

الفصل الرابع

مصادر المعلومات في الإعلام البترولي

تعتبر مصادر المعلومات أساساً مهماً في العمل الإعلامي لا يمكن الاستغناء عنه، أو التهوين من شأنه، أو التساهل في التعامل معه. وهذه المصادر هي الزاد الذي ينهل الإعلامي منه، والمعين الذي يعتمد عليه في مواده الخبرية المختلفة، و المرجع الذي يعود إليه للتأكد من البيانات والمعلومات والأرقام الواردة من هنا وهناك، كما أنها إحدى مواد تعزيز ثقافته، وترسيخ معلوماته.

وإذا كانت تلك المصادر ذات أهمية معينة للإعلاميين بصورة عامة، فإنها ذات أهمية بالغة جداً للإعلاميين المتخصصين في مجال الإعلام البترولي، ذلك أنها تعتبر بمنزلة مراجع رئيسية لهم، وأعمدة أساسية تقوم عليها موادهم الإعلامية المختلفة.

ومن أهم محددات الإعلام المتخصص وجود مصادر معلومات عصرية ومتطورة عن المجالات المتخصصة على المستوى المحلي والإقليمي والدولي، ذلك أن مهام الإعلام والشرح والتفسير والتسليية والإقناع وغيرها من وظائف الإعلام، تحتاج بالضرورة إلى عرض المعارف والمعلومات على الناس. وأهمية المعلومات والبيانات والأرقام في عصر المعلومات مسألة لا تخفى أهميتها على أحد. لذا فإن إعلاماً متخصصاً فاعلاً يحتاج بالضرورة إلى مصادر معلومات عصرية ومتطورة، تزود الإعلاميين العاملين في أي مجال من مجالات الإعلام المتخصص بالمعلومات المتجددة في مختلف ميادين العلوم والمعارف.

والإعلام البترولي يعني في جوهره استخدام كل وسائل الإعلام لإيصال المعلومات المتعلقة بالقضايا البترولية إلى الأفراد والجماعات في المجتمع الذي

تخدمه، والمجتمعات ذات الصلة، إضافة إلى كل النشاطات ذات الارتباط الوثيق بالبترول وشؤونه.

وهذا النوع المتخصص من الإعلام - أي الإعلام البترولي - أوسع بكثير من تصريح لمسؤول هنا وبيان لمسؤول هناك، وهو «يحاول أن يرصد العلاقات الدولية والمؤثرات السياسية المتداخلة في اتخاذ القرار النفطي. لكن في نهاية المطاف، تعتمد الأسواق والأسعار على ما يقدمه الإعلام النفطي من أرقام وبيانات ومعلومات سياسية واقتصادية»^(١).

والمعلومات المتخصصة بالإعلام البترولي تكون عادة على مستوى وطني (من خلال وزارات النفط، والمؤسسات والوكالات التي يتصل نشاطها بالنفط، أو الجمعيات والمعاهد التقنية المستقلة)، وعلى المستوى الإقليمي مثلاً (كأوبك)، وعلى المستوى الدولي (كأوبك) ووكالة الطاقة الدولية:

والإعلام على هذا المستوى العلمي يتضمن خدمات إعلامية عالية التخصص «مصممة خصيصاً لتوفير وجمع ومعالجة وتخزين واستعادة المعلومات، وذلك على نمط معين ومنظم، إضافة إلى توفير المعلومات الضرورية عن الخواص الطبيعية للبترول نفسه، أو المعلومات التي لها صلة بأساليب استكشاف النفط واستخدامه في عملية التنمية الاقتصادية في القطر. والقدرات التي تجعل الوصول إلى هذه المعرفة وهذه المعلومات أمراً ميسوراً، يشار إليها غالباً بالبنية الأساسية لنظام المعلومات»^(٢).

والإعلام العصري صار إعلام معلومات وتحليل، وليس إعلام مواعظ وافتراضات عبثية، ولربما كان الإعلام البترولي أكثر أنواع الإعلام المتخصص حاجة إلى شرح المعلومات وتوضيحها وتفسير دلالاتها، لاسيما من وجهة نظر الدول المنتجة للبترول.

(١) خدوري، ص ١٦٥.

(٢) الشريف، ص ٣٢٩.

وهذه المصادر تتفاوت من حيث الدقة والموضوعية والحيادية والشمول والنزاهة والمصداقية ... وما شابه ذلك من السمات الضرورية للمواد الإعلامية، كما أنها تتفاوت من حيث الارتباط الزمني، فبعضها يومي، ومنها ما هو أسبوعي أو شهري، ومنها ما هو بعيد عن هذا الارتباط، إذ تعتمد نشر الموضوعات وفقاً للأحداث والتطورات الحاصلة في ميدان البترول و البتروكيمياويات والطاقة والطاقة البديلة.

وثمة فجوة كبيرة وحقيقية «في كمية ونوعية وسرعة تدفق المعلومات المعلنة من قبل الدول المنتجة، مقارنة بما يصدر عن الدول المستهلكة والمنظمات التابعة للجهتين. وخير مثال على الفرق والتأثير في الأرقام والتقارير، هو ما يصدر عن وكالة الطاقة الدولية من جهة ومنظمة (أوبك) من جهة أخرى»^(١).

وهناك إنتاج فكري في هذا الميدان « يتضاعف مرة كل خمس وعشرين سنة نظراً لدقة تخصصه وموضوعاته، ويتمثل ذلك فيما ينشر عن البترول في العالم من كتب ودوريات ومؤتمرات وأبحاث الجمعيات العلمية وتقارير الهيئات والمؤسسات»^(٢).

وإذا كان هذا الكلام صحيحاً قبل نحو ٣٠ سنة، وفقاً للمرجع الذي اعتمد عليه كاتبه، فإن هذا الإنتاج ربما يتضاعف كل نحو خمس سنوات أو أقل بسبب الثورة المعرفية الهائلة التي اجتاحت كل مكان، ولاسيما شبكة الإنترنت، وازدياد اهتمام معظم دول العالم - بما فيها من جامعات وكليات ومعاهد علمية وبحثية - بالصناعة النفطية، وانتشار المطبوعات الخاصة بهذه الصناعة في كل مكان وازدياد عدد العاملين فيها.

ولاشك في أهمية اعتماد الإعلاميين البتروليين على الأعمال الفكرية

(١) خدوري، ص ١٦٥.

(٢) سالم، شوقي: «مصادر المعلومات البترولية»، في كتاب محاضرات في الإعلام البترولي،

والأكاديمية والنظريات العلمية والنماذج الرياضية والإحصائية التي ستخضع لنقاش طويل على مدار السنوات المقبلة، وعملية تكوين أساسيات هذا الفكر البترولي ستستغرق سنوات طويلة، في حين قد تستغرق عملية بناء الفكر نفسه عدة عقود من الزمن^(١).

وفي عام ١٩٨٠م قدر عدد الدوريات التي تتناول (هندسة البترول) فقط بنحو ٢٠٠ دورية تصدر بلغات متعددة، وكان من الصعب حينذاك تحديد عدد الدوريات التي تتصل بكل مجالات البترول؛ نظراً لأن هناك وجهات نظر كثيرة تتصل به وتختلف في طبيعتها ومحتواها عنه. وقدر عدد الدوريات التي تصدر في مجال البترول - من قريب أو بعيد - في عام ١٩٦٦م بنحو ٥٠٠ دورية تصدر في أنحاء العالم، وإذا كان هذا التقدير في سنة ١٩٦٦م، فإنه بلا شك قد تضاعف في سنة ١٩٨٠م^(٢).

ويتميز مجال البترول بأنه يحوي «حجماً كبيراً من الإنتاج الفكري غير المنشور، يتمثل فيما تقوم به الشركات والهيئات الاستشارية من دراسات وتقارير وأعمال فنية، وأقرب الأمثلة على ضخامة هذا الإنتاج هو أن الولايات المتحدة الأمريكية لديها أكثر من مليوني بئر محفورة، وكل بئر منها قد طرقتها الأبحاث والدراسات والتقارير مما يشكل كمّاً هائلاً من المعلومات البترولية غير المنشورة»^(٣).

المبحث الأول: فئات مصادر المعلومات البترولية:

يمكن تحديد فئات هذه المصادر فيما يأتي^(٤):

(١) الحججي، مجلة النفط، العدد ٦، أكتوبر ٢٠٠٣م، ص ٦٤.

(٢) سالم، ص ٩٧.

(٣) سالم، ص ٩٧.

(٤) سالم، ص ١٠٢ - ١٠٨.

أولاً - المصادر الأصلية للمعلومات البترولية:

ويقصد بها المصادر الأصلية التي تصدر عن المنبع الأول للمعلومة، وهذه المصادر هي:

١ - شركات البترول:

يقصد بهذا المصدر ما تنشره تلك الشركات من دراسات وتقارير وأبحاث وإحصائيات وخرائط وسجلات وأشكال وبرامج وتقارير العمل والتفتيش الفني.

٢ - المستشارون و المقاولون:

وهم مجموعة من الخبراء والفنيين الذين يجرون دراسات علمية لحساب الشركات البترولية أو لحسابهم الخاص.

٣ - المنظمات والهيئات المتصلة بالبترول:

مثل منظمة الأقطار العربية المصدر للبترول (أوابك)، ومنظمة الأقطار المصدرة للبترول (أوبك).

٤ - معاهد الأبحاث ومراكز البحث والتطوير:

التي تتعاون مع شركات البترول في حل المشكلات العلمية والتكنولوجية التي تواجهها.

٥ - التقارير الحكومية الرسمية المنشورة وغير المنشورة:

مثل ما يصدر عن مكتب معلومات الطاقة في الولايات المتحدة، أو وزارات البترول في الدول المنتجة له.

ثانياً - المصادر الأولية للمعلومات البترولية:

ويقصد بهذه المصادر الهيئات التي تتناول المعلومات الأصلية للبترول وتقدمها في شكل أولي لم يسبق نشره. وهذه المصادر هي:

١ - المطبوعات المنشورة:

وتشمل الكتب والمراجع والأدلة والكتب السنوية والأطالس ودوائر

المعارف والفصلات والمقالات المصورة والتقارير والدراسات والخرائط والمواد السمعية والبصرية، أي كل ما يصدر عن الناشرين في مجال الإنتاج الفكري البترولي.

٢ - الدوريات العلمية:

تشتمل على مقالات وأخبار عن العلوم والابتكارات المتصلة بالصناعة البترولية.

٣ - تقارير المؤسسات الدولية والإقليمية:

وهي عبارة عن دراسات مهمة ومتخصصة لها مستواها العلمي والفني.

٤ - براءات الاختراع:

هي براءات الاختراع التي يتم تسجيلها في مكاتب براءات الاختراع المتصلة بالصناعة البترولية.

٥ - الرسائل الجامعية:

رسائل الماجستير وأطاريح الدكتوراه التي تمت مناقشتها في مراكز البحوث والمعاهد العلمية والجامعات، والتي تحوي غالباً إسهامات جديدة في مجال العلوم والتكنولوجيا المتصلة بالبترول.

٦ - الاتحادات المهنية والجمعيات المتخصصة:

وهي تنشر أبحاث أعضائها عن طريق وسائل نشر مختلفة.

ثالثاً - المصادر الثانوية للمعلومات البترولية:

ويقصد بالثانوية أنها خدمات مساعدة ل تخزين وتحليل واسترجاع المعلومات البترولية.

وتشمل هذه المصادر الآتي:

٧ - خدمات التكثيف والاستخلاص:

التي تصدر في مجال البترول، ومن أشهر هذه الخدمات دورية

المستخلصات التي تصدر عن جامعة تولسا بالولايات المتحدة (Petroleum Abstracts)، والدوريتان اللتان تصدران عن معهد البترول الأمريكي وهما:

1 - APILIT

2 - APIPAT

٨ - خدمات البليوغرافيات الحصرية والمتخصصة:

التي تتوفر في مجال الصناعة البترولية بمختلف أوجه نشاطها مثل: البليوغرافيات الوطنية والبليوغرافيات المتخصصة ودوريات تقويم الإنتاج الفكري الجديد.

٩ - الكشافات والكتب السنوية:

وهي تعتبر من المسوح السنوية التي تجمع أعمال عام كامل، وتقدمها في شكل منهجي يسهل البحث فيه والوصول إلى المتطلبات والاحتياجات.

١٠ - مجلات الإحاطة:

وهي منشورات تقدم أحدث المعلومات عن تطورات الأسواق البترولية وحركة الصناعة البترولية العالمية.

١١ - الكتالوغات التجارية:

وهي تشمل أحدث المعدات والأنشطة في مجال الصناعة البترولية، وتعرف بكل جديد في مجال تكنولوجيا هذه الصناعة وأنشطة المؤسسات والهيئات العاملة بها.

١٢ - المواصفات والمقننات (المقاييس):

التي تصدر عن جهات متخصصة واتحادات مهنية في هذا المجال، مثل مواصفات معهد البترول الأمريكي أو المعهد البريطاني.

١٣ - تقارير المؤتمرات وحلقات البحوث:

وهي تشمل التجميع الفكري لمخرجات المحافل العلمية، وتقدم خبرات الهيئات والمؤسسات البترولية في شكل تبادلي للمعلومات.

١٤ - قصاصات الصحف:

وهي تعتبر من المصادر الثانوية للمعلومات، ولا سيما إذا كانت هناك أبواب أسبوعية ثابتة في الصحف اليومية تغطي اتجاهات وأنشطة الصناعة البترولية.

رابعاً - المصادر الآلية للمعلومات البترولية:

يعتبر الحاسوب من منجزات القرن العشرين التي سببت تطوراً هائلاً في جميع المجالات، ويرجع الكثيرون الإنجازات العلمية والتكنولوجية التي تمت في فترة الستينيات والسبعينيات من القرن العشرين إلى توفر هذه الأجهزة المذهلة التي تقوم بعمليات حسابية معقدة كما توفر إمكانات هائلة لتخزين واسترجاع المعلومات قد لا يوفرها أي نظام تقليدي آخر.

وثمة عدد من شبكات المعلومات التي تغطي مجالات البترول توفر كل منهما نظاماً شاملاً وآلياً لاسترجاع الوثائق في مجالات البترول.

إن أكثر المستفيدين والمستخدمين من المعلومات البترولية والعلمية والتقنية هم علماء ومهندسون وفنيون وموظفون متخصصون، إلا أن نشر المعلومات البترولية العلمية والتكنولوجية الأساسية، لمدى محدود على الأقل، ينطبق أيضاً على الجمهور العام، وإن كان ذلك على نحو أقل من ناحية التخصص والتعقيد. وتعتبر هذه المعلومات البترولية العلمية العامة مرغوبة جداً ولا سيما في العالم العربي؛ نظراً لأن النفط في كثير من الأقطار العربية يمثل أهم مصدر طبيعي، وغالبا ما يشكل الوسيلة الوحيدة المتاحة للتنمية الاقتصادية والتقدم والتحديث^(١).

المبحث الثاني: أهمية البيانات ودقتها في الإعلام البترولي

تؤدي البيانات والإحصاءات دوراً مهماً في الإعلام البترولي، وتعد أساساً رئيسياً من أسس عمله ومواده المختلفة. وكلما كانت هذه البيانات دقيقة والأرقام

صحيحة تمكن هذا النوع من الإعلام المتخصص من أداء المهام المنوطة به بموضوعية كبيرة وحيادية تامة.

لكن هذه البيانات والأرقام تتفاوت - في معظم الحالات - من مصدر إلى آخر، وتتباين من تقرير إلى آخر، وقد تكون موضوعية وحيادية، وتكون - في بعض الأحيان - موجهة لأغراض عدة، وغايات واضحة.

ويقول أحد الباحثين: إن الصناعة البترولية العالمية تعاني من تدني مستوى الشفافية في المعلومات النفطية، ففي الولايات المتحدة مثلاً، حيث تتوافر أفضل المعلومات وأكثرها سرعة وشمولاً، نجد أن هناك اختلافاً وتبايناً بين مصدر وآخر. وفي كل أسبوع، يصدر عن معهد البترول الأمريكي أرقام وبيانات عن مستوى الإنتاج، والاستهلاك، والتكرير، والاستيراد، والتخزين، كما يصدر عن إدارة معلومات الطاقة - التابعة لوزارة الطاقة الأمريكية - تقرير أسبوعي آخر حول إدارة معلومات نفسها. ويلاحظ غالباً أن هناك اختلافاً في هذه الأرقام من مصدر إلى آخر. وإذا كان هذه هي حال السوق الأمريكية، التي تعد أكثر الأسواق النفطية شفافية، فإن الحال ستكون أسوأ في الأسواق الأخرى^(١).

وهنا يكمن عدد كبير من الصعوبات والمشكلات في الإعلام النفطي، إذ إن «اختلاف الأرقام بين جهة وأخرى، أو عدم التعبير الدقيق عن معنى أرقام معينة، أو إخفاء الأرقام الرسمية وعدم الإعلان عنها بصورة مستمرة وعلنية، هذه العوامل جميعها تؤدي إلى بلبلة صورة الإعلام البترولي، وتخلق تشويهاً كبيراً للحقائق له مضار كبيرة، على المنتجين والمستهلكين على حد سواء.

فعلى سبيل المثال، وعلى الرغم من عالم الشفافية الذي نعيشه اليوم، يدرك المتابعون أن أرقام الإنتاج النفطي غير دقيقة. فمعظم أقطار (أوبك) لا تنشر أرقام إنتاجها، وإذا أعلنت عنها فهي تفتقد المصدقية نتيجة للتلاعب الذي حصل في

(١) السبتى، سعد: الإعلام العربي النفطي، مجلة النفط، العدد السابع، يناير ٢٠٠٤م، ص

هذه الأرقام على مدى فترة طويلة من الزمن. والوضع نفسه ينطبق على الدول المنتجة من خارج الأوبك»^(١).

ويقول أحد الباحثين: إن هذا الغموض المقصود يخلق بلبلة كبيرة في الأسواق الدولية يستفيد منه المضاربون أكثر من أي طرف آخر. ورغم الكلام الكثير الصادر عن منظمة (أوبك) حول الجهود التي تبذل لوضع حد لنفوذ المضاربين، فإن هذه المحاولات ستبوء بالفشل ما دامت أرقام الإنتاج تفتقد الحد الأدنى من المصدقية. ونتيجة لغموض أرقام الإنتاج عانت دول (أوبك) أكثر من غيرها، وخسرت المليارات من الدولارات من جراء هذه السياسة الخاطئة والقصيرة النظر. ففي نوفمبر (تشرين الثاني) ١٩٩٧م اتخذ وزراء (أوبك) قراراً في مؤتمر جاكرتا يقضي بزيادة الإنتاج إلى ٢٨,٥٠ مليون برميل يومياً. وأدى هذا القرار، فيما أدى إليه، إلى كارثة انهيار الأسعار عام ١٩٩٨م، والربع الأول من عام ١٩٩٩م، ونجم عنه خسارة قدرت بعشرات المليارات من الدولارات خلال فترة ١٥ شهراً^(٢). ولعل السبب في انهيار الأسعار بعد ذلك المؤتمر يعود إلى عدم المصدقية في تقدير سقف الإنتاج الفعلي لكل دولة.

وفي الوطن العربي، الذي يعاني عدم وجود إعلام بترولي فاعل، حيث لا تتوافر المعلومة الصحيحة والدقيقة في الوقت والمكان المناسب، «فإن هناك خلطاً واضحاً يطال قضايا ومواضيع بترولية أسهم - بلا شك - في تدني مستوى الثقافة البترولية، كما يلاحظ أن غالبية الناس يستقون معلوماتهم النفطية من الصحف ووسائل الإعلام التي تنشر ما يرد إليها من وكالات الأنباء العالمية، دونما تمحيص وتدقيق، إذ إن هذه المصادر تتبنى وجهة نظر الدول الصناعية المستهلكة للبتروول. ومن المعروف أن وكالات الأنباء العالمية تحتكر نحو ٨٠ في

(١) خدوري، ص ١٦١.

(٢) خدوري، ص ١٦٢.

المئة من الأنباء المتداولة في العالم، بما في ذلك المعلومات المتداولة عن النفط، ويشمل ذلك أيضاً الدول المنتجة والمصدرة للنفط»^(١).

وثمة نقص كبير في البيانات والمعلومات المبرمجة والمصنفة لدى الدول العربية المنتجة للبترول ومؤسسات النفط فيها، والتي لا بد منها كأساس لأي عمل إعلامي ذي جدوى، في حين نرى أن هناك زخماً هائلاً مؤثراً من البيانات والمعلومات يتدفق يومياً من الدول الغربية عن أوضاع الطاقة فيها وفي العالم ككل، ليخدم أهداف هذه الدولة ومخططاتها المتعارضة في كثير من الأحيان مع مصالح الدول المنتجة، وخاصة المصدرة للنفط منها^(٢).

وهذه الأوضاع كلها تستدعي «وضع خطة موحدة للتنسيق بين المطبوعات الخاصة بالمعلومات النفطية والاقتصادية العربية، على أن تكون قاعدة هذا التنسيق الإيمان الخالص ممن لديهم هذه المعلومات أن يعطوها إلى أجهزة إعلامية عربية دون بخل. فهذه المعلومات متوفرة لدى الآخرين، خاصة أجهزة الإعلام الصناعية الغربية في عالم صغير تتحكم فيه أجهزة الكمبيوتر. وأن الأوان لأن تكون تلك القاعدة متوفرة للإعلامي النفطي العربي المتخصص دون قيود، يتبعها تنسيق في المطبوعات الكثيرة المتناثرة، وكذلك في الندوات واللقاءات والمحاضرات الإعلامية»^(٣).

ومشكلة الأرقام والبيانات والإحصاءات في الإعلام البترولي ليست أمراً بسيطاً إطلاقاً؛ لأن ذلك النوع من الإعلام المتخصص يغطي رقعة واسعة من المعلومات، ومن الصعوبة بمكان حصرها بدقة ومصداقية.

ففي الولايات المتحدة، مثلاً، حيث تتوفر أدق المعلومات وأكثرها سرعة وشمولاً، هناك فروقات كبيرة ومهمة بين مصدر وآخر، كما ذكر آنفاً. وفي بقية

(١) السبتى، مجلة النفط، مرجع سابق، ص ٥١.

(٢) العابد، ص ١٥.

(٣) الرميحي، ص ٢٠٦.

أقطار العالم، فإن الأرقام النفطية الأوروبية واليابانية تصدر بعد الأرقام الأمريكية متخلفة عنها ببضعة أشهر، في حين تتأخر الأرقام العائدة للدول النامية أشهراً عدة، هذا إذا ما تم الإعلان عنها بشكل منتظم ودقيق. وهذا النقص في المعلومات يخلق وضعاً صعباً للمتجدين والمستهلكين معاً^(١).

ومن أهم التقارير التي تتضمن بيانات وإحصاءات وافية وشاملة عن الصناعة البترولية التقرير الذي تصدره وكالة الطاقة الدولية عن أوضاع هذه الصناعة في الدول الأعضاء في الوكالة (الدول الصناعية الغربية)، إضافة إلى أوضاعها في الدول المنضوية تحت راية منظمة (أوبك)، والدول المنتجة الأخرى من خارجها.

ومن التقارير المهمة أيضاً التقرير الشهري الذي تصدره منظمة (أوبك)، لكن أرقامه وبياناته لا تجاري ما هو موجود في تقرير الوكالة الدولية، كما تصدر منظمة (أوبك) تقارير دورية.

ومن أهم مصادر المعلومات المتعلقة بالإعلام البترولي التي أخذت بالانتشار بصورة كبيرة في الآونة الأخيرة مواقع الإنترنت الرسمية والخاصة، ويقصد بالرسمية تلك المواقع التابعة لجهات حكومية في البلدان المنتجة للنفط أو المستهلكة له، أما المواقع الخاصة فهي المواقع التابعة لمنظمات خاصة أو لشركات النفط أو لمؤسسات اقتصادية وإعلامية مختلفة، وأحياناً تكون ملكيتها لأفراد معينين يسعون إلى تحقيق فائدة مادية من إنشاء مثل هذه المواقع ومتابعتها.

وعلى الرغم من انتشار هذه المواقع وسهولة الوصول إليها، بسبب انتشار شبكة الإنترنت في شتى أنحاء العالم، واعتماد شريحة كبيرة من المجتمعات عليها، فإن دقة بيانات ومعلومات وأخبار هذه المواقع لا تزال محل نظر، ومن ثم فإن الاعتماد عليها بصورة كلية - دون التثبت من صحة البيانات ودقتها - أمر محفوف بالمخاطر.

(١) خدوري، ص ١٦٣.

وثمة أمور تلفت النظر في مواقع الإنترنت الخاصة بنشر المعلومات والبيانات المتعلقة بالصناعة النفطية هي^(١):

بروز المواقع التجارية المتقدمة التي توفر للباعة والمشتريين أحدث المعلومات، وذلك من أجل ترغيب الطرفين في البيع والشراء بوساطة إلكترونية، ومن ثم استفادة أصحاب المواقع في كسب أكبر عدد ممكن من الشركات، متذرعين بالشفافية والسرية من جهة، وبسهولة التعامل مع جهات عدة من جهة أخرى. كما يحاول بعض أصحاب هذه المواقع التجارية الإعلامية إقناع دول (أوبك) باستعمال مواقعهم من أجل كسر احتكار المضاربيين.

قيام النشرات النفطية المتخصصة ووكالات الأنباء باستحداث مواقع لها على الإنترنت تنشر الأخبار البترولية. والوضع السائد في هذه المواقع عموماً هو محاولة هذه المصادر التقليدية للأخبار وضع موطئ قدم لها على هذه الساحة الجديدة كي لا يفوتها القطار. ويتم في هذا الوضع اختيار أخبار مهمة ولكن محدودة الكمية والنوعية؛ لأن الهدف النهائي من الموقع هو ترغيب المشاهد بالنشرة والوكالة وتعريفه بها، لا تزويده بجميع الأخبار المتوفرة أو المهمة منها بالذات.

تأسيس مواقع إلكترونية إعلامية بترولية ذات اشتراكات بسيطة نسبياً على أساس أن كلفة الموقع وأجور العاملين فيه ستدفع من ريع الإعلانات. والمشكلة الأساسية في هذا النوع من المصادر الإعلامية هو اعتمادها الكلي على المصادر التقليدية للمعلومات، وعدم توفر المحررين والمراسلين المتخصصين والمتفرغين للحصول على المعلومات الجديدة والأساسية. لذا تعتمد هذه النشرات الإلكترونية على نقل الأخبار من مصادر أخرى، أي القيام بعملية تجميعية، فهي تلتقط إلكترونياً الأخبار من مختلف المصادر وتبويبها، وتستطيع تنفيذ ذلك بأبسط التكاليف.

لكن المشكلة أيضاً في الوسائل الجديدة هي عدم وجود هيئة تحرير متمرسة تقرأ الخبر بإمعان، وتحلله وتدققه قبل بثه على الإنترنت، ومن ثم لا يعرف القارئ جودة الخبر ودقته عند قراءته.

(١) خدوري، ص ١٦٨.