واقع الصحافة الورقية السودانية في ظل تحولات الإعلام الرقمي والعولمة (دراسة مسحية لأساليب الممارسة المهنية في السودان 2019م)

د.مكي محمد مكي* د.مرتضى البشير عثمان**

The reality of Sudanese press in the light of the transformation of digital media

(A survey of the methods of professional practice in Sudan 2019)

Dr.Mekki Mohammed Mekki Dr.Murtada Elbashir Osman

مستخلص الدراسة:

تسعى الدراسة ومن خلال استطلاع رؤية الخبراء الأكاديميين والممارسين لمهنة الصحافة في السودان، للوصول إلى تشخيص دقيق وعلمي وشامل للتحولات التي تشهدها الصحافة الورقية في العالم لمعرفة مدى صمودها وإمكانية منافستها للإعلام الالكتروني، معتمدة في ذلك على المنهج الوصفي المسحي وذلك عن طريق تصميم مقياس (خماسي) لقياس الاتجاهات، وقد احتوى البحث على (16) فقرة، طبقت عليها معاملات الصدق والثبات، واستخدمت أداة الاستبانة لجمع المعلومات من عينة الدراسة البالغة (100) مفردة. وتوصلت الدراسة إلى أن المتغيرات السياسية والاقتصادية والتكنولوجية ويضاف إليها الخلل الإداري والهيكلي للصحافة وزيادة تكاليف النشر وضعف الإمكانات المادية وانخفاض عائدات الإعلانات والتراجع المستمر في المبيعات واتجاه الجمهور صوب الانترنت من أسباب تراجع وتوقف بعض الصحافة الورقية في العالم. وأوصت الدراسة بضرورة الاستجابة للتطورات والتغيرات العالمية السياسية والاقتصادية والاجتماعية والتقنية ومواكبتها. ويجب تهيئة البيئة الصالحة

* أستاذ مشارك بجامعة الملك خالد قسم الصحافة – المملكة العربية السعودية

**أستاذ مشارك بجامعة وادي النيل قسم الإعلام – جمهورية السودان

بسن التشريعات الجاذبة وتوفير الدعم الحكومي اللوجستي للصحافة الورقية وتسهيل حركة التوزيع والإعلان لها، وعلى الصحافة الورقية السودانية الاهتمام والارتقاء بكادرها الصحافي، من حيث توفير سبل الاستقرار الوظيفي له، ثم فتح مجالات التدريب والتطوير أمامه من أجل التعامل مع معطيات ومتطلبات العصر الرقمي.

Abstract:
This study seeks to explore the vision of academic experts and practitioners of Sudanese journalism profession, to obtain a thorough and scientific diagnosis of the changes in the paper press in the world. To determine its withstand and the possibility of competing with electronic media, relying on the descriptive survey methodology on the way to design a scale of five meter to measure trends, the research contained (16) items; The validity and reliability coefficients were applied, and the questionnaire was a major tool for collecting information from (100) study sample. The study found that political, economic and technological changes, in addition to the administrative and structural imbalance of the press, the increase in publishing costs, the weak financial capabilities, the decrease in advertising revenues, the continuous decline in sales and the general trend towards the internet are the reasons for the decline and suspension of some paper press in the world. The study recommended the need to respond to developments and changes in the global political, economic, social and technical and to keep pace with them. The environment should be created by enacting attractive legislation and providing governmental logistical support to the paper press and facilitating the distribution and advertising movement, and the Sudanese paper press should pay attention to and

upgrade its staff in terms of providing career stability methods, and then open the fields of training and development for him to deal with the data and requirements of the digital age.

مشكلة الدراسة:

تسعى الدراسة إلي معرفة واقع الصحافة الورقية في العالم، في ظل التقنية الحديثة وثورة الاتصالات والمعلومات، وظهور العولمة بأفكارها وأدواتها ووسائلها، حيث الإعلام الجديد بأشكاله ومسمياته المختلفة، ومنافسته الكبيرة للصحافة الورقية المطبوعة، وكذلك التحديات المتمثلة في انخفاض توزيعها، وتراجع الدخل الإعلاني، وارتفاع تكاليف النشر، والتغيير الكبير في أنماط وعادات واهتمامات القراء في ظل نشوء جيل جديد من الشباب لا يتعامل مع الصحافة المطبوعة، حيث انتشار وسائل التواصل الاجتماعي، مع سيادة ثقافة الحصول المجاني على العلوم، إلى جانب توقف بعض الصحف الورقية العالمية العريقة في الولايات المتحدة الأمريكية وفي أوروبا وأمريكية اللاتينية وآسيا وإفريقيا، وكذلك بعض الصحف في العالم العربي كلبنان ومصر والجزائر والإمارات، وبل هناك بعض الصحف خفضت صحافييها وموظفيها وعمالها مثل (الشرق الأوسط والحياة اللندنية واللواء اللبنانية والغرديان البريطانيةGuardian) وعلى ضوء هذه التحديات تحاول الدراسة الوصول إلى أسباب تراجع الصحافة الورقية في العالم، وتقديم مقترحات وآليات لتطوير الأداء لمواجهة المتغيرات العالمية في مختلف الاتجاهات، وذلك من خلال دراسة ميدانية على عينة من الخبراء الأكاديميين والممارسين لمهنة الصحافة في السودان.

أهمية الدراسة:

تنبع أهمية هذه الدراسة من المؤشرات الآتية:

1- تقديم دراسة علمية تفيد الباحثين والمسئولين وصناع القرار، كما تفيد الناشرين والمستثمرين والعاملين في مجال الصحافة الورقية .

2- تحدد الدراسة موقف الصحافة الورقية في إطار تحولات العولمة .

3-تقدم الدراسة دليلاً واضحاً لتفضيلات جمهور القراء وإشباع رغباته في نوع المادة التي يحبذونها وللشكل الذي يجب أن تخرج به المادة الصحفية.

4-تعتبر الدراسة خارطة طريق للصحافة الورقية من أجل الحفاظ على دورها الرائد كمشروع اقتصادي واجتماعي وفكري وثقافي متكيف مع تحديات البيئة الإعلامية الجديدة.

أهداف الدراسة:

تتمثل أهداف الدراسة في الآتي :-

1. تشخيص دقيق وعلمي وشامل للتحولات التي تشهدها الصحافة الورقية في العالم.
2. التعرف على أسباب توقف وتراجع الصحافة الورقية في العالم.
3. تقييم الأداء بالصحافة الورقية السودانية مضموناً وشكلاً.
4. التعرف على قدرة الصحافة الورقية في الصمود أمام منافسة وسائل الإعلام الجديدة.
5. الوقوف على رؤية الخبراء الإعلاميين لواقع الصحافة الورقية.
6. الوقوف على آليات تطوير الصحف الورقية.

تساؤلات الدراسة: تتمثل تساؤلات الدراسة في الآتي:-

1. ما التحولات التي تشهدها الصحافة الورقية في العالم ؟
2. ما واقع الصحافة الورقية مع المتغيرات التي أوجدت أشكالاً جديدة للاتصال الصحفي؟
3. ما مدى تأثير وسائل الإعلام الجديدة على قراءة الصحف الورقية ؟

4. ما رأي الخبراء في أسباب تراجع الصحف الورقية ؟ وما هي قدرتها على المنافسة؟

5. ما آليات تطوير الصحف الورقية لكي تنافس وسائل الإعلام الجديدة ؟

نوع الدراسة:

تحسب هذه الدراسة ضمن مصفوفة البحوث الوصفية التحليلية التي تستهدف "تصوير وتحليل وتقويم مجموعة معينة، أو موقف معين يغلب عليه صفة التحديد، وذلك بهدف الحصول على معلومات كافية ودقيقة عنها "[1]

الدراسات السابقة:

الدراسة الأولى :[2]

استخدمت في الدراسة المنهج الوصفي المسحي، وشمل مجتمع الدراسة الشركات السعودية للإعلان. وتوصلت الدراسة إلى أن الإعلان على شبكات الإعلام الاجتماعي أقوى أثراً من الإعلان في الصحف الورقية بنسبة46.3%. ويعتقد ما نسبته 57.5% من إجمالي عينة الدراسة أن الإعلام الجديد يمكن أن يكون بديلاً عن الصحافة الورقية.

وأظهرت الدراسة أن الإعلان على الشبكات الاجتماعية أسهل في وصوله للعميل منه في الصحف الورقية بنسبة 51.3%. وأثبتت الدراسة أنه يمكن التحكم في تعديل الإعلان على شبكات الإعلام الاجتماعي عنه في الصحافة الورقية بنسبة 52.5%.

الدراسة الثانية :[3]

تنتمي الدراسة إلى مصفوفة الدراسات الوصفية، واستخدمت المنهج المسحي، وتم جمع المعلومات عبر أدوات الاستبيان والمقابلة، ويشمل مجتمع الدراسة على الصحافيين العاملين في الضفة الغربية وقطاع غزة، وتم توزيع الاستبانة على عينة عشوائية بلغت (188) مفردة. ومن نتائجها المهمة تبني

الصحافة المطبوعة في قطاع غزة الأساليب التكنولوجية الحديثة بنسبة بلغت 86.8%. ويعتقد 77.4% من الصحافيين أن تكنولوجيا الاتصال ستجعل من العلاقة تنافسية بين الصحافة الرقمية ووسائل الإعلام المطبوعة في فلسطين، علاقة تكامل بوزن نسبة 73.4%. كما يرى 82.4% من الصحافيين أن تكنولوجيا الاتصال والمعلومات أثرت بصورة كبيرة على الصحف المطبوعة في فلسطين في الأداء والتطور.

الدراسة الثالثة: [4]

تنتمي الدراسة لمصفوفة الدراسات الوصفية، واستخدمت المنهج المسحي، وأداة الاستبيان لجمع المعلومات، وشمل مجتمع الدراسة" الشباب الجامعي في الجامعات الحكومية والخاصة". وتتمثل عينة الدراسة في العينة العشوائية البسيطة قوامها (400) مفردة ممثلة للشباب الجامعي بالجامعات الحكومية والخاصة (جامعة القاهرة – جامعة بني سويف – جامعة النهضة – جامعة 6 أكتوبر) مراعي فيها تمثيل مختلف مفردات العينة وفقاً للمتغيرات الديموغرافية ونوع الدراسة. وتوصلت الدراسة إلي أن أهم المواقع الإلكترونية للصحف المصرية التي يحرص المبحوثون على استخدامها وفقاً للنوع، في الترتيب الأول اليوم السابع بنسبة بلغت 66.4%، وجاء في الترتيب الثاني المصري اليوم بنسبة بلغت 37.9%، وجاء في الترتيب الثالث الأهرام بنسبة بلغت 26.2%، وجاء في الترتيب الرابع الوطن بنسبة بلغت 22.8%، وجاء في الترتيب الخامس الشروق بنسبة بلغت 16.4%، وجاء في الترتيب السادس الأخبار بنسبة بلغت 15.1%، وجاء في الترتيب السابع الجمهورية بنسبة بلغت 11.1%، وجاء في الترتيب الثامن الوفد بنسبة بلغت 7.7% ، وجاء في الترتيب التاسع أخري بنسبة بلغت6.7%. وبلغت نسبة من يرون أن الصحف المطبوعة ستندثر نظراً لهذا التقدم في تكنولوجيا الاتصال وفقاً للنوع 47.7%

وبلغت نسبة من يرون أن مستقبل الصحف الورقية في مواجهة التكنولوجيا الحديثة والمواقع والصحف الإلكترونية هو تحقيق التكامل بينهما 34.6% .

باستعراض وتحليل الدراسات السابقة تبين اعتماد الدراسات السابقة، وهذه الدراسة على المنهج الوصفي المسحي، وكذلك على (الاستبانة) لجمع المعلومات من مجتمع الدراسة. وتمت الاستفادة من الدراسات السابقة في أنها أنارت الطريق للدراسة الحالية في الفهم العميق المشكلة وتحديد الأهداف والتساؤلات، وأيضاً بينت المنهج الأمثل الذي يمكن استخدامه في هذه الدراسات، كما أفسحت الدراسات السابقة المجال لمناقشة نتائجها ونتائج الدراسة الحالية مما يثري البحث العلمي ويفسر النتائج بصورة عميقة .

المفاهيم الأساسية للدراسة:

1-الصحافة الورقية: يقصد بها الصحافة المطبوعة اليومية أو الأسبوعية.

2- تحولات العولمة:"ترتبط العولمة بأربع عمليات أساسية (الاقتصاد، السياسة، الثقافة والإيديولوجيا وهي المنافسة بين القوى العظمى والوصول إلى التقنية الجديدة وشيوع عولمة الإنتاج والتبادل والتحديث"[5]. ويقصد بها إفرازات ثورة الاتصالات والمعلومات في الجوانب السياسية والاقتصادية والإعلامية.

منهج الدراسة:

تستخدم الدراسة منهج المسح باعتباره "جهداً علمياً منظماً للحصول على بيانات ومعلومات عن الظاهرة أو مجموعة من الظاهرات موضوع البحث من العدد الحدي من المفردات المكونة لمجتمع البحث "[6] .

مجتمع الدراسة وعينته:

لقد تم تحديد مجتمع الدراسة من الخبراء الإعلاميين الأكاديميين والممارسين لمهنة الصحافة في السودان، أما طريقة اختيار عينة الدراسة من مجتمع الخبراء

عن طريق العينة العمدية، وذلك للضرورة العلمية والمعرفة المتخصصة، وبلغ حجم العينة (100) مفردة.

أسلوب جمع البيانات:

استخدمت الدراسة أسلوب الاستقصاء في جمع البيانات، من خلال استمارة تحتوي على عدد من المحاور والأسئلة الفرعية التي تجيب عن التساؤلات الرئيسة للدراسة، تم توزيعها على عينة من خبراء الإعلام، الأكاديميين والممارسين لمهنة الصحافة في السودان.

إجراءات الصدق والثبات:

1- الصدق الظاهري: تم عرض الاستبانة على مجموعة من المحكمين مختصين في مجال الإعلام وعرض الاستبانة على (البروفيسور/ عبد النبي عبد الله الطيب" جامعة الإمام محمد بن سعود" والبروفيسور/ مبارك يوسف محمد خير بجامعة جازان بالمملكة العربية السعودية)،حيث قاما بدورهما في تقديم الإرشاد والنصح والتعديل وحذف وإضافة بعض الفقرات.

3- ثبات أداة الاستبيان، لقد تم قياس الاستبانة عن طريق ألفا كرونباخ، وكانت النتيجة تدل على نسبة عالية من الثبات وهي 84.4%.

أدوات إحصائية لتحليل الدراسة:

اعتمدت الدراسة في تحليل بياناتها على استخدام البرامج الإحصائي SPSS باعتباره أفضل البرامج التي تستخدم في تحليل بيانات الأبحاث العلمية وأشهرها، والأحرف اختصار للعبارة Statistical Package for Social Science (الحزمة الإحصائية للعلوم الاجتماعية).

القسم الثاني : مفاهيم وملامح عامة:

أولاً : الصحافة الدولية:

منذ اخترع يوحنا جوتنبرج الطباعة، وحتى الآن تطورت أساليب وطرق الطباعة، من طباعة يدوية، إلى طباعة تعتمد على البخار، ثم إلي طباعة تدار بالكهرباء، حتى وصلنا إلي الطباعة التي تعتمد على أشعة الليزر، وتدار بواسطة الحاسبات الإليكترونية، ويتمكن من خلالها الاستعانة بأجهزة الحاسب الفاكس ميليFax mail والأقمار الصناعية من الطباعة في أكثر من مركز كحال عدد من الصحف العربية اليوم، مثل الشرق الأوسط والحياة والأهرام وغيرهم من الصحف، عابرة حدود، ومتجاوزة السدود، التي تطبع في عدد من العواصم العربية والدولية. كما تطورت نظم صف الحروف من الجمع اليدوي الحرفي إلي الجمع الآلي، ومن الجمع الآلي السطري [الساخن] حتى وصلنا إلى الجمع التصويري [البارد] الذي يعتمد على الحاسبات الإلكترونية.

ولكن الظهور الحديث للصحافة، والذي تمثل المطبعة عموده الفقري، يعتبر ثورة اتصالية ضخمة في عالم بدائي،"عرفته دول أوروبا الغربية، وخاصة ألمانيا وفرنسا وبريطانيا وإيطاليا وبلجيكا في منتصف القرن الثامن عشر، وحتى الشكل الجديد للصحافة بعد ظهور المطبعة مباشرة، أيضاً عرفته بريطانيا بحلول القرن السابع عشر، فكانت صحيفة الأخبار الأسبوعية الصادرة في عام1622م، فهي أول صحيفة منتظمة الصدور، في عالم الأمس، ولكن اهتماماتها كان داخل بريطانيا، لا تبحث عن الأحداث الإخبارية والقضايا خارج وطنها " [7].

وفي العالم العربي، عرفت مصر أول الصحف الورقية بدخول الحملة الفرنسية إلي أراضيها وإصدار صحيفة (كورييه دي لجيبت) أو (الجوائب المصرية) في أغسطس 1798، الناطقة باللغة الفرنسية ذات الأربع صفحات من

القطع الصغير والتي تصدر كل أربعة أيام،ثم مجلة (لاديكادإجبيشان) أو العشرية المصرية، ناطقة أيضاً بالفرنسية والتي كانت تصدر كل عشرة أيام، العلمية الاقتصادية التي تنشر أبحاث المجمع العلمي الذي أسسته حملة الفرنسية في مصر، ومناقشة أعضائه، والصادرة في أكتوبر 1798م، وهي صحف غير ناطقة بالعربية، ومصر أيضاً أول قطر عربي عرف الصحافة العربية، فظهرت فيها " أوّل صحيفة وتسمى التنبيه على يد الجنرال بونابرت في مصر عام 1800م، ثم أصدر الوالي محمد علي باشا، صحيفة (الوقائع المصرية) عام 1828م، ثمّ تلاها إصدار جريدة الأهرام في عام 1875م، والّتي لا زالت تُصدَر حتى اليوم، وبعدها انداحت الصحف الوطنية، ثمّ أصدر رزق الله حسّون جريدةً عربيّةً في إسطنبول في عام 1885م وأسماها (مرآة الأحوال العربيّة)، وفي بدايات القرن العشرين ازداد عدد الصّحف في مصر فكانت صحيفة اللواء، والمؤيّد، والسّياسة، والبلاغ، إلى أن صدرت في عام 1944م جريدة الأخبار، في عام 1847م، صدرت في الجزائر صحيفة رسميّة فرنسيّة تُدعى جريدة المُبشّر، تلتها جريدة كوكب إفريقيا في عام 1907م، وهي أوّل جريدة عربيّة تَصدُر في الجزائر، وصدرت في لبنان جريدة حديقة الأخبار في عام 1858م، تبعها إصدار العديد من الصُّحف، مثل نفير سوريا، والبشير، أمّا حالياً فتُصدَر جريدة النّهار، والأنوار، والمستقبل وبعضها تحول إلى الإلكتروني، وفي سوريا صدرت جريدة سوريا عام 1885م، وتبعتها إصدار العديد من الصحف مثل غدير الفرات والشهباء، وفي تونس صدرت صحيفة الرائد التونسي عام 1860م، وفي ليبيا صدرت أول جريدة اسمها طرابلس الغرب عام 1866م، وفي العراق صدرت أول صحيفة 1869م، تبعها إصدار العديد من الصحف مثل جريدة الموصل والبصرة وبغداد، وفي المغرب صدرت جريدة المغرب عام 1889م، وفي فلسطين صدرت جريدة النفير عام 1908م، وفي الأردن صدرت

أول جريدة اسمها الحق يعلو عام 1920م، وفي المملكة العربية صدرت أول جريدة رسمية اسمها القبلة ولكن تم تغيير اسمها إلى أم القرى عام 1924م، وفي اليمن صدرت أول جريدة اسمها الإيمان عام 1926م، وفي الكويت صدرت جريدة الكويت عام 1926م، وفي البحرين صدرت جريدة البحرين عام 1936م، وفي السودان صدرت جريدة السودان عام 1903م، ولكن الصحافة الوطنية بدأت عام 1918م بصدور جريدة حضارة السودان"[8]. ثم صدرت عقب تلك التاريخية العديد من الصحف العربية، وكان لها دور مشهود في تحقيق استقلال الكثير من الدول العربية من الاستعمار، ثم أن كثيراً من هذه الصحف والتي تلتها لم تستمر نتيجة لعدم الاستقرار في الأنظمة السياسة العربية، ولذلك أثر ذلك على استقرارها ونمو استثماراتها، وبناء مؤسسات صحفية شامخة وضخمة، ورمى بظلاله السالبة على تجذير التجربة الصحفية في بعض الدول، وتعاقب الأجيال، فأصبحت مهنة الصحافة طاردة. واليوم وفي ظل ثورة الاتصالات والمعلومات وما تفرزه أفكار العولمة، من أبعاد سياسية واقتصادية واجتماعية ومهنية وتقنية، تشهد الصحافة الورقية العربية تحولات كبيرة.

عموماً لعبت الصحف الورقية دوراً كبيراً في تاريخ العالم الحديث وثوراته في أوروبا وأمريكا، وسطرت "صاحبة الجلالة" دوراً مهماً في تاريخ البشرية، فهي الصوت والقلم والصورة التي أرهبت الحكام، وغيّرت مصير شعوب بأكملها، أقلام أنهت الحروب في دول، وأعلنتها في دول أخرى، حتى أن نابليون بونابرت القائد المشهور ينسب إليه القول عن الصحف "أخاف من ثلاث صحف أكثر مما أخاف من مئات الآلاف من الطعنات بالرمح".

ثانياً: البيئة الإعلامية الجديدة والاتجاه نحو الإعلام الإلكتروني:

ظلت بيئة العمل الإعلامي لسنوات طويلة تتبع منهجاً يقوم على النموذج الخطي الذي ينتقل خلاله المحتوى الإعلامي من نقطة إلى نقطة في مسار محدد حتى يصل إلى الجمهور في صورة خبر أو تقرير أو رسالة عبر الأثير تلتقطها الأذن أو عبر التلفزيون أو عبر الصحف الورقية. في المقابل تغير المسار الخطي لبيئة العمل الإعلامي الإلكتروني ليتخذ مساراً يتسم بالتنوع وقائم على التعدد والبدائل والخيارات والسهولة والبساطة[9].

شهدت المجتمعات المعاصرة في نهاية القرن العشرين ثورة من المعرفة والمعلومات نتاج التطورات الهائلة في التكنولوجيا خاصة في مجال الإعلام، حيث ساهمت الحاسبات الآلية والأقمار الصناعية وشبكات المعلومات الحديثة والمزج بينهما في نقل المعرفة والمعلومات بين المجتمعات بشكل مباشر مما ألصق بالبيئة صفات العالم الالكتروني والرقمي[10].

يوصف العصر الحالي بأنه عصر الانترنت للأثر الكبير الذي تركته هذه الشبكة على واقع الإنسان اليوم، وقد اعتبرها البعض أعظم ثورة بعد الثورة الصناعية حيث يقول أحد الباحثين (يشهد العالم منذ ما يزيد عن ربع قرن ثورة علمية تكنولوجية فاقت في أهميتها وتأثيراتها ونتائجها ثورة القرن الثامن عشر الصناعية في أوربا وهذه الثورة كان الإعلام الإلكتروني والاتصال والمعلوماتية من أبرز مظاهرها، وقد أكدت العديد من الدراسات أن شبكة المعلومات العالمية هي من أهم وأعظم ما أفرزته التطورات الهائلة في مجال تكنولوجيا المعلومات حتى أصبحت تسمي بيئة الإعلام اليوم بالبيئة الرقمية.[11].

يشير بعض الباحثين أن العالم يغرق في بحور متلاطمة من المعلومات نتيجة للانتشار الواسع للتقنية الحديثة والانترنت حيث زادت معدلات المعلومات الجديدة، ويعد ظهور الإعلام الجديد بداية تحرر الإنسان من أجهزة الإعلام

التقليدية، وتبدو سيطرة وسائل الإعلام الجديد على كافة أشكال الحياة فتغيرت بموجب ذلك أنماط المشاهدة والقراءة حيث بدأ الإعلام الرقمي يقضي على إعلام الورق (الصحف) وذلك نسبة للميزات التالية: [12]

1. الحرية في الاطلاع على أكبر قدر من المعلومات ومن مصادر إعلامية مختلفة دون تكلفة مالية كبيرة.
2. حرية الاختيار والانتقاء والمقارنة.
3. يمكن من القراءة المتخصصة (سهولة البحث في الانترنت).
4. تميز الرسالة في الإعلام الرقمي بالعالمية(تجاوز الحدود والقيود).

تتكون البيئة الإعلامية من عنصرين الأول هو تكنولوجيا الاتصال الخاصة المستخدمة، والعنصر الآخر هو البيئة الاجتماعية والسياسية والاقتصادية التي تستخدم من خلالها هذه التقنيات مثل كيفية توزيع ملكية المنافذ الإعلامية وكيفية استخدام الأفراد لها وكذلك النظم الحكومية التي تؤثر فيها، وقد ساعدت العلوم الاجتماعية والسياسية والاقتصادية في مناقشة أنواع مختلفة من المضامين التي تعمل من خلالها وسائل الإعلام. [13].

تميزت البيئة الإعلامية الجديدة بمجموعة من الخصائص يمكن حصرها في الآتي: [14]

1. تقليص الوقت.
2. تقليص المكان (وسائل تخزين تستوعب أكبر قدر من المعلومات).
3. اقتسام المهام الفكرية مع الآلة (نتيجة التفاعل بين الباحث والنظام).
4. الذكاء الاصطناعي (تطوير المعرفة والتحكم في عمليات الإنتاج).
5. تكوين شبكات الاتصال (المزج بين مجموعة التجهيزات المعتمدة على التكنولوجيا).

لقد ساهمت الكمبيوترات متضافرة مع تكنولوجيا الاتصال في جعل البيئة الإعلامية أكثر اتساعاً وشمولاً وذات فضاءات مفتوحة، حيث فرض الإعلام الجديد بأشكاله المتعددة واقعاً وبيئة إعلامية جديدة، من حيث سعة الانتشار وتغطية المساحة الجغرافية وإمكانية الوصول إلي جميع أنحاء الأرض دون اعتبار للحواجز المكانية والزمانية[15]. واتسمت البيئة الإعلامية من خلال الفضاء بمجموعة عناصر منها ما يلي: [16]

1. فضاء مفتوح للتجارة الالكترونية حيث أصبح سوق لمختلف السلع والخدمات المطروحة للاستهلاك.
2. وسط مجتمعي تتم من خلاله أنشطة النقاشات والتواصل مع الآخرين عبر حلقات الدردشة ومجاميع الأخبار والبريد الالكتروني.
3. بيئة ثقافية ومعرفية يسهل فيها تبادل المعلومات والمعارف بشتى صورها.
4. بيئة سياسية مستحدثة تمارس من خلالها كل العمليات وبكل شفافية.
5. بيئة تنظيمية مستحدثة لإدارة وتنظيم الأنشطة التقليدية عبر وسائط معلوماتية.
6. بيئة ملوثة بجميع الأنشطة التي توظف الصورة لاستدراج وإشباع الحاجات الإنسانية في غير محلها.

ثالثاً: الأشكال الجديدة للاتصال الصحفي:

ساهمت التكنولوجية الحديثة في ظهور أشكال جديدة للاتصال الصحفي إذ برزت التغطية الالكترونية للأخبار والتي عملت على تغطية الأخبار فور حدوثها وتجاوز العديد من العوائق المكانية والزمانية مما ساعد في إلغاء الفواصل الدقيقة بين مراحل نشر الخبر الثلاثة وهي (مرحلة اندلاع الخبر News Break، مرحلة نقل الخبر للجريدة News Transmission، ومرحلة نشر الأخبار News Publishing)، حيث أدى ذلك إلى توسيع نطاق التغطية الإخبارية جغرافياً والحصول على المعلومات وخلفيات الأحداث وتفاصيلها من

قواعد البيانات المتاحة على شبكة الانترنت الذي أتاح لها حرية اختيار أوسع وتقديم تغطيات شاملة للأحداث[17].

تقتضي الأشكال الجديدة للاتصال الصحفي توافر مهارات إعلامية جديدة تتفق وخصائص الكتابة الالكترونية التي تعتمد بالدرجة الأولي على الاختصار والدقة والسرعة، وهي بذلك تلتقي مع الكتابة لوكالات الأنباء، ويتطلب ذلك تأهيل عالي للكوادر الصحفية مقارنة بالصحف الورقية، وذلك من حيث إتقان فن التعامل مع تكنولوجيا الاتصال، وتتميز الصحيفة الالكترونية بإمكانية استخدام الوسائط المتعددة حيث يمكن للمحرر الصحافي التعبير عن المضمون بأكثر من طريقة، مما يحتم على الصحافي تعلم مهارات جديدة في العمل الالكتروني إلى جانب الإلمام بالقوالب التحريرية الجديدة التي يستخدمها المحرر الصحافي في الصحيفة الالكترونية التي تختلف عن الصحيفة الورقية.[18].

أثرت الانترنت بصورة واضحة على البيئة الإعلامية حيث أوجدت أشكالاً اتصالية جديدة أبرزها: [19]

1. أصبحت الانترنت مصدراً مهماً للمعلومات.
2. توظيف الدردشة لإدارة الحوارات بين الإعلاميين والضيوف.
3. تعزيز طابع الحركة عند الإعلاميين وخاصة في البرامج الميدانية كالتحقيقات والريبورتاجات وعدم التقيد بالمكتب في المؤسسة.
4. استخدام المدونات في التواصل مع الجمهور وتعزيز علاقتهم بالإعلاميين.
5. تطوير الإدارة الإعلامية من خلال الدمج بين تكنولوجيا المعلومات والاتصال وتسهيل عملية التواصل بين الإعلاميين.
6. استحداث آليات جديدة لتمويل المؤسسة الإعلامية كالإعلانات الالكترونية وتسويق الأرشيف من المقالات الصحفية.

وهناك العديد من التطبيقات الإعلامية التي ظهرت بظهور الويب والتقنيات الحديثة منها الشبكات الاجتماعية وكذلك المدونات بأنواعها ومجتمعات النشر الإلكتروني وغيرها، والتي تعتبر تحولاً في ملامح العمل الإعلامي، كما ساعد التقدم التكنولوجي الذي وفرته شبكة الانترنت على ظهور شكل جديد للصحافة وهو الصحافة الالكترونية، حيث زادت مساحة الحرية في الانترنت على الاتجاه نحو الصحافة الالكترونية، مستفيدة من الثورة التكنولوجية القائمة، فأبرزت التوقعات بموت الصحافة الورقية بسبب تخطي الصحافة الالكترونية للحدود والوقت وزادت من التفاعلية التي هي سمة المجتمع الحديث.[20]

تفسير وتحليل البيانات:

المحور الأول (المعلومات الديموغرافية)

جدول رقم (1) يوضح متغير النوع والعمر

النوع	التكرار	النسبة	العمر	التكرار	النسبة
ذكر	73	73.0٪	25-29**سنة**	1	٪1.0
أنثي	27	27.0٪	30-39**سنة**	16	٪16.0
–	–	–	40-49**سنة**	48	٪48.0
–	–	–	50**سنة فاكثر**	35	٪35.0
المجموع	100	100.0٪	**المجموع**	100	٪100.0

يلاحظ من الجدول (1) أعلاه، أن فئة (ذكر) أتت في المرتبة الأولى بنسبة 73.0% فيما شكلت فئة (أنثى) المرتبة الثانية بنسبة بلغت 27.0% أي أن عدد الذكور في عينة الدراسة أكبر من عدد الإناث، لأن فئة الخبراء في الذكور في مجال الإعلام أكبر من فئة الإناث. كما يتبين من الجدول أن فئة العمر(40-49) سنة أتت في المرتبة الأولى بنسبة بلغت 48.0%، وفي المرتبة الثانية أتت

فئة العمر(50 سنة فأكثر) سنة بنسبة بلغت 35.0%، وفي المرتبة الثالثة فئة العمر (30 –39سنة) بنسبة بلغت16.0%، وفي المرتبة الأخيرة فئة العمر(25 –29) سنة بنسبة بلغ1.0%.

جدول رقم (2) يوضح متغير التعليم والمهنة

التعليم	التكرار	النسبة	المهنة	التكرار	النسبة
ثانوي	2	2.0٪	خبير أكاديمي	67	67.0٪
جامعي	12	12.0٪	خبير ممارس	33	33.0٪
فوق الجامعي	86	86.0٪	–	–	–
المجموع	100	100.0٪	المجموع	100	100.0٪

يتضح من الجدول أعلاه رقم (2)، أن فئة (فوق الجامعي) في المرتبة الأولى بنسبة بلغت 86.0%، وفي المرتبة الثانية فئة (الجامعي) بنسبة بلغت 12.0%، فئة (ثانوي) في المرتبة الأخيرة بنسبة بلغت 2.0%. ويوضح الجدول أن فئة (خبير أكاديمي) أتت في المرتبة الأولى بنسبة بلغت 67.0%، فيما أتت فئة (خبير ممارس) في المرتبة الثانية بنسبة بلغت 33.0% .

جدول رقم (3) يوضح متغير الخبرة

الخبرة	التكرار	النسبة
5سنوات	7	7.0٪
10-5سنة	23	23.0٪
15سنة فأكثر	70	70.0٪
المجموع	100	100.0٪

يشير الجدول رقم (3) أعلاه، أن فئة (15 سنة فأكثر) في المرتبة الأولى بنسبة بلغت 70.0%، وفي المرتبة الثانية فئة (5 –10سنة) بنسبة 23.0%، وفي المرتبة الأخيرة فئة (5 سنوات) بنسبة بلغت 7.0%. وهذه النتيجة لها تأثيرها الكبير على الدراسة، فأصحاب الخبرات رؤيتهم عميقة للأشياء، وهذا في صالح الدراسة.

المحور الثاني (توقف وتراجع الصحافة الورقية في العالم)

جدول رقم (4) رأي مجتمع الدراسة في الخلل الإداري للصحف الورقية العالمية وتراجع مبيعاتها

الخلل الإداري والبنيوي للصحف الورقية العالمية		التراجع المستمر لمبيعات الصحافة الورقية العالمية	
العبارة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة
أوافق بشدة	33	٪33.0	57	٪57.0
أوافق	30	٪30.0	36	٪36.0
محايد	10	٪10.0	4	٪4.0
لا أوافق	22	٪22.0	1	٪1.0
لا أوافق بشدة	5	٪5.0	2	٪2.0
المجموع	100	٪100.0	100	٪100.0

يتبين من الجدول رقم (4) أعلاه، أن عبارة (أوافق بشدة)، أن من أسباب تراجع الصحافة الورقية في العالم الخلل الإداري والهيكلي والبنيوي في الصحف، نالت المرتبة الأولى بنسبة بلغت 33.0%، وفي المرتبة الثانية أتت عبارة (أوافق) بنسبة بلغت 30.0%، وفي المرتبة الثالثة عبارة (لا أوافق)

بنسبة بلغت 22.0%، وفي المرتبة الرابعة عبارة (محايد) بنسبة بلغت 10.0%،وفي المرتبة الأخيرة وبفارق كبير، عبارة (لا أوافق بشدة)، بنسبة بلغت 5.0%. وتدل هذه النتيجة على أن الخلل الإداري والهيكلي والبنيوي من أسباب تراجع الصحافة الورقية في العالم. كما يتضح من الجدول رقم (4) أعلاه، أن عبارة (أوافق بشدة)، أن الصحافة الورقية في العالم تراجعت مبيعاتها، نالت المرتبة الأولى بنسبة غالبة بلغت 57.0%، وفي المرتبة الثانية أتت عبارة (أوافق) بنسبة بلغت36.0%، وفي المرتبة الثالثة عبارة (محايد) بنسبة بلغت 4.0%، وفي المرتبة الرابعة عبارة (لا أوافق بشدة) بنسبة متدنية بلغت 2.0%، وفي المرتبة الأخيرة وبفارق كبير جداً، عبارة (أوافق)، بنسبة بلغت 1.0%. وهذه النتيجة تؤكد بصورة قاطعة من أسباب تراجع الصحافة الورقية في العالم التراجع المستمر في مبيعاتها.

جدول رقم (5) رأي مجتمع الدراسة في انخفاض عائدات الصحافة الورقية من الإعلان وتأثير المتغيرات السياسية والاقتصادية عليهم.

انخفاض عائدات الصحافة الورقية من الإعلان			تأثير التغييرات السياسية والاقتصادية على الصحافة الورقية	
العبارة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة
أوافق بشدة	57	٪57.0	45	٪45.0
أوافق	29	٪29.0	30	٪30.0
محايد	9	٪9.0	11	٪11.0
لا أوافق	4	٪4.0	13	٪13.0
لا أوافق بشدة	1	٪1.0	1	٪1.0
المجموع	100	٪100.0	100	٪100.0

يلاحظ من الجدول رقم (5) أعلاه، أن عبارة (أوافق بشدة)، أن من أسباب تراجع الصحافة الورقية في العالم انخفاض عائداتها من الإعلان، نالت المرتبة الأولى بنسبة غالبة بلغت 57.0%، وفي المرتبة الثانية أتت عبارة (أوافق)

بنسبة بلغت 29.0%، وفي المرتبة الثالثة عبارة (محايد) بنسبة بلغت 9.0%، وفي المرتبة الرابعة عبارة (لا أوافق) بنسبة متدنية بلغت 9.0%، وفي المرتبة الأخيرة وبفارق كبير جداً، عبارة (أوافق بشدة)، بنسبة بلغت 1.0%. وهذه النتيجة تؤكد بصورة قاطعة من أسباب تراجع الصحافة الورقية في العالم انخفاض عائداتها من الإعلان. ويشير الجدول رقم (5) أعلاه، أن عبارة (أوافق بشدة) من أسباب تراجع الصحافة الورقية في العالم التغييرات السياسية والاقتصادية العالمية، نالت المرتبة الأولى بنسبة بلغت 45.0%، وفي المرتبة الثانية أتت عبارة (أوافق) بنسبة بلغت 30.0%، وفي المرتبة الثالثة عبارة (لا أوافق) بنسبة بلغت13.0%، وفي المرتبة الرابعة عبارة (محايد) بنسبة متدنية بلغت 11.0%، وفي المرتبة الأخيرة وبفارق كبير جداً، عبارة (لا أوافق بشدة)، بنسبة بلغت 1.0%. وتؤكد هذه النتيجة أن من أسباب تراجع الصحافة الورقية في العالم التغييرات السياسية والاقتصادية التي يشهدها العالم اليوم.

جدول رقم (6) رأي مجتمع الدراسة في تراجع الصحافة الورقية نتيجة التحرك صوب الانترنت وزيادة تكاليف النشر

تراجع الصحافة الورقية التحرك بسرعة صوب شبكة الانترنت			تراجع الصحافة الورقية نتيجة لزيادة تكاليف النشر	
العبارة	التكرار	النسبة	النسبة	النسبة
أوافق بشدة	55	٪55.0	66	٪66.0
أوافق	30	٪30.0	30	٪30.0
محايد	7	٪7.0	3	٪3.0
لا أوافق	8	٪8.0	1	٪1.0
المجموع	100	٪100.0	100	٪100.0

يوضح الجدول رقم (6) أعلاه أن عبارة (أوافق بشدة)، أن من أسباب تراجع الصحافة الورقية في العالم التحرك بسرعة صوب شبكة الانترنت، نالت المرتبة الأولى بنسبة غالبة بلغت 55.0%، وفي المرتبة الثانية أتت عبارة

(أوافق) بنسبة بلغت 30.0%، وفي المرتبة الثالثة عبارة (لا أوافق) بنسبة بلغت 8.0%، وفي المرتبة الرابعة عبارة (محايد) بنسبة متدنية بلغت 7.0%، فيما غابت تماماً، عبارة(لا أوافق بشدة). وهذه النتيجة تؤكد من أسباب تراجع الصحافة الورقية في العالم التحرك صوب شبكة الانترنت. ويلاحظ من الجدول رقم (6) أعلاه، أن عبارة(أوافق بشدة)، أن من أسباب تراجع الصحافة الورقية في العالم زيادة تكاليف النشر، نالت المرتبة الأولى بنسبة غالبة بلغت 66.0%، وفي المرتبة الثانية أتت عبارة (أوافق) بنسبة بلغت 30.0%، وفي المرتبة الثالثة عبارة (محايد) بنسبة بلغت3.0%، وفي المرتبة الرابعة عبارة (لا أوافق) بنسبة متدنية جداً بلغت 1.0%، فيما غابت تماماً، عبارة (أوافق بشدة). وهذه النتيجة تؤكد من أسباب تراجع الصحافة الورقية زيادة تكاليف النشر.

المحور الثالث (المنافسة ومقوماتها لدى الصحف الورقية)

جدول رقم (7) رأي مجتمع الدراسة في منافسة الصحف الورقية للصحف الإلكترونية

العبارة	التكرار	النسبة
نعم	35	٪35.0
لا	65	٪65.0
المجموع	100	٪100.0

يلاحظ من الجدول رقم (7) أعلاه، أن عبارة (لا) نالت المرتبة الأولى في عدم استطاعت الصحف الورقية منافسة الصحف الإلكترونية بنسبة بلغت غالبة بلغت 65.0%، فيما نالت عبارة (نعم) المرتبة الثانية بنسبة بلغت 35.0%. وهذه النتيجة دلالة على أن الصحف الورقية غدت غير منافسة للصحف الإلكترونية.

جدول رقم (8) رأي مجتمع الدراسة في تناول الصحف الورقية (لهموم الجمهور والموضوعية) لمنافسة الإعلام الالكتروني

تناول الصحف الورقية لهموم الجمهور لمنافسة الإعلام الإلكتروني		منافسة الصحيفة الورقية الإعلام الإلكتروني عبر الموضوعية	
العبارة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة
أوافق بشدة	31	٪31.0	24	٪24.0
أوافق	4	٪4.0	11	٪11.0
المجموع	35	٪35.0	35	٪35.0
لم يجيبوا	65	٪65.0	65	٪65.0
المجموع	100	٪100.0	100	٪100.0

يلاحظ من الجدول رقم (8) أعلاه، أن نسبة الذين قالوا أن الصحيفة السودانية الورقية تستطيع منافسة الإعلام الإلكتروني باهتمامها بتناول قضايا الجمهور، في المرتبة الأولى (أوافق بشدة)، بنسبة بلغت 31.0%، وفي المرتبة الثانية أتت عبارة (أوافق) بنسبة بلغت 4.0%، وهنالك نسبة 65.0% لم يجيبوا لأنهم ذكروا في الجدول رقم (7) أن الصحافة الورقية لا تستطيع منافسة الإعلام الالكتروني(وهي نسبة غالبة)، مما يؤكد عدم منافسة الصحيفة الورقية السودانية للإعلام الإلكتروني وإن اهتمت بقضايا الجمهور. وأيضاً يتضح من الجدول رقم (8) أعلاه، أن نسبة (الفئة) التي قالت أن الصحيفة السودانية الورقية تستطيع منافسة الإعلام الإلكتروني عبر الموضوعية والبعد عن التحيز، أتت في المرتبة الأولى(أوافق بشدة)، بنسبة بلغت 24.0%، وفي المرتبة الثانية أتت عبارة (أوافق) بنسبة بلغت 11.0%، وهنالك نسبة 65.0% لم يجيبوا لأنهم ذكروا في الجدول رقم (7) أن الصحافة الورقية لا تستطيع منافسة الإعلام الالكتروني(وهي غالبة)، مما يؤكد عدم منافسة الصحيفة الورقية السودانية للإعلام الإلكتروني عبر الموضوعية والبعد عن التحيز.

جدول رقم (9) رأي مجتمع الدراسة في منافسة الصحيفة الورقية الإعلام الالكتروني عبر(تميز المضمون والحرية)

منافسة الصحيفة الورقية الإعلام الإلكتروني عبر تميز المضمون			منافسة الصحيفة الورقية الإعلام الإلكتروني عبر الحرية	
العبارة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة
أوافق بشدة	27	٪27.0	28	٪28.0
أوافق	8	٪8.0	5	٪5.0
محايد	-	-	1	٪1.0
لا أوافق	-	-	1	٪1.0
لم يجيبوا	65	٪65.0	65	٪65.0
المجموع	100	٪100.0	100	٪100.0

يتبين من الجدول رقم (9) أعلاه، أن نسبة (الفئة) التي قالت أن الصحيفة السودانية الورقية تستطيع منافسة الإعلام الإلكتروني عبر تميز المضمون والشكل، أتت في المرتبة الأولى عبارة (أوافق بشدة)، بنسبة بلغت 27.0%، وفي المرتبة الثانية أتت عبارة (أوافق) بنسبة بلغت 8.0% وهنالك نسبة 65.0% لم يجيبوا لأنهم ذكروا في الجدول رقم (7) أن الصحافة الورقية لا تستطيع منافسة الإعلام الالكتروني(وهي نسبة غالبة)، مما يؤكد عدم منافسة الصحيفة الورقية السودانية للإعلام الإلكتروني عبر تميز المضمون والشكل. ويؤكد الجدول رقم (9) أعلاه، أن نسبة (الفئة) التي قالت أن الصحيفة السودانية الورقية تستطيع منافسة الإعلام الإلكتروني عبر زيادة مساحة الحرية، أتت في المرتبة الأولى عبارة (أوافق بشدة)، بنسبة بلغت 28.0%، وفي المرتبة الثانية أتت عبارة (أوافق) بنسبة بلغت 5.0%، وفي المرتبة الأخيرة اشتركت عبارتا (محايد) و(لأوافق) بنسبة بلغت 1.0%، وهنالك نسبة 65.0% لم يجيبوا لأنهم ذكروا في الجدول رقم (7) أن الصحافة الورقية لا تستطيع منافسة الإعلام

الالكتروني(وهي نسبة غالبة)، مما يؤكد عدم منافسة الصحيفة الورقية السودانية للإعلام الإلكتروني عبر زيادة مساحة الحرية.

جدول رقم (10) رأي مجتمع الدراسة في (ضعف الإمكانيات المادية وعدم وجود فرص التأهيل) من معوقات منافسة الصحيفة الورقية

ضعف الإمكانيات المادية من معوقات منافسة الصحيفة الورقية			عدم وجود فرص التأهيل معوقات منافسة الصحيفة الورقية	
العبارة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة
أوافق بشدة	47	٪47.0	40	٪40.0
أوافق	12	٪12.0	17	٪17.0
محايد	2	٪2.0	2	٪2.0
لا أوافق	4	٪4.0	6	٪6.0
لم يجيبوا	35	٪35.0	35	٪35.0
المجموع	100	٪100.0	100	٪100.0

يلاحظ من الجدول رقم (10) أعلاه، أن عبارة (أوافق بشدة)،على أن من معوقات منافسة الصحيفة الورقية للإعلام الإلكتروني في ضعف الإمكانيات المادية، نالت المرتبة الأولى بنسبة غالبة بلغت 47.0%، وفي المرتبة الثانية، جاءت عبارة (أوافق)، بنسبة بلغت 12.0%، وفي المرتبة الثالثة عبارة (لا أوافق) بنسبة بلغت4.0%، وفي المرتبة الرابعة عبارة (محايد) بنسبة متدنية بلغت 2.0%، فيما غابت تماماً، عبارة (لا أوافق بشدة)، وبلغت نسبة العبارات المفقودة، 35.0%. وهذه النتيجة تؤكد أن ضعف الإمكانيات المادية من معوقات منافسة الصحيفة الورقية للإعلام الإلكتروني. ويتضح من الجدول رقم (10) أعلاه، أن عبارة (أوافق بشدة)، على أن من معوقات منافسة الصحيفة الورقية للإعلام الإلكتروني في عدم وجود فرص للتأهيل والتدريب للعاملين، نالت المرتبة الأولى بنسبة غالبة بلغت 40.0%، وفي المرتبة الثانية، جاءت عبارة (أوافق)، بنسبة بلغت 17.0%، وفي المرتبة الثالثة عبارة (لا أوافق) بنسبة

بلغت6.0%، وفي المرتبة الرابعة عبارة (محايد) بنسبة متدنية بلغت 2.0%، فيما غابت تماماً، عبارة (لا أوافق بشدة)، وبلغت نسبة العبارات المفقودة، 35.0%. وهذه النتيجة تؤكد أن عدم وجود فرص للتأهيل والتدريب للعاملين من معوقات منافسة الصحيفة الورقية للإعلام الإلكتروني.

جدول رقم (11) رأي مجتمع الدراسة (عدم مواكبة التقنية الحديثة وسيادة مفاهيم تقليدية) من معوقات منافسة الصحيفة الورقية

عدم مواكبة التقنية الحديثة من معوقات منافسة الصحيفة الورقية			سيادة مفاهيم الإدارة التقليدية من معوقات منافسة الصحيفة الورقية	
العبارة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة
أوافق بشدة	36	٪36.0	39	٪39.0
أوافق	22	٪22.0	22	٪22.0
محايد	3	٪3.0	3	٪3.0
لا أوافق	2	٪2.0	–	–
لا أوافق بشدة	2	٪2.0	1	٪1.0
لم يجيبوا	35	٪35.0	35	٪35.0
المجموع	100	٪100.0	100	٪100.0

يلاحظ من الجدول رقم (11) أعلاه، أن عبارة (أوافق بشدة)، على أن من معوقات منافسة الصحيفة الورقية للإعلام الإلكتروني عدم مواكبة التقنية الحديثة، نالت المرتبة الأولى بنسبة غالبة بلغت 36.0%، وفي المرتبة الثانية، جاءت عبارة (أوافق)، بنسبة بلغت 22.0%، وفي المرتبة الثالثة عبارة (محايد) بنسبة بلغت3.0%، وفي المرتبة الرابعة اشتركت عبارتا (لا أوافق) و(لا أوافق بشدة) بنسبة متدنية بلغت 2.0%، فيما بلغت نسبة العبارات المفقودة، 35.0%. وهذه النتيجة تؤكد أن عدم مواكبة التقنية الحديثة من معوقات منافسة الصحيفة الورقية للإعلام الإلكتروني. كما يبين الجدول رقم (11) أعلاه، أن عبارة (أوافق بشدة)، على أن من معوقات منافسة الصحيفة الورقية للإعلام الإلكتروني

في سيادة مفاهيم الإدارة التقليدية، نالت المرتبة الأولى بنسبة غالبة بلغت 39.0%، وفي المرتبة الثانية، جاءت عبارة (أوافق)، بنسبة بلغت 22.0%، وفي المرتبة الثالثة عبارة (محايد) بنسبة بلغت3.0%، وفي المرتبة الرابعة عبارة (لا أوافق بشدة) بنسبة متدنية بلغت 1.0%، فيما غابت تماماً، عبارة (لا أوافق)، وبلغت نسبة العبارات المفقودة، 35.0%. وهذه النتيجة تؤكد أن سيادة مفاهيم الإدارة التقليدية من معوقات منافسة الصحيفة الورقية للإعلام الإلكتروني.

المحور الرابع: (آليات تطوير الصحف الورقية السودانية)

جدول رقم (12) يوضح رأي مجتمع الدراسة في آليات تطوير الصحف الورقية السودانية (تغيير نمط الملكية والنظام الإداري التقليدي وإدخال التقنية الحديثة في الحقل الصحفي).

آليات تطوير الصحف الورقية السودانية تغيير نمط الملكية والنظام الإداري التقليدي			آليات تطوير الصحف الورقية السودانية إدخال التقنية الحديثة في الحقل الصحفي	
العبارة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة
أوافق بشدة	67	٪67.0	75	٪75.0
أوافق	24	٪24.0	25	٪25.0
محايد	6	٪6.0	–	–
لا أوافق	2	٪2.0	–	–
لا أوافق بشدة	–	–	–	–
المجموع	100	٪100.0	100	٪100.0

يلاحظ من الجدول رقم (12) أعلاه، أن عبارة (أوافق بشدة)، على أن تغيير نمط الملكية والنظام الإداري التقليدي من آليات تطوير الصحف الورقية السودانية، نالت المرتبة الأولى بنسبة غالبة بلغت 67.0%، وفي المرتبة الثانية، جاءت عبارة (أوافق)، بنسبة بلغت 24.0%، وفي المرتبة الثالثة عبارة (محايد) بنسبة بلغت6.0%، وفي المرتبة الرابعة عبارة (لا أوافق) بنسبة متدنية بلغت

2.0%، فيما غابت تماماً، عبارة (لا أوافق بشدة)، وبلغت نسبة العبارات المفقودة، 1.0%. وهذه النتيجة تؤكد أن تغيير نمط الملكية وشكل الإدارية التقليدي من آليات تطوير الصحف الورقية السودانية. ويبين الجدول رقم (12) أعلاه، أن عبارة (أوافق بشدة)، بأن إدخال التقنية الحديثة في الحقل الصحفي من آليات تطوير الصحف السودانية الورقية، أتت في المرتبة الأولى بنسبة غالبة بلغت 75.0%، وفي المرتبة الثانية أتت عبارة (أوافق)، بنسبة بلغت 25.0%، هذه النتيجة تؤكد أن إدخال التقنية الحديثة في الحقل الصحفي من آليات تطوير الصحف السودانية الورقية.

جدول رقم (13) رأي مجتمع الدراسة في آليات تطوير الصحف الورقية السودانية (دعم الدولة عبر الإعلان والتوزيع ومدخلات الإنتاج للصحف وتطوير مضمون وشكل الصحف الورقية)

آليات تطوير الصحف الورقية السودانية دعم الدولة عبر الإعلان والتوزيع ومدخلات الإنتاج للصحف			آليات تطوير الصحف الورقية السودانية تطوير مضمون وشكل الصحف الورقية	
العبارة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة
أوافق بشدة	65	٪65.0	72	٪72.0
أوافق	29	٪29.0	26	٪26.0
محايد	1	٪1.0	1	٪1.0
لا أوافق	2	٪2.0	1	٪1.0
لا أوافق بشدة	3	٪3.0	-	-
المجموع	100	٪100.0	100	٪100.0

يتضح من الجدول رقم (13) أعلاه، أن عبارة (أوافق بشدة)، دعم الدولة عبر الإعلان والتوزيع ومدخلات الإنتاج من آليات تطوير الصحف السودانية الورقية، نالت المرتبة الأولى بنسبة غالبة بلغت 67.0%، وفي المرتبة الثانية، جاءت عبارة (أوافق)، بنسبة بلغت 24.0%، وفي المرتبة الثالثة عبارة (محايد)

بنسبة بلغت6.0%، وفي المرتبة الرابعة عبارة (لا أوافق) بنسبة متدنية بلغت 2.0%، فيما غابت تماماً، عبارة (لا أوافق بشدة)، وبلغت نسبة العبارات المفقودة، 1.0%. وهذه النتيجة تؤكد أن تغيير نمط الملكية وشكل الإدارية التقليدي من آليات تطوير الصحف الورقية السودانية. ويتأكد من الجدول رقم (13) أعلاه، أن عبارة (أوافق بشدة)، على أن تطوير مضمون وشكل الصحف الورقية السودانية من آليات تطويرها، نالت المرتبة الأولى بنسبة غالبة بلغت 72.0%، وفي المرتبة الثانية، جاءت عبارة (أوافق)، بنسبة بلغت 26.0%، وفي المرتبة الثالثة، اشتركت عبارتا (محايد) و(لا أوافق) بنسبة بلغت1.0%. وهذه النتيجة تؤكد أن تطوير مضمون وشكل الصحف السودانية الورقية من آليات تطويرها.

جدول رقم (14) رأي مجتمع الدراسة في آليات تطوير الصحف الورقية السودانية (تطوير تشريعات وقوانين العمل الصحفي ومعرفة الجمهور المستهدف بالرسالة الصحفية)

آليات تطوير الصحف الورقية السودانية تطوير تشريعات وقوانين العمل الصحفي			آليات تطوير الصحف الورقية السودانية معرفة الجمهور المستهدف بالرسالة الصحفية	
العبارة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة
أوافق بشدة	72	٪72.0	61	٪61.0
أوافق	23	٪23.0	34	٪34.0
محايد	2	٪2.0	2	٪2.0
لا أوافق	3	٪3.0	2	٪2.0
لا أوافق بشدة	–	–	1	٪1.0
المجموع	100	٪100.0	100	٪100.0

يلاحظ من الجدول رقم (14) أعلاه، أن عبارة (أوافق بشدة) على أن تطوير تشريعات وقوانين العمل الصحفي من آليات تطوير الصحف السودانية الورقية، نالت المرتبة الأولى بنسبة غالبة بلغت 72.0%، وفي المرتبة الثانية، جاءت

عبارة (أوافق)، بنسبة بلغت 23.0%، وفي المرتبة الثالثة، أتت عبارة (لا أوافق) بنسبة بلغت 3.0%، وفي المرتبة الرابعة، جاءت عبارة (محايد) بنسبة بلغت2.0%. وهذه النتيجة تؤكد أن تطوير تشريعات وقوانين العمل الصحفي من آليات تطوير الصحف السودانية الورقية. كما يبين الجدول رقم (14) أعلاه، أن عبارة (أوافق بشدة)، على أن معرفة الجمهور المستهدف بالرسالة الصحفية من آليات تطوير الصحف السودانية الورقية، نالت المرتبة الأولى بنسبة غالبة بلغت 61.0%، وفي المرتبة الثانية، جاءت عبارة (أوافق)، بنسبة بلغت 34.0%، وفي المرتبة الثالثة، اشتركت عبارتا (محايد) و(لا أوافق) بنسبة بلغت2.0%، وفي المرتبة الأخيرة، جاءت عبارة (لا أوافق بشدة) بنسبة متدنية بلغت 1.0%. وهذه النتيجة تؤكد أن معرفة الجمهور المستهدف بالرسالة الصحفية من آليات تطوير الصحف الورقية السودانية.

جدول رقم (15) رأي مجتمع الدراسة في آليات تطوير الصحف الورقية السودانية (الاقتصاد في عملية استخدام وفرز الألوان بالصحف الورقية و تحديد عدد مناسب للصفحات)

آليات تطوير الصحف الورقية السودانية الاقتصاد في عملية استخدام وفرز الألوان			آليات تطوير الصحف الورقية السودانية تحديد عدد مناسب للصفحات	
العبارة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة
أوافق بشدة	37	٪37.0	45	٪45.0
أوافق	26	٪26.0	30	٪30.0
محايد	19	٪19.0	11	٪11.0
لا أوافق	16	٪16.0	12	٪12.0
لا أوافق بشدة	2	٪2.0	2	٪2.0
المجموع	100	٪100.0	100	٪100.0

يتضح من الجدول رقم (15) أعلاه، أن عبارة (أوافق بشدة)،الاقتصاد في عملية استخدام وفرز الألوان بالصحف الورقية السودانية من آليات تطويرها،

نالت المرتبة الأولى بنسبة بلغت 37.0%، وفي المرتبة الثانية، جاءت عبارة (أوافق)، بنسبة بلغت 26.0%، وفي المرتبة الثالثة عبارة (محايد) بنسبة بلغت19.0%، وفي المرتبة الرابعة عبارة (لا أوافق) بنسبة متدنية بلغت 16.0%، في المرتبة الخامسة، عبارة (لا أوافق بشدة)، بنسبة بلغت 2.0%. وهذه النتيجة تؤكد أن الاقتصاد في عملية استخدام وفرز الألوان بالصحف الورقية من آليات تطويرها. ويتبين من الجدول رقم (15) أعلاه، أن عبارة (أوافق بشدة)،أن تحديد عدد مناسب للصفحات بالصحف الورقية السودانية من آليات تطويرها، نالت المرتبة الأولى بنسبة بلغت 45.0%، وفي المرتبة الثانية، جاءت عبارة (أوافق)، بنسبة بلغت 30.0%، وفي المرتبة الثالثة عبارة (محايد) بنسبة بلغت11.0%، وفي المرتبة الرابعة عبارة (لاأوافق) بنسبة متدنية بلغت 12.0%، في المرتبة الخامسة، عبارة (لا أوافق بشدة)، بنسبة بلغت 2.0%. وهذه النتيجة تؤكد أن تحديد عدد مناسب للصفحات بالصحف الورقية من آليات تطويرها.

نتائج الدراسة:

1. أكدت الدراسة أن من آليات تطوير الصحافة الورقية السودانية الاهتمام بتطوير مضمونها وشكلها.
2. كشفت الدراسة أن التغيرات السياسية والاقتصادية في العالم ويضاف إليها الخلل الإداري للصحافة وزيادة تكاليف النشر وضعف الإمكانيات المادية وانخفاض عائدات الإعلانات والتراجع المستمر في المبيعات واتجاه الجمهور صوب الانترنت وعدم اهتمام جمهور الشباب بالمطبوع وانتصار ثقافة الحصول المجاني على المعلومة من أسباب تراجع وتوقف بعض الصحافة الورقية في العالم.
3. أثبتت الدراسة أن من معوقات منافسة الصحافة الورقية للصحافة الالكترونية ضعف الإمكانات المادية وضعف الإمكانات المادية وعدم التميز في

المضمون وقلة فرص تأهيل العاملين وعدم مواكبة المتغيرات والتقنيات الحديثة.

4. أبرزت الدراسة أن الصحافة الورقية لا تنتهي والوسائل الإعلامية الحديثة لا تؤدي إلى انقراض الوسائل الأقدم منها، وغيابها يسبب فجوة في المعرفة، فهي باقية ولكنها في أشكال وأساليب جديدة.
5. أوضحت الدراسة أن الصحافة السودانية الورقية تعاني من ضعف في بنيتها التحتية المؤسسية والهيكلية، إضافة إلى سيادة مفاهيم إدارية تقليدية إضافة إلى ارتفاع مدخلات إنتاجها وتكاليف نشرها وتراجع الدخل الإعلاني فيها، وانخفاض مبيعاتها.
6. بينت الدراسة أن أنسب نمط لملكية الصحافة الورقية في ظل العولمة والتغيرات الاقتصادية والسياسية والاجتماعية العالمية هو الملكية الخاصة أو نظام الهيئات العامة ذات الاستقلالية.
7. تؤكد الدراسة أن من آليات تطوير الصحافة الورقية السودانية تغيير نمط الملكية والنظام الإداري التقليدي مع دعم الدولة لها عبر الإعلانات والتوزيع ومدخلات الإنتاج الصحفي، وأيضاً الاهتمام بالمضمون وإدخال التقنية الحديثة في العمل الصحفي، وتطوير التشريعات والقوانين الصحفية والاقتصاد في عملية استخدام وفرز الألوان وتحديد عدد مناسب من الصفحات للصحيفة.

وعلى ضوء هذه النتائج توصي الدراسة بالآتي :

1- لابد من الاستجابة للتطورات والتغيرات العالمية في مجالات السياسية والاقتصادية والاجتماعية والتقنية لمواكبة العصر، بوجود تكتلات صحفية ضخمة، لها تأثيرها على صانع القرار، مما يضمن لها الاستقرار والثبات.
2- يجب تهيئة البيئة الصالحة لنمو الاستثمارات الصحفية وذلك بسن التشريعات الجاذبة والاتفاق على المواثيق الأخلاقية الضامنة لنزاهة العمل الصحفي، لبناء مؤسسات إعلامية صلبة وشامخة، تجعل المهنة جاذبة لمستثمريها، وغير طاردة لأهلها.

3- لابد من توفر الدعم الحكومي اللوجستي للصحافة الورقية ومعاملة مدخلات إنتاجها كمعاملة السلع الغذائية، فالعقل لا يقل اهتماماً من الجسد، فيجب تقديم كافة التسهيلات المباشرة وغير المباشرة لها، من إعفاءات ضريبية وجمركية، وتسهيل حركة التوزيع والإعلان لها.

4- على الصحافة الورقية السودانية الاهتمام والارتقاء بكادرها الصحافي، من حيث توفير سبل الاستقرار الوظيفي له، ثم فتح مجالات التدريب والتطوير أمامه من أجل التعامل مع معطيات ومتطلبات العصر الرقمي.

5- يجب على الصحافة الورقية تنويع نشاطاتها الإعلامية لتوفير شكل ومحتوى مميز وجذاب، وإفساح المجال للصحافة الاستقصائية والتحليلية والتقريرية بحيث تتحول إلى صحافة الكترونية والاستجابة لرغبات الجمهور في الموضوعات المتنوعة وتطوير صحافة الخدمات والتفاعل مع القراء.

الهوامش:

1. سمير محمد حسين ، (2006م) ، دراسات في مناهج البحث العلمي ، بحوث الإعلام ،ط2 ، القاهرة ، عالم الكتب، ص 143.
2. ياسر سليم ،(2017م)، مستقبل الإعلان في الصحافة الورقية في ظل تنامي الإعلان على شبكات الإعلام الاجتماعي، دراسة ميدانية، (رسالة ماجستير غير منشورة)، جامعة أمدرمان الإسلامية ، كلية الإعلام.
3. فاطمة الزهراء عمر الدويك؛ (2017)، واقع الصحافة المطبوعة في فلسطين في ظل تكنولوجيا الاتصال ، دراسة ميدانية ، (رسالة ماجستير غير منشورة) ، الجامعة الإسلامية بغزة ، قسم الصحافة .
4. فاطمة علي حسن فرج، (2016م)، تأثير المواقع الإلكترونية للصحف المصرية على مقروئية الصحف المطبوعة ، دراسة ميدانية (رسالة ماجستير غير منشورة) ، بجامعة بني سويف ؛ قسم الصحافة.
5. مها ذياب،(2002) تهديدات العولمة للوطن العربي، المستقبل العربي، عدد 276، مركز دراسات الوحدة العربية، بيروت.
6. سمير محمد حسين ، مرجع سابق، ص 147.
7. عوض إبراهيم، (2018م) ؛مدخل إلي الإعلام ، ط1، القاهرة ، الدار العالمية للنشر ، ص58.
8. أديب مروة ، (1961)، الصحافة العربية نشأتها وتطورها ، ط1، بيروت ، دار مكتبة الحياة ، ص 156-157.

9. قينان عبد الله الغامدي،(مايو 2012)، التوافق والتنافر بين الإعلام التقليدي والإعلام الإلكتروني ، ورقة بحثية ، ندوة الإعلام والأمن الإلكتروني، جامعة الأمير نايف العربية للعلوم الأمنية، ص 10
10. ماهر عودة الشمايلة و محمود عزت اللحام وآخرون،(2015) الصحافة المتخصصة، ط1، الأردن، عمان، دار الاعصار العلمي للنشر، ص 187.
11. باسل عبد المحسن القاضي، (2015)، عولمة الوعي بين الأنترنت والمعلوماتية، ط1، الأردن، عمان، دار دجلة للنشر، ص 18.
12. ياس خضير البياتي، (2014)، الإعلام الجديد" الدولة الإفتراضية الجديدة"، ط1، الاردن، عمان، دار البداية للنشر، 109 – 110.
13. أندريا بريس وبروس ويليامز، (2012)، البيئة الإعلامية الجديدة، ط1، القاهرة، دار الفجر للنشر، ص 20 –21.
14. ياسر خضير البياتي، مرجع سابق، ص 26.
15. علي خير شقرة، (2014)، الإعلام الجديد– شبكات التواصل الاجتماعي، ط1، الأردن، عمان، دار أسامة للنشر، ص 50 – 57.
16. باسل عبد المحسن القاضي، مرجع سابق، ص 20 – 21.
17. حسونة، شبكة الألوكة، ص 37.
18. علي عبد الفتاح كنعان،(2014) ، الصحافة الالكترونية في ظل الثورة التكنولوجية، الأردن، عمان، اليازوري للنشر، ص 75.
19. ياس خضير البياتي ، مرجع سابق، ص 127 – 128.
20. ماهر عودة الشمايلة و محمود عزت اللحام وآخرون، مرجع سابق، ص 188.

المراجع والمصادر:

1. سمير محمد حسين ، (2006م) ، دراسات في مناهج البحث العلمي ، بحوث الإعلام ،ط2 ، القاهرة ، عالم الكتب، ص 143.
2. ياسر سليم ،(2017م)، مستقبل الإعلان في الصحافة الورقية في ظل تنامي الإعلان على شبكات الإعلام الاجتماعي، دراسة ميدانية، (رسالة ماجستير غير منشورة)، جامعة أمدرمان الإسلامية ، كلية الإعلام.
3. فاطمة الزهراء عمر الدويك؛ (2017)، واقع الصحافة المطبوعة في فلسطين في ظل تكنولوجيا الاتصال ، دراسة ميدانية ، (رسالة ماجستير غير منشورة) ، الجامعة الإسلامية بغزة ، قسم الصحافة .
4. فاطمة علي حسن فرج، (2016م)، تأثير المواقع الإلكترونية للصحف المصرية على مقروئية الصحف المطبوعة ، دراسة ميدانية (رسالة ماجستير

غير منشورة) ، بجامعة بني سويف ؛ قسم الصحافة.
5. مها ذياب،(2002) تهديدات العولمة للوطن العربي، المستقبل العربي، عدد 276، مركز دراسات الوحدة العربية، بيروت.
6. عوض إبراهيم، (2018م) ؛مدخل إلي الإعلام ، ط1، القاهرة ، الدار العالمية للنشر ، ص58.
7. أديب مروة ، (1961)، الصحافة العربية نشأتها وتطورها ، ط1، بيروت ، دار مكتبة الحياة ، ص 156–157.
8. قينان عبد الله الغامدي،(مايو 2012)، التوافق والتنافر بين الإعلام التقليدي والإعلام الإلكتروني ، ورقة بحثية ، ندوة الإعلام والأمن الإلكتروني، جامعة الأمير نايف العربية للعلوم الأمنية، ص 10
9. ماهر عودة الشمايلة و محمود عزت اللحام وآخرون،(2015) الصحافة المتخصصة، ط1، الأردن، عمان، دار الاعصار العلمي للنشر، ص 187.
10. باسل عبد المحسن القاضي، (2015)، عولمة الوعي بين الأنترنت والمعلوماتية، ط1، الأردن، عمان، دار دجلة للنشر، ص 18.
11. ياسر خضير البياتي، (2014)، الإعلام الجديد" الدولة الإفتراضية الجديدة"، ط1، الاردن، عمان، دار البداية للنشر، 109 – 110.
12. أندريا بريس وبروس ويليامز، (2012)، البيئة الإعلامية الجديدة، ط1، القاهرة، دار الفجر للنشر، ص 20 –21.
13. علي خير شقرة، (2014)، الإعلام الجديد– شبكات التواصل الاجتماعي، ط1، الأردن، عمان، دار أسامة للنشر، ص 50 – 57.
14. بحسونة، شبكة الألوكة، ص 37.
15. علي عبد الفتاح كنعان،(2014) ، الصحافة الالكترونية في ظل الثورة التكنولوجية، الأردن، عمان، اليازوري للنشر، ص 75.