الخرطوم في الفترة من 2006-2008 - إلى التَّعرُّف على شبكة الانترنت وأثرها في تطوُّر الصَّحافة السُّودانية، حيث هدفت إلى دراسة واقع حال الصَّحافة السُّودانية بصفةٍ عامَّة، وكيفية استفادتها من التَّقنية العالميَّة والمتمثَّلة في الحاسب الآلي والانترنت. وافترضت الدِّراسة أنَّ استخدام التَّقنية الحديثة (الإنترنت) في الصَّحافة السُّودانية لم يتم بالشكل المطلوب، مما أدَّى إلى تأخُّر الصَّحافة السُّودانية في الشَّكل والمضمون.

وتوصَّلت الدِّراسة إلى عدَّة نتائج منها: إنَّ المؤهَّلات العلميَّة ليست عالية بالنِّسبة للصَّحافيين، وأنَّ الثَّقافة الرِّقمية ضعيفة لدى معظم المتلقِّين السُّودانيين. كما أنَّ الاهتمام بالصَّحافة الرِّقمية شبه معدوم داخل الوسط الإعلامِي، إضافة إلى أنَّ الأجهزة الإعلامِيَّة الصَّحافية السُّودانية تفتقر إلى التَّعاون مع الصَّحافة الرِّقمية، مع وجود ضعف الدَّعم الحكومي متمثلاً في وزارة الإعلام والاتصالات والمجلس القومي للصَّحافة والمطبوعات للصَّحافة الرِّقمية، وأخيراً، فقد نفت الدِّراسة سيطرة "المفهوم الخاطي" بأن استخدام الصَّحافة الرِّقمية في السُّودان قد يقضي على الصَّحافة الورقيَّة.

¹عبدالله، ياسر أحمد مختار (2009). الشبكة الإلكترونيَّة وتأثيرها على تطوُّر الصَّحافة السُّودانية، رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة الخرطوم، السودان.

(11) دراسة الغانزة، وحجاب، ودرويش (2009)¹ بعنوان: أنماط ودوافع تعرّض طلبة كلية الإعلام بجامعة اليرموك للصحف اليومية الأردنية المطبوعة الصادرة باللغة العربية مقارنة بمواقعها على الإنترنت.

هدفت الدراسة إلى التعرف على أنماط ودوافع تعرّض طلبة كلية الإعلام بجامعة اليرموك للصحف الأردنية اليومية المطبوعة الصادرة باللغة العربية سواء في شكلها الورقي المطبوع، أو من خلال زيارة مواقعها على الإنترنت. وقد أجريت الدراسة على عينة من طلاب كلية الإعلام تمثّلت في 171 مفردة، وهو ما يعادل ثلث مجتمع الدراسة.

وتوصّلت الدراسة إلى أنّ نسبة 87.9% من الطلاب يزورون مواقع هذه الصحف مقارنة مع 72.5% يقومون بقراءة هذه الصحف في شكلها الورقي، وأنّ زيارة مواقع هذه الصحف قد أثّرت بالفعل على شراء الصحف المطبوعة، كما تبين أنّ درجة إجادة الكمبيوتر تؤثر على معدّل زيارة الطلاب لمواقع الصحف.

(12) دراسة العلاونة ونجادات (2009)² بعنوان: مقروئية الصحف الإلكترونية لدى أعضاء الهيئة التدريسية بجامعة اليرموك.

هدفت الدراسة إلى التعرف على مدى تعرّض أعضاء الهيئة التدريسية بجامعة اليرموك للصحف الإلكترونية، ودوافع هذا التعرّض، والإشباع التي يحققونها، من خلال تعرّضهم لهذه الصحف، واستخدمت الدراسة المنهج المسحي، من خلال عينة بلغ عددها 168 عضو هيئة تدريس.

وتوصّلت الدراسة إلى أنّ 88.1% من عينة الدراسة يقرأون الصحف الإلكترونية دائماً وأحياناً، وأنّ 11.9% منهم لا يقرءونها، وأوضحت الدراسة أنّ 97.3% يثقون في المعلومات التي تعرضها الصحف

¹الغانزة، عزام، حجاب، عزت، ودرويش، عبدالرحيم. (2009)، أنماط ودوافع تعرّض طلبة كلية الإعلام بجامعة اليرموك للصحف اليومية الأردنية المطبوعة الصادرة باللغة العربية مقارنة بمواقعها على الإنترنت، مجلة أبحاث اليرموك: سلسلة العلوم الإنسانية والاجتماعية، العدد (4)، المجلد 25، ص ص 681-710.

²العلاونة، حاتم، نجادات، علي. (2009)، مقروئية الصحف الإلكترونية لدى أعضاء الهيئة التدريسية بجامعة اليرموك: دراسة مسحية، مجلة أبحاث اليرموك: سلسلة العلوم الإنسانية والاجتماعية، العدد (4)، المجلد 25، ص ص 819 - 841.

الإلكترونية، وأن 92.4% راضون عن مستوى الخدمات التي تقدمها هذه الصحف، وأن 37.8% يرسلون هذه الصحف دائماً وأحياناً.

(13) دراسة علي (2006)¹ بعنوان: الصحافة الرقمية وفقاً لعناصر الإنتاج الصحفي.

هدفت الدراسة إلى إيجاد تعريف محدد للصحافة الإلكترونية، ودراسة أهداف الصحافة الإلكترونية ووظائفها، والتعرف إلى التشريعات القانونية التي تضبط عمل الصحافة الإلكترونية، وكذلك التعرف إلى الهيكل التنظيمي في الصحافة الإلكترونية وميزانيتها، ودراسة مراحل الإنتاج الصحفي في الصحافة الإلكترونية، وقراءة واقع الصحافة الإلكترونية في الوطن العربي والتنبؤ بمستقبلها.

وتوصلت الدراسة إلى أن أصحاب الشهادة الثانوية أكثر اهتماماً بالصحافة الإلكترونية من أصحاب التعليم فوق الجامعي، الأمر الذي يشير إلى أن الشباب - عموماً - أكثر اهتماماً بالصحافة الإلكترونية على خلاف المتقدمين في العمر. وأن أكثر ما يجذب جمهور الصحافة الإلكترونية، قراءة الأخبار، وفي هذا إشارة إلى أن جمهور الصحافة الإلكترونية لا يتعامل بصورة فاعلة مع الوسائط المتعددة المتوفرة في صحافة الإنترنت، إضافة إلى مساحة الحرية المتاحة في صحافة الإنترنت لنقل الأخبار والمعلومات.

كما توصلت الدراسة إلى أن مضامين الصحافة الإلكترونية أكثر دقة من مضامين الصحافة الورقية. كما أن إخراج الصحافة الإلكترونية العربية وتصميمها أكثر جاذبية وإثارة من الورقية. إضافة إلى أن صحافة الإنترنت قللت اهتمام معظم القراء بالصحف الورقية مما يشير إلى أنها تمثل منافساً قوياً للصحافة الورقية. وأن جمهور الصحافة الإلكترونية يتصفحونها حسب العناوين التي تثير اهتمامهم مما يشير إلى ضرورة الاهتمام بالصياغة الجيدة في المادة والعناوين، الأمر الذي يستوجب توفير كوادر مؤهلة وخبيرة في هذا المجال، وأن معظم قراء الصحافة الإلكترونية يقضون ما بين نصف الساعة إلى ساعة في اليوم أمام صحيفة الإنترنت.

¹ علي، أميمة حسين أحمد (2006). الصحافة الإلكترونية وفقاً لعناصر الإنتاج الصحفي - دراسة تطبيقية على عينة من الصحف العربية، رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة أم درمان الإسلامية.

14) دراسة الدلو (2002) بعنوان: الصحافة الرقمية واحتمالات تأثيرها على الصحف المطبوعة.

هدفت الدراسة إلى التعرف على نشأة الصحافة الرقمية في فلسطين وإمكاناتها الفنية والبشرية، واحتمالات تأثيرها على الصحافة المطبوعة وبالتحديد في محافظات غزة .

وتوصلت الدراسة إلى مجموعة من النتائج منها: أن 64.28% من أفراد عينة الدراسة يؤيدون - بشكل أو بآخر - قراءة الصحف المطبوعة بعد الاشتراك في شبكة الإنترنت، وأن 81.26% منهم ظلوا يشترونها بصفة دائمة أو أحياناً بعد الاشتراك في الإنترنت، وأن 37.8% يرجعون أسباب تعرضهم للصحافة الرقمية لكونها تقدم لهم معلومات إضافية، ونفس النسبة ترى أنها أكثر استقلالية.

ثانياً - الدراسات الأجنبية

1) دراسة إيما-أوكوروفور (Emma-Okoroafor.2016)² بعنوان: الإعلام المندمج: تحوّل نموذجي في تعليم الصحافة في نيجيريا.

هدفت الدراسة إلى بحث الطرق الحديثة لتساعد أساتذة الإعلام في المعاهد والكليات المتخصصة على إعداد الصحافيين الشباب، والصحافيين المحتملين ليكونوا أكثر قدرة على التعامل مع التحديات المهنية الجديدة الناتجة عن اندماج وسائل الإعلام.

وتناولت الدراسة مسألة تحوّل المستهلكين من قراءة الصحف ومتابعة التلفزيون إلى الوسائط الإعلامية الجديدة، كونها لم تعد حكراً على الجمهور في العالم المتقدم، بل أصبح أيضاً اتّجهاً واضحاً في البلدان النامية مثل نيجيريا. ويواجه أساتذة الإعلام التّحدي المتمثّل في الابتكارات الجديدة والمتجدّدة باستمرار ومحاولة دمج هذه الحقائق في المناهج الدراسية. فبعد أكثر من 150 عاماً من ممارسة الصحافة في نيجيريا، لا تزال مخاوف

¹ الدلو، جواد راغب. (2002)، الصحافة الإلكترونية واحتمالات تأثيرها على الصحف المطبوعة: دراسة ميدانية، مجلة كلية اللغة العربية بجامعة الأزهر بالقاهرة، العدد 20.

² Emma-Okoroafor, Oluchi. (2016), Media Convergence: A Paradigm Shift in Journalism Education in Nigeria, Review of Journalism and Mass Communication, June, Vol. 4, No. 1, pp. 19-42.

الصّحافيين وأساتذة الصحافة والإعلام تركز على ضمان إحداث مزيج فعّال في المناهج الإعلامية في ظل التّغيرات السّريعة في صناعة الإعلام، حيث تسبق غرف الأخبار المندمجة الكثير من الدروس الإعلامية.

وتوصّلت الدّراسة إلى أنّ الإعلام المندمج، في الدّرس الإعلامي هو "تعليم الطّلاب التّفكير، وكتابة التقارير الصّحافيّة، والكتابة للمطبوعات، والكتابة للبتّ، والمنصّات الإعلامية عبر الإنترنت"، كما في رأي بعض الباحثين في الإعلام المندمج عندما ظهر في 2005، ولكن الاندماج الإعلامي صار يصنّف باعتباره تقارير متعدّدة المنصّات، تكتب إلى جميع أنواع الوسائط الجديدة التي تتراوح من مواقع الويب إلى الهواتف النّقالة إلى المدوّنات. ومن وجهة نظر المعلمين، فإنّ الاندماج يعني "الطّمس" ما بين الخطوط التي كانت - تاريخياً - مجالات متميزة للدّراسة (أي الصّحافة الإذاعيّة والصّحافة المطبوعة).

وأشارت الدّراسة أيضاً في نتائجها إلى أنّ التكنولوجيا الحديثة قد أمدّت وسائل الإعلام الجماهيري القدرة على تبني أشكال جديدة من النّشر لم تكن موجودة من قبل. إذ تتاح للصّحف الفرصة لإدراج الصوت والفيديو في منشوراتها على شبكة الإنترنت. وتتاح الآن للمحطات الإذاعية الفرصة لإدراج نصّ في منشوراتها على شبكة الإنترنت. هذا النّهج لأنواع جديدة من الأشكال غير المستكشفة هو ما يسمّى اندماج وسائل الإعلام.

ويعتمد الاندماج على حقيقة أنّ أعضاء وسائط الإعلام المعينة والخاصّة لديهم القدرة على العمل بأشكال مختلفة. وأن يتخلّى مدرّسو الصّحافة عن الطّرائق القديمة التي تغيّرت تطبيقاتها بتغيّر الوسائل التكنولوجية، والتي ما عادت مغرية جماهيرياً، وإعادة تصميم المناهج الدّراسية بشكل أكثر مرونة لأنّ التكنولوجيا لن تتوقف عند حدّ، وبالتالي لا بدّ من التّخلي عن الثوابت في التعليم.

وعلى الرّغم من عدم وجود وصفة مضمونة لمناهج الصّحافة المثاليّة، فإنّ أساتذة الصّحافة والإعلام يتحمّلون مسؤوليّة أساسيّة في مراجعة ما يدرّسونه، والعمل على تقييمه وتحديثه حتى يتمكّن طلابهم من الاستعداد بشكل كافٍ للعمل في عصر المعلومات حيث يكون الاندماج الإعلامي عبر التّدريب هو القاعدة.

(2) دراسة درولا¹(Drulă. 2015) بعنوان: أشكال الإعلام المندمج ومحتوى الوسائط المتعددة

تتناول هذه الدراسة نوعين من اندماج وسائل الإعلام التكنولوجية: اندماج وسائل الإعلام على أساس تكنولوجيا الهاتف النقال، وأيضاً الاندماج على أساس التوحيد بين تكنولوجيا المعلومات وصناعة الإعلام. وتتأثر هذه الأشكال من الاندماج بالجوانب المتعددة الوسائط للمحتوى. وحتى لو كان العديد من الأكاديميين والممارسين ينظرون إلى الاندماج الإعلامي على أنه ينتمى على مستوى المحتوى فقط من منظور صحفي؛ فإنّ هذا الموضوع له جوانب واتجاهات أكثر تفصيلاً كما ترى الدراسة. وهكذا، فإن الاندماج الإعلامي من حيث المحتوى يمكن أن يفسّر الآن مع محتوى المستخدم، ويأخذ في الاعتبار التوحيد بين المحتوى المدفوع والمملوك والمشارك والمكتسب.

وتوصلت الدراسة إلى أنّه نظراً لتكنولوجيات مختلفة وشراكاتها معاً، يمكن أن يعمل المستخدمون على صناعة الإعلام، بشكل تشاركي (اندماجي)، أو ربما يعملون على العكس من ذلك بتطوير منصاتهم. مشيرة إلى منظورين: نظري وعملي، للعلاقة بين الاندماج والوسائط المتعددة للمنتجات الإعلامية عبر الإنترنت. هذان المنظوران ينتميان إلى كلّ من منتجي وسائل الإعلام والمستهلكين عبر الإنترنت للمعلومات.

وكشفت الدراسة عن التحدّيات التي تواجه الصناعات الإعلامية، وتُظهر نهج الاندماج الذي يتعلق بالوسائط المتعددة للمنتجات الإعلامية. تستخدم الدراسة إطاراً منهجياً لتحليل المحتوى وتحليل المجموعات الهرمية لاكتشاف أشكال مختلفة من الاندماج في وسائل الإعلام عبر الإنترنت.

(3) دراسة عبدالرحيم ورزاق ولأرو²(Abdulraheem, Rasdaq & La'aro.2012) بعنوان: ثورة

تكنولوجيا المعلومات ومستقبل الإعلام المطبوع في نيجيريا.

¹Drulă,Georgeta (2015), *Forms of Media Convergence and Multimedia Content – A Romanian Perspective*, Media Education Research Journal, n. 44, v. XXII, 2015, pp 131–140.

²Abdulraheem, Mahmud, Adisa, Rasdaq M., La'aro, Abdulkadir O.(2012). Information Technology Revolution and the Future of Print Media in Nigeria: Usage Across Age Groups, *Advances in Management*, A Publication of The Department of Business Administration, University of Ilorin, Ilorin, Nigeria Volume 10, Number 1, 2012. pp 29–40

هدفت الدراسة إلى بحث التفاعل بين ثورة تكنولوجيا المعلومات، وعامل السن في استخدام الجمهور لوسائل الإعلام، وتساؤل مستقبل الصحافة المطبوعة. واستخدمت الدراسة المنهج الوصفي للجمع المنتظم للمعلومات عن استخدام الصحف وثورة تكنولوجيا المعلومات من قبل الموظفين والطلاب في جامعة إلورين بوليتكنيك الاتحادية، عن طريق الاستبيان.

وتوصلت الدراسة إلى أن تعرض الجمهور إلى وسائل الإعلام (الصحف والإذاعة والتلفزيون والإنترنت) به اختلاف كبير حسب الفئات السكانية، ويمكن أن تكون هذه الاختلافات حاسمة عندما جاءت شبكة الإنترنت التي تضم صحفاً على الإنترنت، ليظهر مؤشر رئيس لتراجع قراء وسائل الإعلام المطبوعة في نيجيريا.

كما توصلت إلى أن جماهير صحافة الإنترنت تواصل النمو مع الزمن، وصار لزاماً على الناشرين النيجيريين مواجهة التحديات على نحو كاف لهذه الوسائط الجديدة. ويُحسب لبعض وسائل الإعلام النيجيرية، أنها تموضعت بقوة في الفضاء الإلكتروني. واستمرت دور الإعلام هذه في أن تكون مصادر حقيقية للأخبار والمعلومات لكل من النيجيريين في الداخل وفي الشتات، ولكن أياً منها لا يتيح للقراء فرصة الوصول إلى الأخبار سواء الصوتية أم الفيديو أم الرسوميات أم النص. وعلى الصحف النيجيرية -إن أردت إنقاذ نفسها من المزيد من التراجع - أن تكثف من اعتماد الوسائط المتعددة، وتجعلها مفتوحة أكثر ومتاحة للجمهور.

4) دراسة إيفيريت، (Everett.2011) بعنوان: تحول الصحف في عصر التكنولوجيا.

هدفت هذه الدراسة إلى معرفة تكيف الصحف مع التكنولوجيا ومدى التغييرات الحاصلة لها، ومواكبة تغير طلبات المستهلكين الذين تتزايد شراحتهم للمعلومات المجانية. وقد عمد هذا البحث إلى فحص ما تستخدمه الصحف البارزة من التكنولوجيا لنقل الأخبار، وما إذا كان التكيف مع التكنولوجيا الحالية والحفاظ على القراء يرضي القائمين على صناعة الصحافة أم لا.

¹ Everett, C. Elizabeth. (2011), Transformation of Newspapers in the Technology Era, The Elon Journal of Undergraduate Research in Communications • Vol. 2, No. 2 • Fall 2011, pp 102- 115

وباستخدام منهج البحث الثلاثي عن طريق إجراء المقابلات والبحوث الداعمة (الثانوية)، والمسح؛ تناولت هذه الدراسة المسائل من وجهات نظر مختلفة للتوصل إلى نتيجة متعدّدة الأوجه. وعلى الرغم من تراجع اشتراكات الصُّحف المطبوعة، أوضحت الدراسة لماذا قد لا يكون عمل الصُّحف في حكم المنتهي أو الذَّاهب إلى الزَّوال. ترى الدراسة أن الصُّحف ستبقى مصادر الأخبار الرّئيسة التَّنافسيّة، وذلك بتنفيذ التكنولوجيات الجديدة، مثل المواقع على شبكة الإنترنت، والمدوّنات، والنُّصوص/الرّسائل الفورية، لتقديم المعلومات. وعن طريق الاستفادة المثلى من الإعلان وتعزيز مشاركة المستهلكين، اقترحت هذه التغييرات مستقبلاً إيجابياً لصناعة الصُّحف.

وتوصّلت الدراسة إلى أنّ الصُّحف كانت في الماضي تخاف التكنولوجيا. أما الآن فإنّها تعترف بأنّ التكنولوجيا أصبحت الطّريق للمستقبل، وعلى الصُّحف أن تتكيّف وتجنّي العديد من الفوائد المترنّبة على هذا التّحوّل. وبحكم المنافسة مع الوسائط الجديدة؛ فمن المستبعد جداً أن تعود الصُّحف إلى الطريقة التي كانت تعمل بها في جميع جزئياتها منذ عقود مضت. إذ لافمرّ أمام الصُّحف من "التّفاهم" مستقبلاً مع التكنولوجيا الحديثة.

كما توصّلت إلى أن الحديث عن التّفاهم مع التكنولوجيا لا يقف عند الأمور السّطحيّة المتعلّقة بسرعة وكيفية تسليم الأخبار، بل في الإبقاء على جودة الصحافة التي رسّخت فيها النّقة مع القراء على مدى السّنين، وتبادل هذه الجودة مع التكنولوجيا. وعلى الرّغم من الغموض الذي يحيط بمستقبل الشّركات الصّحافيّة، إلا أنّها، من المؤكّد، ستتجه إلى الرّقمنة أكثر وأكثر، إلى أن تكون مصدراً للأخبار كما يريدها المستهلكون.

(5) دراسة أليخاندرو (Alejandro.2010) ¹ بعنوان: الصحافة في عصر الإعلام الاجتماعي.

هدفت هذه الدراسة إلى التّعرّف على الآثار التي يتركها الإعلام الاجتماعي على الصحافة بشكل عام.

¹ Alejandro. Jennifer (2010), Journalism in the Age of Social Media, Reuters Institute Fellowship Paper, University of Oxford.

ونقول الدّراسة إنّ الصّحافة ليست مينة، بل عليها أن تعرف كيف تتكيّف مع المعطيات الجديدة، وصحافيّو المستقبل بحاجة إلى إعادة تعريف الصّحافة وعملهم الصّحافي، بمعنى أنهم "بحاجة إلى الاهتمام بالجمهور وكيفية الوصول إليهم" سواء أكانوا على شبكة الإنترنت، أم في الصّحافة المطبوعة، أم في البثّ والهاتف النّقال، أم في المنابر الإعلاميّة الاجتماعيّة، ولكن يؤمّل من قبل ممارسي الصّناعة أنه سيتم الحفاظ على القيم والتمسك بـ "الدقّة والتناسب والإنصاف، والقيم الصّحافيّة العريقة".

وتوصلت الدّراسة إلى أن الأشكال جديدة من الصّحافة التي تأتي من وسائل الإعلام الاجتماعيّة يمكن أن تفتح أبواباً جديدة لحرفيّة الصّحفية. وهذا يعني إمكانية أن نحصل على معلومات من أنحاء العالم بشكل كثيف جداً، ومفتوح، ومجانيّ أيضاً، في حين كان ذلك قليل جداً في السابق. إذ أنه يُعطي أصواتاً لمن لا صوت لهم. وهذا يفتح الباب واسعاً لديمقراطية الإعلام، ويسمح للمشاهدين والمستمعين والقراء بالمشاركة. ومع ذلك فإن وسائل الاعلام الاجتماعيّة لا تُنسي الباحثين والإعلاميين والجمهور قيمة المصداقية الصّحافية (قيمة الثقة)، وأن يكون الشاهد على الأحداث المختلفة هو العمل الصّحافي المحترف. هذا شيء لا يمكن أن توفره التّكنولوجيا.

6) دراسة فرانكلين، بوب (Franklin.2010) بعنوان: مستقبل الصّحف.

هدفت هذه الدراسة إلى استكشاف التّطوّرات الأخيرة في صناعة الصّحف في المملكة المتحدة في سياق التّطوّرات الصّحافيّة في أوروبا وأميركا الشماليّة وحول العالم. مع الأخذ بأنّ الابتكارات في مجال تكنولوجيا الإعلام، والمنافسة المتزايدة، وتفتت أسواق القراء وعائدات الإعلانات، وسياسة وسائل الإعلام الحكوميّة والهياكل المتغيّرة لصناعات الأخبار، والمتطلّبات المتغيّرة للجمهور للحصول على الأخبار، والطرق التي يتمّ بها تقديم الأخبار وتسليمها؛ جميعها تؤثر على طبقة الصّحافيّين، وتعمل على إحداث تغيير جذريّ في طرق منظمات الصّحافة والمؤسّسات الإعلاميّة ووظائفها. وكان الردّ الوحيد على مثل هذه التّغييرات هو التّكهّن بـ "نهاية الصّحف".

¹ Franklin, Bob (2009).The Future of Newspapers; A comparative assessment, Cardiff University, School of Journalism, Media & Cultural Studies.

وتوصلت الدراسة إلى أن الكثير من الأدلة تشير إلى أن مثل هذه التوقعات غير تاريخية، وتعكس وجهة نظر أوروبية وداخل المملكة المتحدة تحديداً لتطورات الصحافة، في حين تتجاهل الاختلافات الكبيرة في ثروات الصحف المتميزة المستمدة من موقعها في قطاعات السوق. وحجة هذه الدراسة هي أن الصحف البريطانية تتكيف مع هذه التطورات وتستوعبها من خلال تغيير كل جانب من جوانب عملياتها الإنتاجية تقريباً، شكلاً ومضموناً. ولكن تراجع عائدات الصحف وتداولها وإعلاناتها، التي تصنف صحف المملكة المتحدة والصحف الأوروبية من خلالها؛ ليس له نظير في الهند، والصين، وأميركا اللاتينية وأجزاء من أفريقيا حيث لا تزال صناعة الصحف المطبوعة مزدهرة.

وتوصلت الدراسة أيضاً إلى أن الصحف، وطنياً وإقليمياً ومحلياً، تشهد تغييرات كبيرة على جميع الجوانب من حيث "الشكل" و"المحتوى"، لأنها تتفاعل وتتكيف مع تغير جذري في الظروف الاقتصادية والاجتماعية والثقافية والتكنولوجية. وقد فهمت الصحف حرفياً أن مصطلح "الأخبار" المطبوعة على الورق لم تعد تشكل الآن الأجزاء متوازناً نسبياً، من مزيج الوسائط المتعددة، إذ أصبحت الصحف، والصحافيون يكتبون تقارير متزايدة، وقصصاً متعددة على منصات وسائل الإعلام الجديدة، وعبر أنظمة تسليم جديدة من على الإنترنت، والفيديو والهواتف النقالة. هذه التحولات لها آثارها التي تشير إلى لا جدوى اقتصادية من بقاء الصحف، فضلاً عن عدد من الصحافيين وغيرهم من العاملين بوصفهم عمالة زائدة، بينما يكافح المديرون لتطوير نموذج الأعمال التي تولد أرباحاً من الصحافة بشكل متزايد على شبكة الإنترنت.

(7) دراسة فيج وسوني ومخدومي (Vij, Soni & Makhdumi. 2009) بعنوان: مستقبل نشر المطبوعات واستراتيجية التسويق لدوريات "ديزيدوك"*.

هدفت الدراسة إلى البحث في السيناريو الحالي في تسويق دوريات مركز تطوير الأبحاث الدفاعية الهندي. ويحدد التقنيات المختلفة التي تستخدم لتسويق دوريات منظمة تطوير الأبحاث الدفاعية في الهند والخارج.

¹Vij, Rajeev, Soni, Navin Kumar, Makhdumi, Gayas (2009). Future of Print Publications and Marketing Strategy for Desidoc Periodicals, Vision and Roles of the Future Academic Libraries, ICAL .

*مركز معلومات الدفاع العلمية والتوثيق (DESIDOC) Defence Scientific Information and Documentation Centre في الهند ومقره دلهي

وناقشت الدراسة مختلف التقنيات البديلة التي يمكن تطبيقها في شكل المزيج التسويقي المناسب كجزء من استراتيجية التسويق الشاملة لإجراء تحسين كبير في الاشتراك في هذه الدوريات.

فلعقود، لم يكن هناك أي شك في أن الطباعة في وضع آمن ومرادف للنمو المتواصل. حتى السنوات القليلة الماضية، إذ كان ناتج استهلاك الورق معياراً للثروة والحضارة والقوة الاقتصادية. لكن اليوم هناك اتجاه متزايد نحو الرقمنة وحوسبة وسائل الإعلام، إلى جانب تفجر المعلومات على الإنترنت، ما أدى إلى زيادة شعبية الإعلان على شبكة الانترنت، وقد شهد العديد من الناشرين انخفاضاً حاداً في إيرادات الإعلانات المطبوعة. وهذا ما دفع العديد من اللاعبين الأساسيين في صناعة الطباعة إلى التساؤل عما إذا كان لا يزال للطباعة مستقبل. والجواب هو: نعم، مع الكثير من التحديات التي ستواجهها.

وتوصلت الدراسة إلى أن على ناشري المطبوعات مواجهة التحديات الكبرى التي تنتظرهم. وتشمل أفضل طريقة للتكيف مع التوزيع الرقمي، مع إيجاد أفضل السبل لزيادة الدخل، ومكافحة تزايد تكاليف الورق والوقود، ونشر أساليب "الطباعة الخضراء" لمواجهة زيادة الوعي لدى المستهلكين من الأثر البيئي لقطع الأشجار، والإثبات لمعني المطبوعات أنهم لا يزالون يؤدون دوراً هاماً في جهود التسويق الاستهلاكي.

8) دراسة فان نورت (van Noort.2007)¹ بعنوان: غرفة الأخبار المندمجة في الميل والغارديان.

هدفت هذه الدراسة إلى مقارنة تجربة الإعلام المندمج في غرفة الأخبار كـ "عملية" في صحيفة الميل والغارديان الجنوب إفريقية Mail & Guardian، ونسختها على الإنترنت. وتركز الدراسة على مواقف الصحافيين والمحررين تجاه الإعلام المندمج في غرفة الأخبار، بما في ذلك المقاومة الثقافية ضد التغيير التي يبدونها عاملون في الصحيفة، وهي اختلافات وجهات النظر وطريقة الكتابة، وسرعة النشر ما بين الصحيفة الأسبوعية والصحيفة الإلكترونية، وهذه تعتبر واحدة من أهم التحديات الرئيسية في هذه العملية. وقد أخذت الدراسة بالمقابلات المنظمة، والملاحظات والاستبانات، وتم تحليل ذلك ليتبين وجود مشاكل في التواصل بين غرف الأخبار، ودورات الإنتاج المختلفة وقضايا إدارة الوقت، وجميعها تشكل أهم الصعوبات وأبرزها.

¹van Noort, Elvira Esmeralda. (2007), Newsroom Convergence at the Mail & Guardian: A Qualitative Case Study, Thesis in Master of Arts in Journalism and Media Studies, Rhodes University, South Africa.

إضافة إلى ما تقدّم، تقدّم الدّراسة تعريفاً جيّداً لمسألة الإعلام المندمج بوصفها عملية آخذة في الانتشار في المؤسّسات الإعلاميّة في جنوب إفريقيا.

وتوصّلت الدراسة إلى أن أهمّ المشاكل تمكّن في عمليّة التّواصل بين العاملين في الصّحيفة الأسبوعية والموقع الإلكتروني، وإدارة وقت الإنتاج بين الطرفين. إضافة إلى أنّ هناك توجّهاً إيجابياً نحو الإعلام والمندمج المتمثّل في غرفة الأخبار الواحدة، غير أنّ لكلّ محرّر تعريفه الخاص لما يعنيه "الإعلام المندمج"، وهذا ما يدعو إلى توحيد المفاهيم والقيم قبل الشّروع في العمل بهذا الشكل.

(9) دراسة دوباغن وغارسيون (Dupagne & Garrison.2006)¹ بعنوان: معنى الإعلام المندمج وتأثيره.

هدفت الدّراسة إلى تقديم الجانب التاريخي للإعلام المندمج، إذ تمّفي مارس من العام 2000، جذب اهتمام وسائل الإعلام العامّة في الولايات المتحدة بافتتاح مركز الأخبار في تامبا حيث وُضعت عمليات صحيفة تامبا تريبيون، وخدمة التلفزيون، وخدمة Tampa Bay Online تحت سقف واحد.

ولفهم معنى تجربة اندماج هذه الوسائط، والتّغيرات التي طرأت على ثقافة غرفة الأخبار، ونوع المهارات الوظيفيّة اللازمة في غرفة الأخبار المندمجة؛ ذهبت الدّراسة إلى تحليل النّقارير الصّحافيّة التّجاريّة ذات الصّلة، وأجرت مقابلات مع عمّقة مع 12 موظفاً من مركز الأخبار. ونظر المشاركون في الدراسة إلى اندماج وسائل الإعلام وتأثيره في غرفة الأخبار في المقام الأول باعتباره أداة لإنتاج الموارد الخبريّة إمّا مجتمعة أو إضافيّة. ورأى الصّحافيّون أنّ المقابلات، مع أنّها تركّز الآن أكثر على رواية القصص؛ فإنّ الوسائط المتعدّدة زادت من مستوى معرفة الصّحافيين لمنصّات مختلفة. وفي مجال التدريب، وأكّد المشاركون أهميّة الأسس الرّئيسة القويّة: مثل الكتابة، وتقديم النّقارير، ومهارات الاتّصال، لكنهم شدّدوا أيضاً على أهميّة القدرة على تكيّف الأفراد مع وسائل الإعلام، والتّحضير للمهن المستجّدة في غرف الأخبار المندمجة.

¹Dupagne, Michel. Garrison, Bruce (2006). The Meaning and Influence of Convergence, A qualitative case study of newsroom work at the Tampa News Center, Journalism Studies, (2). pp 237-255.

وخلصت الدّراسة إلى أن الموارد المشتركة لجميع صحافيي المقابلات في الإعلام المندمج تستفيد من هذه العملية في تامبا، ولكن يبدو أنّ الفائز الحقيقي في كلّ هذا هي الأخبار التلفزيونيّة، إذ تستفيد من عمق الموارد الصحّافية (التقاليد الرّسنيّة للصحّافة) التي لم تكن موجودة عندما كانت عمليات الصحّافة والمحطة التلفزيونية تعملان في مواقع منفصلة وليس جنباً إلى جنب. وهناك جانب الأعمال، أو الجانب المالي في المنصّات الإعلاميّة لم يندمج تماماً كما اندمجت الوسائل، على الرّغم من أن هناك المزيد من الجهود لتقاسم التكاليف عبر المنصّات.

التعليق على الدراسات السابقة

كثرت الدراسات التي تتناول مستقبل الصحافة المطبوعة في الكثير من البلدان، وقد استفاد الباحث من التراث البحثي الذي توفّره له، ملاحظاً أنّ هناك ثراءً كبيراً في الدراسات الأجنبية، وتتميز هذه الدراسات بالعمق والذهاب إلى استشراف المستقبل، بينما تتوقف الكثير من الدراسات العربية عند وصف الظواهر الآنيّة، وقد عمد الباحث للاستشهاد ببعض الدراسات التي أجريت في دول العالم الثالث لقربها - إلى حدّ ما - من الواقع المحلي، خصوصاً في مجال تعاطيها مع مسألة "الاندماج الإعلامي" من حيث الجدّة.

ومن مجمل الدّراسات العربية والأجنبية التي اطّلع عليها الباحث، خرج بمجموعة من النقاط والآراء:

- ذهبت معظم الدراسات السابقة إلى أن الصّحف المطبوعة تتعرّض إلى الضغط التكنولوجي المتسارعة النّموا، وهي آخذة بالتراجع في زمن طغت فيه الصّحافة الرقمية، والإعلام الإلكتروني القائم على شبكة الإنترنت من خلال المواقع، أو الواصل إلى الهواتف الذكية من خلال تطبيقات الإعلام الاجتماعي.
- على الرغم من التحذيرات الصّريحة التي يطلقها الباحثون، إلا أن أحداً منهم لم يجزم تمام الجزم أنّ الصحافة المطبوعة ستنتهي حتماً، فهناك تهيبّ من نقض مقولة أن لا وسيلة إعلامية لاحقة ألغت وسيلة سابقة. وهناك من قال أن ما سيبقى من الصّحافة "قوتها الكامنة" في ذهابها إلى الأعماق في فحص القضايا، وهو ما ليس من قبيل أعراف ومناهج الأنواع الأخرى من الوسائل الإعلامية الإلكترونية القائمة على السّبّوق.

- تُجمع الدّراسات العربية، الدّاهية إلى التّعرف على الاتجاهات في الغالب، على أنّ هناك اهتماماً بالغاً من قبل القراء، والعاملين في الحقل الصحفي والإعلامي بالإعلام الإلكتروني بشكل كبير جداً ومتنامٍ، ويأتي هذا الاهتمام على حساب الصحافة المطبوعة. ويمكن ملاحظة تزايد نسبة المتعاطين مع الإعلام الرّقمي قياساً إلى التعاطي مع الصحف المطبوعة مع مرور السنوات بحسب الدّراسات التي تمّ استعراضها، وزيادة تقبّل الجمهور العربي عامة، والشباب خاصة، للأشكال المتنوّعة من الإعلام الإلكتروني والإعلام الاجتماعي، والابتعاد التدريجي عن الصحافة الورقية.
- تتجه أكثر الدّراسات العلميّة التي أُجريت في الوطن العربي، والتي استطاع الباحث أن يتوصّل إليها، إلى وصف ظاهرة تأثير الإعلام الإلكتروني على الصحافة المطبوعة، ولكنها لا تذهب إلى ما وراء هذا التأثير، وما الذي يمكن أن يؤوّل إليه مستقبل الصحافة اليومية المطبوعة في بلدانها.
- يتضح أنّ مصطلح "الإعلام المندمج" Media Convergence ليس دارجاً بعد في الأوساط الصحافيّة البحرينية، أو العربية أيضاً، على الرّغم من مضي أكثر من عشر سنوات على ظهوره بشكل علمي مقنن في الدول الغربية، ولم يجر التطرّق إليه كواحد من الخيارات التي يمكن أن تلجأ إليها المؤسسات الصحافية في المستقبل، وإن جرى التلميح إليه كما في دراسة محمد الفاتح حمدي.
- الدّراسات الأجنبية التي توقّر عليها الباحث تذهب غالباً إلى مستقبل الإعلام، ومستقبل الصحافة المطبوعة في ظل التأثيرات التنافسية مع الإعلام الإلكتروني الرّقمي، بما يفتح الآفاق والإمكانيات أمام متخذي القرار لسلك الطرق التي يمكن أن تذهب إليها مؤسساتهم مستقبلاً.

لقد وقّرت الدّراسات السّابقة أرضية علمية، وتراثاً مهماً في موضوع الدّراسة، مع الأخذ أنّ الكثير من المعطيات والمتغيّرات التي تمّت دراستها في الدّول التي جرت فيها الدّراسات السابقة قد لا تتماثل مع نظائرها في مملكة البحرين، أخذاً بالكثير من العوامل والتي من أهمها المساحة الجغرافية، وتعداد السكان، والقوة الشرائية، ونسبة التعليم، وغيرها، والنفاذ إلى الإنترنت، ولذا فقد استفاد الباحث من الطّروحات في الدّراسات السابقة ليشكّل منها طرحه الخاص على الظروف المحيطة بالصحافة البحرينية اليومية المطبوعة، في واقعها ومستقبلها.

مشكلة الدراسة

تواجه الصحافة اليومية المطبوعة في مملكة البحرين، تحدياً لم يكن قد واجهها بهذه الحدة من ذي قبل، وهو تحدي الاستمرار من عدمه، وذلك على إثر تزايد منافسة الإعلام الإلكتروني لها، مع تزايد حضور هذا النوع من النشر عن طريق الإنترنت، سواء على المواقع الإلكترونية، أم عن طريق الهواتف الذكية باستخدام تطبيقات الإعلام الاجتماعي، مع التحول الكبير للقراء من قراءة الصحف اليومية المطبوعة إلى قراءة النسخ الإلكترونية، أو مواد من الصحف عبر التطبيقات المختلفة، وهذا يضعها بين خيارات إما المواصلة على ما اعتادت عمله في العقود السابقة، وإما التحول إلى أشكال أخرى من العمل الإعلامي المتكامل، ولكل من الخيارين تحدياته الخاصة. لذا، فإن مشكلة الدراسة تتلخص في مستقبل الصحافة اليومية المطبوعة في مملكة البحرين في ظل منافسة الإعلام الإلكتروني.

أهداف الدراسة

تسعى هذه الدراسة إلى الوصول إلى مجموعة من الأهداف التي يمكن أن تتلخص في النقاط التالية:

(1) التعرف على واقع الصحافة البحرينية اليومية المطبوعة، وأهم المؤثرات الإيجابية والسلبية التي تتعرض لها من حيث:

أ- اتجاهات القراء من وجهة نظر الصحفيين ومتخذي القرار في الصحف.

ب- اتجاهات الاشتراكات والتوزيع في هذه الصحف ودلالاتها.

ت- اتجاهات الإنفاق الإعلاني بالنسبة للصحف المطبوعة والمنافذ الإعلانية الأخرى.

ث- تأثير الإعلام الإلكتروني، بأشكاله المختلفة، على مقروئية الصحف المطبوعة والتفاعل معها.

(2) التعرف على الاتجاهات المستقبلية بالنسبة للمؤسسات الصحافية، من خلال متخذي القرار والصحفيين في هذه المؤسسات.

أهمية الدراسة

يعتقد الباحث أنّ الجهد الذي قام به يعتبر إضافة نوعية من عدّة جهات، ومنها: الجِدّة، إذ لم يسبق للباحثين أن تناولوا مستقبل الصحافة اليومية المطبوعة في البحرين على المدى المتوسط، خصوصاً مع التزايد الكبير لانتشار خدمة الإنترنت بعد حوالي ربع قرن من دخولها إلى المنطقة، ومرور الصُّحف المطبوعة بتحدّي النُّسخ الرقمية لها، ثم المواقع الإخبارية، والانتشار الكبير جداً للإعلام الاجتماعي عبر وسائط متعددة، وتطبيقات متجددة.

وفي الوقت نفسه، فإنّ ما اطّلع عليه الباحث من الدّراسات العربيّة اقتصر على مسح آراء الجمهور بالنسبة لتفضيله ما بين الصُّحف المطبوعة والصُّحف الإلكترونيّة و/أو الإعلام الإلكتروني، ولكنها لم تبحث التوجّهات المستقبلية بالنسبة للمؤسسات الصحافيّة نفسها.

كما يعتقد الباحث أنّ هذه الدراسة تعدّ الأولى من نوعها على المستوى البحريني، حيث يجري التعرّف إلى آراء عدد واسع من متّخذي القرار في صناعة الصحافة في مملكة البحرين، بدءاً من رؤساء مجالس الإدارات، ورؤساء التحرير، ومديري التحرير، ومديري الإعلان، ومديري التوزيع، وعدد من البارزين في هذا القطاع، إضافة إلى آراء العاملين في حقول قريبة ومتماصة مع الصحافة اليومية، كوكالات الإعلان، والإعلام الاجتماعي، وذوي الخبرة في العمل الصحافي، وذلك لرسم صورة أكثر وضوحاً وشموليّة لما يمكن أن تتّجه إليه الصحافة اليومية المطبوعة في مملكة البحرين في غضون العقد المقبل وما بعده، في ظلّ التّحدّيات التكنولوجيّة والماديّة الأخرى في جوانب الإعلان والطباعة وتمويل هذه الصناعة.

تساؤلات الدراسة

وضع الباحث مجموعتين من التساؤلات التي طرحها على المسؤولين في الصحافة والمؤثّرين في القطاعات المتداخلة مع العمل الصحافي، وانقسمت التساؤلات إلى "واقع الصحافة البحرينية"، أخذاً بما جرى في السنوات القليلة الماضية، وصولاً إلى وضعها الحالي، وذلك للقدرة على الوقوف على توصيف دقيق لوضعيّة الصحافة البحرينية المطبوعة في الوقت الراهن. والقسم الآخر هو "مستقبل الصحافة البحرينية"، وهي تساؤلات استشرافية لما يمكن أن يكون عليه المستقبل من خلال معرفة المشاركين، وعميق خبرتهم، والأرقام والحقائق

التي تتوفر تحت أيديهم يومياً للوضع العام للصحافة البحرينية اليومية المطبوعة حالياً وما الذي يمكن أن تذهب إليه مستقبلاً، ودارتالساؤلات في المحاور التالية:

تساؤلات عن واقع الصحافة اليومية المطبوعة في مملكة البحرين

- 1- ما العوامل المؤثرة - إيجاباً وسلباً - على الصحافة اليومية المطبوعة في الوقت الراهن من حيث القدرة على النمو والاستمرار في السنوات العشر الماضية وحتى الوقت الراهن؟
- 2- ما توجهات الجمهور إزاء الصحافة المطبوعة من وجهة نظر الصحافيين أنفسهم؟
- 3- ما التأثيرات التي أحدثها الإعلام الإلكتروني على الصحافة المطبوعة؟
- 4- إلى أي مدى يثق الجمهور في البحرين بما يرد في الصحافة؟
- 5- ما الذي يفضل الجمهور في البحرين أن يقرأه في صحافته المطبوعة؟
- 6- ما طبيعة الإنفاق الإعلاني على وسائل الإعلام، وما نصيب الصحف اليومية المطبوعة؟
- 7- ما طبيعة التوزيع والاشتراكات للصحف اليومية المطبوعة؟

تساؤلات استشراف مستقبل الصحافة اليومية المطبوعة في مملكة البحرين

- 1- ما مدى تأثير الإعلام الإلكتروني على الصحافة المطبوعة مستقبلاً؟
- 2- ما مدى تأثر الإنفاق الإعلاني على مستقبل الصحف المطبوعة، أخذاً بمنافسة الإعلام الإلكتروني؟
- 3- ما طبيعة التوزيع والاشتراكات للصحف اليومية المطبوعة في السنوات المقبلة؟
- 4- ما المدى الزمني الذي يمكن أن تبقى فيه الصحف اليومية المطبوعة؟
- 5- ما مستقبل الصحافة اليومية المطبوعة؟
- 6- كيف سيكون شكل المؤسسات الصحافية في السنوات العشر المقبلة؟

فروض الدراسة

تمّ تحديد فروض الدراسة في إطار تحديد مشكلة الدراسة وأهدافها وإطارها النظري:

الفرض الأول: توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين المستوى التعليمي للمبحوثين وموقفهم من اعتماد القارئ على الصحف اليومية في استقاء معلوماته.

الفرض الثاني: لا توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين سنوات خبرة المبحوثين وموقفهم من اعتماد القارئ على الصحف اليومية في استقاء معلوماته.

الفرض الثالث: لا توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين المستوى التعليمي للمبحوثين واتجاههم نحو الصحافة البحرينية اليومية المطبوعة مستقبلاً.

الفرض الرابع: لا توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين سنوات خبرة المبحوثين واتجاههم نحو الصحافة البحرينية اليومية المطبوعة مستقبلاً.

الفرض الخامس: توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين اعتماد القارئ في البحرين على الصحف المحلية في استقاء معلوماته وضرورة استمرار الصحف اليومية المطبوعة.

الفرض السادس: توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين المستوى التعليمي للمبحوثين واتجاههم نحو الإعلام المندمج.

الفرض السابع: توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين سنوات خبرة المبحوثين واتجاههم نحو الإعلام المندمج.

الفرض الثامن: توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين المستوى التعليمي للمبحوثين واستعدادهم للتحوّل من الصحافة المطبوعة إلى الصحافة الإلكترونية.

الفرض التاسع: توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين سنوات الخبرة للمبحوثين واستعدادهم للتحوّل من الصحافة المطبوعة إلى الإعلام الإلكتروني.

الفرض العاشر: توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين استعداد المبحوثين للتحوّل إلى الوسائل الإعلامية الإلكترونية وموافقتهم على تحوّل المؤسسات الصحافية إلى الإعلام المندمج.

أسباب اختيار الموضوع

يعتبر مستقبل الصحافة المطبوعة من المواضيع المهمة التي يدور فيها جدل واسع في الفترة الحالية على المستوى العالمي، وانتقل هذا الجدل إلى المستويات العربية والإقليمية والمحلية في ظل التزايد السريع في انتشار التكنولوجيا والإعلام الإلكتروني، ومن ضمنه الإعلام الاجتماعي. ولذا اختار الباحث هذا الموضوع لسببين: الجانب الموضوعي والجانب الذاتي.

الأسباب الموضوعية

تشكل الصحافة المطبوعة ركناً مهماً من أركان الثقافة في مملكة البحرين التي انبنت علاقتها بالصحافة منذ ما يتجاوز المئة عام، عبر الصحف العربية التي كانت تصل إلى موانئها، حتى صدور الصحف البحرينية تباعاً، وتحولها من أسبوعية إلى يومية منذ منتصف العقد السابع من القرن الماضي. وقد ظلت الصحافة تشكل له رافداً مهماً من روافد التنوير، وربط البحرين بأجزاء الوطن العربي، خصوصاً مع حركات التحرر العربية، مروراً بجميع المحطات المهمة في حراك الأمة. وعلى المستوى الداخلي، شكلت الصحافة الأسبوعية، ثم اليومية المطبوعة زاداً مهماً للجمهور، لا سيما مع ارتفاع عدد المتعلمين، فصارت جزءاً من حياتهم اليومية، وترسخت عادة قراءة الصحف على مرّ السنين.

ومن هنا، فإنّ التحولات التي قد تمرّ بها الصحافة المحلية اليومية المطبوعة، يمكن أن تلقي بظلالها على كلّ هذا الإرث من التعاطي مع الصحيفة المطبوعة، وما ورائها من تاريخ ممتد، وثقافة متأصلة، ما يجعل التفاعل مع الأشكال الجديدة من الإعلام يصنع تحولاً جوهرياً ومغائراً إلى حدّ كبير في هذه الثقافة، ناقلاً إيّاها إلى شكلٍ جديدٍ من التعاطي لا يمكن أن يتلقاه إلا من يمتلك الأدوات التكنولوجية، ويعرف كيفية إدارتها.

الأسباب الذاتية

بدأ الباحث حياته العملية في الصحافة اليومية المطبوعة، وذلك منذ التدريب، وحتى أصبح صحافياً أساسياً في قسم "المحليات"، وتقلّب في أكثر من منصب وأكثر من قسم، وأسهم شخصياً ومباشرةً، مع الفرق الرئيسية في تأسيس أكثر الصحف البحرينية اليومية، إذ عمل في "الأيام" من قبل صدورها، وأسهم في وضع

أسس صُحُفٍ أخرى قبل انطلاقتها، وهي: "الوسط"، و"الوطن"، و"الوقت"، بالإضافة إلى صحيفة "أسواق" الاقتصادية الأسبوعية، وقد عمل قرابة 29 عاماً في هذا القطاع بشكل مباشر وغير مباشر. هذا كله يجعل الموضوع مدار البحث، قريباً إلى نفس الباحث، بل ويكتسب أهمية خاصة بالنسبة له، مع الأخذ بالقواعد العلمية الجادة لتحديد مشاعره الذاتية تجاه مستقبل الصحافة المطبوعة في البحرين، وذلك لكي تصل الدراسة إلى مبتغاها في معرفة ما الذي يمكن أن يكون عليه مستقبل الصحافة اليومية المطبوعة في البحرين.

صعوبات البحث

لم يواجه الباحث صعوبات حقيقية إلا في جانب توفّر المعلومات الدقيقة عن حجم الطباعة والتوزيع وموازنات الصحف. إذ لا توجد في البحرين مؤسسات للتحقق من الانتشار، ولا المؤسسات الصحافية ملزمة بالإفصاح عن عدد المطبوع من نسخها الورقية، وبالتالي فكلُّ صحيفة لا تستطيع التصريح بالأرقام الحقيقية في عدد ما تطبعه وتوزّعه يومياً. ولأنّها مؤسسات خاصّة وغير مُدرّجة في سوق الأوراق المالية، فليس عليها أن تعلن عن نتائجها المالية السنوية.

منهج الدراسة

تعتمد الدراسة على منهج المسح في مستواه المتعلق بمسح الجمهور، إذ "يعتبر منهج المسح Survey نموذجاً معيارياً لخطوات جمع البيانات من المفردات البشرية"¹ الذي يتحدد في هذا البحث في ثلاث مجموعات متمثلة في: الصحفيين العاملين في الصحافة اليومية المطبوعة في مملكة البحرين، ومتخذي القرار على المستوى المالي والإداري والتحرير في المؤسسات الصحافية، والخبراء في القطاعات القريبة من الصحافة المطبوعة والمتماسّة معها، بهدف جمع البيانات الرائدة للموضوع محل الدراسة، ووصفها وتفسيرها، ومسح العلاقة الارتباطية بين متغيراتها، الأمر الذي يساعد على إمكانية التعميم والتنبؤ بالنسبة لموضوع البحث.

¹عبد الحميد، محمد (2004). البحث العلمي في الدراسات الإعلامية، القاهرة: عالم الكتب، ص 158.

أدوات جمع البيانات

بما أن الدراسة تتطّلع إلى مسألتين:

- 1- التعرف على واقع الصحافة المطبوعة في البحرين وواقع منافسة الإعلام الإلكتروني لها؛
- 2- التنبؤ بمستقبل الصحافة المطبوعة، واتجاهاتها الأكثر احتمالاً إلى الإعلام المندمج الذي بدأت تأخذ ببعض جوانبه عددٌ من الصحف المحليّة؛

فقد أخذ الباحث بأداتي الاستبيان، والمقابلات غير المُحكّمة (غير المقننة) Non Structured.

أولاً - الاستبيان

صمّم الباحث صحيفة الاستبيان، وقد احتوت على ثلاثة محاور رئيسة: المحور الأول، ضمّ البيانات الشخصية عن المستطلّع.

وجاء المحور الثاني تحت عنوان "واقع الصحافة البحرينية المعاصر"، واستهدف الباحث من خلاله الحصول على أكبر قدر من البيانات التي يدلي بها المستطلّعة آراؤهم من الصحافيين عن الوضع الراهن للصحافة اليومية البحرينية المطبوعة، من حيث ثقة الجمهور، والطباعة والتوزيع، ومهنيّة الصحافيين، والعوامل المؤثّرة على تطوُّرها سلباً وإيجاباً، ومدى تفاعل الجمهور معها، وعبر أيّ الوسائل، وتكوّن هذا المحور من 17 سؤالاً.

واتجه المحور الثالث وهو "مستقبل الصحافة البحرينية" إلى الوقوف على آراء الصحافيين في ما يمكن أن تذهب إليه مؤسساتهم الصحافية في المستقبل إثر المنافسة المتزايدة من الإعلام الإلكتروني للصحافة المطبوعة أساساً، ومدى استعدادهم للتفاعل مع ما يمكن أن تذهب إليه، وتكوّن هذا المحور من 12 سؤالاً.

ثانياً - المقابلات غير المقننة

أخذ الباحث في الحسبان بأن الآراء التي سيتحصّل عليها من الاستبيان، على ما فيها من فائدة وكشف وتوقّع؛ فإنها لن تعدو التوقّعات والتخمينات بحسب ما يتاح لمفردات العيّنة من معلومات، لذا، فقد قام بإجراء مقابلات مباشرة مع عدد واسعٍ من متّخذي القرار في هذه المؤسسات الصحافيّة، والمؤسسات والأفراد ذوي

الصلة وثيقة بالصحافة اليومية نفسها، للوقوف على ما يمكن الوقوف عليه من حقائق وأرقام وتوجهات للمؤسسات الصحافية.

واتّبع الباحث أسلوب المقابلات غير المُحكّمة (غير المُقنّنة) Non Structured، التي يمكن للباحث من خلالها التوصل إلى مجموعة من "الحقائق"، أو معتقدات أو آراء أو اتجاهات أو مواقف، أو دوافع وأسباب، أو سلوكيات، أو قيم ومعايير سلوكية، أو أحداث ماضية بناء على ما يتذكره الذين تتم مقابلتهم¹، وإذ يمكن للمقابل أن يستخدم دليلاً عاماً للمقابلة، ولكن لا يستخدم مجموعة أسئلة محدّدة مُصاغة بالطريقة نفسها لكل شخص تجري مقابله². وعادة ما تكون الأسئلة في المقابلة غير المُحكّمة (غير المُقنّنة) قليلة، وتوضع لتوجيه الحديث، وإدارة الحوار الذي يستهدف التعمّق في شخصية المبحوث وأفكاره ومعتقداته³ فالمقابلة غير المُقنّنة "طريقة منظّمة تمكّن الفرد من التعرف على حقائق غير معروفة مسبقاً، وتحقق في الدّراسات الميدانية عن طريق أسئلة يُلقِيها الباحث على الفرد الآخر الذي يلتقي به وجهاً لوجه لمعرفة رأيه في موضوع معيّن (...). إنّها أداة علمية تبدأ بها البحوث التجريبية والدّراسات الاستطلاعية وهي وسيلة من الوسائل الهامة لجمع البيانات وأكثرها استخداماً نظراً لميزاتها المتعدّدة، ومرونتها"⁴.

ثالثاً - الملاحظة

إذ عايش الباحث فترة مهمة من فترات الصحافة البحرينية اليومية المطبوعة، اعتباراً من 1989، وعمل بشكل مباشر في الصحف حتى العام 2007، ومن بعدها تحوّلت علاقته مع الصحف إلى علاقة الكاتب، مع اطلاع على مجريات الأعمال في الصحف اليومية من أكثر من طريق من طرق الاتصال والتواصل مع العاملين فيها.

¹ مزاهرة، منال هلال (2014)، *مناهج البحث الإعلامي*، عمّان: دار المسيرة للنشر والتوزيع الطباعة. ص 187.

² أبوزينة. فريد كامل، وآخرون (2007). *مناهج البحث العلمي - طرق البحث العلمي*. عمّان: دار المسيرة للنشر والتوزيع الطباعة، ص 75.

³ عبدالحמיד، محمد (2004)، مرجع سابق، ص 396.

⁴ إبراهيم. مروان عبدالمجيد (2011). *أسس البحث العلمي لإعداد الرسائل الجامعية*. عمّان: مؤسسة الوراق للنشر والتوزيع. ص 187

والملاحظة واحدة من الأدوات المعتمدة في جمع البيانات، إذ "يُعتبر أسلوب الملاحظة أحد الأساليب الأولية لجمع البيانات عن السلوك الإنساني بصفة عامة، والاتصالي بصفة خاصة، ويقدم البُعد الكيفي في وصف السلوك"¹، كما "يمكن استخدام الملاحظة لجمع بيانات تدعم أو تكمل بيانات جُمعت بطرق أخرى، مثل المقابلة"²

نوع الدّراسة

تتنمي هذه الدّراسة إلى الدّراسات الوصفية والمستقبلية التي تسعى إلى الكشف عن المستقبل، وتحدّد ملامحه المتوقعة بالنسبة لظاهرة معيّنة. وهي بذلك تنتمي إلى النمط الاستطلاعي أو الاستكشافي من الدّراسات المستقبلية، الهادف إلى استكشاف صورة المستقبل المتوقّع أو المحتمل أو المستقبل الممكن تحقيقه³. إذ يبدأ البحث في هذا النوع بوضع افتراضات حول التوقّعات المستقبلية، يقوم (الباحث) بتحديد صلاحيتها من خلال الحقائق والمعطيات التي قدّمها الماضي والحاضر معاً⁴.

ويسمّى هذا النوع من الدّراسات المستقبلية بالاستكشافي Exploratory وهو ما يكون "ردّ فعل للواقع القائم من حيث اختياريته المجتمعية، وهو ينظر للمستقبل باعتباره امتداداً للحاضر من النّاحية المعرفية"⁵.

مجتمع الدراسة

يتحدّد مجتمع الدّراسة في الأطراف ذات العلاقة بصناعة الصّحافة اليومية المطبوعة في مملكة البحرين، ويشتمل على المجموعات الثلاث التالية:

¹ عبدالحמיד، محمد (2004)، مرجع سابق، ص 405.

² أبوزينة. فريد كامل، وآخرون (2007). مرجع سابق 168.

³ النجار، سامي سعيد (2005). رؤية الخبراء للعوامل المؤثرة على مستقبل قارئ الصحف المطبوعة في مصر، المؤتمر العلمي السنوي

الحادي عشر: مستقبل وسائل الإعلام العربية، جامعة القاهرة، ص 530.

⁴ عبدالحמיד، محمد، (2004)، مرجع سابق، ص 269.

⁵ عامر، طارق (2008) أساليب الدراسات المستقبلية، عمّان، دار اليازوري العلمية للنشر والتوزيع، ص 74.

- **المجموعة الأولى:** الصحافيون العاملون في الصحافة، والكتاب الصحافيون وذوو الخبرة من العاملين في الصحافة المحليّة، وروعي في هذه المجموعة أن يكون للصحافي خبرة لا تقل عن خمس سنوات عمليّة.
- **المجموعة الثانية:** متّخذو القرار والإداريون المتقدّمون: وهي تشمل رؤساء مجالس الإدارة، ورؤساء التحرير، ومديري التحرير، ومديري الإعلان، ومديري التوزيع في الصحف الأربع القائمة اليوم، مع الأخذ بتجربة الصحيفة الخامسة (الوسط) التي خرجت حديثاً (يوليو 2017) من المشهد الصحافي المحليّ.
- **المجموعة الثالثة:** ذوو العلاقة والارتباط والتأثير المتبادل على الصحافة المطبوعة، من مثل رؤساء الوكالات الإعلانية، وخبراء الإعلام الاجتماعي والتسويق الرّقمي.

عينة الدراسة

اعتمد الباحث نوعين من العينات للوصول إلى المزيد من الإحاطة بالموضوع، والوقوف على آراء ذوي الشأن في المؤسسات الصحافية البحرينية، ومواقفهم ونظراتهم المستقبلية.

(1) **الاستبيان:** ذهب الباحث إلى "العينة العمدية" Purposive Sample والتي تُختار "بحسب ما يراه الباحث من سمات أو خصائص تتوفر في المفردات بما يخدم أهداف البحث، مثل دراسة آراء واتجاهات قادة الرأي، أو القائم بالاتصال في وسائل الإعلام المختلفة"¹.

وتبعاً للمجموعة الأولى من مجتمع الدراسة السالفة الذكر، فإنّ العينة الأساسية تكوّنت من 100 مفردة. تنقسم إلى:

¹عبد الحميد. محمد (2004). مرجع سابق. ص 141.

- 70 مفردة من الصحافيين العاملين في الأقسام التحريرية في الصحف الأربع اليومية التي تصدر في البحرين أثناء إعداد الدراسة*، وعدد من صحافيي الصحيفة الخامسة التي خرجت من السوق حديثاً**، إذ وجد الباحث أن متوسط الصحافيين العاملين في الصحف البحرينية القائمة الأربع، والخامسة التي توقفت أخيراً، في حدود 35 صحافياً في المؤسسة الصحافية الواحدة، يعملون بدوام كامل، أي أن العينة تمثل نسبة 40% من مجتمع الدراسة، ذلك لأن العاملين بدوام كامل هم الأكثر ارتباطاً بالصحيفة، من حيث الوظيفة، والاطلاع على مجريات العمل اليومي، والتفاعل المتواصل مع القراء (الجمهور)، ومع توجهات إدارات الصحف. مع التركيز على الصحافيين ذوي الخبرات العملية التي لا تقل عن خمس سنوات، وذلك حتى يمتلك الصحافي رأياً أكثر نضجاً ليدلي به.

- 30 مفردة من كتاب الرأي في هذه الصحف والإعلاميين وذوي الخبرة والصحافيين الذين تحولوا إلى مهن قريبة في دوائر العلاقات العامة والاتصال، ومسؤولين في مجلات أسبوعية وشهرية، كونهم متفاعلين مع الصحف، وأصحاب خبرة، وذلك نظراً لخبرتهم وتماثلهم مع الوضع الصحافي العام، ولكونهم في وضع أقل ارتباطاً وظيفياً وعاطفياً مع المؤسسات الصحافية اليومية، وبالتالي يمكنهم إبداء آراء أكثر موضوعية.

(2) **المقابلة غير المقتنة:** اختار الباحث العينة الشاملة Comprehensive Sample الذي تتم فيه دراسة كل فرد أو جماعة في موقع ما، أو حدث، وهو استراتيجية العينات المفضلة. فهنا تكون كل وحدة من الوحدات الفرعية تحت السيطرة، ومتغيرة في الخواص (...). فإن اللجوء إلى العينة الشاملة يكون دائماً في الحالات التي يكون فيها عدد الأفراد الذين يتصفون بالخصائص المدروسة صغير

*تجنّب الباحث استخدام قواعد معلومات جمعية الصحفيين البحرينية التي تسجّل 579 صحافياً، موزعين بين الإذاعة والتلفزيون والصحافة المحلية والمراسلين الصحافيين، ومراسلي وكالات الأنباء، وقصر العينة على الصحافيين العاملين في الصحافة البحرينية اليومية المطبوعة لتكون آراؤهم أقرب إلى الواقع، وأقدر على استشراف المستقبل بالنسبة لمهنتهم، مع إدخال نسبة لا تتجاوز 10% لبعض العناصر من ذوي الخبرة والذين سبق لهم العمل في الصحف المحلية للاستفادة من آرائهم، وذلك ضمن مفردات كتاب الرأي وذوي الخبرة.

**أوقفت صحيفة "الوسط" رسمياً في يوليو 2017.

نسبياً. وتُعرف العيّنة الشاملة باسم آخر، هو العينة المعيارية Criterion Sample وتعني اختيار جميع الأفراد الذين يمثلون حالة ما، أو تتوفر فيهم جميع الخصائص والصفات المدروسة¹.

حدود الدراسة

الحدود الزمانيّة: 2017

الحدود الجغرافيّة: مملكة البحرين

الحدود البشريّة: الصحفيون والكتاب الصحفيين، ومُلاك المؤسسات الصحافية البحرينية، ومسؤولوها في الجانبين التحريري والإداري، والمسؤولون في القطاعات الأساسية المرتبطة بالمؤسسات الصحافية.

مصطلحات الدراسة ومفاهيمها

الصحافة اليومية المطبوعة: يعرف محمد عبد الحميد، "الصحافة" بأنها "العملية الاجتماعية لنشر الأخبار والمعلومات الشارحة لجمهور القراء، من خلال الصحف المطبوعة، لتحقيق أهداف معينة"². والصحف المطبوعة هي الدوريات التي تصدر من عدة نسخ وتظهر بشكل منتظم وفي مواعيد ثابتة أو متباعدة، وتستهدف خدمة المجتمع والإنسان الذي يعيش فيه، وتمتد الصحافة الرأي العاك بأكثر الأحداث الحالية"³. وكذلك ورد أنّ "الصحيفة هي مجموعة من الصفحات تصدر يومياً أو في مواعيد منتظمة وتتضمن أخبار السياسة والاقتصاد والاجتماع والثقافة وما يتصل بها"⁴.

"والصحافة بمعنى Journalism هي المؤسسة التي يعمل بها المتخصصون في صناعة الأخبار، ولقد أُطلق عليها صحافة Journalism بسبب أن الصحف Journals التي تضمّنت على مدى التاريخ: الجرائد، والورقات الإخبارية، والمجلات؛ كانت الوسيلة الأساسية التي عُمل فيها لأربعة قرون ونصف القرن عقبَ

¹ أبوزينة. فريد كامل، وآخرون مرجع سابق، ص 69

² عبد الحميد، محمد (1992)، بحوث الصحافة، القاهرة: عالم الكتب، ص 23.

³ عبد الرحمن، محمود (1990). الصحافة الزراعية والتعاونية في مصر: الواقع والمستقبل، الإسماعيلية: مركز لطفي للتدريب التعاوني الزراعي، سلسلة التثقيف التعاوني، العدد 11، ص 13.

⁴ غازي، خالد محمد (2016)، الصحافة الإلكترونية العربية: الالتزام والانفلات في الخطاب والطرح، الجيزة: وكالة الصحافة العربية (ناشرون)، ص 23.

اختراع آلة الطباعة، وهناك من يعرف الصحافة بأنها مهنة تغطية الأخبار وكتابتها وتحريرها، وتصويرها فوتوغرافياً وإذاعتها، أو إدارة أي مؤسسة إخبارية "إعلامية" كعمل تجاري"¹. وكذلك "الصحيفة عبارة عن مجموعة من الأخبار والتحليل والآراء تنشر بصورة دورية داخل المجتمع وتكون موجّهة إمّا لجمهور محلي وطني أو لجمهور إقليمي أو دولي"².

وجاء في المرسوم بقانون المنظم لمهنة الصحافة في البحرين، بأن "الصحافة: تعني "مهنة تحرير المطبوعات الصحفية وإصدارها"، و"الصحيفة: كل جريدة أو مجلة أو أي مطبوع آخر يصدر باسم واحد، وبصفة دورية في مواعيد منتظمة، أو غير منتظمة، بما في ذلك الصحف الإلكترونية التي تصدر أو تبث بالوسائل الإلكترونية"³.

الإعلام الإلكتروني (الرقمي): نشرات رقمية تحتوي على بعض أو كل أو أكثر مما تحتويه الصحيفة الورقية من مواد مثل الأخبار، والصور، والرسوم الكاريكاتيرية، والتعليقات، والآراء، والإعلانات، وغيرها. وتبث عبر الإنترنت لتصل وتشاهد عبر الأجهزة الرقمية المختلفة مثل الحواسيب والهواتف الذكية. وتنقسم إلى نوعين: المواقع الإخبارية، ومواقع الصحف الورقية، التي تحمل النسخة الورقية المصورة (PDF)، وأحياناً تحمل خدمات أخرى، وخطأً موازياً لنشر الأخبار التي لا تتسع لها الصحيفة، أو العاجلة. ويطلق هذا المصطلح بصورة عامة على الصحافة التي تستعين بالحاسبات الإلكترونية في كافة عمليات الإنتاج والنشر كوسيلة، وتنشر على شبكة الانترنت، ويمكن للقارئ جلبها، وتصفحها، والتعليق، والبحث داخلها بالإضافة إلى حفظ المادة التي يريدونها، وطبع مايرغب في طباعته⁴. وحاول الدكتور إحسان محمود الحسان وضع تعريف آخر للصحافة الإلكترونية ينص على أنها الصحف التي تستخدم الإنترنت كقناة لانتشارها بالكلمة والصورة الحية والصوت أحياناً والخبر المتغير آنياً⁵.

الإعلام الاجتماعي: جملة من التطبيقات التكنولوجية حديثة التي أتت اعتماداً على ويب 2.0 تقوم فلسفتها على التواصل والتفاعل بين البشر عن طريق الرسائل الصوتية المسموعة، والمكتوبة، والمرئية، وتعمل هذه

¹ علم الدين، محمود (2004)، الفن الصحفي، القاهرة: دار أخبار اليوم، ص 12.

² وكالة الأنباء القطرية. (2012)، الإعلام الإلكتروني وتأثيره على الجماهير، ب.ت، ص 97.

³ مرسوم بقانون رقم (47) لسنة 2002 بشأن تنظيم الصحافة والطباعة والنشر، هيئة التشريع والإفتاء القانوني، <http://www.legalaffairs.gov.bh/LegislationSearchDetails.aspx?id=5654>، آخر زيارة للموقع، 11 سبتمبر 2017.

⁴ تنصر، حسني محمد (2003). الانترنت والإعلام، الصحافة الإلكترونية، تونس: مكتبة الفلاح، ص 42.

⁵ الفيصل، عبد الأمير (2014). مدخل في صحافة الإنترنت، العين: دار الكتاب الجامعي، ص 89.

الوسائل على بناء وتفعيل المجتمعات الحيّة في بقاع العالم، إذ يقوم البشر بمشاركة اهتماماتهم وأنشطتهم بواسطة هذه التطبيقات. ويمكن للمستخدمين إنتاج مواد إعلامية وبثّها من دون الحاجة إلى ترخيص.

الإعلام المندمج: تفاعل بين وسائل الإعلام الجماهيرية ووسائل الإعلام الجديدة المستندة في تطبيقاتها على الويب، بما يدمج جميع أشكال الظهور، والمنصّات الإعلامية التي كانت منفردة وقائمة بذاتها في السابق، تحت سقف واحد بغية نشر المواد الإعلامية على أكثر من وسيلة ومنصّة بطرائق مختلفة، ومن المؤسسة ذاتها.

الجيل الثاني للويب (Web 0.2): تطوير للنماذج والأدوات المستخدمة عبر الويب (Web) السائدة حيث تصبح أكثر تفاعلية وتشاركية واجتماعية، وهي الجيل الثاني من الخدمات الاستضافة عبر الإنترنت تركز على خلق ويب أكثر إنسانية وأكثر تفاعلاً، فهي تحوّل الإنترنت من مصدر للمعلومات الجاهزة إلى مصنع للمعلومات التفاعلية بأسلوب سهل، من خلال تصميم مواقع تعزز الإبداع وتبادل المعلومات وإبرازها والتشارك بين المستخدمين، وشهد درجة تفاعل أدنى من الجيل الثاني. ونتج عن هذا الجيل ظهور مواقع الشبكات الاجتماعية مثل: YouTube، Flickr، Digg، Wikipedia وتطبيقات المئات من مواقع الإعلام الاجتماعي.¹

مؤشرات صدق المقياس وثباته

أولاً: صدق المضمون

قام الباحث بعرض الاستبيان على أربعة من المحكّمين من قسم الإعلام والسياحة والفنون في كلية الآداب بجامعة البحرين، وخامس من قسم الإعلام والعلاقات العامة بالجامعة الأهلية (مملكة البحرين)*، لضبط الاستبيان، وضمان انضباط البيانات التي سيتحصّل عليها، واستبعاد الأسئلة المتكررة، أو غير ذات العلاقة المباشرة بالموضوع مدار البحث. وقد أخذ الباحث بالكثير من التعديلات والاقتراحات والتوجيهات التي أبدّاها المحكّمون، بدمج بعض الأسئلة، وتحديد بعضها وإلغاء الأسئلة غير ذات الصلة مباشرة بموضوع الدراسة.

¹الدوسري، الصفاء بنت سعيد بن سعد، (2014)، فاعلية استخدام بعض تطبيقات الجيل الثاني للويب (Web 0.2) في التحصيل المعرفي بمقرر الحاسب الآلي والاتجاه نحوها لدى طالبات البرنامج المشترك بالتعليم الثانوي نظام المقررات بمدينة مكة المكرمة، رسالة ماجستير غير منشورة، كلية التربية، جامعة أم القرى، ص 15.

*يمكن الاطلاع على قائمة المحكّمين في الملحق (2).

ثانياً: صدق الاتساق الداخلي

للتحقق من صدق الاتساق الداخلي للمقياس، عمد الباحث إلى حساب العلاقة بين درجة كل عبارة ومحورها من خلال معاملات ارتباط بيرسون كما هو موضَّح:

1. مؤشرات صدق الاتساق الداخلي لعبارات محور: العوامل المساعدة على استمرار الصحافة البحرينية اليومية المطبوعة

جدول رقم (1)

مؤشرات صدق الاتساق الداخلي لعبارات محور

العوامل المساعدة على استمرار الصحافة البحرينية اليومية المطبوعة

الرقم	العبارة	معامل ارتباط بيرسون
1	الدعم الحكومي غير المباشر	.432(**)
2	الإعلانات التجارية	.545(**)
3	اعتیاد الجمهور على شراء الصحف	.623(**)
4	الاشتراكات	.767(**)
5	الملاك	.489(**)
6	تأدية رسالتها المجتمعية	.693(**)

* الارتباط دالٌّ إحصائيًا عند $(\alpha = 0.05)$.

** الارتباط دالٌّ إحصائيًا عند $(\alpha = 0.01)$.

يتبين من نتائج الجدول السابق أنَّ قيم معاملات ارتباط بيرسون لجميع العبارات كانت ذات دلالة

إحصائية عند مستوى $(\alpha \geq 0.05)$ ، وهذه القيم تُعدُّ مؤشرات على أنَّ العبارات ذات صدق اتساق داخلي

مقبول لأغراض الدراسة الحالية.

2. مؤشرات صدق الاتساق الداخلي لعبارات محور: العوامل التي تعيق استمرار صدور الصحافة المطبوعة مستقبلاً

جدول رقم (2)

مؤشرات صدق الاتساق الداخلي لعبارات محاور العوامل التي تعيق استمرار صدور الصحافة المطبوعة مستقبلاً

الرقم	العبارة	معامل ارتباط بيرسون
1	تراجع الإعلانات التجارية	.309(**)
2	تراجع اهتمامات القراء	.484(**)
3	ظهور وسائل أخرى أسرع وأكثر سهولة	.606(**)
4	تغير العادات القرائية	.719(**)
5	تراجع الاشتراكات	.641(**)
6	اتساع فئة الشباب في المجتمع وارتباطها بالتكنولوجيا	.575(**)
7	ارتفاع أسعار الورق/الطباعة	.638(**)
8	كلفة التوزيع	.701(**)
9	الضغوطات البيئية	.567(**)

* الارتباط دالّ إحصائياً عند $(\alpha = 0.05)$.

** الارتباط دالّ إحصائياً عند $(\alpha = 0.01)$.

يتبين من نتائج الجدول السابق أنَّ قيم معاملات ارتباط بيرسون لجميع العبارات كانت ذات دلالة إحصائية عند مستوى $(\alpha \geq 0.05)$ ، وهذه القيم تُعدُّ مؤشرات على أنَّ العبارات ذات صدق اتساق داخلي مقبول لأغراض الدراسة الحالية.

3. مؤشرات صدق الاتساق الداخلي لعبارات محور: أسباب عدم ظهور صحف جديدة

جدول رقم (3)

مؤشرات صدق الاتساق الداخلي لعبارات محور أسباب عدم ظهور صحف جديدة

الرقم	العبرة	معامل ارتباط بيرسون
1	تشبع السوق المحليّة	.587(**)
2	عدم وجود الكوادر الصحافية الكافية	.570(**)
3	ضعف سوق الإعلانات	.626(**)
4	الأوضاع الاقتصادية غير المواتية المحليّة والعالمية	.704(**)
5	ارتفاع كلف الطباعة والإنتاج	.724(**)
6	ظهور وسائل منافسة تغني عن الصحيفة المطبوعة	.576(**)

* الارتباط دالّ إحصائيًا عند $(\alpha = 0.05)$.

** الارتباط دالّ إحصائيًا عند $(\alpha = 0.01)$.

يتبيّن منتتائج الجدول السابق أنّ قيم معاملات ارتباط بيرسون لجميع العبارات كانت ذات دلالة

إحصائية عند مستوى $(\alpha \geq 0.05)$ ، وهذه القيم تُعد مؤشرات على أنّ العبارات ذات صدق اتّساق داخليّ

مقبولٍ لأغراض الدراسة الحاليّة.

ثبات الاتساق الداخلي للمقياس

قام الباحث بحساب مؤشرات ثبات الاتساق الداخلي للمقياس من خلال معادلة كرونباخ- ألفا، كما هو موضح

تالياً:

جدول (4)

مؤشرات ثبات الاتساق الداخلي لمقياس الدراسة

المحور	قيمة ثبات الاتساق الداخلي
محور العوامل المساعدة على استمرار الصحافة البحرينية اليومية المطبوعة	0.76
محور العوامل التي تعيق استمرار صدور الصحافة المطبوعة مستقبلاً	0.86
محور أسباب عدم ظهور صحف جديدة	0.73

يتبين من الجدول السابق أنّ مؤشرات ثبات الاتّساق الدّخلي للمقياس بلغت لمحورالعوامل المساعدة على استمرار الصّحافة البحرينيّة اليوميّة المطبوعة (0.76)، ولمحورالعوامل التي تعيق استمرار صدور الصّحافة المطبوعة مستقبلاً (0.86)، ولمحورأسباب عدم ظهور صحف جديدة (0.73)، وهي قيم مقبولة لأغراض الدّراسة الحاليّة.

إحصاءات الدّراسة

استخدمت الدّراسة الحاليّة الإحصاءات التّالية للإجابة عن أسئلة الدّراسة:

- معاملات ارتباط بيرسون.
- معادلة كرونباخ ألفا.
- التّكرارات والنّسب المئوية.
- الوزن المرّجّح.
- المتوسّطات الحسابيّة.
- الانحرافات المعياريّة

الفصل الثاني

الإطاران النظري والمعرفي للدراسة

أولاً: الإطار النظري: نظرية الإعلام المندمج Media Convergence

ثانياً: الإطار المعرفي للدراسة

المبحث الأول: استشراف المستقبل

المبحث الثاني: الصحافة في البحرين من الأسبوعية إلى اليومية

المبحث الثالث: المنافسة بين الصحافة اليومية المطبوعة والإعلام الإلكتروني

منافسة الإعلام الإلكتروني للصحافة اليومية المطبوعة عالمياً

منافسة الإعلام الإلكتروني للصحافة اليومية المطبوعة عربياً

المبحث الرابع: الإنترنت والإعلام الاجتماعي

الإنترنت والإعلام الاجتماعي في الوطن العربي

الإنترنت والإعلام الاجتماعي في البحرين

البحرين في تقرير وسائل التواصل الاجتماعي في العالم العربي

أولاً: الإطار النظريّ

نظرية الإعلام المندمج

تعتمد هذه الدراسة على نظرية "الإعلام المندمج"، وهي نظرية في مجال الاتصالات، حيث يجري إدماج الوسائط في نقطة واحدة وسيطة medium نظراً لظهور تكنولوجيات الاتصالات الجديدة. ويشير موضوع البحث في "الإعلام المندمج" عادة إلى عملية متكاملة من الإنتاج، والتوزيع، واستخدام وسائل الإعلام الرقمية في المستقبل لإنتاج محتويات تتعلق بتقديم الخدمات من خلال قنوات مختلفة مثل الهواتف النقالة والتلفزيون الرقمي.

نظرية الإعلام المندمج Media Convergence

تعتبر نظرية "الإعلام المندمج" Media Convergence من النظريات الحديثة التي تناولها عدد من الباحثين في الإعلام وتكنولوجيا الاتصالات، إلا أن هنري جينكينز Henry Jenkins (1958 - ...) كان الأكثر تأطيراً للنظرية عبر كتابه الشهير "الثقافة المندمجة: حيث يصطدم الإعلام القديم والجديد" Convergence Culture: Where Old and New Media Collide الصادر في العام 2006.

تقول النظرية: "تدقق المحتوى عبر وسائل الإعلام المتعددة، يشير إلى أن جمهور وسائل الإعلام في الوقت الحاضر يؤدي دوراً حاسماً في خلق المحتوى وتوزيعه، وبالتالي لا بد من فحص الاندماج من حيث التغيرات الاجتماعية، وكذلك التكنولوجيا داخل المجتمع". ووفقاً لجينكينز، فإن اندماج وسائل الإعلام عملية مستمرة لا ينبغي أن يُنظر إليها باعتبارها "نزوح" من وسائل الإعلام القديمة، ولكنها تفاعل بين أشكال وسائل الإعلام المختلفة، ومنصات¹.

¹Chakaveh, Sepideh, Bogen Manfred (2007). *Media Convergence, an Introduction*. Human-Computer Interaction. HCI Intelligent Multimodal Interaction Environments. Volume 4552 of the series Lecture Notes in Computer Science pp 811-814

وتتحمل النظرية - بحسب قاموس أكسفورد - مسؤولية كبيرة للمزيد من الشرح المعمق لتداعيات التقنيات والمؤسسات التجارية التي ترتبط معاً. الإعلام المندمج هو الدمج (أو الانضمام معاً) لوسائل إعلام متميزة سابقاً لخلق أشكال جديدة تماماً من التعبير الاتصالي. الإعلام المندمج هو في قلب ثورة الإعلام الرقمي اليوم، ليشمل التكنولوجيات والتطبيقات البرمجية مثل الإنترنت، والتجارة الإلكترونية، وتكنولوجيا الهواتف الذكية، والفيلم الرقمي، والرسوم المتحركة، وأقراص الفيديو الرقمية (DVD)، والموسيقى، والتلفزيون عالي الوضوح (HDTV)، وأنظمة ألعاب الفيديو على سبيل المثال لا الحصر. مع مرور الوقت، أصبح الإعلام المندمج مصطلحاً مرناً إلى حد ما، إذ أصبح يعني أشياء مختلفة اعتماداً على الوقت، والتطبيق، والسياق.

وتشير الموسوعة البريطانية Encyclopedia Britannica إلى أن ظهور الإنترنت، بصفته ثورة في عالم الاتصال، نتج عنها ظهور أجهزة جديدة مثل الحواسيب اللوحية، والهواتف الذكية، والتلفزيونات الرقمية، وكل هذا قرب التكنولوجيا، إذ باتت تُستخدم في كل هذه الوسائل، وصار من الممكن والسهل أيضاً أن يُستعمل الجهاز الواحد عدّة استخدامات لم تكن مطروحة فيه سابقاً "وقد حوّلت هذه التطوّرات الصحافة من خلال خرق الحدود السابقة الطويلة بين الصحفيين وغير الصحفيين (صحافة المواطن)، وبين المواعيد النهائية وغيرها للطبع والبثّ والإنتاج، وبين الصحفيين والمحررين، وبين منصّات المحتوى. وقد جادلت الصحافة الأميركية جين سينغر Jane Singer* بأنّ الصحافة التي كانت تتميز بالقصة الصحافية، والتي كانت مغلقة سابقاً، هي الآن نصّ مفتوح"¹.

وبالنسبة لعلماء الاتصال، فهناك عددٌ من القوى الدافعة التي تركّز انتباه الرأي العام على هذه القضية، بما في ذلك استخدام التكنولوجيا الرقمية في وسائل الإعلام وتكنولوجيا المعلومات، واندماج وسائل الإعلام، وأنشطة الاستحواذ، والتغيّرات في التكنولوجيا (وأبرزها شبكة الإنترنت)، وتطويعها لأغراضٍ أخرى انتقاليّاً من وسائل الإعلام القديمة (الجماهيرية) في أشكال وسائل الإعلام الجديدة، والأهمية المتزايدة للشبكات الاجتماعية والمجتمعات الافتراضية.

*رئيسة مركز أبحاث الابتكار الصحافي بدائرة الصحافة في جامعة لندن.

¹Flew, Terry, Encyclopedia Britannica, last updated: 8-17-

آخر زيارة للموقع 22 سبتمبر 2017. <https://www.britannica.com/topic/media-convergence>

وقبل تشكّل النّظريّة بسنوات قليلة، أطلق سعود صالح كاتب، في العام 2002 مسمّى "غرفة أخبار واحدة للعديد من وسائل الإعلام" على ما أسمى تالياً بالإعلام المندمج، ضارباً المثال لهذه الغرفة بشكل قصصي ينقله الباحث هنا بحرفيّة كونه يبسّط النّظرية، وإن كان المثال قد كُتب قبل ظهور الإعلام الاجتماعي، فيقول: "خلال اجتماع التحرير، كما صوّرتَه منظمة الصّحافة والنّشر الألمانيّة (IFRA)، تتم مناقشة خبر عاجل عن فيروس يصيب أجهزة الملاحة الجويّة ويؤدّي إلى إغلاق العديد من المطارات حول العالم، والمطلوب هو نشر هذا الخبر عبر عدد من وسائل الإعلام. فمثلاً للمشاركين عبر خدمة العناوين الرئيسيّة (Headlines) عبر الهاتف الجوّال والبيجر (جهاز النداء)، سيتم تزويدهم برسائل نصيّة قصيرة تتضمن أسماء المطارات التي تم إغلاقها بسبب الفيروس، أما إذا كان الإغلاق قد اقتصر على مطار واحد فقط (مطار بوسطن مثلاً) فإن رسالة التّنبه سوف يتم إرسالها فقط إلى المشتركين في ولاية نيوانجلند.

من ناحية أخرى سيتم إرسال رسالة أكثر طولاً وأكثر تفصيلاً للمشاركين في خدمة الأخبار عبر البريد الإلكتروني، ونسخة أخرى مختلفة للمشاركين بواسطة أجهزة المساعدات الشخصية الرقمية. الخبر أيضاً يتم صياغته بشكل مختلف لكلّ من الصحيفة الورقيّة ولموقع الصّحيفة على الإنترنت، وهذا الموقع، مثلاً، يمكن أن يحتوي على تغطية كاملة للحدث بشكل أكثر تفصيلاً من كافة الوسائل الأخرى، كما يمكن أن يتضمّن نقاط ربط لجداول رحلات خطوط الطيران التي تأثّرت بالإغلاق وزمن التّأخير أو الإلغاء. علاوة على إمكانيّة إضافة خدمات صوتيّة تتضمن مقابلات مع مسؤولين في المطار ومسافرين ومختصّين في أمن وحماية أنظمة المعلومات، وكذلك لقطات فيديو للمطارات المتضرّرة (...). على العاملين في غرفة الأخبار تطوير قدراتهم بحيث يصبح بمقدورهم صياغة الأخبار وكتابتها، ليس مرّة واحدة فقط للصّحيفة الورقيّة، ولكن لمرات عديدة لوسائل مختلفة مثل موقع الصّحيفة على الإنترنت، والأجهزة اللاسلكيّة وغيرها¹. وقد ورد هذا التّصوّر لمستقبل غرف الأخبار قبل ظهور الجيل الثاني من الإنترنت Web 2.0 الذي أطلق تطبيقات الإعلام الاجتماعي.

¹كاتب، سعود صالح. (2002)، هل الصحافة المطبوعة في طريقها للانقراض؟، (جدة، شركة المدينة المنورة للطباعة والنشر)، ص 339 و340.

وقد تمّ نشر العديد من الكتب والفصول والمقالات المكتوبة عن موضوع الإعلام المندمج. فيشير مايك ويرث Mike Wirth* إلى أن "واحدة من التحديات التي تواجه دراسة الإعلام المندمج هي أنّ المفهوم من الاتساع بحيث يصبح له معانٍ متعددة". كما أنّ المصطلح يضمّ، ضمناً، عدداً من المصطلحات والأفكار ذات الصّلة، بما في ذلك: وسائل الإعلام الرّقمية، والملكية عبر وسائل الإعلام، ووسائل الإعلام العابرة للحدود، والاتصالات ذات النطاق العريض Broadband. وبذلك تصبح وسائل الإعلام الرّقمي مركز أيّ نقاش حول مصطلح الإعلام المندمج، لأنّها توفر السيّاق الذي من خلاله يحدث اندماج وسائل الإعلام¹.

أمّا النّمودج، فهو ما طرحه الأميركي فيليب ماير Philip Meyer* (1930 - ...) عبر كتابه الصّادر في العام 2004، وعنوانه "الصّحيفة المتلاشيّة: إنقاذ الصّحافة في عصر المعلوماتيّة"، The Vanishing Newspaper: Saving Journalism in the Information Age إذ يشير إلى أنّ الرّبع الأوّل من العام 2043 هو آخر عهد الجمهور بالصّحافة الورقيّة، حيث ستتلاشى الأخبار المطبوعة في الولايات المتّحدة، فيرمي آخر قارئ منهك النّسخة الأخيرة من الصّحافة المطبوعة على جانب الطّريق، مستدلاً على ذلك بأنّ مطالعة الصّحف الوطنيّة في بريطانيا انخفضت بنسبة 30% عند القراء من عمر 15 إلى 24 عاماً، عندما بدأوا استخدام الإنترنت². وقد مهّد لكتابه المهم هذا عن طريق عدّة مقالات من أهمّها "إنقاذ الصحافة: كيف نطبّب الأشياء الجيدة إلى أن تريح"³.

ويتفق معظم المنظرين، بشكل عام، على أن "الاندماج" يعني "أن يأتي أمران، أو أكثر، معاً". ومع ذلك، فقد تمّت مناقشة العديد من الحُجج التي طُرحت في هذا الشأن لتحديد ما الذي يمكن أن يأتي معاً بحسب غرانت وويلكنسون Grant and Wilkinson (2009). أنّه يمكن النظر إلى الاندماج بوصفه "عمل المعدّات

* عميد كلية الاتصال والإعلام بجامعة تينيسي الأميركية.

¹ Media Convergence. In: Retrieved 8 Apr. 2018, from <http://www.oxfordbibliographies.com/view/document/obo-9780199756841/obo-9780199756841-0026.xml>.

² "أستاذ فخري في الصحافة، وأستاذ كرسي سابق لكرسي الصحافة في جامعة نورث كارولينا الأميركية.

³ العرود. عبدالله ممدوح مبارك (2012) دور شبكات التواصل الاجتماعي في التغيير السياسي في تونس ومصر من وجهة نظر الصحفيين الأردنيين. رسالة ماجستير. جامعة الشرق الأوسط.

³ Meyer, Philip (2004). *Saving Journalism: How to nurse the good stuff until it pays*. Columbia Journalism Review. November/December. P 55– 57

والأدوات معاً لإنتاج الأخبار المختلفة وتوزيعها". فيما يعرف جنكينز الاندماج بأنه "تدفق المحتوى عبر وسائل الإعلام المتعددة".

ويعرف غراهام مردوخ Graham Murdock* الإعلام المندمج، والذي يحدده التطور الرقمي، على ثلاثة مستويات: المستوى التكنولوجي (نظم الاتصالات)، ومستوى المحتوى (الأشكال الثقافية)، وعلى الصعيد الاقتصادي (المتعلق بالشركات وأصحاب العمل وسوق وسائل الاعلام).

ويرى جوها هيركمان Juha herkman** (2012) الإعلام المندمج، من وجهة نظر العلاقات بين وسائل الإعلام، مؤكداً أن نتيجة الاندماج الاقتصادي تعني تدفق المنتجات عبر وسائل الإعلام. وهكذا، فالاندماج يمس العديد من منتجات وسائل الإعلام، وترتبط ليس فقط من خلال الإنتاج النصي، ولكنها تتعداه إلى عمليات الإنتاج والتوزيع والتسويق.

ويُفهم "الإعلام المندمج" بأنه يقوم على الحل التكنولوجي. الحل الحالي هو نظام إدارة محتوى الويب (CMS) Content Management System. هذا الحل وُلد من قبل المستخدمين الذين سَخروا محتوى الوسائط المتعددة بشكل كامل وشكلوه. فكثيراً ما وُجدت نُظم إدارة المحتوى/منصات حرة مفتوحة. وهي تُستخدم من قبل عدد متزايد من المواقع الإخبارية، وموجهة إلى المستخدمين. تقدّم CMS كل الأدوات في شكل واحد حتى يمكن استخدامها من قبل الجميع.

ومن وجهة نظر منتجات وسائل الإعلام، فمن أجل التغلب على المنافسة والحفاظ على جمهورها؛ تذهب المواقع الإخبارية إلى كمّيات متزايدة من محتوى الوسائط المتعدّدة، والمنصات الاجتماعية. ويتمّ تشغيل هذا المحتوى، الذي يقوم على معايير سهولة الاستخدام ومصالح المستخدمين، من خلال العديد من المنصات والأجهزة التي تلتقط المواد، وتحررها، وتحفظها، وتوزّعها.

*أستاذ العلوم الاجتماعية في جامعة لافبره البريطانية، وزميل في عدة معاهد بحثية أوروبية-أميركية، وأستاذ زائر في عدد من الجامعات الصينية، له اهتمامات وكتابات في علوم الاتصال وعلم الاقتصاد.

**أستاذ الثقافة الإعلامية في جامعة تامبير University of Tampere الفنلندية.

وفي رأي العديد من المنظرين والممارسين، أنه لا الإعلام المندمج، ولا الوسائط المتعددة يمكنها استبدال قواعد الصحافة الجيدة.

ترتبط الوسائط المتعددة والاندماج في سياق آخر وهذا هو تطور الممارسات المهنية وسوق العمل. وهكذا، ترى جانيت كولودزي Janet Kolodzy* أن أسلوب كتابة القصص وتعديلها من قبل مختلف أشكال الوسائط المتعددة، وأيضا من خلال توزيع الأخبار على العديد من المنصات مثل: الإنترنت، والتلفزيون والصحافة المكتوبة، يجب أن يتكيف بحسب قواعد الاستخدام المطلوبة من قبل وسائل الدعم التكنولوجي¹.

ودعماً لهذه الحجة، استشهد ديوز Deuze** بأن يجب النظر إلى الإعلام المندمج باعتباره "تعاون وتنسيق" بين أشكال وسائل إعلام ومنصات غير مترابطة سابقاً². واستشهد بورنيت ومارشال Burnett and Marshall بما ذهب إليه غرانتي وويلكنسون Grant and Wilkinson بشرح الاندماج كونه "المزج بين صناعات وسائل الإعلام والاتصالات والكمبيوتر"، أو بعبارة أخرى، إنها عملية "طمس الحدود" بين وسائل الإعلام المختلفة في شكل واحد هو التكنولوجيا الرقمية³.

واستناداً إلى تعريفات "الإعلام المندمج" المذكورة، يمكن القول بأن واحدة من طرق فهم "الإعلام المندمج" هي: التفاعل بين الأشكال القديمة والجديدة من وسائل الإعلام. هذا المفهوم يمكن تفسيره بشكل أكثر وضوحاً باستخدام صناعة التلفزيون وتطورها على مرّ السنين مثلاً على ذلك. ففكرة الانتقال من البث التماثلي Analogue إلى وسائل الإعلام الرقمية Digital تقع في صلب نقاش "الإعلام المندمج". إذ يُستخدم مصطلح

*أستاذة الصحافة والإعلام المندمج في كلية إميرسون Emerson بالولايات المتحدة منذ 1998.

¹Drul, Georgeta (2015), *Forms of Media Convergence and Multimedia Content – A Romanian Perspective*, Media Education Research Journal, n. 44, v. XXII, 2015, pp 132–133.

**مارك ديوز Mark Deuze، أستاذ الإعلام في كلية العلوم الإنسانية في جامعة أمستردام.

²Deuze, Mark (2011), *Media Life*, Media, Culture & Society, Volume: 33 issue: 1, January 27, 2011, pp 137–148

***روبرت بورنيت Robert Burnett، أستاذ الإعلام ودراسات الاتصال في جامعة كارلستاد Karlstad السويدية، وديفيد مارشال David Marshall، أستاذ كرسي في الإعلام الجديد وعلوم الاتصال في جامعة ديكن Deakin الأسترالية.

³Grant, August E., Wilkinson, Jeffrey S. (2008), *Understanding Media Convergence*, Oxford University Press,

"التمائلية" لوصف شيء ما "يشبه شيئاً آخر"، كما يشير دويدني ورايد (Dewdney and Ride)، وبالتالي يمكن النظر إلى الإشارات المرسلة من خلال التلفزيون بأنها مشابهة لضوء وصوت المشهد الفعلي¹. وفي حالة وسائل الإعلام التماثلية، فقد كان كل شكل منفصل ومستقل عن الأشكال الأخرى لحاجته إلى استخدام "المواد والأجهزة والبرامج التي يمكنها أن تشبهه في المستقبل"². ولكن مع إدخال الترميز الرقمي Digital Code تغير الوضع بسرعة، وفتح إمكانيات جديدة لإنشاء وسائط جديدة مدمجة، خلقت أشكالاً جديدة متفاعلة من المنتجين والمستهلكين معاً.

وتتجه، اليوم، الكثير من المؤسسات الصحافية والإعلامية بشكل عام، نحو "الإعلام المندمج" إما بشكل كلي، أو بشكل انتقائي، وذلك بعد المنافسة الكبيرة التي يتعرض لها الإعلام التقليدي من قبل الإعلام الإلكتروني، إذ يبدو واضحاً أنه ليس من المجدي، مستقبلاً، أن يكون لكل وسيلة إعلامية منفصلة تقليدياً (الصحافة، والإذاعة، والتلفزيون)، مؤسستها الخاصة، لأن الإنترنت من جهة، والتطور التكنولوجي من جهة أخرى، ضيقا الفوارق في طبيعة إطلاق كل وسيلة على حدة، وصار لدى الجمهور التنقل بين الوسائل في الوقت نفسه، وبواسطة جهاز واحد، فالمؤسسة التي تريد أن تقدم خدماتها الإعلامية في السوق التنافسية اليوم وغداً، عليها أن تعدّ نفسها لأن تكون أكثر من وسيلة أحادية الشكل الإعلامي.

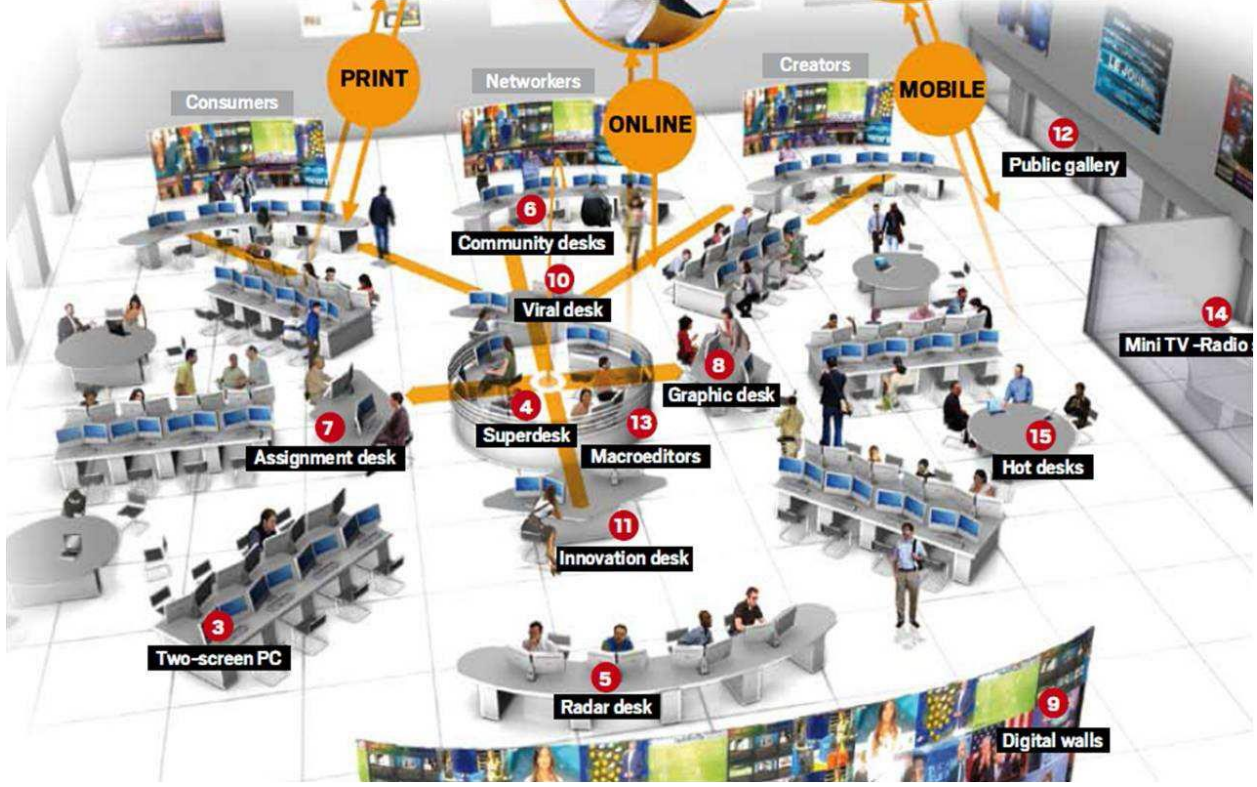
ومن خلال هذا النوع من المؤسسات الجديدة، تقوم المؤسسات الإعلامية إما بإعادة تأهيل طواقمها التحريرية والفنية، وإما الاستغناء عن الأعداد الزائدة منها في عمليات فنية أغنت فيها التكنولوجيا عن الحضور البشري، كما في أقسام التنقيب في الصحف، وطواقم التصوير التلفزيوني من إضاءة وصوت، وهو ما أتاحتها التكنولوجيا الحديثة مدمجة في الكاميرا وحدها.

¹Dewdney, Andrew. Ride, Peter (2006) *The Digital Media Handbook*, Routledge, Taylor and Francis Group, London and New York, p88.

² Ibid. p 91.

الإعلام المندمج أو "غرفة الأخبار المتكاملة"¹

شكل رقم (1)



إذا كان مطلوباً من الصحافيين أن يتغيروا للحصول على إعلام مندمج يحمل موادهم، فإنّ غرف الأخبار أيضاً يجب أن تتغير وفقاً لذلك.

هناك تفسيرات مختلفة لمفهوم غرفة الأخبار المتكاملة أو "الإعلام المندمج"، ولكن بالنسبة للشركات الإعلامية الكبيرة، فإنّ الأمر يتعلّق بإعادة تنظيم غرف الأخبار والخضوع لعملية تحوّل. لذا فإنّ غرفة الأخبار في المستقبل يجب أن تشمل العناصر التالية:

¹Alejandro, Jennifer, (2010), *Journalism in the Age of Social Media*, Reuters Institute Fellowship Paper and University of Oxford, p39.

- الأقسام المُدرّجة حالياً في غرفة الأخبار مثل وحدة جمع الأخبار، وإخراج الأخبار، ووحدة الرسومات، الخ.
- المحور، أو المنضدة الأساسية أو Hub or Super Desk، حيث يجلس رؤساء التحرير لجميع أشكال الإعلام على منضدة واحدة معاً وأمام الجميع في الصالة ليتمكن الوصول إليهم بسهولة.
- منضدة الرسوم (الغرافيك): حيث يجري تحويل البيانات والمعلومات إلى صور تحت شعار "أرني ولا ترو لي"، بحسب شروط صحافة البيانات Info graphics.
- منضدة الرّادار Radar Desk (الرّصد): رصد التّغيّرات في العالم عبر الأنظمة التكنولوجية مع التركيز على الإجابة على الأسباب (لماذا)، وما الذي سيلي ذلك، بدلاً من التركيز على (من)، و(أين).
- منضدة المجتمع Community Desk: لرصد تعليقات الجمهور وتعديلها ودمجها، مع الصور، وأفلام الفيديو، والنصائح، والآراء، في كلّ صفحة في الصحيفة، وكلّ قسم فيها، سواء كانت الصّحيفة الورقيّة أم الوسائط الإلكترونيّة.
- منضدة المهمّات Assignment Desk: للتخطيط وتوجيه الموارد، حيث يعتمد "المحور" عليه في المعرفة المستمرة لأماكن تواجد الصحفيين والمصورين والمراسلين لتنسيق جداول تغطياتهم.
- استوديوهات تلفزيونية/إذاعية مصغّرة Mini TV/Radio Studios: للحصول على تحديثات الأخبار؛ بثّ الموجز الذي مدّته دقيقة واحدة عند إغلاق سوق الأسهم؛ لمقابلة المشاهير المحليين في الراديو أو الفيديو؛ لردّشات الفيديو وما شابه ذلك.
- المناضد المؤقّته: والتي يستخدمها - عرضاً - المراسلون المستقلّون والمساهمون، لأن عدد طاقم غرف التحرير الحديثة قليلون دائماً.
- عناصر أخرى محتملة: غرف الاجتماعات، معرض عامّ، غرف مؤتمرات، التي يمكن أن تعقد فيها المجتمعات المحليّة اجتماعات بالقرب من غرف الأخبار التي تغطي نشاطاتهم، تُضدّ الابتكارات التي تجري فيها تجربة المنتجات الجديدة قبل عرضها على الجمهور، حوائط رقميّة، حيث تعرض فيها موادّ حية من الإحصاءات والتّغريدات، ومساهمات المستخدمين.

ثانياً: الإطار المعرفي للدراسة

المبحث الأول

استشراف المستقبل

نشأ الإنسان على معرفة الماضي والاستفادة منه لحاضره، وبقي فضوله للتعرف على المستقبل من الأمور التي شغلته كثيراً، ولذلك تحمل الآيات القرآنية، والكتب الدينية، والكثير من القصص التاريخية والملاحم، ما يفيد بوجود هذا الفضول الذي يريد منه البشر أن يعرفوا ما الذي سيجري في المستقبل حتى يزدادوا من الخير، ولا يمسهم السوء، ويتجنبوا المخاطر التي قد تصادفهم، فاستخدموا العرافة والكهانة للتعرف على ملامح المستقبل لعلهم يروه رأي العين.

تأسيس علم المستقبليات وتطوره

اختلفت الآراء في بدء تأسيس علم المستقبل واستشرافه، فالبعض أشار إلى أنالفيلسوف الإنجليزي فرانسيس بيكون Francis Bacon (1561-1626)، قد بدأ هذا العلم عبر كتابه "أطلنطا الجديدة"، وأرجع البعض الأمر إلى القرن التاسع عشر، على يد الاقتصادي توماس مالتوس Thomas Malthus (1766-1834)، الذي وضع رؤية مستقبلية في دراسته الشهيرة "نمو السكّان"، والذي كان يدرس تزايد السكّان في بريطانيا مع تناقضات مصالح أصحاب الثروات. وهناك من يعيد الأمر إلى الكاتب البريطاني إتش. جي. ويلز H. G. Wells (1866 - 1946) الذي أصل للدراسات المستقبلية، وقدم دراسات عديدة مثل "التوقعات" (1901)، و"اليوتوبيا الجديدة" (1905)، و"شكل الأشياء المستقبلية" (1933)¹.

¹عبدالرحمن، عواطف. (2000)، الدراسات المستقبلية: الإشكاليات والآفاق، بحث في الصحافة المعاصرة، القاهرة: العربي للنشر والتوزيع، ص ص 313 - 315.

غير أن الدراسات المستقبلية لم يكن لها مصطلح علمي واضح إلا عندما اقترح عالم الاجتماع سي. كولم جيلفلان S.C.Gilfillan مصطلح "ميلونولوجي" Mellonotology المشتق من اللغة اليونانية الدالة على المستقبل، وذلك في العام 1907¹.

وفي فبراير من العام 1921 شكّل الزعيم السوفييتي فلاديمير لينين Vladimir Lenin (1870-1924) لجنة لوضع خطة الكهرباء الحكومية للاتحاد السوفييتي، وسرعان ما بدأ العمل بسنوات التخطيط الخمس (الخطط الخمسية)، وكانت هذه المبادرة مثيرة في العشرينات من القرن العشرين، واتّخذ الغرب منها موقف المحبّط والمتخوّف من سلطة الحكومة وسيطرتها على الاقتصاد، إلا أنها، وفي الوقت ذاته، تحرّكت باتجاه المزيد من التخطيط، وانتعش فيها التخطيط القومي.

ففي العام 1929 م وضع الرئيس الأميركي فرانكلين روزفلت Franklin Roosevelt (1882-1945) خطة للهندسة الاجتماعية لمواجهة الكساد الذي تعرضت له الدولة كدراسة مستقبلية. كما ظهرت دراسة مستقبلية للاتجاهات الاجتماعية الحديثة في الولايات المتحدة في العام 1933م في عهد الرئيس هيربرت هوفر Herbert Hoover (1874 – 1964).

وفي العام 1939 أقامت الولايات المتحدة معرضاً دولياً تحت شعار "عالم الغد" في ولاية نيويورك تناول صوراً للحياة المستقبلية في طريقة العيش، ووسائل المواصلات، حضره ما يقارب المليون شخص².

وقد تطوّر علم المستقبل في خمسينات القرن العشرين، وزاد الاهتمام به بشكل كبير، وتطورت أدواته. وبحلول النصف الثاني من التسعينات، استوفى علم دراسة المستقبل مبررات مشروعيتّه العلميّة والمعرفيّة، وتمّ تحديد ماهيّته وهدفه. فعلى مستوى المبررات المعرفية تم تأكيد ولادة فرع من فروع العلوم الاجتماعية وهو علم دراسة المستقبل، وذلك لأنه استكمل المعايير الستة للتخصص العلمي، وهي:

- وحدة إمبيريقية للدراسة تتمثّل في المجتمع المدروس أيّاً ما كان تحديده.

¹ حافظ، عماد حسين. (2015)، التفكير المستقبلي: المفهوم - المهارات - الاستراتيجيات، القاهرة: دار العلوم للنشر والتوزيع، ص 12.

² تاريخ الدراسات المستقبلية المعاصرة، موقع مركز الدراسات الاستشرافية، <https://esteshraf.com> آخر زيارة للموقع في 10 أكتوبر 2017.

- مفهوم محوريّ، يتمثّل في مفهوم المستقبل أو صورة المستقبل، وهذا المفهوم يشبه المفاهيم المحورية التي توجد في حقول المعرفة العلمية الأخرى.
- نموذج Model إنساني - كُلّي Holistic مفتوح.
- منهج أساسي لجمع البيانات يجمع بين مداخل متعددة.
- منهج لتحليل البيانات، حيث يعتمد تطوّر دراسة المستقبل بوصفها علماً طبيعياً استدلالياً، قائماً على مناهج من المقارنات المقننة من أجل الوصول إلى تعميمات يمكن اختبارها من خلال الملاحظة والتجريب.
- استراتيجية للتفسير، وتتمثّل في نوع النظريات التطوُّرية-الكُلّية، التي تجمع بين الاستكشاف والرؤية والاستبصار.

المعاني اللفظية والاصطلاحية

الدراسات المستقبلية أو الاستشرافية، تتألف من لفظين: "استشراف" و"مستقبل". والمعنى اللفظي لكلمة "مستقبل"، مفعول من استقبل، (الآتي مِنَ الزَّمانِ)، لَهُ مُسْتَقْبَلٌ زَاهِرٌ: سَتَكُونُ حَيَاتُهُ الْمُقْبِلَةُ، الْآتِيَةُ زَاهِرَةً¹.

الاستشراف Prospective: ورد في "لسان العرب" أن "المُشرف هو المكان العالي الذي تُشرف عليه وتعلوه"² وفي قاموس اللغة العربية المعاصرة "استشرف الشيء: رفع بصره ينظر إليه، استشراف المستقبل: التطلّع إليه أو الحدس به"³.

واصطلاحاً، يشير قاموس المعاني الإلكتروني إلى أن "عِلْمُ الْمُسْتَقْبَلِ: عِلْمٌ يَبْحَثُ عَالَمَ الْعَدِ فِي ضَوْءِ مُعْطَيَاتِ الْوَقَعِ الْحَالِي"⁴.

¹ موقع قاموس المعاني <https://www.almaany.com>، آخر زيارة للموقع في 10 أكتوبر 2017.

² ابن منظور، لسان العرب، بيروت: دار صادر، ج 9، ص 170.

³ موقع معاجم، متاح على <https://www.maajim.com/dictionary> آخر زيارة للموقع في 22 يناير 2018.

⁴ السابق نفسه.

ويتفق القاموس الاقتصادي¹ Business Dictionary والقاموس القانوني² Law Dictionary في تعريف "المستقبلات" أو "الدراسات المستقبلية" futurology بأنها "محاولة منهجية للتنبؤ بالتطورات المستقبلية من خلال دراسة مكثفة للاتجاهات التاريخية والحالية، وذلك باستخدام عدة منهجيات مثل النمذجة الحاسوبية وطريقة دلفي".

كما يرد تعريف المصطلح في قاموس أوكسفورد على أنه "التنبؤ المنتظم بالمستقبل، أخذاً بالاتجاهات الحالية في المجتمع".³ وفي قاموس كامبريدج "دراسة التطورات الاجتماعية والسياسية والفنية لفهم ما يمكن أن يحدث في المستقبل".⁴

وللدراسات المستقبلية تعريفات متعددة، إذ تعرّف بأنها "مجموعة من الدراسات والبحوث التي تهدف إلى تحديد اتجاهات الأحداث وتحليل مختلف المتغيرات التي يمكن أن تؤثر في إيجاد هذه الاتجاهات أو حركة مسارها، أو أنها مجموعة من الدراسات والبحوث التي تكشف عن المشكلات، أو التي بات من المحتمل أن تظهر في المستقبل، وتتناسب بالأوليات التي يمكن أن تحدّها كحلول لمواجهة هذه المشكلات والتحديات. كما تعرّف بأنها مجموعة من البحوث والدراسات التي تهدف إلى الكشف عن المشكلات ذات الطبيعة المستقبلية والعمل على إيجاد حلول عملية لها، كما تهدف إلى تحديد اتجاهات الأحداث وتحليل المتغيرات المتعددة للموقف المستقبلي والتي يمكن تكون لها تأثير واضح على مسار الأحداث في المستقبل.

ويُعرّف استشراف المستقبل بوصفه ممارسة فكرية، معرفية، بحثية، إبداعية، يقوم على الملاحظة والوعي لتقويم ترابط وتفاعل الممكنات الحاضرة للنمو، حاضنة المستقبل في سياقها البنائي الأوسع، في ضوء تركيب مكونات قاعدة رجة من المعلومات وإعادة تركيبها، لاشتقاق المرغوب فيه مما هو ممكن، ومن عدّة بدائل يمتزج

¹ <http://thelawdictionary.org/futurology/>

² <http://www.businessdictionary.com/definition/futurology.html>

³ <https://en.oxforddictionaries.com/definition/futurology>

⁴ <http://dictionary.cambridge.org/dictionary/english/futurology>

في بنائها وصوغها العلم، بالخيال، بالإبداع، وبمدّ البصر والبصيرة للأمام، والتركيز على دراسة الماضي والحاضر، بدلالة المستقبل، ودراسة الحاضر الماضي، والحاضر المستقبل، والتميز بينهما¹.

وأيضاً أنها نشاط معرفي أصيل له أربع مهام هي: الوصف، والتفسير، ورؤية المستقبل، والسيطرة، إضافة إلى إذكاء الوعي نحو المستقبل، لذلك يجب فهم علم المستقبل في حدود ما يمكن أن يقدمه².

ويخلص نادر فرجاني إلى أن علم استشراف المستقبل يعني "النظر إلى المستقبل من خلال العمل على المساهمة في صنعه، من خلال التعرف على العوامل الحاسمة والنقاط المفصلية التي ترجّح تبلور مسار مستقبلي، مرغوب فيه، إمّا بسبب التّقدير بأفضلية نتيجتها لمستقبلية، أو الاعتقاد بتوافر مزايا للمسار في حدّ ذاته"³، وهي نظرة جديرة بمتّخذي القرار في أيّ من مواقع العمل والمسؤولية في جوانبها السياسية والتّنموية والأمنية والتربوية والإعلامية، وغيرها من المجالات، للعمل على التقليل من السلبيات في المستقبل، وتعظيم الإيجابيات، وتجنّب المخاطر، وجلب المنافع، بينما يعمل البحث العلمي في علم المستقبل على طرح البدائل المتعدّدة من خلال ما يتوصّل إليه من نتائج.

وهذا ما يتّفق معه محرر مجلة "المستقبلي" The Futurist إدوارد كورنيش بقوله: "إنّ هدف الاستشراف ليس التكهّن بالمستقبل، ولكن تحسينه. نحن نريد استباق ظروف المستقبل الممكنة والمتوقّعة حتى نستطيع التحضير لها. نحن نريد - بشكل خاصّ - أن نعرف عن الفرص والمخاطر حتى نكون مهيّئين لها"⁴.

ويمكن القول إنّ عملية استشراف المستقبل لا تهدف إلى إصلاح الماضي، ولا إلى تقليص أخطاء الحاضر؛ وإنما تركّز بشكلٍ أساسٍ على الصّورة المُتلى للمستقبل، بحيث تنفذ هذه على أرضية الواقع من خلال عملية التخطيط، والتخطيط للمستقبل بالتأكيد يتبع الحاضر، فالحاضر أساس مهمّ لاستشراف المستقبل فهو

¹ عامر، طارق، (2008)، مرجع سابق، ص ص 19-20.

² العاصي، ثناء يوسف، (2006)، نحو علم لدراسة المستقبل: المبررات، الإمكانية، والحدود، القاهرة، دار الفكر العربي، ص 102.

³ فرجاني، نادر، (2015)، التوجهات الرئيسية في الدراسات القادمة لاستشراف المستقبل في الوطن العربي، أعمال ندوة "الدراسات

المستقبلية في الوطن العربي: الحال والمآل، (تونس، المنظمة العربية للتربية والثقافة والعلوم)، ص 39

⁴ كورنيش، إدوارد. (2007)، الاستشراف: مناهج استكشاف المستقبل، ترجمة: حسن الشريف، بيروت: الدار العربية للعلوم ناشرون، ص

غير مقدّر سلفاً بل نحن نصنعها أعمالنا¹. والاستشراف يساعد على اكتشاف المشاكل قبل استفحال أمرها والاستعداد لمواجهتها أو التقليل من مخاطرها لأدنى حدٍّ ممكن، فكأنّها من الإنذار المبكر للاستعداد المسبق للطوارئ والتدرب على مواجهتها، فهو نوعٌ من الفعل الإيجابي الذي قد تتأخّر نتائجه ولكنه يساهم في التطوّر والإضافة لمن يستخدمه، فشتان بين الفعل ورد الفعل، من ينتظر ما يأتي به المستقبل ومن يسارع نحو المستقبل مستخدماً أدوات المستقبل وآلياته².

ومن مجمل المنشورات التي أمكن للباحث الاطلاع عليها، يصدّق القول أنّ البشر متعطّشون لمعرفة المستقبل، وإنّ هذه الحاجة الجماعيّة لتعبّر عن نفسها أحسن تعبير لو وقع توجيهها وفق مناهج³.

وعلم المستقبل لا يأتي من ماضٍ واحدٍ وحاضر واحد، لأنّ كلّاً من الماضي والحاضر له أوجه متعددة، فبحسب الوجه الذي يأخذ منه الدّراس الماضي والحاضر، يمكنه أن يتوقّع ما الذي يمكن أن يكون عليه المستقبل. لذا يقول الفرنسي ميشال غوديه: "تقليدياً، يُنظر إلى المستقبل على أنّه مفتوح على مستقبلات عديدة، بينما الماضي واحد، ولكن هذا التّصور خاطئ، فالماضي هو أيضاً متعدّد وغير مؤكّد، مثل المستقبل (...). فالمؤرّخون يعكفون دائماً على كتابة التّاريخ بحسب احتياجات الحاضر"⁴.

لذا، فإنّ إثارة التساؤلات، وإعمال العصف الذّهني في البيانات والمعلومات التي يجري جمعها من المتقاطعين مع القضية موضوع الدرس؛ لها الدور الأبرز في وضع التّصورات للمستقبل عبر طرح التساؤلات التي تبدأ بـ "ماذا يحدث لو..."، وكان علماء الفقه المسلمون في القرون الأولى يبدؤون هذا العصف الذّهني بعبارة "هَبْ أَنْ..."، فهو أسلوبٌ ليس بالجديد لمحاولة معرفة الحالات التي يمكن أن يكون عليها شكل المستقبل في القضية المطروحة. فالتفكير المستقبلي يمكن تعريفه بأنّه "العملية التي من خلالها يقوم الفرد باكتشاف، أو

¹ محمود، عواطف شاكر. (2010)، دور استشراف المستقبل في التخطيط الناجح للمنظمة: دراسة تحليلية نظرية، مجلة تكريت للعلوم الإدارية والاقتصادية، العدد 19، مجلد 6، كلية الإدارة والاقتصاد، جامعة تكريت، ص 65.

² بن صالح، محمد بن سعيد (2010)، الاستشراف وماهيّته وأهميّته، صحيفة الرياض، 29 أغسطس 2010،

<http://www.alriyadh.com/555548>

³ غودي، ميشال، الهمامي، قيس، الاستشراف الاستراتيجي: المشاكل والمناهج، كراس ليسبور، العدد 20، -<http://www.s-ajfan.com/vb/showthread.php?t=260231>

⁴ غوديه، ميشال (2015)، المستقبل: أنستشرفه أم نبنيه؟ لماذا الاستشراف؟ وكيف يكون؟، أعمال ندوة "الدراسات المستقبلية في الوطن

العربي: الحال والمآل، تونس، المنظمة العربية للتربية والثقافة والعلوم، ص 32.

ابتكار، وفحص، وتقييم، واقتراح، مستقبلات ممكنة، أو محتملة، أو مفضلة، ويتم صياغة ذلك كله على شكل تنبؤات¹.

وعند الحديث عن الماضي الذي يأخذ منه الباحث معلوماته الأساسية؛ يلزم الحذر لئلا يذهب الباحث إلى ماضي بعيد تغيرت شروطه، ليبني على ذلك توقّعات المستقبل واستشرافه، لأن استشراف المستقبل قد يستفيد من معرفة ما الذي حدث في الماضي البعيد، ولكن تفهم الماضي القريب أكثر أهمية من ذلك لأن الظروف الماضية الأقرب، هي عادة أقرب لأن تشبه ظروف حاضرن اليوم². وهنا يقول فرجاني: "لا تملك جهود صياغة بدائل المستقبل - مهما حاولت - أن تفلت من إفسار الحاضر والماضي القريب تماماً، خاصة إن حمل الماضي القريب أحداثاً جساماً تتطوي على تبعات مهمة لموضوع الاستشراف"³.

وفي منتصف سبعينات القرن العشرين، تم وضع تصنيف زمني للفترات المستقبلية التي يجري الحديث عنها واستشرافها، وهي على النحو التالي:

- 1- المستقبل المباشر: ويمتدّ من العام إلى العامين من اللحظة الراهنة.
 - 2- المستقبل القريب: ويمتدّ من العام إلى الخمسة أعوام.
 - 3- المستقبل المتوسط: ويمتدّ من خمسة أعوام إلى العشرين عاماً.
 - 4- المستقبل البعيد: ويمتدّ من العشرين عاماً، من اللحظة إلى الخمسين عاماً.
 - 5- المستقبل غير المنظور: ويمتدّ من اللحظة الراهنة إلى ما بعد خمسين عاماً أو أكثر⁴.
- يتألف المنهج الاستشرافي من ثلاث مراحل رئيسة متداخلة ومتصلة، وهي:

(1) مرحلة رصد الاتجاهات والمؤشرات، حيث يتم رصد بعض الاتجاهات الحاضرة والماضية التي قد توضح بعض الأدلة المستقبلية من عناصر الظاهرة أو المجال موضع الدراسة.

¹ حافظ، عماد حسين (2015)، مرجع سابق، ص 35.

² كورنيس، إدوارد، (2007) مرجع سابق، ص 212.

³ فرجاني، نادر، (2015) مرجع سابق، ص 40.

⁴ عبدالرحمن، عواطف، (2000) مرجع سابق، ص 323.

(2) مرحلة التوقع المستقبلي، حيث تحاول، بعد رصدها للمؤشرات، إيجاد العلاقات الثنائية أو المتعددة فيما بينها، وربطها بالمتغيرات والتحديات المحيطة بها إلى الخروج ببعض التوقعات المستقبلية المبنية على الخبرة العلمية، والخبرة المتميزة.

(3) مرحلة الوصول إلى البدائل المستقبلية، وفيها يتم تجميع المؤشرات والتوقعات المستقبلية وتحليلها وفحصها من أجل الوصول إلى عدد من البدائل أو المشاهد المستقبلية¹.

أساليب متعددة للدراسات الاستشرافية

يشير الباحثون إلى وجود أساليب متعددة للدراسات الاستشرافية، يصل بعضها إلى حوالي 20 أسلوباً، وقد "ثبت أن تعدد الأساليب المستخدمة في دراسة ظاهرة ما، والمزج بين نتائجها، كثيراً ما يؤدي إلى نتيجة أفضل مما لو تم الاعتماد على أسلوب واحد فقط، وأن يجب أن يتيح المزج بين أساليب متعددة كمية وكيفية"².

ويُعتبر أسلوب دلفي* Delphi - الذي ضبطه كل من هيملر ودالكي Hemler & Dalkey في بحث للتعرف على آراء الخبراء في خطة الدفاع النووي الأمريكي - من أشهر الأساليب الاستشرافية في الجوانب الدفاعية والأمنية. وعاد هيملر وريستش Hemler & Rearsche لوضع الخطوط العريضة لأسلوب دلفي في التنبؤ في مجال العلوم الاجتماعية، مؤكدين أن الخبير لديه إحساس جيد بالاتجاهات في مجال تخصصه، والقوانين التي تحكم مجاله، وبذلك فهو أقدر الناس حكماً على مسار هذه الاتجاهات في المستقبل.

والفكرة الأساسية التي يقوم عليها أسلوب دلفي - والذي يُعرف تبسيطاً بـ "استشارة الخبراء"³ - هي التوصل إلى صورة المستقبل الممكن أو المرغوب فيه استناداً إلى آراء عدد من المتخصصين الذين يجمعون بين الخبرة في موضوع اهتمام البحث، والقدرة على الاستبصار، والحدس، والقدرة على التخيل الإبداعي ويتم

¹ عامر، طارق، (2008)، مرجع سابق، ص 36.

² السابق نفسه، ص 85.

*اشتهر الاسم من أساطير اليونان القديمة حيث كان معبدٌ يسمى معبد دلفي يلجأ أصحاب الحاجة إليه ليسألون عن المستقبل لحل بعض مشكلاتهم، أما حديثاً فقد استخدمت مؤسسة راند RAND أسلوب دلفي بدءاً من العام 1950.

³ كورنيس، إدوارد، (2007)، مرجع سابق، ص 114، 116.

تطبيقه¹. ويمكن تعريف هذا الأسلوب الشهير أيضاً بأنه "أسلوب حدسي منظم، ويعتمد على مشاركة جماعية للتنبؤ بالمستقبل، ويستخلص المعلومات من عدة أشخاص من ذوي الكفاءة من غير أن يقع أحدهم تحت التأثيرات التي تحول بينه وبين إبداء الرأي بحرية وموضوعية"².

ويخضع أسلوب دلفي لعددٍ من الخطوات المعقّدة حتى يُضمن الوصول إلى نتائج تثري عملية التخطيط، وذلك بتحديد الموضوع مجال الدراسة، إذ يتم استقصاء المستقبل الممكن والمحتمل والمفضل بشأنه، وبناء استبانة كأداة لجمع البيانات. واختيار مجموعة من الخبراء للإدلاء بأرائهم، ومن خلال عدد من الجولات Rounds، وتبدأ جولات أسلوب دلفي بتقديم استبانة مفتوحة لمجموعة من الخبراء ويُطلب الإجابة عليها. وفي الجولة الثانية يتشارك الخبراء في نتائج الجولة الأولى، ثم إعادة التفكير في استجاباتهم وإجراء التعديلات. وفي الجولة الثالثة تتكرر العملية، ويتفاعل الخبراء مع استجاباتهم بعضهم البعض، ويلتقون في مناقشات وجهاً لوجه حتى يتم التوصل إلى مجموعة من التّصورات التي يتفق عليها جميع الخبراء أو أغلبهم، فيكون هذا الرأي بالإجماع، بما يعني 75% أو شبه الإجماع على الأقل قد اتفقوا على ما ورد من تصوّرات ورؤى في الاستبيانات المختلفة، ويتطلب وجود منسقٍ لتنظيم عملية إعداد الاستبانة وتلقّي الاستجابات المختلفة، ويكون مسؤولاً عن الاتصال مع الخبراء المشاركين، ويتطلب أيضاً وجود قناة اتصال فعّالة للربط بين المشاركين والمنسّقين، وهو أسلوب يصلح استخدامه في كلّ الميادين والاختصاصات التي تستخدم الدراسات في تنبؤاتها للمدى البعيد، وهو أسلوب يساهم في طرح مجموعة من البدائل، أو حلول لتدعيم الخطط، والحصول على زيادة حصيلّة الآراء والمعلومات من الخبراء في مجال تخصصاتهم من خلال ما يسمّى بالتغذية الراجعة Feed Back مما يثري إنجاح عملية التخطيط³.

¹ محمود، عواطف شاكر، (2010)، مرجع سابق، ص ص 71، 72.

² إبراهيم، محمد نصحي، أساليب الدراسات المستقبلية: السيناريوهات - النماذج، موقع كنانة أون لاين، <http://kenanaonline.com/users/drnoshy/posts/269418>، آخر زيارة للموقع في 19 سبتمبر 2017.

³ محمود، عواطف شاكر، (2010)، مرجع سابق، ص 72.

معوقات الاستخدام الدقيق لأسلوب دلفي

إنّ إدارة المشاريع البحثية بأسلوب دلفي غالباً ما تواجه بالعقبات نظراً لصعوبات جمّة تنتظر الباحث أو فريق البحث، وذلك في تكرار الخطوات، وإعادة جمع الخبراء، وهم في بعض الأحيان من ذوي الانشغالات الكثيفة التي تسمح لهم بالمشاركة لمرة واحدة ربّما، وبحدود زمنية ضيقة. وهذا ما رآه كل من غودي والهامي، بأنه لم يبقَ من دلفي غير اسمه، حينما قالوا: "إنّ منهج دلفي هو في الظاهر إجراء بسيط، وسهل التطبيق في إطار استشارة الخبراء (...)" فهذا المنهج يمكن من الحصول على توافقات، فهو يتناسب إذن مع التطبيقات القرارية، إلا أنه يجدر تكييفه بحسب هدف الدراسة بالنسبة للاستشراف، وبخاصّة فإنّه ليس ضرورياً أن نحصل بأيّ ثمن، على رأيٍ توافقيٍّ متوسط، بل يجدر أن نُبرز مجموعات كثيرة من الأجوبة، وذلك عن طريق تحليل نقاط تقارب متعددة.

إنّ أسلوب دلفي - كان منذ أربعين سنة، موضوع أكبر عدد من الاستعمالات في كلّ العالم، ولكن جميعها لا تحترم الإجراء الذي وصفناه (الطريقة الإجرائية)، والبعض منها ليس له من دلفي سوى الاسم، وهي ليست سوى استبيانات عن طريق البريد حول مسائل استشرافية¹.

تحوّل صعوبة التطبيق الأمين لأسلوب دلفي دون الوفاء له، خصوصاً في البيئة التي يكون فيها الخبراء المعنيين متنافسون وليسوا باحثين علميين، وبالتالي فإن اتّفاقهم سيكون محفوفاً بالكثير من المحاذير المتعلقة بالإفصاح عن النوايا الحقيقية للخبير، وما تريد مؤسسته أن تتجه إليه خصوصاً في المستقبل القصير المدى والمتوسط المدى، فالبحر بالمخططات قد يعرّض المؤسسة لخسارة عنصر المفاجأة والمبادرة في عالم المنافسة، فيكون اجتماع الخبراء هنا غير محمود.

كما أنّ اعتماد بعض الخبراء من ذوي المناصب العليا في مؤسساتهم، يجعل من الصعوبة تنسيق الاجتماع فيما بينهم، وتوحيد الموعد، وإعادتهم إلى طاولة النقاش المرة تلو الأخرى، والطلب منهم التفرّغ لفحص النتائج وتعديلها مجدداً.

فيمكن للباحث هنا المزاوجة بين أكثر من أسلوب من أساليب الدراسات الاستشرافية، الأخذ الجزئي من أسلوب دلفي، مع التنبؤ بأسلوب تحليل القوى Force Analysis Forecasting المعتمد على معالجة الباحث

¹ غودي، ميشال، الهامي، قيس، مرجع سابق، ص 88.

للقوى (أفراد، أحداث، طبقات اجتماعية...الخ) المختلفة التي تؤثر في الحاضر، والتي يرى الباحث امتداد أثرها في تكوين صورة مستقبلية¹.

إنّ الأخذ الجزئي بأسلوب دلفي، الوارد في الفقرة السابقة، هو ما قام به الباحث من أجل تعزيز دراسته، وذلك من خلال الاستبيان، والمقابلات غير المقننة التي دعا فيها المستطلعة آرائهم، والذي وافقوا على إجراء المقابلات، إلى القراءة الوافية للحاضر، ومن خلالها استشراف المستقبل بالنسبة للصحافة اليومية البحرينية المطبوعة.

¹ عامر، طارق، مرجع سابق، ص 84.

المبحث الثاني

الصحافة في البحرين: من الأسبوعية إلى اليومية

يُرجع باحثون، مثل هلال الشايجي ومنصور سرحان، علاقة البحرين بالصحافة إلى ما قبل نشوء صناعة الصحافة في هذا البلد، وذلك عبر التّواصل ما بين الكتّاب والأدباء والمتّقين من البحرين مع الصّحف والمجلّات الصّادرة في الدّول العربيّة كمصر وسوريّة والعراق، بالكتابة والتعليق في بعض إصداراتها، ومنهم الشّيخ حسين مشرف، في مجلّة "المقتطف" (1899)، وكذلك راسل هذه المجلة كلّ من عبدالله الشّارخ، وناصر خيرى، كما كانّب بعض البحرينيين مجلة "المنار"¹، وكذلك تلقّف القارئ البحريني ما يأتي من صحفٍ عربيّة وإن كانت تصل البلاد متأخّرة بسبب طبيعة النقل والمواصلات في تلك الفترة. وذكر الشايجي، نقلاً عن مخطوطة للمؤرخ البحريني مبارك الخاطر أن "أول وجود للصحافة (في البحرين) أتى عن طريق القراءة ابتداء من عام 1895 حينما انتق الشيخ إبراهيم بن محمد آل خليفة، مع الشيخ مقبل الذكير، بمكاتبة بعض الصحف مثل المقتطف والهلال واستيرادها إلى البحرين"²

وكان الأديب الشّيخ إبراهيم بن محمّد آل خليفة، مشتركاً في الكثير من الصّحف والمجلّات العربيّة والتي كانت تصله ويتيحها للقراءة لمن يقصد مجلسه، كما أنّ بعض المكتبات المبكّرة كانت تستورد في نهايات القرن التاسع عشر مجلات من مثل: المقتطف، والعروة الوثقى، والهلال، والمنار³. وقد أسّس عبدالرحمن مقبل الذكير وكالة لجلب الصّحف والمجلّات العربيّة في 1895م إذ ارتفع الطلب عليها من الكثير من القراء

¹ سرحان، منصور، (2006)، الصحافة في البحرين: رصد الصحف المتوقفة والجارية (1939-2005)، البحرين: وزارة الإعلام، ص 26 - 31.

² الشايجي، هلال (1989)، الصحافة في الكويت والبحرين منذ نشأتها حتى عهد الاستقلال، البحرين: مطبوعات بانوراما الخليج، ص 72.

³ سرحان، منصور، (2006)، مرجع سابق، ص 26.

ذلك الوقت، وذلك يعني وجود نُخبة قارئة ومتعلّمة في البحرين آنذاك¹، حفّزت على فتح وكالة لهذا الغرض، وإن كانت الأمّية منتشرة، حيث لم يبدأ التعليم النظامي في البحرين، إلا أن فتح وكالة وكالة للصحف يعني وجود سوق على صِغر حجمها.

بداية الصحافة في البحرين

صدرت أول صحيفة في بحرينية (البحرين) في العام 1939، وكانت ترنو أن تكون صحيفة يومية بحسب ما ذكر في تعريفها "جريدة يومية سياسية أدبية علمية جامعة، تصدر مؤقتاً كلّ أسبوع"²، ولكنها - حتى توقّفت في يونيو 1944³ - بقيت أسبوعية، وكذلك ما تبعها من صحف صدرت في خمسينات القرن العشرين وسبّينياته.

وعندما استقلّت البحرين في 14 أغسطس 1971، كانت هناك صحيفة يومية واحدة لم تعمّر طويلاً وهي "أضواء الخليج"، التي صدرت في نوفمبر 1969، وتوقّفت في أبريل 1970، وكانت صحيفة يومية سياسية جامعة، لصاحبها ورئيس تحريرها محمود المردّي، وهي أول محاولة لإصدار صحيفة يومية في البحرين، وقد صدرت خمسة أيام في الأسبوع⁴.

¹ الرميحي، محمد (2006)، عبدالله الزائد رائداً للصحافة والمقال الصحفي، البسام، خالد، عبدالله الزائد: الشموع تضيء، البحرين: وزارة الإعلام، ص 30.

² سرحان، منصور (2006)، مرجع سابق، ص 45.

³ السابق نفسه، ص 45.

⁴ السابق نفسه، ص 63.

وفي المقابل، كانت تصدر ثلاث صحف أسبوعية: "النجمة الأسبوعية"^{**}، و"الأضواء"^{**1}، و"صدى الأسبوع"^{**2}. وعدد من المجلات الأسبوعية التي توقفت في مراحل مختلفة.

وفي هذه الفترة، مرّت البحرين بأربعة تحديات مصيرية ومفصلية كبرى، أثبتت في كلّ واحدٍ منها حاجتها لإعلام قوي لشرح وجهة النظر الرسمية للجمهور، وتنويع وسائل الاتصال به، فلم تكن البحرين حينها قد أنشأت جهاز التلفزيون الوطني، بينما كانت الصحف والمجلات الأسبوعية غير كافية للتعاطي مع القضايا المهمة التي كانت في حاجة إلى صحيفة أو صحفٍ يومية، في الوقت الذي كانت فيه البحرين تواجه قضية وجود، حيث كانت الأحداث تتسارع وتتداخل، والأخبار التي كانت تستجدّ تباعاً. وكانت هذه التحديات، على التوالي الزمني، هي:

(1) **مباحثات الاتحاد التساعي الخليجي:** محاولات قامت بها هذه الإمارات التسع، والتي أُطلق عليها "إمارات الساحل المتصالح" للاتحاد في دولة واحدة، وهي مباحثات استغرقت المدّة من 1968، أي منذ إعلان بريطانيا نيّتها الانسحاب من شرق السويس، وحتّى العام 1971، عندما أدركت الإمارات التسع أن لا سبيل لأن تتحدّ في دولة واحدة، فأعلنت البحرين استقلالها في 14 أغسطس 1971، وقطر في 3 سبتمبر 1971، وقرّرت الإمارات السبع (أبوظبي، دبي، والشارقة، وأم القيوين، والفجيرة، وعجمان، ورأس الخيمة)، الانضواء تحت علم واحد. وكانت هذه المفاوضات قد أخذت حيناً من اهتمام

* صحيفة أسبوعية تصدرها شركة نفط البحرين المحدودة (بابكو)، وتوزّعها مجاناً، وكانت تنشر الأخبار الرسمية والأهلية العامة وليست أخبار الشركة وحسب، وحلّت محلّها نشرة أسبوعية باسم "نشرة بابكو الإخبارية"، ثم عادت بالاسم السابق (النجمة الأسبوعية)، في 19 يناير 2011. ** صدرت في 9 سبتمبر 1965 وتوقّفت في 31 يوليو 1993، وهي صحيفة أسبوعية سياسية جامعة، صاحبها ورئيس تحريرها محمود المردي، اهتمّت بمعالجة القضايا المحلية والخليجية والعربية، تسلّم محمد قاسم الشيراوي رئاسة تحريرها بعد وفاة المردي في أبريل 1979، انظر: سرحان، منصور، مرجع سابق (2006)، ص ص 63 - 65.

*** صدرت في 30 سبتمبر 1969، وتوقّفت العام 2000، صدرت في البداية كصحيفة أسبوعية لصاحبها ورئيس تحريرها علي سيّار، وتحولت بعد سنتين إلى مجلة. واشترت امتيازها مؤسسة "الأيام" في العام 2000، وأعدت إصدارها أسبوعياً لفترة قصيرة، (سرحان، منصور، السابق نفسه)، ولكن ما لبثت أن توقفت عن الصدور تماماً في العام 2004.

الجماهير في الإقليم بشكل واسع، صاحبها الكثير من التحدّيات الداخليّة والخارجيّة التي اعترضت قيام هذا الاتحاد¹.

(2) الاستفتاء على استقلال البحرين: أدّى إعلان بريطانيا عن نيّتها الانسحاب من المنطقة (شرق السويس)،

وما يعنيه هذا من انتهاء معاهدات الحماية التي ارتبطت بها مشيخات المنطقة، ومنها البحرين منذ 1880²؛ إلى تجدّد الآمال الإيرانيّة في القيام بدور أكبر من مجرد "شرطي المنطقة"، فأعادت رسمياً المطالبة بضمّ البحرين لها مع الرحيل البريطاني بدءاً من 1969، فاتفقت بريطانيا وإيران على تقديم طلب مشترك إلى الأمم المتحدة باستطلاع رأي شعب البحرين إن كان يريد الاستقلال أم الانضمام إلى إيران؛ الأمر الذي ترتّب عليه تشكيل بعثة من الأمم المتحدة لهذا الغرض. فطاف فريق الأمم المتحدة في مناطق البحرين، والتقى عدداً من أعضاء الأندية، والتجمعات المختلفة، لمعرفة توجهاتهم ما إذا كانوا يفضلون الاستقلال أم الانضمام إلى إيران.

قدّمت بعثة الأمم المتحدة تقريرها النهائي في 30 إبريل 1970، والمتضمّن "إنّ الغالبية الساحقة لسكان البحرين، بمختلف انتماءاتهم وطوائفهم ودياناتهم، تؤيّد وتريد إقامة دولة عربية ذات سيادة مستقلّة، وتعلن - في غير لبس - الأمل في أن تنقشح سحابة المطالبة الإيرانيّة بصورة نهائيّة، مع التأكيد أنه متى ما سوّي أمر هذه المطالبة كان ذلك أدعى لقيام علاقات أوثق مع سائر دول الخليج بما فيها إيران"³. ولم تكن للبحرين آنذاك صحف يومية لشرح وجهة النظر الرسميّة من الادّعاءات الإيرانيّة ومطالباتها، وتكوين رأي عام جامع في قضية مصيريّة كهذه.

(3) المجلس التأسيسي ووضع الدستور 1972 - 1973: على الرّغم من الوعي السياسي الذي تمتّع

به شعب البحرين في الفترة التي سبقت الاستقلال؛ إلّا أن الحاجة ظلّت ملحة لبثّ رسائل إعلاميّة وبقوّة، إذ أنّ البحرين كانت مُقبلة على جملةٍ من النّجارب غير المسبوقة بالنسبة لها، وكانت بحاجة

¹ للمزيد من المعلومات في هذا الموضوع يمكن الرجوع إلى الرئيس، رياض نجيب (1973). صراع الواحات والنفط: هموم الخليج العربي بين 1968 و1971. بيروت: دار النهار. والرئيس، رياض نجيب (1987). وثائق الخليج العربي 1968 - 1971: طموحات الوحدة وهموم الاستقلال. بيروت: دار رياض الرئيس.

² عبدالله، محمد أحمد، زين العابدين، بشير، (2009)، تاريخ البحرين الحديث (1500-2002)، البحرين، جامعة البحرين، ص 168.

³ الشهابي، غسان (2014). المسافة بين البحرين وإيران: استنشاق التوتر. مركز الجزيرة للدراسات. متاح على: <http://studies.aljazeera.net/ar/reports/2014/08/20148269273403263.html>، آخر تاريخ للزيارة 14 مايو 2017.

لأن يكون الجمهور على سوية من المفاهيم الأساسية للأوضاع الجديدة، ومنها انتخاب "مجلس تأسيسي" مهمته، "وضع دستور للبلاد، ويتألف من اثنين وعشرين عضواً ينتخبهم الشعب بطريق الانتخاب العام السري المباشر، ومن عدد لا يزيد عن عشرة أعضاء يُعيّنون بمرسوم، ويكون الوزراء أعضاء في المجلس بحكم مناصبهم"¹.

(4) **المجلس الوطني 1973 – 1975**: كانت تجربة المجلس الوطني (البرلمان)، أيضاً، تجربة جديدة على المجتمع البحريني، وكانت على غناها تغمض على الناس في التباس ما بين أدوار النواب. وقد استمرت التجربة 18 شهراً فقط، حين تعذر تعاون الحكومة مع المجلس، وتمّ حلّ المجلس في صيف 1975.

كلّ ما تقدّم أكّد أهميّة أن تكون هناك صحيفة (أو صحف) يومية يتزوّد الجمهور بالمعلومات من خلالها، ويعرف المستجدّات لتكون إضافة إلى الإذاعة، في الوقت الذي لم يظهر فيه تلفزيون البحرين بعد، إذ كان "انطلاق أول بث تلفزيوني في العام 1973، وإنشاء تلفزيون البحرين في العام 1975، وتدشين وكالة أنباء البحرين تحت مسمى "وكالة أنباء الخليج" في العام 1976"².

كل ما تقدّم مهّد الطريق أمام صدور أول صحيفة يومية في البحرين، وهي "أخبار الخليج"، وذلك في الأول من فبراير 1976، مستفيدة من نسبة التعليم المتعالية محلياً، وعدد السكان الذي بلغ قرابة 283.4 ألفاً آنذاك، شكّل المواطنون منهم 208.3 ألفاً، بما نسبته 73.5%³، فيما تعزّزت القدرة الشرائية لدى الأفراد بعد ارتفاع سعر برميل النفط إثر حرب أكتوبر من العام 1973، وزيادة الحركة التجارية تبعاً لذلك، وهو ما عُرف بـ "الطفرة النفطية"، والتي استمرت للفترة ما بين العامين 1973-1979، فارتفع سعر برميل النفط من دولارين في 1970

¹ الموقع الإلكتروني الرسمي، مجلس النواب، متاح على

<http://www.nuwab.bh/Democracy/Pages/CouncilsHistory.aspx>

² موقع وزارة شؤون الإعلام، متاح على <http://www.mia.gov.bh/ar/Media-in-Bahrain/Pages/Brief-on-Local-Media-Outlets.aspx>، آخر زيارة للموقع 19 يونيو 2017.

³ تم احتساب متوسط عدد السكان، وعدد المواطنين منهم في الفترة الفاصلة بين تعداد العام 1971، والعام 1981، المصدر: الجهاز المركزي للمعلومات

http://www.cio.gov.bh/cio_ara/English/Publications/Statistical%20Abstract/ABS2008/Ch2/1.pdf، آخر زيارة

للموقع 20 يونيو 2017.

إلى 10.41 دولار في 1974¹، مع اندلاع الحرب الأهلية اللبنانية (1975 - 1990)، وما رافقها من هجرة المصارف العالمية والإقليمية التي كانت تتخذ من بيروت مقر لها، لينتقل عددٌ كبيرٌ منها إلى المنامة بحثاً عن بيئة مصرفية تشريعية متطورة، وقوى عاملة متعلّمة ومدربة، وبلد بعيدٌ عن الصّراعات والحروب، ويتمتع بقدر من التسامح والحرية.

وبعدما انتهت الحرب العراقية الإيرانية (حرب الخليج الأولى)، والتي استمرت ثماني سنوات (1980-1988)، بدأت المنطقة تتعافى من آثارها وبدأت تظهر الحاجة إلى صدور صحيفة يومية إضافية، وقد تقدم بعض الصحافيين بطلب تأسيس صحيفة يومية ثانية، لتكون رافداً آخر للآراء، ومنافسة للصحيفة الأولى الأم التي مضى على إنشائها 13 عاماً، فصدرت الصحيفة اليومية العربية الثانية في البحرين* في الوقت الذي بدأت فيه ملامح تغييرات جذرية على المستوى العالمي، إذ انهار جدار برلين في 9 نوفمبر 1989، مؤذناً بعالم جديد يتشكل من بعد الحرب العالمية الثانية، وذلك بانتهاء الحرب الباردة، والتّحّي المؤقت للاتحاد السوفيتي من المشهد السياسي العام، ثم تفككه إلى 15 دولة في ديسمبر 1991.

الطفرة الصحافية والوضع الراهن

جاءت "الطفرة النفطية الثالثة"، التي انعكست على قيمة صادرات النفط والغاز المسال، وأدت إلى زيادة صادرات البلدان الستة في مجلس التعاون إلى حوالي 3.5 ضعفاً في الفترة ما بين العامين 2002 و2007²، متواكبة مع انفتاح سياسي في البحرين، بدأت ملامحه تتبدّى مع استلام حاكم البحرين الأمير حمد بن عيسى آل خليفة، مقاليد الحكم في 6 مارس 1999. وإثر تصويت كبير من قبل شعب البحرين بالموافقة على ما جاء في "ميثاق العمل الوطني" الذي طرحه الأمير، وذلك يومي 14 و15 فبراير 2001، بلغت نسبته 98.4%؛ اتّسع نطاق حرية الرأي، وخصوصاً بعد خطوات إلغاء قانون أمن الدولة، وإجراءات محاكم أمن الدولة، وذلك في ما اصطلح على تسميته "المشروع الإصلاحي"، ما أسهم في نشوء خمس صحف يومية في فترة وجيزة لم

¹ محمد، خميس (2012). تأثير الطفرة النفطية الثالثة في السياسات النفطية لدول مجموعة الأوبك، مجلة دفاتر السياسة والقانون، العدد 6، ص 302.

* صحيفة "الأيام" صدرت في 7 مارس 1989، ورأس مجلس إدارتها كما رأس تحريرها نبيل يعقوب الحمر.

² الكواري، علي خليفة، (2010): الطفرة النفطية الثالثة وانعكاسات الأزمة المالية العالمية: حالة أقطار مجلس التعاون لدول الخليج العربية، مجلة المستقبل العربي، العدد 371، ص ص 54 - 75.

تجاوز ست سنوات (من 2002 إلى 2008)* إضافة إلى ثلاث صُحف إسبوعية**، مدفوعة بانتعاش الاقتصاد، وما يمكن أن تحققه هذه الصُحف من أرباح جرّاء الانتعاش الحاصل والمرتبب للأعمال، والنشاط الكبير في قطاع الإنشاءات والعمران، على الرغم من تزايد حضور مواقع الصُحف المطبوعة على الإنترنت، الذي بدأت صحيفة "الأيام" مبكراً محلياً وعربياً، إذ بدأت ترفع الصحيفة الورقية على الإنترنت منذ 1996. وكان ذلك الوقت الذي شهد تطوّر تقنيات التفاعل بين القارئ والموقع الإلكتروني للصحيفة، وكذلك انتشار المواقع الإخبارية الرسمية وغير الرسمية، والتي كانت تعتبر غير الرسمية منها - إلى حدّ كبير - بدائل شعبية عن الصحف التي - وإن تميّز بعضها بالجرأة النسبية أكثر من ذي قبل، إلّا أنها - ظلّت رسمية ومحافضة.

أخذت الصُحف اليومية المحلية السبع تتنافس فيما بينها، بفرد مساحات أكبر من ذي قبل للتغطيات والقضايا المحلية بفضل حرية التعبير التي اتّسع مداها منذ بدايات القرن الحالي، فارتفع عدد صفحات الشؤون المحلية، التي لم تكن تتجاوز الثلاث أو الأربع صفحات قبل "المشروع الإصلاحي"، لتراوح ما بين ثماني وعشر صفحات يومياً، خصوصاً بعد أن أعيد العمل بالمجلس التشريعي المؤلّف من غرفتي النواب والشورى، والمجالس البلدية التابعة للمحافظات***، إضافة إلى الجمعيات السياسية التي يتفاوت نشاطها وحضورها.

حاولت الصُحف جذب الإعلانات التجارية، ومجازاة توجّهات كبريات الصحف العربية Pan Arab Newspapers بتخصيص صفحات أكثر للشأن الاقتصادي. فبعد أن كان "الاقتصاد" صفحة واحدة أو صفحتين في الصحيفة؛ أصدرت صحيفة "الأيام" في 1993 ملحقاً اقتصادياً أسبوعياً من أربع صفحات، وانتهجت نهج صحيفة "الحياة" اللندنية، بأن جعلت صفحاته باللون البرتقالي الداكن تأسيساً بالصحيفة البريطانية الاقتصادية اليومية فايننشال تايمز، ثم قامت بإصدار ملحق اقتصادي يومي منفصل من ثماني صفحات، وتبعها بقية الصُحف التي ظهرت لاحقاً. كما بدأت صحيفة "الأيام" أيضاً بإصدار الملحق الرياضي المؤلّف من ثماني صفحات في 2003 تبعاً للمنافسة الشديدة التي قامت بين الصُحف القديمة منها والجديدة، وصار لكل صحيفة بعد ذلك (فيما عدا "الميثاق") جسم رئيس، وملحقان: اقتصادي ورياضي. فكان التّنافس قائم على جذب القراء

* صدرت "الوسط" في 7 سبتمبر 2002، وأوقفت عن الصدور في يونيو 2017، و"الميثاق" في 2003، وتوقفت عن الصدور رسمياً في 2010، و"الوطن" في 10 ديسمبر 2005، و"الوقت" في 21 فبراير 2006، وتوقفت في 3 مايو 2010، و"البلاد" في 15 أكتوبر 2008.

** صحيفة "العهد" (2003)، وتوقفت تالياً، وصحيفة: "النّابأ" (يونيو 2008)، وصحيفة "أسواق" (2008)، وتوقفت في 2015.

*** أعيد العمل بالانتخابات للمجلس النيابي والمجالس البلدية في 2002.

على أكثر من صعيد، ومن ضمن الأصعدة: عدد الصفحات والملاحق، وأسعار الاشتراكات السنوية المخفضة، وصناديق الاشتراكات، والحملات الكبيرة التي كانت توزع معها جوائز قيّمة.

ولكن في العام 2009، بدأت الصُّحف البحرينية اليومية بإيقاف إصدار "الملحق الاقتصادي" اليومي تبعاً ومن دون اتفاق، وعادت الصفحات الاقتصادية إلى داخل جسم الصحيفة بواقع صفحتين إلى أربع صفحات، نظراً لكلفة إصدار الملحق من دون مردود إعلاني لأنّ المعلن (الاقتصادي) يفضل نشر إعلانه في الصحيفة الرئيسية وليس في ملاحقها.

وفي مطلع العام 2016، اتفقت أربع من الصُّحف الخمس اليومية على إيقاف "الملحق الرياضي" اليوميّ الذي تراوح عدد صفحاته ما بين 8 و12 صفحة إضافية على الجسم الرئيس للصحيفة، وصارت صفحاته من ثلاث إلى أربع صفحات داخل الصحيفة نفسها.

وكانت بعض الصُّحف، وخصوصاً التي صدرت بعد العام 2002، قد اتخذت بعض التدابير خلال السنوات الأولى من صدورهما، بتسريح عدد من عامليهما، وعلى جميع المستويات والتخصصات، وتقليص الخدمات الإخبارية، والاكتفاء بالأساسي من الخدمات التي لا غنى للصُّحف عنها، وذلك في محاولة لضبط الإنفاق في مقابل الدخل الذي بدا أنّه ليس كما صوّرته لها دراسات الجدوى قبيل التأسيس.

وفي الفترة من 2010 وحتى يونيو 2017، تراجع عدد الصُّحف البحرينية اليومية المطبوعة من سبع صُحف يومية إلى أربع صُحف، وكان العامل المادي أساس توقُّف اثنتين من هذه الصُّحف، وهو نفسه العامل الذي كان ذريعة الكثير من الصُّحف الإقليمية والعربية والعالمية إلى التوقُّف إما نهائياً، وإما تحويلها إلى نسخ إلكترونية.

المبحث الثالث

التنافس بين الصحافة اليومية المطبوعة والإعلام الإلكتروني

يشكل توالي طرح وسائل إعلامية جديدة، تحدياً متواصلاً للوسائل الإعلامية التي سبقتها، إذ إنَّ الوسائل الجديدة، لا بد وأنَّ تتحوَّل إلى محطَّ اهتمام الجمهور ومركز اجتذابه لفترة من الزمن، حيث يجذب إليها جانب من الجمهور بدافع الفضول، وخصوصاً الشباب منهم، بينما يبقى الأكبر سناً متمسكين بما اعتادوا عليه. وفي هذا التغيُّر، يشعر القائمون على الوسائل الإعلامية الأقدم بالتهديد، فيعملون على إيجاد الطرق الكفيلة لأن تبقى في حيِّز المنافسة لتثبيت أقدامها في السوق، وذلك عن عدة طرق، منها: تحسين المنتج من الداخل، بحيث يكون مغايراً ولا يمكن إيجاده في الوسائل الأحدث، وبالتالي لا تنتفي الحاجة للوسيلة السابقة لأن الوسيلة اللاحقة لا تقدِّم خدمة مشابهة. والعمل على إيجاد منافذ جديدة للوصول إلى الجمهور. وتغيير الشكل، وخفض السعر، وإعادة الهيكلة القوى العاملة داخلها خصوصاً بإنهاء عمل الصحافيين ذوي الخبرة الذين تضخمت رواتبهم مع السنوات، أو الذين تمَّ اجتذابهم بالتَّربُّغ أثناء قيام الصحف وحاجتها إلى الأسماء المعروفة من الصحافيين والكتاب وغيرهم، إضافة إلى عدد من المعالجات اللازمة للنجاة من شبح الإهمال من قبل القراء، والانزواء، ومن ثم الإفلاس والخروج تماماً من السباق.

هذه المنافسة احتدمت في الماضي بين الصحافة والإذاعة، ثم الصحافة والإذاعة والتلفزيون، وفي المسافات الفاصلة بين هذه الوسائل، أيضاً نافس التلفزيون السينما، ونافس الفيديو ما تقدم، وكانت الوسائل الأقدم تتماسك، وتحاول تطوير أدائها شكلاً ومضموناً، وإعادة كسب الثقة مجدداً، وتستمر.

وبقيت الصَّحافة محطَّ منافسةٍ وتهديدٍ دائمين من قِبَل الوسائل الأحدث، فقد قال تيد تيرنير Ted Turner (1938 - ...)، مالك شبكة CNN، في العام 1981، أمام المؤتمر السنوي لاتحاد ناشري الصحف الأمريكية American Newspaper Publishers Associate إنَّ وسيلته (الكيبل التلفزيوني)

أفضل من الصحافة المطبوعة وأكثر انتشاراً. منتقداً صناعة الصحافة، ومنتهماً إياها بإفساد البيئة من خلال القطع المستمر للأشجار في سبيل إصدار صحفهم، ولممّحاً إلى أن أيام الصحافة، كحبرٍ وورقٍ، باتت معدودة¹.

وكان ظهور الإنترنت حدثاً غير عاديّ بكلّ المقاييس، إذ إنّها - بما حملته من تطبيقات متعددة - نافست كلّ ما عداها من وسائل إعلامية، لأنها حوّت جميع هذه الوسائل داخلها، فصار بإمكان الفرد، عن طريق الإنترنت، القراءة، والاستماع إلى المحطات، ومشاهدة التلفزيون، والفيديوهات، والأفلام السينمائية، والتشارك مع الآخرين، وصنع مادته الإعلامية الخاصة، ويثّها، والتواصل مع العالم...الخ.

وكانت أولى التأثيرات على الصحافة المطبوعة، ظهور النسخ الإلكترونية من الصحف، وكانت صحيفة "هيلزنبورج دجبلاد" السويدية أول صحيفة إلكترونية في العالم، إذ انطلقت في العام 1990، فاتحة الباب أمام صحف إلكترونية أميركية وبريطانية تلتها، ثم انتشرت الصحف الإلكترونية في أنحاء العالم بشكل واسع.

وعلى الصعيد العربي، كانت صحيفة "الشرق الأوسط" أول صحيفة إلكترونية مطبوعة تصدر نسخة إلكترونية وذلك في العام 1995، تلتها صحيفة "النهار" اللبنانية في 1996²، وهو العام نفسه الذي رفعت صحيفة "الأيام" البحرينية نسختها على الإنترنت.

في العام 1996، اجتمع 700 من ممثلي كبريات دُور النّشر العالمية في سان فرانسيسكو في مؤتمر ليناقدشوا نقطة هامة أصبحت تشعرهم بالأرق، ألا وهي: مستقبل الصحافة المطبوعة في ظل التطورات التكنولوجية الراهنة، وأطلق عليه "مؤتمر الصحافة المتفاعلة 96"، وفيه قال ريتشارد ديفيد Richard David (1942 - ...) رئيس شركة InfiNet: "لا أعتقد أنّه سبق لدُور النّشر أن واجهت، أو ستواجه في المستقبل، فرصاً للرّيح كهذه التي أماننا اليوم، وفي نفس الوقت، فإنني لا أعتقد بأنّه سبق لها أن واجهت، أو ستواجه في المستقبل، خطراً يهدّد وجودها كهذا الذي تواجهه اليوم"³. وهو ما ينم عن معرفة عميقة جداً، واستشراف واضح المعالم لما يمكن أن يكون عليه المستقبل بالنسبة للمؤسّسات الصحافية، إذ إنّها بالخيار: إمّا

¹ كاتب، سعود صالح، (2002) مرجع سابق، ص 13.

² مركز المعلومات، شمس الصحافة الورقية تميل إلى الغروب، صحيفة "القبس" الكويتية، 27 ديسمبر
[/http://alqabas.com/338620.2016](http://alqabas.com/338620.2016)

³ كاتب، سعود صالح، (2002)، مرجع سابق، ص 13.

أن تكون تحت أمواج المدّ العالي (تسونامي)، وإمّا أن تركب موجة الاستفادة الكبرى من المتغيّرات التي تتوالى وتغيّر وجه الإعلام إلى غير عودة. فلقد واصلت الصّحف أداء الدّور نفسه الذي أدّته في التأثير على الرأي العام، ولكن يبدو أنه ازداد أهميّة في السنوات الأخيرة وذلك لما شهده مجال الصحافة من تحولات مهمّة مرتبطة بالنموّ التكنولوجي، وتطوّر ممارسة المهنة، وهجرة لا رجعة فيها للصّحف والصحّافيين نحو الشّبكات، بما في ذلك شبكة الإنترنت، وشبكة الهاتف المحمول التي تمثّل عصب ما أصبح يُعرف بالإعلام الجديد.¹

ويذكر رضا أمين أن بعض الباحثين يرسمون سيناريوهات ثلاثة في ظل هذا التنافس الشديد، موزّعة على:

السيناريو الأوّل: مسايرة الصحافة المطبوعة للصحافة الإلكترونيّة، بحيث تكون فيه الغلبة للصّحافة المطبوعة، وخصوصاً في بعض الدول التي تنتشر فيها الأميّة الرّقمية، والفقر، بحيث يكون شراء الصّحيفة المطبوعة أسهل وأرخص ثمناً.

السيناريو الثاني: أن تتماشى الصّحيفتان معاً (المطبوعة والإلكترونية)، مع استفادة الأولى من الثانية في التحرير، والتوزيع، والانتشار، والاتصال بالمعلومات، وغيرها، ويتوقّع الباحثون انتشار هذا السيناريو في الدّول الآخذة في النمو وتضييق الفجوة التكنولوجية والرّقمية مع الدول المتقدّمة.

السيناريو الثالث: أن تتراجع الصحافة المطبوعة بشكل كبير، ويزداد الاعتماد على الصحافة الإلكترونيّة، نظراً لانتشار التكنولوجيا بشتّى أنواعها في تلك الدول.²

إلاّ أنه من الصّعوبة التّسليم بهذه السيناريوهات الأولىّة، لأنّ هناك الكثير من المتناقضات في الأسواق العالميّة في هذا الشّأن. فإنّ صحّ أنّ هناك ارتفاعاً في توزيع الصحافة المطبوعة في الهند، وقد يُعزى هذا إلى ضعف القوّة الشرائية التي تجعل اقتناء الصّحيفة الورقيّة أجدى وأقرب للمستهلك من الأجهزة الإلكترونيّة؛ فإنّ خمساً من أكبر صحف العالم من حيث التوزيع، يابانية، إذ توزّع أكبر عشر صحف في العالم ما مجموعه

¹ وكالة الأنباء القطرية، مرجع سابق، ص 97.

² أمين، رضا عبدالواجد. (2007)، الصّحافة الإلكترونيّة، القاهرة: دار الفجر للنشر والتوزيع، ص 131 و132.

34.61 مليون نسخة يومياً، تشكل الصحف اليابانية منها ما نسبته 74.44%¹، مع ما لليابان من تقدّم على الصّعيد التكنولوجي، ومايتمتّع به شعبها من قوّة شرائية كبيرة.

ومع تشبّث الإعلان في بحثه عن الوسيلة التي تحقق له الرّواج الأكبر؛ فإنّ أرقام توزيع الصّحف المطبوعة عالمياً، باتت تشكّل الفارق في هذه الصناعة. فمنذ العام 2013، استطاع الجمهور أن يولّد أرباحاً للناشرين أعلى من تلك التي تحقّقها الإعلانات التجارية، وبحسب التّقديرات، فإنّ هذا الاتجاه سيستمر لبضع سنوات مقبلة. ففي العام 2016، حقّقت الصّحف ووسائل الإعلام الإخبارية العالمية عوائد تقدّر بنحو 153 مليار دولار أميركي من التوزيع وإيرادات الإعلانات. وجاءت 86 مليار دولار من الصّحف المطبوعة والتّداول الرّقمي، في حين جاء 68 مليار دولار من الإعلانات.

وإذ يشهد توزيع الصّحف المطبوعة تراجعاً في الدّول الغربيّة، بل وفي أجزاء كثيرة من العالم؛ إلّا أنّه نما عالمياً بنسبة 5% على الأقل في العام الماضي 2016. كما نما توزيع الصّحف المطبوعة في السّنوات الخمس الماضية (منذ 2012) بنسبة 21% (من 614.5 مليون نسخة إلى 757 مليون نسخة)، وتُرجع منظمة وان-إيفرا WAN-IFRA هذا التزايد إلى ارتفاع الطلب على الصّحف المطبوعة في الهند وعدد من الدول الآسيوية الأخرى. وتقدّر المنظمة أنّ هناك 2.7 مليار شخص حول العالم يقرأون الصّحف المطبوعة. وتبدو قارّة آسيا، الاستثناء الوحيد عالمياً في مسألة تراجع المطبوع من الصّحف، إذ تسجّل نموّاً في توزيع الصّحف المطبوعة.

¹ World Press Trends 2017: Facts and Figures, Global newspaper industry revenues, <http://www.wptdatabase.org/world-press-trends-2017-facts-and-figures>, last visit May, 11, 2018.

جدول رقم (5)

توزيع الصحف المطبوعة في العالم ما بين العامين 2012 و2016¹

المناطق	توزيع الصحف المطبوعة في سنة	توزيع الصحف المطبوعة في 5 سنوات
أوروبا	5.80- %	20.50- %
آسيا	8.80 %	40.10 %
أميركا الشمالية	2.40- %	11.60- %
أفريقيا والشرق الأوسط	--	0.40- %
أميركا اللاتينية	8.40- %	12.10- %
أستراليا وأوقيانوسيا	7.70- %	30.70- %

إذن، ما الذي يدفع الأسواق الأوروبية والأميركية في الأساس، ومن بعدها العالمية إلى الانكماش من ناحية الصحافة المطبوعة؟

منافسة الإعلام الإلكتروني للصحافة اليومية المطبوعة عالمياً

أحدثت الإنترنت، خلال العقدین الماضیین، تغييرات كبيرة وعميقة ومتناقضة في المشهد الإعلامي العالمي، وبانت الوسائل الإعلامية التي سبقتها في سباق سريع جداً مع التغيرات الكبيرة التي فتحت الإنترنت إمكانياتها بشكل سريع ومتغير، فباتت الأخبار والقصص تنتشر وتوزع بشكل مختلف عما كانت عليه في

¹ World Press Trends 2017: Facts and Figures, Global newspaper industry revenues, <http://www.wptdatabase.org/world-press-trends-2017-facts-and-figures>, last visit May, 11, 2018.

السابق، من حيث السرعة، والانتشار، والظهور، وقد كانت الرقمنة Digitization أحد أهم الدوافع الرئيسة وراء الطبيعة المتغيرة للصحافة، حيث أثّرت على القيم الإخبارية، والأخلاقيات المهنية، وواجبات العمل، وظروف العمل، وإدارة غرفة الأخبار. ولكنها على الجانب الإيجابي، حسّنت - بشكل كبير - إمكانية الوصول إلى المعلومات وقنوات النشر. وقد تمكّن الصحفيون الاستقصائيون - على وجه الخصوص - من الوصول إلى منصات جديدة لإبراز قصصهم، ولاسيما على شبكة الإنترنت، وفي الوقت نفسه أطلقت الإنترنت العنان لمجموعة من الممارسات غير الأخلاقية، والأكثر إثارة للقلق هو الانتحال وعدم التحقق¹.

وعندما أنشأت الصحف مواقع لها إلى شبكة الإنترنت، عملت على استحداث أسلوب جديد للنشر، وجرى تغيير المفهوم الكلاسيكي بأن لا انتشار للصحافة إلا عن الطريق الكتابة على الورق أو الأجسام المادية، وبالتالي، فقد تغيّرت وسائل الإعلام بشكل كبير جداً، وما عادت الثابت الأساسية في وسائل الإعلام، مثل الإنتاج، والمنتج، والتصميم، والتوزيع واستقبال الجمهور لها، كما كان في السابق².

وقد اعتبر مراقبو الصحافة أنّ توقّف صحيفة كريستيان ساينس مونيتور The Christian Science Monitor، في العام 2009، وهي التي تعدّ من الصحف الشهيرة والعريقة في الولايات المتحدة، وقد تجاوز عمرها المائة عام، لا يعدو كونه حالة فردية، وأنه لن يمثّل ظاهرة على الأقل في المدى القريب³.

ومع أنّ الصحف تعتبر جزءاً مهماً جداً من المشهد الإخباري الأميركي، إلا أنها تعرّضت لتحديات كبيرة مع وجود المزيد من الأميركيين الذين يتجهون لاستهلاك الأخبار والإعلام رقمياً. لذا أخذت الإعلانات وقاعدة المشتركين في وسائل الإعلام التقليدية في الانخفاض منذ أوائل القرن الجاري، مع نمو حركة جمهور المواقع الإلكترونية. وفي الوقت نفسه، شهدت الصحف الأسبوعية أيضاً انخفاضاً في توزيعها.

وبحسب موقع الأبحاث بيو Pew فإنّ منحى التوزيع للصحف الأميركية اليومية يبين التالي:

¹ Dragomirm, Marius,Thompson,Mark. (2014),Digital Journalism: Making News, Breaking news, Open Society Foundations, p 12.

² Bucher, Hans-Jürgen, Büffel, Steffen, Wollscheid, Jörg,(2005), Digital newspaper as E-Paper: A hybrid medium between print and online newspaper, Ifra Special Report, p6.

³ الشاذلي، فتوح، أزمة الصحافة الورقية، صحيفة "الوفد" المصرية، 15 فبراير 2016.

جدول رقم (6)¹

عدد النسخ الورقية الموزعة في الولايات المتحدة 1940 - 2016

السنة	عدد النسخ الموزعة
1940	41,132,000
1964	60,412,000
1973	63,147,000
1993	59,812,000
2016	34,657,199

مع الأخذ بالاعتبار أنَّ عدد سكَّان الولايات المتحدة في العام 1940 كان 132.2 مليون نسمة²، ولكن عدد نسخ الصُّحف المطبوعة الموزعة يومياً في 2016 قد انخفض إلى أدنى مما كان عليه قبل 76 عاماً، في الوقت الذي صار فيه عدد سكَّان الولايات المتحدة 2.5 ضعفاً تقريباً، فأصبح تعدادُه 323.1 مليون نسمة³.

وفي أوروبا، أدَّت الأحوال غير المواتية اقتصادياً بالنسبة للمؤسسات الصحافية بسبب تحوُّل المزيد من القراء إلى الإعلام الإلكتروني، إلى إيقاف مؤسسات صحافية، بعضها عريقة، لنسخها الورقية والاكتفاء بالنسخ الإلكترونية، كما حدث مع صحيفة الإنديبيندنت The Independent التي تحوَّلت إلى صحيفة إلكترونية

¹ Newspapers Fact Sheet, Pew research center, <http://www.journalism.org/fact-sheet/newspapers>, last visit May, 12, 2018.

² U.S. Population in Millions: 1940 to 2050, United States Census Bureau, https://www.census.gov/newsroom/cspan/1940census/CSPAN_1940slides.pdf, last visit May, 12, 2018.

³ Quick Facts, United States Census Bureau, <https://www.census.gov/quickfacts/fact/table/US/PST045216>, last visit May, 12, 2018.

بعد انخفاضٍ حادٍّ في توزيعها من 428 ألف نسخة يومياً، إلى 28 ألف نسخة يومياً فقط، والأمر نفسه أصاب صحفاً بريطانية عريقة أيضاً مثل الغارديان The Guardian وتايمز The Times.¹

ولم يكن إغلاق الصحف العريقة في بريطانيا وأوروبا - عموماً - بالأمر المفاجئ، ولكنه أقرب إلى الإنكار بالنسبة للناشرين غير الواقعيين، حيث أنَّ أرقام التوزيع للصحف البريطانية كانت تشير إلى الانخفاض بين العامين 1995م و2005م إلى أكثر من 10%. وقد اعتمدت صحف كبرى في لندن مقاسات أصغر لصحفها سعياً لتقليص النفقات مثل إندبندنت The Endipendent، وحتى تستمر في الصدور والتنافس مع باقي الصحف الأخرى التي اعتمدت مقياس أصغر من مقاييس التابلويد.

وإذا كان الهدف للأساس مئياً عمل تجاريٍّ هو تحقيق الربح؛ فإنه من دون تحقيق هذا الهدف بتحقيق عوائد وأرباح صافية جديدة بإنجاح عمل المؤسسة، وجديرة أيضاً بكل الجهد الذي يُبذل في هذا الغرض؛ فلا يمكن أن تتجح هذه الأعمال وتستمر، والصحافة ليست استثناءً.

ترى مراكز البحث الأميركية المعنية بصناعة الإعلام أنَّ هناك إجماعاً عن الإعلان الشفاف عن حركة الطباعة والمبيعات وحجم الإيرادات لدى كبريات الصحف الأميركية، بما ينبئ عن عدم يقين لدى هذه المؤسسات في المستقبل الذي تذهب إليه. ومعالاًخذ في الاعتبار التعقيدات الناجمة عن عدم إفصاح كبريات الصحف الأميركية عن حجم مبيعاتها اليومية؛ كان من المتوقع أن يكون التداول الرقمي في العام 2016 ثابتاً تقريباً، مع انخفاضه في أيام الأسبوع بنسبة 1%، والأحد بنسبة 1%. إذا تم إدراج الأرقام المنتجة بشكل مستقل من نيويورك تايمز وول ستريت جورنال في كلٍّ من 2015 و2016، ولكن بدلاً من أن تبقى أرقام التوزيع ثابتة؛ فإنَّ التداول الرقمي خلال أيام الأسبوع قد ارتفع بنسبة 11%.²

ومع مرور السنوات، تأكد للشركات وجوب تكييفها لتلبية متطلبات العملاء. فعلى مدى عقود، تعاملت الصحف مع تعديلات صغيرة في الشكل أو المضمون أو في الجانبين معاً، لكنها الآن في مرحلة تحتاج إلى تغييرات كبيرة وجديرة لتبقى قادرة على المنافسة. فقد وجد الباحث ترومبلي في 2002 أنَّ ما يزيد قليلاً عن

¹ صحيفة "القبس" الكويتية (2016)، مرجع سابق.

² Newspapers Fact Sheet, Pew research centre /ibid.

نصف 170 صحيفة على الإنترنت تجني أرباحاً طفيفة في 2001. ومن المحتمل أن تُظهر الدراسة نتائج مختلفة اختلافاً كبيراً إذا ما أُجريت اليوم¹، وما الاعتماد المتزايد لشركات الصحافة ومواقعها عالمياً لما تشهده من إقبال جمهور القراء على الشكل الرقمي للصحيفة، إلا تأكيد بأن هذا المجال مدرّ للأرباح. فقد وجد ترومبلي في دراسته المذكورة أنفاً "أنّ تطوير الشبكة كان ثاني أكثر العناصر المدرة للدخل في الصحف، والتي قد لا يدركها الكثير من الناس"².

وتستنتج دراسة مقارنة عن فاعلية الإعلانات في الصحف المطبوعة والإلكترونية، أُجريت في العام 2014 أنّ "الناس لديهم موقفٌ أكثر إيجابية تجاه وسائل الإعلام الإلكترونية من وسائل الإعلام المطبوعة. كما كشفت النتائج عن ميزة واضحة في الإعلان عن طريق وسائل الإعلام الإلكترونية بالمقارنة مع وسائل الإعلام المطبوعة (...). ويبدو أنّ النتائج تشير إلى سيادة وسائل الإعلام الإلكترونية ولكن عامل التأثير من وسائل الإعلام المطبوعة قد لا يتم تجاهله تماماً، فوسائل الإعلام المطبوعة تجتاز اختبار الزمن، والمكان، ولا يزال يجري تزيين مستقبل هذه الوسائل من قِبل العديد: مستقبل وسائل الإعلام المطبوعة لا يزال مشرقاً. والوقت وحده الذي سيضع هذه الحقيقة تحت الاختبار"³. فهذه المفارقات غير القارة والمتأرجحة بين النوعية من الإعلانات (الإلكترونية والمطبوعة)، لا يزال يُوقع الكثير من الناشرين في حيرة، إذ يفضل أكثرهم الإعلان المطبوع (كما في البحرين)، كونه أكثر دخلاً، ولا تزال المنتجات الفخمة الغالية الثمن تنتخب المطبوعات المناسبة لتظهر فيها، بينما المنتجات الأقل ثمناً وفخامة تذهب إلى جميع أنواع النواذ الإعلامية بما فيها الإلكترونية بشتى أنواعها، فتتفتت قيمة إعلاناتها.

وأظهرت البيانات المالية السنوية أنّ صحيفة نيويورك تايمز أضافت أكثر من 500 ألف مشترك رقمي في العام 2016، بزيادة 47% على أساس سنوي. وأضافت صحيفة وول ستريت جورنال أكثر من 150 ألف مشترك رقمي، بزيادة 23%، وفقاً لبيانات مدققة من داوجونز. وأضافت شيكاغو تريبيون حوالي 100 ألف

¹Everett, C. Elizabeth. (ibid, p102.

²Everett, C. Elizabeth. (ibid), p103.

³ Upadhyay, Indu Bal Krishna, (2014)Effectiveness of Print and Electronic media Advertisement: A Comparative Study, *International Research Journal of Social Sciences*, Vol. 3(7),23-28, July, pp 27,28.

شترك في التداول الرقمي خلال أيام الأسبوع، بزيادة 76% على أساس سنوي، وفقاً لإيداعاتها مع تحالف وسائل الإعلام المدققة (AAM)، وهي منظمة تتحقق من أرقام التداول اليومية للصحف.

غير أنّ قياس "الجمهور الرقمي" لصناعة الصحف بأكملها، أمرٌ صعبٌ نظراً لأنّ العديد من الصحف اليومية لا تتلقى مواقعها الإلكترونية ما يكفي من الزيارات التي يتم قياسها بواسطة comScore الذي يُعتمد مصدراً للبيانات هنا. وعليه، فإنّ الأرقام المتاحة لأكثر 50 صحيفة يومية في الولايات المتحدة على أساس التداول تشير إلى أنه في الربع الرابع من العام 2016، كان هناك ما متوسطه 11.7 مليون زائر لـ "أول مرة" شهرياً (عبر جميع الأجهزة). وهذا يمثل زيادة بنسبة 21% عن العام 2015، على غرار الارتفاع بنسبة 18% عن 2015 عنها في 2014¹. فالأرقام تظهر نسباً متزايدة للزوّار الرقميين والقراءات والاشتراكات أيضاً في الجوانب الرقمية بشكل مذهل.

ومع ذلك، حافظت أرقام التوزيع للصحف المطبوعة، بالكاد، على تماسكها، بل ونجحت في تحقيق تقدم طفيف في عوائد التوزيع، إذ ظلّت إيرادات التداول ثابتة على مدى السنوات القليلة الماضية، حيث ارتفعت من 10.4 مليار دولار أميركي في العام 2012 إلى 10.9 مليار دولار أميركي في العامين 2015 و2016. وهذه "نقطة صغيرة مضيئة" لهذه الصناعة. ويحارب بعض الناشرين سعيّاً لاستعادة "النموذج الأول" من خلال التركيز على زيادة عدد المشتركين بدلاً من الاحتفاظ بإيرادات الإعلانات. ومع بارقة الأمل هذه بثبات عوائد التوزيع، بل وبارتفاعها الطفيف؛ فإنّ هذه العوائد لا تكاد تكفي للتعويض عن الخسائر في عوائد الإعلانات.

وإذ يشير تحليل مستقل لمركز الأبحاث بيو PEW* استناداً إلى البيانات المالية لنهاية العام 2016، إلى أنّ عوائد إعلانات صناعة الصحف لسبع شركات صحافية أميركية متداولة في البورصة، قد انخفضت بشكل أكثر حدة مما كانت عليه في السنوات الأخيرة، وذلك بنسبة 10%، وهو ما يفوق الانخفاض بنسبة 8%

¹ Newspapers Fact Sheet, Pew research center/ibid.

*مركز أبحاث بيو Pew Research Center مركز غير حزبي لجمع الحقائق معنيّ بإطلاع الجمهور على القضايا والمواقف والاتجاهات التي تشكل أميركا والعالم ولا يتخذ مواقف سياسية. يجري المركز استطلاعات الرأي العام، والبحوث الديموغرافية، وتحليل محتوى وسائل الإعلام وغيرها من البحوث التجريبية في العلوم الاجتماعية. يدرس المركز السياسة الأميركية ووجهات النظر السياسية، والإعلام والصحافة، والإنترنت والتكنولوجيا، والدين والحياة العامة، الاتجاهات الإسبانية (الأميركيون من أصول دول أميركا الوسطى والجنوبية)؛ والمواقف العالمية والاتجاهات الاجتماعية والديمقراطية الأميركية.

في العام 2015. هذا الانخفاض وضع إجمالي عوائد الإعلانات لهذه الصناعة في العام 2016 عند 18 مليار دولار أميركي. وهذا ما يقرب من ثلث ما كانت عليه العوائد قبل عشر سنوات فقط (2006)، حيث أعلنت جمعية الصحف الأميركية، والمعروفة الآن باسم "تحالف وسائل الإعلام الإخبارية"، عن أن إجمالي عوائد الإعلانات لهذه الصناعة بلغ 49 مليار دولار أميركي¹.

وقد جعلت الموارد المالية المتراجعة، وضبابية المستقبل، المؤسسات الصحافية تحتاط للأسوأ. فوفقاً للبيانات الواردة من إحصاءات العمالة المهنية لمكتب إحصاءات العمل، تبين أنه في العام 2015 عمل 41,400 شخص كصحافيين أو محررين في صناعة الصحف، بانخفاض 4% عن العام 2014 و 37% عن العام 2004².

وبات واضحاً أن على المؤسسات الصحافية التعاطي بجديّة أكثر من هذا الوضع، وهذا ما تقوله إيفيريت بأن الصحف في الماضي كانت تخشى التكنولوجيا. ولكنها الآن تعترف بأن التكنولوجيا أصبحت طريق المستقبل، وعلى الصحف التكيف وجني العديد من الفوائد من هذا التغيّر والتكيف. كما أن المنافسة تواصل تحدّي الصحف؛ فمن المستبعد جداً أن تعود الصحف القهقري إلى أي وقت مضى منذ عقود. إن الصحف تتفق الآن بأن مستقبل التكنولوجيا الفائقة لا مفرّ منه.

لقد تحوّلت الصحف من رؤية التكنولوجيا باعتبارها منافساً، إلى احتضانها كرفيق. فالمنافسة بين القديم والجديد أصبحت من الماضي، والصحف والتكنولوجيا باتت اليوم أكثر قرباً واتحاداً. قد تتغير تقنياً مسألة كيفية تسليم الأخبار، ولكن الصحف لا تزال تركز، كما في أي وقت مضى، على تقديم الجودة الصحافية التي يثق بها القراء. وعلى الرغم من أن مستقبل المؤسسات الصحافية لا يزال غامضاً؛ فمن المؤكّد أنها سوف تشمل التكنولوجيا، وتحول الصحف إلى مصدر إخباري يريده المستهلكون ويحتضنهم بنجاح³.

¹Barthel, Michael.(2017), Despite subscription surges for largest U.S. newspapers, circulation and revenue fall for industry overall, <http://www.pewresearch.org/fact-tank/2017/06/01/circulation-and-revenue-fall-for-newspaper-industry/>

² <http://www.journalism.org/fact-sheet/newspapers/ibid>,

³Everett, C. Elizabeth. (ibid), p111.

منافسة الإعلام الإلكتروني للصحافة اليومية المطبوعة عربياً

عندما دخلت الإنترنت إلى الفضاء العربي العام، بدا واضحاً أثرها المتزايد عاماً بعد عام على القراء، ونوعيتهم، وتفضيلاتهم. وعند تتبع الدراسات السابقة التي تناولت العلاقة بين الإعلام الجماهيري (أو التقليدي) والإعلام الإلكتروني، بما فيه الإعلام الاجتماعي، يمكن ملاحظة أنَّ المؤشرات تبدأ في الميل نحو تفضيل التعامل مع الإعلام الإلكتروني بشتى أنواعه عاماً بعد عام، وذلك بسبب الانتشار الكثيف للإنترنت وبرامجها المتنوعة، وتزايد القدرة في سهولة الوصول إليها، خصوصاً مع الانتشار الكبير للهواتف الذكية، وتطبيقات الإعلام الاجتماعي منذ 2004 وما بعدها.

وتشير الكثير من الإحصاءات العربية إلى الطفرة التي حدثت في الاستخدام المكثف للإعلام الاجتماعي، بالانضمام إليه، وفتح حسابات جديدة، والتفاعل معه، إبان ما عُرف بـ "الربيع العربي"، بدءاً من ديسمبر 2010 (في تونس) وما تلاه من أشهر. فتشير دراسة في 2012 إلى رصد أعلى ما وصل إليه استخدام الإعلام الاجتماعي في سبع دول جرت فيها أحداث "الربيع العربي"، لتجد الدراسة أن أعلى الاستخدامات كثافة كانت فورة هذه الأحداث في كل البلدان السبعة، في الوقت الذي كانت فيه الصحف المحلية إما رسمية تماماً، وإما مترددة في المواقف التي يمكن أن تتخذها صراحة في ظل غموض المشهد الذي كان يسود لفترة استمرت من أيام إلى بضعة شهور¹.

وحديثاً، تشير إحصاءات إلى أن مستخدمي تطبيق فيسبوك وحده في الوطن العربي في أوائل العام 2017 قد بلغ عددهم 156 مليوناً، بعدما كان 115 مليوناً في الفترة نفسها من العام 2016، بنسبة نموٍ تتخطى الضعف في السنوات الثلاث الماضية. كما تشير الإحصاءات أيضاً إلى أن 64.3% من مستخدمي فيسبوك في الوطن العربي، من الشباب الأصغر من 30 عاماً، وهناك انخفاض في المسجلين من هذه الفئة،

¹ Dewey, Taylor, and others. (2012), The Impact of Social Media on Social Unrest in the Arab Spring, Stanford University, pp 15-25.

في هذه الوسيلة بعدما كانت فئة الشباب تشكل 67% في العام السابق، و70% في 2012، إلا أن من أعمارهم فوق الثلاثين ظلت أعدادهم متماسكة تقريباً¹. لأنّ في الغالب من يسجل في أحد التطبيقات

وقد استلقت الإعلام الإلكتروني وعلاقته بالإعلام المسمى بالإعلام الجماهيري السابق له، عدداً من الباحثين العرب في هذه المسألة، حيث تلاحظ التبدلات في النتائج التي يخلصون إليها في ما بين السنوات، حيث تزداد القناعة بقوة الإعلام الإلكتروني وأثره السلبي على الإعلام الجماهيري (التقليدي) عاماً بعد عام.

فقد توصّلت دراسة أجريت في غزة في العام 2002 إلى أنّ 46.87% من المشاركين يعتقدون أنّ تأثير قراءة الصحف الإلكترونية على الصحف المطبوعة يتراوح ما بين قليل ولا تؤثر، ويؤيد حوالي 64.28% من أفراد عيّنة الدراسة - بشكل أو بآخر - قراءة الصحف بعد الاشتراك في شبكة الإنترنت، ويرجع ذلك لكون الصحف المطبوعة تحتوي على موضوعات أكثر مما تنشره الصحافة الإلكترونية، إذ تقتصر الأخيرة على تقديم ملخصات لمحتويات المطبوعة، كما انخفضت نسبة من ظلوا يشتررون الصحف المطبوعة حتى بعد اشتراكهم في الإنترنت 10% لتصل إلى 81.26%، بعدما كانوا 91.88%².

ويرجع الدلو في دراسته الآنفه أسباب ضعف الإقبال على الصحافة الإلكترونية، وقت أجريت الدراسة في غزة، إلى بدائية الصحافة الإلكترونية، وقدرة الصحف المطبوعة على تقديم الموضوعات التفسيرية والمقالات التحليلية والنقدية أكثر من الصحف الإلكترونية، إضافة إلى الثقة، وكون قراءة الصحف المطبوعة عادة يومية مرتبطة بنظام حياة الفرد، كما أن تكلفة قراءة الصحف المطبوعة أقلّ من الإلكترونية، إذ تحتاج الأخيرة إلى جهاز كمبيوتر، واشتراك في شبكة الإنترنت، وثمان الاتصال بالهاتف على شبكة الإنترنت، إضافة إلى بطء الخدمة.

ومع توقع الدلو أن تتعايش الصحف المطبوعة والإلكترونية، كما تعايشت وسائل الإعلام الأخيرة من قبل؛ فإنه يشير إلى أنّ "من المتوقع أن يتراجع توزيع الصحف المطبوعة إذا أحسنت الصحافة الفلسطينية

¹ Salem, Fadi (2017), Social Media and the Internet of Things, Arab Social Media Report, Mohammed Bin Rashid School of Government, pp 33-34.

² الدلو، جواد راغب. (2002)، الصحافة الإلكترونية واحتمالات تأثيرها على الصحف المطبوعة: دراسة ميدانية، مجلة كلية اللغة العربية بجامعة الأزهر بالقاهرة، العدد 20، ص 24.

الإلكترونية استغلال مواقعها بشكل أفضل، من حيث استخدام الأنظمة المناسبة، والتغطية الصحافية الحديثة، والصحافيين المؤهلين والمدربين على التعامل مع الإنترنت، واستخدام الوسائط المتعددة، والعناصر التفاعلية الكفيلة بجذب الجمهور، كالمنديات ومسجلات الزوار، والربط التفاعلي بين الأخبار والمعلومات التي سبق نشرها¹. وهي بعض من أكثر العناصر التنافسية التي باتت تتقدم بها الصحافة الإلكترونية اليوم، إلى جانب الإعلام الإلكتروني ككل الذي تتنوع تغذيته للمتابع بالمواد الإعلامية المتسارعة.

وفي المملكة العربية السعودية، أكدت نتائج دراسة أجريت في العام 2003، أن الصحافيين السعوديين المشتغلين في الصحف المطبوعة لديهم اتجاهات إيجابية من ناحية قدرة الصحف المطبوعة على مواجهة المنافسة المتنامية من قبل الإعلام الإلكتروني بكل أشكاله، وخصوصاً ما توفّره شبكة الإنترنت من بدائل متعددة. فقد كشفت الدراسة أن الصحافيين السعوديين يرون الصحف المطبوعة قادرة على الحفاظ على قرائها الحاليين إلى جانب استقطاب قراء جدد، وكذلك قدرتها على استقطاع حصة مناسبة من السوق الإعلانية في المملكة، وهو ما يشير إلى قدرة هذه الصحف على البقاء أمام البدائل التقنية الحديثة².

ويعزو الباحث السبب وراء ثقة الصحافيين بقدرات الصحافة المطبوعة، إلى سببين رئيسيين: عدم ظهور الإعلام الاجتماعي حتى ذلك الحين، واستمرار تنامي مداخل الصحف من الإعلان والتوزيع والاشتراك مدفوعاً بالخط التصاعدي لما أُسمي بالطفرة النفطية الثانية التي أطلقت الكثير من المشاريع، وجعلت المؤسسات القائمة والوليدة سخيّة في إعلاناتها، فقد كانت الصحف الخليجية - والسعودية على وجه الخصوص، حتى سنوات قليلة تالية على هذه الدراسة - تفاخر بمداخلها الإعلانية المتنامية، ووضعها المالي المتين*.

¹ السابق نفسه، ص 25.

² <http://libopac.kfsc.edu.sa>

* حضر الباحث في العام 2004، الاجتماع الثاني للمدراء العاميين والسادس لرؤساء التحرير للمؤسسات الصحافية الخليجية، الذي استضافته في جدة صحيفة "عكاظ"، وكانت الثقة والتفاؤل عالين في أوضاع الصحف الخليجية ومستقبلها في ظل الدخل الإعلاني، وكانت صحف خليجية قد بنت في السنوات الأخيرة من العقد الأخير من العشرين وبدايات القرن الحادي والعشرين، مقرات ضخمة ومبالغ من فخامتها، حتى أنحى بعض المتابعين لاحقاً باللائمة على الإدارات التي كانت تستثمر في البناء ولم تكن تلتفت إلى التحولات الجديدة في الفضاء الإعلامي ككل.

وعلى الرغم من تفاوت انتشار الإنترنت من بلد إلى آخر في الوطن العربي، إلا أنَّ تنامي هذا الانتشار، وتنافس شركات الاتصالات، ومرور حوالي عشر سنوات على بدء إطلاق الصحف العربية الإلكترونية، أو المواقع الإلكترونية للصحف المطبوعة في ذلك الوقت؛ كان قد ترك مؤثراته الخاصة في المشهد الصحافي العام، إذ "تزامن مع انتشار المواقع الإخبارية على شبكة الإنترنت، تناقص عدد قراء الصحف المطبوعة، وانخفاض تكلفة الاتصال بشبكة الإنترنت، هذا فضلاً عن ازدياد تكلفة طباعة الصحف مما يتسبب في حدوث أزمات مالية من وقت لآخر بالمؤسسات الصحافية"¹.

وبدا أنَّ الصحافة السودانية المطبوعة والإلكترونية خاضت سباقاً في أوساط جماهيرها، إذ تتناقض دراستان أجريتا عن إقبال الجمهور على كلا النوعين من الصحف، حيث ظهر أنَّ الدراسة الأقدم بيّنت إقبالاً أكبر على الصحف الإلكترونية، وثقة أعلى، بينما الدراسة الأحدث أشارت إلى المكانة الراسخة للصحف المطبوعة.

فأشارت نتائج دراسة أجريت في السودان في العام 2006، إلى أنَّ 62.9% من المستطلعة آراؤهم وجدوا أنَّ محتوى ومضمون الصحافة الإلكترونية أكثر دقة منه في الورقية. كما قال ما نسبته 80% من عيّنة الدراسة إنَّ شكل الصحيفة العربية الإلكترونية وإخراجها أكثر جاذبية من نظيرتها المطبوعة. وأنَّ 61.4% من المبحوثين قلَّ اهتمامهم بالصحافة الورقية بعد أن أصبحوا من قراء صحافة الإنترنت².

وفي العام 2009، خرجت دراسة - أجريت في السودان أيضاً - بأنَّ "الصحافة الورقية مازالت هي المسيطرة على لبِّ الصحافي والقارئ السوداني بشكل عام، بدليل أنهم يفضلونها على المواقع الصحافية على شبكة الإنترنت، وهذا يتّضح جلياً من خلال عدم اهتمامهم بتصفُّح المواقع الصحافية على الإنترنت بواقع 76% يتصفّحونها أقلَّ من ساعتين فقط في اليوم"³.

¹ عبد الباري، وائل إسماعيل حسن. (2005)، مصداقية المواقع الإخبارية على الإنترنت وعلاقتها بمستقبل الصحافة المطبوعة كما يراها الجمهور المصري، المؤتمر العلمي السنوي الحادي عشر: مستقبل وسائل الإعلام العربية، جامعة القاهرة، ص 761.

² علي، أميمة حسين أحمد. (2006)، مرجع سابق، ص 180 و 181.

³ عبدالله، ياسر أحمد مختار. (2009)، مرجع سابق، ص 126.

ولكن هذه النتيجة كانت تناقض نتيجة أخرى توصلت إليها الدراسة نفسها، والتي تشير إلى اعتقاد الوسط الصحافي السوداني بأن الإنترنت والصحافة الإلكترونية تؤثر سلباً على الصحافة المطبوعة، إذ تقول النتائج: "رغم أنّ حوالي 62% من العاملين في المجال الصحافي السوداني يعتقدون أن الإنترنت أثّرت إيجاباً في تحسين أداء الصحافة السودانية؛ إلا أنّ هناك مفهوماً شائعاً بين أغلبهم أن الصحافة الإلكترونية قد تقضي يوماً ما على الصحافة الورقية، بدليل أن الذين يوافقون على أن الإنترنت أضعفت القدرات التوزيعية للصحف، والذين يوافقون على ذلك بتحفظ يشكّلون 42% من العاملين في هذا المجال"¹. ما يدلّ على أنّ هذا الهاجس كان موجوداً منذ ذلك الوقت، الذي يعتبر مبكراً، في المنافسة بين الجانبين، وكذلك في ظلّ عدم الانتشار الكبير للهواتف الذكية، والأجهزة اللوحية.

إلا أنّ الوضع كان مختلفاً في الأردن، حيث تقاربت بشكل كبير، نسبة طلبة الإعلام في جامعة اليرموك الذين يشتررون الصحف المطبوعة والذين يقرأونها إلكترونياً، بالنسبة للصحف الأربع الكبرى القائمة إذ ذاك (الرأي، الدستور، العرب اليوم، الغد)، وذلك في دراسة أجريت في العام 2009، وتبيّن أنّ نسبة 50.4 % ترى أن زيارة مواقع الصحف قد قللت من قراءة الصحف المطبوعة، وتبيّن أنّ نسبة 63.7% من عيّنة الدراسة لم تعد تقوم بشراء الصحيفة المطبوعة كما كانت تفعل قبل اعتياد زيارة هذه المواقع.

وأوضحت الدراسة انخفاض قراءة الصحف المطبوعة يومياً، حيث تبيّن أنّ نسبة 7% فقط من الطلاب الذين يقومون بقراءة الصحف المطبوعة يومياً، وأنّ نسبة 48% من الطلاب لا يقومون بقراءة الصحف المطبوعة يومياً في حين أنّ نسبة 22.2% من الطلاب يقومون بزيارة مواقع هذه الصحف يومياً، وهذا يعني تدنّي مستوى قراءة الطلاب للصحف المطبوعة، وإن كانت نسبة زيارة الطلاب لمواقع الصحف على الإنترنت أعلى، وأنّ نسبة أقلّ من الطلاب لا يزورون مواقع الصحف (31.6%) مقارنة بنسبة 48% من الطلاب لا يقومون بقراءة الصحف اليومية المطبوعة، وهذا يعني مدى تفوّق مواقع الصحف الإلكترونية على الإنترنت مقارنة بقراءتها بشكلها المطبوع. أي أنّ عادة الإقبال على قراءة الصحف ضعيفة جداً بشكل عام؛ إلا أنّ الفارق يبدو واضحاً من حيث الإقبال على زيارة مواقع الصحف أكثر بكثير من الإقبال من قراءتها في شكلها الورقي².

¹ عبدالله، ياسر أحمد مختار. (2009)، المرجع السابق، ص ص 124 و 125.

² العنانزة، عزّام، حجاب، عزت، درويش، عبد الرحيم، (2009)، مرجع سابق، ص ص 707 و 708.

وفي الجامعة نفسها (اليرموك) وفي السنة نفسها أيضاً، أجرى الباحثان حاتم العلانة وعلي نجادات، دراسة عنوانها "مقروئية الصحف الإلكترونية لدى أعضاء الهيئة التدريسية بجامعة اليرموك: دراسة مسحية"، توصّلاً فيها إلى أن 26% من أساتذة الجامعة يقرأون الصّحف الإلكترونية في تصفّحهم للإنترنت، تأتي في مقدمة دوافع أعضاء هيئة التدريس لاستخدام شبكة الانترنت، وذلك لأنّ قراءة مثل هذه الصحف تلبي رغباتهم، وتُشبع حاجاتهم المعرفية والثقافية والعلمية، وتجعلهم على اطلاع ومعرفة بالأحداث والقضايا، التي تحدث محلياً وعربياً ودولياً. وخُصّصت الدراسة إلى ارتفاع نسبة الذين يستخدمون شبكة الإنترنت، من أعضاء الهيئة التدريسية في "اليرموك"، حيث وصلت هذه النسبة إلى 97.6% يستخدمونها دائماً وأحياناً. وأنهم يتقنون بمعلوماتها¹.

وعلى المستوى الطلابي للجامعة نفسها، أجرى الباحث نجادات دراسة مسحية في السنة نفسها بحثاً عن مستقبل الصحافة الورقية الأردنية في مواجهة الصحف الإلكترونية، فأشار 8% من المبحوثين إلى أنّ العلاقة بين نوعي الصحف سيكون إلغاء وإقصاء، بينما 75% قالوا أنها علاقة تكاملية تنافسية. وخرجت الدراسة بأن أكثر من نصف طلبة الجامعة يقرأون الصّحف الورقية، بينما من يقرأ الصحف الإلكترونية لا تزيد نسبتهم عن 10%، ويرون أن مستقبل الصحافة الورقية ليس في خطر، وهي نتيجة تتفق مع ما توصلت إليه دراسات عربية سابقة أجريت ما بين الأعوام 2001-2005².

في السنة نفسها، عقد اتحاد الصحافة الخليجية، ومقرّه المنامة، ندوة عن انعكاسات الأزمة المالية العالمية على الصّحافة الورقية، قال فيها المدير التنفيذي السابق للاتحاد جواد عبدالوهاب، إنّ الصحافة الورقية تعيش أزمة حقيقية بعد الأزمة المالية العالمية، حيث باتت مهدّدة بين ناري الصّحافة الإلكترونية المنافسة، والفشل في القدرة على الصمود والاستمرار³. فيما استعرض رئيس تحرير صحيفة "الإمارات اليوم" بأبوظبي سامي الريامي، بحث جمعية "تسويق وسائل الإعلام" الذي خرج بنموذجين للصّحف: الأول هو الأقل تأثراً بالأزمة، وذلك كونها تملك مقوّمات الصّمود والبقاء، ولها قاعدة انتشار واسعة، وصحفها مدفوعة ومباعة، وتوزّع في نطاق جغرافي ضيق، ودخلها من الإعلان أقل من 60%، قليلة الديون وتكون معدومة أحياناً،

¹ العلانة، حاتم، نجادات، علي، (2009)، مرجع سابق، ص ص 829-838.

² نجادات، علي. (2009)، مرجع سابق، ص ص 186 - 188.

³ صحيفة "الخليج" الشارقة، ندوة في البحرين تؤكد تأثير الأزمة المالية في الصحافة الخليجية، 31 مايو 2009.

وليست مشتركة في نقابات واتحادات، كما أنّ نفقاتها الرأسمالية ليست مرتبطة بأعمال الطباعة، فقط، وهي قليلة النفوذ والاختراق في شبكة الإنترنت، مبيّناً أن النموذج الثاني، هو الذي ضربته الأزمة المالية العالمية بشدة، وهو عكس النموذج الأول في الخصائص¹.

ولافت للنظر أنّ بعضاً من أسباب نجاة ونجاح النموذج الأول من الصحف هو قلة ارتباطها بالإنترنت وتوغلها في تطبيقاته، وتوسّعها في استعمالاته، بما يشير إلى أن الدراسة المذكورة تربط ما بين بعض أسباب النمو والازدهار، والاحتشام في الظهور في الإنترنت، وكأنّ الصحف التي تظهر بقوة في الإنترنت، وتطور هذا الظهور؛ تحمل بأيديها معاول هدمها، إذ توفّر للجمهور ما يوجد في النسخة الورقية وأكثر، بينما لم تتطور ثقافة الإعلان الإلكتروني لدى المعلن والمسوّق كما تطوّرت لدى الجمهور ثقافة القراءة الإلكترونية المجانية والسهلة والواسعة الإمكانيات.

وتؤكد الباحثة بوتلجي ما انتهت إليه دراسة نجادات الأخيرة، إذ تقول إنّ الصحف حينما أسست مواقعها الإلكترونية "إنّما أنتجت بذلك المولود الإعلامي (الصحافة الإلكترونية) الذي عزز مجالا للصحافة لدرجة جعلت الكثيرين يتنبؤون بزوال النسخة الورقية". ولكنها تستدرك "إلا أنّ العكس حدث وهو تكامل الصحافة الإلكترونية واتّحادها مع الورقية لتخلق لها فضاءات أخرى لجذب مختلف فئات الجمهور"². أو أنّ الصحيفة الورقية ستطور نفسها تبعاً للتحدّي الذي يفرضه عليها الإعلام الإلكتروني، كما سبق وأن طوّرت نفسها في مواجهة الإذاعة والتلفزيون، كما تقول صافية كساس إنّ "الصحافة الورقية لازالت محتفظة بهيبتها، ومحتفظة بتألقها، ومحتفظة بجاذبيتها لأسباب كثيرة جداً، سواء في العالم الغربي أو في العالم العربي، حيث أنّ نصف سكّان الكرة الأرضية لا يملكون هواتف، و55% ممن يستخدمون الكمبيوتر موجودون في أميركا الشمالية، و90% من الذين يستعملون الإنترنت متركّزين في الدول الصناعية، و10% موزعة على باقي الدول"³.

¹ صحيفة "الوسط" البحرينية، رؤساء تحرير يناقشون انعكاسات الأزمة المالية على الصحافة الخليجية، 29 مايو 2009.

² بوتلجي، إلهام. (2010/2011)، الصحافة الإلكترونية الجزائرية واتجاهات القراء: دراسة مسحية لجمهور جريدة الشروق أونلاين، رسالة ماجستير غير منشورة، قسم إعلام والاتصال، كلية العلوم السياسية والإعلام، جامعة الجزائر 3، ص أ.

³ كساس، صافية. (2011)، مستقبل الصحافة التقليدية في ظل الصحافة الإلكترونية، مجلة الممارسات اللغوية، العدد 4، ص 172.

وفي العام 2014، قام باحثان من المملكة الأردنية الهاشمية، بدراسة أثر الصحافة الإلكترونية على الصحافة الورقية، وجاء من بين نتائج الدراسة أنّ الصحف الورقية تتعرض لمنافسة قوية من قبل الصحافة الإلكترونية كما يرى الصحفيون والإعلاميون الأردنيون¹.

هذه الدراسة، تعتبر من الدراسات القليلة في الوطن العربي، بحسب ما توصل إليه الباحث، التي تلتفت إلى ما وراء تفضيلات القراء وأنجاساتهم القرائية، وصولاً إلى العوامل المالية والتكنولوجية الأخرى المؤثرة على حدة التنافس بين الإعلام الإلكتروني والصحافة المطبوعة؛ وقد خلصت إلى عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية تعزى إلى الاختلاف في متغيرات الوظيفة، والمؤهل العلمي، والعمر، والخبرة، والحصول على دورات. ويمكن تفسير عدم وجود فروق في انعكاسات الصحافة الإلكترونية على الصحافة الورقية، من وجهة نظر أفراد العينة في جميع المتغيرات المستقلة، بإدراكهم الفعلي لهذه الانعكاسات من واقع تجربة وخبرة عملية، ومن واقع فرض الصحافة الإلكترونية كواقع لا بد من التعامل معه، فقد باتت الصحافة الورقية تعيش فترة حرجية، نظراً للتطور الكبير والمتزايد الذي تعيشه التقنية².

بالتتبع الزمني، يمكن ملاحظة ميل نتائج الدراسات العلمية الأحدث إلى تبيان التحدّيات الكبرى التي تواجه الصحافة اليومية المطبوعة في الوطن العربي، وإن أتت نتائج تفضيل الجمهور - بأنواعه المختلفة - للمنصات والنسخ الإلكترونية؛ فإنّ من الممكن ردّ هذا التأخّر إلى تأخر متعدّد الأوجه في دخول الإنترنت إلى المنطقة العربية، ونسبة الأمية القرائية وكذلك الأمية الإلكترونية فيه، وتدني الدّخل بصفة عامة وتفاوته في عدد من البلدان العربية، ما جعل الالتفات إلى عمق منافسة الإعلام الإلكتروني بكل تجلّياته للصحافة اليومية المطبوعة متأخراً بعض الشيء. ومع أنّ الأزمة الاقتصادية قد بدأت تلوح منذ نهايات العام 2008 حينما ساد الوضع الاقتصادي العالمي الوجوم نتيجة لأزمة الرهن العقاري التي أطلق عليها "الأزمة المالية العالمية"، والتي انسحبت آثارها على جميع الصناعات، بما فيها صناعة الإعلام؛ إلا أن انكباب الباحثين العرب على دراسة انعكاسات الأزمة المالية على الإعلام العربي بدت شحيحة، على الرغم من توقّعمسؤولي الصحف الأعضاء في اتحاد الصحافة الخليجية في ندوتهم التي أقيمت في المنامة في العام 2009 بعنوان "انعكاسات الأزمة

¹تحسين، منصور، رحباني، عيبر شفيق جورج، (2013)، مرجع سابق، ص 190.

²السابق نفسه، ص 193.

المالية العالمية على الصحافة الخليجية"؛ مرور الصحف المطبوعة في الدول العربية بأزمة مالية مضاعفة خلال السنوات العشر المقبلة (أي حتى 2019 على الأقل)، فضلاً عن خسارة أكثر من 50% من القراء، وعزوف المعلنين الذين سيفضّلون الإعلان عبر الإنترنت والهواتف النقّالة، حيث قد تبلغ عائدات الإعلام الرّقمي عالمياً 50 مليار دولار في العام 2020¹.

وفي العام 2014، صدر كتاب في المملكة العربية السعودية تناول عدداً من القضايا المرتبطة بالإعلام الرّقمي الجديد، وقال فيه المؤلفان بصفر والقّداح، إنّ الأصل في النّشر هو جودة المادّة في الأساس وليس وسيلة النشر، فإنّ كانت المادّة عميقة وجديدة فيمكن اختيار طريقة ووسيلة حملها، وأشارا إلى أنّ "المؤسسات لن تتأثّر إذا حاولت أن تكون مؤسسات إعلاميّة في الأساس؛ سواء كانت إعلامية مطبوعة أو إلكترونية، والمؤسسة الإعلاميّة إذا كانت ناجحة على الورق فإنها ستنتج إلكترونياً، والمؤسسة التي تراوح على الورق ستراوح إلكترونياً؛ لأنّ هذا يعتمد على المادّة والرؤية والمستوى المهني لدى القائمين على أيّ مؤسسة كانت"²، وتوقع الباحثان ألا يظهر تأثير الإعلام الإلكتروني على الصحف المطبوعة في الشرق الأوسط قبل 10 سنوات حينما يتوسّع الإنترنت ويصل إلى دول الشرق الأوسط بنسب عالمية³.

وفي الكتاب نفسه يشير الباحثان إلى أنّ "السقوط التدريجي للصحف الورقيّة مقابل الإلكترونيّة، جعل الكثير يتكهّن بانقراض الصحافة الورقيّة، وربما اختفائها نهائياً بعد أعوام قليلة، تباينت التقديرات في تحديدها على وجه الدّقة، وقد يكون من المنطقي جداً تغلّب الصحافة الإلكترونيّة والإعلام الإلكتروني بشكل عام في وقت قريب (...). غير أنّ القول بضرورة اختفاء الطّباعة الورقيّة أو الجزم باندثارها تماماً، ليس له ما يبرّره، فالإذاعة، رغم انتشار الفضائيات والحدّ من تأثيرها واستخدامها، فإنها لا تزال عنصراً ووسيلة مهمّة من وسائل الاتّصال والإعلام"⁴. غير أنّ ما لم يلتفت إليه الكاتبان هنا هو أنّ الكلفة الماديّة الضخمة التي تتكبّدها الصحف

¹ السابق نفسه، ص 193.

² بصفر، حسّان بن عمر، القّداح، حامد بن محمد. (2014)، الإعلام الرّقمي الجديد: أدواته وأشكاله واستراتيجياته، الرياض: خوارزم العلمية: ناشرون ومكتبات، ص 112.

³ السابق نفسه، ص 113.

⁴ السابق نفسه، ص 119.

يوميّاً من طباعة وتوزيع، تختلف عن البثّ الإذاعي الذي هو أقلُّ أشكال وسائل الإعلام التقليدية كلفة قياساً بالصُّحف والتلفزيون.

وفي ملفٍّ خصّصته مجلّة "الفصل"^{*}، عن الصّحافة الورقيّة، تتالت الشهادات والآراء التي تشير جملتها إلى قرب نهاية عهد الصّحافة الورقيّة إلى غير رجعة. وقد عمد الباحث لإفصاح مجالٍ واسعٍ لاستعراض هذا الملف هنا لثلاثة أسباب:

السبب الأوّل: نظراً لحداثة الملفّ، ذلك أنه نشر في عدد المجلة يوليو/أغسطس 2017.

السبب الثاني: لأنّ الشهادات أتت من مشغّلين في المؤسسات الصحافية نفسها، والعدد الأكبر منهم يشغل (أو كان يشغل) مراكز قياديّة في هذه المؤسسات، وكذلك مراقبين قريبين من الحقل الصحافي، يرون المتغيّرات ويلمسونها، ويعاني البعض منها.

السبب الثالث: ما ورد في الملف كان يتناول وضع الصّحافة المطبوعة في الوطن العربي، وكان التركيز كبيراً على منطقة الخليج العربي، ومنها مملكة البحرين، وهذا ما يجعله أكثر قرباً من موضوع الدّراسة التي يقوم بها الباحث.

قام الباحث بتقسيم الاتجاهات الرئيّسة للآراء الواردة في الملحق الموسّع إلى أربعة محاور:

أولاً – أهميّة الصّحافة المطبوعة: يقول حمزة عليّان^{*}: "في السّابق لم يكن هناك من ينافس الصُّحف اليومية في التّوزيع والوصول إلى القارئ، سوى من يطبع أولاً وينزل إلى السّوق عن طريق الباعة أو المشترّكين، أمّا اليوم فالأدوات التي كانت تُستخدم في إنتاج الصّحيفة وتحريرها وتوزيعها انقلبت رأساً على عقب"¹.

^{*}مجلة ثقافية شهرية تصدرها "دار الفصل الثقافية" التابعة لمركز الملك فيصل للبحوث والدراسات الإسلامية، وقد تأسست العام 1977. حمزة عليّان، أحد منظّري الصّحافة في شقّيها المطبوع والإلكتروني، وله العديد من الإسهامات في هذا الجانب، وهو واحد من الخبراء في الصّحافة الكويتيّة، ويعمل سكرتير تحرير ومدير مركز المعلومات والدراسات في صحيفة "القبس" الكويتيّة.

¹ فرزات، عدنان. (2017)، الصحافة الخليجية تتحرّس على أموال الإعلانات.. وتقتش عن بدائل، مجلة "الفصل"، العددان 489-490، يوليو/أغسطس، <http://www.alfaisalmag.com/?p=5473>، آخر زيارة للموقع 25 أكتوبر 2017.

يتحدث عليّان عن التجربة الكويتية في إنتاج الصحف اليومية التي تعتمد على عنصرين أساسيين: التفرّد والخصوصية من جهة، وسرعة الطّرح اليومي في الأسواق من جهة أخرى. الخاصيّة الثّانية (السّرعة) قد جرى تجاوزها مراراً من قِبَل الوسائل الجماهيرية الأخرى منذ ظهور الإذاعات، لذا يبقى السّؤال يدور على العنصر الأول: التفرّد والخصوصيّة، أي الجودة. وهذا هو السّؤال الذي طرحه مدير تحرير مجلة "العربي" الكويتية قائلاً: ما مستوى الجودة الذي تقدمه الصّحافة الورقيّة؟ وهل المشكلة في بروز منافس مثل مواقع التّواصل الاجتماعي والصّحف الإلكترونيّة، أم في جودة ما تقدّمه الصّحف الورقيّة نفسها؟¹

تتبع أهميّة الصّحيفة الورقيّة من كونها تجد القبول والإقبال لدى الجمهور، وما لم تجد هذين العنصرين، ومتى ما كان وجودها كعدمه لأنّ الجمهور لديه من البدائل ما يغنيه عنها؛ فإنّ حتميّة اختفائها ستكون أقرب إلى الحدوث، وإنّ صاحبَ هذا الرّأي ضيقاً لدى قطاع من الجمهور الذي اعتاد وجود الصّحيفة مع اختلاف أولويّتها بالنسبة له. وفي هذا يطرح رئيس تحرير صحيفة "الأنوار" التّونسية الأسبوعية نجم الدّين العكاري، رأيّه قائلاً: "للتدليل على أنّ الصّحافة الورقيّة في تراجع، يشمل حجم السّحب (الطبّاعة) والتّوزيع وحجم التّأثير في الرّأي العام؛ فإنه يُلحظ أنّ الصّحافة الحزبيّة اختفت تماماً أو تكاد؛ إذ أنّ البلاد تضمّ نحو 210 أحزاب، ولا توجد فيها إلا صحيفة أسبوعيّة واحدة هي "الفجر" تصدر بانتظام، وهي تابعة لحركة النّهضة الإسلاميّة، في حين تعتمد بقية الأحزاب، ذات الحضور القويّ في المشهد السياسي، على مواقع إخباريّة تابعة لها أو ممولة جزئيّاً منها، وصفحات الفيسبوك للدّعاية لأنشطتها والتّرويج لأفكارها".

وللتدليل أيضاً على ضعف مقرونيّة الصّحف الورقيّة التّونسيّة خلال السّنوات الأخيرة في بلد تعداد سكّانه 11 مليون نسمة؛ فإنّ الصّحيفة الأولى انتشاراً، وهي جريدة "الشروق" اليومية، لا يزيد سحبها عن 80 ألف نسخة، في حين أنّ سحب يوميات وأسبوعيات أخرى، لا يتعدّى عشرين ألف نسخة، ولا يصل إليها أحياناً².

وفي مقابل ذلك؛ هناك من مسؤولي الصّحف المطبوعة من يعتقدون، بثقة، أنّ ما يجري الآن ليس أمراً دائماً، كما يعتقد جازماً رئيس تحرير صحيفة "الرؤية" الإماراتية محمد التّونسي بقوله: "ليست الحال سيّئة

¹ السابق نفسه.

² زين عمار، ميلود. (2017)، صحافة دول المغرب العربي.. نهايات مأساوية.. وأفق مسدود، مجلة "الفصل"، العددان 489-490، يوليو/أغسطس، <http://www.alfaisalmag.com/?p=5499>، آخر زيارة للموقع 25 أكتوبر 2017.

إلى هذا الحدّ بالنسبة للصُّحف الورقيّة، فالمعلن لا يزال يثق بها، والقارئ يبحث عنها. الفارق الآن هو هامش المنافسة الذي خلقته وسائل التّواصل والمنصّات الإلكترونيّة التي تتفوق بالسّبق الخبري، لكن الأشكال الصّحافيّة الأخرى لا تزال حيّة وقادرة على إيجاد مكان لدى القارئ (...) لم تنتهِ الصّحافة الورقية بعد لتتحدّث عنها بصيغة الرّاحلة، وإنّ كانت بعض الصُّحف تبادت في اعتقادها بعدم وجود منافس، وهو ما أثر في أرقام التوزيع، لكنّها، حتى اللحظة، لا تزال لاعباً أساساً في الإعلام¹.

وفي هذا حدثت تفضيلات بين الشكّلين الصّحافيين: المطبوع والإلكتروني، وصار لكلّ شكل فريق يدافع عنه بقوة، وصار ردّ فعل بعض الصُّحف الورقية عنيفاً، في حين أن بعض رُود الوسائل الجديدة كانوا إقصائيّين، وهو ما أدّى إلى الاعتقاد بأنّ هناك نوعين من الصحافة: تقليدي/ورقي وإلكتروني، وهذا أمر مؤقّت وكان يمكن ألا يوجد لو كانت هناك مبادرة من الصُّحف الرّائدة التي هي الأصل لفهم التغيّرات والتعامل معها بواقعيّة ومهنيّة، فالحماس لمهنة الصّحافة يجب ألا يُختزل في التّعصب للشكّل الذي تقدّم به². كما يقول الأكاديمي والإعلامي السّعودي محمد الحيزان.

ثانياً - طبيعة الإدارة وإدراك المتغيّرات: وهو ما يتعلّق بمراقبة البيئة. والبيئة هذه المرّة هي بيئة العمل والمجال الذي تعمل فيه الصّحافة. هذه المراقبة تحتاج إلى حساسية عالية جداً في إدراك التغيّرات، وتوقّع ماالذي يمكن أن يجري في السّنوات القليلة المقبلة، ورسم السيناريوهات التي يمكن أن تجنّب المؤسّسة مشكلة التآخّر في اتّخاذ الخطوة المناسبة للإنقاذ، فتضطر لأخذ الحلول الصّعبة والمؤلمة.

يتفق اثنان من الإعلاميين السّعوديين، وهما الكاتب الصّحافي عبدالله الكعبد، ورئيس التحرير السّابق عبدالوهاب الفايز، على تحميل مجالس إدارات الصُّحف، الأوضاع التي وصلت إليها. ففي رأي الكعبد، أنّ الإشكاليّة الحقيقيّة تكمن في مجالس إدارات هذه الصُّحف "إنّها لم تكن تفكّر أصلاً على المدى البعيد؛ بل إنّ الجميع كان تفكيره ذا أفقٍ قصيرٍ ولم يتجاوز كفيّة تسويق الصّحيفة على مستوى الإعلانات لدى المعلن"³.

¹ فرزات، عدنان، مرجع سابق.

² الحيزان، محمد. (2017)، لتبقى المهنة.. تخلصوا من عقلية الورق، مجلة "الفصل"، العددان 489-490، يوليو/أغسطس، <http://www.alfaisalmag.com/?p=5436>، آخر زيارة للموقع 25 أكتوبر 2017.

³ الدغفق، هدى، السبحاني، فواز. (2017)، الصحافة السّعودية: الحاجة إلى عقلية استثمارية مختلفة وتعزيز مواقعها الإلكترونيّة، مجلة "الفصل"، العددان 489-490، يوليو/أغسطس، <http://www.alfaisalmag.com/?p=5482>، آخر زيارة للموقع 25 أكتوبر 2017.

فيما رأي الفاييز يشير إلى ضيق أفقٍ صاحبٍ متّخذي القرار في الكثير من الصُّحف، إذ أنهم حاربوا في السّاحة الخطأ للمعركة. فالقائمون على الصّحافة الورقية "كانوا يضعون في تفكيرهم أنّ خصمهم الوحيد والأوحد هو الصّحف الإلكترونيّة؛ لذلك أخذوا بجهد وتكاليف قليلة استقطاب عقليّات تقنيّة لإنشاء مواقع متطوّرة؛ كي يدخلوا في منافسة مع المواقع الإلكترونيّة، والذي حدث هو عكس ذلك تماماً (...). الصّحف الإلكترونيّة نفسها أصبحت في المأزق نفسه؛ لأن الضّربة أتت من مواقع التّواصل الاجتماعي وليس من بدائل الصّحف الورقيّة، مثل المواقع الإلكترونيّة المتخصّصة في الجانب الإعلامي"¹. ذلك أنّ التلاحق التكنولوجي لم يدع مجالاً كافياً للمؤسسات الصحافية لتطوّر أدواتها، وتستوعب الجديد أولاً، وهو التواجد على الشبكة ودعوة الجمور للذهاب إليها متى ما شاء؛ بل الأمر تعدّى ذلك إلى أن المواد الإعلامية صارت تأتي إلى الجمهور أينما كان، وساعة يشاء المرسل، وذلك عبر تطبيقات الإعلام الاجتماعيّ، عبر الهواتف النّقالة.

وفيما ينحو البعض باللائمة على عوامل متعددة أدّت إلى تنامي القول بالصعوبات الجمة التي تحيط بالصحافة المطبوعة؛ فإن الصحافة الورقية تواجه تحديات عدة، ليست بسبب سطوة التقنية وهيمنة شبكات التواصل الاجتماعيّ، بل بسبب هشاشة البنى الصحافية، وتغيّر اقتصاديات الإعلام، وضعف إدارة المؤسسات الإعلامية، وبخاصة مع غياب الصحافة الاستقصائية، وهيمنة الأداء التقليدي في السياسات التحريرية للصحف الورقية التي تنتظرها تحديات الإفلاس وشبح الإغلاق خلال سنوات معدودة². فهي في رأي الفرم جملة من العوامل تضرب في بنية هشّة، معتقداً أنّ البنية لو كانت صلبة، وجرى الأخذ بالأسباب الإدارية، والتحريرية والمادية، لما دار الحديث عن قرب نهاية الصّحافة المطبوعة.

وبشكلٍ صريحٍ يقول ناشر موقع "إيلاف" الإخباري عثمان العُمير: "لم تفعل الصّحافة الورقية شيئاً خاطئاً لتؤول الأمور إلى ما آلت إليه، فهي فقط تعاملت مع عادات الزمن؛ لذا فإنّه من المستحيل الآن أن تُعيد الكرّة من جديد سوى من خلال استخدام الوسائل التكنولوجية التي أصبحت ضرورة، وأصبح القارئ المستفيد هو الذي يتحكّم في القبول من عدمه. الآن لا تستطيع أن تطوّر صحيفة وتجعلها كما كانت قبل خمسة عشر عاماً. معظم ما نراه الآن هو أن الصّحف تتجه إلى وسائل الاتصال الاجتماعي وإلى تطوير نفسها بشكل

¹السابق نفسه.

²السابق نفسه.

جذري، كما نرى في "واشنطن بوست" التي ألغت طبعتها الورقية، لكنها ناجحة في استخدامها لوسائل التواصل الاجتماعي، وكذلك عدد من الصحف في العالم اتجهت إلى هذا الاتجاه¹.

ثالثاً- الإدارة المالية للمؤسسات الصحفية: تنتهم الإدارات المالية في عدد من الصحف المطبوعة بارتكاب واحد، أو أكثر، من ثلاثة أخطاء مالية. وهي أن مجالس الإدارات لم تنتظر للصحافة على أنها "صناعة" ولها أصولها، بل إنها استثمرت مدراً للأرباح، ولذا فإنّ عبدالوهاب الفايز، رئيس التحرير السعودي السابق، يشير إلى أنّ "من يديرون المؤسسات الصحفية الورقية لم يكونوا يستثمرون الأرباح السابقة، وهذا هو الذي دمر الصحف. إنهم يأخذون الأموال ويضعونها في جيوبهم، وهو ما جعل مستقبل الصحف مخيفاً وخطراً"².

الفايز نفسه، يقول إن الإدارات أساءت استثمار الأرباح التي جنتها في الأيام التي كانت فيها الصحف في قمة قوتها وعطائها، واستثمرت المداخل في الأماكن غير الصحيحة، ويؤكد "كان رئيس التحرير يريد مزيداً من المكاتب لمحاربه، وتوزيع مكافآت للكُتاب مُبالغ فيها، إلى جانب استكتاب كُتابٍ مجاملةً، إضافة إلى تشييد مباني هائلة، وكان الصحف وزارات أو إمبراطوريات، كل ذلك أسهم في تفاقم المشكلة؛ من ناحية زيادة المصاريف؛ ففي "عكاظ" مثلاً كانت أرباح إحدى السنوات نحو 500 مليون ريال، وخُصم نحو 400 مليون ريال مصاريف على المنشآت التي قامت ببنائها والمكاتب التي أسستها"³.

والوجه الثالث من أوجه الأخطاء المالية في المؤسسات الصحفية، كما رآها الخبير الاقتصادي مازن السديري* أنّ بعض الصحف "فكرت في الاستثمار على مستوى شراء مطابع جديدة، إلا أنّ هذا الاستثمار يُعدُّ هدرًا ماليًا، ويعبر عن غياب عقلية تقرأ مستقبل الإعلام الورقي بشكل حقيقي (...). هناك بعض الصحف حالياً تحتاج إلى الإنقاذ المبكر؛ نظراً لقرب موتها كصحيفة "الوطن" تليها "الشرق"⁴**.

¹العمير، عثمان. (2017)، الصحافة الورقية صناعة انتهت، مجلة "الفيصل"، العددان 489-490، يوليو، أغسطس، <http://www.alfaisalmag.com/?p=5444>، آخر زيارة للموقع 25 أكتوبر 2017.

²الدغفق، هدى، السبحاني، فواز، (2017)، مرجع سابق.

³السابق نفسه.

*ابن عميد الصحافة السعودية الراحل تركي السديري.

⁴السابق نفسه.

**أوقفت صحيفة "الشرق" نسختها المطبوعة في مايو 2017.

فهذه الأخطاء المالية والاستثمارية، من وجهة أشخاص في المهنة، من شأنها أن تضع الكمّ الأكبر من مداخل الصحيفة التي حققتها عبر السنوات، في استثمارات لا جدوى منها، وذات بعد في الآجال لاسترداد قيمة الاستثمار فيها (كالمطبعة)، أو ما يمكن اعتباره هدراً (كالمقرّات الفخمة، والاستكتاب غير العائد بأي عائد أو ربح على الصحيفة، وغيرها)، ويمكنها أن تجعل المؤسسة الصحافية "مكشوفة" مادياً أمام المتغيرات التي لا يمكن التنبؤ بمدى ما يمكنها أن تؤثره على الصحيفة نفسها.

رابعاً - عوائد الإعلانات والاشتراكات: هذان العاملان هما "الخبز والزبدة" لأيّ صحيفة غير حزبية، فالصحيفة تصدر عن مؤسسة تجارية في المقام الأول، ولكي تستمر هذه المؤسسة فلا بدّ لها من اجتذاب جمهور من المشتركين، ويجري تسويق هذا الأمر على شركات الإعلان لمنح الصحيفة ذات المبيعات الأعلى والاشتراكات الأعلى، النصيب الأعلى من الإعلانات التجارية، والتي تتراوح أسعارها من بلد إلى آخر، بحسب الاتساع الجغرافي، وتعداد السكان القارئ للصحيفة، والقوة الشرائية. وللحصول على هذين العاملين (الاشتراكات والإعلانات) فلا بدّ من أن يكون للصحيفة خطّ تحريري، وطريقة عرض فنية، وتميّز عن غيرها من الصحف. يعتقد رئيس تحرير صحيفة "الكويتية" السابق، والأمين العام للملتقى الإعلامي العربي ماضي الخميس، أنّ من الواضح أنّ الصحافة الورقية تأثرت جدّاً وتراجعت مبيعاتها، والإعلان أصبح يتّجه إلى "الديجيتال ماركت" لأنّ الإعلان يجذب لقوّة التأثير وسهولة ووفرة الانتشار، كما أنّ التأثير يختلف اليوم، فأصبح الإعلام الإلكتروني الأشدّ تأثيراً من الورقي أو التقليدي، وهو ما جعل الصحف الورقية تنفق على مواقعها الإلكترونية، كما أصبح إنشاء مؤسسة إلكترونية أقلّ تكلفة من الورقية¹.

لقد كان في الاعتقاد، وحتى سنوات قريبة، أنّ الصحافة لها تأثير بالغ وتغلغل في أوساط الناس، النخب منهم والطبقات الأخرى من المجتمع، إلّا أنّ هذا الاعتقاد ما عاد صليلاً كما كان في السابق "فقبل سنوات كان الإعلان محصوراً في وسائل الإعلام المطبوعة مثل: الصحف والمجلّات، والمرئي كالتلفزيونات في الغالب، أمّا الآن فقد جاء من يأخذ من حصّتها، وأعني بها مواقع التواصل الاجتماعي، فواحدة (فاشينستا) ممن تمتلك موقعاً بالسوشيال ميديا لديها من المتابعين (Followers) ما يتجاوز الـ 100 ألف متابع، أي أكثر من توزيع

¹ فرزات، عدنان، (2017)، مرجع سابق.

صحيفة يومية مرتين، أي باتت تتنافس الصحيفة في عقر دارها، وهذا ما نعيشه ونتعامل معه؛ لأنَّ صاحب الإعلان همَّه أن يصل إلى أكبر شريحة من الجمهور، وهو ما سوف يجنيه ويحققه بالتأكيد¹.

وبحسب حمزة عليان، وهو ما يتفق فيه معه مدير تحرير مجلة "العربي" إبراهيم المليفي، يعرب عن اعتقاده قائلاً: "الإعلان هو الذي بإمكانه إنقاذ الصحف الورقية اليوم من حاقّة "التقليدية" والانهيـار. وسائل التواصل الاجتماعي بدأت تسحب البساط الإعلانـي والخبري من الصحف الورقية، بل إنَّ بعض مشاهير التواصل الاجتماعي أصبحوا الأبرز إعلانياً؛ لأنَّ السُّوق الإعلانـية أوجدت لنفسها علاقات واسعة في مواقع التواصل الاجتماعي"².

¹السابق نفسه.

²السابق نفسه.

المبحث الرابع

الإنترنت والإعلام الاجتماعي

يُعدّ ظهور شبكة الانترنت وانتشارها بشكل كبير على مستوى العالم، واحداً من الطفرات الكبرى التي حدثت على كافة المستويات، إذ دخلت الإنترنت في التجارة، والأعمال، والتعليم، والتأليف، والمعاملات والمصرفية، والطب، والنشر، والكثير من الشؤون الأخرى ومن بينها الإعلام، فهناك من يعتبر أنّ توفر الإنترنت "حقاً"، ويشبّه ماكفيل أهمية الإنترنت ومكانتها بالنسبة لعصر المعلومات، بأهمية ومكانة اختراع المركبات المتحرّكة في عصر الثّورة الصناعيّة "فالإنترنت اليوم وسيلة اتّصال جماهيرية خلقت بُعداً جديداً في منظومة الإعلام الدولي"¹.

وعملت هذه الشّبكة، مع المخترعات الحديثة الأخرى، على تغيير الكثير من الأنماط المعيشية التي عرفتتها المجتمعات على مدى قرون، كما أنّها غيّرت أيضاً طبيعة الوظائف، فألغت الكثير منها، والأكثر منها سيلغى أيضاً ويتحول وتستجدّ وظائف أخرى، وأدمجت وظائف، وصار جزءاً غير يسير من الوظائف يُدار عبر الإنترنت. وتقاربت العلوم بشكل كبير فيما بينها، حتى بات من غير الممكن فصل تكنولوجيا المعلومات عن تكنولوجيا الاتصال، حيث جمع بينهما النظام الرّقمي²، وصار من الواضح جداً "تقارب شبكات الكمبيوتر، وأجهزة الاستقبال التلفزيوني الدولي، الهواتف واتّصالاتها، وكذلك التّقنيات مع المعلوماتية المحليّة، مثل الصّحافة والمجلّات والإذاعة والتلفزيون، والتي يعتبرها البعض إشارة للثّورة الرّقمية، فهناك الصّوت والصورة المتحرّكة وبيانات أخرى تحوّل إلى اللغة المشفّرة (رقميّة ثنائيّة)، وفي هذه الحالة يمكن للكمبيوتر أن يقرأ وكذلك أن يتبادل، وبسرعة، مع أجهزة كمبيوتر أخرى"³.

¹ ماكفيل، توماس إل. (2012)، الإعلام الدولي: النظريات، الاتجاهات، والملكية، العين: دار الكتاب الجامعي، 443.

² الفيصل، عبدالأمير. (2014)، مرجع سابق، ص 18.

³ الدليمي، عبدالرزاق محمد. (2011)، قضايا إعلامية معاصرة، عمّان: دار المسيرة للنشر والتوزيع والطباعة، ص 78.

ونتيجة لهذا التقارب بين تكنولوجيا المعلومات وتكنولوجيا الاتصالات؛ ظهر ما أُطلق عليه "الإعلام الجديد"، وهو مصطلح غير قارٍ، ولكن أُطلق عليه هذا المسمّى ليجري تفريقه عن الإعلام القديم، أو التقليدي، أو الجماهيري، القائم على شكل واحد من أشكال الإنتاج أو البث، فقد "ساهمت الثورة التكنولوجية في مجال الاتصال في التغلّب على الحيز الجغرافي والحدود السياسيّة، وأحدثت تغييراً بنيوياً في نوعيّة الكمّ والكيف في وسائل الإعلام. والمقصود بوسائل الإعلام الجديدة New Media ببساطة هي وسائل الإعلام الرّقمية Digital، والشبكيّة Internet، والتفاعليّة Interactive وذلك لتفريقها عن وسائل الإعلام التقليديّة (المطبوعة والمسموعة والمرئيّة)¹، فغدت الشُّروط/الميزات الثلاثة المتقدّمة، عبارة عن وجه هذا الإعلام الجديد والمغاير الذي بسط شكله، وفرض شروطه على جميع أشكال الإعلام.

في العام 1999، بدأ عصر جديد في الإنترنت، وهو الجيل الثاني من الشبكة، والمعروف بـ Web 2.0 والذي يختلف عن الجيل السابق، وجرى طرح هذا الجيل بقوّة في العام 2004، فتضمّن هذا التطوير ميزات وإضافات ما كانت معروفة من قبل، تتيح تفاعلاً أكبر مع المستخدمين، وتعاوناً بينهم أيضاً. فظهرت - بفضل هذا التطوير الجديد في الشبكة - المدوّنات Blogs، ومواقع الويكي Wiki وأشهرها عالمياً موقع ويكيبيديا Wikipedia الذي يفتح المجال أمام المستخدمين للكتابة والشُّطب والإضافة والتّعديل والتّحسين. وظهر أيضاً، تبعاً لهذا الجيل الجديد من الإنترنت: الإعلام الاجتماعي، أو سائل التواصل الاجتماعي Social Media، وهناك اليوم أكثر من 1400 تطبيق من تطبيقات الإعلام الاجتماعي، أشهرها: فيسبوك، وتويتر، وانستغرام، ولكنديان، وغوغل+، وغيرها من التّطبيقات والبرامج التي اجتذبت مليارات من البشر لاستخدامها، وتبادل المعلومات عن طريقها، والمشاركة، والكتابة، والبثّ، مع تعدّد كبير جداً لاستخدامات أوجه وتطبيقات الإعلام الاجتماعي.

¹ الغامدي، قينان عبدالله. (2012)، التوافق والتنافر بين الإعلام التقليدي والإعلام الإلكتروني، ورقة بحثية مقدمة إلى ندوة "الإعلام والأمن الإلكتروني"، جامعة الأمير نايف العربية للعلوم الأمنية، ص 7.

الإنترنت والإعلام الاجتماعي في الوطن العربي

مع دخول خدمة الإنترنت بشكل واسع على نطاق عالمي في منتصف العقد الأخير من القرن الماضي، حيث كان عدد من يرتبط به عالمياً لا يزيد عن 16 مليون شخص من سكان العالم يشكلون نسبة 0.4%؛ بدأت الدول العربية تدخل الإنترنت سريعاً، وتتناقل مواقع عربية أن تونس أولى البلاد العربية التي أدخلت الإنترنت في العام 1991، وبدأت الدول العربية تُدخل، تباعاً، هذه الخدمة الجديدة.

أحدثت شبكة الإنترنت - على امتداد ما يزيد عن عقدين من الزمن - ثورة في العالم امتدت في الكيفية التي يتم بها تخزين المعلومات، ونشرها، والبحث عنها واستعادتها واستهلاكها. وانتشر التأثير المتصاعد لهذه الثورة على نطاق واسع جداً بحيث صارن هذه الوسيلة مؤثرة في كل ما حولها من أعمال، وتخطى التأثير الحدود الجغرافية والثقافية، فبات ويؤثر على الناس في حياتهم اليومية². كما صار مطلبهم اليومي، وتتابع العرب في النفاذ إلى الإنترنت. وأياً ما كانت الصعوبات التي تحول دون ارتفاع أعداد العرب النافذين إلى الإنترنت؛ إلا أن نسبتهم في عدد من البلدان تتخطى التسعين في المئة، كما أن نسبة نفاذ العرب إلى الإنترنت أعلى بقليل من المتوسط العالمي.

ويشهد الوطن العربي نمواً كبيراً في النفاذ إلى شبكة الإنترنت، ففي حين قدر موقع إحصائيات الإنترنت العالمي Internet World Stats في آخر ديسمبر 2017، أن نسبة المرتبطين بالإنترنت في الشرق الأوسط يشكلون 3.6% من النسبة العالمية من المرتبطين بالإنترنت، فإنّ تصل نسبة النفاذ إلى الإنترنت في هذه المنطقة يصل إلى 57.8% بالنسبة لعدد السكان، بينما المتوسط العالمي 50.1%، وتعدّ منطقة الشرق الأوسط ثاني أعلى المناطق في العالم من حيث النمو في الطلب على الإنترنت في الفترة من 2000 - 2018 إذ بلغت نسبة النمو 4378%³.

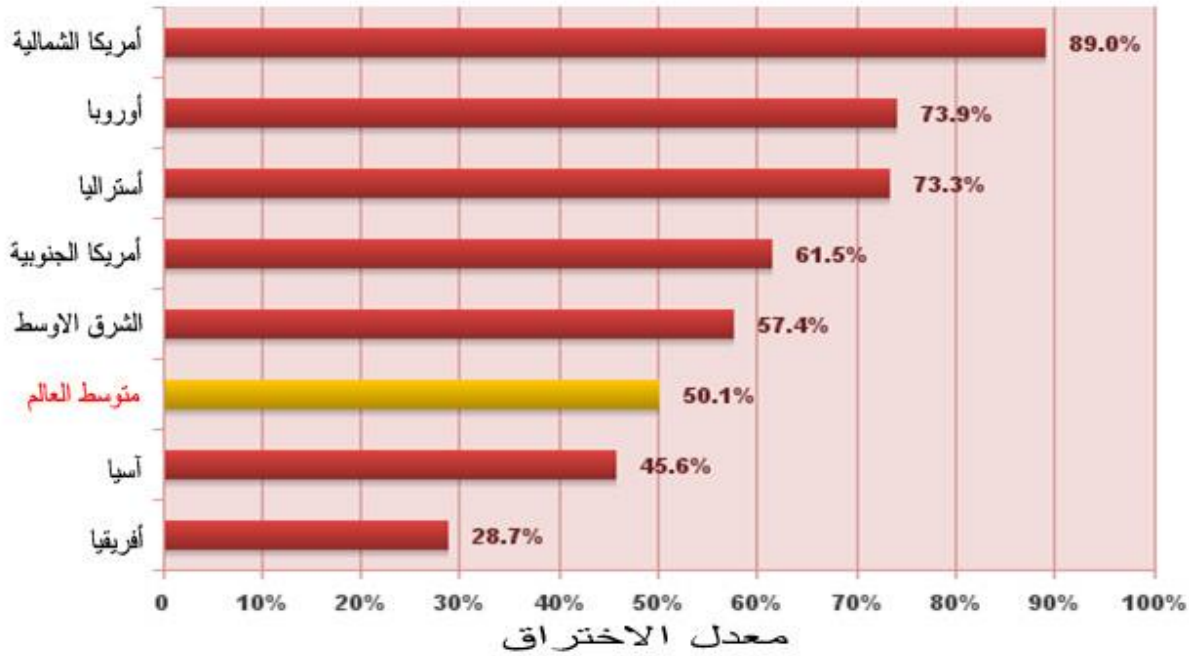
¹ موقع Internet World Stats <http://www.internetworldstats.com/emarketing.htm> ويذكر الموقع نفسه أنه في يونيو 2017 بلغ عدد المشتركين 3885 مليون مستخدم يشكلون ما نسبته 51.7% من سكان العالم. آخر زيارة للموقع 12 أكتوبر 2017.

² Alejandro, Jennifer, ibid, p3.

³ آخر زيارة للموقع بتاريخ 18 فبراير 2018 <http://www.internetworldstats.com/stats.htm>

الشكل (2)

معدل النفاذ (الاختراق) العالمي للإنترنت بحسب المناطق الجغرافية - ديسمبر 2017¹



فإضافة إلى عامل الوقت، وهي الميزة التي فقدتها الصحافة المطبوعة، إذ أثر عليها كثيراً انتشار المحطات الإذاعية في الثلث الأول من القرن العشرين، ثم المحطات التلفزيونية في موجتها الأولى في الخمسينات من القرن الماضي، ثم موجة المحطات الفضائية التي "ظهرت في العالم العام 1967، بظهور ما أطلق عليه "التلفزيون العالمي" من خلال الأقمار الأربعة التي كانت موجودة حينئذ²؛ لم يعد بإمكان الصحافة المطبوعة التّباهي بأنها نشرت "آخر خبر"، إذ يمكن للصحيفة الرقمية، أو الموقع الإخباري أن يتجدد باستمرار في حين أنّ الصحافة المطبوعة، لا تتمكن من ذلك. وقد أدركت الكثير من الصحف أنّ ليس في صالح مواقعها الإلكترونية أن تماشي الصحيفة المطبوعة، بينما إمكانات هذه المواقع أكبر من ذلك بكثير، وهذا ما حدا بكثير

¹Penetration Rates based on the world population Internet world stats, 31, Dec, 2017, <https://www.internetworldstats.com/stats.htm>

² حافظ، عبدالرحمن (2005). الفضائيات العربية ومتغيرات العصر: أعمال المؤتمر العلمي الأول للأكاديمية الدولية لعلوم الإعلام. كلمة افتتاحية. القاهرة: الدار المصرية اللبنانية. ص 17.

من المؤسسات الصحافية لأن تطلق العنان لهذه المواقع لتتجاوز الصحيفة المطبوعة وتجاري التّحديثات الإخبارية اللحظية كسباً للمتابعين، مع وجود المستندات المحمولة، أو الشائع تسميتها صحافياً "النسخة المصورة" (PDF)* الثابتة لمدة 24 ساعة.

لقد غيرت ثورة الاتصالات الكثير من المفاهيم التي اعتُبرت قارّة لعقود طويلة من عمل المؤسسات الإعلامية، سواء كانت المطبوعة أم المسموعة أم المرئية، لأنها "مؤسسات"، تلتزم بما توافقت عليه الكثير من المجتمعات في العالم بما عُرف بـ "المسؤولية الاجتماعية" والتي تذهب إلى ضرورة تحرُّر وسائل الإعلام من القيود المُسبقة التي تضعها الحكومة، وضرورة التزام هذه الوسائل الجماهيرية بخدمة الصّالح العام بدلاً من خدمة من يملكونها فقط¹، وصارت تتميز بما يلي:

1- الاندماج **Convergence**: بمعنى زوال الحدود التقليدية بين أنواع التكنولوجيا الاتصالية كما نعرفها الآن، ويستطيع الفرد باستخدام جهاز الكمبيوتر (أو أي وسيط آخر كالهواتف الذكية) أن يتلقّى المعلومات والتّسلية ويعالجها ويصنّعها ويخزّنها، ويرسلها.

2- التفاعلية **Interactivity**: وتعني أن البيئة الاتصالية الجديدة توفر فرص الاتّصال في اتجاهين Two Way Communication، فالفرد لن يصبح متلقياً سلبيّاً للمعلومات، ولكن يمكنه الدّخول إلى قواعد المعلومات ليحصل على ما يشاء من معلومات حول أيّة قضية، وأن يستخدم هذه المعلومات ويرسلها، كما أنّ الأخبار المفاجئة Breaking News ستكون متاحة بحسب اختيار الفرد الذي لن يكون مضطراً أن ينتظر حتى الوقت المحدد ليشاهد نشرات الأخبار، حيث أن تدفق الأخبار سيكون متاحاً بشكلٍ دائمٍ².

فوسائل الإعلام الجماهيرية مثل النّشر، المتمثّل في الصّحافة المطبوعة، تستخدم المطبعة، والتّداول مقتصر على الموقع الجغرافي، وأيّ تجاوز له يعني زيادة كبيرة في أُجرة النّقل، أو البريد، وتخطّي الحدود. كما أنّ البثّ عبر الإذاعة والتلفزيون يعتمدان على معدّات باهظة الثّمّن لنقل الإشارات في جميع أنحاء البلاد، والإقليم أو العالم

*اختصاراً لعبارة Portable Document Format

¹ مكاوي، حسن عماد (2006). أخلاقيات العمل الإعلامي: دراسة مقارنة، القاهرة: الدار المصرية اللبنانية، القاهرة، ص 142.

² سليمان صالح، مرجع سابق، ص 62.

بأسره. أمّا الآن، فما أن يتّصل المستخدم بشبكة الإنترنت، حتى يصبح لديه حق الوصول إلى "المنصة" التي هي في آن واحد عالميّة ومجانيّة. النموذج الجديد يفترض أنّ الأجهزة نفسها ذكيّة. هذا يعني أنّ يقترح الفرد، أو يكتشف نماذج جديدة للاتصال والتنسيق من دون الحاجة إلى الحصول على إذن أحد. والقاعدة الآن، أنّ الفرد مع كاميرا أو لوحة المفاتيح، صار هو الناشر¹، سواء كان يهدف من وراء النّشر الرّبح أم لا.

وتتميز المواقع الإخبارية الرقمية بسهولة تعديل المعلومات وتصحيحها وتحديثها بعد النشر، وسهولة نقل المعلومة وتداولها وحفظها واسترجاعها وسرعة انتشارها، وإمكانية تضمين الخبر مقاطع صوتية، أو لقطات مصورة بالفيديو، مما يجعل التغطية أكثر ثراءً وجذباً للقارئ، وتعايشاً مع الحدث، وتوفّر أرشيفاً صحافياً ضخماً يتيح الحصول على المعلومات بسهولة ويسر من خلال محركات البحث، وعدم حاجة المؤسسات الصحافية إلى مقر يحتوي كل الكوادر العاملة، فالصحف الرقمية اليوم يعمل أغلبها عن طريق المراسلة الإلكترونيّة².

"كما تتمتع الصحافة الرقمية بهامش أكبر من الحرية بعيداً عن مقصّ الرقيب، والحرية الموجودة في هذه الصحف الرقمية أكبر من نظيرتها المطبوعة والتي تواجه قيوداً كثيرة لم تقتصر على المادة التحريرية فحسب، فحتى تعليقات القراء على الموقع الرقمي تخضع غالباً لمعايير شديدة الصرامة تتنافى مع حرية الإنترنت التي يريدها الجمهور، في حين نجد أنّ أغلب الصّحف الرّقمية تعطي هامشاً كبيراً من الحرّية في التعليقات تصل لحدّ التصادم والسباب "عند البعض "زيادة التفاعل والإقبال الجماهيري عليها"³. ومن وجهة نظر أخرى، لا تبدو الصورة بهذه الإيجابية على مطلقها في الوطن العربي، إذ هناك من يشير إلى تكاثر "حُرّاس البوابات" بشكل كبير في المواقع الرّقمية المنتشرة، خصوصاً وأنّ الدّول طوّرت أجهزة الرّقابة على الإنترنت، وصنّفت

¹ Alejandro, Jennifer, (ibid).p7

² سيد، محمد سيد محمد، (2012) مرجع سابق، ص 5.

³ السابق نفسه، ص ص 12، 13

المواقع فيها¹، كما انتبعت إلى الجانب التشريعي وسنت قوانين للجرائم الإلكترونية، ومنها مسألة النشر الإلكتروني بشتى أشكاله.

فحتى على النسخة الرقمية من الصحيفة أو الموقع الإعلامي الرسمي، يحرص القارئون على اتباع القوانين المنظمة لعملهم حتى لا يتضرر العمل في الصحيفة الورقة وهي المنتج الأساسي. لذا يكون في مقابل "حارس البوابة" أو "القائم بالاتصال"، في الصحافة المطبوعة؛ تقوم وسائل الإعلام التقليدي بوضع حارس بوابة على مواقعها الإلكترونية، وذلك بوضع تعليمات واضحة للمستخدم فيما يُعرف بسياسة الخصوصية، يحدد فيها ما هو مقبول وما هو غير مقبول بالنسبة لمساهمات القراء، وذلك التزاماً بالمعايير المهنية حيث تُمنع بشكل قاطع أيّ كتابات أو نشر لصور يمكن أن تتسبب في الإضرار بالآخرين، أو أيّ أمر آخر من شأنه تحميل الصحيفة أيّ تبعات قانونية. من ناحية أخرى تقوم الصحيفة بحذف أيّ شيء مسيء بمجرد علمها به.

وتضع النسخة الإلكترونية قواعد واضحة تلتزم بها لحماية المعلومات الخاصة بالعملاء وذلك بعد مبيعها للشركات الإعلان أو أيّ جهات أخرى².

وتعتبر وسائل التواصل الاجتماعي في العالم العربي جزءاً أساسياً من الحياة اليومية، ولا تقل أهمية عن الطعام والماء، حيث يستحيل على العديد من الأشخاص تخيل الحياة من دونها. ويشبه المستخدمون العرب وسائل التواصل الاجتماعي "بالعصا السحرية" التي تجعل العالم في متناول أيديهم. ويعتقدون أنّ وسائل التواصل الاجتماعي "تحسّن الحياة"، وتدخل البهجة وتضيف المزيد من الإثارة إلى حياتهم. فبالنسبة للعديد من الشباب العرب، البقاء على اتصال بوسائل التواصل الاجتماعي يجعلهم يشعرون بأنهم "على قيد الحياة". وينطبق هذا

¹ يورك. جيليان (2011). الرقابة على الإنترنت: اتجاه سائد الآن. البنك الدولي. متاح على <http://blogs.worldbank.org/arabvoices/ar/online-censorship-now-trending> يمكن أيضاً الاطلاع على تقرير: الحرية الزائفة: الرقابة على الإنترنت في الشرق الأوسط وشمال إفريقيا (2006). هيومان رايتس ووتش. متاح على <https://www.hrw.org/reports/2005/mena1105/introtunis.pdf>

² زيادة، جلال الدين الشيخ (2015)، العلاقة بين الإعلام التقليدي وشبكات التواصل الاجتماعي: الخصوصية والمهنية (دراسة مقارنة)، مؤتمر وسائل التواصل الاجتماعي: التطبيقات والإشكاليات المنهجية، ص 14.

الوصف لوسائل التواصل الاجتماعي على جميع المشاركين الذين شملتهم الدراسة في جميع أنحاء المنطقة العربية دون استثناء¹.

ويخلص "تقرير وسائل التواصل الاجتماعي في العالم العربي"، إلى ملاحظة تشير إلى أن "وسائل التواصل الاجتماعي تعتبر تهديداً لغيرها من الوسائل الإعلامية، بشكل خاص في منطقة شبه الجزيرة العربية، إذ أنها تأخذ حصة كبيرة حالياً من القنوات التلفزيونية ووسائل الإعلام المطبوعة، وحصة كبيرة من الإعلانات من وسائل الإعلام التقليدية، ويُنظر إليها على أنها ستتوسّع أكثر في المستقبل، وبالتالي، فقد تصبح بعض الأعمال التجارية (كالمؤسسات الإعلامية) غير مجدية².

ويعد تصاعد أرقام المرتبطين بالإعلام الاجتماعي في الوطن العربي، وفي العالم بأسره، واحداً من أكبر المهددين لنمو الصحافة التقليدية المطبوعة، والنسخة الإلكترونية من الصحيفة، وللمواقع الإخبارية، وجميع الأشكال الأخرى التي أتت في منتصف المسافة الزمنية منذ انتشار شبكة الإنترنت وحتى انتشار الإعلام الاجتماعي ووسائله التي فاقت 1400 منصة مختلفة للإعلام الاجتماعي المختلفة الاتجاهات والأغراض.

وبالنظر إلى أرقام تعود إلى العشرية الثانية من هذا القرن، تخص وسيلتين من وسائل الإعلام الاجتماعي، وهما فيسبوك facebook وتويتر twitter، فقد وصل إجمالي عدد مستخدمي فيسبوك في الوطن العربي إلى 54,54 مليون مستخدم (في نهاية يونيو 2012)، بعد أن كان 37,83 مليون مستخدم في بداية العام (3 يناير 2012)، ما يعني أنه قد ارتفع بنحو 50% مقارنة بالوقت نفسه في العام الذي سبقه (29,87 مليون مستخدم في نهاية يونيو 2011). كان متوسط انتشار مستخدمي فيسبوك لكل دولة في المنطقة العربية في نهاية يونيو 2012 يزيد قليلاً عن 12% بعد أن كان 10% في بداية العام، و8% في يونيو 2011. وتضاعف عدد مستخدمي فيسبوك في الوطن العربي ثلاث مرات تقريباً خلال الفترة من يونيو 2010 – يونيو 2012، بزيادة من 16 مليون مستخدم إلى 45 مليون مستخدم³، في حين بلغ عدد مستخدمي فيسبوك في بداية 2017 حوالي

¹ السابق نفسه. ص 18

² السابق نفسه، ص 64.

³ تقرير الإعلام الاجتماعي العربي، كلية دبي للإدارة الحكومية، مايو 2013، ص7، متوفر على الرابط:

www.arabsocialmediareport.com

156 مليوناً في الوطن العربي بعدما كانوا 115 مليوناً في العام الذي سبقه، بزيادة قدرها 41 مليون مشترك جديد¹، في حين أنّ تعداد سكان الدول العربية حوالي 406.4 مليون عربي²، أي أنّ المشتركين العرب في "فيسبوك" وحده تصل نسبته إلى 38.38% من إجمالي السكان، علماً بأن تطبيقات أخرى للإعلام الاجتماعي ظهرت بعد فيسبوك ولقيت رواجاً كبيراً جداً في الكثير من الدول العربية، وخصوصاً من بين الصغار والشباب الذين يبدأون بالارتباط بالتطبيقات الأحدث ظهوراً.

وتواترت الكثير من الدراسات والتحليلات العلمية والتقارير التي تتحدث عن أثر الإعلام الاجتماعي فترة ما أسمى بـ "الربيع العربي"، حيث زاد استخدام الجمهور لوسائل التواصل الاجتماعي من ناحية، ودخلت شرائح لم تكن مهمة من ذي قبل في هذا النوع من الإعلام، وذلك للتفاعل بالمتابعة والمشاركة.

والوطن العربي منطقة تضم نسبة كبيرة من الشباب، حيث يتألف ثلث عدد السكان من الشباب الذين تتراوح أعمارهم بين 25 عاماً أو أصغر من ذلك. ويمثل الشباب الغالبية العظمى من مستخدمي وسائل التواصل الاجتماعي في العالم العربي، ففي يونيو 2013 وصلت النسبة المئوية لإجمالي المستخدمين الذين تتراوح أعمارهم من 16 إلى 34 عاماً إلى 77% بحسب تقرير "Go Gulf 2013" وعنوانه "استخدام وسائل التواصل الاجتماعي في الشرق الأوسط - إحصائيات وتوجهات". كما وصلت النسبة المئوية لإجمالي مستخدمي فيسبوك الذين تتراوح أعمارهم من 15 إلى 29 عاماً في مايو 2014 إلى 67%، كما أورده تقرير "إشراك المواطنين والخدمات العامة في العالم العربي: إمكانيات الإعلام الاجتماعي 2014" - كلية محمد بن راشد للإدارة الحكومية.³

الإنترنت والإعلام الاجتماعي في البحرين

في العام 1995، دخلت خدمة الإنترنت إلى مملكة البحرين، لتُعدّ من الدول الأولى في الوطن العربي التي استفادت من هذه الخدمة. وفي العام 2000 كان عدد مستخدمي الإنترنت محلياً حوالي 40 ألف مشترك،

¹ <https://weedoo.tech>، آخر زيارة للموقع بتاريخ 09 فبراير 2018.

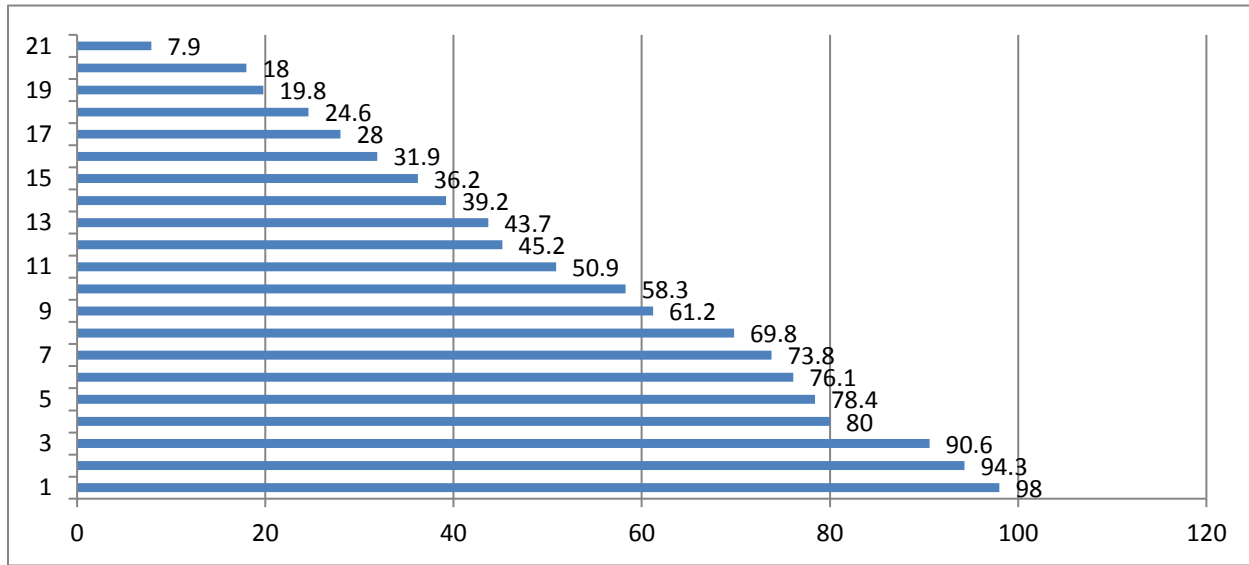
² البنك الدولي، <https://data.worldbank.org/region/arab-world?view=chart>، آخر زيارة للموقع بتاريخ 09 فبراير 2018.

³ تقرير وسائل التواصل الاجتماعي في العالم العربي. قمة رواد التواصل الاجتماعي العرب. التقرير الأول 2015. ص 8.

ارتفع هذا العدد إلى 30 يونيو 2017 إلى 1,391,517 من أصل 1,418,895 عدد سكّان البحرين في هذه الفترة، وقد وصلت نسبة النفاذ على الإنترنت إلى 98%، وهي نسبة النفاذ الأعلى في منطقة الشرق الأوسط في هذا التاريخ.

الشكل (3)¹

نسبة النفاذ إلى الإنترنت في الدول العربية في 30 يونيو 2017



ترتيب القدرة على النفاذ إلى الإنترنت في الدول العربية: (1) البحرين 98%، (2) قطر 94.3%، (3) الإمارات 91%، (4) الأردن 80%، (5) الكويت 78%، (6) لبنان 76%، (7) السعودية 74%، (8) عمان 70%، (9) فلسطين 61%، (10) المغرب 58%، (11) تونس 51%، (12) الجزائر 45%، (13) ليبيا 44%، (14) مصر 39%، (15) العراق 36%، (16) سورية 32%، (17) السودان 28%، (18) اليمن 25%، (19) جيبوتي 20%، (20) موريتانيا 18%، (21) الصومال 7.9%.

صحافياً، بادرت "الأيام" أولاً في استثمار هذه الخدمة الجديدة، وبدأت في إصدار النسخة الإلكترونية المأخوذة عن الصحيفة الورقية في العام نفسه، بما يسمح بالتصفح وتبادل الصفحات، وهذا في إطار إظهار قدرة الصحف على إبداء المرونة تجاه التحديات التي تطرأ، ومحاولة الاستفادة منها.

وقد أدّى تزايد إنشاء مواقع إلكترونية للصحف، إلى الحدّ الذي لم يعد من المقبول أن تكون هناك مطبوعة تصدر بانتظام وليس لها موقع إلكتروني. هذه المواقع التي كانت تعرض الصحيفة بصيغة تصميم

¹ Internet Live Stats, ibid..

المستندات المحمولة (PDF)، ثم غدا الموقع أكثر تفاعلية بأن بات بإمكان القارئ أن يكون "مراسلاً" للصحيفة، أو مشاركاً في صنع الأخبار، والصحيفة نفسها لم تعد مستندات جامدة، بل صارت نصوصاً يمكن للقارئ التعليق عليها، والتفاعل مع الصحفيين والمعلقين والمصورين، ويجري القراء حوارات مع بعضهم البعض من خلال التعليقات، وكذلك مع المشتغلين في الصحافة، مما جعل الشكل القديم في التعاطي مع الصحف، عبر كتابة رسالة خطية، والذهاب بها إلى مكتب البريد، ولصق الطابع البريدي عليها، وانتظار نشرها من عدمه في الصحيفة؛ من التراث الذي لا أمل بعودته، فقد انتقل القارئ من التلقي، إلى المشاركة، ومنه إلى "الصنع" عندما أتاح التطور التكنولوجي ظهور مصطلح "الصحافي المواطن"¹.*

وحتى العام 2002، كانت الصحافة المحلية تنشر مواضيع تتناول مسألة "اشتراك" أو سرقة خدمة الإنترنت** للارتفاع النسبي لسعر الاشتراك، ومع انفتاح سوق الاتصالات في البحرين وبدء دخول شركات مزودة للخدمات الاتصالية، شهدت السوق المحلية منافسة شديدة أدت إلى الانخفاض المتكرر لأسعار خدمات الإنترنت، مع تحسين السرعة والإمكانيات.

فإلى جانب قلة التكلفة المالية، وتراجعها بفعل منافسة شركات الاتصالات بالنسبة للمتلقي/القارئ مقارنة بالصحافة التقليدية؛ قدّم الاشتراك في خدمة الإنترنت الإمكانية للقارئ بتصفح كافة الصحف والمجلات، وغالبية

*تتعدّد مفاهيم المواطن الصحافي أو صحافة المواطن journalism citizen . ففي مفهومها الواسع تحيل صحافة المواطن على كوكبة متعدّدة من الأنشطة المختلفة ذات الصلة بمساهمة المواطنين في عملية إنتاج المعلومات والتعليق حول الأحداث أو ما يسمّى بالإنجليزية user generated content. ويمكن أن تأخذ هذه المساهمة أشكالاً متعددة كالتعليقات على الأخبار، وتقاسم الصور والفيديو، وإعادة نشر الأخبار ونشر الروابط ووسم الأخبار tagging وتقييمها Rating ويمكن أن تشمل صحافة المواطن، إضافة إلى هذه الأشكال الدنيا، التدوين حول الأحداث والقضايا الراهنة وبعض صفحات الفايسبوك المخصّصة لنشر الأخبار وتقاسم الصور والفيديو.

يمكن الرجوع إلى الصادق الحمادي، القاموس النقدي للإعلام في "صحافة المواطن"، الصحافة اليوم، ب.ت.، متاح على <http://www.essahafa.info.tn> وتعدّى "الصحافي المواطن" أو "المواطن الصحافي" التفاعل مع الآخرين، وصار "ينتج" موادّه الخاصة بفعل سهولة القدرة على الإنتاج عبر الهواتف الذكية، والبرمجيات التي تنتج إدماج أكثر من فن إعلامي في رسالة واحدة عبر جهاز واحد، وبرنامج واحد أيضاً.

**انتشر في بعض مناطق البحرين في النصف الثاني من تسعينات القرن العشرين اشتراك البعض في خدمة الإنترنت، وتمديد أسلاك إلى البيوت القريبة ليبيع عليهم الخدمة بشكل غير قانوني، وبسعر أرخص من الاشتراك الأساسي.

هذه المطبوعات الكبرى مفتوحة بالمجان، وهو ما ليس متاحاً بالنسبة للنسخ الورقية. وبقيت أعداد نفاذ البحرينيين إلى الإنترنت متزايدة، وتتخطى 91% (انظر الجدول 7)

(جدول رقم 7)

ارتباط مملكة البحرين بالإنترنت في الفترة من 2000 إلى 2016¹

السنة	مستخدمو الإنترنت	النفاذ إلى الإنترنت	إجمالي السكان	غير المستخدمين الإنترنت (غير نافذين)	التغير السنوي %	التغير السنوي	تغير السكان
2016	1,278,752	%91.5	1,396,829	118,077	%1.7	21,707	%1.42
2015	1,257,045	%91.3	1,377,237	120,192	%1.4	17,689	%1.12
2014	1,239,356	%91	1,361,930	122,574	%2	24,871	%0.93
2013	1,214,485	%90	1,349,427	134,942	%3.5	40,937	%1.19
2012	1,173,548	%88	1,333,577	160,029	%16.7	167,917	%2.11
2011	1,005,630	%77	1,306,014	300,384	%45	311,905	%3.54
2010	693,725	%55	1,261,319	567,594	%9.4	59,435	%5.39
2009	634,290	%53	1,196,774	562,484	%9.4	54,644	%7.26
2008	579,646	%52	1,115,777	536,131	%71.6	241,803	%8.69
2007	337,844	%32.9	1,026,568	688,724	%27.1	72,122	%9.12
2006	265,721	%28.2	940,808	675,087	%43.9	81,015	%8.51
2005	184,706	%21.3	867,014	682,308	%6.5	11,323	%7.31
2004	173,384	%21.5	807,989	634,605	%5.6	9,222	%6.09
2003	164,161	%21.6	761,595	597,434	25.4	33,228	%4.99
2002	130,934	%18.1	725,365	594,431	%25.3	26,431	%4.39
2001	104,502	%15	694,893	590,391	%154.7	63,466	%4.2
2000	41,036	%6.2	666,855	625,819	%35.6	10,784	%4.05

¹ Internet Live Stats,(ibid).

شهدت الفترة الأخيرة منذ بداية القرن الراهن، تحولات عميقة في التّعاطي مع شبكة الإنترنت، إذ تحوّلت نسبة النفاذ إلى الإنترنت من 6.2% من إجمالي السّكان في البحرين في العام 2000 إلى 91.5% في 2016، ثم إلى 98% كما سبقت الإشارة.

البحرين في تقرير وسائل التواصل الاجتماعي في العالم العربي

وبحسب تقرير الإعلام الاجتماعي العربي تتبين هذه النسب الضخمة من الارتباط في البحرين بوسائل الإعلام الاجتماعي، وتبيّن أن:

- في البحرين مشتركون في وسائل التواصل الاجتماعي على التّوالي: واتس أب (85%)، فيسبوك (81%)، إنستغرام (51%)، تويتر (47%)، يوتيوب (44%)¹.
- 26% يفضّلون فيسبوك كوسيلة تواصل اجتماعي. و 79% من المبحوثين يستخدمون فيسبوك يومياً.
- 42% يعتبرون واتس أب أكثر وسائل التواصل الاجتماعي تفضيلاً. وتصل نسبة الاشتراك في الخدمة إلى 91%، ونسبة الاستخدام اليومي 97%.
- ولا يبدو تويتر يحظى بنسبة إقبال عالية في الوطن العربي، إذ إنّ التفضيل لم يزد إجمالاً عن 4%، وفي البحرين كان التفضيل بنسبة 6% من المبحوثين، بينما نسبة الاشتراك في البحرين 47% وهي رابع دولة عربية من حيث الاشتراك في هذا التطبيق، و 26% منهم يستخدمونه بشكل يومي.
- تطبيق إنستغرام ليس من التطبيقات الواسعة الشعبية في الوطن العربي، إذ يصل التفضيل العام إلى 6%، بينما تقف البحرين ضمن ثلاث دول عربية يعتبر مبحوثوها أن إنستغرام مفضل لديهم بنسبة 11%، وهي الدولة العربية الثالثة من حيث الاشتراك (51%)، وتصل نسبة البحرينيين الذين يستخدمون إنستغرام يومياً إلى 82%².

¹ تقرير الإعلام الاجتماعي العربي، (2013)، مرجع سابق. ص 4.

² السابق نفسه. ص ص 26 - 39.

وكانت أكثر الوصفات (hashtags)* استخداماً للموضوعات الشائعة في المنطقة العربية في مارس 2012 (#Bahrain) (التي وردت 2,8 مليون مرة في التغريدات التي أرسلت خلال تلك الفترة)، تليها (سوريا) بنحو 1,5 مليون مرة، ومن ثم (بحرين) بنحو 1,48 مليون مرة، و(#syria) (بنحو 1,3 مليون مرة) و(#egypt) (900,000 مرة)، و(#kuwait) (860,000 مرة)¹.

وتشير الإحصاءات الخاصة بمملكة البحرين في النصف الثاني من العام 2017، بحسب الرئيس الشريك للنادي العالمي للإعلام الاجتماعي² إلى التالي:

حوالي 800 ألف مشترك على فيسبوك.

حوالي 500 ألف مشترك على انستغرام.

حوالي 250 ألف مشترك على تويتر.

حوالي 250 ألف مشترك على لينكدإن.

وهذه الأرقام تعتبر عالية جداً على المستوى العالمي، فالبحرين - وبحسب أرقام الجهات الإحصائية العالمية تنتقل بسرعة إلى الأعلى في النفاذ إلى الإنترنت - ويمكن ملاحظة ذلك بين العامين 2016 حيث كانت 91.5%، لتصل إلى 98% في منتصف العام 2017، لتصبح الأعلى عربياً.

وتشهد نسبة النفاذ إلى الإنترنت زيادة كبيرة في السنوات الأخيرة بسبب انتشار الهواتف الذكية التي سهّلت لمالكيها عملية الارتباط بالإنترنت، إذ يشير تقرير أسترالي عن السوق البحرينية إلى أن "إيرادات صناعة الاتصالات السلكية واللاسلكية آخذة في الارتفاع، ونسبة النفاذ إلى الهاتف النقال عالية جداً والبيانات تنمو أسرع من الصوت. ويوجد الآن ما يزيد على 2.8 مليون اشتراك في الهواتف النقالة في المملكة، ويصل معدل انتشارها إلى أكثر من 200% (...). ونظراً لأن مستخدمي الهاتف النقال يمثلون غالبية اشتراكات النطاق العريض broadband في البحرين، فإنّ المشغلين يركزون بشكل كبير على تحسين البنية التحتية المتنقلة"³. وكذا الحال

* تم تالياً التوافق على مصطلح عربي لترجمة hashtag (#) بـ "الوسم".

¹ تقرير الإعلام الاجتماعي العربي، (2013)، مرجع سابق، ص 14.

² مقابلة مع الرئيس الشريك للنادي العالمي للإعلام الاجتماعي علي سبكار، أجريت في 20 نوفمبر 2017.

³ <https://www.budde.com.au/Research/Bahrain-Telecoms-Mobile-and-Broadband-Statistics-and-Analyses/?r=51>

تقريباً في غالبية الدّول العربيّة. والأرقام المطروحة في الارتباط بالإنترنت والإعلام الاجتماعي تتخطى كثيراً، وبما لا يقاس، أرقام الاشتراكات في الصّحف اليوميّة المطبوعة في مملكة البحرين.

الباب الثاني

نتائج الدراسة الميدانية

- الفصل الأول: واقع الصحافة البحرينية المعاصر
- المبحث الأول: خصائص عينة الدراسة
- المبحث الثاني: واقع الصحافة البحرينية المعاصر
- الفصل الثاني: مستقبل الصحافة البحرينية
- المبحث الأول: مستقبل الصحافة البحرينية
- المبحث الثاني: الإجابة على فروض الدراسة
- النتائج العامة للدراسة
- التوصيات
- المصادر والمراجع

الفصل الأول

واقع الصحافة البحرينية المعاصر

أعدّ الباحث استبانة لقياس رأي العينة التي اختارها، وهي مكونة من 100 مفردة من الصحافيين والعاملين في المهن القريبة من الصحافة، كالكتّاب الصحافيين، وبعض من ذوي الخبرة، والصحافيين الذين انتقلوا للعمل في مجال العلاقات العامة، وذلك كونه المجتمع الأكثر معرفة بالوضع الصحافي في المؤسسات الصحافية القائمة، أو التي أغلقت منذ فترة قريبة جداً، وذلك حتى تعبّر الإجابات عن المعرفة والخبرة التي تبنى عليها توقعاتها للمستقبل.

وقد قرّر لدى الباحث أنّ العينة - ومهما كانت خبرة أفرادها - فإنّها ستدلي بما يصل إليها من معلومات، وما تحدّسه وتراقبه وتراه يومياً في عملها، وهذا ما احتاج إلى تعزيزه من خلال إجراء المقابلات شبه المقتننة مع 23 من متّخذي القرار في الصحف اليومية، وذلك لاستجلاء طبيعة الواقع الذي تعيشه الصحافة اليومية المطبوعة اليوم في مملكة البحرين، ونوعية التحدّيات الراهنة والمتوقّعة لهذه الصحف، والمستقبل الذي تعمل على الذهاب إليه. وقد قام الباحث بتحليل نتائج الدراسة الميدانية وتزويدها بما أدلى به أصحاب الشّأن والخبرة، بما يؤيّد، أو يعارض ما جاء في الاستبيان.

المبحث الأول: خصائص عينة الدراسة

لقد تمّ التّوصل إلى هذه النتائج بعد تحليل البيانات باستخدام برنامج الرّزمة الإحصائية للعلوم الاجتماعية SPSS:

• توزيع العينة حسب متغير النوع

جدول (8)

توزيع عينة الدراسة حسب متغير النوع

النوع	العدد	النسبة المئوية
ذكر	70	70%
أنثى	30	30%
المجموع	100	100%

يتبيّن من الجدول السّابِقاً أنّ نسبة الأكبر من عينة الدّراسة كانت من الذّكور بنسبة وصلت إلى (70%)، في حين بلغت نسبة الإناث (30%). وهي نسبة مقارنة، إلى حدّ بعيد، لنسبة العاملين في هذا القطاع من الصحفيين، وخصوصاً في شغل الإدارة التحريرية الوسيطة والعليا، وأيضاً بالنسبة للكّتاب الصحفيين، والعاملين في المهن الفنّية المرتبطة بالعمل الصحفي اليومي، مثل الإخراج الصحفي، والتصوير الصحفي وغيرها.

• توزيع العينة حسب متغير سنوات الخبرة في المجال الصحفي:

جدول (9)

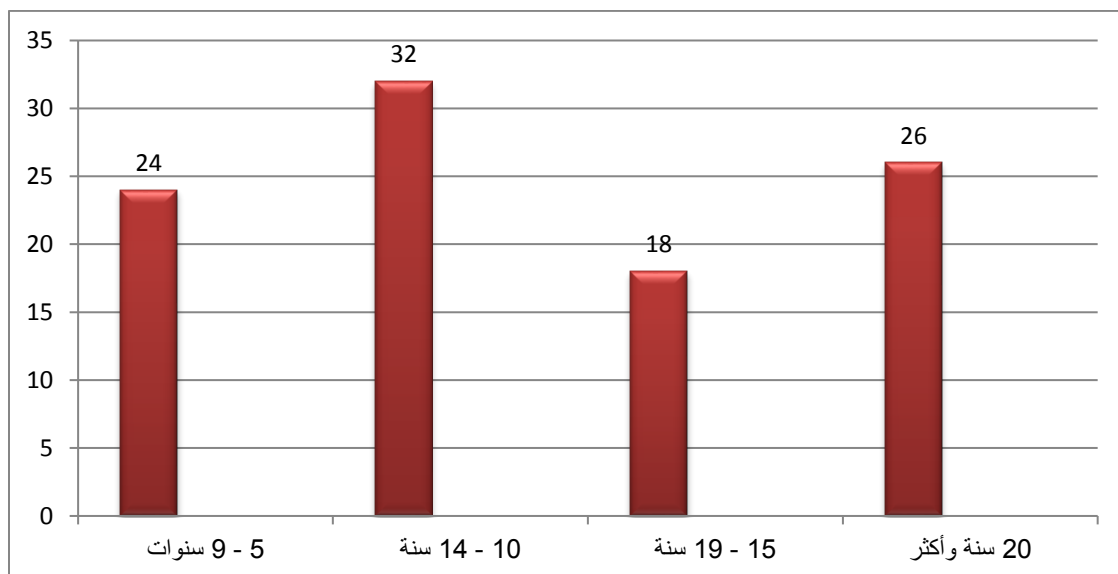
توزيع عينة الدراسة حسب متغير سنوات الخبرة في المجال الصحفي

سنوات الخبرة في المجال الصحفي	العدد	النسبة المئوية
5 - أقل من 10 سنوات	24	24%
10 - أقل من 15 سنة	32	32%
15 - أقل من 20 سنة	18	18%
20 سنة وأكثر	26	26%
المجموع	100	100%

يتضح من الجدول السابق أنَّ (24%) من عينة الدراسة خبرتهم في المجال الصحفي تبلغ 5-9 سنوات، وبلغت نسبة ذوي الخبرة "10 - 14 سنة" (32%) من العينة، ونسبة ذوي الخبرة "15 - 19 سنة" (18%) من العينة، ونسبة ذوي الخبرة "20 سنة وأكثر" (26%) من العينة. وتتركز النسبة الأكبر من العينة على الصحفيين، وفي الغالب هم من ذوي الخبرات المتراوحة مدتها الزمنية من خمس سنوات إلى 14 سنة، وهذه الكتلة تشكل ما نسبته 56% من إجمالي العينة، وقد تم استطلاع آراء هذه الفئة لأنها تمتلك خبرة جيدة من جهة، ومن جهة أخرى فإنها بعيدة، حسابياً، عن سن التقاعد، وهذا ما يجعلها أكثر حرصاً على معرفة ما الذي سينتظرها في ميدان عملها في الصحافة بشكل خاص. والشكل التالي يوضح هذه النتائج:

شكل (4)

توزيع عينة الدراسة حسب متغير سنوات الخبرة في المجال الصحفي



• توزيع العينة حسب متغير المستوى التعليمي

جدول (10)

توزيع عينة الدراسة حسب متغير المستوى التعليمي

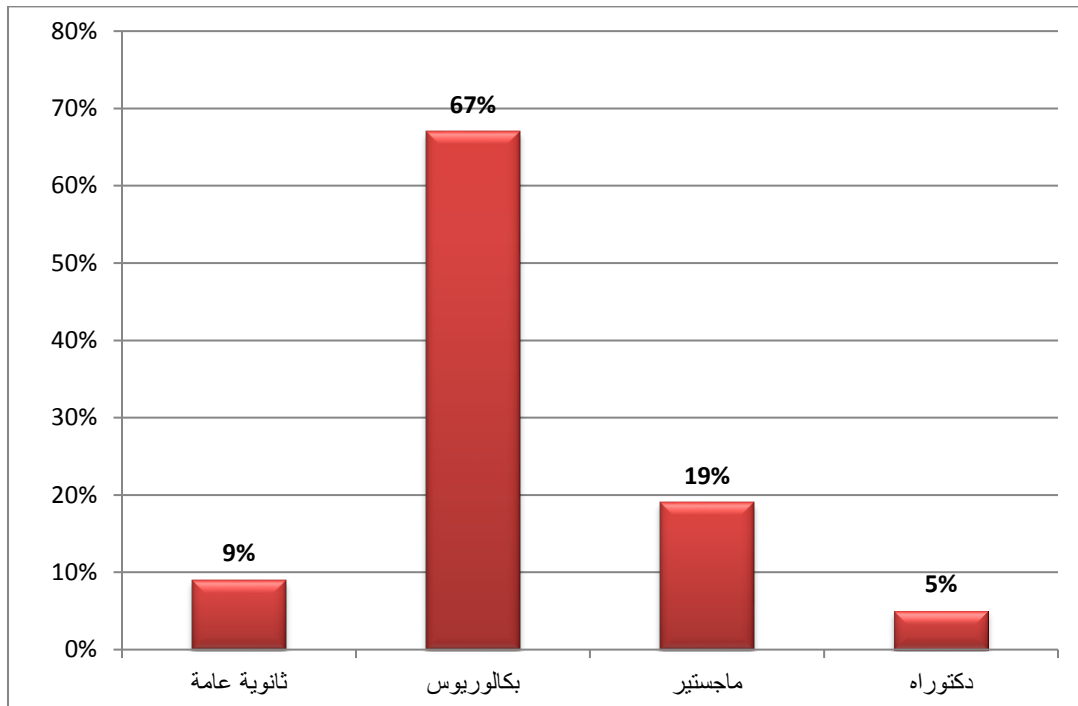
النسبة المئوية	العدد	المستوى التعليمي
9%	9	ثانوية عامة
67%	67	بكالوريوس
19%	19	ماجستير
5%	5	دكتوراه
100%	100	المجموع

يوضح الجدول السابق توزيع عينة الدراسة حسب متغير المستوى التعليمي، ويتضح من نتائجه أنَّ نسبة حملة مؤهل البكالوريوس بلغت (67%) وكانت أعلى نسبة، ونسبة حملة مؤهل الثانوية العامة بلغت

(9%)، وحملة مؤهل الماجستير (19%)، في حين بلغت نسبة حملة الدكتوراه (5%). وهذه النسب تعدّ طبيعيّة، إذ إنّ مخرجات الجامعات في البحرين وخارجها من الإعلاميين في تخصص الصحافة في ازدياد في السنوات العشرين الأخيرة، إضافة إلى العناصر الصحافية غير البحرينية التي تعمل في الصحافة المحليّة، معظمها تحمل شهادة البكالوريوس على الأقل، ومن هنا أتت النسبة العالية من حملة شهادة البكالوريوس في الصحافة والتي على أساسها يجري التوظيف في السنوات الأخيرة، في حين أن حملة الشهادات العليا في الغالب هم من الكتاب الصحفيين وليسوا من العاملين في الصحف مباشرة. والشكل التالي يوضح هذه النتائج:

شكل (5)

توزيع عيّنة الدراسة حسب متغير المستوى التعليمي



• توزيع العيّنة حسب متغير الصّفة الوظيفيّة:

جدول (11)

توزيع عينة الدراسة حسب متغير الصفة الوظيفية

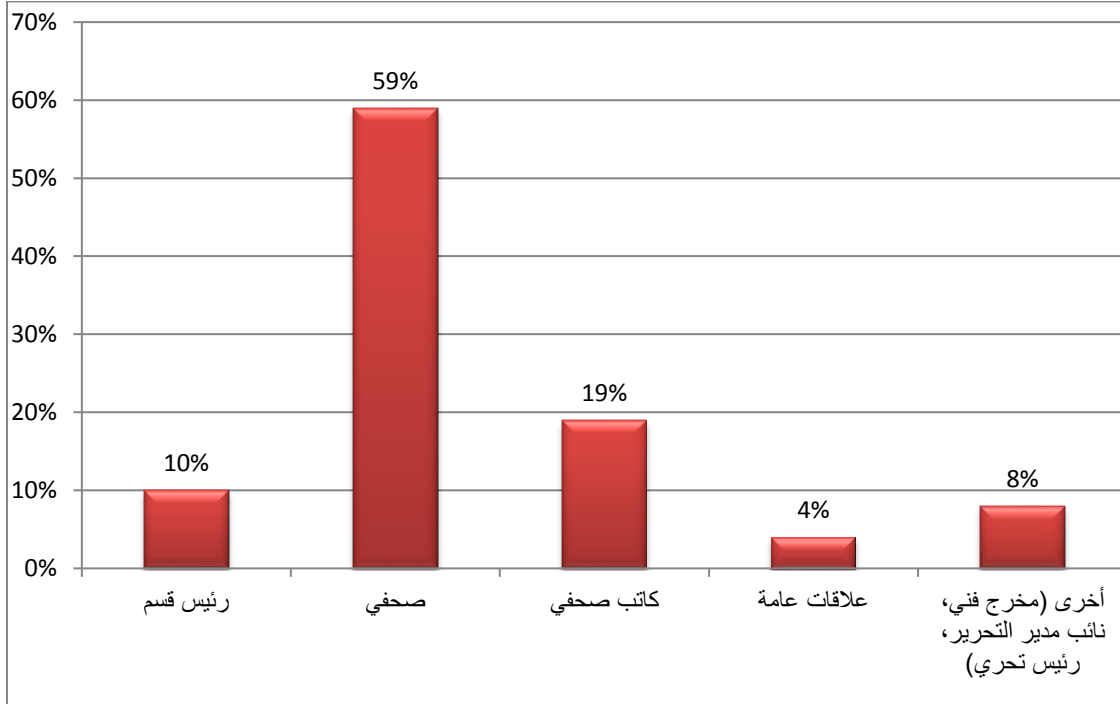
النسبة المئوية	العدد	الوصف الوظيفي
10%	10	رئيس قسم
59%	59	صحافي
19%	19	كاتب صحافي
4%	4	علاقات عامة
8%	8	أخرى (مخرج فني، نائب مدير التحرير، رئيس تحرير)
100%	100	المجموع

يتضح من الجدول السابق أنَّ أغلب عينة الدراسة كانت من الصحافيين بنسبة بلغت (59%) من العينة، وتوزعت باقي العينة على وظيفة الكاتب الصحافيين بنسبة (19%)، ورئيس قسم بنسبة (10%)، وموظف علاقات عامة بنسبة (4%)، ووظائف أخرى مثل (مخرج فني، نائب مدير التحرير، رئيس تحرير) بنسبة (8%).

وقد جرى التركيز على الصحافيين في المقام الأول، كونهم الأكثر ارتباطاً بالمؤسسات الصحافية، وبالمهنة، ولأنَّ الباحث كان يقوم، بالتوازي، بعمل مقابلات غير مقيَّنة، تركّزت على متّخذي القرار وصنّاعه في المؤسسات الصحافية؛ لذا انصرف تركيزه في الاستبيان على الصحافيين أساساً، والعاملين في بعض الوظائف الأخرى المباشرة في المؤسسات الصحافية، وغير المباشرة في مؤسسات أخرى، لضمان الحصول على تنوع أكبر في الآراء. والشكل التالي يوضّح ذلك:

شكل (6)

توزيع عينة الدراسة حسب متغير الوظيفة



• توزيع العينة حسب متغير المؤسسة الصحافية:

جدول (12)

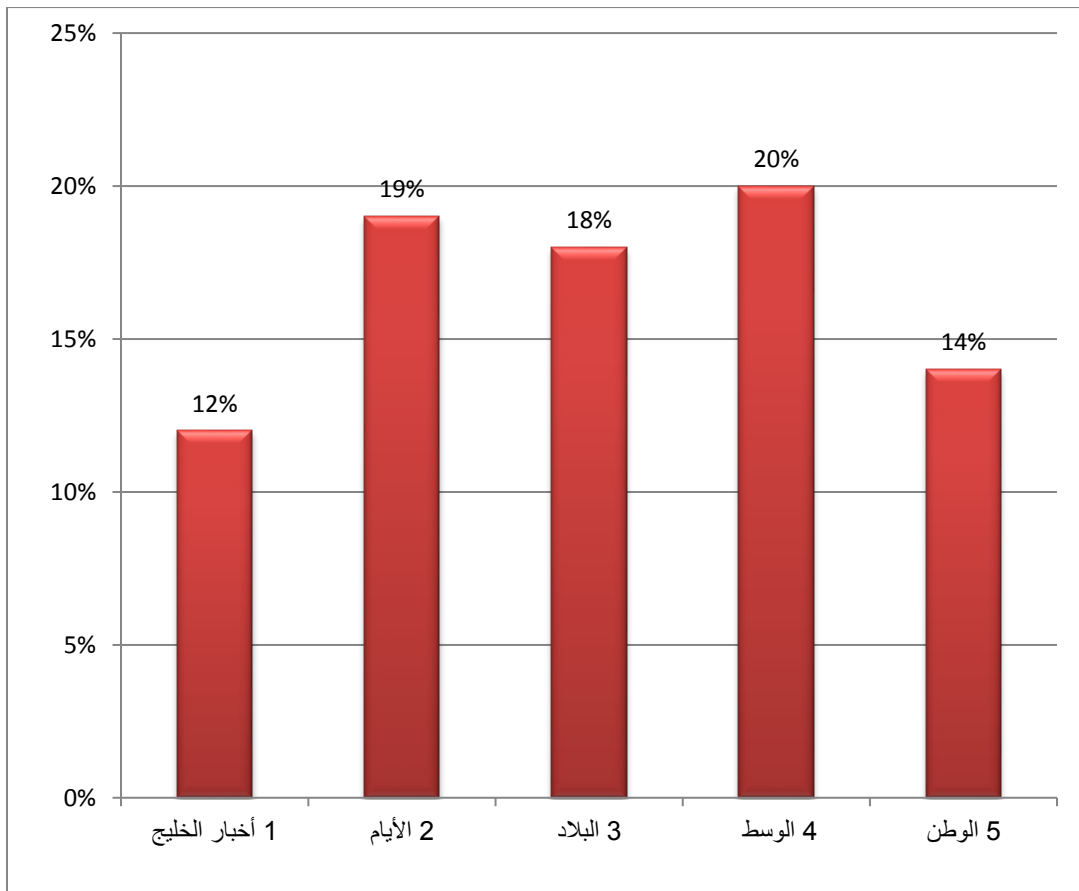
توزيع عينة الدراسة حسب متغير المؤسسة الصحافية

#	المؤسسة الصحافية	العدد	النسبة المئوية
1	أخبار الخليج	12	12%
2	الأيام	19	19%
3	الوسط	20	20%
4	الوطن	14	14%
5	البلاد	18	18%
6	أخرى (الجلف دايلي نيوز، وكالة أنباء البحرين)	17	17%
	المجموع	100	100 %

يتّضح من الجدول السابق أنّ عيّنة الدّراسة توزّعت على مختلف المؤسّسات الصحّافية بنسب تراوحت ما بين (12%) إلى (20%). وقد حاول الباحث الوصول إلى أكبر قدر من التّوازن بين مفردات العيّنة بالنسبة لانتماءاتها المؤسّسية، مع الأخذ بسنوات الخبرة العملية في كل مؤسّسة، إلّا أنّ عملية الإجابة على الاستبيان تخضع، في جانب كبير منها، إلى العلاقات الشّخصيّة، ومدى اهتمام مفردات العيّنة بالموضوع. والشكل التالي يوضّح ذلك:

شكل (7)

توزيع عينة الدّراسة حسب متغير المؤسّسة الصحّافية



المبحث الثاني: واقع الصحافة البحرينية المعاصر

1. مدى اعتماد القارئ في البحرين على الصحف اليومية المحلية المطبوعة في استقاء معلوماته:

تمّ حساب التكرارات والنسب المئوية، كما هو موضّح في الجدول التالي:

جدول (13)

التكرارات والنسب المئوية لمدى اعتماد القارئ في البحرين على الصحف اليومية المحلية المطبوعة في استقاء معلوماته

الاستجابة	التكرار	النسبة المئوية
يعتمد عليها	80	80%
يعتمد عليها إلى حد كبير	11	11%
لا يعتمد عليها	9	9%
المجموع	100	100.0%

يتبين من الجدول السابق أنّ فئة من يرون من العينة أنّ القارئ في البحرين يعتمد على الصحف اليومية المحلية المطبوعة في استقاء معلوماته قد احتلت المرتبة الأولى بنسبة تبلغ (80%)، وأنّ من يرون منهم أنّ القارئ في البحرين يعتمد إلى حدّ كبير على الصحف اليومية المحلية المطبوعة في استقاء معلوماته قد احتلت المرتبة الثانية بنسبة (11%)، واحتلت المرتبة الأخيرة من العينة من يرون أنّ القارئ في البحرين لا يعتمد على الصحف اليومية المحلية المطبوعة في استقاء معلوماته وذلك بنسبة (9%). ويتّضح أنّ اتجاه (91%) من عينة الدراسة إلى القول بأنّ القارئ في البحرين يعتمد على الصحف المحلية اليومية المطبوعة في استقاء معلوماته، متفقّ مع عدد من الدراسات التي أجريت في المنطقة العربية على وجه الخصوص، وهذا ما يدافع عنه أصحاب هذا الرأي في البحرين أيضاً. فلقد اتفقت إجابات العينة على هذا السؤال مع إجاباتهم على السؤال الرابع المتعلّق بمدى موثوقية ما يرد في الصحافة اليومية المطبوعة في البحرين لدى الجمهور المحلي قياساً بالإذاعة والتلفزيون والإعلام الاجتماعي، حيث يصل مجموع الذين قالوا إنّ ما يرد في الصحافة موثوق، أو

موثوق بدرجة كبيرة، إلى (90%)، ما يعني أن الصحف البحرينية اليومية المطبوعة محل ثقة الشريحة الأكبر من المستطلعة آراؤهم، ومحل اعتمادهم كمصدر أساس للمعلومات، من وجهة نظر العينة.

كما يدعم هذا الاتجاه ما توصلت إليه دراسة منال العوضي، بأن 54.4% من الشباب البحرينيين يتابعون وسائل الإعلام التقليدية، ولكن عبر تطبيقات الإعلام الإلكتروني¹، وذلك راجع للثقة في المحتوى والمهنية التي تتطوي عليها الأخبار والمواد الإعلامية الواردة في هذه الوسائل، ومنها الصحافة المطبوعة.

ويرى مسؤولون في الصحف المحلية أن "موضوع الثقة هذا ربما يطيل عمر الصحيفة المطبوعة بعض الشيء، فالتقلبات الحاصلة في المنطقة العربية، وسرعة تناقل الأخبار عبر الإعلام الاجتماعي والتي سرعان ما يتبين أن جزءاً منها غير صحيح، ولدّ المزيد من الثقة في المطبوع"².

2. المواد الصحافية التي تلقى الإقبال الأكبر من قبل القراء تبعاً للتفاعل والتعليقات: (يمكن اختيار

أكثر من بديل)

تم حساب التكرارات والنسب المئوية، كما هو موضّح في الجدول التالي:

جدول (14)

التكرارات والنسب المئوية للمواد الصحافية التي تلقى الإقبال الأكبر من قبل القراء تبعاً للتفاعل والتعليقات

الترتيب	النسبة المئوية	التكرار	الاستجابة
1	99%	99	الأخبار المحلية
2	92%	92	أخبار الرياضة
3	80%	80	الرأي
4	60%	60	المنوعات
5	56%	56	الأخبار الاقتصادية
6	55%	55	الأخبار الدولية
7	50%	50	أخبار الفنون
8	13%	13	الثقافة

¹العوضي، منال محمد، مرجع سابق، ص 87.

²معاذ عادل بوصيب، مدير المبيعات في "الوطن"، مقابلة أجريت في مكتبه بتاريخ 10 أغسطس 2017.

تُظهر بيانات الجدول السابق أنّ "الأخبار المحليّة" جاءت في المرتبة الأولى باعتبارها أكثر المواد الصحافيّة التي تلقى الإقبال من قبل القراء في البحرين بنسبة (99%)، تلتها في المرتبة الثانية "أخبار الرياضة" بنسبة (92%)، ثم جاءت صفحات "الرأي" في المرتبة الثالثة بنسبة (80%)، واحتلت المرتبة الرابعة "أخبار المنوّعات" بنسبة (60%)، وجاءت في المرتبة الخامسة "الأخبار الاقتصاديّة" بنسبة (56%)، كما جاءت في المرتبة السادسة "الأخبار الدوليّة" بنسبة (55%)، وفي المرتبة السابعة "أخبار الفنون" بنسبة (50%)، واحتلت "أخبار الثقافة" المرتبة الثامنة والأخيرة بنسبة (13%). وتفسيراً لما اختارته العيّنة من موادّ صحافيّة تلقى اهتمام القراء:

1- الأخبار المحليّة

تصدّر الأخبار المحليّة قمّة الترتيب يُعتبر من الأمور الطبيعيّة في المجتمع البحريني، كما في كلّ المجتمعات على وجه العموم، إذ أنها أقرب ما تكون للقارئ المحلي، وهي تحاكي ما يحيط به، ويمسّ حاضره ومستقبله، وتُطلعه على الجديد من القوانين والأنظمة والمشاريع، والحراك المجتمعي والسياسي.

وقد شهدت الصحافة في مملكة البحرين نهضة كبيرة على مستوى الأخبار المحليّة، تماشياً مع الحراك السياسي، والانفتاح الذي جاء مواكباً للمشروع الإصلاحي الذي طُرِح مع طرح ميثاق العمل الوطني في العام 2001، وبدأ التسابق على هذا الجانب، خصوصاً وأنّ الصُحف راحت تحلّل الأخبار المحليّة، والسياسيّة منها على وجه التحديد، مما قلّص الاهتمام بالقضايا الخارجيّة التي كانت المقدّمة في الصُحف المحليّة قبل ذلك الوقت، نظراً للمناخ العام الذي كان يحدّ من التعاطي المنفتح مع الأخبار المحليّة بما لا يتوافق تماماً مع التوجّهات الرّسميّة.

إضافة إلى أنّ الأخبار المحليّة غير متاحة على وسائل الإعلام التقليديّة (الجماهيريّة) الأخرى (الإذاعة والتلفزيون) بالقدر نفسه، والتي غالباً ما تركّز على الجوانب الرّسمية في التّغطية الإخبارية، كما أنها غير معروضة في وسائل الإعلام ومصادر الأخبار غير المحليّة.

وسبق لدراسة أُجريت على الجمهور القطري أن بيّنت أن أكثر المواضيع التي تشدُّ العيَّة للقراءة هي المواضيع المحليَّة¹. وهذا ما تتفق فيه دراسة علي نجادات، والتي تشير إلى تصدر الأخبار المحلية اهتمامات القراء في الأردن بالشأن المحلي بنسبة (34.3%) وتليها الأخبار العالمية (26%)، فالعربية (22.7%)، وتفسّر الدراسة هذه النسب المتقاربة في بلد مثل المملكة الأردنية الهاشمية، بأنه نتيجة إلى تشابك الأحداث وتداخلها في المنطقة؛ حيث يتأثر الشأن المحلي بالشأن العالمي والعربي بدرجة كبيرة في كثير من الأحيان².

2- أخبار الرياضة

نظراً لشعبية الرياضة وانتشارها الكبير مع انتشار القنوات الرياضية المتخصصة، والتسابق على نقل الأنشطة والمسابقات الرياضية، وخصوصاً مسابقات الدوري الأوروبي المختلفة في كرة القدم تحديداً بوصفها اللعبة الشعبية الأولى في العالم؛ أصبح لمتابعة المواد الرياضية جمهورٌ عريضٌ، زاده عرضاً مع دخول المرأة في هذا الشأن، حيث شهدت المحطات الرياضية العربية كسراً لقاعدة مقدّم البرامج الرياضية الرجل، فصارت المرأة تقدّم الكثير من البرامج الرياضية على قنوات مثل تلفزيون الشرق الأوسط MBC، وأبوظبي الرياضية، وبي إن سبورت Bein sport، كما أن تلفزيون البحرين عيّن في العام 2017 مديرة لقناة "البحرين الرياضية"، إضافة إلى اهتمامات نسائية واضحة بالأنشطة الرياضية، والعودة المحتشمة لبعض المسابقات الرياضية النسائية، وتكوين منتخب وطني نسائي في كرة القدم، فالعنصر النسائي زاد جمهور المواد الرياضية وصفحاتها بسبب زيادة الاهتمام بهذا الباب.

ومن الملاحظ أن الصُّحف البحرينيّة اليومية المطبوعة كانت تطبع ملاحق للرياضة وتعتني بها عناية كبيرة، وكان قسماً مهماً من القراء يقتني الصحيفة من أجل الأخبار الرياضيَّة، وبالتالي لا يحفل بجسم الصحيفة، وعندما ثقل الأمر مادياً على الصُّحف وجرى إيقاف الملاحق وإدماج الصّفحات الرياضيَّة داخل الصحيفة بعدد أقل، ومن دون ألوان. وقد لاحظت بعض الصُّحف استياء قرائها من هذه الخطوة، فقامت بتعويضهم بصحف

¹ الحمّادي، أمل أحمد عبدالمالك (2014). دوافع تعرّض الجمهور القطري للصحافة الإلكترونيَّة والإشباع المتحققة منها -

دراسة ميدانيّة، رسالة ماجستير غير منشورة، الجامعة الأهليّة، مملكة البحرين، ص 173.

² نجادات، علي، (2009)، مرجع سابق، ص 185.

رياضية، كما فعلت صحيفة "الوطن" التي اتفقت مع جهة لديها 800 ألف متابع، لكي يرى متابعوها مجلة "إكسترا سبورت". فصار عدد مشاهديها مليوناً في البحرين وخارجها¹.

3- الرأي

من المنطقي أن يأتي قسم "الرأي" في الصحف المحلية في المرتبة الثالثة، وبتفضيل نسبته (80%) ذلك لأن الرأي في الصحف المحلية يناقش الأخبار، ويفسر الأحداث، وتتسابق الصحف عادة على اجتذاب كتّاب الرأي الذين يُطلق عليهم لقب "الكتّاب البيّعين"، أي الذين يسهمون في زيادة مبيعات الصحيفة، فهو القسم الأكثر كلفة في الصحف، إذ يجري دفع مكافآت تعتبر "سخية" قياساً لكلفة الصفحات والأبواب الأخرى للصحيفة، وغالباً ما تعتمد الصحف البحرينية على السبق والتفرد في الأخبار المحلية، و صفحة الرأي.

وفي أكثر من مسح داخلي أُجري في الصحف المحلية التي عمل بها الباحث؛ تبين أن أكثر مقالات الرأي إقبالاً من قبل الجمهور، وتعليقاً عليها، وتفاعلاً معها، تلك التي تأتي من كتّاب مواطنين أو غير مواطنين، ولكنها تناقش شؤوناً محلية، ويكون الفارق في تفاعل جمهور القراء شاسعاً مع الكتّاب الذين يتناولون شؤوناً خارجية، سواء كانوا مواطنين أم غير مواطنين، وفي هذا يقول رئيس تحرير صحيفة "الأيام" واصفاً الصحافة المطبوعة: "أنها تتحول إلى صحافة رأي أكثر منها صحافة إخبارية"².

4- المنوعات

تأتي الأخبار المنوعة في المرتبة التالية لخفتها وطرافتها، وقد تعود القارئ في البحرين أن يقرأ الصفحة الأولى من الصحيفة، ثم يذهب مباشرة إلى الصفحة الأخيرة ليرى أخبار المنوعات، وهي تجمع ما بين الطرافة والأخبار والغرابة وما لا يجده في الإذاعة والتلفزيون، فهذه الأخبار بمثابة الاستراحة بالنسبة له.

5- الأخبار الاقتصادية

وتتقارب النسبة التي حصلت عليها الأخبار الاقتصادية والأخبار الدولية (56% و 55% على التوالي)، إذ غالباً ما كانت تعتبر الأخبار الاقتصادية بالنسبة للقارئ البحريني من الأخبار المتخصصة، سيما وأن

¹مقابلة مع مدير تحرير صحيفة "الوطن" أبو ذر حسين، أجريت بتاريخ 10 أغسطس 2017.

²مقابلة مع رئيس تحرير صحيفة "الأيام" عيسى الشايجي، أجريت بتاريخ 21 أغسطس 2017.

الكثير من هذه الأخبار تأتي بلغة كثيرة المصطلحات غير المتداولة في الحياة اليومية للقطاع الأكبر من القراء، ولأنها أيضاً تتناول شؤوناً لا يلمسها الفرد العادي، ولا تتفاعل معه، ولذا يصعب عليه التفاعل معها، كتطرقها لأخبار أسواق المال (البورصات) والمعادن، والنفط، والصناعات، ما أدى - في السنوات التي واكبت زيادة الصحف البحرينية في الألفية الثالثة - إلى الدعوة إلى "أنسنة الاقتصاد" بجعل أخباره أكثر تفاعلاً مع القارئ والتصاقاً به حتى يزداد الإقبال على هذا القسم.

6 - الأخبار العالمية

أتت "الأخبار العالمية" مباشرة بعد "الاقتصاد"، لتوافرها في الكثير من المنصات والمصادر الإخبارية والمحطات الإذاعية والتلفزيونية، وبشكل أسرع ومعالجة أوسع مما هو عليه الوضع في الصحف المحلية التي قلّصت صفحات الأخبار العالمية (أو كما اصطلحت على تسميته "الخارجي")، من أربع صفحات، كما كان الحال حتى السنوات الأخيرة من القرن العشرين، إلى صفتين تالياً، مفسحة المجال للأخبار المحلية التي يقبل عليها جمهور أكبر من القراء المحليين، كما سبق تبياناه.

7- الفنون

أتى قسم الفنون في المرتبة السابعة، وبتفضيل نسبته 50%، لكونه مختلفاً عن الأخبار المتنوعة ذات الطابع الخفيف، إذ في هذا الباب تكون المعالجات أكثر عمقاً لأنواع الفنون البصرية أو الموسيقى الجادة، وهذا ما لا يتناسب مع الشريحة الأكبر من الجمهور غير المتخصص. وربما أشكل اسم الباب (أخبار الفنون) على المستطلعة آراؤهم، لاحتمالية وقوعه بين "المنوعات" و"الثقافة" فأخذ هذه النسبة المترددة أو المحايدة.

8- الثقافة

من الطبيعي أن يكون نصيب الثقافة في الصحافة المحلية متدنياً جداً، لأن الانطباع الملموس عن هذا الباب أنه يخاطب المثقفين فقط، ويسكن الأبراج العاجية، وهو باب نُخبوي يجتهد محرروه ليبعدوه عن اليومي والاعتيادي والسَّهل التناول، ليغدو أقرب ما يكون إلى باب في إحدى الدوريات المتخصصة في الشؤون الأدبية والثقافية عموماً. ومعروف في الصحف المحلية أنه عند أيّ تمددٍ لأيّ بابٍ من الأبواب، سواء في المحليات أو الأخبار العالمية (القسم الخارجي/الدولي)، أو لورود إعلانات أكثر من قدرة الصفحات على

استيعابها؛ فإنّ أولى الصفحات التي يجري حبسها، ومن دون تردد هي: "الثقافة"، لاعتقاد إدارات التحرير أنّ قراءها أقلّ من أن يؤثّروا في مبيعات الصّحيفة، أو أن يخلخلوا قاعدة قرائها.

بينما في دراسة نجادات، يظهر أنّ عيّنة الجمهور الجامعيّ الأردنيّ تفضّل الأخبار الثقافية بنسبة 16.8% كثنائي أعلى تفضيل من بين مضامين الموضوعات المقروءة في الصّحف الإلكترونيّة، من بعد المضامين الفنّيّة (17.9%)، فيما حازت المضامين السياسيّة نسبة 14.8%¹، وهذا يعتمد على ما درجت الصّحافة الأردنيّة على تقديمه في باب "الثقافة". كما يعزو الباحث هذه المفارقة في النتائج إلى عيّنة الدراسة الأردنيّة التي اتّجهت إلى جمهور الطلبة الجامعيّين (طلبة جامعة اليرموك في مرحلة البكالوريوس)، فبحكم السنّ والاهتمامات الدّراسيّة؛ ترتفع نسبة مقروئيّة المواد الثقافيّة والفنّيّة لارتباطهما ببعضهما، بينما تأتي عيّنة جمهور الصحفيّين والتماسيّين مع العمل الصحفي والإعلامي في الموضوع محلّ الدراسة، وهم أكبر عمراً ونُضجاً وباهتمامات مختلفة عمّا تهتم به العيّنة المأخوذة من طلبة الجامعة.

3. مدى النّظر إلى مهنة الصّحافي في الصّحف البحرينيّة اليوميّة المطبوعة في البحرين، بأنّها مهمّة في المجتمع مقارنة بوسائل الإعلام الأخرى:
تم حساب التّكرارات والنّسب المئويّة، كما هو موضّح في الجدول التالي:

جدول (15)

التّكرارات والنّسب المئويّة لمدى النّظر إلى مهنة الصّحافي في الصّحف اليوميّة البحرينيّة المطبوعة
بأنّها مهمّة في المجتمع مقارنة بوسائل الإعلام الأخرى

الاستجابة	التكرار	النسبة المئوية
مهمّة	69	69%
مهمّة إلى درجة كبيرة	24	24%
غير مهمّة	7	7%
المجموع	100	100.0%

¹نجادات، علي، (2009)، مرجع سابق، ص 185.

جاءت فئة من يرون أن مهنة الصحفي في الصحف اليومية المحلية المطبوعة في البحرين بأنها مهمة في المجتمع مقارنة بوسائل الإعلام الأخرى في الدرجة الأولى بنسبة (69%)، وجاءت بعدها في المرتبة الثانية من العينة ينظرون إلى مهنة الصحفي بأنها مهمة إلى درجة كبيرة بنسبة (24%)، في حين احتلت المرتبة الأخيرة من العينة من لا ينظرون إلى مهنة الصحفي في الصحف اليومية المحلية المطبوعة في البحرين بأنها مهمة في المجتمع مقارنة بوسائل الإعلام الأخرى، بنسبة (7%).

ويمكن القول إن إجابة ما نسبته (93%) من العينة المستطلعة آراؤهم تشير إلى أن مهنة الصحفي مهمة أو مهمة إلى درجة كبيرة، قياساً بالوسائل الإعلامية الأخرى، وهذا أمر غير لافت كثيراً كون العينة من الصحفيين، والكتاب الصحفيين، والعاملين في مهن قريبة من هذا القطاع، وأغلبهم ممن كانوا صحفيين وتحولوا إلى قطاعات أخرى من المهن الإعلامية.

إلا أن المجتمع، وتحديداً: مؤسسات المجتمع المدني، تنظر إلى الصحافة، والعمل الصحفي بكثير من الأهمية، كونها الواجهة الأبرز لممارسة حرية التعبير لأنها يمكن أن تحمل وجهات نظر متباينة، وإن كانت لدى بعض الجمعيات السياسية تحفظات على هوامش الحريات في الصحف، وترى هذه الجمعيات أن الإدارات الصحافية هي من يضيق هذه الهوامش على الصحفيين والكتاب الصحفيين خشية الانزلاق فيما يمكن أن يسبب توترات مع الجهات الرسمية؛ إلا أن عدداً من هذه الجمعيات* كانت قد وقفت بصلافة عند صدور المرسوم بقانون رقم (47) لسنة 2002، بشأن تنظيم الصحافة والطباعة والنشر، واصفة إياه أنه كابح للحريات، ولا ينسجم مع التطورات السياسية في المملكة، ويحد من قدرة الجمهور على الاطلاع والتعرف على وجهات النظر، خصوصاً وأن باب "الجرائم التي تقع بواسطة النشر" في هذا القانون يحيل إلى قانون العقوبات.

* عقدت جمعيات سياسية وحقوقية ندوات بعد صدور القانون بفترة بسيطة لقراءته، وكان الاتجاه السائد رفضه، الأمر الذي دعا رئيس وزراء مملكة البحرين يجتمع بعدد من ممثلي القطاع الصحفي ويدعو إلى وضع قانون يتم الاتفاق عليه. وللرجوع إلى المزيد من التفاصيل يمكن الاطلاع على ما نشرته صحيفة "الأيام" بتاريخ 3 مايو 2015، <http://www.alayam.com/alayam/Variety/500312/News.html>.

فالأهمية هنا مكتسبة من باب أنّ مهنة الصحافة المكتوبة، خصوصاً، مهمة لضمان حرية التعبير، لا سيما وأن المؤسسات الصحافية مستقلة، بمعنى أنها مؤسسة برؤوس أموال خاصة، وليست مؤسسات تابعة للسلطة التنفيذية.

4. مدى موثوقية ما يرد في الصحافة اليومية المطبوعة في البحرين لدى الجمهور المحلي قياساً بالإذاعة والتلفزيون والإعلام الاجتماعي:

تم حساب التكرارات والنسب المئوية، كما هو موضح في الجدول التالي:

جدول (16)

التكرارات والنسب المئوية لمدى موثوقية ما يرد في الصحافة اليومية المطبوعة في البحرين

لدى الجمهور المحلي قياساً بالإذاعة والتلفزيون والإعلام الاجتماعي

الاستجابة	التكرار	النسبة المئوية
موثوقة	63	63%
موثوقة إلى درجة كبيرة	30	30%
غير موثوقة	7	7%
المجموع	100	100.0%

يتبين من الجدول السابق أنّ شريحة من يرون من العينة أنّ ما يرد في الصحافة اليومية المطبوعة في البحرين موثوق لدى الجمهور المحلي قياساً بالإذاعة والتلفزيون والإعلام الاجتماعي قد جاءت في المرتبة الأولى بنسبة (63%)، وجاءت في المرتبة الثانية شريحة من يعتقدون أنّ ما يرد في الصحافة اليومية المطبوعة في البحرين موثوق به إلى درجة كبيرة لدى الجمهور المحلي قياساً بالإذاعة والتلفزيون والإعلام الاجتماعي بنسبة (30%)، في حين احتلت المرتبة الأخيرة فئة من يعتقدون من العينة أنّ ما يرد في الصحافة اليومية المطبوعة في البحرين غير موثوق به لدى الجمهور المحلي قياساً بالإذاعة والتلفزيون والإعلام الاجتماعي، وذلك بنسبة (7%).

وهذه النتائج تتطابق مع إجابات المبحوثين على السؤال الأول، وما يتوافق مع كثير من الملاحظات اليومية في التعامل مع الأخبار والمواد المنشورة في وسائل التواصل الاجتماعي في العادة، التي يكون لها تأثير وانتشار

كبيرين، ويمكن قياس عدد مرّات إعادة النشر، والتفضيلات، والتعليقات، وهذا ما لا يقاس في الصحف المطبوعة، إلّا إن رُفعت على الموقع الإلكتروني، أو إذا تم نشر موادّها مجزّأة في وسائل التواصل الاجتماعي، ولكنها في النهاية موادّ الصحيفة، وليست موادّ وسائل التواصل الاجتماعي التي لا تلقى الكثير من الاعتمادية لدى القارئ بشكل عام، وهي عرضة بشكل واسع للتساؤل والشكّ والحذر لئلا تؤخذ على علّاتها، وهذا ما ذهب إليه جلال الدين الشيخ زيادة بقوله في توسّع الإعلام الاجتماعي: "ظهر التراجع الكبير في أخلاقيّات المهنة الإعلامية من حيث المصداقيّة والدّقة والموضوعيّة"¹.

كما توصّلت دراسة الفاتح محمد حمدي إلى أنّ العاملين في الصُّحف الإلكترونيّة تتقصّصهم المهنيّة والاحترافيّة، وأنّ ما يقومون به لا يمتّ للصحافة بصلّة، وتتميّز موادّهم بقلّة المصداقيّة نتيجة التّسابق في الدّفع بالأخبار للصّدور، وكذلك فإنّ نقص المهنيّة يؤثّر سلباً على المحتوى الخبري، ومحتوى المواد بشكل عام².

وعلى الرغم من أنّ الإذاعة والتلفزيون في البحرين رسميّين؛ إلّا أنّ الثّقة الأولى تظلّ أعلى في المكتوب بسبب أنّ ألفة الناس له أعلى منها في الوسائل الأخرى، حيث أنّ المكتوب يعطي فرصة للقارئ لقراءة الجُمْل بحسب سرعته، وإعادة ما قرأ، والتّفكير فيه، وتحليله، ويمكن تأجيل القراءة إلى حين يجد الوقت والوضع المناسبين، بينما الوسائل السمعية (الإذاعة) والسّميّة البصريّة (التلفزيون) لا تتيح هذه الخواصّ للجمهور.

5. مدى الاعتقاد أن الصّحافيين البحرينيين العاملين في الصّحافة البحرينيّة اليوميّة المطبوعة يتمتّعون بمهنية في عملهم الصحافي:

تم حساب التكرارات والنسب المئوية، كما هو موضح في الجدول التالي:

جدول (17)

التكرارات والنسب المئوية لمدى الاعتقاد أن الصّحافيين البحرينيين

¹زيادة، جلال الدين الشيخ، (2015)، مرجع سابق، ص 25.

²حمدي، الفاتح محمد، (2015)، ص ص 79 و 80.

العاملين في الصحافة اليومية البحرينية المطبوعة يتمتعون بمهنية في عملهم الصحافي

الاستجابة	التكرار	النسبة المئوية
متوسطة	65	65%
ضعيفة	18	18%
عالية	17	17%
المجموع	100	100.0%

تُظهر نتائج الجدول السابق أنَّ شريحة من يرون من العينة أنَّ الصحافيين البحرينيين العاملين في الصحافة اليومية البحرينية المطبوعة يتمتعون بمهنية متوسطة في عملهم الصحافي احتلت المرتبة الأولى بنسبة (65%)، واحتلت المرتبة الثانية بنسبة (18%) شريحة من يرون الصحافيين البحرينيين العاملين في الصحافة اليومية البحرينية المطبوعة مهنتهم ضعيفة في عملهم الصحافي، وجاءت في المرتبة الأخيرة بنسبة (17%) شريحة من يرون أنَّ الصحافيين البحرينيين العاملين في الصحافة اليومية البحرينية المطبوعة يتمتعون بمهنية عالية في عملهم الصحافي.

6. مدى الاعتقاد أن الصحافيين غير البحرينيين العاملين في الصحافة اليومية البحرينية المطبوعة يتمتعون بمهنية في عملهم الصحافي:

تم حساب التكرارات والنسب المئوية، كما هو موضح في الجدول التالي:

جدول (18)

التكرارات والنسب المئوية لمدى الاعتقاد أن الصحافيين غير البحرينيين

العاملين في الصحافة اليومية البحرينية المطبوعة يتمتعون بمهنية في عملهم الصحافي

الاستجابة	التكرار	النسبة المئوية
متوسطة	47	47%
ضعيفة	36	36%
عالية	17	17%
المجموع	100	100.0%

تُظهر نتائج الجدول السابق أنَّ شريحة من يرون من العينة أنَّ الصحافيين غير البحرينيين العاملين في الصحافة اليومية البحرينية المطبوعة يتمتَّعون بمهنية متوسطة في عملهم الصحفي احتلت المرتبة الأولى بنسبة (47%)، واحتلت المرتبة الثانية بنسبة (36%) شريحة من يرون الصحافيين غير البحرينيين العاملين في الصحافة اليومية البحرينية المطبوعة يتمتَّعون مهنتهم ضعيفة في عملهم الصحفي، وجاءت في المرتبة الأخيرة بنسبة (17%) شريحة من يرون أنَّ الصحافيين غير البحرينيين العاملين في الصحافة اليومية البحرينية المطبوعة يتمتَّعون بمهنية عالية في عملهم الصحفي.

وتعليقاً على نتائج الجدولين الأخيرين، يرى الباحث، ومن خلال تفاصيل العمل اليومي، أنَّ هناك ما يشبه الجدل الخفي في الأوساط الصحافية البحرينية بمدى الدافعية لدى الصحافيين البحرينيين وغير البحرينيين، وكذلك الدوافع المهنية لديهم. ففي حين ترى مجموعة من الصحفيين البحرينيين أنَّ الصحفي المواطن لديه القدرة الأكبر على عرض القضايا المحلية بمعرفة أعمق، وبمسؤولية أكبر، خصوصاً وأنَّ القضايا المحلية في جميع الأبواب هي المقروءة أكثر في البحرين؛ فإنَّ الصحافي غير البحريني، وبحكم وضعيته الوظيفية وعلاقته برّب العمل، فإنَّه يتجنب القضايا الحساسة، وهذا ما لا يساعد على الذهاب إلى أبعاد أخرى بالنسبة للصحافي والصحيفة في مسألة التناول والطرح والمعالجة، وتبقى تدور الصحيفة حول حدود القضايا وبالكاد تلامسها.

ويرى آخرون، أنَّ مهنية الصحافيين غير المواطنين تُجنَّب الصُّحف الانزلاق في الصِّراعات الأيديولوجية، في مجتمع متعدّد المذاهب والأعراق والانتماءات السياسية، وهذا التوازن يحفظ القيمة والاحترام لمهنة الصحافة بحيث لا تتحازز إلا إلى المهنة، وليس إلى أيِّ عامل آخر.

وفيما اختلفت العينة في وصف مهنية الصحافيين البحرينيين وغير البحرينيين بالمتوسطة، أو الضعيفة، فإنَّ العينة اتفقت في إجاباتها بأنَّ المهنة العالية لدى الصحافيين البحرينيين وغير البحرينيين متساوية تماماً (17%)، بينما رأت ما نسبته 36% من العينة أنَّ مهنية الصحفيين غير البحرينيين ضعيفة.

ولا يستبعد الباحث انحياز نسبة من أفراد العينة لجنسياتهم في تفسير معنى "المهنة" ومستواها، على اعتبار أنها من الأمور التي لا تناقش غالباً في الصُّحف المحلية، وأنَّ صُحُفاً لا تكاد تعقد اجتماعات يومية

أو أسبوعية لأقسام التحرير لمناقشة مستوى الأعمال التي تقدّم حتى تتمكن، مع الوقت، من بناء "مدرسة صحافية" لها تقاليدھا.

7. مدى تفاعل القراء مع ما ينشر في الصحف اليومية المحلية المطبوعة:

تمّ حساب التكرارات والنسب المئوية، كما هو موضّح في الجدول التالي:

جدول (19)

التكرارات والنسب المئوية لتفاعل القراء مع ما يُنشر في الصحف اليومية المحلية المطبوعة

الاستجابة	التكرار	النسبة المئوية
جيد	49	49%
متوسط	43	43%
ضعيف	8	8%
المجموع	100	100.0%

تُظهر نتائج الجدول السابق أنّ وصف العيّنة تفاعل القراء مع ما يُنشر في الصحف اليومية المحلية المطبوعة بأنه "جيد" قد جاء في المرتبة الأولى بنسبة (49%)، وجاء في المرتبة الثانية بنسبة (43%) من يرون أنّ تفاعل القراء مع ما يُنشر في الصحف اليومية المحلية المطبوعة "متوسط"، وجاء في المرتبة الأخيرة بنسبة (8%) من العينة من يرون أنّ تفاعل القراء مع ما ينشر في الصحف اليومية المحلية المطبوعة "ضعيف".

إنّ تقارب مستوى التفاعل مع ما ينشر في الصحف بين "الجيد" و"المتوسط" من وجهة نظر العيّنة من العاملين في المجال الصحافي، تدلّ على أنّ هناك روافد أخرى لحمل آراء الناس والتفاعل معها، وربما تكون هذه الروافد أكثر حرّية من الصحف الصادرة عن المؤسسات من حيث المحتوى، وأكثر سهولة في الوصول، وأيضاً في طبيعة التعليق والتفاعل، وأسرع تبدّلاً من المواد الصحافية. وفي المقابل، فإنّ العدد الصغير من العيّنة الذين اختاروا أنّ التفاعل مع الصحيفة "ضعيف" (8%)، يدلّ على أن ليس لهذا الرأي دلالات واضحة، إذ لا تزال الصحافة المطبوعة تحظى بالاحترام والتقدير والثقة، وبالتالي التفاعل مع ما تطرحه أعلى من أن يكون ضعيفاً.

8. تقدير العينة لعدد النسخ المطبوعة حالياً من الصحف البحرينية اليومية مجتمعة:

تمّ حساب التكرارات والنسب المئوية، كما هو موضّح في الجدول التالي:

جدول (20)

التكرارات والنسب المئوية لتقدير العينة لعدد النسخ المطبوعة حالياً من الصحف البحرينية اليومية مجتمعة

الرقم	الاستجابة	التكرار	النسبة المئوية
1	أقل من 25 ألفاً	48	%48
2	25 إلى 34 ألفاً	28	%28
3	35 إلى 44 ألفاً	12	%12
4	45 إلى 50 ألفاً	7	%7
5	أكثر من 50 ألفاً	5	%5
	المجموع	100	%100.0

يتبيّن من الجدول السابق أنّ يرون من عينة الدراسة يقدّرون عدد النسخ المطبوعة حالياً من الصحف البحرينية اليومية مجتمعة يبلغ أقلّ من 25 ألفاً، جاؤوا في المرتبة الأولى بنسبة (%48)، وجاء في المرتبة الثانية من يقدّرون عدد النسخ المطبوعة حالياً من الصحف البحرينية اليومية مجتمعة يتراوح من 25 إلى 34 ألفاً، وكانت نسبتهم (%28)، واحتلّ المرتبة الثالثة من يقدّرون عدد النسخ المطبوعة حالياً من الصحف البحرينية اليومية مجتمعة يتراوح من 35 إلى 44 ألفاً، بنسبة (%12)، وجاء في المرتبة الرابعة من يقدّرون عدد النسخ المطبوعة حالياً من الصحف البحرينية اليومية مجتمعة يتراوح من 45 إلى 50 ألفاً، وكانت نسبتهم (%7)، وجاء في المرتبة الأخيرة من يقدّرون عدد النسخ المطبوعة حالياً من الصحف البحرينية العربية اليومية مجتمعة يبلغ أكثر من 50 ألفاً، وكانت نسبتهم (%5).

وعلى الرغم من أنّ أرقام طباعة الصحف اليومية تُعامل بسريّة في المؤسسات الصحافيّة المحليّة لعدم وجود جهة مستقلة تراقب الطباعة والنشر والتوزيع؛ إلا أنّ ترجيح حوالي نصف العينة من المستطلعة آراؤهم (%48) بأن مجموع ما يُطبع من نسخ الصحف البحرينية اليومية لا يزيد عن 25 ألفاً، أقرب ما يكون إلى الصّحة، إذا ما قورنت بآراء من قام الباحث بمقابلتهم من متّخذي القرار في هذه الصحف، حيث أشار مسؤول

في صحيفة "الوسط" إلى أنه "قبل 15 عاماً، عندما كانت صحيفتا "أخبار الخليج" و"الأيام" فقط على السّاحة، كان إجمالي ما يجري توزيعه 15 ألف نسخة، بشكلٍ متوازنٍ إلى حدٍّ ما، وإنْ كانت صحيفة "الأيام" أعلى توزيعاً نوعاً ما. وهذا لا يعني البيع الفعلي، ولكن يعني الانتشار والتواجد حيث كانت "الأيام" أكثر تواجداً وانتشاراً. وعندما صدرت "الوسط" بصفتها صحيفة جديدة بطرحٍ مختلف، بلغ مجموع ما يطبع من "الوسط" وحدها، 20 ألف نسخة يومياً في بعض الفترات، ونزل العدد بعد فترة مع الآخرين وصار الجميع يطبع ما بين 8 آلاف إلى 10 آلاف نسخة. ولكن في العام 2016، ومع انخفاض المبيعات؛ تراجعت أعداد المطبوع أكثر وأكثر. الصّحف البحرينيّة الآن تطبع ما بين 3 آلاف و5 آلاف نسخة فقط للصحيفة الواحدة، وأقصى الصحف تطبع 7 آلاف نسخة في اليوم، فكلُّ الصّحف الأربع اليوميّة في البحرين لا يزيد ما تطبعه اليوم عن 20 ألف نسخة مجتمعة، وأقْدَر المبيعات ما بين 50% إلى 60% من حجم المطبوع"¹.

وهذا ما يقوله أيضاً مدير الإنتاج في مؤسسة "الأيام" الذي يذكر "حجم المطبوع من الصّحف الأربع البحرينيّة اليوميّة الآن لا يتعدى العشرين ألفاً. قبل عشر سنوات كنا نطبع مجتمعين أكثر من 35 ألف نسخة، وهي الفترة ما بين 2005 إلى 2007"².

9. مؤشرات توزيع الصّحف اليوميّة المطبوعة في البحرين حالياً من وجهة نظر العيّنة:

تمّ حساب التّكرارات والنّسب المئويّة، كما هو موضّح في الجدول التّالي:

جدول (21)

التّكرارات والنّسب المئويّة لمؤشرات توزيع الصّحف اليوميّة المطبوعة في البحرين حالياً من وجهة نظر العيّنة

الرقم	الاستجابة	التكرار	النسبة المئوية
1	منخفضة	78	78%
2	ثابتة	21	21%
3	في ازدياد	1	1%
	المجموع	100	100.0%

¹سيد إبراهيم حميد، مدير العمليات والتطوير في صحيفة "الوسط"، مقابلة أجريت معه في مجمّع سار التجاري بتاريخ 7 أغسطس 2017.

²عبدالله لطيف عبدالخالق، مدير الإنتاج في صحيفة "الأيام"، مقابلة أجريت معه في مكتبه بتاريخ 09 أغسطس 2017.

تُظهر نتائج الجدول السابق أن المرتبة الأولى من العيّنة بنسبة (78%) احتلها من يرون أن توزيع الصُّحف اليومية المطبوعة في البحرين حالياً منخفض، وجاء في المرتبة الثانية، وبنسبة (21%) من يرون أن توزيع الصُّحف اليومية المطبوعة في البحرين حالياً ثابت، وفي المرتبة الثالثة والأخيرة، وبنسبة (1%) فقط من العيّنة، من يرون أن توزيع الصُّحف اليومية المطبوعة في البحرين حالياً في ازدياد. والنسبة من المعتقدين بانخفاض توزيع الصحف اليومية المطبوعة في مملكة البحرين تتفق تماماً مع ما يذهب إليه المسؤولون في الصُّحف اليومية بشكل عام، ومسؤولو التوزيع والاشتراكات بشكل خاص، بلا استثناء.

ولكن نسب الانخفاض والتراجع في المطبوع المباع لها أكثر من قراءة. فهناك من متّخذي القرار من يقرأها على أنها "دورات طبيعية بين نزول وصعود"، وهناك من يراها مؤشراً واضحاً لقرب انتهاء عصر الصحافة المطبوعة، وهناك من يقلل من شأن النظرات التشاؤمية.

فمن المسؤولين الذين أقرّوا بانخفاض توزيع الصحف سيد إبراهيم حميد إذ يقول: "قمنا في "الوسط" بدراسة ميدانية مسحية على مبيعات كل الصُّحف المحلية، ومن ضمنها "الوسط"، من خلال منافذ البيع في البحرين وعددها حوالي 500 منفذ لبيع الصحف والمجلات، لاحظنا أنها تتقلّص شيئاً فشيئاً، لتصل إلى أكثر قليلاً من 300 منفذ بيع. ومنذ العام 2011، ركّزنا بحثنا على ما بين 160 إلى 180 منفذ بيع لنراقب مبيعات الصُّحف فيها لمدة أسبوع، ونعيد المسح كلّ شهرين، فوجدنا تناقصاً في مبيعات الصُّحف يصل في متوسطه إلى 8% سنوياً منذ 2011 وحتى نهاية 2016، أي أن هناك انخفاضاً في مبيعات الصُّحف المطبوعة يصل إلى حوالي 48% في ست سنوات"¹.

يعزّز هذا الرأي ما قاله رئيس تحرير صحيفة "الوطن": "نزلت مبيعات الصحف الورقية في السنوات الخمس الأخيرة (2012 – 2017)، وتراجع عدد القراء بشكل كبير، حتى أنه بات من غير المجدي عمل حملات لزيادة الاشتراكات كما كانت الصحف تتسابق قبلاً، فالاشتراكات صارت عبئاً على الصحف. فلا صحيفة، في السنوات الخمس الأخيرة، قامت بحملة لتنشيط الاشتراكات"².

¹ سيد إبراهيم حميد، مصدر سابق.

² يوسف البنخليل، رئيس تحرير صحيفة "الوطن". مقابلة أجريت معه في مكتبه بتاريخ 10 أغسطس 2017.

ويقدّم مدير التوزيع والاشتراكات في المؤسسة نفسها صورة أوضح معززة بالأرقام بقوله: "لم يعد هناك منحني للتوزيع، وإنما تنازل مستمر. فقلّت الاشتراكات عمّا كانت عليه بنسبة تراوحت بين 35 و40%، ولكن الأوضح من ذلك ما حدث في "نقاط البيع" التي تقدّرها بما بين 650 - 700 نقطة، إذ قلّت المبيعات بنسبة 70%، وفي بعض الأيام تصل إلى ما هو أعلى من هذه النسبة، في السنوات الست الماضية"¹.

ويشرح مدير التوزيع والاشتراكات في مؤسسة "الوطن" وضعيّة عمليات البيع والتوزيع في السوق المحليّة بقوله: "في السابق، لم تكن الصحيفة لتستغني عن نقاط البيع، أما الآن فيمكن أن يكون جواب البائع في نقطة البيع أن لا فرق لديه إذا ما أرسلت له الصحف لبيعها في محلّه أم لم ترسل، لأن البيع ضعيفٌ جداً. ففي السابق كان متوسط المحلات (منافذ البيع) تباع ما بين 15 إلى 20 نسخة يومياً، أما اليوم فالمتوسط يصل إلى 3 إلى 5 نسخ تقريباً. من يريد الصحيفة الورقية، فإنه سيعمد إلى الاشتراك فيها لتصله إلى حيث يريد، مع صندوق الاشتراكات. ومن الناحية الاقتصادية فإن الاشتراك يوفر حوالي 40% من قيمة النسخة الورقية فيما لو اشتراها لمدة سنة كاملة من السوق، إذ ستكون النسخة في الاشتراك حوالي 120 فلساً بدلاً من 200 فلس، أو أقل من ذلك بحسب العروض"².

هذه الآراء لا يتفق معها مدير التوزيع في صحيفة "الأيام"، الذي يقول إنّ هناك تأثيراً بدأ ملموساً منذ الفترة ما بين 2011 - 2012 في حجم المبيعات، إلا أنه "ليس بالنسبة التي يعتقدها البعض، فلقد انخفض التوزيع ما بين 5% و10% عمّا كان عليه من قبل"³.

ويرى رئيس مجلس الإدارة ورئيس التحرير لصحيفة "أخبار الخليج" أن السبب يعود إلى عدم حرفية الناشرين، وعدم امتلاكهم النظرة البعيدة في إدارة العمليات، بقوله: "هذا راجع إلى أنّ الناشرين غير متمكّنين فكرياً لمعرفة حقيقة أعمالهم وفلسفتها، كالذين يوزعون صحفهم مجاناً، أو وجود مواقع إلكترونية مجانية، فالفارئ

¹ عقيل الحايكي، مدير التوزيع والاشتراكات في صحيفة "الوطن"، مقابلة هاتفية أجريت معه بتاريخ 15 أغسطس 2017.

² السابق نفسه.

³ غسان المومني، مدير التوزيع والاشتراكات في صحيفة "الأيام"، مقابلة أجريت معه في مكتبه بتاريخ 4 أكتوبر 2017.

أو المستهلك عندما يجد كل ما يريده مجاناً، فلماذا يدفع مبلغاً من المال، مهما كان صغيراً، لقاء ما يمكن الحصول عليه مجاناً؟!¹.

10. تفاعل القراء مع المواضيع المطروحة في الصحيفة من خلال استخدامهم لهذه الوسائل:
تم حساب التكرارات والنسب المئوية والوزن المرجح والترتيب لاستجابات العينة، كما هو موضح في الجدول التالي:

جدول (22)

التكرارات والنسب المئوية والمتوسطات الحسابية والأهمية النسبية والترتيب

لتفاعل القراء مع المواضيع المطروحة في الصحيفة من خلال استخدامهم لهذه الوسائل

الترتيب	الأهمية النسبية	الوزن المرجح	ضعيف		قوي		قوي جداً		العبارة
			النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	
1	%91.4	2.743	%3	3	%19	19	%78.0	78	وسائل التواصل الاجتماعي
2	%75.9	2.277	%19	19	%34	34	%47.0	47	موقع الصحيفة الرقمي
3	%66.0	1.980	%31	31	%40	40	%29.0	29	البريد الإلكتروني
4	%47.2	1.416	%67	67	%25	25	%8.0	8	الزيارة الشخصية للصحيفة
5	%43.6	1.307	%76	76	%18	18	%6.0	6	الرسائل البريدية
6	%34.3	1.030	%98	98	%2	2	%0.0	0	الفاكس

تُظهر نتائج الجدول السابق أنَّ وسائل التواصل الاجتماعي جاءت في المرتبة الأولى بنسبة (91.4%)، من بين أكثر الوسائل التي يتفاعل من خلالها القراء مع المواضيع المطروحة في الصحيفة، واحتل موقع الصحيفة الرقمية المرتبة الثانية بنسبة (75.9%)، وجاء في المرتبة الثالثة البريد الإلكتروني بنسبة (66.0%). كما تُظهر نتائج الجدول السابق أنَّ الفاكس احتل المرتبة الأخيرة كأقل الوسائل التي يتفاعل من خلالها القراء مع المواضيع المطروحة في الصحيفة بنسبة (34.3%)، وسبقته الرسائل البريدية التي جاءت في المرتبة الخامسة بنسبة (43.6%)، وجاءت في المرتبة الرابعة الزيارة الشخصية للصحيفة بنسبة (47.2%).

¹أنور عبدالرحمن، رئيس مجلس الإدارة ورئيس تحرير "أخبار الخليج"، مقابلة أجريت معه في مكتبه بتاريخ 22 أغسطس 2017.

ويرى الباحث أنّ واحدة من أهمّ ميزات الإعلام الإلكتروني، وبحسب الكثير من الدّراسات الحديثة، هي: التّفاعليّة. إذ من الصّعب التّفاعّل مع الموادّ المنشورة في الصّحف المطبوعة، أو على الإذاعة والتلفزيون، إذ تستغرق عمليّة التّفاعّل وقتاً وجهداً استثنائيّين لم يعودا اعتياديّين من قبل الجمهور الذي وجد في الإعلام الإلكتروني، بما فيه الإعلام الاجتماعي، وسيلة أسهل وأكثر فاعليّة، وفوريّة، وأقلّ كلفة، للتّفاعّل مع أيّ مادّة مطروحة في هذه الوسائل، ولا تحتاج إلى إذن أو انتظار، وهناك ما يشبه نشر التّفاعّل إنّ لم يكن فيه ما يخرج عن المتعارف عليه. كما أنّه من المتوقّع أن تأتي مواقع الصّحف في المرتبة الثانية، لأنّ قارئ الصحيفة في موقعها الإلكتروني غالباً ما يجد مساحة لإبداء رأيّه، وقد كانت هذه المساحات ظهرت في المواقع الإلكترونيّة للصحف البحرينية في النصف الثاني من العشريّة الأولى من القرن الحالي، وكانت مرتبطة فقط بالمقالات، ولكن تمّ تعميمها تالياً على جميع المواد التي تنشر في الصحيفة، فيكون من السهل على قراء النسخة الإلكترونيّة التعليق على المادّة في المكان نفسه.

ولا يجد الباحث تفسيراً لتقدّم وسيلتي: "الرّسائل البريدية"، و"الزّيارة الشّخصيّة للصحيفة"، على "الفاكس"، على الرغم من قدّم هاتين الوسيلتين، وشبه انقراض الرسائل البريدية التي ترسل إلى الصحف، والتراجع الكبير للزيارات الشخصية لمقر الصحيفة لبعض القراء لكي يوصلوا رأيهم، أو يعلقوا على موضوع، والتي كان يقوم بها الأميون لأنهم لا يحسنون كتابة الرسائل البريدية؛ إلا عدم إيلاء بعض أفراد العينة الانتباه الكامل أثناء تعبئة الاستبيان.

11. وسائل الإعلام الاجتماعي الأكثر استخداماً من قبل الجمهور في البحرين للتّفاعّل مع

الصحيفة: (يمكن اختيار أكثر من بديل)

تم حساب التكرارات والنسب المئوية، كما هو موضّح في الجدول التالي:

جدول (23)

التكرارات والنسب المئوية لوسائل الإعلام الاجتماعي الأكثر استخداماً من قبل الجمهور في البحرين للتفاعل مع الصحيفة

الاستجابة	التكرار	النسبة المئوية
تويتر	90	90%
انستغرام	89	89%
فيسبوك	31	31%
غوغل بلس	5	5%

يتبين من الجدول السابق أنّ "التويتر" جاء في المرتبة الأولى من بين وسائل التواصل الاجتماعي الأكثر استخداماً من قبل الجمهور في البحرين للتفاعل مع الصحف بنسبة (90%)، وجاء في المرتبة الثانية "انستغرام" بنسبة (89%)، واحتلّ "فيسبوك" في المرتبة الثالثة بنسبة (31%)، ثم جاء "غوغل بلس" في المرتبة الرابعة بنسبة (5%).

ويفسّر الباحث هذه النسب العالية والمتقاربة لما رأيته العينة بأنه أكثر وسائل التواصل بين الجمهور والصحف، بأنها منسقة مع ما تشير إليه الإحصاءات الصادرة عن المواقع التي ترصد التغيرات في الاشتراك في الإعلام الاجتماعي. فـ "التويتر" و"الانستغرام" من أكثر التطبيقات التي تتيح إمكانية التعليقات على المنشور فيها، وهذا التطبيقان لهما نسبة اشتراك كبيرة من بين السكان في المملكة.

واحتل تطبيق "غوغل بلس" الترتيب الأخير، على الرغم من عدم استخدامه من قبل أي صحيفة من الصحف اليومية القائمة في مملكة البحرين وقت إجراء الاستبيان.

12. أهم العوامل المساعدة على استمرار الصحافة البحرينية اليومية المطبوعة حتى الآن:

تم حساب التكرارات والنسب المئوية الترتيب لاستجابات العينة، كما هو موضح في الجدول التالي:

جدول (24)

التكرارات والنسب المئوية والأهمية النسبية والترتيب

لأهم العوامل المساعدة على استمرار الصحافة البحرينية اليومية المطبوعة حتى الآن

الترتيب	الأهمية النسبية	الوزن المرجح	لا أوافق بشدة		لا أوافق		لا أدري		أوافق		أوافق بشدة		العبارة
			النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	
1	92.7%	4.634	0%	0	1%	1	5.0%	5	22.0%	22	72.0%	72	الإعلانات التجارية
2	86.3%	4.317	0%	0	4%	4	11.0%	11	33.0%	33	52.0%	52	الدعم الحكومي غير المباشر
3	83.2%	4.158	0%	0	8%	8	10.0%	10	39.0%	39	43.0%	43	الملاك
4	75.2%	3.760	3%	3	11%	11	21.0%	21	37.0%	37	28.0%	28	تأدية رسالتها المجتمعية
5	73.5%	3.673	2%	2	17%	17	18.0%	18	37.0%	37	26.0%	26	الاشتراكات
6	68.4%	3.420	3%	3	24%	24	19.0%	19	36.0%	36	18.0%	18	اعتقاد الجمهور على شراء الصحف

تُظهر نتائج الجدول السابق أنعامل "الإعلانات التجارية" جاء في المرتبة الأولى باعتبارها أهم العوامل المساعدة على استمرار الصحافة البحرينية اليومية المطبوعة حتى الآن من وجهة نظر العينة، وبنسبة (92.7%)، وأتى في المرتبة الثانية "الدعم الحكومي غير المباشر" بنسبة (86.3%)، واحتل في المرتبة الثالثة عامل "الملاك" بنسبة (83.2%)، وجاء عامل "تأدية الصحف لرسالتها المجتمعية" في المرتبة الرابعة بنسبة (75.2%)، وجاء عامل "الاشتراكات" في المرتبة الخامسة بنسبة (73.5%)، وفي المرتبة السادسة والأخيرة أقل العوامل المساعدة على استمرار الصحافة البحرينية اليومية المطبوعة هو "اعتقاد الجمهور على شراء الصحف" بنسبة (68.4%).

وبتحليل نتائج الإجابات عن السؤال (12) في الاستبيان، يتضح أن غالبية العاملين في الصحف البحرينية اليومية المطبوعة يعتقدون أن "الإعلانات التجارية" تأتي على رأس أسباب استمرار الصحف اليومية المطبوعة في البحرين، إذ يقول في مدير العمليات والتطوير صحيفة "الوسط": "منذ أن عملت في الصحافة

(قبل أكثر من 25 عاماً) وإلى وقت قريب جداً، والمعادلة واحدة تقريباً بالنسبة لدخل الصحافة: 20% يأتي من المبيعات المباشرة، و80% من الإعلان¹.

وهذا من الأمور الطبيعية في أكثر المؤسسات الصحافية حول العالم، إلا أن هذا العامل ليس بالأول في عدد من دول العالم الأخرى التي يأتي فيها موضوع البيع والاشتراكات في السنوات الأخيرة، أعلى من دخل الإعلانات في الصحف²، خصوصاً الدول التي توالي طبع الصحف اليومية بكثافة.

فصغر حجم السوق البحرينية لا يجعل المؤسسات الصحافية تطبع بالحجم التجاري الذي يغطي الكلفة ويدخل تالياً في مرحلة الربحية. إذ يشير مدير المطبعة في صحيفة "الوسط" إلى أن عمليات الطباعة اليومية للصحف تستهلك في بداية دورانها كمية من النسخ التجريبية، تصل إلى ما يوازي 500 نسخة من الصحيفة، لريثما يطمئن الطابعون إلى جودة الطباعة المطلوبة ودقة الألوان، ثم يبدأ السحب الحقيقي للعدد الواحد، فالكلفة الحقيقية هي في الألفي نسخة الأولى من الصحيفة، ثم تبدأ الكلفة تتضاءل حسابياً، وهذا أمر معروف في عالم الطباعة³.

فإذا ما كانت الصحف البحرينية، وبحسب الملاحظة وما أدلت به المصادر التي شاركت في المقابلات، تطبع ما يتراوح ما بين 2000 و8000 نسخة يومياً، فإن الاعتماد على الإعلان هو العامل الرئيس لبقائها.

وترجح العينة المستطلعة آراؤهم أن العامل الثاني المهم في استمرار الصحف اليومية البحرينية المطبوعة إلى الآن، يعود إلى "الدعم الحكومي غير المباشر"، المقصود به: التسهيلات التجارية، والإعلانات التجارية، وإلغاء الجمارك عن استيراد الأوراق والمعدات، وغيرها.

وواضح أن النسبة الأكبر التي اختارت "أوافق بشدة" و"أوافق" على هذا العامل، ومجموعها 83%، لديها صورة نمطية عن علاقة الحكومة بالصحف اليومية مادياً، إذ دائماً ما يقال أن هناك مساعدات تقدّمها

¹سيد إبراهيم حميد، مصدر سابق.

²<http://www.wptdatabase.org/world-press-trends-2017-facts-and-figures>

³أحمد مهدي، مدير المطبعة في صحيفة "الوسط"، مقابلة هاتفية أجريت معه بتاريخ 1 يناير 2018.

الحكومة، خفيّة وظاهرة للصحف اليومية، في حين ينفي عددٌ من المسؤولين في هذه المؤسسات الصحافية تلقّي الصحف أيّ دعمٍ حكوميّ أو تقديم أيّ نوعٍ خاصٍّ من التسهيلات، أو الإعفاءات الجمركية على وارداتها من الأوراق والأحبار ومعدّات الطباعة الأخرى.

وعلى النقيض، فقد توقّفت المؤسسات الحكومية، مع أزمة أسعار النفط، أي في العام 2015، عن الإعلان في الصحف في المواسم الثلاثة الرئيسيّة (عيد الفطر، وعيد الأضحى والعيد الوطني)، وهي من المواسم التي تنتظرها الصحف بأملٍ كبيرٍ في إطفاء بعض من خسائرها، أو سدّ مصروفاتها، نظراً لتسابق المؤسسات الرسميّة في السنوات السّابقة على حجز مساحات ملوّنة في الصحف لنشر التّهاني للقيادة بهذه المناسبات.

واختار المستطلعة آراؤهم العاملين الثالث والرابع من حيث الأهميّة لاستمرار الصحف اليومية المطبوعة في البحرين حتّى الآن، وهما على التوالي: "الملّك"، و"تأدية الصحف لرسالتها المجتمعية"، وذلك بنسبة ترجيح 83.2% و 75.2% على التوالي، وهذا على خلاف ما هو معروف عن المؤسسات الصحافية التي تتأسس على أمل الرّبح كونها مؤسسات تجارية في المقام الأول، ومسجّلة في وزارة الصناعة والتجارة والسياحة، ولها مساهمين.

ونظراً للصعوبات الماليّة، قامت أكثر من مؤسّسة صحافيّة في البحرين بمراجعة كوادرها الصحافيّة والإداريّة، والخدمات الإخبارية التي تستأجرها، فأجرت عدداً من عمليّات إعادة الهيكلة، بإغلاق بعض الأقسام، ودمج المهمّات، والاستغناء عن بعض الخدمات الإخبارية، والاقتصار على الأساسيّة منها فقط، وتوظيف عناصر صحافيّة مبتدئة ومن طلبة الجامعات بعقود مؤقتة نظراً لانخفاض مكافآتهم، وليسهل استبدالهم، أو الاستغناء عنهم في حال تم إجراء تقليص آخر. كما جرى خفض مكافآت الكُتّاب في أكثر من صحيفة إلى النصف أو أكثر من النّصف أحياناً، وهذا ما يدحض اختيار العيّنة لهذين السببين كونهما من أسباب استمرار الصحف اليوميّة محليّاً.

وجاءت "الاشتراكات" عاملاً خامساً في استمرار الصحف اليومية، وهذا ما يتطابق مع الوضع الرّاهن للصحف البحرينيّة اليومية، ويتناقض مع ما يجعل الصحيفة مستمرة في الصدور، إذ أنّ الكمّ الأكبر من الاشتراكات يرتبط غالباً بالمؤسّسات، وهي ما تشكّل نحو 80% من حجم الاشتراكات، مثل الوزارات والمؤسّسات

والمقاهي والعيادات والفنادق وشركات الطيران وغيرها، فمن المعتاد أن يجد المسؤول الصحف على مكتبه صباحاً، وأن تحتفظ بعض الجهات، وخصوصاً دوائر الإعلام والعلاقات العامة في الوزارات والمؤسسات الرسمية، بقصاصات الورق لما يهّمها من أخبار أو مواضيع، بينما النسخة الإلكترونية ربما يجري حذف بعض المواد منها، أو تعديلها، أو تحديثها، بينما الجهات تريد الاحتفاظ بالأخبار كما نُشرت تماماً¹.

وجاء "اعتياد القراء على شراء الصحف" في المرتبة الأخيرة كأحد أهمّ العوامل المساعدة على استمرار الصحافة البحرينية اليومية المطبوعة حتّى الآن، وهذا أيضاً من المتناقض مع ما يشير إليه متخذو القرار في الصحف، إذ أن دراساتهم تنصبّ على منافذ البيع اليومية، وانخفاض المبيعات في هذه المنافذ هو ما ينبّه إلى وجود مشكلة ربما يقصر أمدها أو يطول. وقد يستقرّ في ذهنية العينة، وهم العاملون في الصحافة، أن المبيعات لا تشكل دخلاً كبير للصحيفة، ولذلك جرى تأخير هذا السبب إلى المرتبة الأخيرة.

13. العوامل التي تعيق استمرار صدور الصحافة البحرينية اليومية المطبوعة مستقبلاً:

تمّ حساب التكرارات والنسب المئوية والترتيب لاستجابات العينة، كما هو موضّح في الجدول التالي:

¹ سيّد إبراهيم حميد، مصدر سابق.

جدول (25)

التكرارات والنسب المئوية والأهمية النسبية والترتيب

للعوامل التي تعيق استمرار صدور الصحافة البحرينية اليومية المطبوعة مستقبلاً

الترتيب	الأهمية النسبية	الوزن المرجح	غير موافق		محايد		موافق		العبارة
			النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	
1	%97.0	2.911	%2	2	%5	5	%94.0	94	تراجع الإعلانات التجارية
2	%91.7	2.752	%6	6	%13	13	%82.0	82	ظهور وسائل أخرى أسرع وأكثر سهولة
3	%91.1	2.733	%6	6	%15	15	%80.0	80	اتساع فئة الشباب في المجتمع وارتباطها بالتكنولوجيا
4	%86.1	2.584	%8	8	%26	26	%67.0	67	تغير العادات القرائية
5	%85.1	2.554	%12	12	%21	21	%68.0	68	تراجع اهتمامات القراء
6	%84.2	2.525	%9	9	%30	30	%62.0	62	تراجع الاشتراكات
7	%81.8	2.455	%12	12	%31	31	%58.0	58	ارتفاع أسعار الورق/الطباعة
8	%80.5	2.416	%14	14	%31	31	%56.0	56	كلفة التوزيع
9	%67.0	2.010	%29	29	%42	42	%30.0	30	الضغوطات البيئية

تُظهر نتائج الجدول السابق أنَّ أكثر العوامل التي تعيق استمرار صدور الصحافة البحرينية اليومية المطبوعة مستقبلاً هو "تراجع الإعلانات التجارية" بنسبة (97.0%)، وقد احتلَّ المرتبة الأولى، وهذا ما يتوافق مع نتيجة الجدول (21)، حيث تؤدي الإعلانات التجارية دور العامل الحاسم في استمرار صدور الصحف، أو إعاقه صدورها إنْ تراجعت الإعلانات التجارية إلى الحدِّ الذي لا يمكن للمؤسسات من خلاله الاستمرار في تمويل جميع عملياتها.

وجاء في المرتبة الثانية "ظهور وسائل أخرى أسرع وأكثر سهولة" بنسبة (91.7%)، وهذا أيضاً ما يتوافق مع الكثير من الشهادات التي أدلت بها المصادر التي التقاها الباحث، والتي تشير في المجمل إلى أنَّ وصول الأخبار والمواد الصحافية إلى الجمهور، مجَّاناً وبسرعة، وبحيث يمكن للجمهور انتقاء ما يقرأ منها وتجنُّب ما لا يريد قراءته، ومن دون أن يبذل مجهوداً في الذهاب لشراء الصحيفة من منافذ البيع، ومن دون

أن تبقى عندها في عداد المهمّلات، يجعل استمرار الصّحيفة المطبوعة في خطر¹، وهذا الرأي يذهب إليه عددٌ من المصادر من المسؤولين في الصّحف اليومية البحرينية المطبوعة أيضاً.

وجاء في المرتبة الثالثة "اتّساع فئة الشّباب في المجتمع وارتباطها بالتّكنولوجيا" بنسبة (91.1%)، وذلك أخذاً بعددٍ من الملاحظات والشهادات المحليّة من قِبل المؤثّرين وصنّاع القرار في المؤسسات الصحافيّة الذين يشيرون إلى أن الفئة العمريّة اليوم الواقعة ما بين 15-30 عاماً، لا تقرأ الصّحف المطبوعة، وهذه الشهادات آتية من خلال المسوحات التي تجريها الصّحف نفسها، فهذه الفئة قد نشأت مع التمدد الكبير للتكنولوجيا، والهواتف المحمولة، والحواسيب اللوحية، فأخذت تستقي معلوماتها وما تريده من أخبار من المصادر الإلكترونيّة في المقام الأول.

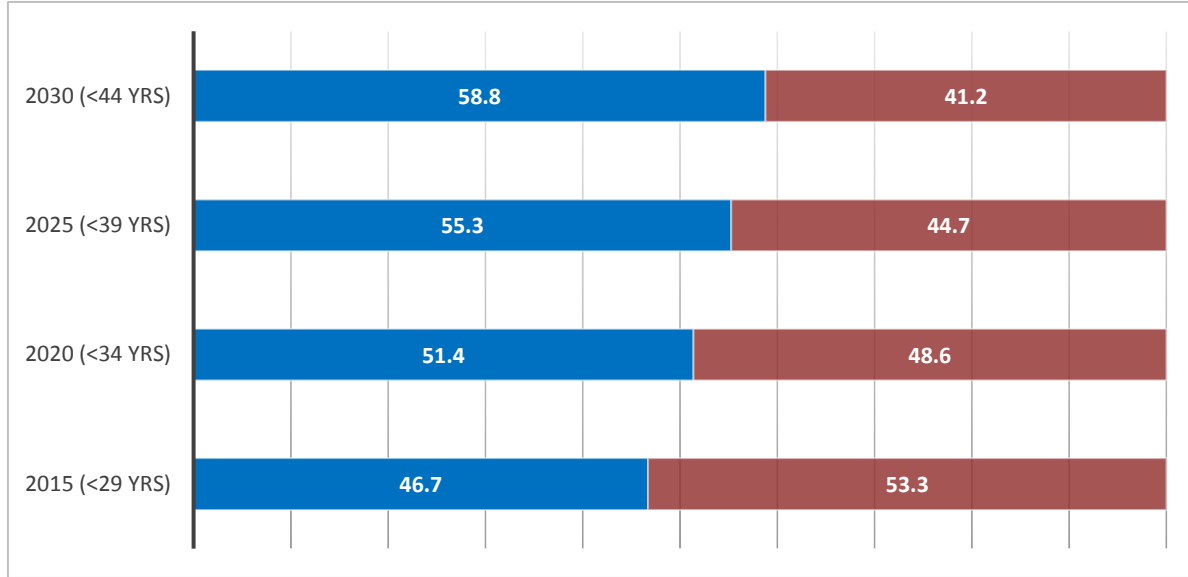
وبالرجوع إلى المواقع الإلكترونيّة المعتمد عليها من السيناريوهات، ورسم سيناريو الفئة العمريّة من 0-30 عاماً، من حجم المواطنين على اعتبار أن سنة الأساس 2015، فإنّ هذه الفئة تشكّل 46.7 من المواطنين، وستنتهي في العام 2030 إلى أن تشكّل ما نسبته 58.8% من إجماليّ المواطنين، وهي الفئة التي لم تنشأ على قراءة الصّحف الورقيّة، والتي من المتوقّع أن تكون في عهدها تكون الصّحف المطبوعة قد استنفدت جميع أغراضها.

عند الحديث عن الفئة العمريّة من 15 - 30 عاماً وعدم تعاطيها مع الصّحف الورقيّة، فإنّ فئةً كبيرةً أيضاً من الفئات العمريّة الأكبر سناً (حتى 50 عاماً) في تردد ما بين النّسخة الورقيّة والإلكترونيّة، لأنّ هذه الفئة هي التي شهدت دخول الإنترنت إلى البحرين في العام 1995، أي عندما كان أفرادها في العشرينات والثلاثينات من أعمارهم، فهم ليسوا غرباء عن الإنترنت والتحوّلات التكنولوجيّة، بل جزءٌ كبير منهم كان مندفعاً إليها في حينه، وهم من يشكلون اليوم خبراء الإنترنت والاتصالات والإعلام الاجتماعي.

¹ عادل ميمون، المؤسس والرئيس التنفيذي لشركة (COMMS&D) للتسويق الرقمي، مقابلة هاتفية أجريت معه بتاريخ 20 أغسطس

الشكل (8)

الكتلة البحرينية الشبابة المتوقعة من 2015 – 2030¹



ثم يأتي عامل "تغيّر العادات القرائية" في المرتبة الرابعة بنسبة (86.1%)، إذ إنّ دخول الحواسيب الثابتة والمحمولة قد غيّر أنماط قراءة الصّحيفة، وتلتها الأجهزة اللّوحية، ثم الهواتف الذكية، مما يوقع صناعة الصحافة المطبوعة تحت ضغطٍ متعدّد الأوجه لا يمكن للصّحيفة المطبوعة وحدها مجاراته.

تلاه "تراجع اهتمامات القراء" في المرتبة الخامسة بنسبة (85.1%)، إذ أنّ الاهتمام بالقراءة بشكل عامّ يشهد تراجعاً عالمياً في مقابل الثقافة البصرية، وتوافر الألعاب على الهواتف، ومقاطع الفيديو والكمّ الهائل من الصور والرسومات والإنفوغرافيك، يمكن أن تكون من العوائق الرئيسة أمام استمرار انتشار الصّحف المطبوعة مستقبلاً.

واحتل عامل الاشتراكات المرتبة السادسة، على الرغم من أهميّة الاشتراكات بالنسبة للصّحيفة لأنّه الدّاعم الرئيس الثاني للإعلانات، وتعمل الصّحف على تقوية الاشتراكات وتعزيز دورها حتى وإنّ منحت حسومات على الاشتراك السنوي، ولكن يههما أن تكون الصحيفة مباحة سلفاً إلى مدى زمني متقدم، وكانت

¹ أجريت هذه الحسابات اعتماداً على التّوقّعات التي جاءت في موقع مركز المستقبل العالمي (The International Futures (IFs بجامعة دنفر <http://www.pardee.du.edu>

الصحف تهتمّ بالحملات الترويجية للاشتراكات، وتعطي جوائز للمشاركين بعضها ذات قيمة عالية كالسيارات والأجهزة الإلكترونية وتذاكر السفر وغيرها. إلا أنّ الأوضاع تغيرت نظراً للتوجّه الرسمي لترشيد النفقات مع انخفاض أسعار النفط، إذ عمدت المؤسسات الرسمية إلى قصر الاشتراكات في الصحف المحلية اليومية على المستويات العليا من الإدارات فقط، وبعدد محدود لبعض المستويات الأدنى، فيما قلّصت مؤسسات أخرى هذه الاشتراكات إلى حدود دنيا في "الجهات الرسمية هي أكثر الجهات التي قلّلت اشتراكاتها في الصحف المطبوعة. على سبيل المثال: وزارة الخارجية كان لديها 180 اشتراكاً، وفجأة تأتي رسالة لتقول بخفض الاشتراكات إلى خمسة فقط... وعلى ذلك فقس"¹. فيما صارت الصحف تصل جميعها مصوّرة على الهواتف الذكية في الساعات الأولى من الصباح، مما يقلّل حاجة القارئ الفرد للاشتراك في الصحيفة إلا إن كان متعوداً على شرائها وتصفحها.

وتُظهر نتائج الجدول السابق أنّ "الضغوطات البيئية" يُعدّ أقلّ لأسباب بنسبة (67.0%)، تلاه "كُلفة التوزيع" بنسبة (80.5%)، ثم "ارتفاع أسعار الورق/الطباعة" بنسبة (81.8%). ويرجّح الباحث أنّ مسألة الضغوط البيئية على صناعة الورق تحتاج إلى مهتمّ في الشؤون البيئية ومتابع لها حتى يدلي برأي في هذا المضمار، والأمر كذلك بالنسبة لكلفة التوزيع التي لا يهتم بها الكثير من الصحافيين العاملين في المؤسسات الصحافية المحلية، كونها عملية تجري في وقت (قبل الفجر) ومكان (المطبعة) لا يشهدهما الكثير من الصحافيين في الغالب، خصوصاً الذين لا تتعدى علاقتهم بالمؤسسة تسليم المواد المطلوبة.

14. الوسائل الأكثر منافسة للصحف البحرينية اليومية المطبوعة حالياً: (يمكن اختيار أكثر من بديل)

تم حساب التكرارات والنسب المئوية، كما هو موضّح في الجدول التالي:

¹ يوسف البنخليل، مصدر سابق.

جدول (26)

التكرارات والنسب المئوية للوسائل الأكثر منافسة للصحف البحرينية اليومية المطبوعة حالياً

الاستجابة	التكرار	النسبة المئوية
شبكات التواصل الاجتماعي	94	94%
المواقع الرقمية للصحف نفسها	77	77%
المواقع الإخبارية على الإنترنت	72	72%
المحطات التلفزيونية الإخبارية	29	29%
المحطات التلفزيونية الرياضية	18	18%
أخرى	12	12%
المحطات التلفزيونية العامة	9	9%
المحطات الإذاعية	4	4%

يتبين من الجدول السابق أن أكثر الوسائل الأكثر منافسة للصحف البحرينية اليومية المطبوعة حالياً هي "شبكات التواصل الاجتماعي" جاءت في المرتبة الأولى بنسبة (94%)، وهذا واضح من المراقبة اليومية لعدد زيارات المتابعين من الجمهور للصحف عبر الإعلام الاجتماعي، خصوصاً مع اعتماد الصحف البحرينية، والكثير من المؤسسات أيضاً، استخدام تطبيق "واتس أب" الذي يزود الجمهور بالتحديثات في الأخبار حال وقوعها بإرسالها إلى هواتفهم الذكية، إضافة إلى أن جميع الصحف البحرينية قد فعلت في الآونة الأخيرة خاصية الإرسال الفوري للأخبار على شاشات الحواسيب.

وجاءت في المرتبة الثانية "المواقع الرقمية للصحف نفسها" بنسبة (77%)، وهي تتبع الثقة في الصحيفة نفسها، باستبدال المطبوع بالإلكتروني، ويلاحظ الفارق بين هذا المصدر وما قبله بما يشير إلى تأثير الإعلام الاجتماعي في المشهد البحريني العام.

بينما جاءت المواقع الإخبارية على الإنترنت في المرتبة الثالثة بنسبة (72%)، جاءت ثم "المحطات التلفزيونية الإخبارية" في المرتبة الرابعة بنسبة (29%)، ويمكن هنا أيضاً ملاحظة الفارق بين المرتبتين الثالثة والرابعة في مسألة استقاء الأخبار، إذ لم يعد التلفزيون من الوسائل التي لا يمكن الاستغناء عنها بوجود المقاطع المتلفزة والروابط التي ترسل إلى الهواتف الذكية.

وجاءت في المرتبة الخامسة "المحطات التلفزيونية الرياضية" بنسبة (18%)، ثم الوسائل الأخرى مثل تطبيقات الهواتف الإخبارية (مثل تطبيق "نبض")، الذي ينشر الأخبار في المرتبة السادسة بنسبة (12%)، وجاءت المحطات التلفزيونية العامة في المرتبة السابعة بنسبة (9%)، ثم المحطات الإذاعية العامة في المرتبة الأخيرة بنسبة (4%).

ولا تعتبر المحطات التلفزيونية الرياضية، من وجهة نظر العينة، منافساً للصحف لأنّ غالباً ما تكون مواعيد البطولات والمباريات المهمة تأتي في المساء، في غير الأوقات التي تُقرأ فيها الصحف نهاراً، ومن تفوته المباريات يجدها منشورة في الصحيفة أو الملحق الرياضي في اليوم التالي. كما أن بعض الصحف البحرينية تقوم بتقديم تلخيصٍ مرئيٍّ للمباريات العالمية المهمة وترسله لجمهورها المشترك في خدمة "واتس أب".

وعلى الرغم من أهمية التطبيقات الإخبارية الشاملة، مثل "نبض"، إلا أنّه تأخّر في الاستبيان إلى درجة كبيرة، مع أنه من التطبيقات التي يمكن للمستخدم أن يكتفيها بحسب اهتماماته الخاصة، إلا أن "واتس أب" ربما أغنى المتابعين عن الكثير من التطبيقات المنفصلة الأخرى.

ورأت العينة أن المحطات التلفزيونية العامة والمحطات الإذاعية العامة، تحتلّان المرتبتين الأخيرتين على التوالي، نظراً لأنّ النشرات الإخبارية المحلية في التلفزيون تركز على الشأن الرسمي، وبالتالي، فإن الصحافة يمكنها أن تتقدّم في هذا الميدان على المحطات العامة بالتركيز على الشؤون الأهلية العامة في المجتمع. في الوقت الذي تمّ قصر نشرات الأخبار على موجة البرنامج العام (612 MW)، والموجة التي تبثّ باللغة الإنجليزية (96.5 FM)، بينما الموجة الأكثر جذباً للاستماع (93.3 FM) تعتمد في غالبيتها على البرامج المنوعة (الترفيهية).

15. أسباب عدم ظهور صحف جديدة في البحرين منذ العام 2008:

تمّ حساب التكرارات والنسب المئوية والوزن المرجّح والترتيب لاستجابات العيّنة، كما هو موضّح في الجدول التّالي:

جدول (27)

التكرارات والنسب المئوية والأهمية النسبية والترتيب لأسباب عدم ظهور صحف جديدة في البحرين منذ العام 2008

الترتيب	الأهمية النسبية	الوزن المرجّح	غير موافق		محايد		موافق		العبارة
			النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	
1	%94.1	2.822	%5	5	%7	7	%88.0	88	الأوضاع الاقتصادية غير المواتية محلياً وعالمياً
2	%90.8	2.723	%7	7	%13	13	%80.0	80	ضعف سوق الإعلانات
2	%90.8	2.723	%7	7	%13	13	%80.0	80	ظهور وسائل منافسة تغني عن الصحيفه المطبوعة
4	%89.1	2.673	%12	12	%8	8	%80.0	80	تشبع السوق المحليّة
5	%84.5	2.535	%9	9	%28	28	%63.0	63	ارتفاع كلف الطباعة والإنتاج
6	%56.4	1.693	%54	54	%23	23	%23.0	23	عدم وجود الكوادر الصحافية الكافية

تظهر نتائج الجدول السّابق أنّ أكثر أسباب عدم ظهور صحف جديدة في البحرين منذ العام 2008، حسب رأي العيّنة هو "الأوضاع الاقتصادية غير المواتية المحليّة والعالميّة" وجاء في المرتبة الأولى بنسبة (94.1%)، إذ يتّجه خيار العيّنة لتغليب العامل الاقتصادي غير المواتي إلى التجارب التي عاشتها الصحافة البحرينية اليومية في السّنوات الأخيرة، والتي أدّت باثنتين من الصّحف اليومية إلى الإغلاق، وإلى إعادة هيكلة أكثر الصّحف اليومية الأخرى تبعاً للعوامل الاقتصاديّة التي قلّلت الإنفاق الإعلانّي، وبالتالي دخول الصّحف.

وتقاسم كلّ من "ظهور وسائل منافسة تغني عن الصّحيفة المطبوعة" و"ضعف سوق الإعلانات" في المرتبة الثانية بنسبة (90.8%)، إذ إنّ العاملين من الأهميّة بمكان ليتنازعا المراتب المتقدمة، أيّهما أكثر تأثيراً على

قرار إنشاء صحف يومية مطبوعة جديدة، فإذا ما أتيا معاً فمن الحريّ أن يجعلا المستثمرين يترتبون كثيراً في اتخاذ قرار إنشاء صحيفة في وضع يتراجع فيه الإعلان، وتوجد فيه بدائل أخرى تنافس الصُحُفِ قُوَّة.

احتلّ عامل "تشبُّع السُّوق المحليّة" المرتبة الرَّابِعة بنسبة (89.1%)، ليشير إلى ردّات الفعل في الشّارع البحرينيّ إبّان نشأة الصّحف اليوميّة المتتابعة، إذ تسود الدّهشة والاستغراب كلما أُعلن عن قرب صدور صحيفة يومية جديدة، إذ إنّ هناك شعوراً بأنّ وجود ثلاث أو أربع صحف يوميّة مطبوعة في البحرين، هي أكثر من كافية للمساحة الجغرافية وعدد السكان. وجاء "ارتفاع كلف الطباعة والإنتاج" في المرتبة الخامسة بنسبة (84.5%)، كواحد من الأسباب المؤدّية إلى عدم ظهور صحف يومية مطبوعة في البحرين منذ العام 2008، إذ إنّ عملية الطّباعة تُعدّ بمثابة استنزافٍ كبيرٍ لموارد المؤسسة الصحافية إنّ لم يكن هناك دخل إعلاني يدرّ أرباحاً كافية للتغطية والوصول إلى الرّبحية، ذلك أنّ عملية التوزيع لن تكون مثمرة في بلد كملكة البحرين ذات المساحة الجغرافية المحدودة، وعدد السكان القليل، والذي يزيد عن نصفه من غير البحرينيين، ومنهم النّسبة الأكبر من غير العرب.

وتُظهر نتائج الجدول السّابق أنّ أقلّ أسباب عدم ظهور صحف جديدة في البحرين منذ العام 2008، حسب رأي العيّنة هو "عدم وجود الكوادر الصّحافية الكافية" بنسبة (56.4%)، فهناك شعور في الوسط الصّحافي عموماً، والوسط البحريني بصفة خاصة، بنفاد مخزون الكوادر الصّحافية لتوزّعها على الصّحف القائمة، على الرغم من أن أقسام الإعلام في الجامعات المحلية وحدها تضخّ سنوياً مخرجات إعلامية بشكل يصعب على السُّوق استيعابه، ولكن المعتقد أن الصّحافي المحترف هو المفتقد في هذا الكمّ.

16. مدى الموافقة على أنّ وسائل إعلام أخرى بدأت تزاخم الصّحافة المطبوعة:

تم حساب التكرارات والنّسب المئوية، كما هو موضّح في الجدول التّالي:

جدول (28)

التكرارات والنسب المئوية لمدى الموافقة على أن وسائل إعلام أخرى بدأت تزاحم الصحافة المطبوعة

الرقم	الاستجابة	التكرار	النسبة المئوية
1	نعم	81	81%
2	لا	19	19%
	المجموع	100	100.0%

يتبين من الجدول السابق أن ما نسبته (81%) من عينة الدراسة موافقون على أن وسائل إعلام أخرى بدأت تزاحم الصحافة المطبوعة، وهذا الأمر من الصعب على العاملين في المهنة مباشرة، أو في المهن المتعلقة بالصحافة، عدم ملاحظته، بل إن المؤسسات الصحافية نفسها أخذت تركز كثيراً على الإعلام البديل عن الإعلام التقليدي، وتنشئ الأقسام الخاصة بالفديو والإعلام الاجتماعي. في حين بلغت نسبة غير الموافقين على أن وسائل إعلام أخرى بدأت تزاحم الصحافة المطبوعة (19%) من العينة، ومن المستغرب ألا يلاحظ العاملون في الصحافة أو ما يرتبط بها من مهن هذه المنافسة الكثيفة والمتنوعة من قبل الوسائل الأخرى وفي مقدمتها الإعلام الاجتماعي الذي يكتفي بإيصال المعلومة مباشرة ولا يعنيه، أو ليس في مساحة أكثر المنصات إعطاء المزيد من التفسيرات والذهاب إلى أعماق الأحداث. الأسباب التي أدت إلى أن وسائل إعلام أخرى بدأت تزاحم الصحافة المطبوعة من وجهة نظر العينة: (يمكن اختيار أكثر من بديل)

تم حساب التكرارات والنسب المئوية، كما هو موضح في الجدول التالي:

جدول (29)

التكرارات والنسب المئوية للأسباب التي أدت إلى أن وسائل إعلام أخرى

بدأت تزاحم الصحافة المطبوعة من وجهة نظر العينة

النسبة المئوية	التكرار	الاستجابة
80%	80	سهولة تداول الوسائل الأخرى.
75%	75	انخفاض كلفة شبكات التواصل الاجتماعي.
64%	64	تغير أولويات الجمهور في متابعة وسائل الإعلام.
27%	27	عدم مواكبة الصحافة للتطورات التكنولوجية.
27%	27	عدم تأدية الصحف المطبوعة في البحرين رسالتها الاجتماعية.
14%	14	أخرى (تملئ الجمهور من الوسيلة ذاتها، لا توجد بها تفاعلية مثل وسائل التواصل الاجتماعي، انحدار مستوى الكفاءات الصحافية في الصحف والتنازل عن الكثير من المعايير المهنية، عدم ظهور قوالب صحافية قادرة على اجتذاب القارئ، عدم الاهتمام بالصحافيين الشباب وضعف الرواتب)

يتبين من الجدول السابق "سهولة تداول الوسائل الأخرى" جاء في المرتبة الأولى من ضمن أهم الأسباب التي أدت إلى مزاحمة وسائل إعلام أخرى الصحافة المطبوعة من وجهة نظر العينة ونسبة (80%)، والسهولة هي واحدة من متطلبات العصر، إذ إن سرعة الإيقاع اليومي للحياة، لا يجعل الفرد، في العادة، يطيق صبراً على ما يمكن أن يستوقفه أو يعطّله، فالمخترعات التكنولوجية جميعها تنحو إلى: تصغير حجم الأجهزة، وانخفاض كلفتها المادية قياساً لما تقدّمه من إمكانيات، ورفع كفاءتها، وسهولة التفاعل معها. وأتى "انخفاض كلفة شبكات التواصل الاجتماعي" في المرتبة الثانية من حيث الأسباب بنسبة (75%)، إذ أدى فتح سوق الاتصالات إلى التنافسية بين الشركات التي تقدّم خدمات الهواتف والإنترنت ودخلت في عملية تنافسة كبيرة في تقديم الإنترنت الأرخص والأسرع، وهذا ما جعل ظاهرة "سرقة" خدمات الإنترنت التي كانت توزّع في المناطق السكنية خارج القانون، تختفي لانخفاض الكلفة.

تغير أولويات الجمهور في متابعة وسائل الإعلام جاء في المرتبة الثالثة بنسبة (64%)، حيث ما عادت الصحيفة، بشكلها، وبطريقة عرضها للأخبار في الأساس، مغرية بالنسبة للجمهور الذي بات يقرأ

الأخبار على وسائل أسرع، وتأتيه حيث هو، وبشكل سهل ومختصر ولا يخلف وراءه جسماً مادياً يلزم التخلص منه. كذلك عدم تأدية الصحف المطبوعة في البحرين رسالتها الاجتماعية وعدم مواكبة الصحافة للتطورات التكنولوجية أتت في المرتبة الرابعة بنسبة (27%)، وتتوّعت الآراء المتفرقة للعيّنة فجاءت الأسباب الأخرى مثل: تملل الجمهور من الوسيلة ذاتها، وعدم وجود التفاعلية مع الصحيفة مثل وسائل التواصل الاجتماعي، وانحدار مستوى الكفاءات الصحافية في الصحف، والتنازل عن الكثير من المعايير المهنية، وعدم ظهور قوالب صحافية قادرة على اجتذاب القارئ، وعدم الاهتمام بالصحافيين الشباب، وضعف الرواتب، كل ذلك جاء في المرتبة السادسة بنسبة (14%)، وهي أسباب متنوعة لم تجد التكرار في الكثير من الأحيان مما يشي بأنها انطباع فردي، وليس رأياً قائماً على توافق واضح.

الفصل الثاني

مستقبل الصحافة البحرينية والإجابة على الفروض

يتناول هذا الفصل استعراضاً لنتائج الاستبانة في شقّها الثالث الخاص بمحور مستقبل الصحافة البحرينية المطبوعة في ظل منافسة الإعلام الإلكتروني، مع آراء المختصين والمسؤولين في الصحف المحلية، ويتبعه المبحث الثاني الخاص بالإجابة على الفروض.

المبحث الأول: مستقبل الصحافة البحرينية

17. مستقبل الصحافة اليومية البحرينية المطبوعة في ظل منافسة الإعلام الإلكتروني:

تم حساب التكرارات والنسب المئوية، كما هو موضّح في الجدول التالي:

جدول (30)

التكرارات والنسب المئوية لمستقبل الصحافة اليومية البحرينية المطبوعة في ظل منافسة الإعلام الإلكتروني

الاستجابة	التكرار	النسبة المئوية
استفادة كبيرة من التطور التكنولوجي ومن ثم التحول إلى أشكال أخرى للإعلام	66	66%
استفادة محدودة من التطور التقني ومن ثم التعثر	26	26%
أخرى (تذكر)	5	5%
التوقف	3	3%
المجموع	100	100.0%

يتبيّن من الجدول السابق أنّ رأي العيّنة فيما يتعلّق بمستقبل الصّحافة اليوميّة البحرينيّة المطبوعة في ظلّ منافسة الإعلام الإلكتروني تركّز بشكل أساسي على ضرورة الاستفادة الكبيرة من التطوّر التقني ومن ثمّ التحوّل إلى أشكال أخرى للإعلام قد احتلّ المرتبة الأولى بنسبة (66%)، فعلى الرغم من تعلق أكثر الصحافيين بالشكل الأساسي الذي اعتادوا عليه في مزاوله مهنتهم، وهو صدور الصحيفة المطبوعة حاملة

موادّهم، وعدم ترجيحهم وقف الطباعة، وإن كان ذلك بشكل عاطفي، كما في الإجابة على السؤال التالي؛ إلا إنّ هناك إدراكاً بأنّ الأوضاع لن تستمر على ما هي عليه، وهذا ما قالته نسبة 5% فقط من العيّنة.

إذ ترى نسبة 66% من المستطلعة آراؤهم أنّ التحوّل إلى أشكال أخرى من الإعلام هو ما سيكون عليه المستقبل، مع زيادة تأثير التكنولوجيا وانتشارها في الحياة العامة، والاستغناء السريع عن المطبوعات في الكثير من المجالات، ومنها المجال الإعلامي، والاكتفاء بعناوين الأخبار والقصص القصيرة، وغيرها من الأمور التي تتناسب مع إيقاع العصر، خصوصاً مع احتفاظ مملكة البحرين على المرتبة الأولى على صعيد الدول العربية والمرتبة 31 عالمياً في مؤشر التنمية لتكنولوجيا المعلومات والاتصالات، وذلك بحسب أحدث تقرير للاتحاد الدولي للاتصالات¹، إذ إنّ الاهتمام باستثمار الإعلام الاجتماعي في الأساس، وإمكانيات الإنترنت، باتت تحتل جانباً متزايداً من تفكير متخذي القرار في المؤسسات الصحافية البحرينية، مع وجود هذه الأرضية المواتية من نفاذ إلى الإنترنت وانتشار الهاتف النقال بين السكان.

وتنظر نسبة تزيد قليلاً عن ربع العيّنة (26%) إلى أن مآل الصُّحف البحرينية اليومية المطبوعة إلى تعثر بعد استفادة محدودة من التّطوُّر التكنولوجي، وهو ما يشبه الوضع اليوم، إذ أنّ الصُّحف المطبوعة تستفيد من انتشارها عبر التطبيقات الهاتفية والإنترنت، ولكن ذلك لن يستمرّ طويلاً مع كلفة الإنتاج والطباعة وتراجع الدّخل الإعلاني للصحيفة المطبوعة التي يتناقص عدد قرائها، ومن المرجّح جداً أن ينعكس ذلك على المزيد من الضّغط على أسعار الإعلانات ودخلها الكلّي، مما قد يقود إلى عدم قدرة العامل الأهم في قيام الصحافة المطبوعة (الإعلان) على القيام بالدور نفسه في المستقبل، فالمعلن يهمل أمران: انتشار الوسيلة (الصحيفة)، ونوعية الجمهور المقصود، لذا، فإنّ تراجع حجم المطبوع سيترجع حجم قرائه، وبالتالي تخسر الصُّحف أحد أركانها الأساسية الجاذبة للمعلن. في الوقت الذي لا تعطي الصحيفة المطبوعة أيّ مؤشر واضح (بعيداً عن عبارات التسويق) يفيد، وبشكل دقيق، نوعية الجمهور الذي يتابع هذه المطبوعة من تلك.

18. توقُّع العيّنة لاستمرار صدور الصُّحف البحرينية اليومية المطبوعة في السّنّوات المقبلة:

¹هيئة تنظيم الاتصالات، (2016)، التقرير السنوي، <http://www.tra.org.bh/ar/press-releases.html>، آخر زيارة للموقع 05

يناير 2018.

تم حساب التكرارات والنسب المئوية، كما هو موضح في الجدول التالي:

جدول (31)

التكرارات والنسب المئوية لتوقع العينة استمرار صدور الصحف البحرينية اليومية المطبوعة في السنوات المقبلة

الاستجابة	التكرار	النسبة المئوية
نعم	54	54%
لا	25	25%
لا أدري	12	12%
أخرى	9	9%
المجموع	100	100.0%

يتبين من الجدول السابق أنم توقعوا استمرار صدور الصحف اليومية في البحرين في السنوات المقبلة، قد احتل المرتبة الأولى بما نسبته (54%) من عينة الدراسة، وجاء في المرتبة الثانية منلا يتوقعون استمرار صدور الصحف البحرينية اليومية المطبوعة في السنوات المقبلة، وبما نسبته (25%)، في حين جاء في المرتبة الثالثة ونسبة (12%) من العينة من ليس لديهم رأي واضح في ما سيكون عليه مستقبل الصحف البحرينية المطبوعة في السنوات المقبلة، وجاءت في المرتبة الأخيرة بقية العينة ونسبتهم (9%) وهم من لديهم توقعات أخرى مثل تحوّل الصحف إلى الشكل الرقمي.

ويتضح من الإجابات أنّ نسبة من العينة ليست على ثبات من رأيها مقارنة مع السؤال السابق، الذي رجّحت فيه بنسبة 66% استفادة الصحف من التكنولوجيا وتحولها تالياً إلى أشكال أخرى من الإعلام، بمعنى التحوّل من المطبوع، إلى طبيعة أخرى من الإعلام. في حين تتوقع ما نسبته (54%) في هذا السؤال استمرار الصحف المطبوعة، وسيكون هذا التذبذب واضحاً أيضاً عند الوصول إلى الإجابة عن السؤال رقم (21) من الاستبيان، في الوقت الذي توقع ربع العينة عدم استمرار الصحف المطبوعة في البحرين.

وبالرجوع إلى متّخذي القرار في المؤسسات الصحافية في البحرين، نجد تراوحاً في التوقّعات بين قيايدي المؤسسات الصحافية، إذ ينفي رئيس مجلس الإدارة ورئيس التحرير في دار "أخبار الخليج"، بشكل قاطع إمكانية توقّف الطباعة بقوله: "الطباعة ستستمر دائماً. المنطقة التي أرى أنها ربما تتحول بالكامل إلى القراءة الرقمية خلال 25 عاماً المقبلة هي الشرق الأقصى، لأنها متوغلة في التكنولوجيا أكثر من أي منطقة في العالم. إذ لا يزال هناك فرق شاسع بين قراءة الورق وقراءة الشاشة، فقراءة الشاشة أشبه بأداء الواجب، ولكن قراءة الورق للثقافة والاستمتاع والولاء (...)" أرى أنها دورة اقتصادية، هبوط وصعود مستمرّان، فنحن الآن في الوهدة، ولكن مسألة الطباعة والإعلانات ستعود من جديد للارتفاع. فليس من المعقول العودة اليوم لتوزيع الصحف مجاناً لإقناع المعلن أن لدى المؤسسة قراء أكثر، لأن المعلن سيتكشف أن ليس لإعلانه في هذه المطبوعات مردود نظراً لنوعية قرائها. كما أن الحصول على أي شيء من دون مجهود أو مقابل سيكون غير مقدر من قبل المتلقي"¹.

ويرى مدير تحرير صحيفة "البلاد" أن مسألة انتهاء طباعة الصحف اليومية حتمية، ولكنها ليست الآن، ولا في المستقبل المنظور أو خلال عقد من الزمان، مؤكداً: أن "الصحف الورقية التي تتكمش اليوم ستظل موجودة إلى حين من الزمن، إلى الوقت الذي لا تجد من يعلن فيها ولا من يشتريها (...)" في البحرين ربما ستستمرّ حتى تنقلص تماماً طبقة كبار السن، وحتى طبقة متوسطي العمر اليوم.. لا أعتقد أن الطباعة ستتوقف في المستقبل القريب المنظور، ولكنني أقول أن الصحافة بشكلها الحالي ستواصل إلى ما بين 20 إلى 30 سنة حتى تنتهي عملية الطباعة. هناك دراسات تقوم بها جهات متعددة - ومنها رويترز - وقد طرحت هذا الموضوع، وأنت بأرقام مهمّة عن حجم المطبوع والمتداول"².

ويشاركه الباحث منصور سرحان الرأي في مسألة "الجيل" الذي تحتاجه الصحافة المطبوعة في البحرين حتى تتوقف عن الصدور، على اعتبار أنّ التوقف يُعدّ مسألة محتومة، ولكنه لا يراها قريبة، فيقول: "في نهاية المطاف، أعتقد أن الصحف المطبوعة ستتوقف، والسؤال فقط هو: متى؟ فهذا علمه عند الله. ولكننا في البحرين

¹ أنور عبدالرحمن، مصدر سابق.

² أيمن همام، مدير تحرير صحيفة "البلاد"، مقابلة في مكتبه أجريت بتاريخ 16 أغسطس 2017.

سنحتاج ربما إلى جيلٍ كاملٍ حتى يجري التّقليص الكبير للصّحف المطبوعة، وربّما توقّفها عن الصّدور، ولكن في الغرب الأمر مختلف. فلقد أجريت إحصائيّة في 2007 على عدد الذين يقرأون الصّحف الإلكترونيّة في الوطن العربي وفي أوروبا، فكان عدد قراء النّسخ الإلكترونيّة في الوطن العربي 12 مليوناً، بينما في أوروبا 383 مليوناً، لأسباب كثيرة ومنها الوضع الاقتصادي والتعليمي وغيرها، فاخْتفاء الصّحف المطبوعة لديهم سيسبقنا ولاشك¹.

ويذهب مدير تحرير صحيفة "الأيام" إلى أن الجيل الشاب، ليس وحده الذي لم يتعوّد قراءة الصّحيفة الورقيّة، أو ليس له علاقة بها؛ فإنّ الأمر أيضاً ينسحب على الكثير من الذين تعدّوا الأربعين من أعمارهم وحتى من هم في أواسط الخمسينات، فهم أيضاً من المستخدمين الأساسيين للأجهزة الحديثة، وتصلهم كل الصحف باكراً على هواتفهم النّقالة، فما عادوا يبحثون عن الصّحف، لأنها تأتيهم إلى حيث هم، من دون جهد ولا تكلفة ولا انتظار².

بينما يرى آخرون أن المسألة ليست بالوضوح في السنوات العشر المقبلة، بحسب طلب الباحث من المشاركين في المقابلات أن يعربوا عن التوقعات باستمرار للصحف المطبوعة، ولكنها لن تميل تماماً إلى استمرار المطبوع، فيشير مدير الإنتاج في الأيام بقوله: "ستظلّ الصّحف المطبوعة موجودة بشكلٍ أقل في السّنوات العشر المقبلة، ولكن من بعد ذلك ربّما يعاد النظر في الأمر بأكمله من قبل المستثمرين (...). طباعة الصّحف، ناهيك عن الطباعة بشكل عام، تتعرض للكثير من الضّغوطات والتحوّلات والنقلّص، وفي البحرين لا أرى، إلى الآن، الوقت الذي نقول فيه: "فلتكن هذه آخر دفعة من الورق أو الأحبار لأننا لن نطبع بعدها"، ولكن أرى أن هذا اليوم سيأتي وإن لم يكن قريباً. إذا انتهت الطباعة تماماً في الولايات المتحدة أو في أوروبا، فاعلم أن الدور سيأتي علينا بعد عشر سنوات تقريباً في هبوط تدريجي³.

يتوافق رئيس تحرير صحيفة "الوطن" مع هذا الرأي بقوله: "لا أعتقد أن الصّحيفة الورقيّة ستنتهي في البحرين في السّنوات العشر المقبلة، ولسنا مستعدّين، الآن على الأقل، للإقدام على هذه الخطوة، وقد درسنا

¹ منصور سرحان، مدير المكتبة الوطنية، مقابلة في مكتبه أجريت بتاريخ 20 أغسطس 2017.

² جاسم منصور، مدير تحرير صحيفة "الأيام"، مقابلة في مكتبه أجريت في 21 أغسطس 2017.

³ عبداللطيف عبدالخالق، مصدر سابق.

المسألة أكثر من مرّة، وتساءلنا: هل نحول الصّحيفة إلى إلكترونية؟ الجواب الآن: لا. ولكنها مسألة وقت، ربّما خلال السّنّوات المقبلة تتغير أمور¹.

كما يشير أيضاً مدير الإنتاج في صحيفة "الأيام" قائلاً: "لا شك أن سيكون هناك تأثير، وهو حاصل اليوم، ولكنني لا أرى في المدى المنظور، أي خلال عشر سنوات على الأقل من الآن، أن ستنتهي طباعة الصّحف في البحرين إلى الأبد. ولكن ما أراه أنه من المحتمل جداً أن يتقلّص عدد الصّحف، وأن تعود البحرين، كما كانت قبل عشرين عاماً، تعتمد على صحيفتين فقط قادرتين على البقاء والمنافسة وتلبية احتياجات السوق"².

ويُعرب مدير مبيعات صحيفة "الوطن" عن اعتقاده بشأن "نهاية الصحافة المطبوعة" في البحرين بقوله: "لن تموت الصّحف المطبوعة في عشر سنوات، ولكن الشكّ يروادني بشأنها في السّنّوات العشرين المقبلة ما إذا كانت ستبقى أم لا. الصّحافة ستبقى، ولكن الصّحف الورقيّة ستتقلّص كثيراً، ولا أدري إن كانت ستزول أم لا في نهاية المطاف"³.

ويؤكد رئيس تحرير صحيفة "الأيام" الأمر نفسه: "أرى أن الصّحافة الورقيّة ستظلّ قائمة في السّنّوات العشر المقبلة، ولكن ليس معنى هذا أنّها بعد هذه السّنّوات ستنتهي، فالتّجارب التي حدثت للصّحف الغربية أيضاً كانت تعتقد أنّ الدّهاب إلى النّسخ الرّقميّة سيكون هو الأساس، ولكن بعض الصّحف والمجلّات التي تحوّلت إلى الرّقميّة عادت بعد سنة أو أكثر إلى المحمول الورقي والطباعة، إذ يبدو أنّ القارئ لا يزال يشعر بالحميّة بينه وبين الطباعة والورق، على الرّغم من أنّ الجيل الجديد جيلٌ إلكتروني في معظمه"⁴.

وعلى الرّغم من التوجّهات الحادّة من قبل الجمهور في الاتجاه إلى وسائل تكنولوجيا أخرى للحصول على الأخبار والموادّ ذاتها، فإن المدير العام بالوكالة في "أخبار الخليج" يقول: "إن الشرق الأقصى يذهب بسرعة

¹ يوسف البنخليل، مصدر سابق.

² عبداللطيف عبدالخالق، مصدر سابق.

³ معاذ عادل بوصييع، مصدر سابق.

⁴ عيسى الشايجي، مصدر سابق.

إلى الأتمتة، ومع ذلك فإن الصحافة المطبوعة لا تزال متوافرة هناك، وستبقى لدينا هذه الصحافة على الأقل ما بين الثماني سنوات والعشر سنوات المقبلة¹.

ولا يذهب رئيس مجلس إدارة دار "الوسط" إلى سنوات عشر، بل يقول: "الوقت المتبقي للصحف المطبوعة في البحرين لا يتعدى السنوات الخمس، ونحن نرى هذا يحدث أمامنا"²، ويشرح هذا الرأي "استعنا بجهة محلية متخصصة في التسويق، للقيام بدراسة لمستقبل الصحيفة وإمكانية تحولها إلى إلكترونية، وقدمت الدراسة بعض الإحصاءات والمؤشرات المهمة التي يجب أن تتوفر في أي مشروع من هذا النوع، لأن كثيراً من الصحف التي كانت قبل "الوسط" وأقوى من "الوسط" أغلقت، والنزول السريع الذي نراه في الإعلانات والبيع للصحيفة المطبوعة، يشير إلى أن الوضع لن يفسح أكثر من أربع إلى خمس سنوات أخرى، وإن استمر الوضع على ما هو عليه، فلن تكون هناك صحيفة اسمها "الوسط" وهذا الأمر ينطبق، بشكل أو بآخر، على الآخرين"³.

وهذا ما يقوله مدير تحرير صحيفة "الأيام"، حين أشار "لا أتوقع شخصياً أن تستمر أكثر من خمس سنوات على الأكثر"⁴.

وهذا أيضاً ما يعتقد مدير تحرير صحيفة "الوطن" إذ قال: "في فترة غير بعيدة، أي خلال السنوات الخمس المقبلة، سيبدو الموت الإكلينيكي للصحف ظاهراً للعيان، وحينذاك، وحتى إعلان وفاة هذا "المريض" بعد سنوات من الغيبوبة، لن يكون بحد ذاته خبراً لتعؤد الناس على عدم مشاهدته بينهم. أعتقد أن الفترة البرزخية ما بين الموت الإكلينيكي والموت الحقيقي ستطول بعض الشيء... فنحن نعشق الموت البطيء في بعض الأحيان"⁵.

ويلخص سيد إبراهيم مسألة بقاء الصحافة المطبوعة بقوله: "حضرت في السنوات الأخيرة ستة مؤتمرات عالمية لمنظمة وان إفرا wan ifra المعنية بصناعة الصحافة بشكل عام ومستقبلها، تشير التوجهات العالمية

¹ عبدالمجيد علي، المدير العام بالوكالة في دار أخبار الخليج للصحافة والنشر، مقابلة في مكتبه أجريت بتاريخ 28 أكتوبر 2017.

² عادل المسقطي، رئيس مجلس إدارة دار "الوسط" للنشر والتوزيع، مقابلة في مجمع الحياة التجاري، أجريت في 17 أغسطس 2017.

³ السابق نفسه.

⁴ جاسم منصور، مصدر سابق.

⁵ أبو ذر حسين، مصدر سابق.

إلى أنَّ الصَّحافة المطبوعة لن تستمر، وحتى لو استمرَّت، فذلك من باب العلاقات العامَّة، ولكن تأثيرها ودخلها المادِّي يُعتبر في حُكم المُنتهي"¹.

ويربط رئيس مجموعة ماركوم الخليج مستقبل الصحافة المطبوعة بقوة السوق، مشيراً "مستقبل الإعلام المطبوع في يد الجيل المقبل، إن قرَّر أن يستمرَّ في قراءة الصُّحف المطبوعة أو يتوقف عن ذلك. الجيل القادم لن يعتمد على قراءة المطبوع كما الأجيال التي سبقتة"². وفي الإطار نفسه، يقول مدير شركة أد لاين، شركة الإعلانات التابعة لصحيفة "الأيام": "نحن نرى النهاية، وكل ما نفعله هو إطالة عمر الصحيفة المطبوعة"³.

19. الأسباب التي تدعو لعدم استمرار صدور الصُّحف البحرينية اليومية المطبوعة في

السَّنوات المقبلة من وجهة نظر العينة: (يمكن اختيار أكثر من بديل)

تم حساب التكرارات والنسب المئوية، كما هو موضَّح في الجدول التالي:

اجدول (32)

التكرارات والنسب المئوية للأسباب التي تدعو لعدم استمرار صدور

الصُّحف البحرينية اليومية المطبوعة في السَّنوات المقبلة من وجهة نظر العينة

الترتيب	النسبة المئوية	التكرار	الاستجابة
1	25%	25	ظهور وسائل أخرى أسرع وأكثر سهولة
2	23%	23	تراجع الإعلانات التجارية
3	18%	18	تراجع اهتمامات القراء
4	15%	15	اتساع فئة الشباب في المجتمع وارتباطها بالتكنولوجيا
5	13%	13	تغير العادات القرائية
6	8%	8	تراجع الاشتراكات
6	8%	8	ارتفاع أسعار الورق/الطباعة
8	5%	5	تكلفة التوزيع
9	2%	2	الضغوطات البيئية

¹ سيد إبراهيم حميد، مصدر سابق.

² خميس المقلَّة، رئيس مجموعة ماركوم الخليج، مقابلة في مكتبه أجريت بتاريخ 9 أغسطس 2017.

³ إيلي معلوف، مدير الناشر أد لاين، مقابلة في مكتبه أجريت بتاريخ 9 أكتوبر 2017

يتبين من الجدول السابق أنَّ ظهور وسائل أخرى أسرع وأكثر سهولة" جاء في المرتبة الأولى للأسباب التي تدعو لعدم استمرار صدور الصحف البحرينية اليومية المطبوعة في السنوات المقبلة، بنسبة (25%) من العينة، واحتلَّ المرتبة الثانية "تراجع الإعلانات التجارية" بنسبة (23%)، وجاء في المرتبة الثالثة "تراجع اهتمامات القراء" بنسبة (18%)، وأخذ المرتبة الرابعة "اتساع فئة الشباب في المجتمع وارتباطها بالتكنولوجيا" بنسبة (15%)، وجاء في المرتبة الخامسة من الأسباب "تغير العادات القرائية" بنسبة (13%)، واحتلَّ المرتبة السادسة والسادسة مكرر سبباً "تراجع الاشتراكات" و"أسعار الورق/الطباعة"، بنسبة (8%) لكلٍ منهما، وجاء في المرتبة الثامنة "كلفة التوزيع" بنسبة (5%)، وجاء في المرتبة التاسعة والأخيرة سبب "الضغوطات البيئية" بنسبة (2%).

اختارت العينة أهمَّ عنصرين مؤثرين في عدم ظهور أية صحيفة يومية جديدة مطبوعة في مملكة البحرين مستقبلاً، وهما "ظهور وسائل أخرى أسرع وأكثر سهولة"، و"تراجع الإعلانات التجارية"، وهما عنصران مؤثران بشكل حاسم عندما يفكر المستثمرون في إنشاء صحيفة جديدة.

1- ظهور وسائل أخرى أسرع وأكثر سهولة

أثَّرت التطورات التكنولوجية والمتمثلة في الانتشار الهائل للإنترنت من جهة، وانفتاح أسواق الاتصالات والتنافسية في مملكة البحرين من جهة ثانية، الأمر الذي أدى إلى خفض الأسعار بين الشركات لمصلحة المستهلك، وظهور تأثيرات الجيل الثاني من الإنترنت وما حمله من تطبيقات أطلقت العنان للإعلام الاجتماعي منذ 2004 تحديداً؛ على طبيعة الإعلام وتداوله بين المؤسسات والجمهور.

فمنذ ذلك الحين انتقل قسم كبير من القراء إلى التفاعل مع الصحافة بدلاً من الاكتفاء بالتلقي منها كما كان الوضع سابقاً، وبدأت مواقع موازية في البحرين تستقطب قسماً كبيراً من القراء والمتابعين والرَّاعبين في إنشاء موادهم الإخبارية، خصوصاً مع التراجع الطوعي من قبل كثير من المؤسسات الصحافية عن سقف حرية التعبير الذي حدَّده القانون، فصار من غير المجدي، لدى قسم من الجمهور، الاستمرار في متابعة الصحف المطبوعة بينما هناك منافذ أخرى وواسعة مفتوحة أمامه وتعبّر عنه.

إضافة إلى ما تقدّم، فإنّ الهواتف الذكية التي بدأت تنتشر في النصف الثاني من العشرية من الأولى من القرن الحادي والعشرين مع ظهور BlackBerry، جعلت التراسل مجانياً، بعد أن كانت له كلفة مالية عبر الرسائل النصّية القصيرة المحدودة الإمكانيات، ما شجّع الكثير من المستخدمين، ومن مختلف الأعمار، على اعتماد تناقل ما يهمهم من الأخبار، ودخلت الصُحف في هذا المضمار حتى لا تكون متأخرة عن اهتمامات الناس، فصارت تزوّد كل من يرغب (وليس المشتركين فيها فقط) بروابط للأخبار والمقالات والصور والفيديو وغيرها مجاناً، فقد "انتشر استخدام الأجهزة المحمولة بعد انتشار الإنترنت وتراجع الأسعار، فصار الجميع أيضاً يُطلق أخباراً، ليس شرطاً أن تكون موثوقة، ولكن الناس تلتقطها. ولم يعد الجيل الجديد يهتم بالمصادقية والتّثبت من صحّة الأخبار، فما يهمّه هو الحصول على الخبر بسرعة أيّاً ما كان، وأيّاً ما كان مصدره، ليعمل على إعادة نشره"¹.

وهذا ما يراه رئيس تحرير صحيفة "الوطن" حين يقول: "قبل السنوات الخمس الأخيرة، كانت الصُحف ووكالات الأنباء وغيرها هي من يصنع الإعلام، عبر مؤسسات ضخمة، واستثمارات ضخمة، والكثير من الأجهزة، فكانت لها القدرة على تحريك الرأي العام والتأثير على اتجاهاته. بغضّ النظر عن الرقابة والمصالح. الجمهور تحوّل في البحرين - وخارجها بالطبع - إذ صارت لديه أدواته الخاصة، البسيطة والفعّالة التي يمكنه من خلالها تكوين ما يشبه مؤسسة إعلامية صغيرة، خصوصاً مع انتشار الهواتف الذكية، وتعرّف الجمهور على وسائل التواصل الاجتماعي المختلفة، وإمكانياتها الكبيرة، مع زيادة سرعة الإنترنت، وانخفاض أسعار الاشتراكات فيها، فصارت العلاقة بين الجمهور والمؤسسات الإعلامية مختلفة، ما عاد هناك متلقٍّ، بل هي عملية متبادلة، والمتلقي يصبح مُرسلاً بإنتاج وإعادة إنتاج المواد الإعلامية"².

ومدير التحرير في المؤسسة نفسها يرى أنّ الصُحف الأربع القائمة الآن "بدأت تتأثر بشكل تطوّري مع الإعلام الإلكتروني والمواقع الإلكترونية بشكل مختلف عن الماضي الذي كان فيه الناس يجدون في الصحيفة

¹أيمن همّام، مصدر سابق.

²يوسف البنخليل، مصدر سابق.

الأخبار والتحليلات بشكل كامل، فأصبح الدور للجانب الرقمي، وهو تطوّر طبيعيّ، ولكنه ربّما يكون مخيفاً لمحبيّ الصحافة الورقيّة، وربما تكون تطورات طبيعيّة نظراً للتكنولوجيا المتطوّرة، وخصوصاً الهواتف الذكية¹.

كذلك يرصد مدير التّوزيع والاشتراكات في صحيفة "الوطن" المشهد التكنولوجي قائلاً: "تشجّعت الصّحف في البداية لنشر أخبارها في الإعلام الاجتماعي، إضافة إلى موقعها الإلكتروني. فصار الرجوع أو التّراجع عن هذه الخطوة لدعم الصّحيفة الورقيّة المطبوعة، صعباً جداً، فالقارئ الآن لديه "حقّ مكتسب"، ولا يمكن السيطرة على الوضع. وليس خياراً أمام الصّحف الذّهاب إلى الإعلام الإلكتروني وإلا أصبحنا خارج التّاريخ. فقد صارت الصّحيفة هي من يعرض على القارئ بأنّه يستطيع الاشتراك المجاني في التّطبيق الفلاني، أو عبر الوسائل الفلانية، وحتى متابعة القراء في فيسبوك وتويتر قلّت عما كانت عليه سابقاً، لسهولة وفورية التواصل بالواتس آب، والانستغرام².

والخشية من الخروج عمّا يجري في الواقع، خصوصاً من الجانب التكنولوجي، هو ما يقلق أيضاً مدير تحرير صحيفة "البلاد"، إذ يقول: "إننا نراقب التجربة وتحولاتها، وسنكون جزءاً منها، فالتخلّف عن المسابرة ستكون له نتائج وخيمة على المؤسسة (...). اليوم الحديث عن التّطوّرات التكنولوجية ليس كالحديث بالأمس، فالتطورات أسرع مما نتخيلها³.

وأشارت دراسة "الوسط" (2016) أيضاً إلى أن المنتدى الاقتصادي العالمي، يقول في شأن التغيّر في الإعلام، بأن 72% من الرؤساء التنفيذيين لهذه الصناعة يقرّون بتأثيرات التحوّل إلى الإعلام الرقمي، وأنّه القادم⁴.

ويستبعد مدير العمليات والتطوير في صحيفة "الوسط" تأثير غلاء أسعار الورق على التوجّه لإنشاء صحف جديدة من عدمه، بقوله: "التكنولوجيا تأتي في المقام الأول في التأثير على الصحف المطبوعة عالمياً. أما

¹ أبو ذر حسين، مصدر سابق.

² عقيل العرادي، مصدر سابق.

³ أيمن همّام، مصدر سابق.

⁴ عادل المسقطي، مصدر سابق.

اشتراكات في الصحف، فهي اشتراكات رمزية... فالجانب التكنولوجي اليوم يقيس زيارات القراء، وعلى أساسها تتبع المواقع الصحافية الإعلانات، فالكثير من الصحف تفتح مواقعها مجاناً لتجتذب زوّاراً أكثر لتبيع إعلانات¹.

2- تراجع الإعلانات التجارية

جاء "تراجع الإعلانات التجارية" في المركز الثاني، من وجهة نظر العينة، من بين الأسباب التي قد تعيق صدور صحف مطبوعة في المستقبل، إذ إنّ المعلن بات اليوم متطلباً أكثر أمام الخيارات المتاحة أمامه، وخصوصاً من الجانب التكنولوجي، حيث يقول مدير العمليات والتطوير في صحيفة "الوسط": "التكنولوجيا تتيح الكثير من الإمكانيات لجميع الأطراف، وهذا ما لا تتيحه الصحيفة المطبوعة. على سبيل المثال، فهناك تطبيقات مجانية على غوغل، يمكن أن يدخل إليها المعلن - بالاتفاق مع الصحيفة - ليراقب عدد من رؤاؤه إعلان، وعبر أي وسيلة: الحاسب، أم الهاتف، أم الأجهزة اللوحية؟ وكم المدة التي قضوها في مشاهدة الإعلان، ومن أي بلد كانوا؟ وأي ساعات الدّورة التي يمكنه فيها نشر إعلانه... كما يمكن للمعلن أن يغيّر إعلانه في اليوم الواحد أكثر من مرّة... إنها صناعة بالغة الضخامة، وبها كمّ كبير من المعلومات التي يمكن تحليلها واستخدامها"².

وهذا ما يراه أيضاً مدير المبيعات في صحيفة "الوطن" إذ يشير إلى "شراسة" الإعلام الإلكتروني، وانتشار الأجهزة المرتبطة بالإنترنت، ووسائل التواصل الاجتماعي، ووصولها المباشر إلى أهدافها، عن طريق الهاتف النقال الذي لا يفارق اليد "كمعلن أو صحيفة، يمكنني تقييم عدد المشاهدات والقراءات والتفاعلات، وهذا ما لا يحدث في الإعلان المطبوع المتميز بالسكون (الستاتيكية)، فلو كانت الصحيفة توزّع 20 ألف نسخة مثلاً، فلا أحد يدري بالضبط من من القراء أبدى اهتمامه بالإعلان المنشور³.

ولكن الإنفاق الإعلاني في المنطقة تراجع كثيراً مع تراجع أسعار النفط بعد أن وصل إلى 15 مليار دولار سنوياً في 2015⁴. إضافة إلى دخول الإعلام الاجتماعي بقوة وسرعة عاليتين في فترة قصيرة، فانسحبت

¹ سيّد إبراهيم حميد، مصدر سابق.

² السابق نفسه.

³ معاذ عادل بوصييع، مصدر سابق.

⁴ خميس المقلة، مصدر سابق.

شريحة كبيرة من الشباب من الاعتماد على الصحف المطبوعة وحتى المنشورة في المواقع الإلكترونية، إلى الاعتماد على الإعلام الاجتماعي، ووكالات الإعلان كانت تراقب هذا التوجّه الجديد، فتأثّرت حصّة الصحف من الإعلانات بشكل واضح¹. غير أنّ هناك صعوبة حالياً في تحديد حجم الإنفاق على الإعلان الرّقمي الذي "لا توجد له قائمة أسعار يمكن القياس عليها"²، ويشير المقلّة في هذا الصدد إلى أنسوق مملكة البحرين الإعلاني، وكذلك مطبوعاتها ومنافذها الإعلانية، وصلت الذروة في العام 2010 حين بلغ الإنفاق الإعلاني حوالي 140 مليون دولار (52.8 مليون دينار بحريني)، وتراجع هذا الرّقم لنفس الأسباب السّابقة - إضافة إلى أحداث العام 2011 - إلى ما بين 80 إلى 100 مليون دولار (من 30.2 إلى 37.7 مليون دينار بحريني)³، ويقدّر معلوف الانخفاض في الإنفاق الإعلاني منذ 2011 إلى الرّبع الأخير من 2017، بما يتراوح ما بين 10% و15%⁴.

يتفق بوصبيع في الأسباب ويختلف في التقديرات، إذ يقول: "نتكلم عن انخفاض يصل حجمه إلى 50% من الإعلانات المطبوعة منذ 2008 إلى اليوم. في أزمة 2011 تأثّرت الإعلانات بطبيعة الحال، وعاد الإعلان لينتعش في 2013، وما هي إلا سنة واحدة، حتى أثّرت أزمة انخفاض أسعار النفط على الجميع، ليس محلياً فقط، بل وخليجياً أيضاً. اليوم نتحدث عمّا نسبته 20% فقط من سوق الإعلانات في الصحف قياساً بما كانت عليه في 2008"⁵. ويعضّد هذا الرّأي المدير العام بالوكالة لدار "أخبار الخليج للصحافة والنشر" الذي يقدّر انخفاض الإنفاق الإعلاني في جانب المطبوعات في السنوات العشر الماضية بنسبة تتراوح ما بين 30% إلى 35%⁶. وتقوم أقسام الإعلانات في الصحف المحليّة على المراقبة اليومية الدّقيقة لما يُنشر في الصحف المنافسة، وتقدّر حجم إعلاناتها مقارنة مع الصحف الأخرى، مما يجعل تقديراتها أقرب إلى الصّحّة.

¹ إيلي معلوف، مصدر سابق.

² خميس المقلّة، مصدر سابق.

³ السابق نفسه.

⁴ إيلي معلوف، مصدر سابق.

⁵ معاذ عادل بوصبيع، مصدر سابق.

⁶ عبدالمجيد علي، مصدر سابق.

ومع ما يواجه الإعلان المطبوع من انخفاض في الإنفاق، فإنَّ انتشار الإعلان الرّقمي يزيد وضعه صعوبة، إذ تشير التّقدّيرات إلى أنّ ما يتراوح بين 10% إلى 20% من حجم الإنفاق الإعلاني في البحرين يتّجه إلى الإعلان الرّقمي¹. فالمعلن لم يعد مرتبطاً بالصّحيفة فقط².

3- تراجع اهتمامات القراء

اندفع القراء في البحرين إلى صحيفة "الأيّام" عندما ظهرت لتواكب "أخبار الخليج" بعد أن بقيت الأخيرة لوحدها في الميدان لمُدّة 13 عاماً. كما اندفعوا لمعرفة ما الذي يمكن أن تحمله صحيفة "الوسط" بعد أن ظهرت في ظروف سياسية مختلفة، وبتركيبة مغايرة للتركيبة الكلاسيكية لإدارة الصّحف المحليّة.

ومع ظهور خمس صحف يومية دفعة واحدة في ستّ سنوات، وبعد أحداث العام 2011 والتي شدّت البحرينيين كثيراً، وعلا الاشتغال بالجانب السّياسي والاجتماعي، ومع ما يجري في المنطقة من أحداث تنعكس بطبيعتها على الدّاخل المحليّ؛ أصيب الناس بما يشبه التّشبع من المتابعات الإخبارية، والنّشاطات السّياسية، حتى المهرجانات الخطابيّة التي كانت تستنهض مؤيّدَي الجمعيّات السّياسية، قد خفّت بريقها، وما عادت تجتذب قواعدها. كما نظّمت بعض الجمعيّات السّياسيّة مسيرات في صيف 2011 للتّعاطف مع بعض الأحداث العربيّة، كالأوضاع في سوريا، ولكنها لم تُكرر بعد ذلك. وكلّ هذا انعكس على اهتمام الجمهور بالصّحف وما تحمله من أخبار وتحليلات وآراء. ويرى عدد من القائمين على الصّحف البحرينية اليوميّة أنّ 2011 عامّ مفصليّ في مسألة التّوزيع والإعلانات ونوعيّة القراء وإقبالهم على الصّحف، والدّهَاب إلى المناطقيّة بحيث أنّ هناك مناطق تستقبل صُحُفاً أكثر من صحفٍ أخرى.

4- اتّساع فئة الشّباب في المجتمع وارتباطها بالتكنولوجيا*

¹ خميس المقلّة، مصدر سابق.

² إيلي معلوف، مصدر سابق.

* يمكن الرجوع أيضاً إلى الإجابة عن العامل نفسه في السؤال رقم (13).

اختارت العيّنة عامل "اتساع فئة الشّباب في المجتمع وارتباطها بالتكنولوجيا" كواحد من العوامل التي يمكن أن تعيق استمرار الصحف اليومية المطبوعة في البحرين مستقبلاً، وذلك قياساً على أن جمهوراً واسعاً في البحرين اليوم يستغنون عن الصّحف الورقيّة، بحسب ما جاء في شهادات القائمين على الصّحف، الذين تحدّثوا عن انخفاض التّوزيع بنسب متفاوتة، ولكن كبيرة في كلّ الأحوال.

وكانت تعليقات القائمين على الصّحف تشير إلى أنّ الذين هم اليوم في منتصف الثلاثينات حتى أواخر الخمسينات من العمر قد شبّوا على قراءة الصّحف المطبوعة، وهم اليوم أيضاً الذين يتابعون الأخبار عبر الوسائل الحديثة وتطبيقات الإعلام الاجتماعي، فإنّ الذين هم أصغر سنّاً (من 15 إلى 30 عاماً) قد كبروا وشبكة الإنترنت تتسيّد المشهد العام، وكذلك المحطّات الفضائيّة، وهم من سيكونون، بعد عشرة أعوام من فئة الشباب والرّاشدين (المتوسطي الأعمار) في المجتمع، وهم لم يتعاملوا مع الصّحف الورقيّة إلا نادراً، في الوقت الذي سيكون الجيل الأصغر أقلّ اتّصلاً تماماً مع الصحف المطبوعة، بينما الجيل الأكبر سيكون أقلّ حضوراً وتأثيراً في المشهد العام، وهذا ما يشكك في استمرار الصّحف المطبوعة القائمة الآن، وهذا ما يشير إليه المدير العام بالوكالة في "أخبار الخليج" الذي يقول إنّ القراء حتى 18 عاماً، لا يتصفّحون الصّحف الورقيّة¹.

ومن خلال الحديث مع القائمين والمؤثّرين في الصحافة البحرينية، تبين للباحث ما تمتاز به المؤسسات الصحافية من حسّ المراقبة والانتباه للمتغيّرات التي تستجدّ في سوق حسّاسة جداً، إذ إنّ غالبية المؤسسات الصحافيّة تقوم بعمل دراسات ميدانيّة، ومسوحات بصفة مستمرة. فقد قامت صحيفة "الوطن" في العام 2012 بدراسة مسحية للتعرف على خصائص جمهورها، واتّجاهاته، لرسم خطوات الصّحيفة بناء على النّتيجة. جاءت النّتائج لتقول إنّ الجمهور الإلكتروني يصل إلى 20 ضعف الجمهور الورقي. وهذا ما استوقف إدارة المؤسّسة، لتتساءل: ما الذي قدّمناه للجمهور الإلكتروني العريض؟ وهل هذا يبرّر استثمارنا الضخمة في الصّحيفة المطبوعة؟

¹ عبدالمجيد علي، مصدر سابق.

أعادت الصّحيفة الدّراسة نفسها في العام 2016، لتجد أنّ الجمهور الإلكتروني أصبح 40 ضعف جمهورها الورقي "هنا صار إلزاماً علينا ألاّ نفكر في التكتيكات، بل في المسار الاستراتيجي للصّحيفة نفسها: كم سيكون ثقل الصّحيفة المطبوعة، وكم سيكون ثقل الإعلام الإلكتروني؟"¹.

ومثلها، أجرت صحيفة "الوسط" دراسة في العام 2016 لتقييم الوضع، فخرجت بأنّ "الجيل الجديد لا يريد قراءة الورق والصّحف المطبوعة، وأنّ مشترك "الوسط" يتراجعون بسرعة في السّنات الخمس الأخيرة، ومبيعات منافذ البيع وموزّعي الصّحف تتراجع أيضاً، وأنّ 40% من القراء اليوم حول العالم يقرأون الصّحف الرّقمية بدلاً من المطبوعة. كما أنّ الشّكل الجديد للأخبار لن يكون دخله كالشّكل القديم (الصّحافة) المعتمد على الإعلان والتوزيع، وأنّ الإعلام الاجتماعي ينافس الإعلام المطبوع بشدّة"².

5- تغيّر العادات القرائيّة

اختارت العيّنة "تغيّر العادات القرائيّة" خامساً من بين العوامل التي من شأنها قد تعيق استمرار صدور الصحف المطبوعة مستقبلاً في مملكة البحرين، وذلك بنسبة 13%، وهذا يتطابق إلى حدّ كبير مع ما سبق وطرحه المؤثّرون في المؤسّسات الصحافيّة، إذ تغيّرت العادات القرائيّة بتغيّر الوسيلة الأشهر والأكثر شيوعاً اليوم.

فلقد استقطب الإعلام الاجتماعي العدد الأكبر من السّكان في البحرين، ومن مختلف المستويات واللغات والاتّجاهات، ليصبح هو المقدّم في خيارات الجمهور، كما أنّ لغة الإعلام الاجتماعي الأقرب إلى اللهجات المحكيّة في الكثير من الأحيان، حتى في تناقل الأخبار، ومحدودية مساحاتها أحياناً؛ صاغت أذواق جانبٍ مهمٍّ من الجمهور، وذلك في كفيّة التلقّي من حيث عدد الأحرف القليلة بحسب القراءة والكتابة على تويتر،

¹ يوسف البنخليل، مصدر سابق.

² عادل المسقطي، مصدر سابق.

وهو المنصة التي أقبل عليها البحرينيون بكثافة غير مسبوقة إبان أحداث 2011، وأعقبه بأقل من عامين انستغرام الذي بات من أكثر المنصات شهرة في البحرين وهو المعتمد على الصورة، ومن بعده برنامج سناب تشات الذي يستخدمه الشباب بكثافة عالية، من دون أن تصرّح المنصة عما لديها من مشتركين¹، ودخلت المؤسسات الصحافية في هذا المضمار لكي تستلفت نظر القراء إلى أنها قريبة منهم، وبالتالي فإنّ الصحف أخذت المنحى ذاته في تعزيز تراجع اهتمامات القراء بالذهاب إلى الصحيفة، والاكتفاء بالمواد المختارة والمجتزأة من الصحيفة نفسها.

وتغيّر العادات القرائية لم يأت من تلقائه، بل أتى لتغيّرات حدثت في الصحف ذاتها أيضاً "فيمكن القول إنّ العوامل المتشابكة والمتداخلة صارت تتكالب على الصحافة الورقية، فنتيجة للتراجع الاقتصادي، ونقص الكوادر؛ صارت الصحافة لا تلبي احتياجات القارئ، فما عاد اعتماده عليها كبيراً. ففي السابق كان عدد الصفحات أكثر، ونستطيع تنويع المواضيع والخدمات، وكانت التغطيات أشمل، وكذلك عدد الصحفيين المتخصصين الذي يعطون الصحيفة ألواناً مختلفة من التغطيات كان أوسع، كل هذا صار مفقوداً اليوم، إضافة إلى افتقاد تنوع كتاب الرأي"².

والحديث عن التفضيلات لم يعد يخصّ القراء، ف رئيس تحرير صحيفة مطبوعة يقول: "الأمر مرتبط بالقراء، بالتأكد أبنائنا لا يقرأون الصحف المطبوعة. أنا، كرئيس تحرير، لا أقرأها مطبوعة، ولكنني أقرأها جميعاً، أينما كنت، منذ الصّباح الباكر، إلكترونياً، ومن دون أن أضطر لأن أغسل يدي، تالياً، من حبرها"³.

"لا أعتقد أنّ الناس ستتجه إلى الكثير من القراءة الورقية مستقبلاً... انظر إلى أطفال المدارس الآن وهم متجهون إلى مدارسهم في ظاهرة تتزايد، وهم يحملون الـ iPad أو الأجهزة اللوحية، فلن يعود للكتاب المطبوع هذا الحضور القوي كما هو اليوم أو بالأمس القريب مع جيل ينمو مع القراءة الرقمية"⁴. كما يؤكد أستاذ

¹ علي سبكار، مصدر سابق.

² عيسى الشايجي، صدر سابق.

³ يوسف البنخليل، مصدر سابق.

⁴ خميس المقلة، مصدر سابق.

الصَّحافة المساعد في كلية الآداب بجامعة البحرين عدنان بومطيع، أنَّ طالب الإعلام في سنته الأولى بالكاد يذكر اسم صحيفة أو صحيفتين محليَّتين، وبالكاد يذكر اسماً أو اسمين من الصَّحافيين والكتَّاب المخضرمين¹.

فيما يطرح رئيس تحرير صحيفة "أخبار الخليج" تساؤلات على درجة عالية من الأهميَّة في العادات القرائيَّة بقوله: "الجيل القادم الذي يتألَّف اليوم من الأطفال، هل سيكون جيلاً قارئاً للصُّحف، سواء كانت مطبوعة أم إلكترونية؟ هل سيقراً أعمدة الرأْي؟ الرِّبورتاج؟ هل سيواصلون بنفس الطريقة؟ لأسأل السؤال الأهم: هل سيكون جيلاً قارئاً؟"².

6 - ارتفاع أسعار الورق/ الطَّباعة

تساوى عاملاً "الاشتراكات" و"الطَّباعة" من وجهة نظر العيِّنة في كونهما من الأسباب التي قد لا تجعل الصُّحف اليوميَّة المطبوعة في البحرين تستمرَّ في الصُّدور، وبما أنه قد سبق الحديث بتوسُّع عن تراجع الاشتراكات، فإنَّ وجهات نظر المشتغلين في الطَّباعة ستكون مهمَّة في هذا الجزء.

ففي غرب أوروبا تراجع الطَّلَب على الورق الجرافيكي بنسبة 88% بعد عامين من الأزمة الماليَّة العالميَّة في 2008، في الوقت الذي تراجع فيه الطلب على الورق بصفة عامَّة بنسبة 6.2% ما بين 2008-2010. وفي العام 2010، أدَّى الوضع الاقتصادي المتردِّي إلى استجابة استراتيجية كبرى من الاتحاد الأوروبي، الذي قدَّم مجموعة من المبادرات لتعزيز وتشجيع المجتمع الرقمي³.

يتحدَّث عبدالخالق عن أوضاع صناعة الورق في العالم، وحيث يجري استيراده بقوله: "هناك الكثير من الضغوطات على الطَّباعة، فلقد أُغلقت - على مدى السنوات الماضية - الكثير من مصانع الورق، ومصانع ورق الصُّحف أساساً، وخصوصاً في أوروبا، حيث باتت الصَّناعة مكلفة، والطَّلَب على الورق اليوم لم يعد كما كان في السابق، وبالتالي فإنَّه من الخسارة أن تستمر مصانع الورق - وخصوصاً في الدُّول الأوروبيَّة

¹عدنان بومطيع، أستاذ الصحافة في كلية الآداب بجامعة البحرين، مقابلة أجريت في مكتبه بتاريخ 08 نوفمبر 2017.

²أنور عبدالرحمن، مصدر سابق.

³Glass, Marti, Bilton, Jim. (2014), European Digital Media Landscape to 2020: The Future of Paper & Print, The Stationers' Company, p 8.

- حيث كلفة الإنتاج عالية (...) الأمر لا يتوقف على الورق وحسب، ولكنه أيضاً يتعلّق بالأحبار والموادّ الكيميائية الداخلة في العملية، وتظهير الصفائح المعدنية Plates¹.

الاتّجاه الأوروبي هو ما تسعى حكومة مملكة البحرين لتعزيزه عبر توجيه المؤسسات الرّسميّة لانتهاج سياسات بيئية في جميع عمليّاتها، والتحوّل إلى الرّقمنة، تحت شعار "السياسة الخضراء"، ويأتي في مقدمة أهدافها الاستراتيجية "رفع كفاءة استخدام الموارد مثل الكهرباء والماء والورق"².

هذا التوجّه لم يقتصر على المؤسسات الحكوميّة وحدها، ولكنه كان تحوّلاً عاماً حتى في مجال الأعمال، إذ يقول المُقلّة: "شهدنا الكثير من التغيّرات في أعمالنا منذ بعض الوقت. فلقد كنّا نطبع ما بين 20 و40 مطويّة إعلانيّة، الآن لا نطبع أيّ مطويّة، فالجميع يضع منتجاً للإرسال والتّبادل عبر الإنترنت بالإيميل أو بالإعلام الاجتماعي. لا أحد يقوم بزيارة عمل ويحمل كمّيّة من المطويّات، بل يحولها إمّا إلى عرض مرئيّ أو رابط رقميّ. لذا على الصّحف أن تتكيّف... عليها أن تفعل شيئاً ما تجاه هذا الوضع"³.

تحدّد شيروتي سنغ ما سيواجه الصحف في المرحلة المقبلة بقولها: "المشكلة أنّ الطّباعة تعني مُنتجاً، والمُنتج يحتاج للإنفاق على الآلات والأفراد الورق والأحبار والتّوزيع، وهذه كلفة عالية"⁴. وهي الكلفة التي لا تودّ الصّحف تحمّلها في ظلّ انخفاض مؤشّرات التّوزيع الرّئيسيّة، والاتّجاهات الحاليّة والمستقبليّة للتّعاطي مع المطبوع من الصّحف وربما كل المحاميل الورقيّة أيضاً.

وجاء في المرتبة الأخيرة، وبنسبة (2%)، سبب "الضغوطات البيئية"، إذ أن التشريعات البيئية باتت تحاصر الكثير من الصناعات القائمة منذ زمن، في سبيل إيجاد بدائل أخرى غير الموارد البيئية، ومنها صناعة الورق والأحبار والمواد الأولية الداخلة في الطباعة مما يمكن أن يرفع أسعارها أكثر ويضاف عبء على الطباعة، إلا أن هذا الرأي لم يكن مؤثراً بقوة لدى العيّنة إذ لم يسبق أن كانت النواحي البيئية مؤثرة بشدّة في

¹ عبداللطيف عبدالخالق، مصدر سابق.

² وزارة المالية بمملكة البحرين، السياسة الخضراء، <https://www.mof.gov.bh>، آخر زيارة للموقع في 08 يناير 2018.

³ خميس المقلّة، مصدر سابق.

⁴ شيروتي سنغ، رئيسة وحدة الأعمال في شركة ماركوم الخليج، مقابلة في مكتبها أجريت بتاريخ 9 أغسطس 2017.

أي من الصناعات القائمة في مملكة البحرين. وتأخر المرتبة البيئية، بالنسبة للبيئة، إلى المرتبة الأخيرة يأتي معزراً للمرتبة نفسها في الإجابة عن السؤال رقم (13).

ما يتبن من خلال ما جمعه الباحث من آراء في هذا الشأن، أن موارد المؤسسات الصحافية في البحرين ليست متأثرة بالأزمة المالية العالمية، وما أعقبها من انخفاض أسعار النفط في السنوات العشر الأخيرة وحسب، وهي فترة عسيرة لأي مؤسسة تجارية؛ ولكنها تعالقت أيضاً مع الحضور الواسع للإعلام الاجتماعي الناتج عن التطورات التكنولوجية غير المتوقعة والتي تبعد الجمهور أكثر عن التعاطي مع الصحف المطبوعة، خصوصاً مع الاتجاه الكبير للأطفال والمراهقين والشباب - وهم من يشكلون النسبة الأكبر من المجتمع البحريني اليوم - إلى استقاء الأخبار والمواد الإعلامية من المصادر الإلكترونية، وليست الورقية.

والملاحظ أن هناك مفارقة بين القراءة اليومية السريعة التي تمثلها الصحف، والقراءة المتأنية التي تمثلها الكتب، إذ إن معارض الكتب في مملكة البحرين تشهد إقبالاً كبيراً عليها، وتؤم المعارض نسبة كبيرة من المراهقين والشباب من الجنسين، وذلك لشراء الكتب، على عكس الإقبال على الصحف.

20. رأي العينة في ضرورة استمرار الصحف المطبوعة:

تم حساب التكرارات والنسب المئوية، كما هو موضَّح في الجدول التالي:

جدول (33)

التكرارات والنسب المئوية لرأي العينة في ضرورة استمرار الصحف المطبوعة

الرقم	الاستجابة	التكرار	النسبة المئوية
1	نعم	70	70%
2	لا، ليس من الضرورة	22	22%
3	لا أدري	8	8%
	المجموع	100	100.0%

يتبين من الجدول السابق أن من يرى من العينة ضرورة استمرار الصحف المطبوعة قد احتل المرتبة الأولى بما نسبته (70%)، وجاء في المرتبة الثانية، من يرون أن ليس من الضرورة استمرار الصحف المطبوعة،

وبنسبة (22%)، واحتلّ المرتبة الثالثة من لم يحددوا موقفهم من ضرورة استمرار الصحف المطبوعة من عدمه وبنسبة (8%).

وعلى الرغم من إجابات العيّنة على الأسئلة السابقة، والتي تشير إلى عوائق تقف أمام الصحف المطبوعة في البحرين، متمثلة في تشبّع السوق المحلية، وظهور وسائل أكثر سهولة وسرعة لتداول الأخبار، وملاحظتهم بانخفاض نسبة بيع الصحف، وهذا ما أكّدته الآراء التي استخلصها الكاتب من قبل القائمين على الصحف المحليّة والمؤثّرين فيها، إلا أن (70%) من العيّنة ترى - في المقابل - أهميّة استمرار الصحافة المطبوعة.

هذا الرأي ينسجم إلى حدّ كبير مع إجابات العيّنة عن السؤال رقم (1) حيث رأت ما نسبته 80% من المستطلعة آراؤهم أن القارئ في البحرين يعتمد على الصحف المطبوعة في استقاء معلوماته. ومع الإجابة عن السؤال رقم (3) عن نظر المجتمع إلى أهميّة مهنة الصحفي مقارنة بالمهن الإعلامية الأخرى، إذ قالت ما نسبته (93%) منهم أنّ المجتمع يراها إمّا مهنة مهمّة، أو مهمّة جداً. وكذلك مع ما ذهبت إليه نسبة (93%) من العيّنة في الإجابة عن السؤال رقم (4) المتعلّق بالموثوقيّة لما يرد في الصحافة المطبوعة. وهذا بخلاف آراء القائمين على الصحف اليوميّة، والمطلّعين على دقائق الأمور، والذين يديرون موازنات الصحف، ويعرفون بنود الإنفاق في مؤسّساتهم، والذين ينظرون إلى استمرار الصحف المطبوعة بشيء من التشكّك والريبة، ويقدّرون سنوات معدودة ليعيدوا من بعدها التّفكير في مستقبل المؤسّسة.

ويُرجع الباحث ما ذهبت إليه هذه النّسبة من العيّنة، إلى كون غالبية من الصحفيّين العاملين في الصحف اليوميّة، والكتّاب الصحفيّين المرتبطين بالصحف عبر الكتابة، كونها محقّقة لذواتهم، وشهرتهم، وانتشارهم، ومكانتهم الاجتماعية، أو كونها مصدر رزق أساسي لهم أو إضافي، وبالتالي فإنّ اتجاّهم لأهميّة استمرار الصحف المطبوعة يعبر عن هذه العلاقة بينهم وبين المؤسسات التي يرتبطون بها في شكلها اليوم، لأنّ التّحوّلات المستقبلية غير معلومة الاتّجاه، وليس من نموذج قريب وناجح لتحوّل صحيفة يوميّة من الطّباعة إلى الرّقمية كلياً.

فيما ينظر القارئون على الصحف نظرة عملية، ونفعية ف "الأمر ليس عاطفياً، نحن -أولاً وأخيراً- مؤسسة تجارية لها مستثمرون، وتنتظر إلى الدّخل"¹.

وجاء في المرتبة الثالثة والأخيرة من لا يدرون ما إذا كان صدور الصحف المطبوعة مهمّ أم لا، وذلك راجع إلى أنه من الصعب القول بتوقّف الصحف المطبوعة مستقبلاً على ما لها من مزايا وتاريخ، إلا أنّ المعطيات الحاصلة الآن، وغير المتوقعة تكنولوجياً مستقبلاً، تجعل من الصعب التكهّن بما يمكن أن تنتهي إليه الصحيفة المطبوعة.

21. توجّه القارئ في البحرين مستقبلاً لتلقّي الأخبار والآراء: (يمكن اختيار أكثر من بديل)
تمّ حساب التكرارات والنسب المئوية، كما هو موضّح في الجدول التالي:

جدول (34)

التكرارات والنسب المئوية لتوجه القارئ في البحرين مستقبلاً لتلقّي الأخبار والآراء

الترتيب	النسبة المئوية	التكرار	الاستجابة
1	91%	91	شبكات التواصل الاجتماعي
2	89%	89	المواقع الرّقمية للصحف
3	73%	73	المواقع الإخبارية
4	60%	60	القنوات التلفزيونية
5	35%	35	الصحافة المطبوعة
6	20%	20	المحطات الإذاعية
7	16%	16	الاتصال الشخصي

يتبيّن من الجدول السابق أنّ شبكات التواصل الاجتماعي قد جاءت في المرتبة الأولى وبنسبة (91%) في رأي العيّنة، بصفتها أكثر وسيلة من المتوقّع أن يتوجّه إليها القارئ في البحرين مستقبلاً لتلقّي الأخبار والآراء، واحتلت المرتبة الثانية "المواقع الرّقمية للصحف" بنسبة (89%)، وجاءت المواقع الإخبارية في المرتبة

¹ سيّد إبراهيم حميد، مصدر سابق.

الثالثة بنسبة (73%)، وجاءت في المرتبة الرابعة "القنوات التلفزيونية" بنسبة (60%)، واحتلت المرتبة الخامسة "الصحافة المطبوعة" بنسبة (35%)، ثم "المحطات الإذاعية" في المرتبة السادسة بنسبة (20%)، وجاءت وسائل الاتصال الشخصي في المرتبة السابعة والأخيرة بنسبة (16%).

ويجيء تأخر الصحافة المطبوعة إلى المرتبة الخامسة في ترجيح المستطلعة آراؤهم من الصحفيين والإعلاميين في أهميتها كمصدر مستقبلي لتلقي الأخبار والآراء، منطقياً، وذلك لما يتميز به الإعلام الإلكتروني من سرعة فائقة في تناقل الأخبار، وخصوصاً الإعلام الاجتماعي منه، الذي أتى في مقدمة التّرجيحات، وبفارق كبير عن الصحافة المطبوعة التي خسرت سباق السرعة منذ عقود بعيدة، ولكنّ الفجوة اتسعت وتعمّقت مع الإعلام الإلكتروني، وانتشار الهواتف الذكية بشكل كبير جداً، وذلك لانطواء الإنترنت على النّصيب الأكبر من "الثراء الإعلامي" Media Richness مقارنة بالوسائل التقليدية¹، وإن كان هذا ما يتناقض مع ما توصّلت إليه دراسات أخرى تفيد برفض المبحوثين اعتبار الإعلام الاجتماعي "مصدراً" للخبر، بل اعتبروه محفزاً للصحافي للمزيد من البحث والتقصّي²، إلا أنّ (89%) من عينة الدراسة لا يزالون يتقنون في الصحافة، ولكن على المحمل الإلكتروني، وهذا يدلّ على أنّ الثقة في الأخبار والمواضيع لا تزال تعود في المقام الأول إلى الصحيفة بشكلها المتعارف عليه، سواء كانت مطبوعة أم إلكترونية، أي إلى التقاليد الصحافية، وهو ما اعتاد عليه القراء من الشّكل الأساسي لإخراجها، وليس لمضمونها وحسب، وهذا ما يشير إلى أنّ هذه النسبة الكبيرة من المستطلعة آراؤهم يودّون رؤية موقع المادّة الإعلامية من الصحيفة، وموقعها من الصّفحة، والشّكل الإخراجي لها، والصّور والمرفقة معها، وكيفية إبرازها في الصّفحة، ولكن من غير طباعة وأوراق.

¹ علي، خالد صلاح الدين حسن. (2009)، دور الإعلام التقليدي والجديد في تشكيل معارف الرأي العام واتجاهاته نحو القضية الديمقراطية في مصر في إطار تحليل الخطاب الإعلامي ونظرية الاعتماد، المؤتمر الدولي العلمي الخامس عشر لكلية الإعلام - الإعلام وقضايا الإصلاح في الدول العربية: الواقع والتحديات، جامعة القاهرة، ص 14.

² حلوة، تالا. (2015)، صحافة المواطن وتأثيرها على مصادر وسائل الإعلام المحلية، رام الله: جامعة بيرزيت، ص 12.

واحتل "الاتصال الشخصي" المرتبة الأخيرة بسبب تخطّيه من قبل متداولي الأخبار عبر الوسائل الحديثة التي تضمن انتشار الخبر بين على أوسع نطاق وفي سرعة فائقة، وقلة الفضائات العامة للقاء الشخصي حتى يجري خلاله تبادل الأخبار والمعلومات والآراء بشكل مستمر ومعتمد عليه.

22. الخيارات المستقبلية أمام المؤسسات الصحافية البحرينية القائمة حالياً

تم حساب التكرارات والنسب المئوية، كما هو موضح في الجدول التالي:

جدول (35)

التكرارات والنسب المئوية للخيارات المستقبلية أمام المؤسسات الصحافية البحرينية القائمة حالياً

الترتيب	النسبة المئوية	التكرار	الاستجابة
1	%64	64	التحوّل إلى الإعلام المندمج (مؤسسة إعلامية متعددة الوسائل)
2	%25	25	الاستمرار في الطباعة ولكن بوثيرة أقل
3	%8	8	التحوّل إلى النسخ الرقمية فقط
4	%2	2	استمرار الطباعة بنفس الوتيرة
5	%1	1	التوقف عن الصدور
	%100.0	100	المجموع

يتبيّن من الجدول السابق أنّ "التحوّل إلى الإعلام المندمج" قد احتلّ المرتبة الأولى من الخيارات المستقبلية أمام المؤسسات الصحافية البحرينية القائمة حالياً، وبنسبة بلغت (%64)، تلاها في المرتبة الثانية "الاستمرار في الطباعة ولكن بوثيرة أقل" بنسبة (%25)، وجاء خيار "التحوّل إلى النسخ الرقمية فقط" في المرتبة الثالثة، إذ يؤيّد (%8) من العينة، وفي المرتبة الرابعة أتى خيار "استمرار الطباعة بنفس الوتيرة" بنسبة (%2) فقط من العينة، في حين أنّ خيار "التوقف عن الصدور" جاء في المرتبة الأخيرة باختيار مفردة واحدة فقط بنسبة (%1) من العينة ككل.

إنَّ النِّسْبةَ الأكبرَ من العيِّنة التي ذهبت إلى خيار التحوُّل إلى الإعلام المندمج، تتوافق في هذا الشأن مع الكثير من الآراء التي توصَّل إليها الباحث في مقابلاته غير المقنَّنة التي أجراها مع عددٍ من متَّخذي القرار في الصُّحف اليوميَّة المطبوعة في البحرين. فيقول مدير تحرير صحيفة "البلاد": "الفكرة موجودة والإمكانيَّات أيضاً، وهناك صحف بحرينية ذهبت إلى شوط جيد في الإنتاج المرئي المواكب للتعطية الإخبارية"¹. وهو الرأي الذي يذهب إليه رئيس تحرير صحيفة "الوطن" أيضاً بقوله: "الإعلام المندمج هو خيارنا الراهن، وهذا ما نقوم به جزئياً الآن. فننتقي بعض المواد ونعمل على صياغتها بأشكال مختلفة، لاعتقادنا أنها ستحقق الانتشار المطلوب، فيجري تحويلها إلى فيديو، وإنفوغرافيك، وصور، لتجهز في وقت متقارب وتُبتَّ عبر أكثر من منصَّة"².

ويتوقَّف كلُّ من رئيس تحرير صحيفة "الوطن" ومدير تحرير صحيفة "البلاد" عند الاستثمار اللازم للقيام بهذا التحوُّل، إذ يقول رئيس تحرير "الوطن": "إنها عملية تحتاج إلى وقت، ولكن تحديها الأساسي يكمن في أنها تحتاج موارد مالية"³، وهو رأي مدير تحرير "البلاد" أيضاً بقوله: "بالنسبة لـ "البلاد" فإنَّ الأمر سيحتاج إلى الاستثمار فيه، ولا يزال العائد عليه غير واضح المعالم، فلا بدَّ من دراسته بشكلٍ أكثر عمقاً (...) سيحتاج إلى إيمان وإرادة من المستثمرين للاستثمار في هذا النوع من الشكل الإعلامي، وربما تكون المغامرة كبيرة بأن يجري استثمار مبالغ كبيرة في مثل هذا المشروع لأن المتغيَّرات المتسارعة ربما لا تسمح لاسترجاع الاستثمار في الوقت المناسب"⁴. مع أهميَّة إجراء دراسات مسحية شاملة على تطلعات جمهور الصَّحيفة في هذا الشأن "يهنَّا معرفة ما الذي يريده جمهورنا، لأننا نتوجَّه إليهم في نهاية المطاف، ومن دونهم لا يمكننا الذهاب إلى مشروعات طموحة في التحوُّل إلى الإعلام المندمج لأننا يمكن أن نفقد البوصلة، ونخسر الاستثمار نفسه"⁵.

ويقرَّ مدير تحرير "الوطن" قيام الصحيفة بالتحوُّل شبه الكلي إلى الإعلام المندمج "هذا هو الاتجاه السائد، تجربتنا في صحيفة "الوطن" أنت بعد نقاش دام ما بين أربعة إلى ثمانية أشهر، بشكل جدِّي في العام

¹ أيمن همَّام، مصدر سابق.

² يوسف البنخليل، مصدر سابق.

³ السابق نفسه.

⁴ أيمن همَّام، مصدر سابق.

⁵ السابق نفسه.

2016 في التحول الكامل إلى الشكل الإلكتروني (...) تعاملنا معه كواقع لابد منه، وهي تجربة لابد من خوضها (...) انتقلنا قبل شهور بالكامل إلى الموقع الإلكتروني، وتغيّرت مسمياتنا، ولم تعد هي الأقسام المعروفة كلاسيكياً في الصحف الورقية، فصار لدينا محررون، وناشرون، ومديرون، ومديرو الموقع والمتدريون، فتغيّر الشكل القديم، ولم يعد لدينا الخبر الخاص الذي ينتظر طبعة الصحيفة في اليوم التالي¹.

والنظر المبكر إلى الجانب الإلكتروني والذهاب إلى ما هو أبعد من إنتاج الصحيفة الورقية وحسب، كان من شأن صحيفة "الأيام" منذ بداياتها في 1989 إذ "كانت سبّاقة، ليس على المستوى المحلي وحسب، بل والعربي أيضاً، في مسألة الاعتماد على التكنولوجيا في الإخراج الفني للصفحات، والأخبار العالمية، نظراً للفاعلية والسرعة، وذلك في جانب العمليات، وهي أيضاً من أوليات الصحف العربية التي أنشأت لها موقعاً على الإنترنت (1996) لنشر الصحيفة فيه، واليوم نحاول التنويع على الأشكال التي يمكن أن تظهر فيها الصحيفة، سواء في الفيديو أو بأشكال جديدة أخرى"²، وهو الخيار الذي رأى مدير تحرير صحيفة "الأيام" أن "ليس لدينا خيار آخر غير الذهاب إلى الإعلام الرقمي الاجتماعي، مادامت هناك خيارات أرخص وأكثر إمكانيات"³ من الصحيفة المطبوعة. وكانت صحيفة "الوسط" لجأت إلى هذا الخيار أيضاً "التوجّه إلى غرفة التحرير الشاملة، والعدد المحدود من الصحافيين الشاملين، بالكلفة المادية القليلة والمحدودة؛ هو ما تتّجه إليه الصحف الأوروبية اليوم... سواء العريقة منها أو الناشئة، وكنا قد بدأنا هذه الخطوات"⁴.

و"الإعلام المندمج" - وإن عُرف في الصحافة المحلية باسم "الإعلام الشامل" - فإنّ التجارب والتّواصل مع الوضع العالمي، وفي ظل الظروف غير المواتية للصحف المطبوعة في البحرين، قد قاد إليه، كونه الخيار المائل الآن لإنقاذ العمل الصحافي من التعرّض لـ "المساومة" للبقاء بشروط الإعلام الإلكتروني، وفي مقدّمته الإعلام الاجتماعي، أو الاندثار، بما يُفقد القطاع الإعلامي ركنه الأساس، وعمود خيمته المتمثّل في "الصّحافة"، بكل أسسها التي رسّخت مفهوم الثقة لدى الجمهور في مادّتها، وليس في منتجها الورقي.

¹ أبو ذر حسن، مصدر سابق.

² عيسى الشايجي، مصدر سابق.

³ جاسم منصور، مصدر سابق.

⁴ سيّد إبراهيم حميد، مصدر سابق.

لقد كان العامل الاقتصادي واحداً من أهم العوامل التي قادت إلى التفكير في الإعلام المندمج في شكله الأولي لدى الصحف المحلية حيث تفكر أول الأمر في التّخلّص من الترهّل الوظيفي، وربما أكثر من مجرد الترهّل "قللنا القوى البشرية بشكل كبير. في بداية 2016 تم تقليل حوالي 12% من القوى العاملة. وأي شخص يستقيل لا يجري استبداله بشخص آخر"¹.

وساعد في ذلك التطور التكنولوجي الذي بات يسهل عمل الصحفيين، ويغني - في الكثير من الحالات - من التواجد الفعلي في مقر الصحيفة لكتابة الأخبار، ودمج عدّة وظائف في موظف/صحافي واحد، ولكن ذلك ليس بهدف تكوين صالة تحرير تصبّ فيها المواد الإعلامية ليعاد تحريرها، وتصدر من جديد على أكثر من شكل، ولكن ليجري توفير القوى العاملة لنقوم بأكثر من وظيفة في آنٍ معاً. فيما يرى آخرون، أن ليس أمام الصحف إلا الاندماج "حتى لا تواجه النهاية المحتومة"، على اعتبار أنّ الاندماج ليس عيباً، ولا انتقاصاً، بل سيكون الأخذ بأفضل العناصر من المؤسسات المندمجة لإعادة تأسيس صحيفة قوية²، وهذا ما يتوقّعه مدير الإنتاج في صحيفة "الأيام" أيضاً، إذ يعتقد أن مستقبل العمل الصحافي في البحرين سيعود إلى وجود صحيفتين قادرتين على الحياة³.

وكانت النسبة الأقل من العينة قد توقّعت توقّف الصحافة المطبوعة عن الصدور مستقبلاً (1%) كخيار مستقبلي أمام المؤسسات الصحافية، وهو الخيار الذي يذهب إليه الكثير من المسؤولين في هذه المؤسسات، ولكن ليس بإنهاء المؤسسات وتصفيتهما، بل بتحوّل طبيعة إنتاجها من المحمول الورقي إلى أشكال أخرى.

23. هل اهتمام المؤسسات الصحافية في البحرين بتفعيل وسائل الإعلام الأخرى فيها يدعم الصحيفة المطبوعة أم يهدّد مستقبلها:

تم حساب التكرارات والنسب المئوية، كما هو موضّح في الجدول التالي:

¹ السابق نفسه.

² عدنان بومطيع، مصدر سابق.

³ عبداللطيف عبدالخالق، مصدر سابق.

جدول (36)

التكرارات والنسب المئوية لاهتمام المؤسسات الصحافية في البحرين
بتفعيل وسائل الإعلام الأخرى فيها يدعم الصحيفة المطبوعة أم يهدد مستقبلها

الاستجابة	التكرار	النسبة المئوية
يدعم الصحيفة المطبوعة	69	69%
يهدد مستقبل الصحيفة	18	18%
لا أدري	10	10%
أخرى	3	3%
المجموع	100	100.0%

يتبين من الجدول السابق أننا من رَأوا أنَّ اهتمام المؤسسات الصحافية في البحرين بتفعيل وسائل الإعلام الأخرى يدعم الصحيفة المطبوعة، بنسبة (69%) من عينة الدراسة، وجاءت في المرتبة الثانية ما نسبته (18%) من العينة التي أكدت أنَّ اهتمام المؤسسات الصحافية في البحرين بتفعيل وسائل الإعلام الأخرى لا يدعم الصحيفة المطبوعة، في حين جاءت فالمرتبة الثالثة وبنسبة (10%) من العينة من عبّرت عن عدم درايتها بما يمكن أن يعكسه اهتمام المؤسسات الصحافية بتفعيل وسائل الإعلام الإلكترونية على مستقبل الصحيفة، بينما نسبة جاءت في المرتبة الأخيرة ما نسبته (3%) من عينة الدراسة حين أدلت بإجابات أخرى تركّزت على أنَّ الأمر يتعلّق بالظروف التي قد تدعمها وقد لا تدعمها.

ويرجع الباحث اتجاه (69%) من العينة إلى القول إن اهتمام المؤسسة الصحافية بتفعيل وسائل الإعلام الأخرى من شأنه دعم الصحيفة، منطلقاً من أنَّ هذه المنصات تعمل اليوم على النقل الحرفي لما في الصحيفة إلى هذه المنصات، سواء كانت تطبيقات هاتفية مثل "واتس آب"، أو "تيلغرام"، أو من خلال الإعلام الاجتماعي بقنواته المختلفة. أي أنَّ المصدر الأساس سيبقى الصحيفة التي لا بد أن يرجع إليها القارئ. ولكن الرئيس الشريك للنادي العالمي للإعلام الاجتماعي ينتقد ما تقوم به الصحف من "نقل" ما في الصحيفة إلى قنوات الإعلام الاجتماعي، إذ يحتاج الإعلام الاجتماعي إلى طريقة مختلفة تماماً في التحرير والصياغة، وكذلك في تصوير التقارير حتى لا تتطابق مع التقارير الرسمية التي يشهدها الجمهور في محطات التلفزيون، وتنسى هذه

الجهات أنها تتعامل مع إعلام "اجتماعي"¹، بشروطه المختلفة لينجح معها. ولكن متى ما انتهت المؤسسات الصحافية إلى أن عليها أن تصنع مضموناً إعلامياً للوسائل الإعلامية المختلفة، بشروط هذه الوسائل؛ فإنّ الوضع مرشّح للاختلاف، حيث ستكون المادّة نفسها، ولكن طريقة التقديم والتناول والزوايا مختلفة، فما يُكتب للإذاعة مختلفٌ - حتماً عما - يُكتب للإعلام الاجتماعي، وكذلك الاختلاف بين الإعلام المكتوب والإعلام الاجتماعي.

24. مدى اعتماد المؤسسات الصحافية على الإعلام الإلكتروني (بث مباشر، إعلام اجتماعي، إذاعة، تلفزيون، فيديو...الخ):

تمّ حساب التكرارات والنسب المئوية، كما هو موضّح في الجدول التالي:

جدول (37)

التكرارات والنسب المئوية لمدى اعتماد المؤسسات الصحافية على الإعلام الإلكتروني

الاستجابة	التكرار	النسبة المئوية
بشكل كبير	49	49%
بشكل محدود	42	42%
لا أدري	9	9%
المجموع	100	100.0%

يتبيّن من الجدول السّابق أنّ قد جاءت في المرتبة الأولى ما نسبته (49%) من عيّنة الدّراسة الذين أكّدوا أنّ المؤسسات الصحافية تعتمد بشكل كبير على الإعلام الرقمي، واحتلّت المرتبة الثانية من يرون من العيّنة أنّ المؤسسات الصحافية تعتمد بشكل محدود على الإعلام الرّقمي بنسبة (42%)، وجاءت في المرتبة الثالثة من العينة من عبّروا عن عدم درايتهم عن مدى اعتماد المؤسسات الصحافية على الإعلام الرقمي فيها، وذلك بنسبة (9%).

¹ علي سبكار، مصدر سابق.

إنّ انقسام العيّنة بين من يعتقدون أنّ المؤسسات الصحافية تعتمد على الإعلام الإلكتروني بشكل كبير، وأولئك الذين يعتقدون أن اعتماد المؤسسات الصحافية على هذا النوع من الإعلام يأتي بشكل محدود، انقسام ليس فيه ترجيح صريح، يدلّ على أنّ العيّنة - وعلى الرغم من أنّها من العاملين في المؤسسات الصحافية، أو القريبين من هذه المؤسسات - لم يمكنها - تحديد بشيء من الدقة - ما إذا كانت المؤسسات الصحافية تعتمد على الإعلام الإلكتروني بشكل كبير أم محدود. هذا الانقسام لا يعود - من وجهة نظر الباحث - إلى صعوبة تحديد إلى أيّ مدى تعتمد المؤسسات الصحافية على الإعلام الإلكتروني في عملها اليومي، ولكنّه - على الأرجح - يعود إلى أن الكثير من الصحافيين ليسوا على اتصال كافٍ وعميق مع مؤسساتهم، بما لا يمدّهم بالمعرفة الكافية بجميع عمليات المؤسسات في الجانب الإعلامي لمتابعة التطورات التي قامت بها المؤسسات الصحافية في السنوات الأخيرة. فلقد كثّفت جميع الصحف في البحرين اعتمادها على الإعلام الإلكتروني من عدّة جوانب:

1. تطوير المواقع الإلكترونية للصحيفة، حيث أن جميع الصحف اليومية الأربع قامت في السنوات الثلاث الأخيرة بإحداث تطورات كبيرة، شكلاً ونوعاً، في مواقعها الإلكترونية لتتمكن من مواكبة التطورات التكنولوجية، وخصوصاً في بعض البرامج التي تدفع بالأخبار المستجدة (RSS) مجاناً إلى من يريد الاشتراك في هذه الخدمة.

2. جميع الصحف تنشر أخبارها ومقالاتها بشكل نشط على أكثر وسائل الإعلام الاجتماعي شهرةً واستخداماً في مملكة البحرين، وهي: فيسبوك، وتويتر، وانستغرام، ويوتيوب للمؤسسات التي أدخلت خدمات الفيديو في تغطياتها، إضافة إلى نشر أهمّ العناوين، والأخبار المستعجلة عن طريق خدمة واتس أب.

3. جميع الصحف اليومية تنقل عن الإعلام الاجتماعي، وتعتمد إلى نشر الأخبار والصّور كمادّة خام، أو تعمل على متابعة أخبار الإعلام الاجتماعي وتقصّيها.

4. هناك توجّه وتوجيه، لتشجيع الصحافيين والكتّاب، على نشر موادّهم بشكل واسع من خلال حساباتهم الشخصية على جميع منصّات الإعلام الاجتماعي، مع رابط للصحيفة يقود إلى المادّة نفسها، وذلك ليتلقّى موقع الصحيفة أكبر قدر من الزيارات، وهذا ما يضيف قوّة للصحيفة في مفاوضاتها التسويقية

والترويجية، أو لإقامة شراكات مع الجهات المختلفة، فتحوّلت مهمّات الصحافي من مجرد منتج للمادة، إلى منتج ومُسهّم في التوزيع أيضاً¹.

25. مدى استعداد العيّنة لترك الكتابة للصحافة المطبوعة والتحوّل إلى وسائل إعلامية أخرى إذا ما تحوّلت الصحيفة إلى الاعتماد على الوسائل الرقمية أو المرئية...الخ:
تم حساب التكرارات والنسب المئوية، كما هو موضّح في الجدول التالي:

جدول (38)

التكرارات والنسب المئوية لمدى استعداد العيّنة لترك الكتابة للصحافة المطبوعة

والتحوّل إلى وسائل إعلامية أخرى إذا ما تحوّلت الصحيفة إلى الاعتماد على الوسائل الرقمية أو المرئية...الخ

الاستجابة	التكرار	النسبة المئوية
مستعد	63	63%
لا، لست مستعداً	22	22%
لا أدري	15	15%
المجموع	100	100.0%

يتبيّن من الجدول السابق أنّ ما نسبته (63%) من عيّنة الدراسة عبّروا عن استعدادهم لترك الكتابة للصحافة المطبوعة والتحوّل إلى وسائل إعلامية أخرى إذا ما تحوّلت الصحيفة إلى الاعتماد على الوسائل الرقمية أو المرئية، وما نسبته (22%) منهم عبّروا عن عدم استعدادهم لترك الكتابة للصحافة المطبوعة والتحوّل إلى وسائل إعلامية أخرى إذا ما تحوّلت الصحيفة إلى الاعتماد على الوسائل الرقمية أو المرئية، في حين أنّ (15%) من العيّنة عبّروا عن عدم درايتهم، أو عدم تحديد موقفهم من هذه المسألة. إنّ استعداد (63%) من العيّنة له عدّة دلالات، منها أنّ الجسم الأكبر من العاملين في المجال الصحافي اليوم هم من الشباب، وهي مرحلة عمرية قابلة للتعلّم وتقبّل المتغيّرات. و/أو الذين شهدوا التحوّلات السابقة من الكتابة الورقية إلى الحاسب الآلي، والتعامل مع الإنترنت، وبالتالي، فإنّ تحوّل الصحيفة إلى شكل آخر من أشكال الإنتاج، قد لا يشكل صدمة لمعظمهم، فسيكونون من المرونة ليتحوّلوا إلى الاتجاه الجديد لمؤسّساتهم. ومن الإجابات السابقة يتّضح

¹ عدنان بومطيع، مصدر سابق.

أنَّ الغالبيةَ الكبرى من العينة تشعر أنَّ الصَّحافة المطبوعة في البحرين تتحسر، مع تمسُّكهم بها وإقرارهم بأهميَّة بقائها، ولكنَّهم يرون صعود نجم الإعلام الإلكتروني بجميع أشكاله، في مقابل أفول المطبوع، الأمر الذي قد ينتهي إلى يكون عبئاً على المؤسَّسة الصَّحافية.

26. إذا كانت إجابة السؤال السابق "لست مستعداً" فما الخيارات المهنيَّة المتاحة أمامك مستقبلاً:

تم حساب التكرارات والنَّسب المئوية لعينة الدَّراسة الذين قالوا أنَّهم غير مستعدِّين، وعددهم (22)، كما هو موضَّح في الجدول التالي:

جدول (39)

التكرارات والنَّسب المئوية للخيارات المهنيَّة المتاحة أمامك مستقبلاً إذا تحوَّلت مؤسَّستك إلى شكل إعلامي آخر

الاستجابة	التكرار	النسبة المئوية
إعادة التأهيل بما يتناسب مع التحوُّلات الجديدة	17	77.3%
الاتِّجاه للعمل في صحيفة ورقية أخرى	3	13.6%
تغيير المهنة كلياً	2	9.1%
المجموع	22	100%

يتبيَّن من الجدول السابق أنَّ المرتبة الأولى، ونسبة (77.3%) من عينة الدَّراسة، كانت من نصيب من يرون توافقهم مع "إعادة التأهيل بما يتناسب مع التحوُّلات الجديدة"، إذ يشعرون أنَّهم ليسوا مستعدِّين للتحوُّل إلى الكتابة والتعامل مع الأشكال الأخرى من الإعلام، كما في الإجابة على السؤال رقم (26)، وجاء في المرتبة الثانية من فضَّلوا "الاتِّجاه للعمل في صحيفة ورقية أخرى"، وبما نسبته (13.6%)، وفي المرتبة الثالثة والأخيرة، ونسبة (9.1%) من العينة يفضَّلون تغيير المهنة كلياً.

وتشير النتائج إلى أن هناك استعداداً لإعادة التأهيل والتدريب بين العاملين في الصَّحافة المطبوعة، والذهاب إلى الأشكال الجديدة من الإعلام إذا ما رأت المؤسَّسات أنَّ هذا التحوُّل يضمن مستقبلهم الوظيفي والمهني، وهذا يدلُّ على القابليَّة الكبيرة للصَّحافيين العاملين في المؤسَّسات الصَّحافية البحرينيَّة للتَّعاطي السريع

مع التحوّلات التي قد تتخذها المؤسسة الصحافية مستقبلاً، أو قابلية هذا التحوّل والاستعداد له شريطة التأهيل المناسب لإجراء هذا التحوّل، وذلك يتّضح من خلال المرتبة الأولى للعيّنة في الإجابة عن السؤال رقم (26) إذ عبّر (63%) عن استعدادهم للتحوّل إلى الأشكال الأخرى من الإعلام، وفي الإجابة عن السؤال (27)، عبّر (77.3%) من غير المستعدين سابقاً، عن استعدادهم لممارسة الأنواع الأخرى من الإعلام والتحوّل إليه شريطة التأهيل.

وفي الوقت الذي تتمسّك فيه نسبة قليلة فقط بالعمل في المجال المطبوع من الصحافة، تعبيراً عن إخلاصها لإرث الصحافة الذي يستقيم مع يُطبع على الورق، ففضلت نسبة (13.6%) الانتقال إلى العمل في الصحافة الورقية، في الوقت الذي فضّلت فيه أقلّ النسب من العيّنة (9.1%) أن تغيّر المهنة تماماً على أن تتغيّر أو يعاد تأهيلها للعمل مجدّداً في شكل جديد من الإعلام، وهو من الأمور الطبيعية أن لا تقبل نسبة من أصحاب أيّ مهنة التحوّلات الجذريّة الكبرى فيها، إمّا إخلاصاً لما درجت عليه من تصوّرات لهذه المهنة وطبيعتها، وإمّا لعدم قدرتها إعادة التأهيل من جديد.

27. مدى تأييد العيّنة لتحوّل المؤسسة إلى "الإعلام المندمج" لتقدّم جميع الفنون الإعلامية من جميع القنوات المتاحة من صالة تحرير واحدة:

تم حساب التكرارات والنسب المئوية، كما هو موضّح في الجدول التالي:

جدول (40)

التكرارات والنسب المئوية لمدى تأييد العيّنة لتحوّل المؤسسة

إلى "الإعلام المندمج" لتقدّم جميع الفنون الإعلامية من جميع القنوات المتاحة في صالة تحرير واحدة

الاستجابة	التكرار	النسبة المئوية
أؤيد	90	90%
لا أدري	7	7%
لا أؤيد	3	3%
المجموع	100	100.0%

يتبين من الجدول السابق أن المرتبة الأولى احتلّها المؤيدون من العينة لتحوّل المؤسسة إلى "الإعلام المندمج" لتقدّم جميع الفنون الإعلامية من جميع القنوات المتاحة في صالة تحرير واحدة بنسبة (90%)، جاء في المرتبة الثانية من لا رأي محدد لهم تجاه تحوّل المؤسسة إلى "الإعلام المندمج" لتقدّم جميع الفنون الإعلامية من جميع القنوات المتاحة في صالة تحرير واحدة بنسبة (7%)، وفي المرتبة الثالثة والأخيرة، جاء غير المؤيدين لتحوّل المؤسسة الصحافية إلى الإعلام المندمج، وبنسبة (3%).

تعبّر عينة الدراسة في إجابتها عن هذا السؤال عما توصّلت إليه من قناعة بأنّ بقاء المؤسسة الصحافية على ما هي عليه اليوم سيعني تقلّص أعمالها بشكل كبير حتى تصل إلى الوضع الذي لا يمكنها الرجوع منه، وهذا ما يجعل الخشية ليست مقتصرة على ورق الصحيفة وحسب، ولكن على مهنة الصحافة بشكل عام، وهي المظلة التي تنضوي تحتها أشكال العمل في وسائل الإعلام الأخرى، كالإذاعة والتلفزيون والصحافة الإلكترونية والمواقع الإخبارية والإعلام الاجتماعي، إذ تعبّر الصحافة المكتوبة - وخصوصاً في الوطن العربي، ومنه البحرين - عن أكثر تجلّيات الصحافة وضوحاً، من حيث أصول العمل الصحافي وتقاليد المبنية على التحقق من المعلومات، والأمانة، والدقة، والإحاطة. لذا، فإنّ تحوّل المؤسسات الصحافية إلى الإعلام المندمج من شأنه أن يبقّي العمل الصحافي قائماً، وربما يكون المطبوع جزءاً منه، ويغذي المنصّات الإعلامية الأخرى بموادّ لها مصداقية واعتمادية من قِبَل القراء.

والمؤسسات الصحافية في البحرين، إمّا أنها تفكّر في التحوّل إلى الإعلام المندمج، وإمّا أنها قد قامت ببعض الخطوات الأولية في هذا المجال. وذلك من الجانبين: البرامجي والبشري، فهي ترى أنّ عليها تغيير فلسفة العمل التقليدية، ولكنها لم تصل بعد إلى الصيغة التي تجعلها قادرة عن الذهاب إلى الإعلام المندمج كليّة.

فمن جانب البرامج، سبق وأن أدخلت المؤسسات الصحافية في البحرين - وخصوصاً مع نشأة صحيفة "الأيام" - بعض البرامج البسيطة التي تنظم إدارة المحتوى وسير العمل في الجانب التحريري Workflow، وأخذت هذه البرامج تتوسّع وتتعمّد وتزداد إمكانياتها بشكل كبير. ومن أشهر البرامج التي تم شراؤها في الآونة الأخيرة News Press الذي اشترت أربع صحفٍ جزءاً منه، إذ قيمته الإجمالية حوالي 100 ألف دينار

بحريني (266 ألف دولار أميركي)، و"هذا البرنامج يتيح نقل الخبر من المكتوب إلى المسموع، إلى المرئي، إلى جميع أنواع التواصل الاجتماعي باختلافها"¹. والبرنامج من ناحية أخرى يلغي أهمية حضور الصحافيين إلى مقر الصحيفة وإلزاميته، كما يقول رئيس تحرير صحيفة "الوطن": "حدث أنني كنت في إجازة في المملكة المتحدة، واضطرّ مدير التحرير للسفر إلى السويد، فتمّ تعيين أحد المسؤولين في الصحيفة للإدارة، فصار مدير التحرير يراجع العدد من السويد، وأنا كرئيس تحرير أعطي الموافقة النهائية من لندن"².

أما من ناحية العنصر البشري، فهناك تكرار لمصطلح يروج بين الصحف، وهو "الصحافي الشامل"، وهو الصحافي الذي تتجه إليه المؤسسات الصحافية بشكل مكثّف هذه الفترة طلباً للتوفير المادي، إذ أجرت جميع الصحف - تقريباً - عمليات إعادة هيكلة عدداً من المرات في السنوات العشر الماضية، تخفيفاً من الأعباء البشرية، فقد "قامت المؤسسة بعملية إعادة هيكلة واستغناء ثلاث مرات منذ تأسيسها، إنها عملية مؤلمة ويحزّ في النفس أن تخبر زميلاً أن تمّ الاستغناء عنه، ولكن هذا ما لا يمكن تجنّبه نظراً للضغوط المالية الكبيرة التي تجعلنا أمام الخيار: إما التقليل من عدد الصحافيين، أو الإغلاق التام. وفي العام 2012 أغلقنا قسم الصف (التنضيد)"³.

والأمر سرى على صحيفة "الوسط" أيضاً "قللنا القوى البشرية بشكل كبير. ففي بداية العام 2016 تمّ تقليل حوالي 12% من القوى العاملة. فأبى شخص يستقيل لا يجري استبداله بشخص آخر. وأنجّهنّا إلى "الصحافي الشامل"، إذ كان لدينا خمسة مصوّرين وانهينّا باثنتين، فصور الهواتف الذكية اليوم عالية الجودة، وكذلك تتيح البرامج انتقال الصورة مع الخبر إلى نظام الصحيفة، ويجري توزيعه سريعاً على وسائل التواصل الاجتماعي والصحيفة الإلكترونية، فحتّى "الديسك" المعروف بـ "مطبخ الصحيفة"، والذي كان ضخماً يوماً ما، تمّ تقليصه، وتقليص المدقّقين، فالبرنامج يدقّق ويعطي البدائل المتاحة. هذا حتّم علينا إدخال الصحافيين في دورات متخصصة من جوانب التحرير، وصياغة العناوين، كل هذا قلّل الكادر الصحافي"⁴.

¹ سيّد إبراهيم حميد، مصدر سابق.

² يوسف البنخليل، مصدر سابق.

³ السابق نفسه.

⁴ سيّد إبراهيم حميد، مصدر سابق.

والمقصود بـ "الصّحافي الشّامل" هنا هو الذي يمكنه القيام بأكثر من وظيفة حتى يمكن الاستغناء عن الوظائف الأخرى المساندة في المؤسسة، وهو ما يذهب إليه أيضاً مدير تحرير صحيفة "الأيام" الذي يرى أن الصّحافة اليوم لم تعد بالحاجة إلى الصّحافي ذي المعرفة الواحدة أو المهارة الواحدة، بل الحاجة أكثر إلى "الصّحافي الشّامل"، الذي لا يجيد التعامل مع الإعلام الاجتماعي وحسب، أو المكتوب فقط، ولكن يعرف ما الذي عليه أن يكتبه في هذه الوسائل، ويعرف أيضاً شروط الكتابة للصّحافة الورقية، ويخرج للتغطيات المباشرة، والتّصوير، والفيديو ومونتاجه"¹.

يتضح من الحديث مع صنّاع القرار في الصّحافة المحليّة، أن الغرض الأوّل والأهمّ من شراء البرامج التي تدير المحتوى، وتدريب الصّحافيين ليكونوا "شاملين"؛ هو التّخفّف من الأعباء الماديّة الآتية من تعيين المزيد من القوى البشرية، وليس الاتجاه إلى "الإعلام المندمج" كفلسفة، فالصحف اليومية الأربع القائمة اليوم، لديها منصّاتها للإعلام الاجتماعي، ولدى بعضها فرقاً خاصّة للأون لاين، وللفيديو، ومن الطبيعي أن تصل إدارات الصّحف إلى الشكل الأشمل لإدارة جميع هذه المنصّات من خلال رؤية تحريرية واحدة تدير المطبوع والمسموع والمرئي، على أكثر من محمول إذا ما أرادت أن تصدر عن رسالة واحدة للمؤسسة، أو أن تجد طريقته الخاصة في إدارة كل هذه المصادر الإخباريّة في إطار واحد. في الوقت الذي يرى فيه عدنان بومطيع أنّ التوجّه إلى "الإعلام المندمج" لن يكون منه مفرّ إذا ما أرادت المؤسسات الصحافية أن تحافظ على كيانها².

وتنقسم النسبة الباقية من العيّنة بين "لا أدري" (7%) و"لا" لتحوّل المؤسسة إلى "الإعلام المندمج" لتقدّم جميع الفنون الإعلاميّة من جميع القنوات المتاحة في صالة تحرير واحدة بنسبة (3%)، حيث أنّ الذّهاب إلى مستقبل غير معروف أو واضح المعالم، وغير مُختبَر بالنسبة لصناعة الصحافة أو الإعلام ككل، وهو "الإعلام المندمج"، أمرٌ إمّا أن يدعو إلى التردد، أو إلى الرّفص، إذ ليست لهذا التوجّه أمثلة كثيرة وناصعة في الدول العربيّة أو الخليجيّة حتى تُرى نتائج التجربة، إلّا أنّني ظلّ المعطيات التي يراها صنّاع القرار في المؤسسات

¹ جاسم منصور، مصدر سابق.

² عدنان بومطيع، مصدر سابق.

الصحافية، تجعل إمكانية إجراء هذا التحوّل واردة جداً، خصوصاً وأنّ ممارستها، وإن كانت تجري بشكل محدود وغير "مدمج" تماماً حالياً؛ ولكنها تعتبر من يوميات بعض الصحف البحرينية.

المبحث الثاني

الإجابة على فروض الدراسة

وضع الباحث عشرة فروض بالنسبة لواقع الصحافة البحرينية المطبوعة، ومستقبلها، وعمد إلى اختبار هذه الفروض إحصائياً، والتعليق عليها بتفسيرها بحسب المعطيات التي توصل إليها، وبحسب الملاحظة والمعاشية والخبرة.

1) الفرض الأول: توجد علاقة ارتباطية دالة إحصائية بين المستوى التعليمي للمبحوثين وموقفهم من اعتماد القارئ على الصحف اليومية في استقاء معلوماته.

تم التَّحَقُّق من صحَّة الفرض من خلال معامل ارتباط بيرسون، كما هو موضَّح في الجدول التَّالي:

جدول (41)

دلالة العلاقة الارتباطية بين المستوى التعليمي للمبحوثين

وموقفهم من اعتماد القارئ على الصحف اليومية في استقاء معلوماته

قيمة معامل الارتباط	ن	مستوى الدلالة
0.08	100	0.39

* الارتباط دالّ إحصائياً عند $(\alpha = 0.05)$.

** الارتباط دالّ إحصائياً عند $(\alpha = 0.01)$.

يتبيّن من الجدول السَّابق عدموجود علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية ، بين المستوى التعليمي للمبحوثين وموقفهم من اعتماد القارئ على الصحف اليومية في استقاء معلوماته.

وتشير هذه النتيجة إلى أنّ هناك اتفاقاً كبيراً بين أفراد العيّنة على مختلف درجاتهم الأكاديمية وتحصيلهم العلمي في اعتماد القارئ على الصحف اليومية في استقاء معلوماته، وذلك للحضور اليومي السريع والمتاح

للصحف البحرينية اليومية، سواء في شكلها المطبوع أو الإلكتروني، أمام القارئ في البحرين، في الوقت الذي لا توجد هناك منافذ أخرى أمام القارئ المحلي لاستقاء معلوماته بشكل مستقل في ظل عدم وجود وسائل إعلام تقليدية (جماهيرية) أخرى معنية بتزويد القارئ بالمعلومات التي يحتاجها، وبالتحديد ما يخص الجوانب المحلية والمعيشية التي تهتم بالدرجة الأولى. في الوقت نفسه، فإن هناك الكثير من الدلالات لعدم تمتع الإعلام الاجتماعي بالثقة التي تحظى بها الصحف المحلية.

(2) الفرض الثاني: لا توجد علاقة ارتباطية دالة إحصائية بين سنوات خبرة المبحوثين وموقفهم من اعتماد القارئ على الصحف اليومية في استقاء معلوماته.

تم التحقق من صحة الفرض من خلال معامل ارتباط بيرسون، كما هو موضح في الجدول التالي:

جدول (42)

دلالة العلاقة الارتباطية بين سنوات خبرة المبحوثين وموقفهم من اعتماد القارئ على الصحف اليومية في استقاء معلوماته

قيمة معامل الارتباط	ن	مستوى الدلالة
0.21(*)	100	0.05

* الارتباط دال إحصائياً عند $\alpha = 0.05$.

** الارتباط دال إحصائياً عند $\alpha = 0.01$.

يتبين من الجدول السابق وجود علاقة ارتباطية موجبة ذات دلالة إحصائية (0.05) بين سنوات خبرة المبحوثين وموقفهم من اعتماد القارئ على الصحف اليومية في استقاء معلوماته، فكلما زادت سنوات خبرة المبحوثين، زاد موقفهم ثباتاً من اعتماد القارئ على الصحف اليومية في استقاء معلوماته.

ولوجود هذه العلاقة الارتباطية ما يبرره. فالخبرة العملية المتراكمة، توفر للعاملين في هذه المهنة الكثير من الدلالات التي تؤكد أن الجمهور، وإن ردّد المقولة الشعبية "كلام جرائد"، كناية الأحداث؛ فإنه - في المقابل - يستشهد بالصحيفة وما يرد فيها، وقد حدث كثيراً أن ناقشت السلطات التشريعية والتنفيذية ما يرد في الصحافة،

ويجري التَّوجيه لإيجاد حلٍّ للقضايا المطروحة فيها. في الوقت الذي قد يتشكَّك الأقلُّ خبرة في هذه النَّتيجة. وعند الحديث عن "الأقلُّ خبرة" حالياً، فغالباً ما يعني الحديث عن الأقلُّ تجربة والأصغر عمراً، وهؤلاء الذين نشأوا مع ظهور الإنترنت والانحسار التدريجي للصحف المطبوعة.

(3) الفرض الثالث: لا توجد علاقة ارتباطية دالة إحصائية بين المستوى التعليمي للمبحوثين واتجاههم نحو الصحافة البحرينية اليومية المطبوعة مستقبلاً.

تم التَّحقُّق من صحَّة الفرض من خلال معامل ارتباط بيرسون، كما هو موضَّح في الجدول التَّالي:

جدول (43)

دلالة العلاقة الارتباطية بين المستوى التعليمي للمبحوثين واتجاههم نحو الصحافة البحرينية اليومية المطبوعة مستقبلاً

مستوى الدلالة	ن	قيمة معامل الارتباط
0.05	100	-0.20(*)

* الارتباط دالّ إحصائياً عند $(\alpha = 0.05)$.

** الارتباط دالّ إحصائياً عند $(\alpha = 0.01)$.

يتبيَّن من الجدول السابق وجود علاقة ارتباطية سالبة ذات دلالة إحصائية (0.05) بين المستوى التعليمي للمبحوثين واتجاههم نحو الصحافة البحرينية اليومية المطبوعة مستقبلاً، فكُلَّما زاد المستوى التعليمي للمبحوثين زاد اتجاههم السلبي نحو الصحافة البحرينية اليومية المطبوعة مستقبلاً.

وتشير النَّتيجة هنا إلى ما للمستوى التعليمي من أثر على الفرد من القدرة على القراءة الأكثر شمولية للواقع، والقدرة على التنبُّؤ بالسيناريوهات المحتملة في الكثير من القضايا، ومنها مستقبل الصحافة البحرينية اليومية المطبوعة في البحرين. وليس شرطاً أن يكون الأرفع مستوى تعليمياً هو الأعلى منصباً في المؤسسات الصحافية، سواء في البحرين أو خارجها، وبالتالي ليس شرطاً أن يكون أكثر اطلاعاً على مجريات الأمور، وعلى كشوف المبيعات والاشتراكات وغيرها، إذ أنَّ العمل الصحافي لا يحفل بالشهادات بقدر ما يعترف

بالمواهب، ولكن للنتائج دلالة واضحة على وقوف العاملين في المجال الصحفي من ذوي المستوى التعليمي الأعلى من سواهم، موقفاً سلبياً من مستقبل الصحافة اليومية المطبوعة في البحرين.

(4) الفرض الرابع: توجد علاقة ارتباطية دالة إحصائية بين سنوات خبرة المبحوثين واتجاههم نحو الصحافة البحرينية اليومية المطبوعة مستقبلاً.

تم التحقق من صحة الفرض من خلال معامل ارتباط بيرسون، كما هو موضح في الجدول التالي:

جدول (44)

دلالة العلاقة الارتباطية بين سنوات خبرة المبحوثين واتجاههم نحو الصحافة البحرينية اليومية المطبوعة مستقبلاً

قيمة معامل الارتباط	ن	مستوى الدلالة
-0.11	100	0.30

* الارتباط دال إحصائياً عند $(\alpha = 0.05)$.

** الارتباط دال إحصائياً عند $(\alpha = 0.01)$.

يتبين من الجدول السابق عدم وجود علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين سنوات خبرة المبحوثين واتجاههم نحو الصحافة البحرينية اليومية المطبوعة مستقبلاً. وهنا تقف الخبرة العملية موقفاً مغايراً لمستوى التحصيل العلمي، الذي كلما ارتفع ارتبط ذلك بالنظرة السالبة لمستقبل الصحف اليومية المطبوعة، فالخبرة هنا ليست بالأمر الحاسم في تحديد اتجاه الصحفيين والعاملين في الصحافة من كتاب الرأي نحو مستقبل الصحف اليومية المطبوعة في البحرين، ذلك أن ليس شرطاً أن يكون أصحاب الخبرات الطويلة في مجال العمل المهني، هم على معرفة وإطلاع على الجانب الإداري الخاص بالمؤسسة أو المؤسسات الصحافية الأخرى لمعرفة حقيقة الوضع القائم، وما يمكن أن يقود إليه مستقبلاً.

5) الفرض الخامس: توجد علاقة ارتباطية دالة إحصائية بين اعتماد القارئ في البحرين على الصحف المحلية في استقاء معلوماته وضرورة استمرار الصحف اليومية المطبوعة.

تم التَّحَقُّق من صحَّة الفرض من خلال معامل ارتباط بيرسون، كما هو موضَّح في الجدول التالي:

جدول (45)

دلالة العلاقة الارتباطية بين اعتماد القارئ في البحرين على الصحف المحلية في استقاء معلوماته و ضرورة استمرار الصحف اليومية المطبوعة

قيمة معامل الارتباط	ن	مستوى الدلالة
0.27(*)	100	0.05

* الارتباط دالّ إحصائياً عند $(\alpha = 0.05)$.

** الارتباط دالّ إحصائياً عند $(\alpha = 0.01)$.

يتبيّن من الجدول السابق وجود علاقة ارتباطية موجبة ذات دلالة إحصائية (0.05) بين اعتماد القارئ في البحرين على الصحف المحلية في استقاء معلوماته وضرورة استمرار الصحف اليومية المطبوعة، فكلّما زاد اعتماد القارئ في البحرين على الصحف المحلية في استقاء معلوماته؛ زادت ضرورة استمرار الصحف اليومية المطبوعة.

تشير هذه النتيجة إلى الارتباط الكبير بين الصحافيين والعاملين من الصحافة بما ألقوه من شكل صحافيّ يريدون تأخير نهايته قدر الإمكان، وذلك أنهم سبق وأن قالوا أنّ توزيع الصحف في انخفاض، ولكنهم عادوا ليقولون أنه من الضرورة استمرار الصحافة المطبوعة، وهذا أمر طبيعي إذ إنّ الإنسان يعرف الماضي، على العكس من المستقبل الذي يجهله، ويحمل إمكانيات متعادلة بين الجوانب السلبية والإيجابية، فلا يدري الصحافيّون ما يمكن أن يجري لهم في السّنوات التالية إذا ما تحوّل شكل الإنتاج الصحافي من ورقي إلى متعدد الأوجه الإعلامية.

6) الفرض السادس: توجد علاقة ارتباطية دالة إحصائية بين المستوى التعليمي للمبحوثين واتجاههم نحو الإعلام المندمج.

تم التَّحَقُّق من صحَّة الفرض من خلال معامل ارتباط بيرسون، كما هو موضَّح في الجدول التَّالي:

جدول (46)

دلالة العلاقة الارتباطية بين المستوى التعليمي للمبحوثين واتجاههم نحو الإعلام المندمج

قيمة معامل الارتباط	ن	مستوى الدلالة
0.08	100	0.41

* الارتباط دالّ إحصائياً عند $(\alpha = 0.05)$.

** الارتباط دالّ إحصائياً عند $(\alpha = 0.01)$.

يتبيّن من الجدول السابق وجود علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين المستوى التعليمي للمبحوثين واتجاههم نحو للإعلام المندمج.

على الرُّغم مما للتحصيل العلمي من أهمّية في تكوين فكر المرعوتتظيمه، والنضج النوعي لقراراته؛ إلا أنّ ليس له ظهور واضح ودلائل على اختيارات الصحفيين بالذهاب إلى الإعلام المندمج من عدمه، لأنّ هذه الخيارات تقوم بشكل خاصّ على الخبرات المباشرة المتحصّلة من العمل اليومي، ومراقبة الأجواء الخاصة بالعمل الصحفي والتفاعل معه من قبل القراء.

7) الفرض السابع: توجد علاقة ارتباطية دالة إحصائية بين سنوات خبرة المبحوثين واتجاههم نحو الإعلام المندمج.

تم التَّحَقُّق من صحَّة الفرض من خلال معامل ارتباط بيرسون، كما هو موضَّح في الجدول التَّالي:

جدول (47)

دلالة العلاقة الارتباطية بين سنوات خبرة المبحوثين واتجاههم نحو الإعلام المندمج

قيمة معامل الارتباط	ن	مستوى الدلالة
0.13	100	0.18

* الارتباط دالّ إحصائياً عند $(\alpha = 0.05)$.

** الارتباط دالّ إحصائياً عند $(\alpha = 0.01)$.

يتبين من الجدول السابق عدم وجود علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين سنوات الخبرة للمبحوثين واتجاههم نحو الإعلام المندمج.

وهذا يشير إلى أنّ مسألة أخذ القرار في التوجّه إلى الإعلام المندمج من عدمه، لا تتركز على طول الخبرة في العمل الصحفي أو قصرها، ولكن الواقع اليومي للعمل الصحفي، ومراقبة أجوائه الإنتاجية، والتفاعل مع جمهور الصحيفة المطبوعة أساساً، يقود إلى نتيجة البقاء في الصحيفة المطبوعة، والدفاع عن استمراريتها، أو التوجّه إلى الإعلام المندمج.

8) الفرض الثامن: توجد علاقة ارتباطية دالة إحصائية بين المستوى التعليمي للمبحوثين واستعدادهم للتحوّل من الصحافة المطبوعة إلى الصحافة الإلكترونية.

تم التّحقّق من صحّة الفرض من خلال معامل ارتباط بيرسون، كما هو موضّح في الجدول التالي:

جدول (48)

دلالة العلاقة الارتباطية بين المستوى التعليمي للمبحوثين

واستعدادهم للتحوّل من الصحافة المطبوعة إلى الصحافة الإلكترونية

قيمة معامل الارتباط	ن	مستوى الدلالة
0.03	100	0.89

* الارتباط دالّ إحصائياً عند $(\alpha = 0.05)$.

** الارتباط دالّ إحصائياً عند $(\alpha = 0.01)$.

يتبين من الجدول السابق عدم وجود علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين المستوى التعليمي للمبحوثين واستعدادهم للتحوّل من الصحافة المطبوعة إلى الصحافة الإلكترونية. وهذا يعني أنّ الاستعداد للتحوّل من الصحافة المطبوعة إلى الصحافة الإلكترونية، وبكافة أشكالها، يقوم على الرغبة في هذا التحوّل، والمعرفة به، إذ أنّ أعداداً من الصحفيين لديهم مدوّناتهم الخاصة، ومواقعهم، وبعضهم كان يدير منتديات نقاشية، إضافة إلى الحسابات والصفحات على وسائل الإعلام الاجتماعي، بما يعني أنّ الأرضية الأساسية للتحوّل إلى الصحافة الإلكترونية متوفرة، وهي في الأساس مهارة وليست شرطاً أن تكون مرتبطة بالتحصيل العلمي للفرد.

(9) الفرض التاسع: توجد علاقة ارتباطية دالة إحصائية بين سنوات الخبرة للمبحوثين واستعدادهم للتحوّل من الصحافة المطبوعة إلى الصحافة الإلكترونية.

تم النّتحقق من صحّة الفرض من خلال معامل ارتباط بيرسون، كما هو موضّح في الجدول التالي:

جدول (49)

دلالة العلاقة الارتباطية بين سنوات الخبرة للمبحوثين واستعدادهم للتحوّل من الصحافة المطبوعة إلى الإعلام الإلكتروني

قيمة معامل الارتباط	ن	مستوى الدلالة
0.23(*)	100	0.05

* الارتباط دالّ إحصائياً عند $\alpha = 0.05$.

** الارتباط دالّ إحصائياً عند $\alpha = 0.01$.

يتبيّن من الجدول السابق وجود علاقة ارتباطية موجبة ذات دلالة إحصائية (0.05) بين سنوات الخبرة للمبحوثين واستعدادهم للتحوّل من الصحافة المطبوعة إلى الإعلام الإلكتروني، فكلما زادت سنوات الخبرة للمبحوثين؛ زاد استعدادهم للتحوّل من الصحافة المطبوعة إلى الإعلام الإلكتروني.

10) الفرض العاشر: توجد علاقة ارتباطية دالة إحصائية بين استعداد المبحوثين للتحوّل إلى

الوسائل الإعلامية الإلكترونية وموافقتهم على تحوّل المؤسسات الصحافية إلى الإعلام المندمج.

تم التّحقّق من صحّة الفرض من خلال معامل ارتباط بيرسون، كما هو موضّح في الجدول التالي:

جدول (50)

دلالة العلاقة الارتباطية بين استعداد المبحوثين للتحوّل إلى الوسائل الإعلامية الإلكترونية

وموافقتهم على تحوّل المؤسسات الصحافية إلى الإعلام المندمج

قيمة معامل الارتباط	ن	مستوى الدلالة
0.20(*)	100	0.05

* الارتباط دالّ إحصائياً عند $(\alpha = 0.05)$.

** الارتباط دالّ إحصائياً عند $(\alpha = 0.01)$.

يتبيّن من الجدول السّابِق وجود علاقة ارتباطية موجبة ذات دلالة إحصائية (0.05) بين استعداد المبحوثين للتحوّل إلى الوسائل الإعلامية الإلكترونية وموافقتهم على تحوّل المؤسسات الصحافية إلى الإعلام المندمج، فكلّما زاد استعداد المبحوثين للتحوّل إلى الوسائل الإعلامية الإلكترونية، زادت موافقتهم على تحوّل المؤسسات الصحافية إلى الإعلام المندمج.

فالإعلام المندمج توجّه يتنامى في الدول الغربية، ولكنه لا يزال حديثاً، وغير معروف في كثير من المؤسسات الصحافية العربية، بحسب تتبع الباحث والتواصل مع الصحافيين البحرينيين والعرب، ولكن هناك أشكالاً وتوجّهات - وإن كانت غير ممنهجة - لدمج أنواع من الإعلام في مؤسسة واحدة. وهذا التحوّل يسانده في الأساس الجيل الشاب الذي يرى أنّ القارئ ما عاد يحفل كثيراً بالصحف المطبوعة، وأنّ اتجاهه الأساس ينصبّ على الإعلام الإلكتروني، والصحافيون الشباب، وحتى عدد من المخضرمين من الصحافيين، يرون أنّ هذا هو المخرج الوحيد للمؤسسات الصحافية حتى لا تغلق أبوابها.

النتائج العامة للدراسة

قام الباحث بتحليل نتائج الاستبيان وتلخيصها، وذلك للإحاطة بما انتهت إلى الدراسة في شقيها المسحي، والمقابلات غير المقننة، تبين لدى الباحث عدداً من التناقضات بين نتائج الاستبانة وما خرج به من المقابلات شبه المقننة مع متّخذي القرار في الصحف اليومية البحرينية، ويرى الباحث أن هذا التناقض طبيعي إذ إنّ آراء عينة البحث، وهي من الصحفيين، تصدر عن ملاحظات وتوقعات، مع الأخذ بالجانب العاطفي لانتمائهم لمهنة الصحافة في تأثير ذلك على إجاباتهم، بينما يتعامل المسؤولون في المؤسسات الصحافية وصناع القرار فيها مع الحقائق الناتجة عن الدراسات والأرقام والمعطيات، فيرسمون مسار المؤسسة بما يحفظ مصالح المساهمين.

ويرى الباحث، أنه من المهم في هذه الدراسة التعرف على آراء الطرفين من العملية الصحافية في مستقبل الصحافة المطبوعة في مملكة البحرين، وما الذي يمكن أن يؤول إليه الحال فيما إذا استمرّ حجم المطبوعات والمبيعات والإعلانات في الانخفاض، بفعل عوامل متعددة، يقف الإعلام الإلكتروني في مقدمتها. وجاءت نتائج الدراسة على النحو التالي:

- أظهرت الدراسة أنّ نسبة اعتماد القارئ في البحرين على الصحف اليومية المحلية المطبوعة في استقاء معلوماته بلغت (91%).
- بينت الدراسة أنّ الأخبار المحلية تأتي في المرتبة الأولى بنسبة (99%) كأكثر المواد الصحافية التي تلقى الإقبال الأكبر من قبل القراء، وجاءت في المرتبة الثانية أخبار الرياضة بنسبة (92%)، وفي المرتبة الثالثة صفحة "الرأي" بنسبة (80%).
- أكدت الدراسة أنّ مستوى موثوقية ما يرد في الصحافة اليومية المطبوعة في البحرين لدى الجمهور المحليّ قياساً بالإذاعة والتلفزيون والإعلام الاجتماعي، تبلغ (93%).

- أظهرت الدّراسة أنّ أكثر الوسائل التي يتفاعل فيها القراء مع المواضيع المطروحة في الصّحيفة هي وسائل التواصل الاجتماعي بأهمية نسبية (91.4%)، يليها موقع الصّحيفة الرّقمي بأهمية نسبية (75.9%)، ثمّ البريد الإلكتروني بأهمية نسبية (66.0%).
- أوضحت الدّراسة أنّ وسائل التواصل الاجتماعي الأكثر استخداماً من قبل الجمهور في البحرين للتفاعل مع الصحف هو "تويتر" بنسبة (90%)، تلاه "انستغرام" بنسبة (89%)، وفيسبوك بنسبة (31%)، وتقارب النسبة بين "تويتر" و"انستغرام" بوصفهما أكثر تطبيقات الإعلام الاجتماعي رواجاً في البحرين في السنوات الأخيرة نظراً للتفاعل بين المتحاورين.
- أشارت الدّراسة إلى إنّ أهمّ العوامل المساعدة على استمرار الصّحافة البحرينية اليومية المطبوعة حتى الآن هو عامل "الإعلانات التجارية" بأهمية نسبية (92.7%).
- توصّلت الدّراسة إلى أنّ الوسائل الأكثر منافسة للصحف البحرينية اليومية المطبوعة حالياً هو الإعلام الاجتماعي بنسبة (94%)، تلتها المواقع الرّقمية للصحف نفسها بنسبة (77%)، وبعدها المواقع الإخبارية على الإنترنت بنسبة (72%).
- وجدت الدّراسة أنّ الدّخل من الإعلان الإلكتروني أقل بكثير، حالياً، من دخل الإعلان الورقي، ولا يمكنه أن يسير المؤسسات الصحافية بهيكلها الحاليّة.
- أشارت الدّراسة إلى إنّ الإنفاق الإعلاني على الصحف البحرينية اليومية المطبوعة، يقلّ بشكل متسارع، وصار يذهب إلى الإعلام الاجتماعيّ والإعلام الإلكتروني في جانب كبير منه، مع صعوبة قياس الإنفاق على هذه المنصّات إعلانياً لعدم وجود قوائم أسعار يُبنى عليها.
- أظهرت الدّراسة أنّ أهمّ أسباب عدم ظهور صحف جديدة في البحرين منذ العام 2008 هي الأوضاع الاقتصادية غير المواتية محليّاً وعالمياً، بنسبة (94.1%)، وظهور وسائل منافسة تغني عن الصّحيفة المطبوعة وضعف سوق الإعلانات، في المرتبة الثانية بنسبة (90.8%).
- أكدت النتائج أنّ ما نسبته (81%) من عيّنة الدّراسة موافقون على أنّ وسائل إعلام أخرى بدأت تزاحم الصّحافة المطبوعة. وأهمّ أسباب ذلك: سهولة تداول الوسائل الأخرى بنسبة (80%)، وأتى

بعدها انخفاض كلفة شبكات التّواصل الاجتماعي بنسبة (75%)، ثم تغيّر أولويات الجمهور في متابعة وسائل الإعلام بنسبة (64%).

- أشارت الدّراسة إلى أنّ مسؤولي الصحف اليومية المطبوعة في البحرين يرون أن عمر الصحافة المطبوعة محلياً قد يمتد من خمس إلى عشرين سنة أخرى، ولكن ليس أكثر من ذلك.
- أكّدت ما نسبته (70%) من عيّنة الدّراسة ضرورة استمرار صدور الصّحف المطبوعة، في حين أن مسؤولي الصحف لا يشددون على ضرورة استمرار صدور الصحف المطبوعة إذا ما وُجدت الصيغة الملائمة التي تجعل الصحافة تستمر وإن بدون الطباعة.
- بيّنت الدّراسة أنشبكات التّواصل الاجتماعي ستكون أكثر وسيلة من المتوقّع أن يتوجّه إليها القارئ في البحرين مستقبلاً لتلقّي الأخبار والآراء بنسبة (91%)، ومن بعدها المواقع الرّقمية للصّحف بنسبة (89%).
- ذهبت الدّراسة إلى أنّ الخيارات المستقبلية أمام المؤسسات الصحافية البحرينية القائمة حالياً تتمثّل في الدّرجة الأولى بالتحوّل إلى "الإعلام المندمج" بنسبة (64%).
- أوضحت الدّراسة أنّ غالبية عيّنة الدّراسة، وبنسبة وصلت إلى (90%)، يؤيّدون تحوّل المؤسسات الصحافية إلى "الإعلام المندمج" لتقدّم جميع الفنون الإعلامية من جميع القنوات المتاحة، وأن غالبية العاملين في الصحف اليومية على استعداد لترك الكتابة للصحافة المطبوعة والتحوّل إلى وسائل إعلامية أخرى إذا ما تحوّلت الصحيفة إلى الاعتماد على الوسائل الرّقمية أو المرئية.
- أكّدت الدّراسة اتّجاه معظم الصّحف إلى "الصّحافي الشّامل" الذي يمكنه القيام بأكثر من وظيفة لسدّ نقص الصّحافيين الذين يجري الاستغناء عن خدماتهم.
- تأكّدت الدّراسة أن أكثر من مؤسسة صحافية في البحرين تقوم بتجهيز طواقمها التّحريرية والفنّية والثّقافية، للانتقال تدريجياً إلى المزيد من الاعتماد على الإعلام غير المطبوع، وتلمّس إمكانيات صالة التحرير المترابطة القائمة على "الإعلام المندمج".

– أظهرت الدّراسة اعتماد إدارات الصُّحف على برامج إدارة المحتوى الحديثة، والتي تقوم بأعمال تتجاوز الأشكال التّقليديّة للصحافة المطبوعة، لتتعدّها إلى التّدقيق وإعادة الصياغة، والإرسال إلى منصّات مختلفة.

– توصّلت الدّراسة إلى أنّ الرّاعبين في استمرار الصحف البحرينية اليومية مطبوعة لنشر الإعلانات التجارية والأخبار الرسمية، هم الجيل الأكبر سناً من متخذي القرارات في جوانبها السّياسيّة والاقتصاديّة، بينما الأجيال العُمريّة المتوسّطة والشّابة والصّغيرة، ما عادت تنتظر صدور الصّحيفة المطبوعة للحصول منها على المواد الإعلامية أو الإعلان.

توصيات الدراسة

بعد استعراض النتائج التي توصّلت إليها الدراسة من خلال نتائج الاستبيان والمقابلات غير المقننة التي أجراها الباحث مع متخذي القرار في المؤسسات الصحافية، والمؤسسات الإعلامية، وخبراء التسويق الإلكتروني، والإعلام الاجتماعي؛ توصي الدراسة بما يلي:

1. أن تمعن المؤسسات الصحافية النظر إلى معطيات الواقع لترتب الأوضاع المستقبلية على أساسها، حتى ولو كان هذا الترتيب يعني التغيير الجزئي أو الجذري، لما جرى التعارف عليه من طريقة في العمل الصحافي، لأن المتغيرات أسرع من التمهّل في اتخاذ الإجراءات الاحترازية كي لا تخرج من السوق التنافسية.
2. أن تتحوّل "المؤسسات الصحافية" إلى "مؤسسات إعلامية" تقدّم جميع الفنون الإعلامية: المطبوع منها، والمسموع والمرئي، مع إعطاء الإعلام الاجتماعي حقه في طريقة الطرح والتناول.
3. إعادة هيكلة المؤسسات الصحافية بإلغاء عدد من الوظائف التقليدية في الصحافة، واجتذاب العناصر المتعددة القدرات والأعمال، والتي تتعامل بقدرات عالية مع الوسائط الإعلامية المختلفة، وذلك من أجل تقليل الإنفاق في ظل تراجع الدخل الإعلاني.
4. أن تستثمر المؤسسات الصحافية في إعداد بنائها التحتية لكي تكون قابلة لضمّ جميع أشكال الوسائل الإعلامية تحت سقف واحد، وفي صالة تحرير واحدة، مستفيدة من التطور التكنولوجي.
5. إعادة تأهيل الصحافيين والعاملين في المهن القريبة من الصحافة في المؤسسات الصحافية البحرينية، وإعدادهم للتحوّل إلى الأشكال الجديدة من الإعلام، خصوصاً مع الاستعداد المبدئي من قبل الصحافيين لإجراء هذا التغيير بحسب ما بيّنته الدراسة.
6. أن تحرص المؤسسات الصحافية على الاختيار الواعي للصحافيين، سواء المواطنين أم غير المواطنين للارتقاء بالعمل الصحافي مستقبلاً في ظل المنافسة الكبيرة التي تواجهها الصحافة بشكل عام.

7. أن تجتمع المؤسسات الصحافية في مملكة البحرين على كافة المستويات وبشكل دوري، بإقامة ندوات وورش عمل مستمرة، لتدارس واقع الحال والآفاق التي تسير إليها الصحافة المطبوعة في السوق المحلية الصغيرة والمحدودة، للخروج بحلول من أجل استمرار صناعة الصحافة قائمة في مملكة البحرين سواء كان باستمرار الطباعة أم من دونها.
8. إعطاء الأخبار والمواد المحلية، والرياضية، وصفحات الرأي والمنوعات، الأولوية في الإنتاج الصحافي كونها المادة الأكثر تداولاً وتفضيلاً لدى القارئ في البحرين.
9. فتح المزيد من قنوات التفاعل بين الصحافة والجمهور، والتفاعل مع ما يطرحه الجمهور من آراء.
10. دراسة أوجه جديدة لاستثمار تعامل الجمهور مع الإعلام الاجتماعي، كونه الوسيلة التي يتم بها التفاعل مع الصحيفة، والتي يتلقى عدد كبير من القراء مواد الصحافة عن طريقها.
11. اعتماد المؤسسات الصحافية على أصحاب الخبرة من الصحافيين الذي يقبلون التغيير، لقدرتهم على التكيف من التحوّلات التي يمكن أن تتخذها الصحيفة.
12. الإبقاء على الجزء المطبوع من العمل الإعلامي طالما هناك طلب عليه، مع الاهتمام بتكامل المشهد الإعلامي الذي تقدّمه المؤسسة الإعلامية بشروط مختلفة عن الشروط الحالية التي تكتفي بنقل ما في الصحيفة الورقية إلى المنصّات الإعلامية الأخرى شكلاً ومضموناً.
13. استثمار ثقة الجمهور في الصّحافة المطبوعة لإنتاج أشكال إعلامية مختلفة تصدر عن المؤسسات الإعلامية نفسها والتي أساس عملها قائم على الصحافة المكتوبة، بما يرسّخ مبادئ العمل الصحافي بشتى أشكاله.
14. أن تتعرّف المؤسسات الصحافية الحالية أكثر على الإمكانيات التي يتيحها "الإعلام المندمج" في تحوّلها من مجرد صحيفة ورقية، إلى مؤسسة إعلامية متعددة المنصّات.
15. أن يعاد النظر بشكل جذري في قانون الصّحافة والطباعة والنشر رقم (47) لسنة 2002، ليواكب المتغيّرات الحالية والمستقبلية الحادثة في القطاع الإعلامي ضماناً لاستمرار العمل الإعلامي وتصاعده، وتقليلاً من تحفظاته إزاء القنوات الإذاعية والتلفزيونية والإعلام الإلكتروني في مملكة البحرين.

16. أن تهتم أقسام الإعلام في الجامعات في البحرين بتأسيس خريجين أكثر شمولية في معارفهم الإعلامية وممارستهم ومهاراتهم، ليكونوا أكثر قابلية للعمل في المؤسسات الإعلامية القائمة حالياً وتلك المستقبلية التي تبحث عن "الصحافي الشامل"، والتي تتحول هي بدورها تدريجياً إلى الشمولية في الإنتاج الإعلامي.
17. بناء استراتيجيات إعلانية وتسويقية للمنتجات الجديدة الإعلامية المتكاملة والمترابطة الصادرة عن المؤسسات الإعلامية المستقبلية.
18. توصي الدراسة باستمرار دراسة أوضاع المجلات الأسبوعية والشهرية والفصلية التي تصدر عن المؤسسات الإعلامية أو الرسمية في مملكة البحرين، لمعرفة مستقبلها في ظل منافسة الإعلام الإلكتروني.
19. أن تعاد الدراسة نفسها بعد خمس سنوات (2023)، لمعرفة مستقبل الصحافة المطبوعة في مملكة البحرين في ظل منافسة الإعلام الإلكتروني في تلك الفترة.
20. إجراء دراسات تواصل استشراف المستقبل في شأن التحولات الإعلامية في مملكة البحرين مع التركيز على توجهات المسؤولين في القطاعات المختلفة.

المصادر والمراجع

أولاً: المصادر والمراجع العربية

1- المصادر

- أبو ذر حسين، مدير تحرير صحيفة "الوطن"، مقابلة أجريت في مكتبه بتاريخ 10 أغسطس 2017.
- أحمد مهدي، مدير المطبعة في صحيفة "الوسط"، مقابلة أجريت هاتفياً بتاريخ 1 يناير 2018.
- أنور عبدالرحمن، مقابلة مع رئيس مجلس الإدارة ورئيس تحرير "أخبار الخليج"، مقابلة أجريت في مكتبه بتاريخ 22 أغسطس 2017.
- إيلي معلوف، مدير الناشر أد لاين، (شركة صحيفة "الأيام")، مقابلة أجريت في مكتبه بتاريخ 9 أكتوبر 2017.
- أيمن همّام، مدير تحرير صحيفة "البلاد"، مقابلة أجريت في مكتبه بتاريخ 16 أغسطس 2017.
- جاسم منصور، مدير تحرير صحيفة "الأيام"، مقابلة أجريت في مكتبه بتاريخ 21 أغسطس 2017.
- خميس المقلة، رئيس مجموعة ماركوم الخليج، مقابلة أجريت في مكتبه بتاريخ 9 أغسطس 2017.
- سيد إبراهيم حميد، مدير العمليات والتطوير في صحيفة "الوسط"، مقابلة أجريت في مجمع سار التجاري بتاريخ 7 أغسطس 2017.
- شيروتي سنغ، رئيسة وحدة الأعمال في شركة ماركوم الخليج، مقابلة أجريت في مكتبها بتاريخ 9 أغسطس 2017.
- عادل المسقطي، رئيس مجلس إدارة دار "الوسط" للنشر والتوزيع، مقابلة أجريت في مجمع الحياة التجاري، بتاريخ 17 أغسطس 2017.

- عبداللطيف عبدالخالق، مدير الإنتاج في صحيفة "الأيام"، مقابلة أجريت في مكتبه بتاريخ 09 أغسطس 2017.
- عبدالمجيد علي، المدير العام بالوكالة في دار أخبار الخليج للصحافة والنشر، مقابلة أجريت في مكتبه بتاريخ 28 أكتوبر 2017.
- عبدالمنعم إبراهيم، مدير تحرير صحيفة "أخبار الخليج"، مقابلة أجريت في مكتبه بتاريخ 28 أكتوبر 2017.
- عدنان بومطيع، أستاذ الصحافة المساعد في كلية الآداب بجامعة البحرين، مقابلة أجريت في مكتبه بتاريخ 08 نوفمبر 2017.
- عقيل الحايكي، مدير التوزيع والاشتراكات في صحيفة "الوطن"، مقابلة هاتفية أجريت بتاريخ 15 أغسطس 2017.
- علي سبكار، الرئيس الشريك للنادي العالمي للإعلام الاجتماعي، مقابلة أجريت في مكتبه بتاريخ 20 نوفمبر 2017.
- عيسى الشايجي، رئيس تحرير صحيفة "الأيام"، مقابلة أجريت في مكتبه بتاريخ 21 أغسطس 2017.
- غسان المومني، مدير التوزيع والاشتراكات في صحيفة "الأيام"، مقابلة أجريت في مكتبه بتاريخ 4 أكتوبر 2017.
- مؤنس المردى، رئيس تحرير صحيفة "البلاد"، مقابلة أجريت في مجمع العالي التجاري، بتاريخ 6 أكتوبر 2017.
- معاذ بوصيب، مدير المبيعات في "الوطن"، مقابلة أجريت في مكتبه بتاريخ 10 أغسطس 2017.
- منصور سرحان، مدير المكتبة الوطنية، مقابلة أجريت في مكتبه بتاريخ 20 أغسطس 2017.
- وليد صبري، رئيس قسم الشؤون العربية والدولية وقسم الرأي، صحيفة "الوطن"، مقابلة أجريت في مكتبه بتاريخ 10 أغسطس 2017.

- يوسف البنخليل، رئيس تحرير صحيفة "الوطن"، مقابلة أجريت في مكتبه بتاريخ 10 أغسطس 2017.

2- الرسائل العلمية والدراسات

- بوثلجي، إلهام. (2010/2011)، الصحافة الإلكترونية الجزائرية واتجاهات القراء: دراسة مسحية لجمهور جريدة الشروق أونلاين، رسالة ماجستير غير منشورة، قسم علوم الإعلام والاتصال، كلية العلوم السياسية والإعلام، جامعة الجزائر.

- الحمّادي، أمل أحمد عبدالمالك (2014). دوافع تعرّض الجمهور القطري للصحافة الإلكترونيّة والإشباعات المتحقّقة منها - دراسة ميدانية، رسالة ماجستير غير منشورة، الجامعة الأهلية، مملكة البحرين.

- حمدي، الفاتح محمد. (2015). واقع الصحافة الرقمية وأثرها على مستقبل الصحافة الورقية، مجلة دراسات، جامعة الأغواط، الجزائر، (35).

- حلاوة، تالا. (2015)، صحافة المواطن وتأثيرها على مصادر وسائل الإعلام المحلية، رام الله: جامعة بيرزيت.

- الدوسري، الصفاء بنت سعيد بن سعد، (2014)، فاعلية استخدام بعض تطبيقات الجيل الثاني للويب (Web 0.2) في التحصيل المعرفي بمقرر الحاسب الآلي والاتجاه نحوها لدى طالبات البرنامج المشترك بالتعليم الثانوي نظام المقررات بمدينة مكة المكرمة، رسالة ماجستير غير منشورة، كلية التربية، جامعة أم القرى

- رشيد، ميساء يوسف محمد (2009)، استخدامات الشباب الجامعي للصحافة الإلكترونية والإشباعات المتحققة: دراسة تطبيقية مقارنة على الجامعة الأهلية وجامعة البحرين، رسالة ماجستير غير منشورة، الجامعة الأهلية، مملكة البحرين.

- الرعود. عبدالله ممدوح مبارك (2012) دور شبكات التواصل الاجتماعي في التغيير السياسي في تونس ومصر من وجهة نظر الصحفيين الأردنيين. رسالة ماجستير غير منشورة. جامعة الشرق الأوسط.

- زيادة، جلال الدين الشيخ (2015). العلاقة بين الإعلام التقليدي وشبكات التواصل الاجتماعي: الخصوصية والمهنية - دراسة مقارنة، مؤتمر وسائل التواصل الاجتماعي: التطبيقات والإشكاليات المنهجية، جامعة الإمام محمد بن سعود الإسلامية.
- سيد، محمد سيد محمد. (2012). تأثير الصحافة الإلكترونية على مستقبل الصحف الورقية، المؤتمر الأول لمستقبل الإعلام في مصر.
- عبدالباري، وائل إسماعيل حسن (2005). مصداقية المواقع الإخبارية على الإنترنت وعلاقتها بمستقبل الصحافة المطبوعة كما يراها الجمهور المصري، المؤتمر العلمي السنوي الحادي عشر: مستقبل وسائل الإعلام العربية، جامعة القاهرة، مصر.
- عبدالله، ياسر أحمد مختار (2009). الشبكة الإلكترونية وتأثيرها على تطور الصحافة السودانية، رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة الخرطوم، السودان.
- علي، أميمة حسين أحمد (2006). الصحافة الإلكترونية وفقاً لعناصر الإنتاج الصحفي - دراسة تطبيقية على عينة من الصحف العربية، رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة أم درمان الإسلامية، السودان.
- علي، خالد صلاح الدين حسن. (2009)، دور الإعلام التقليدي والجديد في تشكيل معارف الرأي العام واتجاهاته نحو القضية الديمقراطية في مصر في إطار تحليل الخطاب الإعلامي ونظرية الاعتماد، المؤتمر الدولي العلمي الخامس عشر لكلية الإعلام - الإعلام وقضايا الإصلاح في الدول العربية: الواقع والتحديات، جامعة القاهرة.
- العوضي، منال محمد (2017)، أثر شبكات التواصل الاجتماعي في تعامل الشباب مع وسائل الإعلام التقليدية في مملكة البحرين - دراسة ميدانية، رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة البحرين، مملكة البحرين.
- الغامدي، قينان عبدالله. (2012)، التوافق والتنافر بين الإعلام التقليدي والإعلام الإلكتروني، ورقة بحثية مقدمة إلى ندوة "الإعلام والأمن الإلكتروني"، جامعة الأمير نايف العربية للعلوم الأمنية، المملكة العربية السعودية.

- محمد، لطيفة جمال ملاً (2013)، أوجه الشبه والاختلاف بين الصحافة الورقية والإلكترونية الكويتية
- دراسة تحليلية لصحيفتي "الرأي" و"الآن" على شبكة الإنترنت، رسالة ماجستير غير منشورة، الجامعة الأهلية، مملكة البحرين.
- النجار، سامي سعيد (2005). رؤية الخبراء للعوامل المؤثرة على مستقبل قارئ الصحف المطبوعة في مصر، المؤتمر العلمي السنوي الحادي عشر: مستقبل وسائل الإعلام العربية، جامعة القاهرة، مصر.

3- الكتب:

- إبراهيم. مروان عبدالمجيد (2011). أسس البحث العلمي لإعداد الرسائل الجامعية. عمان: مؤسسة الوراق للنشر والتوزيع.
- ابن منظور، (1990)، لسان العرب، ج 9، بيروت: دار صادر.
- أبوزينة. فريد كامل، وآخرون (2007). مناهج البحث العلمي - طرق البحث العلمي. عمان: دار المسيرة للنشر والتوزيع الطباعة.
- أمين، رضا عبدالواجد. (2007)، الصحافة الإلكترونية، القاهرة: دار الفجر للنشر والتوزيع.
- بصفر، حسّان بن عمر، القدّاح، حامد بن محمد. (2014)، الإعلام الرقمي الجديد: أدواته وأشكاله واستراتيجياته، الرياض: خوارزم العلمية: ناشرون ومكتبات.
- الشايجي، هلال (1989)، الصحافة في الكويت والبحرين منذ نشأتها حتى عهد الاستقلال، البحرين: مطبوعات بانوراما الخليج.
- العاصي، ثناء يوسف، (2006)، نحو علم لدراسة المستقبل: المبررات، الإمكانية، والحدود، القاهرة، دار الفكر العربي.
- حافظ، عبدالرحمن (2005). الفضائيات العربية ومتغيرات العصر: أعمال المؤتمر العلمي الأول للأكاديمية الدولية لعلوم الإعلام. كلمة افتتاحية. القاهرة: الدار المصرية اللبنانية.

- حافظ، عماد حسين. (2015)، التفكير المستقبلي: المفهوم - المهارات - الاستراتيجيات، القاهرة: دار العلوم للنشر والتوزيع.
- الدليمي، عبدالرزاق محمد. (2011)، قضايا إعلامية معاصرة، عمان: دار المسيرة للنشر والتوزيع والطباعة.
- الرميحي، محمد (2006)، عبدالله الزائد رائداً للصحافة والمقال الصحفي، في كتاب: البسام، خالد، عبدالله الزائد: الشموع تضيء، البحرين: وزارة الإعلام.
- الرئيس، رياض نجيب (1973). صراع الواحات والنفط: هموم الخليج العربي بين 1968 و1971. بيروت: دار النهار.
- الرئيس، رياض نجيب (1987). وثائق الخليج العربي 1968 - 1971: طموحات الوحدة وهموم الاستقلال. بيروت: دار رياض الرئيس.
- سرحان، منصور، (2006)، الصحافة في البحرين: رصد الصحف المتوقفة والجارية (1939-2005)، البحرين: وزارة الإعلام.
- عامر، طارق (2008) أساليب الدراسات المستقبلية، عمان، دار اليازوري العلمية للنشر والتوزيع.
- عبدالحميد، محمد (2004). البحث العلمي في الدراسات الإعلامية، القاهرة: عالم الكتب.
- عبدالله، محمد أحمد، زين العابدين، بشير، (2009)، تاريخ البحرين الحديث (1500-2002)، البحرين، جامعة البحرين.
- الفيصل، عبدالأمير. (2014)، مدخل في صحافة الإنترنت، العين: دار الكتاب الجامعي.
- كاتب، سعود صالح. (2002)، هل الصحافة المطبوعة في طريقها للانقراض؟، جدة: شركة المدينة المنورة للطباعة والنشر.
- ماكفيل، توماس إل. (2012)، الإعلام الدولي: النظريات، الاتجاهات، والملكية، العين: دار الكتاب الجامعي.

- مزاهرة، منال هلال (2014)، **مناهج البحث الإعلامي**، عمان: دار المسيرة للنشر والتوزيع الطباعة.
- مكاي، حسن عماد (2006). **أخلاقيات العمل الإعلامي: دراسة مقارنة**، القاهرة: الدار المصرية اللبنانية، القاهرة.

4- الدّوريات:

- تحسين، منصور، رحباني، عبير شفيق جورج (2013). **استخدامات الصحافة الرقمية وانعكاساتها على الصحافة الورقية اليومية في الأردن، المجلة الأردنية في العلوم الاجتماعية، الجامعة الأردنية، الأردن (2).**
- الدلو، جواد راغب. (2002)، **الصحافة الإلكترونية واحتمالات تأثيرها على الصحف المطبوعة: دراسة ميدانية، مجلة كلية اللغة العربية بجامعة الأزهر، القاهرة، العدد 20.**
- عبّود، آمال عبداللطيف (2012). **استخدامات طلبة الجامعات العراقية للصحافة الرقمية وتأثيرها على الصحافة الورقية: كلية الإعلام جامعة بغداد أنموذجاً، مجلة جامعة بابل - العلوم الإنسانية، جامعة بابل، العراق (3).**
- العلاونة، حاتم، نجادات، علي. (2009)، **مقروئية الصحف الإلكترونية لدى أعضاء الهيئة التدريسية بجامعة اليرموك: دراسة مسحية، مجلة أبحاث اليرموك، سلسلة العلوم الإنسانية والاجتماعية، المجلد 25، العدد (4).**
- العنانزة، عزّام، حجاب، عزت، درويش، عبدالرحيم. (2009)، **أنماط ودوافع تعرّض طلبة كلية الإعلام بجامعة اليرموك للصحف اليومية الأردنية المطبوعة الصادرة باللغة العربية مقارنة بمواقعها على الإنترنت، مجلة أبحاث اليرموك، سلسلة العلوم الإنسانية والاجتماعية، المجلد 25، العدد (4).**
- كسّاس، صافية. (2011)، **مستقبل الصحافة التقليدية في ظلّ الصحافة الإلكترونية، مجلة الممارسات اللغوية، العدد (4).**
- الكوّاري، علي خليفة. (2010)، **الطّفرة النفطية الثالثة وانعكاسات الأزمة المالية العالمية: حالة أقطار مجلس التعاون لدول الخليج العربية، مجلة المستقبل العربي، العدد 371.**

- محمد، خميس (2012). تأثير الطفرة النفطية الثالثة في السياسات النفطية لدول مجموعة الأوبك، مجلة دفاتر السياسة والقانون، العدد 6.

- نجادات، علي. (2009)، مستقبل الصحف الورقية الأردنية في مواجهة الصحف الإلكترونية في ظل ثورة المعلومات والمعرفة: دراسة مسحية، المجلة الأردنية في العلوم الاجتماعية، مجلد 2، العدد (2).

5- المقالات:

- بن عمّار، ميلود. (2017)، صحافة دول المغرب العربي.. نهايات مأساوية.. وأفق مسدود، مجلة "الفيصل"، العددان 489-490، يوليو/أغسطس.

- الحيزان، محمد. (2017)، لتبقى المهنة.. تخلصوا من عقلية الورق، مجلة "الفيصل"، العددان 489-490، يوليو/أغسطس.

- الدغفق، هدى، السبحاني، فواز. (2017)، الصحافة السعودية: الحاجة إلى عقلية استثمارية مختلفة وتعزيز مواقعها الإلكترونية، مجلة "الفيصل"، العددان 489-490، يوليو/أغسطس.

- الشاذلي، فتوح، أزمة الصحافة الورقية، صحيفة "الوفد" المصرية، 15 فبراير 2016.

- الشهابي، غسان (2014). المسافة بين البحرين وإيران: استنشاق التوتر. مركز الجزيرة للدراسات.

- العمير، عثمان. (2017)، الصحافة الورقية صناعة انتهت، مجلة "الفيصل"، العددان 489-490، يوليو، أغسطس.

- فرزات، عدنان. (2017)، الصحافة الخليجية تتحسّر على أموال الإعلانات.. وتفتش عن بدائل، مجلة "الفيصل"، العددان 489-490، يوليو/أغسطس.

- يورك. جيليان (2011). الرقابة على الإنترنت: اتجاه سائد الآن. البنك الدولي.

6- التقارير:

- صحيفة "الوسط" البحرينية، رؤساء تحرير يناقشون انعكاسات الأزمة المالية على الصحافة الخليجية، 29 مايو 2009.
- قمة رواد التواصل الاجتماعي العرب، (2015)، تقرير وسائل التواصل الاجتماعي في العالم العربي، التقرير الأول.
- مركز المعلومات، (2016)، شمس الصحافة الورقية تميل إلى الغروب، صحيفة "القبس" الكويتية.
- كلية دبي للإدارة الحكومية، (2013)، تقرير الإعلام الاجتماعي العربي.
- صحيفة "الخليج" الشارقة، ندوة في البحرين تؤكد تأثير الأزمة المالية في الصحافة الخليجية، 31 مايو 2009.
- هيومان رايتس ووتش، (2006)، الحرية الزائفة: الرقابة على الإنترنت في الشرق الأوسط وشمال إفريقيا.

ثانياً: المراجع الأجنبية

1- الرسائل العلمية

- 1- Abdulraheem, Mahmud, Adisa, Rasag M., La'aro, Abdulkadir O. (2012). Information Technology Revolution and the Future of Print Media in Nigeria: Usage Across Age Groups, Advances in Management, A Publication of The Department of Business Administration, University of Ilorin, Ilorin, Nigeria Volume 10, Number 1.
- 2- Alejandro, Jennifer. (2010), Journalism in The Age of Social Media, Reuters Institute Fellowship Paper, University of Oxford.
- 3- Bullard Sue, Burzynski. (2013, Aug. 10), Social Media and Journalism: What Works Best and Why is Matters, The National Convention of The Association for Education in Journalism and Mass Communication, Washington, D.C.

- 4– Emma–Okoroafor, Oluchi. (2016), Media Convergence: A Paradigm Shift in Journalism Education in Nigeria, *Review of Journalism and Mass Communication*, June, Vol. 4, No. 1, pp. 19–42.
- 5– Lundén, Kimmo, (2009), The Death of Print? The Challenges and Opportunities facing the Print Media on the Web, Reuters Institute Fellowship Paper, University of Oxford.
- 6– Miller, Charles. (2009), The Future of Journalism, BBC College of Journalism, CoJo Publications: 1.
- 7– Price, Gareth (2015), Opportunities and Challenges for Journalism in the Digital Age: Asian and European Perspectives, The Royal Institute of International Affairs, London: Chatham House.
- 8– Romano, Frank J. (2002), Print Media Distribution in a Digital Age, The research agenda of the Printing Industry Center at RIT.
- 9– Thomas, Cheney. (2013), The development of journalism in the face of social media: A study on social media's impact on a journalist's role, method and relationship to the audience, Master of Communication Thesis/Thesis work in Communication, University of Gothenburg Department of Applied Information Technology Gothenburg, Sweden.
- 10– Tóth, Szabolcs Töhötöm, (2012), Is the successful digital transition of newspapers threatened by free public news?, Reuters Institute Fellowship Paper, University of Oxford.
- 11– van Noort, Elvira Esmeralda. (2007), Newsroom Convergence at the Mail & Guardian: A Qualitative Case Study, Thesis in Master of Arts in Journalism and Media Studies, Rhodes University, South Africa.
- 12– Vij, Rajeev, Soni, Navin Kumar, Makhdumi, Gayas (2009). Future of Print Publications and Marketing Strategy for Desidoc Periodicals, Vision and Roles of The Future *Academic Libraries*, ICAL 2009.

- 13- Upadhyay, Indu Bal Krishna. (2014), Effectiveness of Print and Electronic media Advertisement: A Comparative Study, *International Research Journal of Social Sciences*, Vol. 3(7).
- 14- Usher, Nikki. (2015), Moving The Newsroom: Post-Industrial news Spaces and Places, Tow Center for Digital Journalism, Columbia Journalism School.

2- الكتب

- 1- Ankerson, Megan Sapnar (2009), Historicizing Web Design: Software, Style, and the Look of the Web, in: Convergence Media History, Edited by: Staiger, Janet, Hake, Sabine, New York: Routledge
- 2- Briggs, Mark. (2007), Journalism 2.0: How to Survive and Thrive, Edited by: Schaffer, Jan, J-Lab: The Institute for Interactive Journalism, University of Maryland Philip Merrill College of Journalism, and of the Knight Citizen News Network.
- 3- Dragomir, Marius, Thompson, Mark. (2014), Digital Journalism: Making News, Breaking news, Open Society Foundations
- 4- Latzer, Michael (2013), Media convergence, in: Handbook on The Digital Creative Economy, Edited by: Towse, Ruth, Handke, Christian, UK: Edward Elgar Publishing Ltd
- 5- Nielsen, Rasmus Kleis. (2015), Local Journalism: The Decline of Newspapers and The Rise of Digital Media, London – New York: I.B.Tauris & Co. Ltd.
- 6- Thompson, Shelley, (2013), The Future of Newspapers, in: Journalism: New Challenges, Edited by: Fowler-Watt, Karen, Allan, Stuart, Dorset: Centre for Journalism & Communication Research Bournemouth University.
- 7- Dewey, Taylor, and others. (2012), The Impact of Social Media on Social Unrest in the Arab Spring, Stanford University.

3-الدوريات

- 1- Everett, C. Elizabeth. (2011), Transformation of Newspapers in the Technology Era, *The Elon Journal of Undergraduate Research in Communications • Vol. 2, No. 2, Fall.*
- 2- Franklin,Bob. (2009), The Future of Newspapers; A comparative assessment, BSC (3)-03-09 : Paper 2a ; 5 March.
- 3- Lucena, André Amaral. (2011), The Print Newspaper in the Information Age, An Analysis of Trends and Perspectives, Proceedings of the Media Ecology Association, Volume 12, p 53-74.
- 4- Ndonge, Michael M., Khasandi-Telewa, Vicky. (2013), The Future of Print Journalism: Internet Technology and The 21st Century Newspapers in Kenya, International Journal of Research In Social Sciences, Vol. 3, No.3, p 96-105.
- 5- Obijiofor, Levi, Green, Kerry. (2001), New technologies and future of newspapers, Asia Pacific Media Educator, Issue No. 11, July – December.
- 6- Rajendran, Lavanya, Thesinghraj, Preethi. (2014), The Impact of New Media on Traditional Media, Middle-East Journal of Scientific Research 22 (4), p 209-616.

\

- 1- Budde. (2016), Bahrain – Telecoms, Mobile and Broadband – Statistics and Analyses, www.budde.com.au.
- 2- Cordero, Carlos & others, (April, 2013), The Future of Media :‘Dark Ages’ or ‘Wonderland’?, Cisco Internet Business Solutions Group (IBSG).
- 3- Barthel, Michael.(2017), Despite subscription surges for largest U.S. newspapers, circulation and revenue fall for industry overall, <http://www.pewresearch.org/fact-tank/2017/06/01/circulation-and-revenue-fall-for-newspaper-industry/>.
- 4- Bucher, Hans-Jürgen, Büffel, Steffen, Wollscheid, Jörg. (2005), Digital newspaper as E-Paper: A hybrid medium between print and online newspaper, Ifra Special Report 6.32.
- 5- Mitchell, Amy, Page, Dana. (2015, April, 29) State of the News Media 2015, Pew Research Center, www.pewresearch.org.
- 6- Mulligan, C.E.A., Gurguc, Zeynep,, Mosiri, Sohrab (2007), ICT & the Future of Media, Intergovernmental panel on climate change, Working Group III.
- 7- Papandrea, Franco. (2013), State of The Newspaper Industry in Australia ,The News and Media Research Centre, Faculty of Arts and Design, University of Canberra.
- 8- Pew Research Center’s Project for Excellence in Journalism, (2012).The Search for a New Business Model: An in-depth look at how newspapers are faring trying to build digital revenue.
- 9- Salem, Fadi (2017), Social Media and the Internet of Things, Arab Social Media Report, Mohammed Bin Rashid School of Government.
- 10- Weimer, Harald. (2015, December, 1), Future of Print Media Industry – Roadmap to drupa 2016, Heidelberger.

5-المقالات

- 1- Selzer, J. Ann.(2016, August, 21), Selling Intelligence: A New Business Model for Newspapers, *slidex.tips*, from <https://slidex.tips/download/selling-intelligence-a-new-business-model-for-newspapers-j-ann-selzer-phd-presid>.
- 2- Meyer, Philip, (2004), Saving Journalism: How to nurse the good stuff until it pays, Columbia Journalism Review.

6-المواقع الإلكترونية

<http://www.businessdictionary.com/definition/futurology.html>

https://www.census.gov/newsroom/cspan/1940census/CSPAN_1940slides.pdf

<http://www.cio.gov.bh>

<https://www.census.gov/quickfacts/fact/table/US/PST045216>

<http://dictionary.cambridge.org/dictionary/english/futurology>

<https://en.oxforddictionaries.com/definition/futurology>

<http://www.essahafa.info.tn>

<http://www.internetworldstats.com/stats.htm>

<http://www.journalism.org/fact-sheet/newspapers/>

<http://www.nuwab.bh>

<http://thelawdictionary.org/futurology>

<http://www.wptdatabase.org/world-press-trends-2017-facts-and-figures>

الملاحق

ملحق رقم (1)



جامعة البحرين

كلية الآداب

قسم الإعلام والسياحة والفنون

استبيان عن "مستقبل الصحافة اليومية المطبوعة في مملكة البحرين في ظل منافسة الإعلام الرقمي"

تحية طيبة وبعد،،

يود الباحث أن يتقدم إليكم بالشكر الجزيل، معرباً عن أمله في تعاون الزملاء العاملين في الصحافة اليومية البحرينية في ملء الاستبيان التالي المُعدّ في إطار مشروع بحثي بعنوان "مستقبل الصحافة اليومية المطبوعة في مملكة البحرين في ظل منافسة الإعلام الرقمي" وهو ضمن متطلبات الحصول على درجة الماجستير في الإعلام.

تتطلع الدراسة إلى التعرف على المستقبل الذي تتجه إليه الصحف البحرينية المطبوعة وذلك من قبل العاملين في مهنة الصحافة، عبر التعبئة الصريحة، والصادقة، والموضوعية، والشفافة لهذا الاستبيان، والذي سيجري تعزيزه أيضاً بمقابلات مع قيادات المؤسسات الصحافية في البحرين وملاكها.

يؤكد الباحث أن البيانات المتحصلة من هذا الاستبيان سيتم استخدامها للأغراض العلمية الخاصة بهذه الدراسة فقط، لذا نلتمس منكم توخي الدقة في الإجابة على الأسئلة التالية بغية الوصول الى نتائج علمية سليمة ودقيقة.

وأكرر لكم الشكر الجزيل على وقتكم وحسن تعاونكم..

الباحث

غسان يوسف الشهابي

أولاً البيانات الشخصية:

الاسم (اختياري): _____

الصفة الوظيفية: _____

المؤسسة الصحافية: _____

القسم: _____

سنوات الخبرة في المجال الصحافي: _____

5 - 9 سنوات ☐ 10 - 14 سنة ☐

15 - 19 سنة ☐ 20 سنة وأكثر ☐

النوع: ☐ ذكر ☐ أنثى

المستوى التعليمي: ☐ ثانوية ☐ بكالوريوس ☐ ماجستير ☐ دكتوراه

المؤسسة التي تعمل بها حالياً: _____

ثانياً: واقع الصحافة البحرينية المعاصر:

1) إلى أي مدى تعتقد أن القارئ في البحرين يعتمد على الصحف اليومية المحلية المطبوعة في استقاء معلوماته؟

☐ يعتمد عليها إلى حد كبير. ☐ يعتمد عليها ☐ لا يعتمد عليها

2) من وجهة نظركم، ما المواد الصحافية التي تلقى الإقبال الأكبر من قبل القراء تبعاً للتفاعل والتعليقات؟ (رتب الاختيار حسب الأهمية)

☐ الأخبار المحلية ☐ الأخبار الدولية ☐ الأخبار الاقتصادية ☐ أخبار الفنون

☐ أخبار الرياضة ☐ الثقافة ☐ الرأي ☐ المنوعات

☐ أخرى (تذكر): _____

(3) إلى أي درجة يُنظر في البحرين إلى مهنة الصحفي في الصحف اليومية المحلية المطبوعة، بأنها مهمة في المجتمع مقارنة بوسائل الإعلام الأخرى؟

☐ مهمة إلى درجة كبيرة. ☐ مهمة. ☐ لا ينظر إليها بأنها مهمة.

(4) ما مدى موثوقية ما يرد في الصحافة اليومية المطبوعة في البحرين لدى الجمهور المحلي قياساً بالإذاعة والتلفزيون والإعلام الاجتماعي؟

☐ موثوقة إلى درجة كبيرة. ☐ موثوقة. ☐ غير موثوقة.

(5) إلى أي مدى تعتقد أن الصحفيين البحرينيين العاملين في الصحافة اليومية البحرينية المطبوعة يتمتعون بمهنية في عملهم الصحفي؟

☐ عالية. ☐ متوسطة. ☐ متدنية.

(6) إلى أي مدى تعتقد أن الصحفيين غير البحرينيين العاملين في الصحافة اليومية البحرينية المطبوعة يتمتعون بمهنية في عملهم الصحفي؟

☐ عالية. ☐ متوسطة. ☐ متدنية.

(7) كيف تصف تفاعل القراء مع ما ينشر في الصحف اليومية المحلية المطبوعة؟

☐ جيد. ☐ متوسط. ☐ ضعيف.

(8) كم تقدر عدد النسخ المطبوعة حالياً من الصحف البحرينية العربية اليومية مجتمعة؟

☐ أقل من 25 ألفاً. ☐ 25 إلى 34 ألفاً. ☐ 35 إلى 44 ألفاً. ☐ 45 إلى 50 ألفاً. ☐ أكثر من 50 ألفاً. ☐ أخرى (تذكر):

(9) ما مؤشرات توزيع الصحف اليومية المطبوعة في البحرين حالياً من وجهة نظرك؟

☐ في ازدياد. ☐ ثابتة. ☐ منخفضة.

10) كيف تصف تفاعل القراء مع المواضيع المطروحة في الصحيفة من خلال استخدامهم لهذه الوسائل:

ضعيف	قوي	قوي جداً	
			الرسائل البريدية
			الفاكس
			البريد الإلكتروني
			موقع الصحيفة الرقمي
			وسائل التواصل الاجتماعي
			أخرى (تذكر):

11) أي وسائل التواصل الاجتماعي أكثر استخداماً من قبل الجمهور في البحرين للتفاعل مع الصحيفة،
الرجاء ترتيبها بحسب الأهمية. الرقم (1) للوسيلة الأهم:

☐ واتس آب ☐ فيسبوك ☐ تويتر
☐ انستغرام ☐ سناب تشات ☐ أخرى (تذكر):

12) من وجهة نظرك، ما أهم العوامل المساعدة على استمرار الصحافة البحرينية اليومية المطبوعة حتى الآن:

غير مؤثر بشدة	غير مؤثر	محايد	مؤثر	مؤثر بشدة	
					الدعم الحكومي غير المباشر
					الإعلانات التجارية
					اعتماد الجمهور على شراء الصحف
					الاشتراكات
					المُلاك
					تأدية رسالتها المجتمعية
					أخرى (تذكر)

13) ما مدى اتفاقك مع القول بأن العوامل التالية قد تعيق استمرار صدور الصحافة البحرينية اليومية المطبوعة مستقبلاً؟

غير موافق	محايد	أوافق	
			تراجع الإعلانات التجارية
			تراجع اهتمامات القراء
			ظهور وسائل أخرى أسرع وأكثر سهولة
			تغير العادات القرائية
			تراجع الاشتراكات
			اتساع فئة الشباب في المجتمع وارتباطها بالتكنولوجيا
			ارتفاع أسعار الورق/الطباعة
			كلفة التوزيع
			الضغوطات البيئية
			أخرى (تذكر)

14) ما الوسائل الأكثر منافسة للصحف البحرينية اليومية المطبوعة حالياً، الرجاء ترتيبها بحسب الأهمية.

الرقم (1) للوسيلة الأهم:

☐ المحطات التلفزيونية العامة	☐ المحطات التلفزيونية الإخبارية
☐ المواقع الإخبارية على الإنترنت	☐ المحطات الإذاعية
☐ شبكات التواصل الاجتماعي	☐ المواقع الرقمية للصحف نفسها
☐ أخرى (تذكر):	☐ المحطات التلفزيونية الرياضية

15) ما مدى موافقتك على الأسباب التالية في عدم ظهور صحف جديدة في البحرين منذ العام 2008؟

أوافق	محايد	لا أوافق
		تشبع السوق المحلية
		عدم وجود الكوادر الصحافية الكافية
		ضعف سوق الإعلانات
		الأوضاع الاقتصادية غير المواتية المحلية والعالمية
		ارتفاع كلف الطباعة والإنتاج
		ظهور وسائل منافسة تغني عن الصحيفة المطبوعة
		أخرى (تذكر):

16) هل توافق على أن وسائل إعلام أخرى بدأت تزاحم الصحافة المطبوعة؟

نعم ☐ لا ☐

17) إذا كان الجواب على السؤال السابق (نعم)، فما الأسباب التي أدت إلى ذلك من

وجهة نظرك؟ رجااء الترتيب بحسب الأهمية، الرقم (1) للسبب الأهم:

عدم مواكبة الصحافة للتطورات التكنولوجية. ☐

سهولة تداول الوسائل الأخرى. ☐

انخفاض كلفة شبكات التواصل الاجتماعي. ☐

تغير أولويات الجمهور في متابعة وسائل الإعلام. ☐

عدم تأدية الصحف المطبوعة في البحرين رسالتها الاجتماعية. ☐

أخرى (تذكر): ☐

ثالثاً: مستقبل الصحافة البحرينية:

18) ما احتمالات مستقبل الصحافة اليومية البحرينية المطبوعة في ظل منافسة الإعلام الرقمي؟

☐ أدة كبيرة من التطور التقني ومن ثم التحول إلى أشكال أخرى للإعلام.

☐ فادة محدودة من التطور التقني ومن ثم التعثر.

☐ التوقف. ☐ أخرى (تذكر):

19) هل تتوقع استمرار صدور الصحف البحرينية اليومية المطبوعة في السنوات المقبلة؟

☐ نعم. ☐ لا. ☐ لا أدري. ☐ أخرى (تذكر):

20) إذا كانت إجابتك (لا)، فما الأسباب التي تدعو لعدم استمرار صدورها من وجهة نظرك؟ رجاء

الترتيب بحسب الأهمية، الرقم (1) للسبب الأهم:

☐ تراجع الإعلانات التجارية ☐ تراجع اهتمامات القراء.

☐ ظهور وسائل أخرى أسرع وأكثر سهولة ☐ تغير العادات القرائية

☐ تراجع الاشتراكات ☐ اتساع فئة الشباب في المجتمع وارتباطها بالتكنولوجيا

☐ ارتفاع أسعار الورق/الطباعة ☐ كلفة التوزيع

☐ الضغوطات البيئية ☐ أخرى (تذكر):

21) هل تجد أنه من الضرورة استمرار الصحف المطبوعة ؟

☐ نعم ☐ لا، ليس من الضرور

☐ لا أدري ☐ أخرى (تذكر):

(22) إلى أين يتجه القارئ في البحرين مستقبلاً لتلقي الأخبار والآراء؟ الرجاء ترتيبها بحسب الأهمية. الرقم (1) للوسيلة الأهم:

- ☐ الصحافة المطبوعة. ☐ القنوات التلفزيونية ☐ المحطات الإذاعية
- ☐ المواقع الرقمية للصحف ☐ المواقع الإخبارية ☐ شبكات التواصل الاجتماعي.
- ☐ الاتصال الشخصي ☐ أخرى (تذكر):

(23) في رأيك، ما الخيارات المستقبلية أمام المؤسسات الصحافية البحرينية القائمة حالياً؟

- ☐ استمرار الطباعة بنفس الوتيرة ☐ الاستمرار في الطباعة ولكن بوتيرة أقل
- ☐ التوقف عن الصدور ☐ التحول إلى النسخ الرقمية فقط
- ☐ التحول إلى الإعلام المندمج (مؤسسة إعلامية) ☐ أخرى (تذكر):
- متعددة الوسائل

(24) هل اهتمام المؤسسات الصحافية في البحرين بتفعيل وسائل الإعلام الأخرى فيها يدعم الصحيفة المطبوعة أم يهدد مستقبلها؟

- ☐ يدعم الصحيفة المطبوعة. ☐ يهدد مستقبل الصحيفة
- ☐ لا أدري ☐ أخرى (تذكر):

(25) إلى أي مدى تعتمد مؤسستك الصحافية على الإعلام الرقمي (بث مباشر، إعلام اجتماعي، إذاعة، تلفزيون، فيديو... الخ)؟

- ☐ بشكل كبير. ☐ بشكل محدود.
- ☐ لا أدري. ☐ أخرى (تذكر):

(26) هل أنت مستعد لترك الكتابة للصحافة المطبوعة والتحول إلى وسائل إعلامية أخرى إذا ما تحولت الصحيفة إلى الاعتماد على الوسائل (الرقمية أو المرئية...الخ)؟

☐ مستعد. ☐ لا، لست مستعداً.
☐ لا أدري. ☐ أخرى (تذكر):

(27) إذا كانت إجابة السؤال السابق "لست مستعداً" فما الخيارات المهنية المتاحة أمامك مستقبلاً؟

☐ الاتجاه للعمل في صحيفة ورقية أخرى. ☐ تغيير المهنة كلياً.
☐ إعادة التأهيل بما يتناسب مع التحولات الجديدة. ☐ أخرى (تذكر):

(28) ما مدى تأييدك لتحول المؤسسة إلى "الإعلام المندمج" * لتقدم جميع الفنون الإعلامية من جميع القنوات المتاحة؟

☐ أؤيد. ☐ لا أؤيد.
☐ لا أدري. ☐ أخرى (تذكر):

شكراً على كريم تعاونكم في تعبئة الاستبيان.

* يعني الباحث بـ "الإعلام المندمج": اعتماد المؤسسة الإعلامية على تقديم المواد الإعلامية عبر جميع الوسائل معاً، وليس الاقتصار على شكل واحد من أشكال النشر، وذلك عبر المطبوع والمرئي والمسموع، وعبر المواقع الإلكترونية وشبكات التواصل الاجتماعي، لتشكل جميعها منصات متكاملة للمواد الإعلامية.

الملحق رقم (2)

قام بتحكيم استمارة الاستبيان الخاصة بهذه الدراسة التالية أسماؤهم:

الاسم	المسمى الوظيفي	جهة العمل
1 أ.د. أشرف محمود صالح	أستاذ الإعلام، قسم الإعلام والسياحة والفنون بكلية الآداب.	جامعة البحرين
2 د. أشرف عبدالمغيث	أستاذ العلاقات العامة والإعلان المشارك، قسم الإعلام والسياحة والفنون بكلية الآداب.	جامعة البحرين
3 د. عبدالكريم الزباني	أستاذ الصحافة المشارك، قسم الإعلام والسياحة والفنون بكلية الآداب.	جامعة البحرين
4 د. جمال عبالعظيم	أستاذ الصحافة المشارك، قسم الإعلام والسياحة والفنون بكلية الآداب.	جامعة البحرين
5 د. زهير ضيف	أستاذ الصحافة والإعلام المشارك، رئيس قسم الإعلام والعلاقات العامة، كلية الآداب والعلوم والتربية.	الجامعة الأهلية

recommended that the press institutions need to be restructured by eliminating a number of traditional jobs in the press sector, and to maintain only the multi-capacity and multi-activity elements that can deal with high capabilities with different media for the sake of reducing expenses on the backdrop of advertising decline and reduction in advertising income. New advertising and marketing strategies need to be built for the new integrated and interconnected media products that may be issued by future media institutions.

The study also recommended that the press institutions should invest more funds in preparing its infrastructures, in order to be able to integrate all forms of media in one place, in a single editing room, and the current press institutions need to know further the capabilities offered by the " media convergence " while converting from a regular printed newspaper to a multimedia organization with various tasks.

Furthermore, the study recommended the rehabilitation of journalists and employees associated with the press in the Bahraini press institutions, and preparing them for the new forms of media, while the press institutions need to have conscious choice of journalists, whether citizens or non-citizens, provided efficiency is available.

On the legislative sphere, the study recommended that the Law on Press, Printing and Publishing No. (47) of the year 2002 needs to be reviewed radically to keep pace with the current and future changes in the media sector in order to ensure the continuation of the journalistic profession.

On the academic side, the study recommended that media departments in universities in Bahrain should focus on graduating students who have comprehensive knowledge in media, practices and skills so they can be more capable for working in the existing and future media institutions that are looking for a " comprehensive journalist ", so that it will gradually convert into more comprehensive in media production.

The study discovered that the most important factors that impede the continued publication of the Bahraini daily press in the future are: the decline in commercial advertisements by (97.0%), the rise of other means in a faster and easier way by (91.7%), followed by the expansion in youth category in the society and its association with technology by a relative importance of (91.1%).

The study found that the social media came at the forefront of the most competitive media for the currently Bahraini printed newspapers by (94%), then the websites of these newspapers (77%), followed by online news sites (72%). Adding to this, the deteriorating economic conditions globally and locally have also prevented the release of a new daily newspaper in Bahrain since 2008, and that the emergence of competitive means that render printed newspapers not important and the weakness of the advertising market, ranked second by two important elements in this regard. The selected sample also found that the emergence of faster and easier means of delivering press materials, decline in readers' concerns, expansion of young people category in the society and their association with technology would be an impediment to the publication of printed daily newspapers in Bahrain.

The study also indicate that 54% of the sample expected that the Bahraini newspapers will continue publishing daily newspapers in the coming years, while the daily newspaper editors are uncertain about the period of during which the newspapers will last, and they believe that such period may extend from five to a maximum of twenty years.

According to the results of the study, social networks are expected to be the most popular way for readers in Bahrain to receive news and opinions by (91%), followed by digital sites (89%), news websites (73%) and then TV channels by (60%).

The study revealed that 90% of the respondents supported the press in terms of using "media convergence" and that 63% of the respondents expressed their willingness to leave writing in the printed media and switch to other media if the newspaper started relying on such other media.

Pursuant to the foregoing conclusions, the study recommended that "press organizations" need to convert into "media institutions" that provide all media arts: printed and audio-visuals. In order to reduce expenses due to the decline in advertising spending and low income from electronic advertising, It also

Abstract

This study aims to identify the future of the printed daily press in the Kingdom of Bahrain on the light of electronic media competition, and to finding out the views of officials in the press institutions and employees in the Bahraini daily press for the purpose of tackling the effects of such competition.

In order to solve the problem of the study, and where the institutions could reach in future, the researcher has used the media convergence theory. The theory, which is approaching the convergence of technology in its media platforms to the point of integration, provides media messages in various forms, be it traditional or new digital, under one roof and not in isolated or separate sections of the same institution. This trend is one of the most important exits for press institutions in the near future from the decline that is experienced by the printed press, so that press remains a profession not a mean, that is present and effective in the media environment.

In order to identify the future aspects of the Bahraini daily printed press, the researcher studied the journalistic reality through the journalists themselves by taking a sample of 70 journalists, 30 journalistic writers and those working in professions that are close to the press, such as public relations. In addition he conducted 23 unofficial interviews with decision-makers and the top officials in the Bahraini press institutions.

The study concluded with a number of results, the most prominent of which is that the percentage of the reader's reliance on the printed local newspapers in obtaining information was (91%). The local news were on the top of the sample's interest (99%) as the most popular news item that attract readers. The study showed that the journalist profession in the local daily printed newspapers in Bahrain has showed that it is a significant profession in the community compared to the other media means by (93%) and that the public's confidence in the daily printed press in Bahrain is (93%).

Among the findings of the study is that the most common means for readers to interact with the topics presented in the newspaper is social media issues by a relative importance of (91.4%), followed by the digital website of the newspaper by (75.9%).

University of Bahrain

Dep. Of Mass communication

College of Art



**The Future of Printed Daily Press in
the Kingdom of Bahrain
On the Light of Electronic Media
Competition
(Field Study)**

A Thesis presented as part of the requirements for the Master's
Degree in (Media)

**Prepared by
Ghassan Yusuf Al Shehabi
19849089**

**Supervisor
Dr. Shuaib Abdul Moneim Al-Ghobashi
Associate Professor
University of Bahrain**

Kingdom of Bahrain

May, 2017