

بسم الله الرحمن الرحيم



جامعة القرآن الكريم والعلوم الإسلامية

كلية الدراسات العليا

دائرة الدعوة والاعلام

شعبة الصحافة والنشر

بحث مقدم لنيل درجة التخصص العليا (الدكتوراه)

بعنوان:

# تأثير القائم بالاتصال في جودة المحتوى الفعال للمواقع الإلكترونية العربية

(دراسة تطبيقية على الموقع الإلكتروني - الجزيرة نت)

أشرف الدكتور:

أحمد محمد أحمد آدم صافي الدين

إعداد الطالب:

محمد بدرى عبد الوهاب محمد

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

يقول الله تعالى في محكم تنزيله:

{ يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا اتَّقُوا اللَّهَ وَكُونُوا مَعَ الصَّادِقِينَ }

[ سورة التوبة: 119 ]

ويقول تعالى: { يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا اتَّقُوا اللَّهَ وَقُولُوا قَوْلًا سَدِيدًا (70) يُصْلِحْ لَكُمْ أَعْمَالَكُمْ وَيَغْفِرْ لَكُمْ ذُنُوبَكُمْ وَمَنْ يُطِيعِ اللَّهَ وَرَسُولَهُ فَقَدْ فَازَ فَوْزًا عَظِيمًا (71) }

[ سورة الاحزاب الآية 70، 71 ]

صدق الله العظيم

## الإهداء

إلى والدي العزيزين اللذين، كانا بمثابة العضد والسند في سبيل استكمال البحث.  
وإلى أسرتي التي تحلت بالصبر الجميل ووفرت لي كل الدعم والمساعدة والوسائل المشجعة على الاستمرار  
وإلى إخزتي لما قدموه من تشجيع ودعم لإتمام دراستي.  
والشكر إلى كل من علمني حرفاً وما زلت أنهل من معينهم الذي لا ينضب إلى أساتذتي الأجلاء.  
وإلى أصدقاء الدراسة وإلى كل زملائي بوكالة السودان للأنباء.  
آملاً أن يكون هذا البحث قطرة من بحور العلم وفيضه وأن يوفقنا الله فيه.  
وما التوفيق إلا بالله.

أهدي لهم ثمرة هذا العمل

## شكر وتقدير

لله الحمد والمنة، والصلاة والسلام على نبينا وسيدنا محمد وعلى آله وصحبه أجمعين، أما بعد:

الحمد لله الذي وفقني على إكمال إعداد الرسالة، وأتقدم بشكري وتقديري للدكتور أحمد محمد أحمد آدم صافي الدين، الذي تفضل مشكوراً بالإشراف على هذه الرسالة، ولما أبداه من ملاحظات علمية قيمة أثرت هذه الرسالة.

والشكر أجزله موصول إلى أسرة جامعة القرآن الكريم والعلوم الإسلامية والأساتذة والمكتبة المركزية بالجامعة الذين قدموا المشورة والنصيحة والعون لتتري هذه الدراسة النور، لهم مني جميعاً كل الشكر والتقدير.

كما أشكر الأساتذة الأفاضل لجهودهم في تقييم وتقويم الاستبانة وتحليل المضمون وإثراء البحث بعلمهم وخبراتهم وعلى كل النصائح والتوجيهات السديدة، وأشكر جزيلاً الأساتذة أعضاء لجنة المناقشة، وكل من وجهني وأرشدني أثناء إعداد هذه الدراسة.

وختاماً، أتقدم بخالص الشكر لكل من أسهم وساند ودعم ولو بكلمة، أودعوة بظهر الغيب.

لكم مني جميعاً جزيل الشكر والثناء ومن الله وافر الجزاء

الباحث

## مستخلص البحث باللغة العربية

تناولت هذه الدراسة تأثير القائم بالاتصال في جودة المحتوى الفعال للمواقع الإلكترونية العربية دراسة تطبيقية على الموقع الإلكتروني الجزيرة نت، واستهدفت التعرف على المعايير المحققة لجودة المحتوى شكلاً، ومضموناً في بيئة الإعلام الإلكتروني التي فرض فيها اندماج وتكامل وسائط الإتصال الحاجة الي وجود قائم بالاتصال، له القدرة على إعداد محتوى فعال ذي جودة عالية يتفاعل معه المستخدم، وذلك في ظل المنافسة لمواقع الإنترنت لاستقطاب عدد أكبر من الزوار وتعدد خيارات المتلقي.

وتأتى أهمية البحث في إعداد مضمون فعال من حيث التحرير والشكل يتأقلم ويتوافق مع عادات التصفح والحاجات المعرفية ، ويطرح البحث السؤال الرئيسى وهو ما مدى تأثير التكوين العلمى والتدريب المهنى للقائم بالاتصال في جودة المحتوى للمواقع الإلكترونية العربية لتحقيق أهدافها.

ويهدف البحث للتعرف على العوامل التي تؤثر على القائم بالاتصال فى إعداد محتوى فعال للمواقع الإلكترونية والتعرف على بيئة العمل ومؤسسات التدريب بهدف تقييم الواقع واستخلاص مؤشرات لمستقبل الممارسة الصحفية، واستخدمت الدراسة المنهج الوصفي لتحقيق أهدافه المرجوة من خلال دراسة المحتوى وفق المنهجية العلمية للبحوث الوصفية للخروج بنتائج يمكن أن تسهم في تحقيق الارتقاء مهنياً بأداء المؤسسات الإعلامية.

وخلص البحث إلي أن العوامل التي تساعد على جودة المنتج الإعلامى تتمثل في الاستفادة من تقنيات الاتصال الحديثة والوسائط، وأدوات وتطبيقات الاعلام الجديد وأهمية التأهيل العلمى والتدريب لمواكبة طبيعة العمل المستحدث. وأوصى البحث باستخدام المواقع الإلكترونية لمعطيات مؤشرات المعايير مضموناً وشكلاً المتضمنة فى هذه الدراسة لتحسين جودة الموقع، وتأهيل القائمين بالاتصال على العمل في الصالات المدمجة، والتدريب على العمل في أكثر من وسيط، وتوظيف مختلف الأدوات والتطبيقات والوسائط المتعددة ورصد مستوى التفاعل مع الموضوعات المنشورة لتقييم الاهتمامات وقياس الأثر.

## **Arabic Abstract**

This study dealt with the effect of the communicator on the quality of the effective content of the Arabic websites. To create high-quality, interactive content that the user interacts with, as competition for websites attracts more visitors and multiple recipient options.

The importance of the research emanates from the preparation of effective content in terms of editing and to form adapted and compatible browsing habits and rational needs. The research raises the main question, which is the impact of scientific training and professional training of the communicator in the quality of content for Arab websites to achieve its objectives.

The research aims to identify the factors that affect the communicator in the preparation of effective content for websites and to identify the work environment and training institutions in order to assess the reality and extract indicators for the future of journalistic practice.

The study used the descriptive approach to achieve its desired objectives through the study of content according to scientific methodology of descriptive research to produce results that can contribute to achieving professional improvement in the performance of media institutions.

The research concluded that the factors that contribute to the quality of the media product are the use of modern communication technologies and media, tools and applications of new media

the importance of scientific qualification and training to cope with the nature of the new work.

The research recommended the use of the websites of the data indicators standards and content included in this study to improve the quality of the site, and qualify the contact person to work in integrated halls, training to work in more than one medium, and employ various tools and applications and multimedia and monitor the level of interaction with the published topics to assess interests and to measure Impact.

## فهرس (محتويات الدراسة)

رقم الصفحة	الموضوع
	البسمة
ب	الآية القرآنية
ج	الإهداء
د	شكر وتقدير
هـ	مستخلص الدراسة باللغة العربية
و	مستخلص الدراسة باللغة الإنجليزية
ز	محتويات الدراسة
ط	فهرس الآيات
ي	فهرس الجداول والأشكال
<b>الاطار المنهجي للدراسة</b>	
1	مقدمة
1	مشكلة البحث
2	فروض البحث
3	دوافع اختيار موضوع البحث
3	أهمية البحث
3	أهداف البحث
4	منهج البحث
4	أدوات جمع البيانات
4	مجتمع البحث وعينته
4	الدراسات السابقة
13	مصطلحات البحث
<b>الفصل الأول: المواقع الإلكترونية لمؤسسات الإعلام</b>	
17	المبحث الأول: نشأة وتطور المواقع الإلكترونية

32	المبحث الثانى: المواقع الإلكترونية للمؤسسات الإعلامية
54	المبحث الثالث: توظيف تكنولوجيا الاتصال في المواقع الإلكترونية
<b>الفصل الثانى: توظيف جودة المحتوى الفعال فى المواقع الإلكترونية لمؤسسات الإعلام</b>	
73	المبحث الأول: جودة المحتوى الفعال
95	المبحث الثانى: أسس تصميم المحتوى الفعال
118	المبحث الثالث: توظيف وسائل الإعلام للمواقع الإلكترونية
<b>الفصل الثالث: تكوين القائم بالاتصال ومعايره القياسية</b>	
142	المبحث الأول: التكوين العلمى للقائم بالاتصال
160	المبحث الثانى: التدريب المهنى للقائم بالاتصال
183	المبحث الثالث: المعايير القياسية للقائم بالاتصال
<b>الفصل الرابع: الدراسة التطبيقية</b>	
198	تعريف بموقع الجزيرة الإلكترونية
211	اجراءات الدراسة التطبيقية
220	تحليل ومناقشة نتائج الدراسة(الاستبيان وتحليل المضمون)
269	الخاتمة (النتائج والتوصيات)
271	قائمة المصادر والمراجع
284	الملاحق



## فهرس آيات

رقم الصفحة	الآية
173	سورة البقرة الآية (83)
174	سورة النحل الآية (105)
174	سورة الحج الآية (30)
174	سورة التوبة الآية (119)
174	سورة الأحزاب الآية (70-71)
174	سورة الحجرات الآية (6)

## فهرس الجداول والأشكال

رقم الصفحة	موضوع الجدول
220	جدول رقم (1) يوضح معيار توظيف الموقع لتطبيقات التواصل الاجتماعي لدى الموقع للفترة من 12 الى 26 اكتوبر 2018م.
221	جدول رقم (2) يوضح معيار توظيف الموقع لتطبيقات التواصل الاجتماعي لدى الموقع للفترة من 12 الى 26 نوفمبر 2018م.
223	جدول رقم (3) يوضح معيار أهمية وتفضيل الموضوعات لدى الموقع للفترة من 12 الى 26 اكتوبر 2018م، والفترة من 12 الى 26 نوفمبر 2018م.
224	الجدول رقم (4) يوضح معدل التفاعل من حيث الموضوعات الاكثر تفاعلية للفترة من 12 إلى 26 أكتوبر 2018م.
224	الجدول رقم (5) يوضح معدل التفاعل من حيث الموضوعات الاكثر تفاعلية للفترة من 12 إلى 26 نوفمبر 2018م.
225	جدول رقم (6) يوضح معيار التنوع في الأشكال الصحفية للموقع الفترة من 12 الى 26 أكتوبر 2018م ، والفترة من 12 الى 26 نوفمبر 2018م.
226	جدول رقم (7) يوضح معيار الدقة والمصداقية للموقع الفترة من 12 الى 26 أكتوبر 2018م.
227	جدول رقم (8) يوضح معيار الدقة والمصداقية للموقع الفترة من 12 الى 26 نوفمبر 2018م.
228	جدول رقم (9) يوضح معيار توظيف الوسائط المتعددة للموقع الفترة من 12 الى 26 أكتوبر 2018م.
229	جدول رقم (10) يوضح معيار توظيف الوسائط المتعددة للموقع الفترة من 12 الى 26 نوفمبر 2018م.
231	جدول رقم (11) يوضح معيار أسلوب العرض للموقع الفترة من 12 الى 26 أكتوبر 2018م.

231	جدول رقم (12) يوضح معيار أسلوب العرض للموقع للفترة من 12 إلى 26 نوفمبر 2018م.
232	جدول رقم (13) يوضح معيار التحديث والفورية للموقع للفترة من 12 إلى 26 أكتوبر 2018م.
233	جدول رقم (14) يوضح معيار التحديث والفورية للموقع للفترة من 12 إلى 26 نوفمبر 2018م.
234	جدول رقم (15) يوضح معيار التفاعلية للموقع للفترة من 12 إلى 26 أكتوبر 2018م.
234	جدول رقم (16) يوضح معيار التفاعلية للموقع للفترة من 12 إلى 26 نوفمبر 2018م.
236	جدول رقم (17) يوضح معيار الجاذبية للموقع للفترة من 12 إلى 26 أكتوبر 2018م.
236	جدول رقم (18) يوضح معيار الجاذبية للموقع للفترة من 12 إلى 26 نوفمبر 2018م.
237	جدول رقم (19) يوضح معيار وضوح التنظيم للموقع للفترة من 12 إلى 26 أكتوبر 2018م.
238	جدول رقم (20) يوضح معيار وضوح التنظيم للموقع للفترة من 12 إلى 26 نوفمبر 2018م.
239	جدول رقم (21) يوضح معيار سهولة الاستخدام للموقع للفترة من 12 إلى 26 أكتوبر 2018م.
240	جدول رقم (22) يوضح معيار سهولة الاستخدام للموقع للفترة من 12 إلى 26 نوفمبر 2018م.
241	جدول ورسم بياني رقم (23) يوضح جودة المحتوى
244	رسم بياني رقم (24) يوضح جودة المحتوى لمعيار أهمية وتفضيل الموضوعات لدى الموقع للفترة من 12 إلى 26 أكتوبر 2018م، والفترة من 12 إلى 26 نوفمبر 2018م.

245	رسم بياني رقم (25) يوضح جودة المحتوى لمعيار التنوع في الأشكال الصحفية للفترة من 12 إلى 26 أكتوبر 2018م، والفترة من 12 إلى 26 نوفمبر 2018م
245	جدول ورسم بياني رقم (26) يوضح جودة التصميم
247	جدول ورسم بياني رقم (27) يوضح الفئات العمرية لأفراد العينة
248	جدول ورسم بياني رقم (28) يوضح المستوى التعليمي لأفراد العينة
249	جدول ورسم بياني رقم (29) يوضح المسمى الوظيفي للقائمين بالإتصال
250	جدول ورسم بياني رقم (30) يوضح التخصص العلمي لأفراد العينة
251	جدول ورسم بياني رقم (31) يوضح عدد سنوات الخبرة للقائمين بالإتصال
252	جدول ورسم بياني رقم (32) يوضح محور الجودة في الموقع الإلكتروني
255	جدول ورسم بياني رقم (33) يوضح محور القائم بالإتصال والجودة
258	جدول ورسم بياني رقم (34) يوضح محور التدريب والجودة
261	جدول ورسم بياني رقم (35) يوضح محور مواكبة الموقع للتقنيات الحديثة والتطبيقات

## الإطار المنهجي للبحث

### مقدمة:

مما لا شك فيه هو أن القائم بالإتصال في المواقع الإلكترونية له تأثير ودور كبير في إخراج محتوى فعال على الجودة وذلك في ظل المنافسة لمواقع الإنترنت في استقطاب عدد أكبر من الزوار وبالتالي إيصال رسالتها، وكلما كان القائم بالإتصال قادر على إدارة أدوات الإعلام بفعالية كلما حقق درجة عالية من التفاعلية. فالعولمة الإعلامية أثرت في مهام القائم بالإتصال في مواقع الإنترنت. كما تأثر الشكل التحريري للمحتوي من شكل الكتابة التقليدية إلى الإلكترونية. ويجب على القائم بالإتصال في مواقع الإنترنت أن يكون مدركاً بالتحديد الدقيق لطبيعة المجتمع المستهدف. إن القائم بالإتصال في المواقع الإعلامية بالإنترنت لا بد أن يسير باتجاه المادة المرئية متعددة الوسائط فالتطور في الإعلام فرض على القائم بالإتصال في مواقع الإنترنت إعداد محتوى على الجودة بما يحقق أعلى فعالية، وفي ظل وجود عدد كبير من مواقع النشر الإلكتروني أصبح من المهم أن تقدم خدمات متطورة ومتنوعة وتتميز بالسرعة والشمول في تحقيق رسالتها كما يفترض البحث على القائم بالإتصال في مواقع الإنترنت الامام بمتطلبات التقانة وأن يعمل على إيصال المضامين بأشكال متميزة وبطريقة أكثر واقوى تأثيراً. أن تفحص تكوين القائم بالإتصال مهنياً وأكاديمياً، وقياس مدى تأثيره ذلك على المحتوى باعتبار أن القدرات المهنية والتأهيل تؤثر في إعداد المحتوى أمر مهم. فالي جانب أدارته للتقانه وتطبيق ذلك على قناة الجزيرة وكيفية استفادة القائم بالإتصال من أدوات الإعلام في إعداد المحتوى والتركيز في تجويد القائم بالإتصال للمحتوي بما يحقق الفاعلية من خلال تطوير القدرات المهنية واستخدام الادوات التي وفرتها تكنولوجيا الإتصال بما يعزز من قدرة الوسيلة في تحقيق الفاعلية والتفاعل بين طرفي العملية الاتصالية.

### أهمية البحث:

استقطبت المواقع الإعلامية بالإنترنت العديد من المتصفحين وذلك بفضل انتشار الأجهزة المحمولة ولذلك أصبح هنالك تأثير واضح لهذه المواقع، ومن هنا جاءت حاجة البحث في إعداد مضمون فعال من حيث التحرير والشكل يتأقلم ويتوافق مع عادات التصفح والحاجات المعرفية. كما ان هناك مضامين جديدة أحدثتها تكنولوجيا الإتصال

وأدوات الإعلام ومن هنا جاءت حاجة الباحث إلي إجراء هذه الدراسة حولها من حيث تأثيرها ومضمونها وجمهورها والشكل الذي تقدم فيه تحريراً وإخراجاً في المواقع الإلكترونية من قبل القائم بالاتصال.

### مشكلة البحث:

لقد فرض إندماج وتمازج وتكامل وسائط الإتصال في عصر الانترنت الحاجة إلي وجود قائم بالاتصال له القدرة على إعداد محتوى فعال ذي جودة عالية. إضافة إلي وجود قصور في توظيف وسائل الإعلام للمواقع الإلكترونية من حيث الاشكال التحريرية للكتابة لمواقع الإنترنت واستخدام الوسائط المتعددة. وضعف توظيف أدوات الإعلام الجديد في تقوية ودعم المحتوى لتحقيق التأثير المطلوب وقلة الاهتمام الكافي في العديد من مؤسسات الإعلام بتأهيل وتدريب القائم بالاتصال بهدف تطوير مهاراته، كما إن هناك حاجة لإيجاد بيئة متطورة للقائم بالاتصال لتحقيق فاعلية في العديد من المواقع الإلكترونية التي تحتاج إلي أن تفرّد ابواباً تخصصية للمضامين التي أوجدتها المواقع الإلكترونية مع وجود قائم بالاتصال متخصص في ذات الموضوع من المحتوى.

وتتلخص مشكلة البحث في أن هنالك تفاوتاً في استخدام معايير جودة المحتوى من حيث الشكل والمضمون واستخدام الوسائط المناسبة في المواقع الإلكترونية للمؤسسات الإعلامية العربية، كما أن هنالك ضعف في إلمام القائم بالاتصال بأدوات وأسس تصميم المحتوى الفعال في المواقع الإلكترونية. ويمكن صياغة ذلك في فرض جوهري هو: أن عملية تحقيق التأهيل والتدريب الكافي والمستمر القائم بالاتصال، ترتبط طردياً مع جودة المحتوى في المواقع الإلكترونية للمؤسسات العربية.

### فروض البحث:

- مواقع الإنترنت فرضت على القائم بالاتصال إيجاد مضامين ومحتوى جديد غير متوافر في الإعلام التقليدي.
- كلما كان القائم بالاتصال أكثر تدريباً، ظهر ذلك على فاعلية استخدام أدوات الإعلام الجديد في العمل الصحفي.
- وجود إدارات التدريب في المؤسسات الإعلامية يساعد الصحفيين في التعرف على آخر التطورات في الإعلام.

- مصداقية القائم بالاتصال في مواقع الإنترنت تؤثر في ثقة الجمهور تجاه المؤسسة الإعلامية.
- يوجد اهتمام من القائم بالاتصال في المواقع الإعلامية بالإنترنت تجاه توظيف المحتوى الفعال في قضايا التوعية والتثقيف.
- تحول القائم بالاتصال في المواقع الإعلامية في الإنترنت إلي صحفي متخصص
- تتأثر جودة المحتوى بتطوير قدرات القائم بالاتصال وجوداً وعدماً.

### دوافع اختيار موضوع البحث:

ما دفعني للبحث في هذا الموضوع مجموعة من الدوافع الذاتية هو الرغبة والميل للبحث في مجال الاعلام الالكتروني في مواقع الإنترنت ، وذلك بحكم التخصص في العمل ، وثانيا هذا الموضوع يعد مواصلة لدراستي البحثية والتي انجزتها خلال السنوات الماضية. والدوافع الموضوعية لاختيار موضوع البحث هو قلة البحوث المتعلقة بدور القائم بالاتصال في إعداد محتوى فعال عالي الجودة في مواقع الإنترنت ولأهمية دوره في خدمة قضايا التوعية والتثقيف.

إضافة إلي ذلك أهمية دور القائم بالاتصال في العملية الإعلامية وذلك من حيث مهمه القائم بالاتصال من حيث إعداده للمحتوي الفعال واختياره الوسيلة وإدارته لأدوات الإعلام لتحقيق درجه عاليه من التفاعلية مع المتلقي، ولتأثيره على مجمل العملية الإتصالية فهو الذي يقوم بإدراتها وتتوقف عليه نجاح العملية الإتصالية وفي جذب أكبر عدد من المتلقين.

### أهداف البحث:

1. التعرف على استخدام موقع الجزيرة نت على الإنترنت لمختلف أدوات الإعلام وانعكاسها على العمل الصحفي من خلال دراسة وتأثير القائم بالاتصال على المحتوى.
2. التعرف على العوامل التي تؤثر على القائم بالاتصال في تصميم محتوى فعال للمواقع الإلكترونية، وتوظيفها نحو قضايا التوعية والتثقيف.

3. التعرف على بيئة العمل ومؤسسات التدريب وأساليب الممارسة الصحفية من خلال جمع المعلومات بهدف تقييم الواقع واستخلاص دلالات ومؤشرات لقراءة مستقبل الممارسة الصحفية.

4. التعرف على دور القائم بالاتصال في موقع الجزيرة نت واستخداماته لأدوات الإعلام وانعكاسه على العمل الصحفى.

### مفاهيم ومصطلحات البحث :

تأثير: مصدر للفعل (أثر) أى ترك فيه أثراً، والأثر هو بقية رسم الشئ<sup>(1)</sup>.  
والتعريف الإجرائى لتأثير في هذا البحث:

إنعكاس المهارات والخبرات على محتوى المادة الاعلامية وذلك من خلال التكوين العلمى والتدريب الذى تلقاه القائم بالاتصال بما يحقق رؤية المؤسسة.

### القائم بالاتصال:

تعددت إتجاهات المدارس الإعلامية المختلفة في تعريفها للقائم بالإتصال، ويشير التعريف الاصطلاحى للقائم بالاتصال الى أن القائم بالإتصال مؤسسات تتكامل فيها عناصر تكوين الرسالة الإتصالية، بمعنى ان القائم بالإتصال هنا ليس شخصا يمثل مصدر مضمون الرسالة الإتصالية، وانما هو المؤسسة الإعلامية او الإتصالية بكاملها والتي تصدر عنها الرسالة عبر مضامين وأشكال ووسائل وتقنيات متعددة، ويدعم هذا الاتجاه الدكتور جيهان رشتي التي ترى "ان المؤسسات الإعلامية أصبحت شبكات اتصال ضخمة تتصارع في داخلها المصالح، كما ان كل مؤسسة في حد ذاتها نظام معقد من السلطة والنفوذ والمركز"<sup>(2)</sup>.

ويشير التعريف الإجرائى للقائم بالاتصال في هذا البحث إلى كل من يعمل في إعداد أو إنتاج ونشر الرسالة الإعلامية في المؤسسة الإعلامية للمتلقين مهما اختلفت الأدوار أو المواقع، ونقصد به الممارسين للعمل الإعلامى ممن لهم علاقة مباشرة بمحتوى الرسالة الإعلامية (شكلا ومضموناً) في مؤسسات الإعلام الإلكترونية بمواقع الإنترنت.

(1) المنجد، طبعة دار المشرق، بيروت، الطبعة الثامنة والعشرون 1986م ص 3.

(2) جيهان احمد رشتي، الأسس العلمية لنظريات الاعلام، (القاهرة: دار الفكر العربي، 1995 م) ص 293.



## الجودة:

جودة للفعل (جاد) جَوْدَةٌ - جُودَةٌ: صار جيداً وهو ضد الردي، فعل الجيد وجود الشيء حسنه / جعله جيداً وأجاد: أتى بالجيد.(1)

والتعريف الاصطلاحي للجودة هو(نظام متكامل موجه نحو تحقيق إحتياجات العملاء وإعطاء صلاحيات أكبر للعاملين ) كذلك تعني (التحول الجذري في الممارسات الإدارية التقليدية لمختلف أوجه النشاط في المؤسسة) وتعني أيضاً (شكل تعاوني لأداء الأعمال بتحريك المواهب والقدرات لكل من الإدارة والعاملين لتحسين الإنتاجية وإحداث الجودة بشكل مستمر بواسطة فرق العمل)(2) .

والتعريف الإجرائي للجودة في هذا البحث:

هي مجموعة من المعايير المحددة التي يتبعها القائم بالاتصال تتصل بالمحتوى من حيث الشكل والمضمون تعمل على تطوير الأداء الصحفى، وخلق المادة الإعلامية من العيوب في مراحلها المختلفة من الجمع، المعالجة، النشر، والتحديث والتطوير لها باستخدام الأدوات المختلفة والتي أتاحتها الإعلام الجديد، بحيث تكون الرسالة الإعلامية متكاملة في جوانبها المختلفة.

وأن تكون الخدمة أو المنتج الإعلامي قادرة على تحقيق إحتياجات مشمولة أو محددة بما ينعكس على رضا المتلقي، وتفي بإحتياجاتهم وما يطلبونه فالجودة تعني التطابق مع إحتياجات المتلقي.

## المحتوي:

محتوى (حوى) حَوَيْتُ ملك الشيء واحترزته، تَحَوَّيْتُ قبضه،(احتوى) احتواء الشيء واحتوى على الشيء ملكه ودخل في حرزه.محتوى اسم مفعول من غير الثلاثي (يُحْتَوَى) فهو مملوك ومحترز.(3)

والتعريف الإجرائي للمحتوى في هذا البحث:

(1) المنجد ، مرجع سابق ص164.

(2) د. عبد المحسن بدوى الدورة التدريبية تطبيق مبادئ الجودة الشاملة فى مجال العمل الاعلامى الامنى من خلال الفترة 2007 جامعة نايف العربية للعلوم الامنية الرياض 2007م الجودة الشاملة فى العمل الشرطى العربى ص 2.

(3) المنجد ، نفس المرجع ص 109.

ويعني مضمون المادة الإعلامية من المعلومات، وتغطي مختلف أوجه الموضوعات في مسار الحياة اليومية وتعالج بأسلوب وشكل صحفي متعدد قد تكون مادة مكتوبة أو مصورة أو فيديو يستخدم من خلاله الإعلامي تلك الوسائط عبر الوسيلة المناسبة التي يختارها لتوصيل رسالته للمتلقين.

### **فعال:**

فعال: مبالغة من فاعل

### **والتعريف الإجرائي في هذا البحث لفعال:**

أن تكون الرسالة الإعلامية ذات تأثير على المتلقي ويتفاعل معها، وباعتبارها مصدراً لكل ما يبحثون عنه وتزيدهم به، والتي قد تكون ذات قيمة للمستخدم، إضافة إلى قدرة وتأثير القائم بالاتصال في مواقع الإنترنت وباستخدامه لأدوات الإعلام الجديد في تطوير المحتوى الإعلامي.

### **الصحافة الإلكترونية:**

والتعريف الإجرائي للصحافة الإلكترونية في هذا البحث:

فقد استخدم مصطلح الصحافة الإلكترونية بصورة أوسع ليحتوي كل المواقع الإلكترونية للوسائل الإعلامية باعتبارها الأصل الذي تفرعت منه الوسائط الأخرى المسموعة والمرئية. والصحافة الإلكترونية هي التي تصدر على الإنترنت سواء كان لها أصل ورقي أم لا، أو مواقع الإذاعات والفضائيات، وذلك بفعل تكنولوجيا الإتصال التي وحدت الوسائط داخل منصة إعلامية واحدة، ومكنت وسائل الاعلام المختلفة أن تجمع كل تلك الوسائط \_ من مكتوبة ومسموعة ومرئية \_ في مواقعها الإلكترونية على الإنترنت، وأتاحت للمتلقي حرية اختيار الوسيط في الموقع الإلكتروني والتفاعل والمشاركة، وهي تصدر بصورة دورية.

### **المواقع الإلكترونية الإعلامية:**

وتعرف إجرائياً في هذا البحث بأنها أحد أنواع المواقع المنتشرة على شبكة الويب تحوي مضامين إعلامية تشمل (نصوص، صور، مقاطع فيديو) لمؤسسات إعلامية قد تكون: صحف، إذاعات، فضائيات، أو مواقع على شبكة الانترنت

فقط، أو قد تكون خاصة يتم الوصول إليها عبر عنوان الموقع الذي سيطلبه مستعرض الويب Web browser.

### منهج البحث :

يستخدم البحث المنهج الوصفي لتحقيق أهدافه المرجوة من خلال دراسة المحتوى الموجود في المواقع الالكترونية وفق المنهجية العلمية للبحوث الوصفية للخروج بنتائج يمكن أن تسهم في تحقيق الارتقاء مهنيًا بأداء المؤسسات الإعلامية.

### أدوات جمع البيانات:

1. الملاحظة.
2. الاستبيان
3. المقابلات
4. تحليل المحتوى.

### مجتمع البحث:

-يتمثل مجتمع البحث في العاملين بموقع الجزيرة نت، من الممارسين للعمل الإعلامي من إعداد أو إنتاج ونشر الرسالة الإعلامية من حيث المحتوى (شكلاً ومضموناً). في موقع الجزيرة نت عينة البحث للفترة من 12 إلى 26 أكتوبر 2018 م، والفترة من 12 إلى 26 نوفمبر 2018 م. ومبررات اختيار الفترة الزمنية هو مجموعة من الاحداث الاقليمية في سوريا والخليج وليبيا والدولية والتي شهدت تغطية اعلامية مكثفة للمواقع الالكترونية العربية ، مما استدعى الباحث لقياس درجة الجودة وثباتها خلال هذه الفترة .

### الدراسات السابقة:

الدراسة الاولى: تطبيقات النشر الالكتروني الصحافي العربي - دراسة وصفية تحليلية للصحافة العربية في الإنترنت 2000-2002م - م: (1)

---

(1) عباس مصطفى صادق -جامعة ام درمان الاسلامية كلية الاعلام رسالة دكتوراة غير منشورة بعنوان تطبيقات النشر الالكتروني الصحافي العربي - دراسة وصفية تحليلية للصحافة العربية في الإنترنت 2000-2002م.

تبلورت مشكلة البحث من خلال اطلاع الباحث المتصل على الصحافة العربية في شبكة الإنترنت ومتابعة المشكلات في معالجة الكتابة العربية الكترونياً والقصور في تقانات عرض النصوص وانعكاس ذلك على الصحافة العربية وغياب ميزات النشر في الإنترنت في هذه الصحافة الناشئة ومن خلال دراسة خصائص هذه الصحافة استخلص البحث مجموعة المشكلات التي تقف امام وجود هذه الميزات. وتتلخص مشكلة البحث في تخلف طريقة عرض المادة الصحفية من حيث التحديث وإمكانية الأرشفة والبحث وتوفير الاعداد السابقة وضعف استخدام المزايا التفاعلية للإنترنت والوسائط المتعددة وهي مجموعة الخصائص الأساسية في الإنترنت اذ ليس الغرض فقط نشر المعلومات وانما الكيفية التي تنشر بها بما يسهل الحصول عليها وحفظها واسترجاعها والتواصل مع الجهة التي تنشرها، ومن هنا برزت الحاجة الى التصدى للموضوع بدراسة علمية تستهدف خصائص النشر الالكتروني في شبكة الانترنت. واستخدم الباحث أحد التصميمات المنهجية التي تنتمي الى بحوث وثائق المكتبات ويسمى مسح الوثائق وهو يهتم بوصف مادة الوثائق ونوع البحث وصفى استكشافياً.

ومن جانب آخر يستهدف تصوير وتحليل وتقويم خصائص النشر الالكتروني اضافة الى المقارنة. وخلص الباحث في دراسته الى عدد من النتائج وهو أن الصحافة العربية في الإنترنت لاتهتم بايراد المواد ذات الصلة بالموضوعات المنشورة وتوجد هذه الميزة المهمة في 9% فقط من الصحف المبحوثة وهي ميزه يفتقدها قراء هذه الصحف. وكشفت الدراسة أن ساحات التعليق برغم ميزتها التفاعلية لاتجد كفايتها في الصحف العربية في الإنترنت إذ أنها تتوفر في 23,6% فقط من المواقع الصحفية العربية اليومية وهذه الميزة مثل سابقتها دليل على مشاركة القراء في العملية الاتصالية وتفتقدها 76% من جملة المواقع الصحفية العربية. وأشار البحث إلي إن 76% تقوم بتحديث مادتها بما في ذلك الأخبار بعد مرور 24 ساعة ويلاحظ ان هذا النوع ينحصر في الصحف ذات الاسماء التقليدية المعروفة والتي تصدر طبعة رئيسية ورقية، كما لاتتوفر بنسبه 43.8% من الصحف اليومية المبحوثة خدمة البحث عن المعلومات التي تقوم بايرادها في نفس اليوم أو الأيام السابقة.

## مقارنة البحث بالدراسة السابقة:

بينما يركز البحث السابق على عدد من الخصائص والمزايا التي يجب توافرها في مواقع الإنترنت من حيث الأداء الوظيفي والوصف فإن الدراسة الحالية تركز على الفعالية التي يمكن أن تحدثها مجموعة من المعايير في الاستخدام الأمثل لها من جانب القائم بالإتصال لمعطيات يجب توافرها في كل معيار لتحقيق درجة عالية من الجودة. وقد استخدم البحث الحالي أسلوب تحليل المضمون إلي جانب الاستبيان.

كما استخدمت الدراسة السابقة منهج البحث الوصفي بوصف مادة الوثائق. كما تم استخدام منهج البحث المقارن لمجموعة من المواقع الإلكترونية للصحف في أسلوب عرض توضيحي، أما الدراسة الحالية فتبحث في الأسباب الأمثل لتحقيق الجودة في مخرجات المنتج للمواقع الإلكترونية الإعلامية بما يساعد في معرفة علاقات التأثير المتبادلة بحكم الفعالية، ويتفق الباحثان على أهمية وجود هذه الخصائص في مواقع الإنترنت التي تحقق الفعالية إضافة إلي أهمية دور الوسائط المتعددة.

**الدراسة الثانية:** المواقع الإلكترونية السودانية وتأثيرها في تشكيل الرأي العام، دراسة تطبيقية على عينة سكان ولاية الخرطوم 2009-2011م: (1)

أشار الباحث إلي انتشار المواقع الإلكترونية السودانية مستفيدة في ذلك من التطورات التكنولوجية والثورة المعلوماتية التي بدأت في العقد الأخير من القرن العشرين وقد شهدت هذه المواقع إقبالا كبيرا من فئات المجتمع السوداني كافة. ويتساءل الباحث في كيفية تعامل المجتمع السوداني مع هذه المواقع وما دورها في تشكيل رأيه والي أي مدى تؤثر هذه المواقع في تحديد قناعاته ولذلك فإن هذا البحث يتناول دور المواقع الإلكترونية السودانية في تشكيل الرأي العام من خلال الكيفية التي يتعامل بها مع المواقع الإلكترونية والي أي مدى أرضت المواقع طموحاته ومعرفة رؤيته المستقبلية وتأثيرها في تشكيل رأيه حول مختلف القضايا والمواقف. ومنهج البحث في الدراسة هو منهج المسح

---

(1) حامد مسلم حامد - جامعة ام درمان الاسلامية - معهد بحوث دراسات العالم الاسلامي - قسم الدراسات النظرية - شعبة الاعلام تخصص صحافة ونشر الالكتروني - رسالة دكتوراة غير منشورة بعنوان المواقع الإلكترونية السودانية وتأثيرها في تشكيل الرأي العام دراسة تطبيقية على عينة من سكان ولاية الخرطوم في الفترة 2009 الى 2011 م.

الوصفي ومن أدوات البحث الملاحظة والاستبيان. وخلص الباحث إلي عدد من النتائج منها برزت بوضوح أهمية الإنترنت في المجال الإعلامي بصفه عامة وفي المجال الصحفي بصفه خاصة وتأكدت أهميته في هذا المجال من خلال النقلة النوعية الكبيرة التي أحدثها خصوصا من في ناحيه نقل الأخبار والمواد الإعلامية وقت حدوثها ومن أى بقعه في انحاء العالم، كما أكدت نتائج البحث على أهمية المواقع الإلكترونية كأحد أهم مصادر الحصول على المعلومات. وهذه النتيجة تتسق أيضا مع أهمية الإنترنت التي تأكدت عبر مختلف الدراسات والبحوث التي تناولت الموضوع سواء من حيث ناحية الاستخدام أو من ناحية التوظيف في ظل الفائدة التي أضافتها المواقع الإلكترونية السودانية لكافة المجالات ويؤكد ذلك في اغلب افراد العينة في أهمية الإنترنت أجابوا بعبارة مهم جدا. وأشارت نتائج البحث إلي أنه ثبت ايضا من خلال نتائج الدراسة أن المستوى التعليمي له أثره في الاقتراب من الإنترنت بمختلف استخداماته إذ اتضح أن أغلب مستخدمى هذه التقنية من الجامعيين وهذا أيضا يؤكد أهمية هذه الوسيلة لكافة قطاعات المجتمع. ووصى الباحث المواقع الإلكترونية السودانية بالاهتمام أكثر بالمواد على المواقع وتحديثها والاهتمام أيضا بالنواحي التفاعلية وأدواتها التي أصبحت الصفة المميزة للإعلام الإلكتروني".

#### مقارنة البحث بالدراسة السابقة:

يتفق الباحثان على أهمية الإنترنت ودوره في المجال الإعلامي وتحديث المواد على الموقع والاهتمام بالنواحي التفاعلية وأدواتها التي أصبحت الصفة المميزة للإعلام الإلكتروني.

ويركز البحث السابق على توظيف الإنترنت في تشكيل الرأى العام من خلال الاهتمام بمواد المواقع وإلي أى مدى أرضت طموحاته ومعرفه رؤيته المستقبلية وتأثرها في شكل رأيه باعتبار الإنترنت أحد أهم مصادر المعلومات، وقد أتبع الباحث منهج البحث المسح الوصفي بالتطبيق على المواقع الإلكترونية السودانية، أما الدراسة الحالية فتبحث في الكيفية التي تقدم بها هذه المواد ماذا قيل وكيف قيل وفى أى شكل قدم وفق معيار للجودة متبع لكل من المحتوي والشكل عند التقديم والعرض وفي علاقات التأثير المتبادلة

بفعل التفاعلية. وذلك لمؤسسات الإعلام العربية على مواقع الإنترنت بالتطبيق على (الجزيرة نت).

**الدراسة الثالثة:** الإعلام الجديد وانعكاساته على التعرض لوسائل الاتصال الجماهيري دراسة على جمهور نوعى من أساتذة وطلاب الإعلام بولاية الخرطوم مارس 2015م:<sup>(1)</sup>

تتناول الدراسة التحولات الكبرى في مجال الاتصال والإعلام والتي أدت إلى تغيرات كبيرة في أساليب إنتاج وتوزيع وتلقى المعلومات. وظهرت تقنيات وأساليب اتصالية حديثة وانتشرت عن طريقها خصائص ووظائف اتصالية جديدة من أهمها التحول من وسائل الاتصال الجماهيري ذات الاتجاه الواحد والمحتوى المتجانس إلى تقنيات الاتصال التفاعلية ذات الاتجاهين والمضامين المتعددة. ونظراً لهذه التحولات والتطورات التي حدثت في العلاقة بين المرسل والمستقبل برزت مشكلة هذه الدراسة والتي تتلخص في التساؤل الآتي ما هي انعكاسات الإعلام الجديد في التعرض لوسائل الاتصال الجماهيري. ويهدف البحث إلى التعرف على ماهية الإعلام الجديد والكشف عن التطورات التي أحدثها الإعلام الجديد على التعرض لوسائل الاتصال الجماهيري، وبيان إمكانية استخدام الإعلام الجديد في زيادة التفاعلية للجمهور والتعرف على ميزات الإعلام الجديد مقارنة بوسائل الاتصال الجماهيري. وأكدت نتائج الدراسة تفضيل العينة لاستخدام الإعلام الجديد إذا ما قورنت بالتلفاز وذلك للفاعلية والتفاعلية والحريات التي يتيحها للمستخدم، كذلك جاذبيته واستخدامه للوسائط المتعددة. وأكدت عينة الدراسة أن الإعلام الجديد أحدث العديد من التطورات في مجال الاتصال وذلك لشموله واستخدامه للوسائط المتعددة وتخطيه للحواجز الجغرافية وسهولة الاطلاع. رأت الدراسة أن التطورات التي أحدثها الإعلام الجديد في مجال الاتصال سيكون لها الأثر الواضح في مجال التلفاز إذ أكدت الدراسة استفادة التلفاز من هذه التطورات في زيادة التفاعلية بين مشاهديه وذلك باستخدامه لأدوات الإعلام الجديد في برامجه، كما استفاد التلفاز من

---

(1) احمد طه العاقب ابوحريرة ، دكتوراة غير منشورة، جامعة ام درمان الاسلامية -كلية الاعلام - قسم الاذاعة والتلفزيون الاعلام الجديد وانعكاساته على التعرض لوسائل الاتصال الجماهيري- دراسة على جمهور نوعى من اساتذه وطلاب الاعلام بولاية الخرطوم مارس 2015 م.

مساحة البث الواسعة للإعلام الجديد للوصول إلي مشاهديه في كل مكان وذلك باستخدامه للموقع الإلكتروني وخدمه البث المباشر، كذلك استفاد من أدوات الإعلام الجديد في الترويج لبرامجه.ومن بين توصيات البحث السابق، على القائم بالاتصال في مجال التلفاز أن يضع الخطط البرمجية وفقا لاحتياجات واشباعات الجمهور وان يعي التطورات التي حصلت في عناصر العملية الاتصالية وبصفة خاصة التحولات التي حدثت للمتلقى الذي اتاح له الإعلام الجديد الفاعلية والتفاعلية وتبادل أدوار بينه والمرسل اليه وأن يضع خطته البرمجية وفقاً لهذه التطورات والإستفادة من الانتشار الواسع لأدوات الإعلام الجديد وذلك بتفعيل دور المواقع الإلكترونية للقنوات التلفازية وخدمة البث المباشر.

#### مقارنة البحث بالدراسة السابقة:

تتفق الدراسة الحالية مع الدراسة السابقة على دور التقنيات الحديثة في الاتصال وتحقيق الفعالية بين طرفي العملية الاتصالية وأهمية الإعلام الجديد وميزاته المتعددة وخاصة الوسائط المتعددة وبالتالي تعزيز فرص التعرض لوسائل الإعلام وفي استفادة القائم بالاتصال من هذه الأدوات.

وفي البحث السابق تم التركيز على استفادة التلفاز من هذه التطورات في زيادة التفاعلية بين المشاهدين باستخدام أدوات الإعلام الجديد في برامجه وفي استخدام خدمات الموقع لزيادة مساحة البث.بينما يتناول البحث هنا دور القائم بالاتصال في مواقع الإنترنت في أتباع مجموعة من المعايير بصورة أشمل لتحقيق الفعالية بين طرفي العملية الاتصالية، أما في جانب استخدام أدوات الإعلام الجديد فإن الدراسة الحالية تتناول بالتفصيل مجموعة هذه الوسائل وتحدد مجموعة هذه التطبيقات ومعايير الجودة المتصلة بها لتحقيق التأثير المطلوب للمخرجات النهائية للعملية الاتصالية، وقد أتاح الفرق المدى بين الباحثين في التعرف على تطبيقات التواصل الاجتماعي الجديدة وإدراجها في إطار مزاياه والأستفادة من خصائصها من حيث التشاركية والتفاعلية والاستخدام الواسع لوسائلها المتعددة بما يحقق أعلى معايير الجودة.



الدراسة الرابعة: الإنترنت وأثره في عناصر الاتصال - تلفزيون السودان (2009\_2014)م رسالة دكتوراة 2015 م: (1)

يتناول هذا البحث انعكاس الإنترنت على عناصر العملية الاتصالية بعناصرها الأساسية المرسل والرسالة والوسيلة والمتلقى والقائم بالاتصال ورجع الصدى وعلى البيئة الاتصالية ببعدها الدولي والمجتمعي ويناقش تأثير ذلك على إدارة الأخبار والبرامج السياسية في تلفزيون السودان كوسيلة اتصالية وتتكامل فيه أكثر استخدامات الإنترنت الاتصالية ولدراسة التغيير في الوظائف والمهام في ظل هذه التقنية الجديدة وأشكال التغطية الإخبارية، إن تطور الإنترنت وأهمية التعامل مع معطياته الجديدة لم يعد خيارا بل ضرورة قصوى لمواكبة المتغيرات والاستفادة من روافد التقنية، لقد أضحت الإنترنت تحديا في كثير من مجالات بث الأخبار وتحريرها وإرسالها والتفاعل معها وتم تحديد التلفزيون السوداني باعتباره مؤسسة إعلامية قومية وذات تاريخ وتعدد أوجه التعامل مع الإنترنت وتم تحديد الأخبار باعتبارها الأكثر تفاعلا مع معطيات هذه التقنية بشكل يومي وتتطلب حضورا يوميا واستعدادا متصلا وهي الأكثر ارتباطا بالأحداث قياسا مع بقية الإدارات بالتلفزيون. واتخذ الباحث في منهج البحث الوصفي التحليلي وتم من خلال الأسلوب المسحي وأخذ عينات محددة من دراسة الحالة على أخبار التلفزيون-2009 2014م واستبيان العاملين وأدوات البحث الملاحظة، المقابلة، الاستبيان، المقابلات. وركز البحث في مجتمع البحث على إداء الأخبار في تلفزيون السودان وتأثير الإنترنت. ومجتمع البحث هم العاملون بالأخبار بشكل مباشر من صحفيين وفنيين وتقنيين أما عينه البحث فهي عينة عمدية محددة وليست عشوائية. وخلص الباحث إلي مجموعة من النتائج في أن الإنترنت أسهم في تسريع العملية الإنتاجية للأخبار بالتلفزيون من خلال المحتوى والحصول على معلومة سريعة والقدرة على الوصول للمصادر عبرالاتصال أو الإيميل. وكذلك إمكانية التأكد من صحة المعلومات من خلال المقارنة أو ردة فعل الجهات المختصة إضافة إلي فاعلية الإنترنت في تسريع العملية

---

(1) ابراهيم الصديق على - جامعة السودان للعلوم والتكنولوجيا، دكتوراة غير منشورة، كلية علوم الاتصال، قسم الصحافة والنشر- الإنترنت وأثره في عناصر الاتصال - تلفزيون السودان(2009\_2014) م رسالة دكتوراة 2015 م.

الإنتاجية من حيث الوسائط والأجهزة وزاد الإنترنت من ثراء المضامين التحريرية وبناء القصص الخبرية من خلال وفرة وغزارة الأخبار، كما أحدث تغييرا في أساليب وطرق إدارة الأخبار والبرامج في التلفزيون في سهولة الوصول إلي المصادر وتحرر الصحفي من القيد الزماني والمكاني حيث يمكنه الحصول على الأخبار حيثما كان مادام هاتفه موصولا بالإنترنت، وأوصى الباحث بالاستفادة من التقنية في بناء منظومة اتصالية ميسورة ومباشرة بين أطراف العملية الاتصالية، وبناء منظومة أخبارية تستند إلي التقنية في مراحل الإنتاج كلها، وتوسيع مواعين الرسالة الإعلامية بالاستفادة من التقنيات الجديدة عبر إعادة بث الرسالة على مواقع مثل الفيديو يوتيوب أو مواقع التواصل.

### مقارنة الدراسة بالبحث السابق:

يتفق البحث مع البحث السابق في ضرورة الاستفادة من التقنية في توسيع مواعين الرسالة الاعلامية عبر الوسائط المتعددة وتطبيقات التواصل الاجتماعي، وفي مراحل الانتاج للمادة الاعلامية والاستفادة من الخصائص المتعددة التي أتاحتها الانترنت في تسريع العملية العملية الانتاجية للاخبار واثراء المضامين .وتتفق الدراسة الحالية مع البحث السابق على استخدام التقنيات الحديثة في مجال مواقع الانترنت، ويسعى لقياس مدى مواكبة اجهزة الاعلام للتقنيات الحديثة وتوظيفها في المجال الاعلامي ودور القائم بالاتصال في تصميم جودة المحتوى الفعال للمواقع الالكترونية

ويركز البحث السابق على انعكاس الانترنت على عناصر العملية الاتصالية بعناصرها الاساسية المرسل والرسالة والوسيلة والمتلقى والقائم بالاتصال ورجع الصدى وبيحث تأثير ذلك على ادارة الاخبار والبرامج السياسية في تلفزيون السودان، بينما يتناول الباحث في دراسته الحالية القائم بالاتصال وتأثيره على المحتوى باعتبار ان القدرات المهنية والتأهيل تؤثر في اعداد المحتوى الى جانب ادارته للتقانه وتطبيق ذلك على قناة الجزيرة وكيفية استفادة القائم بالاتصال من ادوات الاعلام في اعداد المحتوى والتركيز في تجويد القائم بالاتصال للمحتوى بما يحقق الفاعلية من خلال تطوير القدرات المهنية واستخدام الادوات التي وفرتها تكنولوجيا الاتصال بما يعزز من قدرة الوسيلة في تحقيق الفاعلية والتفاعل بين طرفي العملية الاتصالية.

**الدراسة الخامسة:** الوسائط المتعددة ودورها في تطوير الممارسة الصحفية دراسة تطبيقية على عينه من الصحف السودانية في الفترة من 2015- 2012 م.<sup>(1)</sup> يتناول محور مشكلة البحث كيف يمكن للمؤسسات الصحفية أن تستخدم الوسائط المتعددة في تطوير الممارسة والأداء الصحفى وما الظواهر والملاحم العامة لتكنولوجيا الوسائط المتعددة في الصحافة الورقية؟ وهل اسهمت الوسائط المتعددة بالفعل في تطوير الممارسة الصحفية؟.

مشكلة البحث فرضت تكنولوجيا الوسائط المتعددة تحديات عديدة في مجريات العمل الصحفى في مجال إخراج وإنتاج الصحف التقليدية توجسا منها على مستقبل الصحافة الورقية يحاول هذا البحث الكشف عن وضع الوسائط المتعددة في الصحافة الورقية وعلاقة استخدامها بتطورها ودورها في تطوير الممارسة الصحفية من خلال الاستخدام الأمثل لها كما يعنى بدراسة التأثيرات التى تحدثها عمليات اندماج التقنيات المتعددة من خلال تطبيقات الوسائط المتعددة على بيئه وأساليب الممارسة الصحفية. استخدمت الباحثة المنهج التاريخى والمنهج الوصفى التحليلى في دراستها، أدوات جمع المعلومات الاستنباطية المقابلة، وتوصلت الباحثة في دراستها على النتائج التالية، تكنولوجيا الوسائط المتعددة لم تولد فنونا صحفية جديدة وإنما أسهمت في تطوير الاشكال الصحفية وأضافت أن تأثير تطوير الوسائل الإعلامية المتعددة على فنون الصحافة المكتوبة سيكون بشكل رئيسى على نوعية المضمون حيث أن عامل الوقت أصبح يقلل من أهمية الخبر في حد ذاته ويضاعف من قيمة التحليل وعمق الخبر وتبعياته وعليه فإن المطلوب الآن هو ما وراء الخبر بصورة رئيسية. وأشارت الباحثة إلي أن تأثير التقنيات الحديثة على فنون الصحافة وإن أحسن توظيفها سيكون ايجابيا وذلك لأن التقدم التقنى أتاح للصحف والصحيفة التقليدية وسائل أسرع وادق وأكثر كفاءه من حيث المعالجة والتحرير والإخراج وكافة الفنون الصحفية. وهناك عوامل مهنية أسهمت في قله المضمون

---

(1) صفاء محمد خليل - جامعة السودان للعلوم والتكنولوجيا - كلية الدراسات العليا والبحث العلمى - كلية علوم الاتصال - قسم الصحافة والنشر - الوسائط المتعددة ودورها في تطوير الممارسة الصحفية دراسة تطبيقية على عينه من الصحف السودانية في الفترة من 2015- 2012 م ، دكتوراة في علوم الاتصال الصحافة والنشر 2016م ، غير منشورة.

أو المنتج الصحفي وضعفه منعدم وجود توافق بين مؤهلات الصحفيين وطبيعة العمل الصحفي الجديد وضعف التدريب والتأهيل".

### مقارنة الدراسة الحالية بالبحث السابق:

يتفق البحث مع البحث السابق في توظيف الإتصال التفاعلي والإندماج الاتصالي عبر الوسائط المتعددة في الارتقاء وتطوير الإعلام. وبأهمية تبني التكنولوجيا الحديثة عبر الدورات التدريبية وتوظيفها لتجويد الرسالة الإعلامية.

ويهدف البحث السابق إلى التعرف على اتجاهات الصحفيين السودانيين نحو استخدام تكنولوجيا الوسائط المتعددة ومدى الاستفادة منها بالمجال الصحفي وأهم اشكاليات ومعوقات تكنولوجيا الوسائط المتعددة ويرى البحث السابق أن العلاقة بين التطور التكنولوجي والعمل الصحفي هي علاقة طردية أي كلما زاد التقدم التكنولوجي زاد حجم التقدم في الأداء الصحفي في مختلف المجال وبالتالي يركز البحث السابق على تأثير الجانب التقني في حجم التقدم للأداء الصحفي وخاصة أهمية الوسائط المتعددة .

بينما يتناول البحث هنا مدى أثر التكوين العلمي والاكاديمي للقائم بالاتصال في جودة المحتوى الفعال للمواقع الالكترونية العربية ( الجزيرة نت )، وبينما يركز البحث السابق على الوسائط المتعددة في تطوير الممارسة الصحفية فإن البحث الحالي يتناول مجموعة من المعايير التي ينبغها على القائم والتي من ضمنها الوسائط المتعددة والتي ينبغى على القائم بالاتصال اتباعها والتي تحقق أعلى درجة من الجودة وذلك للمواقع الالكترونية لمؤسسات الإعلام العربية.

# **الفصل الاول**

## **المواقع الالكترونية لمؤسسات الإعلام**

**المبحث الاول: نشأة وتطور المواقع الالكترونية**

**المبحث الثاني: المواقع الالكترونية للمؤسسات الإعلامية**

**المبحث الثالث: توظيف تكنولوجيا الاتصال في المواقع الالكترونية**

## المبحث الأول

### نشأة وتطور المواقع الإلكترونية

شهد مطلع القرن الحادى والعشرين تطوراً كبيراً لتكنولوجيات الاتصال والتي أثرت في طبيعة عمل وسائل الاعلام المختلفة وذلك بفضل التلاقي الذي حدث ما بين أجهزة الكمبيوتر والبرمجيات وشبكات الاتصال، والذي نتج عنه عدة تشكيلات متنوعة من الأجهزة الالكترونية، والتكنولوجية منها الهواتف النقالة، التلفزيون الرقمي، وغيرها من وسائل الاتصال المتطورة جداً.

وأثرت تلك التطورات في طبيعة عمل القائم بالاتصال في الإعلام الإلكتروني من حيث مهامه واسلوبه في عرض المادة واعدادها ونتاجها وبتثها والمتابعة المستمرة. أن تطور تكنولوجيات الإعلام والاتصال مر بعدة عصور مترابطة "وهي عصر الاتصال الشفوى، عصر الاتصال الكتابي ويتمثل في تطوير المطبعة على يد "غوتنبرغ" 1453م بألمانيا والذي مهد لظهور الصحافة المكتوبة، عصر الاتصال الجماهيري الذي ظهرت معالمه مع ظهور التلغراف عام 1835م، وظهور الوسائل السمعية والمرئية، عصر الاتصال الإلكتروني التي ساهمت في تطويرها الشبكة العنكبوتية الانترنت<sup>(1)</sup>".

وقد مكنت الثورة الرقمية والتي يعيشها العالم اليوم من ربط أجهزة وأدوات الاتصال ببعضها البعض وكل هذا بفضل شبكة الانترنت التي أصبحت تلعب دور الوسيط بين كل الوسائل الرقمية وتسهم في تجاوز الحدود والحوجز الثقافية بين الشعوب. "إن تكنولوجيا الاتصال في المرحلة التفاعلية الرقمية قد بدأت في منتصف الثمانينيات وما زالت مستمرة حتى الآن، وتتميز بسمة أساسية وهي المزج بين أكثر من تكنولوجيا معلوماتية، واتصالية تمثلها أكثر من وسيلة، لتحقيق الهدف النهائي وهو توصيل الرسالة الاتصالية ويطلق على التكنولوجيا السائدة أو المميّزة لهذه المرحلة التي نعيشها: التكنولوجيا الرقمية أو التكنولوجيا التفاعلية، أو التكنولوجيا المتعددة الوسائط. ويمكن القول أن أبرز ملامح المرحلة التي نعيشها الآن في تكنولوجيا الاتصال هي ظاهرة اندماج وسائط أو وسائل الاتصال والمعلومات أو

(1) عامر قندلجى، الاعلام والمعلومات والانترنت، عمان : دار اليازورى للنشر والتوزيع 2013م، ص 29.

ظاهرة الالتقاء الرقمي، فقد شهدت العقود الأربعة الماضية تطوراً مذهلاً في مجال الاتصالات<sup>(1)</sup>.

## مفهوم الإنترنت

### المعنى اللغوي للإنترنت:

"الإنترنت" "Internet" كلمة إنجليزية تستخدم كاختصار لمصطلح "International Network"، والذي يعنى شبكة المعلومات الدولية، ويطلق على الإنترنت عدة مسميات منها "الشبكة The Net"، أو الشبكة العالمية "World Net"، أو الشبكة الويب "The Web" والطريق الإلكتروني السريع للمعلومات "Electronic Super Highway"<sup>(2)</sup>. أو شبكة الشبكات "Network of Network" أو الشبكة الفائقة "Hyper net"<sup>(3)</sup>، ويرى البعض أن كلمة الإنترنت "Internet" تعد اختصاراً للشبكة البينية "Inter Network"<sup>(4)</sup> ويراهم آخرون انها "اختصاراً لـ"Network Interconnection" حيث تعنى "Interconnection" ترابط، وكلمة "Network" تعنى شبكة، ومن ثم فإن الإنترنت وفقاً لهذا التفسير تعنى ترابط مئات الآلاف من أجهزة الكمبيوتر معاً من خلال وسائل الاتصال الشبكي المختلفة والمتنوعة والمتكاملة والتي يطلق عليها بروتوكولات "Protocols" أو القواعد التي تستخدم جميع الشبكات المتصلة بعضها ببعض والأخذ بعضها من البعض الآخر<sup>(5)</sup>.

---

(1) محمود علم الدين، تكنولوجيا المعلومات و الاتصال ومستقبل صناعة الصحافة، القاهرة: دار السحاب للنشر والتوزيع، 2005، ص ص 147،149.

(2) عبد الملك ردمان الدنانى، الوظيفة الإعلامية لشبكة الإنترنت، ط1، (القاهرة: دار الفجر للنشر والتوزيع، 2003) ص 33.

(3) هشام طليب، تأثير شبكة الإنترنت على الحياة اللغوية فى المجتمع العربى، مجلة المكتبات والعلوم العربية، س(20)، ع(1)، يناير 2001، ص 43.

(4) عبدالقادر بن عبد الله الفتوح، الإنترنت للمستخدم العربى، ط2 (الرياض: مكتبة العبيكان، 2001) ص 11.

(5) عبد الفتاح مراد، كيف تستخدم شبكة فى البحث العلمى وإعداد الرسائل والأبحاث والمؤلفات (د.ن: د.ت) ص 10.

## التعريف الاصطلاحي للإنترنت:

ظهرت شبكة الإنترنت بشكل جماهيري في العقد الأخير من القرن العشرين، ونظراً لحدائتها وارتباطها بشكل وثيق بالتقنيات المستحدثة، والمتلاحقة، فقد اختلف الباحثون حول مفهومها الحقيقي، وقد اقتصرت أغلب التعريفات والمفاهيم التي أوردها الباحثون لشبكة الإنترنت على الوصف دون أن يتعدى ذلك إلى أخلاقيات أو ضوابط الممارسة أو حتى طبيعة مستخدمي الشبكة، إضافة إلى كون الباحثين الذين حاولوا وضع تعريفات للإنترنت تناولوا الشبكة حسب طبيعة استخدامهم لها أو حسب المجال الذي تتم دراسته.

بناء على ذلك يمكن القول أن تعريف الإنترنت يرتبط بالمستخدمين لها والخدمات التي تقدم من خلال هذه الشبكة والتقنيات المستخدمة لتأمين هذه الخدمات، وهي شبكة اتصالات عالمية تربط الآلاف من شبكات الكمبيوتر بعضها ببعض ويستخدمها الملايين من مستخدمي الحاسبات الإلكترونية على مدار 24 ساعة في معظم أنحاء العالم خاصة في الجامعات ومراكز البحث العلمي والشركات الكبرى والبنوك والمؤسسات الحكومية<sup>(1)</sup>. ويقول تيم بيرنيز وهو مؤسس الإنترنت في مقال نشره عام 1993 ( إن وضع تعريف للإنترنت يعد عملية تشبه الفرق بين الدماغ والعقل، فباكتشاف الإنترنت تجد أسلاكاً وكمبيوترات، أما بإستعراض الشبكة نفسها فستجد شتى المعلومات<sup>(2)</sup> ويذكر الدناني "إن تشعب الإنترنت وأتساع دائرة استخدامها أسهم في تعدد تعريفاتها، ويرى ريتشارد ج.سميث ومارك جيتس أن تعريف الإنترنت يعتمد على عمل، وحاجة الشخص الذي يريد تعريفها، حيث يرى المستخدم العادي الإنترنت بشكل مختلف عن ما يراه المهني أو المهندس<sup>(3)</sup>.

ورأى محمد عبد الهادي: ان الإنترنت هي وسيلة من وسائل الاتصالات ونقل المعلومات التي بزغت حديثاً وانتشر استخدامها بصورة مذهلة في السنوات الأخيرة

---

(1) محمود علم الدين، وسائل الإعلام والاتصال في عصر المعلومات والتطورات والسمات، مجلة النيل، وزارة الإعلام والاتصال الهيئة العامة للاستعلامات، القاهرة، ع 70، 1998، ص 82.

(2) صالح كاتب، الإعلام القديم والإعلام الجديد، مكتبة الشروق، جدة 2003 ص 53

(3) عبد الملك ردمان الدناني، مرجع سابق، ص 111



بسبب طبيعتها (الديناميكية) التفاعلية، وتقدم هذه الشبكة بجانب الاتصالات المباشرة الأخرى التي تجعل مضمون الاتصال متاحا وشبكات الاتصال الأخرى، أساليب متقدمة يمكن بواسطتها للأفراد والمؤسسات الاتصال ببعضهم البعض تبادل المعلومات والوصول إليها في كل أو معظم الأنشطة التعليمية والعلمية والتجارية والترويجية المتاحة حالياً<sup>(1)</sup>.

وهناك تعريف آخر يشير إلى أنها "عبارة عن دائرة معارف عملاقة يمكن للمشاركين فيها الحصول على معلومات حول أى موضوع معين فى شكل نص مكتوب أو مرسوم أو خرائط أو التراسل عن طريق البريد الإلكتروني، لأنها تضم ملايين من أجهزة الكمبيوتر تتبادل المعلومات فيما بينها، وتستخدم الكمبيوترات المرتبطة بالشبكة بما يعرف تقنياً بالبروتوكول "Protocol" للنقل والسيطرة ولغرض تأمين الاتصالات الشبكية"<sup>(2)</sup>.

ويمكن القول من خلال التعريفات السابقة "أن الانترنت هى نتاج اندماج ظاهرة المعلوماتية والاتصال وهى مكونة من آلاف الشبكات المحلية (LAN) والواسعة (WAN)، وتتكون من ملايين الحواسيب المنتشرة فى العالم وترتبط من خلال الأقمار الصناعية والهواتف والألياف الضوئية، كما أنها أكبر أداة للاتصالات المعلوماتية فهى شبكة حواسيب دولية تحمل كمية لا تصدق من المعلومات بعضها حكومي وبعضها شخصي"<sup>(3)</sup>.

ويعرف الإنترنت " أنها وسيلة اتصال واسعة الانتشار تجمع بين خصائص الاتصال الشخصي وخصائص الاتصال الجماهيري، وهى احد وسائل الاتصال عبر الكمبيوتر الذى يتميز بالتفاعلية والتقارب ويمثل نوعاً من المزج بين الوسائل

---

(1) محمد عبد الهادى، تكنولوجيا الاتصالات وشبكات المعلومات مع معجم شارح للمصطلحات، (القاهرة:المكتبة الأكاديمية،2001) ص 183.

(2) مارتيا تريتر، كيف تستعمل الأنترنت، ترجمة مركز التعريب والترجمة، ( بيروت: الدار العربية للعلوم، 1996) ص 190.

(3) د.ماجد سالم تريان، الانترنت والصحافة الالكترونية "رؤية مستقبلية"،(القاهرة: الدار المصرية اللبنانية،2008) ص 29.

المختلفة ( النص والصوت والصورة ) فيما يعرف بالوسائط المتعددة "Multimedia" (1).

### نشأة الإنترنت:

"جاءت نشأة الإنترنت تحسباً من احتمال تدمير أى مركز من مراكز الاتصال الحاسوبي المعتمدة بضربة صاروخية سوفيتية مما سيؤدى بالتالي إلى شلل الشبكة الحاسوبية بكاملها وحرمان القيادة الامريكية من الإسناد المعلوماتي، وربطت وزارة الدفاع الأمريكية بين أربعة معامل أبحاث حتى يستطيع العلماء تبادل المعلومات والنتائج، وقامت بتخطيط مشروع شبكة اتصال من حواسيب يمكنها الصمود أمام أي هجمة سوفيتية محققة" (2) "أنداك إبان إطلاق روسيا لأول قمر صناعي Sputnik satellite عام 1957م، كما أنها صممت فى الأصل كنظام لامركزي يمكنه البقاء لو تعطل جزء منه فأستت وزارة الدفاع الأمريكية وكالة الأبحاث المتقدمة أريا ARPA Advanced Research Project Agency فى عام 1958م للاضلاع بالدراسات العلمية فى مجالات علوم الكمبيوتر والشبكات" (3).

تغير اسم أريا لاحقاً الى داريا DARPA Defense Advanced Research وهذا خلقت داخلها مكتب معالجة المعلومات التكنولوجية الأي بي تي أو IPTO Information Processing Technology Office الذي كان يعمل أصلاً فى البحوث المتصلة فى برنامج يطلق عليه Semi Automatic Ground Environment الذي أوصل كامل الولايات المتحدة بشبكة متكاملة للرادار لأول مرة، وقد سمى جى سي ار ليكليدر لرئاسة الاي بي تي أو قد قام بدوره بتعيين لورانس روبرتس لتروؤس مشروع تنفيذ الشبكة، فقام روبرتس بتبنى افكار باول باران الذى كتب دراسة لسلاح الجو الامريكي عن نقل حزم البيانات Packet switching كمبدأ مقابل لطريقة نقل الدوائر Circuit switching وقد طور

---

(1) د. عبد الباسط أحمد هاشم، التفاعلية على مواقع الصحف الالكترونية، (القاهرة: دار العلوم للنشر والتوزيع، 2014) ص 57.

(2) هيثم فهمى، رحلة عبر الشبكة الدولية: انترنت ( القاهرة: مطابع الزهراء للإعلام العربى، 1996) ص 12.

(3) محمد عبد الهادى، مرجع سابق، ص 183.

البريطاني دونالد واتس ديفيس تجارب خاصة في المعمل البريطاني في ميدلسكس لنقل الحزم الذي بدأت التجارب الأولى فيه التجارب الأولى لهذه التكنولوجيا في 1968م، وبعد الكثير من العمل تمت تجربة الشبكة في جامعة كاليفورنيا بلوس انجلس في 29 أكتوبر عام 1969م في برنامج يطلق عليه شبكة اريانت ARPANET التي تمثل بدايات شبكة الانترنت الحالية<sup>(1)</sup>.

"وبنهاية عام 1969م تم توصيل أربعة أجهزة كومبيوتر ببعضها في أول شبكة باسم اريانت. وفي نفس العام ظهرت شبكة كومبيوسيرف CompuServe Information Services وهي أول شبكة معلومات تجارية سادت هذا النشاط طوال الثمانيات إلى ظهور ما أطلق عليه في منتصف التسعينات شبكات الواجهة الغرافيقية Graphical user interface مثل امريكا اونلاين التي تأسست في عام 1985م وهي حالياً من أكبر مقدم خدمة الانترنت.

في الفترة ما بين 1971م - 1972م اصبح بإمكان مستخدمى اريانت تطوير التطبيقات المختلفة للاستخدامات المختلفة للشبكة وفي أكتوبر 1972م نظم بوب كان عرضاً جماهيرياً لاريانت بأربعة أجهزة كومبيوتر بفندق هيلتون بمدينة واشنطن دي سي وهي أول مرة تقدم فيها الشبكة للجمهور وفي العام نفسه قدم رأى توميلنسون أول برنامج للبريد الالكتروني، وتم اختيار علامة @ للإشارة (في AT) بعدها بعام تم أول تشبيك دولي مع الكلية الجامعية بلندن ومؤسسة الرادار الملكية بالنرويج<sup>(2)</sup>.

"وشهدت فترة السبعينات نمو الشبكة من مشروع ناشئ ومن ثم تحولت إلى شبكة عالمية، كما شهدت الفترة أيضاً بداية تكنولوجيا التخزين والاسترجاع للمعلومات واستخدام البريد الالكتروني وهي الخدمة الأكثر تواجداً واستخداماً على الإنترنت<sup>(3)</sup>، "ومع حلول عام 1980م تم استخدام البرتوكولات المناسبة إلا أنه في

---

(1) د.عباس مصطفى صادق، الاعلام الجديد المفاهيم والوسائل والتطبيقات، ط1 (عمان: دار الشروق للنشر والتوزيع، 2001)، ص ص 60 - 61.

(2) المرجع السابق نفسه ص 61.

(3) Ellsworth and B.Boron ,et.AL,(1997),The Internet 1997, 4th Ed , (USA: Sums Net Publishing) P.7.

عام 1983 م طالبت "Darpa" بإستخدام بروتوكولات "Tep/Ip" لكل الشبكات المترابطة<sup>(1)</sup>.

"وقد تم تقسيم هذه الشبكة عام 1983 إلى شبكتين الأولى هي "MILNET"، والثانية "ARPANET" والتي تحمل اسم الشبكة ذاتها، واقتصر استخدام الأولى على النواحي العسكرية، بينما اقتصر استخدام الثانية على الأغراض المدنية، ولكن ظل إمكانية تبادل المعلومات بين الشبكتين متاحة. وفي الثمانينات ظهرت شبكات عديدة أخرى مثل "BITNET" التي تستخدم للاتصالات الاكاديمية، وشبكة "LSNET" التي تربط مجموعة كبيرة من مراكز البحوث ثم تم ربط هذه الشبكات بشبكة الإنترنت وأصبحت جزءاً منها فيما بعد"<sup>(2)</sup>. وفي عام 1986م كانت المحطة المهمة فى تاريخ الشبكة حيث قامت مؤسسة العلوم القومية فى الولايات المتحدة بربط أنحاء الشبكة بواسطة خمسة أجهزة كومبيوتر فائقة القدرة، كونت فيما بينها هيكلاً أساسياً عرف باسم "NSFNET" واصبح هذا الهيكل يمثل العصب الأساسى للاتصالات عبر شبكة الإنترنت"<sup>(3)</sup>، "إضافة إلى دخول وكالات أخرى مثل ناسا، وبعض المعاهد الوطنية للصحة وهيئة الطاقة، وكان كل منهم مسؤولاً عن جزء رقمي فى اتحاد شبكة الإنترنت، وفى الوقت الذى تخلت فيه وزارة الدفاع الأمريكية عن أربانت وتولتها وكالة أبحاث الفضاء الامريكية ناسا"NASA"<sup>(4)</sup>.

"واهتمت مؤسسة العلوم الوطنية الامريكية (NSF) بتحويل مشاريع الشبكات والمنظومات المقامة على أساس بروتوكولات (TCP/IP) لمصلحة المؤسسات الأكاديمية الرئيسية فى امريكا، ولذلك ربطت مراكز الحاسوب المتقدمة مع أربانت

---

(1) عبد الملك الدنانى، مرجع سابق، ص 44، 45

(2) خليل صابات، جمال عبد العظيم، وسائل الاتصال، نشأتها وتطورها، ط 9، (القاهرة، مكتبة الانجلو المصرية، 2001) ص ص 522-523.

(3) مصطفى السيد، شبكة الإنترنت (القاهرة: دار الكتب العلمية للنشر والتوزيع، 1997) ص 15.

(4) بهاء شاهين، شبكة انترنت، ط2، ( القاهرة:كيبو ساينس العربية لعلوم الحاسب، 1996) ص9.

الموجودة فى السابق وبحلول عام 1988م انتهت (NSF) من إنشاء الانترنت فائقة السرعة وبشكل أوسع" (1).

"وفى عام 1989م قررت الحكومة الأمريكية وقف تمويل الأربانت ووضعت خطأ لإنشاء حلف تجارى لها فى شكل شبكة تقرر تسميتها " الإنترنت"، وقد اشتق الاسم من البروتوكول الاساسي للاتصالات، وظل أغلب عملاء الإنترنت حتى بعد ان أصبحت خدمة تجارية بين العلماء داخل الجامعات، والشركات العاملة فى صناعة الكمبيوتر الذين استخدموها لتبادل البريد الالكتروني E-MAIL (2). كما ارتبط بالإنترنت المتكونة شبكات أخرى من فرنسا واليابان والمملكة المتحدة و غيرها من دول العالم الأخرى.

"وأسهمت أوروبا بممرات للنقل السريع مثل "Nordo net" لغرض توفير إمكانيات ربط أكثر من مائة ألف حاسوب متفرقة عبر عدد كبير من الشبكات وهكذا فإن التحولات التى شهدتها أربانت وصلت فى النهاية الى شبكة اتصالات دولية تحت اسم شبكة الاتصالات الدولية "International network" أو الانترنت "Internet" التى نعرفها الآن" (3).

وقد شهد عام 1991م أهم تطور فى تاريخ الإنترنت، "وقد تمثل هذا التطور فى ظهور الشبكة العنكبوتية الدولية " الورد وايد ويب " World Wide Web" والذي اخترعه تيم بارنرز Tim Berners -Lee الذي اعتمد على تكنولوجيا النص الفائق Hypertext للربط بين الوثائق والملفات والصور والرسوم والأصوات على الشبكة، وقد أحدث ظهور الويب ثورة فى عالم الاتصال الحديث وغير طرق الحياة فى كثير من مناطق العالم. وينسب إليه أنه هو الذي حول أنظمة الاتصال الشبكي

---

(1) Stephen E. Arnold Internet (2000) The path to the total Net work England , 1994 P.20:21.

(2) بيل جيتس " المعلوماتية بعد الانترنت"، عالم المعرفة، ترجمة: عبد السلام رضوان ( الكويت: المجلس الوطنى للثقافة والفنون والاداب، 1989 ) ص(16).

(3) محمد طلبه، الإنترنت، ط1، ( القاهرة: مطابع المكتب المصرى الحديث، 1997)، ص 19.

باستخدام الكمبيوتر من وسيلة اتصال مقصورة على النخبة إلى وسيلة اتصال جماهيرية".<sup>(1)</sup>

وفي منتصف عام 1993م، حدث شيء جديد إذ "خرج من الإنترنت تقنيات أطلق عليها " الوسائط المتعددة وهي عبارة عن مجموعة من مستلزمات البرمجة أو البرامج الخاصة ووسيلة لتجميع الوثائق معًا، مما يتيح لمستخدمي هذه الوسائط التجول عبر الشبكة، وأن يشاهدوا كل ما فيها بالصوت والصورة والفيديو بمجرد توجيه الماوس والضغط عليه، وبذلك غدا الإنترنت مكانًا يزدحم بالناس والأفكار، وهو ما يعرف بالواقع الافتراضي "Cyber Space" <sup>(2)</sup>.

"وفي العام 1993م تم عرض المستعرضين فيولا-فيولا Viola الذي كتبه الطالب بي وي Pei Wei من جامعة ستانفورد Stanford ومستعرض ميداس Midas الذي كتبه توني جونسون Tony Jonson في المركز القومي لتطبيقات الأجهزة العملاقة في الينوى وفي العام نفسه كتب مارك اندرسون Mark Anderson وايرك بينا Eric Bina مستعرض موزاييك الذي سمح بعرض الأشكال الملونة. وفي عام 1994 ابتكر جيم كلارك مستعرض MCC الذي أصبح فيما بعد مستعرض نيتسكب Netscape ثم ظهر مستعرض مستكشف مايكروسوفت Microsoft Explorer. وقد تطور المستعرضان على قياسات اتحاد الويب والتطورات في الشبكة بما يمكن من استخدامها وإمكانية الوصول الى المعلومات المستخدمة فيها أيا كانت اللغة" <sup>(3)</sup>.

"وقد شهدت التسعينات تطورًا كبيرًا في تقنيات وبرامج الإنترنت، كما تزايدت أعداد مستخدميها، وبدأ عدد كبير من شركات خدمات المعلومات وقواعد البيانات تتخذ من الإنترنت وسيلة جديدة للاتصال بمستخدميها، كما أصبحت وكالات الأنباء تعتبر عمليات الاستثمار في الإنترنت من مشاريعها المستقبلية الأساسية، وتزايد

---

(1) د.حسنى محمد نصر، الانترنت والاعلام الصحافة الالكترونية ط1 (الكويت: مكتبة الفلاح للنشر والتوزيع 2003، ص 27-28).

(2) خليل صابات، جمال عبد العظيم، مرجع سابق، ص 523

(3) د. عباس مصطفى صادق، مرجع سابق، ص 90

اعداد هذه الوكالات علي الإنترنت، وبدأت الانترنت تدخل الى دور المؤسسات الصحفية كمصدر أساسي للأخبار والمعلومات، كما بدأت الجامعات والكليات المتخصصة تعنى بتدريسها من الزاوية الإعلامية والصحفية، وأصبح استخدام الإنترنت يعد أحد المعايير الأساسية في تقييم مؤهلات ومعارف الصحفي<sup>(1)</sup>.

وشهد نهايات القرن الماضي تأثير العولمة وما تبعها من متغيرات في مجال صناعة الإعلام والاتصالات على منطقة الشرق الأوسط والدول العربية على وجه الخصوص، كما ساهم نمو القطاع الخاص في تهيئة الأجواء لاستقلال العديد من الهيئات الإعلامية عن مؤسسات الدولة فشهدت المنطقة تأسيس عدد من الصحف والإذاعات والفضائيات المستقلة ذات المصالح التجارية والسياسية، وظهرت عدد من الفضائيات.

وشهدت فترة منتصف التسعينات تواجداً على مواقع الانترنت من صحف وفضائيات ومواقع الكترونية لمؤسسات إعلامية عربية، وأطلقت صحيفة الشرق الأوسط في 9 سبتمبر ( 1995 م)، أول موقع إلكتروني لصحيفة عربية ثم تلتها من بعد عدة صحف عربية ومؤسسات اعلامية.

وكانت إنطلاقة فضائية الجزيرة القطرية في شهر ابريل عام 1996 ونجاحها في تقديم خدمة اخبارية مميزة حافظاً الى ظهور العديد من العديد من الفضائيات مثل قناة العربية والتي بدأت في العام 2004م.

وفى العام 2001 اطلقت قناة الجزيرة موقعها الالكتروني وذلك لتمكين الجمهور من المتابعة المتواصلة والفعالية للأخبار والتحليلات على شبكة الإنترنت وذلك باللغتين العربية والانجليزية.

### شبكة الويب Web

تعددت تعريفات الويب تبعاً لخلفيات المعرفين ومن بين التعريفات الشاملة هو "مجموعة من ملفات الويب المرتبطة فيما بينها والمتضمنة لملف أفتتاحي يسمى الصفحة الرئيسية Home page والتي يمكن الولوج من خلالها إلى بقية الوثائق

---

(1) السيد بخيت، الصحافة والانترنت ط1 (القاهرة: العربى للنشر والتوزيع، 2000) ص ص 24-25.

المتضمنة في الموقع، ويتم الوصول إلى الموقع عبر كتابة أسم الموقع على المتصفح<sup>(1)</sup>. وفي تعريف آخر أكثر تفصيلاً يعرف الويب بأنه " ملف (صفحة) أو مجموعة ملفات يتم تخزينها في حاسوب (خادم Server) يمكن الولوج إليها عبر شبكة الإنترنت. ولكل موقع صفحة رئيسية تصمم غالباً لكي لكي تكون الملف الأول الذي يزوره المتصفح ليأخذ فكرة عامة عن مضامين الموقع. تتضمن الملفات الموجودة بالموقع وصلات نصية أو رسومية يتم النقر عليها باستخدام جهاز مدخلات مثل الفأرة قصد الانتقال من ملف إلى آخر داخل الموقع أو خارجه"<sup>(2)</sup>.

ويعرف الويب على أنه " نظام من خادمت الكومبيوتر يدعم الوثائق المكتوبة بلغة النص الفائق ويقوم بالربط بين الوثائق بعضها البعض سواء كانت وثائق نصية أو جرافيكية أو صوتية أو ملفات فيديو، وهو مجموعة من المعلومات المترابطة والمخزنة في أجهزة كومبيوتر عديدة في جميع أنحاء العالم يتم تسليمها عبر الانترنت بشكل صفحة أو صفحات يطلق عليها صفحة الويب Web Page والذي قد يحوي نصاً أو يشير إلى ملفات أخرى، وهذه الملفات قد تحوي صوراً أو لقطات فيديو أو مقاطع سمعية"<sup>(3)</sup>.

" وتختلف شبكة الوب عن الإنترنت فإذا كانت شبكة الإنترنت، هي شبكة للأجهزة المادية من ملققات عملاقة الى أجهزة اتصال ونظم توزيع ثم أجهزة كومبيوتر، فإن شبكة الوب وهي مجموعة هائلة من وثائق النص التشعبي الموصولة ببعضها تعمل داخل الإنترنت ويطلق عليها أحياناً WWW، أو الشبكة العنكبوتية الدولية التي ترتبط ببعضها، وفي العادة تضم الوب مرافئ أو مواقع، هي في المحصلة مواقع Web Site، يتم الوصول إليها عبر محدد موقع المصدر Uniform Resource Locator URL أو عنوان الموقع الذي سيطلبه مستعرض الويب Web browser"<sup>(4)</sup>.

---

(1) [www.scotsmist.co.uk/glossary\\_w.html](http://www.scotsmist.co.uk/glossary_w.html)

(2) [Alt.uno.edu/glossary.html](http://Alt.uno.edu/glossary.html)

(3) د. حسني محمد نصر. مرجع سابق ص 28

(4) د. عباس مصطفى صادق، مرجع سابق، ص 91.



"وموقع الويب هو مجموعة من الوثائق المتصلة ببعضها بنظام النص التشعبي مخزنة في ملفقات الوب، وهو ملف يوجد في قرص الكومبيوتر الصلب موصل بالإنترنت بعنوانه الخاص، وعندما يطبع أحدهم العنوان على مستعرضه تقوم شبكة الإنترنت بتوصيله الى هذا الملف. وكل موقع له صفحة بدء يتم إرسالها أولاً ويقروها المستعرض عندما يتم طلب الموقع"<sup>(1)</sup>.

ويمكن الدخول الى صفحات الويب بواسطة أنواع مختلفة من الأجهزة تشمل الكومبيوتر والهواتف النقالة.

إعلامياً يمكن تعريف الويب على أنه " رسائل تواصلية مخزنة في جهاز حاسوب خادم يتم الوصول إليها بالولوج إلى شبكة الأنترنت وعبر إحدى متصفحات شبكة الويب. ويتخذ موقع الويب شكل صفحات أو وثائق مكتوبة بلغة النص التشعبي المترابط **HTML** تتخذ من الصفحة الرئيسية واجهة لها ويتم التنقل بينها بواسطة وصلات عادية أو تفاعلية، وتقدم الرسائل التواصلية في شكل منفرد (نص أو صورة أو صوت فيديو...) أو وسائط متعددة **Multimedia**. وغالبا ما تقدم مواقع الويب خدمات تهدف إلى تعزيز التواصل والتفاعل مع المتلقي"<sup>(2)</sup>.

### المواقع الإلكترونية:

وقد كان وجود الإنترنت دافعاً أساسياً لمختلف وسائل الإعلام المقروءة والمسموعة والمشاهدة للوجود على الشبكة من خلال عمل مواقع إلكترونية لها تؤدي نفس الرسالة الإعلامية، بالإضافة إلى ما توفره شبكة الإنترنت من مميزات وسمات تؤهلها للقيام بمثل هذا الدور الإعلامي.

ويعرف الموقع الإلكتروني بأنه " عبارة عن مجموعة صفحات الكترونية مرتبطة مع بعضها البعض يمكن مشاهدتها والتفاعل معها عبر برامج حاسوبية تدعى المتصفحات **web browser** كما يمكن عرضها بواسطة الهواتف النقالة عبر

---

(1) المرجع السابق نفسه، ص 94.

(2) سعود صالح، مرجع سابق، ص53.

تقنية نظام التطبيقات اللاسلكية «wap» وهذه الصفحات موجودة فيما يسمى بالخادم<sup>(1)</sup>.

كما يعرف الموقع الإلكتروني بأنه مجموعة من ملفات الشبكة العنكبوتية ذات الصلة المتشابهة المرتبطة فيما بينها، والتي قام بتصميمها فرد أو مجموعة من الأفراد أو إحدى المؤسسات<sup>(2)</sup>.

ويعرف الباحث المواقع الإعلامية بأنها أحد أنواع المواقع المنتشرة على شبكة الويب تحوي مضامين إعلامية تشمل (نصوص، صور، مقاطع فيديو) لمؤسسات إعلامية قد تكون صحف، إذاعات، فضائيات، أو مواقع على شبكة الانترنت فقط، أو قد تكون خاصة يتم الوصول إليها عبر عنوان الموقع الذي سيطلبه مستعرض الويب Web browser.

إذن يعتبر الإنترنت وسيلة اتصال جماهيري فعالة وعلى القائم بالاتصال أن يراعي تكامل الرسالة من حيث الشكل والمحتوى مع الوسيلة والمتلقي، واكتسبت العملية الاتصالية مميزات جديدة لم توفرها وسائل الاعلام التقليدية أهمها عنصر التفاعلية والمشاركة النشطة للجمهور والفورية بالنسبة لمضمون الرسالة وكذلك عنصر رجع الصدى الذي يكاد يغيب تماماً في الوسائل الإعلامية التقليدية.

وأصبح الإعلام التفاعلي يعتمد على ستة عناصر للعملية الاتصالية وهي: المصدر - الرسالة - الوسيلة - المتلقي - رجع الصدى - التأثير، فقد تغيرت طبيعة عملية الاتصال من الثنائية إلى الشكل الدائري أو من النموذج الخطي (مرسل - رسالة - مستقبل) إلى النموذج الدائري الذي بدا فيه واضحاً أن المرسل والمستقبل يتبادلان الأدوار في كثير من الأحيان.

وقد فرضت التطورات المذهلة في تقنيات الاتصالات الرقمية الإلكترونية، خلال العقدین الأخيرین، تغييرات عديدة في عناصر العملية الاتصالية، التي تشمل

---

(1) عمر بن محمد العتيبي (الرياض:الأمن المعلوماتي في المواقع الإلكترونية ومدى توافقه مع المعايير

المحلية والدولية، 2010م)، دراسة ماجستير غير منشورة، جامعة نايف العربية للعلوم الأمنية، ص 9.

(2) Gauntlet, D,(2000) Web Studies: Rewiring media studies for the age (New

York: Arnold) p.226

المرسل والرسالة والوسيلة والمتلقى ورد الفعل حيث يلخص الباحث الكندي المعروف مارشال ماكلوهان نظريته الإعلامية بعبارة واحدة: (الوسيلة هي الرسالة) أى أن اختراع أية وسيلة اتصالية لا بد أن يفرض تغييراً في طبيعة المضمون أو المعنى الذى تقوم الوسيلة بإبصالة الى المتلقي ومن ثم تكون ردود الأفعال والتأثيرات مختلفة ايضاً.

"وتتطبق ملاحظة مارشال ماكلوهان والتي عبر عنها في جملته الشهيرة "الوسيلة هي على الوسائل الإعلامية التفاعلية الحديثة حيث The medium is the message " الرسالة ترتبط كفاءتها في نقل المحتوى بمدى كونه تفاعلياً، مع ملاحظة أن التوظيف الجيد للتفاعلية ينشأ عن العلاقة بين الوسيلة الإعلامية والمحتوى الذي تقدمه في الوقت نفسه"<sup>(1)</sup>.

لقد أصبح المحتوى الرقمي الذي يحمله الإنترنت أكثر تأثيراً في الأفكار لما يحتويه من مضمون ثقافي ومعرفي في جميع التخصصات، وتزايدت اعداد مستخدميه، نظراً لخصائصه بإعتبارها تقنية تضم اكثر من نمط اتصالي شخصي وجمعي وجماهيري دون حدود واضحة تفصل بين هذه الأشكال مما يوجد قدراً كبيراً من التفاعل بين مكونات العملية الاتصالية وذلك بفضل عناصره المتشابهة من صورة وصوت وكتابة وفيديو كما يحمل خاصية التزامن والتي يتحكم فى تفعيل إعدادها المتلقي.

وتختلف العملية الإتصالية فى الانترنت عن عملية الاتصال فى الاشكال التقليدية من حيث اطراف العملية الاتصالية إذ يتبادل القائم بالاتصال والجمهور ادوار المرسل والمستقبل.

"ويعد الإنترنت من أكبر الشبكات الاتصالية والمعلوماتية كونها تمثل البديل النظري للعالم الجغرافي على اعتبار أن الانترنت يتكون من عدة شبكات اتصالية فردية أو جماعية أو مجموعة كمبيوترات متناثرة وموزعة فى أرجاء البسيطة وهي مرتبطة معا في بوتقة واحدة أو كتلة لم تتبلور معالمها بعد أو بالأحرى لا يوجد لها شكل معين حتى الآن.

(1) حسنين شفيق:الإعلام التفاعلي، (القاهرة: دار فن للطباعة والنشر والتوزيع، 2010)،ص 35.

وتحتوي شبكة الانترنت في جوفها كل التكنولوجيات المعلوماتية والاتصالية السابقة لها ولقد اندمجت فيها ثلاثية التقدم الصناعي والالكتروني المتمثل في الاتصالات والتلفزيون والكمبيوتر وانضم إلى هذه الثلاثية الجيل الثالث من الهاتف الجوال ومن ثم فإن كل عناصر هذا الاندماج الرباعي بات يحمل في طياته قدرات تكنولوجية هائلة تجعل من هذا الاندماج الرباعي قدرات تضاعفية يصعب تصور مداها مستقبلاً<sup>(1)</sup>.

ولعل ما كتبه ماكلوهان حول المعلومات واتصالات التكنولوجيا الحديثة تزامن تاريخياً ومعلوماتياً مع ظهور الانترنت في أواخر الستينات منذ أن نشر كتابه "مجرة غوتنبورغ" وحتى مصنفه الأخير الذي نشر بعد وفاته "القرية الكونية". فحتى زمننا الحاضر يعتبر ماكلوهان لدى الكثيرين بمثابة الرائد "المعلوماتي" لنظريات العصر الالكتروني المعلوماتي الذي نعيشه اليوم.

---

(1) إبراهيم الأخرس، الآثار الاقتصادية و الاجتماعية لثورة الاتصالات و تكنولوجيا المعلومات على الدول العربية، ط 1، (القاهرة: ايتراك للطباعة والنشر، 2008) ص 95.

## المبحث الثاني

### المواقع الإلكترونية للمؤسسات الإعلامية

شهد المجتمع المعاصر في نهاية القرن العشرين تطورات سريعة في كافة جوانب الحياة الاقتصادية والسياسية والتكنولوجية، خاصة في مجال الاتصال والإعلام، حيث أدت الحاسبات الآلية والأقمار الصناعية وشبكات المعلومات الحديثة (الانترنت) دوراً هاماً في نقل المعرفة والمعلومات وكافة مواد الاتصال بين المجتمعات بشكل مباشر. وفي ظل الاتجاه المتزايد نحو استخدام الانترنت كوسيلة للإعلام والحصول على الإخبار ومتابعة ما يجري عالمياً، كان من المتعين على وسائل الإعلام المختلفة أن تنشئ لنفسها مواقع الكترونية تخاطب بها جمهور الانترنت الذي يتزايد بصورة كبيرة عالمياً.

وأثرت التطورات التي شهدتها العالم خلال العقدين الماضيين في مجال الاتصال والتكنولوجيا واندماج المعلومات والاتصال على الإعلام بدرجة كبيرة وادت الحاسبات الآلية والأقمار الاصطناعية والانترنت دوراً هاماً في الاتصال بين المجتمعات، وساهمت خصائصه المتميزة في تغيير اسلوب الإعلام التقليدي إلى اسلوب حديث في إرسال واستقبال الرسائل ليصبح المتلقي مرسلًا والمرسل متلقيًا وجمع بين أشكال الاتصال من فردي إلى جمهور ومن جمهور إلى فرد ومن فرد إلى فرد، مستفيداً من خاصية التزامنية والتفاعل للرسائل وتجاوز الحواجز الجغرافية بين المجتمعات دون قيود.

وفرضت هذه الخصائص من تطور تكنولوجي وغيرها مجتمعة على المؤسسات الإعلامية الإستجابة للتغير الذي حدث في العملية الاتصالية فكان لا بد لها من الخروج من النمط التقليدي ومحاولة انتهاج اسلوب جديد في العمل الصحفي الذي أساسه الانترنت.

ولقد أحدثت القفزات التقنية في عالم الاتصال والمعلومات تطورات بالغة التأثير والأهمية على ثقافات العالم. ولعل أبرز هذه القفزات كان ظهور شبكة إنترنت وما رافقها من تحولات في طرق التواصل والنشر الإلكتروني والوصول إلى المعلومات وتداولها. وأصبح بإمكان الأشخاص التزود بخيارات متعددة لتلقي المعلومات

وتوزيعها بشتى صورها ومضامينها في مختلف الخدمات التي تقدمها. وأكسب هذه الوسيلة الاتصالية الجديدة جمهوراً عريضاً من مختلف المستويات الاجتماعية والعلمية والفئات العمرية. ورغم تعدد أوجه الاستخدام لشبكة إنترنت إلا أن الإعلام كان من السباقين في استخدامها، خاصة ما هو متخصص منها بالمواد الإخبارية، لما تشكّله الأخبار والمواقع الإخبارية من أهمية لدى الجمهور. وهو ما دفع أغلب وسائل الإعلام المرئية والمقروءة والمسموعة إلى إنشاء مواقع الكترونية تواكب هذه الرغبة وتماشي إمكانات الانترنت في القدرة على التحديث والإضافة على الأخبار والتقارير الصادرة على مدار الساعة.

وأثر التطور التقني غير المسبوق والذي نعيشه اليوم في عصر الثورة المعلوماتية في تغيير مسارات عدة في العالم من حيثيات مختلفة، كالفكر والثقافة والانفتاح على الثقافات المختلفة في العالم بزمنٍ قياسي لم يعهده العالم من قبل. وتظهر أهمية التطورات التكنولوجية في مجال الاتصال والإعلام في المجتمع المعاصر نتيجة لتعدد آثارها الإيجابية والسلبية والمتزايدة على بنية المجتمع، خاصة ما يتصل بتغيير كثير من القيم والمظاهر التقليدية التي ارتبطت بالمجتمعات، وظهور أنماط جديدة من العلاقات الاجتماعية والاقتصادية والثقافية والسياسية والتي تشكلت في إطار العولمة الإعلامية.

ومن هنا يذهب قسم من الباحثين الى الحديث عن مفهوم عولمة الإعلام بوصفه عملية تهدف إلى التعاضم المتسارع والمستمر في قدرة وسائل الإعلام والمعلومات على تجاوز الحدود السياسية بين المجتمعات، بفضل ما توفره التكنولوجيا الحديثة، وذلك لدعم توحيد أسواق العالم ودمجها من ناحية، وتحقيق مكاسب لشركات الإعلام والاتصالات،. على حساب تقليص سلطة ودور الدولة في المجال الإعلامي من ناحية أخرى<sup>(1)</sup>. وأسهمت نتائج المتغيرات الدولية السابقة، وظهور قوى جديدة غير حكومية دخلت الإعلام كـمجال للإستثمار الإقتصادي أو للبحث عن أملاك التأثير السياسي أو الإيديولوجي ضمن المجتمعات المحلية، في تكون

---

(1) د. محمد نبيل طلب، البرامج التعليمية والثقافية بالإذاعة والتلفزيون، القاهرة، الدار العربية للنشر. والتوزيع،

متغير رئيس آخر، أشتمل على المتغيرات السابقة جميعها، تمثّل بالمتغير الإعلامي، الذي عاد هو الآخر بنتائجه على تلك المتغيرات، وأسهم في عمليات حراكها الدولي، وامتدادات ذلك الحراك في المجتمعات المحلية المختلفة. وقد أسهم هؤلاء الفاعلون الجدد في عملية تغيير الأنماط الإعلامية السائدة<sup>(1)</sup>، في وقت صار فيه أنتقال المعلومات ونشرها دون عوائق أو قيود من أساسيات تشكيل المجتمع المعلوماتي ومن الظواهر التي صاحبت هذه المتغيرات التي شهدتها منطقة الشرق الأوسط والدول العربية على وجه الخصوص نمو القطاع الخاص مما هيا الأجواء لإستقلال العديد من الهيئات الإعلامية عن مؤسسات الدولة فشهدت المنطقة تدفق الصحف والإذاعات والفضائيات المستقلة ذات المصالح التجارية والسياسية.

إن نشوء المجتمع المعلوماتي يهيئ لتعميم ظاهرة التحول من تقديم (الخدمات الإعلامية) للمتلقي (السلبى) في عملية الإتصال الجماهيري، الذي يتلقى المعلومات الموجهة إليه ولمجتمعه دون مشاركة إيجابية واضحة منه، في اختيار أو إعداد أو في أساليب نشر تلك المعلومات، عبر وسائل الاتصال الجماهيري التقليدية المختلفة، إلى مشاركة عناصر التركيبة الاجتماعية الفاعلة جميعها في عملية اختيار وإعداد وتخزين وتوجيه ونشر والإفادة من المعلومات، والمشاركة المؤثرة في عملية التبادل والتفاعل الإعلامي داخل المجتمع الواحد بعناصره وشرائحه كلها، وبين المجتمعات المختلفة بشكل عام، بما يوفر فرص الحوار، والتفاهم والتفاعل. وساهمت المواقع الالكترونية للمؤسسات الإعلامية في نشر الفكر والثقافة في العالم وإظهار الرأي والرأي الآخر وأصبح بالإمكان إبداء وجهة النظر والرأي لأي موضوع كان مضمونه؛ بحرية وجرأة. وفي ظل هذه المتغيرات اتجهت مؤسسات الإعلام التقليدى بأنواعها المختلفة لايجاد مساحة لها في الإعلام الالكتروني من خلال تأسيسها لمواقع الكترونية المنتشرة عبر الشبكة العنكبوتية.

---

(1) د.الصادق أحمادي، المجال الإعلامي العربي- إرهابات نموذج تواصل جديد، مجلة المستقبل العربي، بيروت، فبراير، العدد (335)، 2007، ص12.

واستفادت المواقع الالكترونية لمؤسسات الاعلام من الميزات والخصائص التي اضافتها شبكة الانترنت من مرونة فى المساحة وفى التنوع من خلال ادماج انماط عدة من الوسائل الاعلامية عن طريق تقنية النص الفائق "Hypertext" وهي المحرك لهذا التنوع فى الاعلام، والذي يمكن من إيجاد نسيج إعلامي يستخدم أنماطا مختلفة من المقاربات، والمصادر والوسائل الاعلامية ترتبط فيما بينها جميعا بشبكة من المراجع. اضافة الى تقديم نموذج متميز يدمج بين العمل الصحفي والتقني والتصميمي وهو ما يعكسه الرابط المباشر بين التطورات التقنية وبين تطور الصحافة فى عالم اليوم. ومع ظهور وسائل الإعلام الجديدة وتطبيقات الهواتف الذكية ومنصات التواصل الاجتماعى أصبح امام وسائل الإعلام تحدى امام المحتوى الذي تقوم بنشره سواء كانت الصحف المطبوعة أو التلفاز أو الاذاعة وذلك من خلال الرسائل التي تخاطب احتياجات المتلقى وجذب إنتباهه تجاه المنتجات والخدمات المقدمة. وتوجهت المؤسسات الإعلامية الى التحول نحو المحتوى الرقوى سواء فى هيئة بوابات الكترونية، أو تطبيقات على الهواتف الذكية، أو من خلال وجود أن التكاليف الناجمة عن إنشاء منظومة الكترونية إعلامية صحفية أو مرئية بأعتبارها أقل بكثير من تكلفة إنشاء الإعلام التقليدي.

### مفهوم مؤسسات الإعلام:

من حيث المفهوم هي مجموعة من النشاطات المتميزة يقوم بها أشخاص يؤدون ادواراً متكاملة، ونشاطها الاساسى هو اتصالي ولذا فان الاتصال الاتصال الخارجى يعتبر اساس عملها وهى وسائل اعلامية اتصالية تتوجه أساسا لمخاطبة جمهورها، ويقود العمل فيها القائمون بالاتصال.

وتتميز المؤسسة الإعلامية بأنها تهتم بإنتاج ومعالجة وتوزيع المادة الاعلامية وتعتبر همزة وصل بين أفراد المجتمع حيث توفر قنوات تربط فيها بين الناس والمؤسسة الإعلامية وهى فضاء مفتوح والمشاركة فيها من أطراف أعضاء الجمهور تكون إرادية، وتتميز أيضا بربطها لكل القطاعات والمجالات، وترتبط



بالسلطة من حيث التنظيمات القانونية والجانب القانوني، وأخيراً تتوحد كل المؤسسات الإعلامية في تلبية الحاجات والرغبات الجماعية والفردية. وتعتبر قدرة الإدارة على الاتصال الداخلي الناجح في المؤسسة الإعلامية هي أولى خطوات نجاح إدارة المؤسسة في اتصالها الخارجي.

أما مؤسسات الإعلام الإلكتروني ووفقاً لوصف طبيعة عملها فهي التي تستخدم التقنية الرقمية في جمع ومعالجة المادة ونشر المادة الإعلامية المراد بثها على مواقع الإنترنت في شكل نص أو صورة أو فيديو، مستفيدة من خصائص التجديد للمادة الإعلامية وفي التفاعلية مع متلقيها. والقائم بالاتصال فيها قادر على إدارة التقنية وأدواتها وبمهنيتها يستطيع ان يحقق الاثر المطلوب لفعالية المحتوى.

كما يتطلب العمل فيها التنسيق بين الأقسام المختلفة في إدارة الموقع إذ أن قدرة الإدارة على الاتصال الداخلي الناجح هو أول خطوات نجاح المؤسسة الإعلامية الإلكترونية في اتصالها الخارجي.

**مفهوم الإعلام الإلكتروني:** "إن الإعلام الإلكتروني هو عبارة عن نوع جديد من الإعلام يشترك مع الإعلام التقليدي في المفهوم، والمبادئ العالمية والأهداف، ويختلف عن الإعلام التقليدي في أنه يعتمد على وسيلة جديدة من وسائل الإعلام الحديثة وهي الدمج بين كل وسائل الاتصال التقليدي، بهدف إيصال المضامين المطلوبة بأشكال متميزة، ومؤثرة بطريقة أكبر.

ويتيح الإنترنت للإعلاميين فرصة كبيرة لتقديم موادهم الإعلامية المختلفة بطريقة إلكترونية بحتة دون اللجوء إلى الوسائل التقليدية كمحطات البث والمطابع.. وغيرها، بطرق تجمع بين النص والصورة والصوت، والتي ترفع الحاجز بين المتلقي والمرسل.. ويمكن أن يناقش المضامين الإعلامية التي يستقبلها، إما مع إدارة الموقع أو مع متلقين آخرين".<sup>(1)</sup>

وأذا كانت مؤسسات الإعلام الإلكترونية هي التي تقوم بإنتاج وتوزيع المعرفة كالأخبار والثقافة والإعلان للجمهور بواسطة اعلاميين، فإن المواقع الإلكترونية

---

(1) الصحافة الإلكترونية: الحاضر والمستقبل ، فتحي حسين عامر ( القاهرة ) العربي للنشر والتوزيع ، 2018م ، ص 171

لمؤسسات الاعلام تشترك مع غيرها فى هذه المهام وتعتمد على تقنية الانترنت بشكل أساسى لإيصال المعلومة.

ومهما اختلفت أشكال المؤسسات، فإنها تتفق بأشراكها فى عناصر أساسية وهى كادر المؤسسة من موظفين وعمال، والتمويل، والمقر من آلات ومعدات، ونشاط المؤسسة، والاتصال، والإدارة.

وقد فرضت هذه المواقع الالكترونية الإعلامية على القائم بالاتصال دوراً أكبر فى إعداد المضمون وتقديمه بالشكل المناسب الذى يلبي حاجة الجمهور وفقاً لاتجاهاته ورغباته مع أخذ عنصر التفاعلية فى الاعتبار وخاصة فى ظل تدفق المعلومات والأخبار والتنافس بين مزودى الخدمة الإعلامية فى المواقع الالكترونية للمؤسسات المختلفة، وذلك بهدف إحداث وجود مميز وقوي على الشبكة العالمية.

وأسهمت شبكة الإنترنت فى تعظيم الأثر الأتصالي للعملية الإعلامية من خلال ما تتوفر عليه من عناصر مرقوة ومسموعة ومرئية بالإضافة إلى انشاء معظم وسائل الإعلام التقليدية من إذاعات ومحطات تلفاز وصحف ومجلات إلى صحافة أو إذاعة أوفضائيات تلفزيونية مواقع إلكترونية. وظهرت نتيجة تطور تقنيات الإتصال وكذلك برامج الإنترنت مواقع إلكترونية ترتبط بشكل أو بآخر بفضائيات وإذاعات إخبارية كموقع CNN وموقع العربية. نت والجزيرة. نت، وغيرها.

وأصبحت المؤسسات الإعلامية من صحف وإذاعات وفضائيات تعتمد على الإنترنت بشكل كبير من خلال المواقع الالكترونية مستفيدة من التقنيات والتطورات فى بث إعلامى يعتمد وسائل تعبير متعددة كالصوت والنص والصورة واللون وغيرها.

وارتبط انتشار المواقع الالكترونية بتزايد استخدام الانترنت ووصولها الى أكبر عدد من المستخدمين فى أماكن العمل والمنازل والمراكز الخاصة بالانترنت.

وبحلول منتصف التسعينات أصبحت غالبية الصحف لها مواقع على الشبكة بعضها يضم النسخة الكاملة من الصحيفة المطبوعة ومنتجات معلوماتية أخرى، كما انتشرت العديد من مواقع الإنترنت العربية نتيجة لانشاء العديد من الصحف والاذاعات والفضائيات المتخصصة والتي يتبعها إنشاء مواقع لها على شبكة

الإنترنت والتي استقطبت جماهير كبيرة حيث باتت الحاجة إلى المواقع الإخبارية التابعة لتلك الفضائيات ضرورة حتمية تفرضها عادات وأنماط التعرض التي شغل الإنترنت فيها حيزاً مركزياً من أهتمامات المتلقي في كل مكان.

وكان لظهور شبكة الإنترنت الدور الكبير في تطور الوسائل الإعلامية الأخرى من حيث المضمون الإعلامي والشكل الفني حيث ساعدت الشبكة في تدعيم الأثر الإتصالي لكثير من الوسائل الإعلامية التقليدية وذلك من خلال الخدمات المباشرة، وكذلك من خلال الإختصار والدقة التي تقدم بها المواد الإعلامية، وأسهمت منتديات الإنترنت في تلمس حاجات جماهير وسائل الإعلام وساعد البريد الإلكتروني في اختصار المسافة الأتصالية بين القائمين بالإتصال في الوسائل الإعلامية، وجمهور هذه الوسائل وهو ما يطلق عليه الإتصال التفاعلي بعدما كانت العملية الإعلامية تسير باتجاه أحادي من الوسيلة الإعلامية إلى جمهورها. واستفادت جميع الوسائل التقليدية لمؤسسات الإعلام من الإنترنت لزيادة إنتشارها ووصولها إلى كل مكان في العالم دون تكلفة تذكر، بعدما كان الكثير منها يوزع في نطاق محدود. كما "ساعد الإنترنت من خلال سهولة الأيصال بالشبكة وسرعته من قبل الجميع أينما وجدوا، هذا بالإضافة الى تميّز المواد المقدمة من قبل الشبكة بتعدد أساليبها من خلال الوسائط المتعددة" (1).

وقد تغيرت صور الوسائل الإعلامية كثيراً بعد ظهور وانتشار شبكة الإنترنت عالمياً، حيث باتت هذه الشبكة كوسيط أتصالي جديد بالإضافة الى التطبيقات التقليدية كالإذاعة والتلفزيون والصحف التقليدية. ويعلل عباس مصطفى صادق هذا التغيير بالقول " لقد تجمعت في الانترنت خبرات الوسائل المادية للاتصالات السلكية واللاسلكية، وهي تجمع بين خصائص الاتصال الجماهيري والتخصيص وحق الفرد في تلبية حاجاته إعلامياً بمعزل عن الجماعة. وبجانب كون الشبكة نفسها وسيلة إتصالية، تصنف بعض الخدمات من خلال شبكات ومواقع داخلها

---

(1) شريف درويش اللبان، تكنولوجيا النشر الصحفي: الأجهات الحديثة، الدار المصرية اللبنانية للنشر، القاهرة

على أنها محطات إذاعية أو شبكات تلفزيونية أو صحف أو وكالات أنباء أو خليط من هذا وذاك<sup>(1)</sup>.

" شهد العالم منذ ربع قرن الكثير من روائع التكنولوجيات الحديثة؛ فكانت أشرطة الفيديو والكابل سنوات السبعينات، ثم القنوات الإذاعية المحلية (FM)، والتليماتيك (الاستعمال المقترن لتكنولوجيا المعلوماتية ووسائل الاتصال في إنتاج وبت وتوزيع ومراقبة المعلومات)، والمعلوماتية، والتلفزيون عالي الأداء (نقاء الصورة)، ثم التلفزيون التفاعلي، وأخيراً الانترنت والطرق السيارة للمعلومات". ويضيف " نتيجة ظهور الانترنت فإن الشبكات الجديدة للاتصال تغير بعمق في طرائق البحث عن الأخبار وإنتاجها وتوزيعها. والواقع أن الثورة الرقمية قد أعادت تشكيل الواقع ورؤيتنا له، لكن المفارقة أن العالم، وهو يعيش هذه المرحلة الحاسمة في تاريخه، يبدو عاجزاً عن توقع نتائج وآثار الهزات التي تعرفها كل الفضاءات الجماعية<sup>(2)</sup>.

وتتوفر التطبيقات الصحافية الجديدة في شبكة الانترنت على أشكال مختلفة تتجاوز الأطر التقليدية من صحافة ووكالات أنباء وإذاعة وتلفزيون، وتجمع الوسيلة الواحدة عدة خدمات تتساوى في حجمها أحياناً لتكمل تقديم الخدمة الإعلامية أكانت إذاعية أو تلفزيونية أو غيرها.

أن " الأنترنت أحدث ثورة في التواصل الجماهيري من حيث الإنتشار والصفة الدورية وأحتكار النشر والمضامين والشكل والوسائط التعبيرية، فبالإضافة إلى كون التواصل عبر شبكة الويب يتم من خلال وسيلة جماهيرية جديدة ألا وهي الموقع Site، جذبت هذه الشبكة العديد من وسائل الإعلام التقليدية Conventional Media إليها وأجبرتها على التكيف مع طبيعة تكنولوجيا المعلومات وقلصت الفروق بين أشكالها المختلفة ( كتاب . صحيفة . مجلة . وكالة أنباء . سينما . إذاعة .

---

(1) د.عباس مصطفى صادق. صحافة الانترنت قواعد النشر الالكتروني. الظفرة للطباعة-ابوظبي. الطبعة الاولى 2003 ص 30.

(2) د.الصادق رايح الإعلام والتكنولوجيا الحديثة.دار الكتاب الجامعي -الامارات العربية المتحدة-العين الطبعة الاولى 2004 ص106، ص101.

تلفزة)، وشجعت هذه الأشكال على التواجد عبر الشبكة فقط دون المرور بتجربة الوجود التقليدي (الورق . الشاشة . المذياع . التلفاز)<sup>(1)</sup>.

ويرى السيد بخيت " أن الإنترنت أضافت وظائف أخرى للاتصال الجماهيري من حيث تقديم الخدمة المباشرة للجمهور المستقبل، كما قللت من أهمية وظيفة المراقبة التي تقوم بها وسائل الإعلام التقليدية، كما أفرزت هذه الثورة الاتصالية عملية التفاعلية في العملية الاتصالية"<sup>(2)</sup>. ومع تطور أنتشار شبكة الإنترنت ظهرت تطبيقات جديدة، لا هي صحف ولا وكالات أنباء توفرها جهات مختلفة مثل المستعرضات وآلات البحث التي تقدم خدمات إخبارية بالنص والصورة والصوت، كمستعرضي نتسكيب Netscape ومايكروسوفت إكسبلورر Microsoft Explorer اللذان يقدمان خدمة إعلامية تغطي اهتمامات مختلفة. كما أن هناك مواقع إعلامية تجمع كل أشكال الاعلام بنفس القوة مثل فوكس نيوز Fox news الذي يعتبر هجين من كل التطبيقات الاتصالية فلا هو صحيفة ولا هو وكالة أنباء ولا هو قناة تلفزيونية بل هو موقع إخباري أستفاد من خصائص ومزايا النشر في الانترنت.

### المواقع الإعلامية لمؤسسات الاعلام

وفي سياق تجاه وسائل الإعلام لتوسيع دائره انتشارها فقد أنشئت العديد من الصحف والفضائيات والاذاعات مواقع تكميلية على شبكة الانترنت.

### الصحف:

واستفادت الصحف في تقديم خدمات صحفية وإعلامية إضافية لا تستطيع الصحيفة الورقية تقديمها، وتتيحها الطبيعة الخاصة بشبكة الأنترنت وتكنولوجيا النص الفائق **Hypertext** مثل خدمات البحث داخل الصحيفة أو في شبكة الويب بالإضافة إلى خدمات الربط بالمواقع الأخرى وخدمات الرد الفوري والأرشفة وتقديم خدمات الوسائط المتعددة **Multimedia** النصية والصوتية، بينما اقتصر نوع

---

(1) محمد الامين توظيف الوسائط المتعددة في الإعلام الالكتروني العربي. كلية المعلومات والإعلام والعلاقات العامة. جامعة عجمان للعلوم والتكنولوجيا. الإمارات العربية المتحدة. نوفمبر 2005 ص2.

(2) السيد بخيت: الانترنت وسيلة اتصال جديدة الجوانب الإعلامية والتعليمية والقانونية (العين، دار الكتاب الجامعي، ط 1. 2004 ) ص17، ص18.

آخر من الصحافة الورقية على تقديم نسخة الكترونية تحتوي خدماتها على تقديم كل أو بعض مضمون الصحيفة الورقية مع بعض الخدمات المتصلة بالصحيفة الورقية مثل خدمة الاشتراك في الصحيفة الورقية وخدمة تقديم الإعلانات والربط بالمواقع الأخرى.

وأستت معظم الصحف العربية اليومية والاسبوعية مواقع لها على الشبكة، وفيها مواقع ذات أهمية معلوماتية شاملة، مثل مواقع الصحف ( البيان، الاهرام، الحياة، الشرق الاوسط، ... الخ )، غير أن "معظم الصحف العربية تكتفي إما ببث مضامينها المنشورة في الطبعة الورقية، أو أنها تكتفي بوضع نصوص مختارة من هذه الطبعة على مواقعها الالكترونية دون أن تؤسس أقساماً أو ادارات تحرير مستقلة للنسخة الالكترونية كما فعلت صحف عالمية عديدة"<sup>(1)</sup>.

فالصحف الإلكترونية في بداياتها كانت مجرد نسخ إلكترونية تنشر الصحف الورقية من خلالها بعضاً من موادها أو كل موادها إما رغبة في مجازاة التطور التكنولوجي أو التقليد أو محاولة الوصول إلى بعض القراء الذين يحول بينهم وبين الصحف الورقية عامل الزمان والمكان، لكن مع المنافسة التي فرضها ووجود الإنترنت وتطور تقنيات الاتصال والمنافسة بين الصحف الإلكترونية من جانب والمواقع الإخبارية والفضائيات من جانب آخر، بدأت الصحف الإلكترونية في تطوير خدماتها الصحفية والإعلامية وتقديم نسخ متطورة مستخدمة كل الإمكانيات التي تتيحها تقنيات النشر الإلكتروني الحديث من فيديو وصور ونصوص وتفاعلات.

---

(1) إسماعيل، دانيا، تطورات وحدود الأخبار المباشرة على الإنترنت في العالم العربي، جامعة لندن، 2004 ص 67.

## المواقع الإعلامية للمؤسسات الإذاعية والتلفزيونية:

اما المواقع الإخبارية التي تملكها المؤسسات الإعلامية الإذاعية والتلفزيونية كالفصائيات الإخبارية "العربية" و "الجزيرة" وال "BBC" و ال "CNN" .. ونحوها، فنتسم مثل هذه المواقع عادة بعدد من المواصفات منها الترويج للمؤسسة الإعلامية التي تتكامل معها وتدعم دورها ورسالتها، وإعادة إنتاج المحتوى الذي تقدمه المؤسسة الأم بشكل آخر لتحقيق الغاية المنشودة من الرسالة.

وتبرز هنا خاصية التفاعلية والتزامنية بشكل أكبر وذلك من خلال اتساع دائرة المشاركة من خلال المدونات وتويتر والفييس بوك واليوتيوب، وخاصية المشاركة عبر وسائل التواصل الإجتماعي، مما يعنى الوصول إلي جمهور أكبر وخاصة مع تزايد اعداد مستخدميه، وتخصيص مواقع أخرى تستهدف شرائح معينة من الجمهور مثل تخصيص الجزيرة لموقع الميدان كرابط موجود بالصفحة الرئيسية للموقع.

وهنا يبرز دور القائم بالاتصال في التعامل مع منصات الإعلام الجديد التي استفادت من التكنولوجيا الحديثة في زيادة مساحة المشاركة والتبادل، والقابلية للتحرك، والتوصيل، والشبوع، والانتشار، والقابلية للتحويل .

وتبعاً لنوع التقنية فتستخدم مواقع الفصائيات والاذاعات تستخدم تقنية النص الفائق HTML وهو النمط الذي يتيح وضع نصوص الصحيفة الإلكترونية بشكل مستقل عن نصوص الصحيفة الورقية، ويستفيد من إمكانيات الإنترنت المتعددة وأهمها الجمع بين النص والصورة والصوت ولقطات الفيديو وإمكانية توافر خدمات البحث والأرشفيف ونسخ الصور .

## وكالات الأنباء

كما حجزت وكالات الأنباء مواقع لها على شبكة الإنترنت سواء كانت وكالات محلية أو عالمية مواقع لها على شبكة الانترنت، فأسماء الوكالات الكبيرة كرويترز والاسيوشيتدبرس ووكالة الانباء الفرنسية وشينخوا ويونايتد برس توفر جنباً إلى جنب مع وكالات إقليمية وقومية ومحلية خدمات إخبارية بمختلف أنواعها شاملة على النصوص والصور، بعضها مجاناً وبعضها بالمقابل. وتقدم بعض الوكالات

خدماتها الإخبارية السياسية والإقتصادية والرياضية، بلغات عالمية مختلفة كوكالة الصحافة الفرنسية ورويترز وشينخوا، كما تمتاز خدمات هذه الوكالات بتقديم منتجات شبكية من خدمات الصور والرسوم بالإضافة إلى خدمة تلفزيونية تقدم نماذج للقطات تلفزيونية.

### مؤسسات إعلامية على الإنترنت فقط

وهناك مؤسسات اعلامية تصدر على الانترنت دون أن يكون لها أصل مطبوع، وتظهر الصحيفة من خلال النشر على الانترنت.

ومن الصحف الإلكترونية العربية التي حققت انتشاراً عربياً إيلاف وميدل إيست أونلاين وكتاهما كنموذج تغطيان مختلف الأخبار والفعاليات السياسية والاقتصادية والثقافية والرياضية العالمية والعربية وتقدمان تحقيقات وحوارات ومتابعات، وتعد صحيفة إيلاف التي صدرت في لندن عام 2001م أول صحيفة إلكترونية عربية. ومن المواقع موقع محيط الإخباري، ويطلق عليه مؤسسه شبكة الأخبار العربية، وأنشئ عام 1997م وهذه المواقع ليس لها أصل ورقي، إضافة الى مواقع أخرى مثل سبق، باب، نسيج.

### إذاعة الإنترنت

هي عبارة عن تطبيقات برامج صوتية كمبيوترية يتم استخدامها للبث عبر الشبكة اعتماداً على تكنولوجيا تدفق المعلومات لتشغيل المواد الصوتية، فلم تعد الإذاعة عملية مركبة تحتاج إلى شغل قناة محددة في أوقات محددة. ويعتبر راديو الانترنت متعدد الوظائف فهو تفاعلي يمكن أن ينقل التحكم في الوسيلة الإعلامية من الدولة ومؤسسات الإذاعة والتلفزيون إلى جمهور المستمعين والمشاهدين، وتتيح الشبكة الرقمية لكل فرد أن يبث برامج إذاعية أو تلفزيونية<sup>(1)</sup>.

إن مميزات راديو الانترنت عديدة فهو من ناحية يتيح للمستخدم استقبال عدد لا حصر له من المحطات الإذاعية، ومن ناحية أخرى تساعد تكنولوجيا التواصل مع شبكة الانترنت من خلال البث اللاسلكي على متابعة كل برامج الإذاعة المتوافرة

(1) د.عباس مصطفى صادق، مرجع سابق، ص، ص 101، 101



بواسطة.(الكمبيوتر النقل في أي مكان وتستقبل الإذاعة التي ترغب في سماعها"<sup>(1)</sup>).

### البث التلفزيوني عبر الإنترنت

يستخدم البث التلفزيوني عبر الانترنت تكنولوجيا التدفق المتزامن للإشارات الصوتية والمرئية لتظهر على شكل بث حي يمكن مشاهدته باستخدام عدة برامج تبعاً لحزمة الملفات المستخدمة في عملية البث، ويتم تغذية محطة التقاط البث الخاصة بالإشارات الصوتية والمرئية التي تكون مجتمعة الملف المراد بثه. ويقلص حجم الملفات بعد الالتقاط وتحويل إلى هيئة العرض، وترسل هذه الملفات عبر اتصال شبكة رقمية إلى أحد ملامات الانترنت المحلية والمزودة بتسهيلات تدفق البث الفوري"<sup>(2)</sup>. وقد ساهم التقدم السريع في تقنيات الإنترنت وسرعته في دفع قنوات تلفزيونية شهيرة عدّة إلى تقديم خدمات البثّ المباشر عبر الإنترنت.

وبات من المؤكّد أنّ تلفزيون الإنترنت سيلعب دوراً رئيساً في مجال الإعلام المرئي وسينقله لنسخة أكثر عصرية وتفاعلية مع المشاهدين، عبر توفير إمكانية بثّ ومشاهدة المواد التلفزيونية عبر الإنترنت، سواء كانت هذه المواد مسجّلة أو مباشرة، وذلك باستخدام بروتوكول الإنترنت «IP» عبر شبكات الكمبيوتر، دون الحاجة للإستعانة بالأقمار الاصطناعية، أو طرق البث التقليدية لإيصال المادة المرئية للمشاهد، وبذلك ستمثّل خدمة تلفزيون الإنترنت نوعاً جديداً من أساليب تقديم المحتوى والفيديو على الويب، فهي ليست خدمة تنزيل محتوى، بل خدمة توصيل مباشر بالإعتماد على بروتوكول الإنترنت من قبل شركات الإتصالات"<sup>(3)</sup>.

ويمكن مشاهدة تلفزيون الإنترنت من خلال الكثير من الطرق المختلفة، يُعدّ الكمبيوتر الطريقة الأكثر شيوعاً بينها، وذلك من خلال المشاهدة المباشرة على شاشة الكمبيوتر أو عبر شاشة التلفزيون العادي عند وصلها بالكمبيوتر. كذلك،

(1) محمد عارف: تأثير تكنولوجيا الفضاء والكمبيوتر على أجهزة الإعلام الصوتية (أبوظبي، مركز الإمارات للدراسات والبحوث الإستراتيجية، 1997)، ص 26.

(2) بهاء عيسى: شاهد التلفزيون عبر الانترنت (مجلة انترنت العالم العربي، نوفمبر 1999، ص 76، ص 77).

(3) شادي عواد-جريدة الجمهورية اللبنانية تلفزيون الإنترنت... مستقبل البثّ المرئي

الأربعاء 13 يناير 2016م، //www.aljournhouria.com/news/index/284617/

يمكن مشاهدة تلفزيون الإنترنت عبر الهاتف الذكي المحمول الى أي فئة انتمى، أو من خلال اللوحيات المتصلة بالشبكة.

ويتيح البثّ التلفزيوني عبر الإنترنت مزايا عدّة أبرزها الخدمات التفاعلية المجانية والتي تشمل الحصول على جدول البثّ ومواعيد البرامج بالإضافة خدمة التذكير والتسجيل، مع إتاحة خدمة المشاهدة حسب الطلب، وخدمة نقل الفعاليات والأحداث عبر البثّ المباشر. "ويمكن تصنيف المشاهدة التلفزيونية عبر الإنترنت وطريقة إستقبالها وبثّها لتشمل ثلاثة أنواع. النوع الأول وهو ما يُعرف بالمشاهدة المباشرة عبر تطبيقات وبرامج متخصصة توفر هذه الخدمة، حيث يمكن مشاهدة القنوات التلفزيونية أو متابعة البثّ المباشر للفعاليات المنقولة. يُذكر أنّ الكثير من القنوات التلفزيونية إتجهت أخيراً لبثّ برامجها عبر مواقعها الإلكترونية بطريقة مجانية. أما النوع الثاني فيتمثل بمشاهدة البرامج المسجّلة وذلك بعد موعد بثّها الأساسي عبر مواقع إلكترونية متخصصة بتوفير هذه المواد لفترات محدّدة. وفي هذا السياق أيضاً عمدت قنوات تلفزيونية متعدّدة الى تخصيص أقسام عبر مواقعها الإلكترونية لتوفير هذه المواد بهدف التفاعل مع المشاهدين. النوع الثالث هو خدمة المشاهد حسب الطلب وهي إحدى الخدمات التفاعلية التي يتيحها نظام البثّ التلفزيوني عبر الإنترنت وغالباً ما تُقدّم مقابل رسوم مالية وإشتراكات شهرية، وتتيح للمستخدمين مشاهدة البرامج التلفزيونية المباريات الحصرية وغيرها"<sup>(1)</sup>.

وارتبط الإعلام الإلكتروني الجديد بالتطورات شهدتها شبكة الأنترنت وخاصة الإمكانيات التفاعلية التي أتاحتها Web 2.0 وكانت أبرز تطبيقاتها ما نشهده من شبكات اجتماعية وأدوات اتصال ومشاركة للمحتوى والأفكار، والخبرات. ومع تدفق التقنيات الإعلامية الجديدة، فإن المفاهيم الإعلامية ونظم الاتصال الجماهيري أخذت أشكالاً جديدة وأجبرت الوسائل التقليدية على التكيف مع المتغيرات التي فرضتها شبكة الأنترنت والتي أصبحت من خلال معايير جديدة للاتصال الجماهيري.

---

(1) المرجع السابق نفسه.

وتتعدد أشكال الإعلام الإلكتروني الرقمي لتشمل:

- المواقع الإعلامية على شبكة الإنترنت.
- الصحافة الإلكترونية: خدمات النشر الصحفي عبر مواقع الشبكة.
- الإذاعة الإلكترونية، خدمات البث الحي على الإنترنت.
- القنوات التلفزيونية الإلكترونية، خدمات البث الحي المباشر على الإنترنت.
- خدمات الأرشفة الإلكتروني.
- الإعلانات الإلكترونية: خدمات النشر الإعلاني على الإنترنت.
- خدمات إعلانية ترفيهية.
- Blogs - المدونات.
- التويتر، (Facebook) - قنوات التواصل الاجتماعي.
- خدمات الهاتف الجوال وتشمل البث الحي على الهاتف المحمول.
- رسائل MMS ، SMS على الهاتف.
- بث خدمات الأخبار العاجلة<sup>(1)</sup>.

وتنضم المواقع التكميلية بعدد من الموصفات، سواء أكانت صحفية أو إذاعية أو فضائية، مثل مواقع الصحف الورقية، والمحطات الفضائية هي الترويج للمؤسسة الإعلامية التي تتكامل معها، وتدعم دورها الإعلامي، سواء أكان دوراً إذاعياً أو فضائياً أو صحفياً. إعادة إنتاج المحتوى الذي تقوم في المؤسسات الأساسية التي تقوم بدعمها والتكامل معها، ولا تنتج مادة إعلامية أو صحفية غير منتجة في مؤسساتها الأصلية، إلا في نطاق ضيق، وربما يتم إعادة إنتاج المواد المتوفرة في المؤسسة، بما يتلائم مع طبيعة الانترنت.

وبما أن المبحث هنا المواقع الإلكترونية للمؤسسات الإعلامية فإن الباحث يضع هذه المواقع في موضع المواقع المكتملة التي اوجدت حيزاً لها في مواقع الإنترنت

---

(1) قينان عبد الله الغامدي رئيس تحرير (صحيفة الشرق) ورقة بحثية مقدمة إلى ندوة (الإعلام والأمن الإلكتروني) بعنوان التوافق والتناظر بين الإعلام التقليدي والإعلام الإلكتروني، جامعة الأمير نايف العربية للعلوم الأمنية مايو 2012).

إلى جانب إصدارتها الأساسية، سواء كانت ورقية أو إذاعية أو فضائية أو مؤسسات إعلامية تبث خدماتها من الإنترنت فقط.

والملاحظ أن المواقع الالكترونية تتفق على أنها منشور إلكتروني دورى يحتوي على الأحداث الجارية، ويتم اصداها بطريقة إلكترونية من حيث تحريرها ومعالجتها للمادة الإعلامية وتضم الرسوم والصور والفيديو وإن اختلفت فى توظيفها لهذه الوسائط على موقعها الإلكتروني إلى جانب استفادتها من منصات التواصل الاجتماعي كالفيسبوك وتويتر والمدونات فى تقديم خدماتها، وفى إعداد الصفحات ثم بثها الى جهاز كمبيوتر متصل بالشبكة تتيح للقارئ تصفحها وإستدعائها والبحث فى محتوياتها أو حفظ المادة وطباعتها، ويتم قراءتها من خلال جهاز كمبيوتر أو من الأجهزة الإلكترونية الحديثة مثل: الهاتف الجوال.

وأثرت تكنولوجيا الاتصال على تطوير وسائل الإعلام المختلفة، وهذا ما ساعد العديد من المؤسسات الإعلامية فى تبني تكنولوجيا اتصالات حديثة ومنها المواقع الالكترونية، والتي يرتبط تطورها وقدرتها على المنافسة بوجود موارد بشرية مؤهلة للقيام بدورها المطلوب على المستوى الإداري والمالي والتحريرى والذي يرتبط منذ البداية بالتخطيط والتنظيم والمتابعة والتقييم واتخاذ القرار والموارد البشرية والإنتاجية وكفاءة الأداء.

وأهتمت العديد من مؤسسات الإعلام ببناء مواقع الكترونية علي شبكة الانترنت والتي تتطلب إدارتها وضع تخطيط لها والاهتمام ببرامج التطوير فى الجوانب المتعلقة بتكنولوجيا الاتصال ويرتبط أداء المؤسسة الإعلامية فى مواقع الإنترنت بوضع آليه للمتابعة لبرامجها بشكل دورى ومستمر وتطبيق الإجراءات وضبط جودة إنتاج البرامج، مع إمكانية تصحيح الأخطاء بأقل التكاليف الممكنة.

ويعتمد التواصل بين افراد المؤسسة الإعلامية الإلكترونية على برمجيات الحاسوب والبريد الإلكتروني فى تحقيق التنسيق بين أفراد المؤسسة، كما تتطلب المؤسسات الإعلامية الإلكترونية وجود موارد بشرية قادرة على أداء هذا النوع من العمل الذى يجمع بين المهارات التقنية اللازمة فى ظل المزايا التي أوجدتها من تخفيض

للتكاليف، إضافة الى الاهتمام بتنمية مهارات العاملين لموائمة طبيعة العمل التي غيرت كثيراً من الوظائف في مجال انتاج وتصميم البرامج الإعلامية للمؤسسات. واصبح التحدي لمؤسسات الإعلام في المواقع الالكترونية هو كفاءة الأداء، بمعنى اهتمام المؤسسات الإعلامية على رفع جودة أعمال المؤسسة الإعلامية وتحقيق المرونة في أعمالها وتسهيل أداء أعمال المؤسسة الإعلامية، مع التركيز على دقة أعمالها وسرعة إنجازها في الوقت المحدد، مع التركيز على كشف مواطن القوة والضعف في أداء المؤسسة الإعلامية، والاهتمام بتطوير أداء العاملين في المؤسسة من خلال إلحاقهم بدورات تدريبية سواء داخل المؤسسة أو خارجها من مؤسسات كبرى تختص بعقد دورات تدريبية.

ولا يختلف التخطيط للمواقع الإعلامية الالكترونية عن التخطيط للوسائل الاعلامية التقليدية اذ يتطلب التخطيط قيام المؤسسات الإعلامية بوضع خطط مالية خاصة والسيطرة على تنفيذ الخطط وفق زمن محدد، مع مراعاة امتلاك المؤسسة رؤية واضحة من خلال توفير معلومات دقيقة تساعد إدارة المؤسسة في التخطيط لسياساتها المستقبلية، مع التركيز على تطوير استراتيجيات لتحقيق أهداف فعالة للمؤسسة، والتنبؤ بالأزمات قبل حدوثها.

كما يمكن التخطيط من إدخال تحسينات مستمرة على عدد من الأنشطة والفعاليات التي تمكن المؤسسة الإعلامية من الوصول إلى الريادة والتميز في مستوى جودة المادة الاعلامية في مواقع الانترنت على المستوى المحلي والإقليمي، من جهة أخرى تساعدهم في الكشف عن مواطن القوة والضعف.

وقد أهتمت العديد من المؤسسات الإعلامية حديثاً بإنشاء مراكز خاصة بضبط جودة الإنتاج وإدخالها ضمن الهيكل التنظيمي للمؤسسة الإعلامية، تأخذ على عاتقها تصميم وتنفيذ البرامج التدريبية بشكل دائم ومستمر، وذلك بهدف بناء ثقافة تنظيمية راسخة لتأكيد جودة الإنتاج وعملية تنفيذها من قبل العاملين، ومن أبرز تلك القيم ما يأتي: (التعاون الجاد والعمل بروح الفريق الواحد، المحافظة على الوقت، التحسين المستمر للبرامج الإعلامية، والرغبة في الابتكار والإبداع والتجديد.

وفى محاولة استقطاب آراء المشاهدين وتوسيع دائرة المشاركة فيما يتعلق بالآراء فى القضايا السياسية والاجتماعية وغيرها، وحاجة القائمين على الفضائيات لإيصال رسالتهم أصبحت الحاجة لمواقع الكترونية تابعة لتلك الفضائيات، وذلك بفعل التطورات التقنية التى وسعت من دائرة لبث وطرائق الاستقبال التفاعلية إلى جانب تأثير العولمة التى جعلت القضايا متداخلة، وذلك بسبب ما أحدثته خصائص التكنولوجيا فى عولمة الإعلام وصارت أحداث القصة الواحدة مترابطة بين قارات العالم وقصص قرى نائية تأخذ حيزاً كبيراً وواسعاً، إضافة الي تأثير مجتمع المعرفة اجتماعياً حيث أدت الظاهرة إلى بروز أشكال جديدة من العلاقات والمعاني، جراء الاستخدام المتنامى لهذه الوسائل والخدمات التكنولوجية الحديثة.

وذلك بسبب ما أوجدته من أدوات تكنولوجية تمكنه من الاطلاع والمتابعة لدائرة الاحداث ويلاحظ فى هذا الجانب التأثير الكبير للوسيلة كما قال ماكلوهان الوسيلة هى الرسالة، مع الاخذ فى الاعتبار توظيف الرسالة لتتواءم مع الوسيلة وتتوافق مع احتياجات المتلقي وتصميمها لإهداف يدركها القائم بالاتصال لتكون مكتملة الزوايا لإحداث الأثر المطلوب عند المتلقي وهذا ما تقوم به العديد من المواقع الالكترونية الخاصة بالفضائيات فى تقديم العديد من الخدمات التفاعلية إذ تقوم المواقع الالكترونية بتزويد مستخدميها بنفس القدر من الأخبار التى تقدمها الفضائيات الإخبارية.

ويمكن القول، ان المواقع الالكترونية للمؤسسات الإعلامية استطاعت الدمج بين كل وسائل الإعلام التقليدي والتمكن من ايصال مضامين إعلامية باشكال متميزة ومؤثرة وبصورة تمكنه من الجمع بين النص والصوت والصورة، وتخلق تواصلاً بين القائم بالاتصال والمتلقي، وتمكنه من مناقشة المضامين الإعلامية التى يستقبلها مع إدارة الموقع أو مع متلقين آخرين، فالتكنولوجيا تتصف ببعد اجتماعي وثقافي لتلبية حاجيات الانسان.

وقد اتجهت العديد من المؤسسات الإعلامية العربية إلى إطلاق مواقع الكترونية على شبكة الانترنت مستفيدة من الخصائص والمزايا للإعلام الالكتروني من حيث - التعدد والتنوع فى الوسائط، لأنها يمكن من خلال الانترنت الجمع بين أكثر

من وسيلة في نقل الفيديوهات والصور والنصوص...الخ. ومن ثم الدمج بين الوسائل القديمة والحديثة.

وأصبح تأسيس موقع إعلامي إلكتروني يوفر التكاليف، ويمكن للموقع الإعلامي أن يصل عن طريق الانترنت إلى مختلف أنحاء العالم، وضمن له في الوقت نفسه عدداً أكبر من المستخدمين، وتحقيق الانتشار والعالمية باعتبارها وسيلة واسعة الانتشار على كافة المستويات المحلية والإقليمية.

ومن مقومات الإعلام الإلكتروني لمؤسسات الإعلام:

استخدام الوسائط المتعددة، مراعاة عنصر التكلفة بعناصرها المختلفة، مراعاة السرعة، توفر العنصر البشري الكفؤ (القائم بالاتصال)، الإهتمام بالتدريب المستمر، توفر الشريحة المناسبة، ضرورة توفر المصممين، توفر البنية الأساسية، التوعية التقنية، توفر الثقافة التقنية لدى المستخدمين، وجود النمط الإداري الواعي بأهمية التطور التقني، المرونة والخروج عن البيروقراطية، المقدرة المالية الجيدة، الإرتكاز على المفاهيم التسويقية الجديدة ثم الإهتمام بدراسة سلوك المستهلك من أجل تحقيق الاشباع الصحيح للخدمة الإعلامية.

خصائص الإعلام الإلكتروني لمؤسسات الإعلام: ومن أهم خصائصه أنه:

- 1- إعلام مفتوح يتخطى الحدود ويستهدف ثقافات اخرى متعددة وخاصة المتلقي.
- 2- خاصية المرونة بالنسبة للمتلقي مستخدم الانترنت من حيث حرية وسهولة الوصول إلي المعلومة في المواقع وهذا ما يتيح له فرصة إنتقاء المعلومات التي يراها جيدة وصادقة، والتميز بينها وبين المواقع التي تقدم معطيات مزيفة.
- 3- عامل الكلفة: ويبرز هذا العامل خاصة على مستوى الصحافة المكتوبة، وبشكل أكبر عندما يتم تأسيس موقع إعلامي إلكتروني من حيث أنه يوفر على صاحب جريدة ما جزءاً من تكاليف طبع وتوزيع النسخة الورقية للجريدة ويضمن له في الوقت نفسه عدداً أكبر من القراء، اما بالنسبة للمواقع الفضائيات بالانترنت في تهدف في الوصول الي اكبر عدد من الشرائح وتقديم مواقع ذات صلة بالموقع الأساسي لها قد تستهدف فئة الشباب، أو الاستفادة من اليوتيوب ومواقع التواصل في جذب أكبر عدد ومخاطبه الاهتمامات الثقافية المتنوعة التي فرضها واقع

استخدام المواقع الالكترونية، آخذين في الاعتبار إعلام الفرد القائم على البث الشخصي للمعلومات وتعدد الثقافات والتوجهات بين أطراف العملية الاتصالية وإدراجها ضمن خدمة المواقع بما يحقق التنوع وشمول المحتوى.

4- الاعتماد على التكنولوجيا الحديثة بما يخفض من تكاليفه ويوسع من دائرة مستخدميها.

5- توسيع دائرة التنافس الإعلامي.

6- الاعتماد على خدمات تفاعلية مما يدخل الجمهور كشريك أساسي في صناعة المحتوى الإعلامي ويتيح عنصر التفاعلية للزائر إمكانية التحوار المباشر مع مصممي الموقع

وعرض آرائه بشكل مباشر من خلال الموقع، وكذلك المشاركة في منتديات الحوار بين المستخدمين، والمحادثة "Chating" حول مواضيع يتناولها الموقع، أو طرحها زوار ومستخدمو الموقع وكذلك القوائم البريدية.

7- تنامي دور القطاع الخاص في مجال العمل الإعلامي.

8- ظهور أشكال جديدة من الإعلام مثل "إعلام الفرد" القائم على البث الشخصي.

9- عدم محدودية المساحة مقارنة بالمساحة الورقية وإمكانية ربط المعلومة بشبكة من المراجع.

10- خاصية المرونة وتظهر الخاصية لدى المستخدم للشبكة وكلما إزدادت قدرات الحاسوب، إزدادت مرونة التعامل مع الانترنت من الناحية التقنية.

11- التنوع في استخدام المنتج عن طريق النص الفائق " Hyper text " وهو المحرك لهذا التنوع في الإعلام والذي يمكن من استخدام أنماط مختلفة والمصادر والوسائل الإعلامية ترتبط فيما بينها جميعا بشبكة من المراجع.

وبصفه عامة يواجه الإعلام الالكتروني عدداً من التحديات منها:

12- مشكلة ضعف المواكبة والتجديد.

13- مشكلة عدم اهتمام الاستراتيجية الكلية بالتطور الإعلامي التقني، وضعف الوعي العام للفكر الإداري بأهمية استخدام التقانة.



- 14- عدم اهتمام القطاع الخاص بالاستثمار فى الإعلام كنشاط اقتصادي(الخوف من المخاطر). - قلة المستخدمين بسبب الأمية التقنية.
- 15- صعوبة الوثوق والتحقق من صحة وصدقية العديد من البيانات والمعلومات التي تحويها بعض المواقع في ظل الحاجة إلى التعزيز المتواصل للقدرات الثقافية والتعليمية للمتلقى.
- 16- ضعف الضوابط الضرورية لضمان عدم المساس بالقيم الدينية والاجتماعية والثقافية للمجتمعات.
- 17- انتهاك حقوق النشر والملكية الفكرية.
- 18- ارتكاب الجرائم الإلكترونية باستخدام التقنيات الحديثة.

### المبحث الثالث

#### توظيف تكنولوجيا الإتصال فى تطوير المواقع الإلكترونية

مفهوم تكنولوجيا الإعلام والاتصال:

تعريف التكنولوجيا فى اللغة:

هى تعريف لكلمة Technology التى تتركب من مقطعين، الأول: Techno وهى مشتقة من الكلمة اليونانية Techno، وتعنى الحرفة أو الصناعة أو الفن، والثانى Logy، وهى مأخوذة من الكلمة اليونانية Logos، والتى تعنى علم أو دراسة. ويرى البعض أن الجزء الأول من كلمة Technology مشتق من المفردة Technique ومن ثم يترجمها إلى العربية إلى تقنية أو تقنيات، ويعبر عنها البعض بلفظ تقانة أو تقانات، وهى تعنى العلم التطبيقي، أو الطريقة الفنية لتحقيق غرض معين، أو جماع الوسائل المستخدمة لتوفير كل ما هو ضروري لمعيشة الناس ورفاهيتهم.<sup>(1)</sup>

مفهوم تكنولوجيا الإعلام و الإتصال:

إن المفهوم العام لتكنولوجيا الإعلام والاتصال لا يمكن وصفه بالجامع المانع، لأنه لا يوجد حتى الآن ضبط لهذا المفهوم، وإنما تم دمج التكنولوجيا والتي يراد بها علم التقنية بمفهوم الإتصال وبالتالي نشأ مفهوم التكنولوجيات الجديدة للإعلام والاتصال والذي يعنى "مجمل المعارف والخبرات المترakمة والمتاحة والأدوات والوسائل المادية والتنظيمية والإدارية المستخدمة فى جميع المعلومات ومعالجتها وإنتاجها وتخزينها واسترجاعها ونشرها وتبادلها أي توصيلها إلى الأفراد والمجتمعات"<sup>(2)</sup>.

ومن هنا يمكن تعريف التكنولوجيا بأنها مجموعة من النظم والقواعد التطبيقية وأساليب العمل التى تستقر لتطبيق المعطيات المستحدثة لبحوث أو دراسات مبتكرة

---

(1) عامر إبراهيم قندلجي، المعجم الموسوعي لتكنولوجيا المعلومات والانترنت، ط1 (عمان: دار المسيرة ، 2003) ص 331.

(2) محمود علم الدين تكنولوجيا الإتصال فى الوطن العربي، عالم الفكر، تصدر عن المجلس الوطنى للثقافة والفنون والآداب، الكويت، المجلد 23 العدد 1 و 2 يوليو - سبتمبر - أكتوبر - نوفمبر 1994 ، ص 95.

في مجالات الإنتاج والخدمات، كونها التطبيق المنظم للمعرفة والخبرات المكتسبة التي تمثل مجموعات الوسائل والأساليب الفنية التي يستعملها الإنسان في مختلف نواحي حياته العلمية، وبالتالي فهي مركب قوامه المعدات والمعرفة الإنسانية<sup>(1)</sup>. ومن منظور اتصالي يمكن القول "إن تكنولوجيا الاتصال: هي مجموع التقنيات والأدوات أو الوسائل أو النظم المختلفة، التي توظف لمعالجة المضمون أو المحتوى، الذي يراد توصيله بعملية الاتصال الجماهيري أو الشخصي أو التنظيمي أو الجمعي، التي بها تجمع المعلومات والبيانات المسموعة أو المكتوبة أو المصورة أو المرسومة أو المسموعة المرئية أو المطبوعة أو الرقمية عن طريق الحاسبات الإلكترونية، ثم تخزين هذه البيانات والمعلومات، ثم استرجاعها في الوقت المناسب، ثم عملية نشر هذه المواد الاتصالية أو الرسائل أو المضامين سواء مسموعةً أم مرئيةً أم مطبوعةً أم رقميةً، ونقلها من مكان إلى آخر، وتبادلها"<sup>(2)</sup>.

أما "تكنولوجيا الاتصال والمعلومات فهي كل ما ترتب على الاندماج بين تكنولوجيا الحاسب الإلكتروني والتكنولوجيا السلكية واللاسلكية والإلكترونيات الدقيقة والوسائط المتعددة من أشكال جديدة لتكنولوجيا ذات قدرات فائقة على إنتاج المعلومات وجمعها وتخزينها ومعالجتها ونشرها واسترجاعها بأسلوب غير مسبوق يعتمد على النص والصوت والصورة والحركة واللون وغيرها من مؤثرات الاتصال التفاعلي الجماهيري والشخصي معاً. كما أن تكنولوجيا المعلومات تمثل اقتناء المعلومات وتجهيزها في مختلف صورها وأوعية حفظها، سواء أكانت مطبوعةً أم مصورةً أم مسموعةً أم مرئيةً أم ممغنطةً أم معالجةً بالليزر، وبنها باستعمال مجموعة من المعلومات الإلكترونية ووسائل أجهزة الاتصال عن بعد. وقد مهدت

---

(1) سيرج، برد وزميله ثورة الاتصال. ترجمة: هالة عبد الرؤوف مراد، القاهرة: دار المستقبل العربي، (1993).

(2) فريال مهنا، جدلية المضمون والشكل في الخطاب الإعلامي العربي (1) مجلة جامعة دمشق للآداب

والعلوم الإنسانية، 2000، ص 16.

تكنولوجيا الاتصال والمعلومات الطريق للانتقال من المجتمع الصناعي إلى مجتمع المعلومات" (1).

وبينما يُقصر البعض تعريف تكنولوجيا الاتصال على أنها "أي أداة أو جهاز أو وسيلة تساعد على إنتاج أو توزيع أو تخزين أو استقبال أو عرض البيانات" أو أنها الآلات أو الأجهزة الخاصة أو الوسائل التي تساعد على إنتاج المعلومات وتوزيعها واسترجاعها وعرضها" أو "هي الحصول أو اكتساب ومعالجة وتخزين ونشر المعلومات الرقمية والنصية والمصورة والصوتية من خلال مجموعة من الأجهزة الإلكترونية وأجهزة الاتصالات السلكية واللاسلكية والكمبيوتر فإن البعض الآخر يعرفها بأنها تطبيق منظم للمعرفة العلمية لأداء مهام عملية للبشر ومجتمعاتهم، وبينما يفرغ البعض "التكنولوجيا" من المعنى الثقافي والاجتماعي لها، فإن البعض الآخر ينظر إليها وفقاً لرؤية شمولية متكاملة متضمنة التكنولوجيا والمعلومات والمجتمع معاً، حيث يعتبرون التكنولوجيا وسيلة ضرورية لإنجاز المهام، وتيسير تحقيق أهداف البشر، طبقاً لقيم مجتمعاتهم، وتلبية لرغباتهم في تشكيل مجتمع أفضل، وهو ما يعني أن التكنولوجيا تتضمن أشكالاً ثقافية وتنظيمية ولا تقتصر فقط على الجانب التقني، فالتكنولوجيا هي جزء متكامل في منظومة اجتماعية أكبر، ووفقاً لهذه الرؤية لا تحدد التكنولوجيا في حد ذاتها البدائل المطروحة أمام البشر، ولكن من يتحكمون فيها، فالتكنولوجيا ليست حتمية، ولكن القوة المجتمعية هي الفاعلة والمؤثرة، حيث يتقرر اتجاه التكنولوجيا بفعل تركيبة من العوامل الاجتماعية والثقافية السائدة في المجتمع، فضلاً عن العوامل الخاصة بالتكنولوجية ذاتها مثل السعر والمصداقية والسهولة وبساطة الاستخدام user friendly وإمكانية الاستعمال الخ" (2).

وما يمكن استنتاجه هو "أن مفهوم التكنولوجيات الجديدة للإعلام والاتصال يعتبر مفهوم متغير وديناميكي حيث أن ما يمكن اصطلاح عليه اليوم جديداً سيصبح غداً

---

(1) فريال مهنا، جدلية المضمون والشكل في الخطاب الإعلامي العربي (1) مجلة جامعة دمشق للآداب والعلوم الإنسانية، 2000، ص 16.

(2) د. السيد بخيت، مرجع سابق ص ص 208، 209.

قديمًا، فكيف بجديد عقد من الزمن، وبالتالي فإن هذا المفهوم أضحي مقيداً بالتسارع المذهل في مجال الإعلام والاتصال، ففي الخمسينيات كانت وسائل الإعلام المتعددة من قبيل التكنولوجيات الجديدة وكانت تعني "جميع التقنيات التي تسمح ببث رسائل مهما كان نوعها إلى مستمعين كثر موزعين ومنطلقين وغير متجانسين، فكان الإعلان والاسطوانة الصامتة والفلم وخصوصاً الصحافة المكتوبة ومحطات البث هي معا تسمى الاسم نفسه"<sup>(1)</sup>.

فتكنولوجيا الأتصال يراها خبير تكنولوجيا الاتصال نبيل على أنها رافد لتكنولوجيا المعلومات على أساس أن المادة الخام لتكنولوجيا المعلومات هي الحاسب الإلكتروني وبرمجياته التي تستهلك طاقته الحاسوبية في تحويل هذه المادة الخام إلى سلع وخدمات معلوماتية، أما التوزيع فيتم من خلال التفاعل الفوري بين الانسان والآله.

أو من خلال شبكات البيانات التي تصل بين حاسوب وآخر، وإن تكنولوجيا الاتصال وتكنولوجيا المعلومات وجهان لعملة واحدة على أساس أن ثورة تكنولوجيا الاتصال قد سارت على أساس التوزاي مع ثورة تكنولوجيا المعلومات التي كانت لتفجر المعلومات وتضامن الإنتاج الفكري في مختلف المجالات.

### تكنولوجيا المعلومات والاتصالات:

"قد شكلت تكنولوجيا الاتصالات مع تكنولوجيا التخزين والاسترجاع تكنولوجيا المعلومات وهي عبارة عن "كل التقنيات التي تستخدم في تحويل البيانات بمختلف أشكالها إلى معلومات بمختلف أنواعها"<sup>(2)</sup>. ويعرفها محمود علم الدين ومحمد عبد الحسيب: "أنها اقتناء واختزان المعلومات وتجهيزها في مختلف صورها وأوعية حفظها سواء كانت مطبوعة أو مصورة أو مسموعة أو مرئية أو ممغنطة أو معالجة بالليزر وبثها باستخدام توليفة من المعلومات الالكترونية الحاسوبية ووسائل

(1) فرانسيس بال جيرارد آسميري: وسائل الإعلام الجديدة، ترجمة، فريد أنطونيوس، ط1 (بيروت: عويدات للنشر والطباعة، 2001 م)، ص 118.

(2) علاء عبد الرزاق السالمي، تكنولوجيا المعلومات، ط1 (عمان: كلون، 1997) ص 9.

أجهزة الاتصال عن بعد<sup>(1)</sup>. وفي تعريف آخر: "هي كل ما ترتب من الاندماج بين تكنولوجيا الحاسب الإلكتروني والتكنولوجيا السلكية واللاسلكية والالكترونيات الدقيقة والوسائط المتعددة من أشكال جديدة لتكنولوجيا ذات قدرات فائقة على إنتاج المعلومات وجمعها وتخزينها ومعالجتها ونشرها واسترجاعها بأسلوب غير مسبوق يعتمد على النص والصوت والصورة والحركة واللون وغيرها من مؤثرات الاتصال التفاعلي الجماهيري والشخصي معاً"<sup>(2)</sup>.

والملاحظ من خلال المفاهيم السابقة أن تكنولوجيا المعلومات لم تعد فقط تعني الإنتاج، والتخزين، والاسترجاع، بل تعني أيضاً النقل والتوصيل إلى الجمهور المستهدف أو المستخدم لها. خاصة بعد ظهور المستحدثات الجديدة في صناعة المعلومات وصناعة الإعلام والاتصال واندماج تكنولوجيا الاتصال وتكنولوجيا المعلومات.

ولتكنولوجيا الاتصال الحديثة علاقة واضحة بالمجال الإعلامي، فقد زادت في الآونة الأخيرة قيمة وأهمية المعلومات، وسرعة جمعها، وطرق معالجتها، ووسائل إنتاجها، وسبل انتقالها وتوزيعها، وتضاعفت القدرة على تخزينها واسترجاعها، واستقبالها، وعرضها، وحفظها، وتوظيفها، وهي مهام تقع في صميم العمل الإعلامي والصحفي، وتركت آثارها عليه كما اثرت تكنولوجيا الاتصال في عملية صناعة الأخبار وتطوير الأداء الصحفي، وابتكار ممارسات صحفية جديدة، وتيسير أداء المهام التقليدية، ومواكبة الثورة المعلوماتية الجديدة.

وتتعدد وظائف تكنولوجيا الاتصال الحديثة في المجال الصحفي، ويمكن تقسيم كالتالي:<sup>(3)</sup>

1- وظيفة إنتاج وجمع المادة الصحفية إلكترونياً ومن بين وسائلها الكمبيوتر وقواعد المعلومات، والإنترنت، والتصوير الإلكتروني والتصوير الرقمي /

---

(1) محمد عبد الحسيب، محمود علم الدين، الحاسبات الالكترونية وتكنولوجيا الاتصال، ط1 (القاهرة: دار الشروق، 1997م) ص، ص 19، 20.

(2) ليني عبد الله العلاوين، تكنولوجيا الاتصال وعلاقتها بأداء المؤسسات الإعلامية، الاردن، جامعة الشرق الأوسط للدراسات العليا 2009 م ص 18.

(3) د. السيد بخيت، مرجع سابق، ص ص 212، 213

الإلكتروني، والأقمار الصناعية، والمساحات الضوئية، والاتصالات السلكية واللاسلكية، والألياف البصرية... الخ.

2- وظيفة معالجة المعلومات الصحفية رقمياً ومن بينها الكمبيوتر، والنشر الإلكتروني، وسواء كانت تلك المعلومات مادة مكتوبة أو مصورة أو مرسومة، فإن هناك العديد من البرامج التي تتعامل وتعالج مثل هذه المعلومات.

3- وظيفة تخزين المعلومات الصحفية واسترجاعها، وتقوم بنوك المعلومات وشبكتها ومراكز المعلومات الصحفية باستخدام الأقراص المدمجة في توثيق أرشيفاتها ووثائقها، وهي تساعد في البحث عن المعلومات واسترجاعها بشكل سريع وملائم.

4- وظيفة نقل ونشر وتوزيع المعلومات الصحفية مثل الفاكس، والأقمار الصناعية، والاتصالات السلكية واللاسلكية، والشبكات الرقمية، وشبكات الألياف، والكابل... الخ.

5- وظيفة عرض المواد الصحفية ومن بينها أجهزة الكمبيوتر، والأجهزة الرقمية الشخصية.

6- وظيفة التحرير الإلكتروني، وتتمثل في تنوع البرامج المساعدة في عملية الكتابة والمعالجة والتحرير الإلكتروني، وبرامج فحص الأسلوب والأعراب والإملاء، بل وتوجد برامج لكتابة القصص الأخبارية بشكل إلى باستخدام طرق التغذية الإلكترونية للبيانات وذلك في مجالات عديدة مثل الاقتصاد والرياضة، وفي المواد الصحفية التي تتضمن إحصائيات مثل أسعار الأسهم والحصص والعملات، وهو ما جعل بعض الصحف تتخلص من الصحفيين الذين لا يجيدون استخدام هذه البرامج، حتى قال البعض أن الصحافة نفسها يعاد كتابتها ببرامج كمبيوتر جديدة.

7- وظيفة توضيب وإخراج المادة الصحفية، وهناك ثورة كبيرة في مجال البرامج الخاصة بالتصميم والإخراج الصحفي، ومعالجة الصور والجغرافيكس.

وشهدت التسعينات المزيد من التحول إلى "الآلية الكاملة واعتماد الوسائل الرقمية" في عمليات الإنتاج من خلال إدخال الحاسبات الإلكترونية ووسائل الاتصال

الرقمية فى معظم مراحل الإنتاج بدءاً من توصيل المواد الصحفية الى المقر بالاستعانة بأجهزة الفاكس ميل إلى عمليات المعالجة بدءاً من تحرير النصوص والصور على شاشات الكمبيوتر حتى عملية الإخراج الكامل وتجهيز الصفحات على شاشات الكمبيوتر حتى عملية الإخراج الكامل وتجهيز الصفحات على الشاشات، حتى الوصول إلى الطابعة المتصلة بالحاسبات. كما تطورت أساليب توثيق المعلومات الصحفية وارشفتها، وتم ربط المؤسسات بمراكز وبنوك المعلومات المحلية والدولية، كما تم تطوير أساليب طباعة الصحف في أكثر من مكان في الوقت نفس من خلال أسلوب الإرسال عبر القمر الاصطناعي.

استناداً إلى ما سبق نلاحظ أن لتكنولوجيا الاتصال علاقة واضحة ووطيدة بالمجال الإعلامى، فقد زادت في الآونة الأخيرة قيمة وأهمية المعلومات، وسرعة جمعها وطرق معالجتها ووسائل إنتاجها، نقلها، وتوزيعها، وتضاعفت القدرة على تخزينها واسترجاعها، واستقبالها، وعرضها وحفظها وتوظيفها فى الوقت والمكان اللذان يراها الصحفي مناسبين، وكل هذه المهام تقع فى صميم العمل الاعلامي اليومي.<sup>(1)</sup>

ولقد ادى تطور تطوير وسائل الإعلام بظهور الانترنت وأصبح هنالك ارتباطاً يظهر للجميع بين وسائل الإعلام المتعددة وتكنولوجيا الاتصال فى نواحي عديدة منها سرعة بث الرسالة المراد توصيلة.

وتتمثل تكنولوجيا الاتصال المعاصر بما يأتي:<sup>(2)</sup>

١- التكنولوجيا المتقدمة الخاصة بالكاميرا فى استخداماتها التلفزيونية والسينمائية.  
٢- التكنولوجيا المتصلة بأجهزة الحاسوب التي تعالج الصوت والصورة والوسائط المتعددة.

٣- التقارب التكنولوجي بين المعلوماتية والوسائط الإعلامية الذي أدى إلى مصطلح عصر الوسائط المعلوماتية.

---

(1) محمود علم الدين، تكنولوجيا المعلومات والاتصال ومستقبل الصحافة، (القاهرة: دار سحاب للنشر والتوزيع، 2005 م) ص، ص، 157-158.

(2) تيسير أحمد أبو عرجة، قضايا ودراسات إعلامية. (ط 1) (عمان: دار جرير للنشر والتوزيع، 2006م).



وتعد عملية استخدام تكنولوجيا الاتصال في المؤسسات الإعلامية من المتطلبات الحديثة لمجارات التطورات الكبيرة في بنية العمل، ولذلك من الواجب على إدارات هذه المؤسسات أن تعطي أهمية خاصة لتبني هذا المفهوم، كما يجب عليها أن تولد الاستعدادات لدى عاملها لتطبيقه، وأن توفر المستلزمات الأساسية والمتطلبات الخاصة لنجاحه.

أن قدرة القائم بالاتصال في وسائل الاتصال على تحقيق قدر أكبر من التأثير المعرفي والعاطفي والسلوكي، سوف يزداد عندما تقوم هذه الوسائل بوظائف نقل المعلومات بشكل متميز مكثف.

"وساهمت التطورات التكنولوجية الحديثة بإزالة الفوارق بين الأدوات الاتصالية والحدود التي طالما فصلت بين وسائل الإعلام المختلفة حتى أواخر السبعينيات، فقد نشأت علاقات معقدة وهي علاقات أصبحت تربط الأدوات السمعية والبصرية والاتصالات البعيدة المدى والمعلوماتية والتداخل المتزايد بين أجهزة الإعلام"<sup>(1)</sup>.

إن تطور وسائل تكنولوجيا الاتصال عمل على توفير المرونة وفرص الاختيار لخدمات الاتصال في المؤسسات الإعلامية بدءاً من مراحل جمع المادة الإعلامية وإنتاج المادة وطريقة معالجتها من خلال نظم تكنولوجية حسب شكل المادة نصية أو صوتية أو فيديو مستفيدة من تقنية النص الفائق في تقديم خدمة متميزة على الإنترنت، مما ساهم في رفع الأداء داخل المؤسسة بشكل كبير. ومن هنا جاء التطور التكنولوجي السريع في قطاع الإعلام، فتطور تطبيقات الوسائط المتعددة في مجال الصوت والصورة الثابتة والمتحركة والنص والحركة جعل من الإنترنت الأداة القادرة على القيام بكل الأدوار التي تقوم بها وسائل الاتصال الجماهيري مجتمعةً.

ويمكن إيجاز سمات المواقع الإلكترونية بالآتي:

1/ النقل الفوري للأخبار ومتابعة التطورات التي تطرأ عليها مع قابلية تعديل النصوص في أي وقت، مما جعلها تتنافس الوسائل الإعلامية الأخرى كالإذاعة والتلفزيون بل أن المواقع الإلكترونية باتت تتنافس هاتين الوسيطتين في عنصر

(1) د. حميدة سميسم، نظرية الرأي العام، (بغداد: دار الشؤون الثقافية، 1992) ص 271.

الفورية الذي احتكرته، وبدأت تسبق حتى القنوات الفضائية التي تبث الأخبار في مواعيد ثابتة، فيما يجري نشر بعض الأخبار في الصحف الإلكترونية بعد أقل من 30 ثانية من وقوع الحدث.

2/ قدرة المواقع الإلكترونية على إختراق الحدود والقارات والدول دون رقابة أو موانع أو رسوم، بل وبشكل فوري، ورخيص التكاليف، وذلك عبر الانترنت، وبذلك أصبح بمقدورها أن تنافس وسائل إعلامية كبيرة إذا تمكنت من تقديم أشكال تقنية متقدمة ومهارات إرسال، ونوعية جيدة من المضامين وخدمات متميزة.

3/ التكاليف المالية البث الإلكتروني للمواقع الإلكترونية عبر شبكة الانترنت أقل بكثير مما هو مطلوب لإصدار صحيفة ورقية، فهي لا تحتاج إلى توفير المباني والمطابع والورق ومستلزمات الطباعة، ناهيك عن متطلبات التوزيع والتسويق، والعدد الكبير من الموظفين والمحريين والعمال".

4/ "لجوء معظم المواقع الإلكترونية إلى التمويل من خلال الاعلانات، وقد أصبح الاعلان المتكرر على كل صفحة في الصحيفة الإلكترونية هو مصدر الدخل الرئيسي لهذه الصحف".

5/ توفر تقنية المواقع الإلكترونية أمكانية الحصول على احصاءات دقيقة عن زوار المواقع الإلكترونية، وتوفر لها مؤشرات عن اعداد قراءها وبعض المعلومات عنهم كما تمكنها من التواصل معهم بشكل مستمر.

6/ منحت تقنيات المواقع الإلكترونية عملية رجع الصدى (Feed Back) إمكانيات حقيقية لم تكن متوفرة من قبل بوسائل الاعلام، وبات الحديث ممكناً عن تفاعل بين المواقع الإعلامية الإلكترونية والقراء، ويمكن أن يجد متصفح المواقع الإلكترونية حقول خاصة في شتى الصفحات تتضمن الطلب من القارئ أن يبدي رأياً حول الموضوع المنشور أو يكتب تعليقاً عليه وفي حالة قيام المستخدم بذلك سيظهر تعليقه فوراً على الموقع حيث يصبح بإمكان المستخدمين في أي مكان الاطلاع عليه، وتشمل هذه الامكانية بطبيعة الحال رسائل القراء التي تنشر فوراً على صفحات المواقع الإلكترونية.

7/ توفر المواقع الالكترونية الإعلامية فرصة حفظ أرشيف الكتروني سهل الاسترجاع غزير المادة، حيث يستطيع الزائر أو المستخدم أن ينقب عن تفاصيل حدث ما أو يعود الى مقالات قديمة بسرعة قياسية بمجرد أن يذكر أسم الموضوع الذي يريد ليقوم باحث الكتروني بتزويده خلال ثواني بقائمة تتضمن كل مانشر حول هذا الموضوع في الموقع المعين، في فترة معينة.

8/ فرضت المواقع الالكترونية واقعاً مهنياً جديداً فيما يتعلق بالاعلاميين وامكانياتهم وشروط عملهم، فقد اصبح المطلوب من الاعلامي المعاصر أن يكون ملماً بالامكانيات التقنية وبشروط الكتابة للانترنت وللصحافة الالكترونية كوسيلة تجمع بين نمط الصحافة ونمط التلفزيون المرئي ونمط الحاسوب، وأن يضع في اعتباره ايضاً عالمية هذه الوسيلة وسعة انتشارها وما يرافق ذلك من اعتبارات تتجاوز المهني إلى الأخلاقي في تحديد المضامين وطريقة عرضها.

وقد أدت التطورات التكنولوجية إلى ظهور تطور فني وعملي كبير في حقل الصحافة الإلكترونية، ويمكن الوقوف على هذا التطور من خلال الآتي:

### 1. تطور خاص بالمصادر الإعلامية:

حدثت تطورات متعلقة بسرعة الحصول على الأخبار والأحداث من مصادرها سواء عبر المراسل، وكالات الأنباء، المسؤولين، الإنترنت... إلخ وكيفية الاستفادة من هذه المصادر في سرعة الحصول على الأخبار ونشرها دون إعتبار للجغرافيا والوقت. وأصبح هناك يعرف مايعرف بـ "صحافة المواطن". فالمواطن المهتم وعبر أدواته المتعددة أصبح مصدراً لا يمكن تجاهله. فهو أيضاً يمتلك مهارات صحفية كقدرته على التصوير والتسجيل وحتى الكتابة وإن كانت بشكلها البسيط. فالمواطن أصبح يرصد الأحداث التي تهمة بالصوت والصورة ويقوم بنشرها على مواقع الشبكات الإجتماعية أو عبر مدونة خاصة به. ومن هنا أصبح المواطن مصدراً تستعين به صحف الويب وإن كان بشكل نسبي وتحت جملة من القواعد والشروط.

### 2. تطور خاص بالمؤسسات الإعلامية:

في السابق، كانت وسائل الإعلام التقليدية تكتفي بوسيلتها الإتصالية المتاحة. فالصحيفة كانت تكتفي بالورق، والراديو كان يكتفي بالمذياع، والتلفزيون كان يكتفي

بشاشة العرض. وعلى الرغم من محاولات الوسائل الإعلامية التنافس فيما بينها لكسب الجمهور، إلا أن كل واحدة فيها إحتفظت بقدرتها وجمهورها دون أن تلغي أي وسيلة منها الأخرى. ولكن، ومع ظهور شبكة الإنترنت وما تمخض عنها من نشوء لشبكة الويب، تغيرت نظرة القائمين على هذه الوسائل بسبب ما فرضته هذه الوسيلة الإتصالية الجديدة من تحديات. فشبكة الويب مثلت فضاءً لامتناهياً يستطيع أي شخص عبر العالم الولوج إليه، والبحث من خلاله عن أي معلومة يريد الحصول عليها. ومن هنا كان التغيير، فالحواجز الجغرافية التي كانت تعمل ضمن حدودها الوسائل الإعلامية التقليدية قد زالت، ولم يعد الجمهور محدوداً كما كان في السابق بل إتسع ليشمل كل شخص في العالم يمتلك القدرة على الولوج إلى الشبكة العنكبوتية. ولعل الصحافة المطبوعة كانت السبابة في الإستفادة من هذه الوسيلة الإتصالية عبر إنشاء مواقع لها لتعرض ما تحويه صحفها الورقية من أخبار وأحداث. ومع تطور هذه المواقع وظهور ما يسمى بالوسائط المتعددة، بدأت الفضائيات والإذاعات بإنشاء مواقع لها على الشبكة لمسايرة هذا التطور السريع. ويمكن القول أن ظهور الإنترنت دفع المؤسسات الإعلامية إلى إنشاء مواقع لها على الشبكة العنكبوتية تقوم مقام المكمل لخدماتها الأصلية.

### 3. تطور خاص بالصحفي:

الصحفي - كجزء من أساسيات عمله الإعلامي - لا بد وأن يمتلك العديد من المهارات والقدرات التي تؤهله للعمل ضمن مستويات مختلفة. لذلك فإن مصطلح "وحدة الصحفي المتكامل" One Journalist Unit لم يظهر مع ظهور الإنترنت، بل ظهر كنتيجة لمتطلبات العمل الإعلامي الميداني. فالمراسل على الأرض يحتاج إلى العديد من المهارات حتى يستطيع أن ينجز عمله بكفاءة وسرعة عالية. كالكتابة، وجمع المعلومات، والتصوير، والتسجيل، وعقد اللقاءات، وإرسال المادة الإعلامية...إلخ. لذلك جاءت صحافة الويب لتؤكد ضرورة أن يتمتع الصحفي بهذه القدرات، إضافة إلى غيرها كالتعامل مع الحاسوب وشبكة الويب. كما توفرت للصحفيين فرصاً عديدة لتطوير مهاراتهم في البحث والتحليل والتغطية وتنمي لديهم مهارة البحث الذاتي عن المعلومات الأخرى المتوفرة.

كما تساعد الأدوات المتعددة المتوفرة على الانترنت من القيام بتغطية فورية وسريعة للأحداث والاتصال المباشر بصناع الأحداث واجراء حوارات فورية وجماعية مكتوبة ومرئية ومسموعة وتنفيذ تحقيقات صحفية فورية حول احداث وموضوعات فى مجالات متنوعة ومن أماكن متعددة فضلاً عن استحداث أشكال صحفية واتصالية جديدة مثل عقد مؤتمرات عن بعد والجماعات الاخبارية وجلسات الدردشة والبريد الالكتروني وكذلك توفير امكانيات كبيرة لاستكمال الموضوعات الصحفية والوصول الى مصادرها الأساسية وهى مهارات أساسية فى العمل الصحفي الحديث وممارستها<sup>(1)</sup> .

وكذلك توفير امكانيات كبيرة لاستكمال الموضوعات الصحفية الوصول إلى مصادرها الأساسية وهى مهارات أساسية فى العمل الصحفي الحديث وممارستها. ومن ناحية أخرى فقد افرزت الإنترنت ضغطاً من نوع آخر على الصحفيين الذين أصبح يتحتم عليهم معرفة كيفية البحث عن المعلومات والتعامل مع الكاميرا الرقمية وكاميرا الفيديو الرقمية وبرامج الكمبيوتر وكيفية تحرير المواد النصية والسمعية والمرئية ضمن محتويات الموضوع الصحفي الذى يقوم به.

### مواصفات الصحفي الإلكتروني:

الصحفي الإلكتروني هو الصحفي الذي يمكنه التعامل والكتابة للصحفية الإلكترونية، وظهر امتداداً للتطورات التي أحدثتها الصحافة الإلكترونية في الصحافة وتحرير الخبر، وامتد ليشمل صانعي الأخبار ومحرريها، ويمكن الوقوف على مواصفات الصحفي الإلكتروني على النحو الآتي:

أ- التمكن من استخدام الحاسب الآلي وبرامجه، وعلى وجه الخصوص برنامج الكتابة، وبرنامج الصور، الذي يستخدم لإدخال الصور على الحاسوب وإدخالها إلكترونياً إلى الصحيفة.

ب- التعامل مع شبكة الإنترنت بحيث يعرف الصحفي الإلكتروني كيف يبحث على الإنترنت، وكيف يتجول على مواقع الإنترنت المختلفة.

---

(1) د. السيد بخيت، الصحافة والانترنت، ط1 (القاهرة: العرب للنشر والتوزيع، 2000 م) ص26.

ج\_ أن يكون لديه بريد إلكتروني لإرسال واستقبال الرسائل، ويقتضي ذلك أن يكون مدركاً لحجم بريده الإلكتروني؛ حتى لا يحول جهله في منع وصول رسالة بها خبر هام في الوقت المناسب.

د\_ الخبرة بطرق حماية وأمن الحاسب الآلي، مثل: البرامج المضادة للفيروسات، والبرامج المضادة للتجسس.

هـ\_ متابعة ما يتم نشره وردود الفعل والرد على ما يقتضي الرد، أو نشر الردود وفق السياسة التحريرية المعمول بها في صحيفته.

#### 4. تطور خاص بالقارئ:

"اتفقت معظم الدراسات أن غالبية مستخدمي الإنترنت من الشباب مع عدم إغفال باقي الفئات، وأصبح لدى القارئ الفرصة لتمرير الخبر الذي يريده إلى العديد من أصدقائه، إلى جانب توفر الفرصة للتعليق بشكل مباشر على الموضوع، ونشر رده في نفس اللحظة، حيث تتيح العديد من المواقع كتابة التعليق في أسفل المقال أو الموضوع، وينشر الرد آلياً دون الخضوع لأي رقابة، وتقوم بعض المواقع بتمرير الرد أولاً على مسئول التحرير حتى لا يتم نشر شتائم أو كلام منافٍ للأداب"<sup>(1)</sup>. وفرت المواقع الإلكترونية نشر الخبر السريع، وذلك من خلال نشر الخبر بعنوان وفقرة واحدة أسفل العنوان تلخص الخبر مع كتابة كلمة (المزيد) لمن يريد الاطلاع على التفاصيل، وقد فتحت هذه الطريقة الباب لإرسال الرسائل الإخبارية على الهاتف الخليوي، لتقدم كخدمة إخبارية من بعض المواقع الإخبارية أو من وكالات الأنباء، وهي وسيلة تجذب الشباب كثيراً؛ لأنهم يقرأون عنوان الخبر فقط ويعرفون ما يحدث من حولهم دون الحاجة للخوض في التفاصيل.

#### 5. تطور خاص بالخبر:

إن سرعة تناول الخبر وبثه هي أهم ما ميز التطور الذي حدث مع مواقع الإنترنت الإعلامية، وتظهر ميزة هامة أخرى وهي إمكانية وضع لقطات فيديو معبرة عن

(1) زيد سليمان، الصحافة الإلكترونية، عمان، ط1 (دار أسامة للنشر والتوزيع، 2009) ص ص 100-

الخبر، نظراً لإمكانية الاطلاع على الخبر في أي وقت، ويتميز النشر على المواقع الإلكترونية بإمكانية تعديل الخبر وتصحيحه في حالة وجود أي أخطاء، وإضافة روابط له لها علاقة بالموضوع.

"ويتميز تناول الخبر على الإنترنت بحرية أكبر من تناوله في الصحف الورقية، فلا يوجد أي رقيب يمنع أو يراجع، وحتى في حالة تدقيق الخبر، أو حجب الموقع، يتم الاستعاضة عن ذلك بوسائل بديلة لتوصيل الخبر، منها: إرساله من خلال البريد الإلكتروني، أو وضعه على المنتديات، أو بثه من خلال المجموعات البريدية"<sup>(1)</sup>.

خصائص تكنولوجيا الاتصال: يمكن أن نوردتها على النحو التالي:<sup>(2)</sup>

1- "التكامل والاندماج بين كافة وسائل الإعلام الجماهيري وتكنولوجيا الاتصالات والمعلومات فمع تطور الحاسبات وشبكات الهاتف والمعلومات واستخدام تكنولوجيا البث الفضائي ظهرت تكنولوجيا متعدد الوسائط multimedia وتكنولوجيا الاتصال التفاعلي interactive بتطبيقاتها المختلفة وأشهرها حالياً شبكة الانترنت.

2- التفاعلية: وتطلق هذه السمة على الدرجة التي يكون فيها للمشاركين في عملية الاتصال تأثيراً على أدوار الآخرين، وباستطاعتهم تبادلها ويطلق على ممارستهم الممارسة المتبادلة أو التفاعلية حيث يستطيع الفرد أن يأخذ موقع الشخص ب ويقوم بأفعاله الاتصالية والعكس صحيح، ويطلق على القائمين بالاتصال لفظ مشاركين بدلاً من مصادر وبذلك تتدخل مصطلحات جديدة في عملية الاتصال مثل الممارسة الثنائية، التبادل التحكم والمشاركين.

3- اللاجماهيرية: لم تعد وسائل الاتصال تعتمد على مخاطبة الجماهير فحسب في رسائل عامة ومنمطة، بل أضحت من إمكانياتها توجيه رسائلها ومضامينها إلى فرد بعينه تستهدفه برسائلها أو إلى جماعة أو فئة معينة تبعاً لاهتمامها وحاجتها الخاصة، فخرجت بذلك من نطاق العمومية إلى خصوصية الرسالة تبعاً لحاجة مستقبلها.

(1) فيصل أبو عيشة، الإعلام الإلكتروني، ط1(عمان: دار أسامة للنشر والتوزيع، 2010) ص 122.

(2) رحيمة الطيب عيساني، تكنولوجيا الاتصال الحديثة، الجزائر، محاضرات جامعية، جامعة الحاج الخضر، باتنة، 2009، ص 5.

4- اللاتزامنية: إن عمل وسائل الاتصال الحديثة بتكنولوجياتها المتقدمة والتي مكنتها من العمل الدائم والمستمر على مدار 24 ساعة يومياً مكن الجمهور من تجاوز محدودية الوقت في استقبال الرسائل والاتصال من طرف الجمهور إلى إمكانية إرسال واستقبال الرسالة في الوقت المناسب للمرسل والمستقبل على حد سواء، فمثلاً في نظام البريد الإلكتروني ترسل الرسالة مباشرة من منتج الرسالة إلى مستقبلها في أي وقت دونما حاجة لتواجد المستقبل للرسالة.

5- قابلية التحرك والتحويل والتوصيل: فهناك وسائل اتصال عديدة يمكن استخدامها والاستفادة منها في أي مكان دون الحاجة إلى التواجد في مكان ثابت ولا إلى معدات كثيرة من أجل الاتصال أو التشغيل، كما أصبحت لكثير من وسائل الاتصال الحديثة ذات التكنولوجيات العالية القدرة على نقل المعلومات من وسيط لآخر، وتحويلها من صورة لأخرى كتحويل الرسالة المسموعة إلى رسالة مكتوبة والعكس وكذا نظام الترجمة الآلي. وقد زادت إمكانية بعض وسائل الاتصال الحديثة وقدرتها على توصيل رسائل سريعة وكثيرة بفضل إمكانية توصيل الأجهزة الاتصالية مع بعضها البعض، لتشكل منظومة اتصالية متكاملة بغض النظر عن اختلاف الشركات الصانعة وتباين دول التصنيع.

6- الانتشار والتدويل: فقد أدى التطور التكنولوجي الهائل في تصنيع وسائل والمعلومات إلى تقليل تكاليف إنتاجها إلى الحد الذي أتاح لها قدراً كبيراً من الانتشار واتساع نطاق الاستخدام بين الأفراد رغم تفاوت مستوياتهم الاقتصادية والثقافية، بحيث لم يعد ينظر إلى هذه الوسائل باعتبارها ترفاً لا داعي له وإنما باعتبارها ضرورة لا يمكن الاستغناء عنها.

7- الكونية: كما أن الربط بين وسائل الاتصال الحديثة قد بات عالمياً وكونياً تخطى الحدود الإقليمية، إذ أصبح بالإمكان الاتصال بأي مكان بالعالم من الهاتف المحمول هذا من جهة وتعدد قنوات البث التلفزيوني الفضائي من جهة أخرى. إذا يمكن القول أن هناك جملة من التأثيرات التي أفرزتها تكنولوجيا الاتصال نوردها فيما يلي:



التأثيرات الاتصالية: "يتضح ذلك جلياً من خلال تطور نموذج عملية الاتصال الذاتي حيث أن الدائرة الاتصالية المغلقة التي تحوي الإنسان والحاسب الإلكتروني تشير إلى شكل متطور للاتصال الذاتي، تتحد فيه قدرات الإنسان العقلية المحدودة السعة مع قدرات الحاسب الإلكتروني الهائلة هذا من جهة، وتطور نموذج عملية الاتصال الآلي، نظراً لكون التقنيات الاتصالية الحديثة أصبحت تطرح نموذجاً متطوراً استجابة لمجموعة من المستجدات التي طرأت على العملية الاتصالية، والتي أدت بدورها إلى إحداث تحولات في كافة عناصرها ومستوياتها، فعلى مستوى الرسالة مثلاً أصبحت الرسالة الاتصالية تتسم بمزيد من الواقعية والمرونة وذلك لدخول الصورة كعنصر جديد في هذا الاتصال وإمكانية تعديلها، كما انعكس ذلك إيجاباً على حتمية تحقق الاتصال وذلك لإمكان وصول الرسالة إلى الطرف الآخر حالة وجوده في أي مكان أو ترك الرسالة كما أن الانشغال المتوقع للطرف المرسل لن يؤدي إلى تعطيل عملية الاتصال طالما يمكن تسجيل الرسالة وتخزينها وإرسالها آلياً مرة أخرى.

"أما على مستوى الرسالة فبرز من خلال حركية الرسالة وذلك جراء التقدم التقني الذي حرر الرسالة الاتصالية من الثبات والجمود، بالإضافة إلى ظهور الوسيلة كبديل للقائم بالاتصال والمتلقي. بينما تتجسد التحولات الخاصة بالقائم بالاتصال في إمكانية غياب القائم بالاتصال وزوال الرهبة لديه وحركيته من جهة أخرى وعالميته أيضاً، حيث بات يكتسب صفة العالمية لإمكان وصول رسائله إلى كافة البقاع في العالم.

أما الطرف الرابع في هذه المعادلة هو الآخر طرأت عليه جملة من التغيرات فيما يخص إمكانية غياب المتلقي حركيته بالإضافة إلى دينامكيته وتفاعله مع الطرف الآخر"<sup>(1)</sup>.

"أن التطور التقني في ظل مجتمع المعلومات سيجعل تقليب الصفحات شيئاً من الماضي، وسيصبح التحول من التحول من المجتمع الورقي إلى المجتمع اللاورقي

---

(1) محمود علم الدين، تكنولوجيا المعلومات والاتصال ومستقبل صناعة الصحافة (القاهرة: دار السحاب للنشر و التوزيع، 2005م) ص ص 149، 153.

بمثابة تحول من مجتمع جامد وتكنولوجيا ساكنة إلى مجتمع ديناميكي وتكنولوجيا متحررة أدت تكنولوجيا الاتصال الحديثة إلى اتساع الأسواق الاتصالية لتشمل الرقعة العالمية ككل وهذا سيدفع المؤسسات الاتصالية المتشابهة وظيفياً إلى الاتجاه التدريجي نحو الاندماج الوظيفي وبعد أن تأخذ مرحلة الاندماج النوعي مداها ستعقبها مرحلة للتكامل المؤسسي<sup>(1)</sup>.

ويبقى الهدف من إدخال تكنولوجيا المعلومات في مراكز المعلومات ومؤسسات الإعلام هو التحسين والارتقاء بخدمات المعلومات بشكل قد تعجز عن تقديمه هذه المؤسسات بالطرق التقليدية، خصوصاً في المجتمعات ذات الكم الكبير والضخم في المعلومات، التي لا تستطيع المؤسسات الإعلامية فيها السيطرة عليها وضبطها ومعالجتها بشكل فعال وسريع إلا بواسطة استخدام التكنولوجيا الحديثة كما أن المؤسسات المتخصصة في المعلومات ترى أن استخدام التكنولوجيا يؤدي إلى حسن توزيع الميزانية وحسن تسيير المؤسسة المعلوماتية<sup>(2)</sup>.

وقد اتضح جلياً أن على البلدان النامية والوطن العربي بخاصة مواجهة التحديات التي تفرضها عليها التطورات التكنولوجية والإعلامية، هذه التطورات وضعت بلدان العالم النامي أمام تحديات حقيقية للخوض في تجربة البث المباشر، فقد أصبح التطور الهائل في صناعة الاتصالات واستعمالها معياراً حضارياً يميز بين دولة وأخرى في عالمنا المعاصر تماماً، كما أصبحت معياراً يميز العصر الحالي من العصور السابقة، وادى ذلك التطور إلى توسع هائل في حجم مرافق وسائل الاتصال ونشاطها والذي حصل بفضل ثلاث تطورات هي:

1- نمو نطاق البنى الأساسية لوسائل الاتصال واتساعه والكفاءة المتزايدة في تنظيمها وإدارتها.

2- استعمال أشكال جديدة من الطاقة والأجهزة لإنتاج الرسائل واستقبالها.

---

(1) محمد محفوظ، تكنولوجيا الاتصال (القاهرة: دار المعرفة الجامعية مصر، 2005) ص ص 161، 162.  
(2) وحيد قندورة، تقنيات المعلومات الحديثة وأثرها على نظام المعلومات بتونس (تونس: الاتحاد العربي للمكتبات والمعلومات، 1991) ص 220.

3- التغيير الذي طرأ على الأساليب والاشارات المستعملة في وسائل الاتصالات أي الاشارات الرقمية (Digital Signal) بما في ذلك التطور في استعمال الأقمار الاصطناعية لاغراض الاتصالات الإعلامية عموماً<sup>(1)</sup>.

---

(1) د.حسن رضا النجار، تكنولوجيا الاتصال.. المفهوم و التطور،أبحاث المؤتمر الدولي: الإعلام الجديد: تكنولوجيا جديدة.. لعالم جديد، جامعة البحرين 7- 9 ابريل 2009، بمطبعة جامعة البحرين ط1، ص496.

## **الفصل الثاني**

### **توظيف جودة المحتوى الفعال في المواقع الإلكترونية للمؤسسات**

**المبحث الأول: جودة المحتوى الفعال**

**المبحث الثاني: أسس تصميم المحتوى الفعال**

**المبحث الثالث: توظيف وسائل الإعلام للمواقع الإلكترونية**

## المبحث الأول

### جودة المحتوى الفعال

تساهم وسائل الإعلام عامة والمواقع الإلكترونية خاصة في البناء الاقتصادي والتموى والسياسى والاجتماعى للمجتمعات العربية والإسلامية على ضوء ماتقدمه من وظائف من حيث التفسير والتعليق على الأخبار والموضوعات لكي تجعلها أكثر وضوحًا، ومساهمتها في نقل التراث الانساني وتؤكد على الالتزام بالقيم الأبتماعية وتعمق انتماء الأفراد لمجتمعهم، ومن هنا كانت الحاجة الي تقديم جودة عالية فى المحتوى بما يخدم هذه الوظائف، وقد أكد ديننا الحنيف وثقافتنا الإسلامية على جودة الخدمة، فقد قال رسولنا الكريم صلى الله عليه وسلم (إن الله يحب إذا عمل أحدكم عملاً أن يتقنه)<sup>(1)</sup>.

ويؤثر الإعلام أشد التأثير على العقول والأفكار، وينبغى على المحتوى الإعلامى أن يوظف بما يحقق من القيم الاسلامية ويعزز من ايجابيتها التي تعود بالنفع على المجتمع المسلم.

وجودة المحتوى الإعلامى في المواقع الإلكترونية تعنى أن يقدم القائم بالإتصال إنتاج إعلامى يستخدم اساليب الابداع في عرض المحتوى يكون جاذبا وفق المعايير والأسس المتفق عليها لتقديم أعلى مستوى للجودة للمضمون والشكل بما يحقق إحتياجات الجمهور، وذلك بتحريك المواهب والقدرات لكل من الإدارة والعاملين لتحسين الإنتاجية وإحداث الجودة بشكل مستمر بواسطة فرق العمل. ومما لا ريب فيه أن النمو المتزايد في حجم مستخدمي شبكة الإنترنت يوماً بعد يوم وتعدد أغراض استخدامهم لها وجهت الأنظار إلي أهمية ضبط جودة المحتوى المقدم من خلال الشبكة والذي يفوق في سعة انتشاره وسرعته كافة وسائل النشر التقليدية.

ولقد تنامي المحتوى الإلكتروني بشكل ملحوظ على الشبكة وزاد الإقبال عليه مما أوجد مواقع متخصصة في تطوير مجالات موضوعية من المحتوى التي تقوم ببيع حق استغلالها لغيرها من المواقع التي تبحث عن مثل هذا المحتوى لتقدمه لزوارها.

(1) الراوي:عائشة أم المؤمنين المحدث:الألباني المصدر:صحيح الجامع ، الصفحة:1880

بينما تقدم مواقع أخرى تحديثاً دورياً لأشكال معينة من المحتوى بشكل مجاني على سبيل المثال تقدم مؤسسة Yahoo خدمة للمستخدمين في موقع Geocities التابع لها تتمثل في إمداد مواقعهم في حالة رغبتهم بأخبار جارية كحالة الطقس، عناوين الأخبار، نتائج المباريات الرياضية بشكل مجاني بمجرد أن يقوم المشترك بربط موقعه بمواقع تقديم هذا المحتوى حيث يظهر هذا المحتوى كما لو كان جزءاً من موقعه وكما لو كان يقوم بتحديثه بالأخبار الجارية بشكل دوري.

**تعريف المحتوى:** يقصد بالمحتوى كل ما يتعلق بالإنتاج الفكري الإنساني من المعلومات والأفكار والخبرات التي تخزن في مختلف الوسائط الرقمية والورقية والإعلامية والتطبيقات البرمجية وقواعد البيانات، كما يشمل المحتوى كل ما يخزن في مختلف الوسائط الورقية والإلكترونية والإعلامية محتوى الوسائط المتعددة والبرمجيات الإنتاجية، العاب فيديو وغيرها من الإنتاج الإبداعي للفكر الإنساني بما في ذلك المواد الخام المعلوماتية والإحصاءات<sup>(1)</sup>.

وبالتالي فالمحتوى بصورة عامة خام ومنتج عبارة عن نتاج لصناعة النشر والإنتاج الإعلامي والفني والتطبيقات البرمجية بالإضافة إلى نتاج ثقافة الشعوب وتراثها المدون أو المخزن في ذاكرتها الإنسانية الممكن الوصول إليه.

أن مفهوم صناعة المحتوى يتجه ليستقر نحو كل ما يتعلق بالمحتوى الذي تم معالجته أو عرضه والتعامل معه بصورة رقمية أو عبر وسائط رقمية وتكنولوجية حديثة.

وصناعة المحتوى كغيرها من الصناعات تحتاج للعنصر البشري المتخصص والمدرّب ولكن الفرق فيها عن غيرها أنها تعتمد على الإبداع بدرجة أساسية وترتبط بحجم الجهد الفكري الإبداعي في بناءها وتحقيق عناصر التشويق وال جذب فيها وخلق العلاقة التفاعلية بينها وبين المستخدم وبالتالي فإن تحديد الاحتياجات المختلفة (نفسية وثقافية، وعلمية..) للتعامل مع المنتج لا يتم بصورة تكاملية إلا في صناعة المحتوى.

---

(1) لييب شائف محمد صناعة المحتوى المفهوم والبنية ومقومات تطورها، ورقة مقدمة الى منتدى تقنية المعلومات والاتصالات الخامس المرافق لمعرض JITCOM2006 ، القاهرة، 2006م.

الجودة عرفتها الجمعية الأمريكية لرقابة الجودة American Society for Quality Control) بأنها ( السمات والخصائص الكلية للسلعة أو الخدمة التي تطابق قدرتها على الوفاء بالمطلوب أو الحاجات الضمنية ).

وفي الواقع لا توجد هناك صيغ نهائية لقياس جودة المعلومات، ولكن يوجد نوع من الإجماع حول بعض خاصيات المعلومات إذ يمكن أن نتحدث عن معلومات صحيحة أو خاطئة، حديثة أو قديمة، دقيقة أو عامة، واضحة أو غامضة... الخ وهذه الخاصيات مجتمعة و مترجمة إلى معايير هي التي تحدد جودة المعلومات. و الجودة ظاهرة معقدة، فإن المعايير التي تحددتها تختلف حسب الأهداف وحسب المجالات، وعلى هذا الأساس هناك العديد من الدراسات الخاصة بتقويم جودة المعلومات الإلكترونية، لا تتفق أو لا تجتمع في مجملها على نفس المعايير التي يمكن أن تكون موضوع إجماع يمكن العمل بها كلما دعت الحاجة إلى ذلك.

#### تعريف الجودة الشاملة في العمل الإعلامي:

تعرف الجودة في العمل الإعلامي بالآتي: (هي المجموع الكلي لصفات الخدمة الإعلامية المقدمة للجمهور المستهدف والناجمة عن دراسات حوجة الجمهور لهذه الخدمة وتوقعاته لها)<sup>(1)</sup>.

والمحتوى الإعلامي هو المنتج الرئيس للصناعة الإعلامية، وهو الأداة المنوط بها تحقيق الغاية من إنشاء المؤسسة الإعلامية وأهدافها الاستراتيجية تجاه الجمهور المستقبل، وبعبارة أخرى هو الأمر الذي من أجله وعليه تتفق الموازنات المالية للمؤسسة. لذا فالتخطيط الاستراتيجي للمحتوى الإعلامي من شأنه أن يساعد المؤسسة الإعلامية على تفصيل المحتوى القادر على تحقيق الغايات والأهداف وفقاً لأسس ومراحل ومحددات منهجية لا تترك مجالاً للعشوائية والارتجال والمزاجية الفردية.

وبات الطلب والعرض في هذه الصناعة واسع النطاق، كما أسهم انتشار ثقافة العولمة وما أفرزته من أنماط استهلاكية جديدة، إلى جانب اتساع استخدامات تطبيقات تكنولوجيا المعلومات وما حققته من ميزات في إنتاج وعرض المحتوى

(1) د. عبد المحسن بدوي، مرجع سابق ، ص 9.

أدى ذلك كله إلى توسيع وتنويع طرق إنتاج صناعة المحتوى ومخرجاتها بل وأساليب عرضها واستخداماتها مما أدى إلى اتساع الاستخدام لمخرجات صناعة المحتوى وزيادة الطلب عليها.

### معايير ضبط جودة المحتوى الإلكتروني

إن الوضعية التي توجد عليها المواقع الإلكترونية اليوم تجعل من القائم بالاتصال المسؤول الأول والأخير عن نوعية المعلومات التي يقدمها وبالتالي أصبح من الضروري على مستعمل المعلومات الواردة في المواقع الإلكترونية أن يكون على قدر من الدراية والتحكم في معايير جودة المعلومات وفق نظرة تقويمية لما يعرض في هذه الشبكة، "أن المواقع على شبكة الإنترنت تقدم أنواعاً مختلفة من المحتوى الإلكتروني مما يتطلب أساليب مختلفة من التقييم، ومستويات مختلفة من تطبيق معايير الجودة بالطبع" تختلف معايير ضبط جودة المحتوى المتاح على شبكة الوب تبعاً لنوع صفحات تلك المواقع والهدف منها"<sup>(1)</sup>.

وتناولت بحوث عديدة موضوع معايير ضبط جودة المحتوى الإلكتروني وقد دارت تلك البحوث حول عدد من المعايير الرئيسية يجب توافرها في مختلف أنواع المحتوى لكي يتم تطبيقها بطرق مختلفة على الأنواع المختلفة من المحتوى، وهي كما يلي: <sup>(2)</sup>

### (1) إنتقاء المعلومات وفقاً لإحتياجات الجمهور

ويعتبر القائم بالاتصال هو المسؤول مسئولية مباشرة عن المحتوى الذي يقدم عبر الموقع الإلكتروني لمؤسسات الإعلام ويؤثر التكوين العلمي والخبرات السابقة فيما يقدمه.

---

(1) محمد محمد الهادي ومصطفى جودت صالح معايير جودة المحتوى الإلكتروني لصفحات الويب، بوابة تكنولوجيا التعليم، عن موقع: [www.mostafa-gawdat.net](http://www.mostafa-gawdat.net) ، تاريخ التحميل: 2016. تاريخ البحث 2018-1-15 م .

(2) د. فراس محمد العزة ، معايير جودة المواقع الإلكترونية وتصنيفها ، ورقة عمل ، جامعة الزيتونة الاردنية

،تاريخ البحث <https://www.zuj.edu.jo> › Arabic › pdf › Quality › study52018-2-21



وبإعتباره يقوم بعملية جوهرية تتحكم في جودة المعلومات الموضوعة تحت تصرف القراء، فإنه يستوجب على القائم بالإتصال أن يرتقي إلى مستوى هذه المسؤولية التي تقتضى أن يجمع صاحبها بين مجموعة من المميزات منها:

- الدراية الكافية بالموضوع والمعلومات المتوفرة حوله القراء والتمكن فى انتقاء المعلومات حولها بكفاءة والاهتمام بالإعتبارات الأقتصادية والثقافية والسياسية التي لها علاقات مباشرة أو غير مباشرة بموضوع الانتقاء، ومعرفة حاجيات القراء.

إن عملية الانتقاء هي وسيلة لبلوغ غاية تتمثل في تقديم المعلومات للقراء حسب الحاجة وحسب الاهتمام، وفي هذه الحالة يمكن للمعلومات أن تكون ذات جودة فى حد ذاتها لكنها لا تتوافق وحاجيات جمهور معين من القراء، ولهذا عندما تكون المعلومات موجهة إلى فئة معينة من القراء فالنتيجة ينبغي أن تكون على أساس الجودة مقرونة بالحاجيات التي تعرف عن طريق دراسات المستفيدين التي تعتمد على الأخرى على مناهج متعددة ومختلفة. وفى كثير من الحالات يحتاج القائم بالاتصال إلى الاستعانة بمختلف الاجراءات كتحليل إستخدامات القراء أو تحليل طلباتهم أو اللجوء إلى الاستبانة أو المقابلة.

إن أهمية التنقية للمعلومات والتي يقوم بها القائم بالاتصال تهدف إلى تحديد المعايير التي تؤسس عليها القرارات النهائية للتمييز بين مختلف المعلومات لاختيار أنسبها وأجودها بالنسبة للجمهور المعنى وذلك وفق ثلاثة عناصر هي: حاجيات القراء، ميدان التغطية، مصادر المعلومات.

إن الغاية من المعلومات هو الاستخدام، وبالتالي لا قيمة ولا معنى لأية معلومة إلا في حدود استجابتها الجزئية أو الكلية لحاجة المستفيد منها. وعلى هذا الأساس ينبغي عند تصميم المواقع الإلكترونية مهما كان نوعها أن يهتم صاحبها بجمهور المستفيدين من هذا الموقع لضبط محتوى المعلومات الواردة فيه حسب حاجيات الجمهور المعنى.

كما إن العلاقة بين المعلومات وموضوع البحث أو الدراسة تحددتها الصلة الوثيقة ومدى تطابق هذه المعلومات مع حاجيات المستفيد منها وكلما ازدادت هذه الصلة ازدادت قيمة المعلومات.

ومن حيث الصحة فإن التمييز بين المعلومات الصحيحة والخاطئة عملية انتقائية تعتمد أساساً على عامل التخصص كما يمكن أيضاً الاستعانة ببعض المؤشرات الأخرى كالتجربة والمقارنة ونسبة الاستخدام.

(2) **المسؤولية المؤسسية:** وتعنى مدى صلة الموقع بالمؤسسة من حيث المحتوى والشمولية والتفصيل في المعلومات وتعنى مدى ثقة المستخدم بالمعلومات الواردة فى الموقع الإلكتروني ويمكن قياس هذا المؤشر استناداً:

- توافر العنوان الفعلي للمؤسسة على الموقع الإلكتروني.
- توجد معلومات عن الإدارة العليا مع الصفة الوظيفية للعاملين فى الموقع .
- يوجد بريد الكتروني للقائمين على الموقع للاتصال بهم.
- يحتوي الموقع معلومات عن أهداف و نشأة المؤسسة.
- يحتوي الموقع معلومات عن المنتجات أو الخدمات التي تقدمها المؤسسة
- يحتوي الموقع على شعار المؤسسة.

(3) **الدقة:** ويقصد بدقة المحتوى إشماله على عدة عوامل تختص بالجودة وهو أن يكون المحتوى خالٍ من الأخطاء اللغوية والإملائية والعلمية والنحوية وأخطاء الطباعة، ووضوح مصادر المعلومة وان تكون الحقائق الواردة ضمن المحتوى مصاغة بشكل كمي مباشر يمكن التحقق منه. وان تكون الصور والمخططات والرسومات التوضيحية والجداول سليمة ومزودة بشروح كافية ومذكور مصدرها، ولا بد من الدقة في المعلومات لخلق ثقة لدى المتصفح.

وفي حالة المحتويات للمواقع الإعلامية:

- لا بد من الإشارة الى المصدر الاصلى للخبر عند نقله هل هو خاص بالمؤسسة الإعلامية أم عن أخرى.

- أن يكون الخبر موثق بلقطات فيديو، تسجيلات صوتية، صور، وثائق.

أن تقديم المعلومات الدقيقة للقارئ يوفر الكثير من الجهد والوقت واستعمالها يفضى إلى نتائج وأحكام لا مجال فيها للتأويل، والدقة تعنى دقة المعلومات. ويمكن قياس

هذا المؤشر حسب استناداً الى:

- دقة المعلومات على الموقع.

-لا يوجد أخطاء قواعدية أو لغوية ظاهرة على الموقع.

- مصادر المعلومات على الموقع موثقة.

**(4) الموضوعية:** وتعنى عرض موضوعي للمعلومات دون أي تحيز وتعتبر أساس جودة المعلومات المستعملة، وترتبط الموضوعية بعدة اشتراطات منها أن يعبر المحتوى عن الموضوع الذي يشير إليه العنوان بدقة وترتبط الموضوعية كذلك بعدم التحيز، وبوضوح الهدف العام من المحتوى، وأن يتم التمييز بوضوح بين المعلومة والمحتوى الدعائي.

**(5) المصادقية:** أن المعلومات المتداولة عبر شبكة الإنترنت لا تخضع لأي ضابط، وبالتالي يمكن لأي شخص أن ينشر أي موضوع، وفي أي وقت وفي أي مكان، ولذلك تولدت أزمة ثقة في مصادقية المعلومات مما يستدعى من صاحب الموقع أن يوضح ويبين جملة من العلامات أو الإشارات الخاصة بالناشر، والابتعاد عن اشكال التحريف المقصود بما يؤدي الى فقدان مصادقية.

**(6) التحديث:** يقصد بالتحديث مقدار مجارة المحتوى للتطور في المجال الموضوعي ويتوقف معيار الحدثة على الهدف من المحتوى. فالمحتوى الإخباري لأحد المواقع على الويب يجب أن يتم تحديثه يومياً بمجرد حدوث الخبر، بينما محتوى صفحة ويب عن بيانات شخصية أو عن معلومات تاريخية فإن معيار التحديث يتخذ فيها بعداً آخر حيث يتم تحديث البيانات التي تتجدد أو تتغير وقد يتم ذلك على فترات زمنية متباعدة. ويعد معيار التحديث حاسماً في محتوى صفحات الويب الاخبارية من حيث تطور الاحداث للقصة الخبرية أوالتسويقية حيث يجب أن يتضمن المحتوى آخر الأسعار للسلع المختلفة وإلا أدى الاعتماد على ما ورد في محتوى تلك الصفحة إلى أخطاء جسيمة.

ويجب مراعاة ما إذا كان المحتوى منتهياً أم ما يزال تحت الإعداد ولم تكتمل معلوماته بعد. فقد توجد بعض المواقع على الشبكة تشير إلى أن محتواها ما يزال تحت الإعداد إشارة إلى أن تغطيتها لم تكتمل بعد. كما قد تتعلق التغطية بمستوى المعالجة الموضوعية هل هي متعمقة أم مجرد تغطية شاملة وغير متعمقة لعناصر موضوع ما.

إن المعلومات تخضع لظاهرة التقادم عبر الزمن وكلما تقادمت المعلومات وبخاصة العلمية والتقنية كلما قلت قيمتها الاستعمالية وبالتالي ظهرت الحاجة إلى تحديثها أو استبدالها بمعلومات حديثة وجديدة. والتحديث ويعنى حداثة المعلومات على الموقع ويمكن قياس هذا المؤشر استناداً الى:

- المعلومات على الموقع حديثة.
- عدد مرات التحديث خلال فترة زمنية محددة، معقول.
- وضوح وقت آخر تحديث للمستخدم.
- في حالة المحتويات الإخبارية لابد من توافر مؤشر يوضح متى تم آخر تحديث للمحتوى، ووجود وصلات بين المحتوى الإخباري وما يستجد من أخبار مرتبطة به.

(7) التميز في المادة المقدمة: لا قيمة لموقع يحتوى على معلومات سبق نشرها في مصادر أخرى باعتبار أن التطور يتوقف على مدى التجديد والإضافة في المعلومات وفي المعارف بشكل تراكمي ومستمر عبر الزمن، والمستخدم تشده المواقع التي تضيف إلى رصيده من المعلومات والمعارف شيئاً جديداً وأصلياً بإمكانه أن يؤثر على تطوير مجال اهتمامه والمؤسسات الإعلامية يجب أن تكون أخبارها حصرية ومتفردة من حيث مصادرها في السبق الصحفى.

#### (8) تنوع أسلوب العرض:

عرض المعلومات بأشكال مختلفة. ويمكن قياس هذا المؤشر استناداً الى أحتواء الموقع ملفات نصية، صوت، فيديو وصور.

#### (9) الملاءمة

يقصد بالملاءمة مقدار مناسبة المحتوى للفتة المستهدفة التي تستخدمه. فقد تتفاوت مستويات معالجة المحتوى لموضوع واحد وفقاً للمستوى التعليمي والثقافي لجمهور المستفيدين. وبذلك تصبح الحاجة ماسة جداً لتطبيق هذا معايير جودة المحتوى الإلكتروني.

المعيار بالنسبة للمحتوى الذي يخاطب شريحة معينة من المستفيدين مثل الصفحات الموجهة لفئات عمرية معينة - وخاصة المحتوى الذي يقدم المعلومات العلمية والتعليمية التي يجب أن تراعي الخصائص العمرية والثقافية والمعرفية واللغوية لهم.

كما يعزز من معايير جودة المواقع تعدد اللغات والثقافة من حيث توفر التصفح بأكثر من لغة، ويمكن قياس هذا المؤشر استنادا الى الآتى:

- توفر التصفح بأكثر من لغة.

- ان يراعي الموقع خصائص المستخدمين وانشاء مواقع فرعية من الموقع الرئيسى تستهدف به فئات عمرية معينة أو تخصيص لاهتمامات أو الربط بمواقع التواصل الاجتماعى مثل فيس بوك المدونات تويتر لاستقطاب الاهتمامات الملائمة وبالتالي إدخال شريحة عريضة من المستخدمين في دائرة الموقع الإلكتروني.

**(10) التغطية:** وتعني التغطية مقدار ما يشملها المحتوى من معلومات، وترتبط بالمجال الموضوعى كما قد تتعلق التغطية بمستوى المعالجة الموضوعية هل هي متعمقة أم مجرد تغطية شاملة وغير متعمقة لعناصر موضوع ما. ويتم تقويم معيار تغطية المحتوى في ظل الهدف من محتوى صفحة الويب والجمهور المستهدف الذي يحدد مستوى التغطية الموضوعية للمحتوى وفى التغطية من المهم جدا أن تكون المعلومات ملمة لكل جوانب الموضوع المراد نشره.

وفي حالة المحتويات الإخبارية لابد من التمييز بين الخبر والتحليل الإخباري ومقالات الرأي، كما يجب أن يتم التمييز بين الخبر والمادة الإعلانية، ويجب ان تتم تغطية كافة الأخبار الواقعة في مجال اهتمام المؤسسة الإخبارية دون تجاهل لأي خبر وان تتم كتابة الخبر في معزل عن أي نزعات سياسية أو شخصية. ويتصل معيار التغطية:

- بوضوح حدود الموضوع الذي يغطيه المحتوى المقدم.

- ان تتم تغطية كافة الأهداف المحددة للمحتوى.

- أن تتم معالجة كافة الموضوعات المرتبطة بالمحتوى بشكل كافٍ في ضوء ما سبق تحده من أهداف.

- الوصف الشامل لكافة جوانب المادة الاعلامية المراد بثها.
- أن تتم تغطية كل المنتج الاعلامى أو الخدمات بذات مستوى الجودة.
- مراحل إعداد المحتوى الإعلامى في المواقع الإلكترونية:**
- يشتمل تحرير المادة الصحفية الالكترونية على شبكة الانترنت على اكثر من بعد
  - هيكل بناء المعلومات ( خطي، غير خطي).
  - قالب تحرير المادة ( الهرم المقلوب أو غير ذلك).
  - طريقة العرض ( كتل وفقرات أم وحدة واحدة).
  - استخدام وسائط متعددة.
  - يضاف لما سبق الشكل الصحفى أو الفن الصحفى نفسه.
- ويجب على القائم بالاتصال أن يأخذ في إعتباره مستويات متعددة يتعامل معها كلها في آن واحد وتشمل العناصر المتضمنة فى الموضوع ومنها تطبيقات الوسائط المتعددة، هيكل الموضوع وبنائه، ملامح التفاعلية فيه الى جانب مراعاة القيم الاخبارية.
- ويمر إعداد المحتوى الإعلامى في المواقع الإلكترونية بعدة مراحل، وهي مبينة على النحو الآتي:<sup>(1)</sup>

## 1. التخطيط

تتضمن هذه المرحلة تحديد المحاور الأساسية للمادة، واختيار العناصر الأساسية التي ستتضمنها ووضع المحاور الأساسية للمادة أو الموضوع أو القصة، واستخدام الوسائط المتعددة من حيث الشكل في عرض الموضوع.

وفي هذه المرحلة يحدد القائم بالاتصال ما اذا كان يجب الاستعانة ب مواد ووسائط اعلامية متعددة وطبيعة العناصر الإيضاحية التي يمكن إضافتها للقصة، مثل: الخرائط، أو الصور، أو الرسوم وربط المحتوى الاعلامى بمواقع أو مصادر

---

(1) عباس مصطفى صادق، الاعلام الجديد المفاهيم والوسائل والتطبيقات، ط1 (عمان: دار الشروق للنشر والتوزيع، 2001)، ص 134.

معلومات خارجية واستخدام الجرافيك في العرض وهل يتضمن المحتوى الاعلامى أسئلة النقاش أو غيرها من ملامح التفاعلية التي يشترك فيها المستخدم ؟

## 2. جمع المعلومات

يتعين على القائم بالاتصال في مرحلة جمع المعلومات أن يراعي ثلاث مستويات أساسية في تقديم المحتوى الاعلامى فى المواقع الإلكترونية، "هي: المستوى السطحى، وفيه يتم الاهتمام بالإيجاز، والاختيار المستوى المتعمق، وفيه يتم الاهتمام بالتفاصيل، والخلفيات، ووجهات النظر المختلفة.

مستوى التحديث، وفيه يتم جمع المعلومات الحالية لمتابعة الحدث أولاً بأول"<sup>(1)</sup>.

## 3. تنظيم المعلومات:

وهو عبارة عن إعداد مخطط أو رسم يوضح تنظيم المادة ككل وأيضا وحداتها والعلاقات بينها وفي هذا المخطط يتم وضع كل وحدة من القصة في مربع داخل المخطط، متضمنة الوسائط المتعددة الموجودة فى هذه الوحدة.

مثال للمخطط الذي ينظم عناصر المادة الالكترونية على شبكة الانترنت الصفحة الرئيسية / عنوان رئيسي / عنوان فرعى للقصة / المواد الصوتية / مواد الفيديو/ وجهات نظر المصادر.

وتظهر أهمية تنظيم المعلومات في المواقع الإلكترونية في ضوء استخدام الوسائط المتعددة، خاصة أن المستخدم يمكنه الرجوع إلى المواد الأرشيفية ذات العلاقة بموضوع التغطية، وتعد هذه المرحلة هي مرحلة بناء هيكل الموضوع الصحفي، ويتعين على القائم بالاتصال أن يراعي فيها ثلاثة عوامل رئيسية، هي: - تحديد العناصر الأساسية داخل المحتوى التي تأتي على درجة كبيرة من الأهمية للقراء.

- بناء المادة الإعلامية بشكل ينقل ويبرز العناصر بأكثر فعالية ممكنة.

- عرض المحتوى بأسلوب يستفيد من إمكانيات الوسيلة بأقصى شكل ممكن.

---

(1) ناصر سعود الرحمان، الاتجاهات الإعلامية الحديثة" الصحافة الإلكترونية" (الرياض: دائرة المكتبة الوطنية، ط1، 2016) ص72.

#### 4- تنفيذ المحتوى للمواقع الإلكترونية:

ويشتمل تنفيذ المادة الصحفية في المواقع الإلكترونية على أكثر من بعد، هي: هيكل بناء المعلومات، وقالب تحرير المادة، وطريقة العرض، واستخدام وسائل متعددة، والفن الصحفي.

أما مراحل إنتاج الوسائط المتعددة والتي تشمل عملية إنتاج الوسائط المتعددة التعامل مع الصوت والرسوم الثابتة والفيديو والمتحركة الرقمية "وهي مجموعة عمليات يقوم بها أحيانا شخص واحد متمكن، أو فريق عمل يؤدي كل واحد دوراً ما فهناك من يتخصص في الرسومات المتحركة وله مهارة في التعامل مع برمجياتها، وهناك من من يتخصص في الفيديو وهكذا، ويضاف الى الفريق مبرمج متخصص في حالات معينة.

وتحكم عملية إعداد المحتوى في المواقع الإلكترونية عدد من الاعتبارات:

##### 1- تحرير المادة الصحفية طبقاً مفهوم النص الفائق:

يتصل النص الفائق بمجموعة أخرى من النصوص المرتبطة به من خلال إشارات معينة بداخله، يتم تمييزها تيبوغرافياً داخل النص الأصلي، بحيث إذا تم تنشيطها من خلال المحرك فإنها تفتح على نصوص أخرى، " قد تكون نصية أو سمعية أو بصرية أو كليهما معاً، سواء متاحة داخل موقع الصحيفة، أو تحيل المستخدم إلى مواقع وعناوين يمكن من خلالها الاستفادة من الموضوعات التي تحظى باهتمامهم، وهذه الكلمات التي لها اتصالات تسمى "كلمات نشطة"<sup>(1)</sup>.

ومن الأهمية بمكان أن يلتزم المحرر بمعالجة المعلومات بالشكل الذي يناسب القارئ الذي يتوجه إليه، والطريقة الأفضل والأيسر للاستفادة من المعلومات الموجودة على مواقع هذه الشبكة أن يقوم المحرر بربط القارئ بها مباشر، بحيث تشكل هذه المعلومات امتداداً لما هو موجود على النص الأصلي تماشياً مع فكرة النص الفائق.

---

(1) محرر زغالي، صناعة الصحافة في العالم تحديات الوضع الراهن وتحديات المستقبل، الطبعة الأولى (القاهرة: الدار المصرية اللبنانية، 2008) ص 95.



ويتضح أن فكرة النص الفائق تعتمد على أن أي معلومة عادة ما يرتبط بها عدد آخر من المعلومات، فعندما يجري تناول معلومة جديدة يتم ربطها بمعلومات مألوفة لدى القارئ.

## 2 - تحرير المادة الصحفية طبقاً لمفهوم الوسائط الفائقة

يشير مفهوم الوسائط الفائقة إلى نظام يوفر للمحرر فرصة التعبير عن المعلومات بأشكال مختلفة، تشمل: النص، والصوت، والصورة، وتتميز الوسائط الفائقة بالتفاعلية، حيث إن القارئ يبحث عن مفاتيح الكلمات أو العلامات الخاصة بها من خلال حشد من المعلومات.

يختلف مصطلح الوسائط الفائقة عن مصطلح الوسائط المتعددة، حيث إن الوسائط المتعددة تعنى وجود أسطوانة مدمجة وكارت صوت وكارت فيديو على جهاز الكمبيوتر تساعد المستخدم على الإفادة من المعلومات المعبر عنها بطريقة سمعية أو بصرية، والوسائط المتعددة ليست بالضرورة تفاعلية على الرغم من أن بعضاً من منتجاتها تصمم لكي تحقق نوعاً من المشاركة من جانب المتلقي، وقد يوجه بعضها إلى المتلقي، بينما تقتضي الوسائط الفائقة دائماً المشاركة من جانب المتلقي<sup>(1)</sup>.

وأوجدت هذه الخاصية تحولاً هاماً يتعلق بعمل القائم بالاتصال في المواقع الإلكترونية، حيث أصبح بإمكانه أن يعتمد بالإضافة إلى النصوص الحرفية والصور الثابتة على التعبير بالصوت والصورة المتحركة، وهذا يشير إلى أنه في ظل وجود إمكانية التعبير بالصورة المتحركة وبالوسيط السمعي نقل قيمة استخدام الكلمات بالشكل التقليدي الذي كانت تستخدم به في الصحافة المطبوعة.

ويتعين على المحرر الصحفي أن يلم بالإمكانيات التعبيرية للوسائط السمعية والبصرية، وأن يعبر عن كل معلومة داخل المادة الصحفية التي يقوم بإعدادها للقارئ بالوسيط المناسب لها.

## 3 - تحرير المادة الصحفية طبقاً لاحتياجات القارئ

(1) ناصر سعود الرحمانية، مرجع سابق، ص 77

كلما كان هنالك سهولة في استعراض المحتوى من خلال تعدد الروابط والنصوص التشعبية التي تنقل القارئ من موضوع لآخر بكل سهولة، وتمكن من التعرف على خلفيات الاحداث التي تتوفر فيها اوفت باهتمامات واحتياجات المستخدم وذلك من خلال المضامين المقدمة بعدد من الوسائط المتعددة من مرئية ومسموعة. وعلى القائم بالإتصال أن يضع في اعتباره كيفية تقديم المحتوى للزائرين واسلوب الكتابة وعرض المادة إذ أن عملية الاختيار أحد أهداف المتلقي وعلى المحرر أن يقدم معلوماته بشكل مفهرس مع الاخذ في الاعتبار أن التركيز والاختصار في المحتوى واستخدام الجمل القصيرة في الصياغة وإن طريقة عرض التفاصيل تتحقق على الإنترنت من خلال الروابط مستفيداً من الحاسوب في بناء أى وحدة نصية كعنصر جديد في مفردات أو إشارات تتوسع عبر تشبيك مقاطع أو فصول نصية عديدة.

وأجريت العديد من الدراسات والبحوث العلمية التي سعت للتعرف على ما يمكن تسميته بثقافة قراءة مواقع الإنترنت وقد خلصت إلى العديد من النتائج من أبرزها: - زوار مواقع الإنترنت نادراً ما يقرؤون الموضوعات المنشورة كلمة بكلمة وبدلاً عن ذلك فإنهم يقرؤون عن طريق ما يعرف بالمسح SCAN والتي يختارون عبرها جمل وكلمات معينة من القصة المنشورة.

-المستخدمين لا يحبذون الصفحات الطويلة،ويحبذون النفاذ إلى الحقائق ويرغبون دائماً في أن تكون آلية البحث في الموقع جيدة حتى يتمكنون من الوصول إلى مواد محددة بهدف الاستزادة.

### **العوامل المؤثرة في فاعلية المحتوى(المضمون) :**

أن الرسالة وهي المضمون والفكرة المراد توصيلها إلى المتلقى، وهي أساس عملية الإتصال، ويجب أن تصاغ الرسالة بطريقة يفهمها المتلقى ويستطيع فك رموزها بسهولة، ويتطلب ذلك دراسة الجمهور للتعرف على خبراته واحتياجاته، وأيضاً دراسة الجوانب السيكولوجية للجمهور، ويجب أن تحوى الرسالة كمية من المعلومات تتناسب وموضوع الرسالة، وان تجيب على أسئلة المتلقى أو معظمها.

وهناك عدة اعتبارات تتعلق بفاعلية الرسالة:

## 1-الوضوح مقابل الضمنية:

تشير نتائج الدراسات إلى أن الإقناع يصبح أكثر فاعلية إذا حاولت الرسالة أن تذكر نتائجها أو أهدافها بدلا من أن تترك للجمهور عبء استخلاص النتائج بنفسه، كما تتوقف على ظروف أخرى كثيرة مثل مستوى ذكاء وتعليم المتلقى، درجة صلة الموضوع بالذات أو أهمية الموضوع، نوع القائم بالاتصال.

"فكلما زاد ذكاء المتلقى وتعليمه كلما كان من الأفضل ترك الهدف ضمنى، ومن ناحية أخرى فإن الفرد الأقل ذكاء وتعليم قد لاينجح وحده فى الوصول إلى النتائج الصحيحة، كذلك إذا كان الموضوع هاما للفرد فسوف يكون لديه معلومات كثيرة عنه وسوف يدقق فى فحص حجج القائم بالاتصال وفى هذه الحالة يصبح تركه ليستخلص النتائج بمفرده أكثر فاعلية"<sup>(1)</sup>.

## 2-تقديم وتضمين الرسالة لأدلة وشواهد:

"تشير بعض الدراسات إلى أن تقديم القائم بالاتصال أدلة وشواهد تدعم رسالته يزيد تأثير الرسالة، فى حين وجدت دراسات أخرى أن الرسائل التى تستخدم شواهد وأدلة لاختلف فى قدراتها الإقناعية عن تلك التى لا تقدم شواهد وأدلة وبشكل عام هناك بعض التعميمات التى يمكن أن نقدمها بالنسبة لتأثيرات تقديم الأدلة باستخدام الأدلة فى الرسالة متصل عن قرب بإدراك المتلقى لصدق المصدر"<sup>(2)</sup>، وكلما زاد صدق المصدر كلما قلت الحاجة لمعلومات تؤيد أو تدعم ما يقوله، كما أن بعض الموضوعات تحتاج لأدلة أكثر من غيرها والتقديم الضعيف لها يقلل من وقع أى دليل، وكذلك فإن تقديم اسانيد يكون وقعه أكبر بكثير على الجماهير الذكية أى الذين يتوقعون إثبات للأفكار التى تقدم إليهم.

وترى جيهان رشتى أن عرض جانبى الموضوع المؤثر والمعارض يكون أكثر فاعلية على المدى الطويل من عرض جانب واحد حينما يتعرض الجمهور بصرف النظر عن رأيه الأسمى للدعاية المضادة بعد ذلك، أو حينما لايتفق رأى الجمهور

(1) ناصر سعود الرحمانه، المرجع السابق، ص 77.

(2) جيهان رشتى " الأسس العلمية لنظريات الاعلام "، القاهرة: دار الفكر العربى،، ص 489.

أصلاً مع وجهة نظر القائم بالإتصال بصرف النظر عن تعرضه بعد ذلك للدعاية المضادة، كما أن تقديم جانب واحد من الموضوع يكون أكثر فاعلية من تقديم جانبي الموضوع إذا كان الجمهور يتفق أصلاً من موقف القائم بالإتصال، ولا يتعرض بعد ذلك للدعاية المضادة.

### 3-ترتيب الحجج الإعلامية:

بمعنى أى حجج ستقدم فى بداية الرسالة وأياً سيقدم فى نهايتها، والحقيقة أنه ليس هناك رأياً قاطعاً فى هذا الموضوع، فبينما أظهرت نتائج بعض الدراسات أن الحجج التى تقدم فى بداية الرسالة تترك تأثيراً أكبر من تلك التى تقدم فى نهاية الرسالة. وأظهرت دراسات أخرى عكس هذه النتائج، ويتوقف ترتيب الحجج على عوامل منها طبيعة الجمهور، ونوعية الموضوعات، وليس هناك قانون عام فى ترتيب الحجج.

### 4-تأثير استخدام الإتجاهات الجديدة، والإتجاهات الموجودة:

تشير الدراسات إلى أن الرسالة تصبح أكثر فاعلية وتأثيراً عندما تعمل مع الإتجاهات الموجودة بالفعل، بعكس الرسالة التى تعمل على خلق إتجاهات جديدة وتحس الجماهير على إتباع أساليب جديدة لاشباع احتياجاتهم، ويميل الفرد إلى تصديق الرسائل التى تتفق ورأى الأغلبية، بينما يتنافر مع الرسائل التى تتفق ورأى الأقلية.

### 5-تأثير التكرار:

يؤدى تكرار الرسالة إلى إقناع الجماهير، ويراعى أن يكون التكرار متنوعاً وليس مملاً حتى لا يؤدى الى نتائج عكسية، إلا أن التكرار وفاعليته ليس عملية مطلقة، فبعد عدد مرات محددة يقل أثر التكرار.

### 6-تأثيرات المصدر على الرسالة:

مصداقية المصدر عامل أساسى فى فاعلية الرسالة، كما أن ثقة الجمهور فى المصدر تحدد فاعلية الرسالة، ويثق الجمهور فى المصدر إذ أنس إليه وأحس بالأمن والطمأنينة تجاهه، كما أن مؤهلات المصدر وخبراته تؤثر على مدى الثقة فيه.أذاً الرسالة هي المضمون والمحتوى الذي يصنعه المرسل ليعبر عن أهدافه،

فهي العبارات التي تقال، والمعلومات التي تقدم، والاستنتاجات التي نخرج بها، والأحكام التي نقترحها. وعلى القائم بالإتصال أن يختار الرسالة التي تتفاعل مع اهتمامات المتلقي وتستجيب لمصالحه.

ويجب أن تكون الرسالة واضحة وبسيطة ومفهومة، قابلة للمشاهدة، أو قابلة للقراءة، أو قابلة للاستماع، كما يجب ان تكون واقعية، تعبر عن الواقع، وتجنب استخدام التجريد، سواءً في الأحداث أو الظروف أو المواقف. ولتكن الرسالة أيضا قابلة للتحقق، وتشتمل على جمل وعبارات عملية، يمكن اختبارها والتأكد منها في الواقع.

كما يجب على القائم بالإتصال استخدام وسائل تأثير عاطفية تخاطب المشاعر والقيم والعواطف والأحاسيس، واستخدام وسائل إقناع عقلية بالأدلة والشواهد والمنطق.

كما يجب أن تكون الرسالة ذات نتائج واضحة تبيّننها للمتلقي، ولا تكن مضمرة وضمنية. ويجب على القائم بالإتصال استخدام المصادر الموثوقة للنقل عنها، مع الإشارة إليها بوضوح بأنها مصدر المعلومات. وأن يضع القائم في الاتصال أهم عناصر الرسالة وأكثرها قبولا للفهم والتلقي وهي المواد التي تبدأ بها الرسالة.

ويجب على القائم بالإتصال لكي يحقق فاعلية رسالة أن يكرر الرسالة للحصول على أفضل تأثير، ولكن مع تنويع الشكل، والوسيلة، وطريقة الطرح والمعالجة.

ومع إنتشار التقنيات الحديثة للاتصال، وتزايد تطبيقاتها في مجال الإعلام، وخاصة على الإنترنت، بدأت تظهر أنواع جديدة من الصحافة، كما بدأت تتغير معالم صناعة المضامين الإعلامية، سواء من حيث طبيعة المساهمين فيها أو أشكالها، أو الوسائل التي يتم الإعتماد عليها في توصيل هذه المضامين.

وفي هذا السياق الجديد، بدأ الجمهور المستخدم يلعب دوراً محورياً في العمل الإعلامي، حيث لم يعد متلقياً فقط، بل منتجاً ومشاركاً، كما بدأت وسائل الإعلام في التجاوب التدريجي مع هذه التحولات سواء من حيث البحث عن طرق جديدة لتوصيل محتواها الإعلامي تتلاءم مع طبيعة مستخدميها، أو إفساح المجال للجمهور المستخدم للمساهمة في صناعة محتواها الإعلامي، بإعتبار أن تمكين

الجمهور إعلامياً، يساعدها في الاحتفاظ به، ويدعم مكانتها المعنوية وإمكانياتها الاقتصادية، كما يتلاءم مع طبيعة التطورات الحديثة في صناعة الإعلام، ويمكنها من إستيعاب الأنواع الصحفية الجديدة في إطارها، دون أن تشكل منافساً جديداً لها.

وتتواجد المضامين التي ينتجها مستخدمي وسائل الإعلام الجديدة على المواقع الإعلامية وغيرها في عدة أشكال منها: مقاطع الفيديو وقصاصات الصور والقصص الإخبارية والتنبهات الإخبارية والملفات والصور والأفلام التي يتم تبادلها فيما بينهم، والتعقيب على المقالات والصور والأفلام والمدونات والبودكاست والمواقع العامة التي تقوم على مشاركات جماعية، والتوتيرز، والمصادر ذات المساهمات المفتوحة مثل الويكيبيديا، واليوتيوب، وحجرات الدردشة والنقاش وجماعات الأخبار، والاستطلاعات..إلخ.

وقد حدث تحول في الأدوار التي يقوم بها الصحفيون في البيئة الاليكترونية، إذ لم يعدوا يمارسون الدور التقليدي لحارس البوابة، بقدر ما يقومون بتسهيل تدفق المعلومات بين الأطراف المشاركة في إنتاجها، كما أصبحت علاقتهم بهذه الأطراف أكثر تفاعلية ومشاركة في إنتاج المضمون، أكثر من كونها علاقة ذات اتجاه رأسي، يكتفي فيها الجمهور بتلقي ما يملي عليه.

وأصبحت المؤسسات الإعلامية تخصص مشاركات الجمهور في إطار صفحاتها الرئيسية وتمتلك مواقع لها في وسائل التواصل الاجتماعي وتتيح للجمهور المشاركة فيها، كما تقوم بتخصيص روابط لها وذلك في إطار موقعها الاساسى بمشاركة واسعة للجمهور نصا وصورة وصوتا وفيديو.

وساعدت هذه المضامين في إثراء وإغناء الحوار العام والنقاش الجماعي وتنشيط الحياة الديمقراطية في المجتمعات، وإعادة صياغة مفهوم صناعة الأخبار، واستحداث فنون توصيل صحفية جديدة، وتوسيع دائرة تغطية الأحداث، وإدراج مصادر جديدة، وتوسيع دائرة المشاركين في جمع وتحرير وإنتاج الأخبار وزيادة درجات التعاون بين المشرفين على المواقع الإعلامية والمستخدمين، وإحداث تغييرات في إدارة عملية حراسة البوابة، وتغيير شكل إنتاج المضامين عما سبق،

بحيث تنتشر مدعومه بالوسائط المتعددة، ويتم توزيعها عبر شبكة واسعة النطاق من الاتصالات، وبما يزيد من قدرتها على تشكيل رأي عام إزاءها. وفي المقابل أسفرت هذه الظاهرة عن ظهور مضامين ناتجة عن سياق غير مؤسسي، وغير ملتزمة بالتقاليد المهنية التقليدية، وبخروج بعضها عن أخلاقيات العمل الصحفي، و اختلاطها بالمواد الإعلانية في الكثير من المواقع الإعلامية.

### المحتوي ومؤسسات الإعلام الإلكترونية:

والمحتوي الإعلامي الإلكتروني نمط جديد وشكل جديد من أشكال التواصل للمعلومات أستفادت منه المؤسسات الإعلامية المختلفة بهدف اللحاق بالتطور في مجال علوم الإتصال سواء كانت وكالات أو فضائيات أو أذاعات أو مراكز اعلامية مواقع معلوماتية أو غيرها من هذه الوسائل التقليدية، تفرد منصات ومواقع هامة تحمل المعلومات الخبرية والموضوعات وذلك كسبا للجمهور المتزايد ومواكبة للتطورات فى نقل المعلومات وفى إطار التفاعل مع الجمهور وهو مايتيحہ الإعلام الإلكتروني.

وأصبح المحتوى لهذه الوسائل يتميز بخاصية الجدة وهى تعنى الحداثة، كما أتاحت المواقع تبادل الخبرات والمعلومات مستفيدة من التطورات في وسائل الإعلام الإلكتروني إذ أستفادت من التغريدات فى مواقع التواصل الاجتماعى والتي تأتي من شخصيات هامة سياسية واقتصادية ومشاهير مثل تويتر وفيس بوك للتعبير عن أحداث هؤلاء الاشخاص أو المؤسسات او من منطلقاتهم الفكرية او الثقافية.

وأصبح المحتوى بهذه التفاعلية بين المواقع الشخصية أو المؤسسة جاذباً، وقد فطنت الكثير من المؤسسات لهذه الميزة واصبحت تتطلب اشخاص يقومون بتغذية المواقع بالمعلومات بهدف دعم الارتباط والتواصل وأرسال المعلومة للاخرين ووسائل الإعلام بوجه الخصوص.

وهذا المحتوى من هذا الشكل قلل من الجهد المباشر الذى يقوم به الصحفي. وهذا الجذب مكن الصحفيين على التعرف على كيفية الحصول على المعلومات من هذه المواقع والمؤسسات بكل سهولة.

وفرض المحتوى تحدياً في إيجاد إطار جاذب تتكامل فيه النص مع الصورة المتحركة والصوت لان النص المجرد لن يكون جاذباً، وقد فطنت العديد من مؤسسات الإعلام الإلكترونية لهذه الخاصية.

"والمعايير التي يجب تتبعها المواقع لتحقيق الجودة" وهي أن يكون شكل الموقع ثابتاً ومستقراً وهناك ثبات في الاسم في شكله ومضمونه وتصميمه، وأن يعبر عن الجبهه وشعارها.

وذلك مع أهمية تنظيم الصفحة وإخراجها في وجود مساحة للفيديو والصورة والصوت الى جانب النص، واستعمال الالوان بصورة هادئة ومعبره، كما ان المحتوى الإخبارى يجب أن يكون متنوعاً ومعبراً عن الاشكال التحريرية المختلفة (خبر، تقرير، تحليل). ولا بد من وجود روابط هامة حول الصفحة التي تضم المحتوى روابط ذات صلة تمثل إضافة للمحتوى وجاذبة للقارئ. كما يجب أن تغطي مساحة مميزة للمستجدات المتعلقة بالروابط الداخلية ذات الصلة بالمحتوى ولا بد من اشارات للتنظيم الداخلى داخل شكل المحتوى تعبر عن العلاقات داخل الصفحة<sup>(1)</sup>.

والمحتوي يقبل التجديد والاضافة ويعبر عن صفحات تعكس إهتمامات القارئ أو المشاهد وخلق بيئة تفاعلية معه تدعم فكرة المحتوى ككل بالتعليق أو الحوار ويتم الإشارة إليها من خلال المحتوى، هناك مثلاً صفحة الآراء حول الاحداث أو الاخبار.

كما توجد مؤشرات تساعد في عمل رصد يبين مدى ملائمة المحتوى لإهتمامات الرأى العام والمتصفحين والإستفادة من آراء الجمهور ومشاركتهم حول المحتوى. ولا بد أن تكون لغة التواصل سهلة الفهم ومعبرة ومهنية وجاذبة وعرض مناسب مع أهمية أن يعبر عنوان المواد تعبيراً حقيقياً وجاذباً للمحتوى.

---

(1) الدكتور فتح الرحمن محجوب، كلية الاعلام، جامعة الخرطوم، "مقابلة" بتاريخ 12-8-2017م الساعة 12 ظهراً.



كما يجب تنوع المحتوي حسب الإهتمامات فهناك قطاع المرأة والشباب وأن يستجيب المحتوي لتطلعات الفئات العمرية وجميع التخصصات بحيث يجد كل شخص نفسه في الموقع، مع الاخذ في الاعتبار أهمية التقييم باعتباره يرصد الانشطة المعبرة عن تطلعات الجمهور، ثقافة، أداب، رياضة وغيرها من المجالات الأخرى، وأن تتم دراسات لمعرفة إتجاهات الرأى العام في تطلعاتهم وأرائهم لانها تفيد فى تصميم المواقع، واستخدام اساليب الحملات لمعرفة إتجاهات قبول الرأى العام للمادة.

### الكتابة للموقع الإلكتروني

والكتابة لموقع إلكتروني مختلفة عن الكتابة للوسائط الأخرى، فهي موجهة لقارئ مختلف الى حد ما في انتقائيته وسرعه انتقاله وله خيارات غير محدودة لذلك يجب تقديم أهم ما يريده القارئ منذ البداية بتزويده بملخص مفيد عن الحدث أو الفكرة، وأن نضع أمامه العناصر الرئيسية للقصة منذ الفقرة الأولى، ونترك التفاصيل لما يليها.

وإذا كانت هناك اتجاهات متعددة ضمن القصة الواحدة فمن الممكن توزيعها الى أجزاء ضمن الصفحة، مع وضع روابط في الأعلى تقود إليها، أو يمكن اعتماد صفحة متعددة الأقسام، الأمر الذي تتيحه تقنيات النشر الحالية.

وعند الكتابة للمواقع الإلكترونية يجب توخي الوضوح باستخدام لغة غير معقدة والحرص على وحدة الموضوع وتماسك الجمل والترابط بينها، فضلاً عن التعبير عن الفكرة باختصار.

ومن العوامل التي تخدم النص وتجذب القارئ دقة التعبير وسهولة اللغة واعتماد أسلوب واحد وتجنب استخدام جمل اعتراضية طويلة. ولا بد من استخدام طريقة واحدة في كتابة بعض الاسماء والمفردات، أي اعتماد إملاء واحد.

ويكتسب عرض المحتوى من خلال شكل الصفحة أهمية فى تشجيع القارئ في الاستمرار والمتابعة، عن طريق وضع عناوين فرعية واستخدام الأدوات مثل حقول الاقتباسات والحقائق الملخصة، إضافة الى استخدام صور حديثة قوية التعبير.

كما تتيح المواقع استخدام عدد من ميزات العرض المتنوعة في جمع كل الوسائط في مكان واحد فهناك النص والصورة والصوت، بل والمشاركات والتعليقات من القراء.

وقد "وفرت لنا التكنولوجيا إمكانات كبيرة لخدمة المادة المقدمة للجمهور، واثاحت للمنتجين، معرفة ما يحصل لها بعد النشر وكيف يستقبلها القراء ومدى جماهيريتها، سواء في الموقع أو مواقع التواصل الاجتماعي"<sup>(1)</sup>.

وجودة المحتوى الإعلامي في المواقع الإلكترونية تعنى أن يقدم القائم بالإتصال إنتاج إعلامى يستخدم اساليب الابداع في عرض المحتوى يكون جاذباً وفق المعايير والأسس المتفق عليها لتقديم أعلى مستوى للجودة للمضمون والشكل بما يحقق إحتياجات الجمهور.

---

1-موقع بى بى سى ، اكاديمية بى بى سى ، مادة تدريبية  
<http://www.bbc.co.uk/academy/arabic/how-to/online-skills/article/art20130702112133955> ، تاريخ البحث 4-9-2017م

## المبحث الثاني أسس تصميم المحتوى الفعال

التصميم هو عملية ابتكارية، يسعى المصمم من خلالها إلى وضع خطة كاملة لتخطيط تكوين يشمل كل الحاجات الانسانية فى مختلف اساليب الحياة ويتأثر التصميم بعوامل عدة كالخامات والأدوات والمهارات الأدائية، وموضوع التصميم، ووظيفته، وذلك وفق خطة تنظيمية يقرر من خلالها الكيفية التي يتم بها عرض جميع العناصر لإنتاج تأثير معين.

وتستخدم العديد من المجالات مصطلح التصميم مثل التصميم الداخلى والتصميم المعماري والتصميم الصناعى "ويتضمن هذا المصطلح عمليات التخطيط والتصور أو التحليل المنظم التي تسبق عملية إنتاج شئ ما، أو تنفيذ خطة ما لحل مشكلة معينة التصميم أساسا، هو نوع من أنواع حل المشكلة الذي تشترك فيه مجالات مهنية عديدة ويمكن تمييز التصميم من أنواع أخرى من التخطيط من خلال مستويات الدقة والعناية والخبرة التي توظف فى عمليات التخطيط والانتاج والتقويم"<sup>(1)</sup>.

ويرتبط الابتكار بطريقة العرض للشكل والبناء والتنظيم الخطي واللوني والحجمي من حيث تنظيم الخطوط والألوان والعناصر الأخرى تتضمن درجة معينة من الانتظام والتوازن الدقيق، من أجل التعبير عن الأفكار جمالياً ووظيفياً. وفي مجال تصميم المواقع الإلكترونية هي عملية ابتكاريه تقوم بجمع الأفكار، وترتيبها جمالياً وتنفيذها باستخدام أحدث الاساليب والبرمجيات المتطورة الخاصة بمجال تصميم مواقع الويب. وتصميم منتج لبيئة الإنترنت لتوفير معلومات ذات ميزة عالية وصفات جمالية للمستهلك النهائي.

إن التخطيط الجيد للموقع الإلكتروني يساعد منذ البداية على توصيل المحتوى ونشره على شبكة الإنترنت وذلك بتحديد الجمهور المستهدف والتركيز على السمات

---

(1) بدر بن عبد الله صالح، التعليم عن بعد بين النظرية والتطبيق جامعة الكويت 2005 ص 4.

الفنية من حيث عرض المحتوى وتصنيفه وطريقته، وفقاً لاحتياجات المستخدمين مما يساعد في تحقيق الاهداف التي يرغب في تحقيقها القائمين على المواقع الإلكترونية.

والتخطيط فيما يلي خطة التصميم للموقع يركز على جوانب اساسية وهي الهدف من إنشاء الموقع، والجمهور، والمحتوى.

ومن حيث المحتوي يجب ان يكون الموقع سهل الاستخدام، ويضع في اعتباره خارطة الموقع مع واجهة بسيطة للتصفح وموثوق بها وتصميم هيكل ملائم يأخذ في اعتباره التفاعلات للمضمون. وأن يكون المظهر العام للموقع متناسقاً من حيث الشكل وأن يشمل النص نمطاً واحداً بأن يكون مهنيًا، جذاباً وذا صلة.

وفيما يلي الهدف من الموقع يجب تحديد محتوى الموقع والأهداف التي يرغب في تحقيقها والعمل على تطويره باستمرار ووضع أهداف قصيرة وطويلة الأجل للموقع لتساعد على جعل الهدف واضحاً ووضع خطة للمستقبل يتم التوسيع والتعديل والتحسين عليها. وينبغي تحديد الأهداف والممارسات وتحديد أهداف قابلة للقياس لتتبع التقدم للموقع وتحديد النجاح.

كما يركز التخطيط لتصميم المواقع بتحديد الجمهور المستهدف مما يساعد في اختيار الوسائط المناسبة لتوصيل المحتوى الذي ينشر على شبكة الإنترنت والأخذ في الاعتبار تعامل الجمهور مع التقنية وتفضيلاته لأنواع الوسائط والتي تتم بواسطة دراسات مسبقة والتركيز على السمات الفنية وتمثل صفحة البداية عنصر الجذب المؤثر، بما يستدعي تنظيم بنية المعلومات الأساسية عن طريق تصنيف المحتوى وتنظيمها وفقاً لاحتياجات المستخدمين.

إن نجاح الموقع يعتمد على المحتوى والتصميم الجيد فيجب الا يتداخل التصميم في المحتوى ويجعل قراءته صعبه ويجب الا تمنع أرضية التصميم من قراءة المحتوى ومن حيث سهولة التصفح يجب أن يكون نظام التصفح سهل وواضح للمستخدم ولا يحتاج منه جهد للوصول الى الصفحة المراد الوصول اليها، كما يجب أن تكون وصلات التصفح نفسها واضحة في الصفحة في مكان بارز، ومن حيث التصميم المتجانس يجب أن تكون صفحات الموقع متجانسة، فيتعرف عليها

المستخدم كصفحة من صفحات الموقع حتى لو كانت الصفحات الداخلية بها اختلافات كبيرة عن الصفحة الرئيسية، فيجب أن يجمع صفحات الموقع ككل شكل أساسى يمكن أن يميزه المستخدم. كما يجب أن يمتاز الموقع بسهولة التحميل فعادة متصفح الإنترنت ليس له الصبر الكافى لينتظر تحميل موقع لفترة طويلة.

### التصميم الإلكتروني:

استفادت المواقع الإعلامية الإلكترونية باصدارتها المختلفة من فن الأخراج الصحفى باستخدام نفس العناصر التي يستخدمها مصممو الإصدارات الورقية المطبوعة تقريباً من عناوين، ونصوص، وصور، وألوان، وفواصل، وجداول الإلكترونية ويرى آخرون أن "80% من قواعد تصميم المطبوعات يمكن استخدامها في تصميم المواقع الصحفية الإلكترونية، وخاصة ما يتعلق باستخدام الألوان، الفراغات، الهوامش، التباين، وهو ما يؤدي إلى تشابه جوانب التصميم في الوسيلتين إلى حد ما".

واستخدمت المواقع الإلكترونية عناصر أخرى جديدة خاصة بالإصدارات الإلكترونية مثل وصلات، ووسائل التصفح، والفيديو، والصوت، من أجل تحقيق القيم الأساسية نفسها، المطلوب توافرها في التصميم الناجح مثل الاتزان، والتباين، والتناسب، والتجوال، والوحدة، والتميز، والإيقاع.

### تصميم المواقع

هو عملية تخطيط وتنفيذ محتويات متعددة الوسائط عبر شبكة الإنترنت، بواسطة أنماط التقنيات كلغات التوصيف المناسبة للعرض على متصفحات الإنترنت أو بقية واجهات المستخدم المبنية في الإنترنت.

وكذلك يعنى " إنشاء موقع إنترنت وهو مجموعة من الملفات الموضوعه جنباً إلى جنب على خادم إنترنت أو أكثر مما يسمح بعرض المحتوى ويشمل هذا المحتويات والواجهات التفاعلية للمستخدم النهائي على شكل صفحة إنترنت عند طلبها والتي تحتوي على عدة عناصر مثل كالنصوص والنماذج البريدية والصور

وكل ذلك يتم ترتيبه بواسطة إحدى اللغات المستخدمة مثل HTML, XHTML، و XML، و CSS، و JAVASCRIPT<sup>(1)</sup>.

### تعريف تصميم المواقع الصحفية الإلكترونية:

هو "الطريقة التي تقدم بها الصحيفة الإلكترونية إلى المستخدم عبر ثلاث عمليات أساسية هي الأدوات التكنولوجية، والعناصر البنائية، والتصميم، لإرضاء القارئ وإشباع احتياجاته واهتماماته"<sup>(2)</sup>.

ويعرفه زيد منير سليمان بأنه: "طريقة تنظيم وترتيب العناصر البنائية على الصفحة، لاسيما واجهة الصحيفة الإلكترونية بين حركة العين ومبادئ التصميم أو الثبات في الشكل لإصدارات الصحيفة وتحديثاتها ولا تتغير إلا عند فترة زمنية طويلة نسبياً، لأن المستخدم يكون قد اعتاد أن يرى واجهة الصحيفة بشكل معين، كذلك أن الواجهة تعكس هوية الصحيفة"<sup>(3)</sup>.

ولقد جاءت هذه التعريفات في إطار استخدام الصحف للمواقع الإلكترونية واستطاع القائمين على المواقع الصحفية الإلكترونية أن ينقلوا أسس الإخراج إلى الصحف الإلكترونية وأن يطبقوها بما يخدم المواقع الصحفية الإلكترونية والاستفادة منها. وتتجسد الأدوار الوظيفية للإخراج الصحفي في عمله على تقديم المضامين الصحفية التي تشبع حاجات القراء الاتصالية بطرق فنية سهلة جذابة ومشوقة. باستخدام الوسائط المتعددة من فيديو وصوت الى جانب النص والصورة والتي تعتمد عليها الصحافة الورقية، كما احتوت المواقع الإعلامية من الفضائيات والاذاعات في تصميمها على كل أنواع الوسائط في التصميم البنائي لمواقعها الإلكترونية ولذلك كانت الحدود الفاصلة عند تصميم المواقع الإعلامية والصحفية متلاشية، وما يفصلها هو جهود القائمين عليها في توظيف الادوات البنائية ومن أجل تحقيق الأدوار الوظيفية للتصميم وهو نشر المضامين بصورة جيدة.

(1) <http://www.sparklemedia.sa/web-design-techniques>

(2) حلمي محسب، "إخراج الصحف الإلكترونية على شبكة الإنترنت: دراسة تطبيقية مقارنة بين الصحافتين المصرية.

(3) زيد منير سلمان، الصحافة الإلكترونية (عمان: دار اسامة للنشر، ٢٠٠٨، ص40.

وبالتالى يمكن قياس تعريفات تصميم المواقع الصحفية الإلكترونية على المواقع الإعلامية.

ويعرف الباحث تصميم المواقع الإعلامية بأنه عملية تخطيط وتنفيذ للمحتوي من وسائل متعددة باستخدام برامج التصميم "وهو يعني العملية الحاسوبية التي يتم فيها بناء الوحدات (البنائية) باستخدام العناصر المختلفة من الحروف والصورة وعناصر الفصل وكذلك التأثيرات الخاصة بالأرضيات المختلفة... الخ" وربطها بالموقع على الإنترنت مما يسمح بعرض المحتوى والتفاعل معه بالنسبة للمستخدم على شكل صفحة إنترنت عند طلبها.

وهناك مجموعة من الأسس التي يجب مراعاتها عند تصميم المواقع الإلكترونية الإعلامية وهي الإهتمام الجيد بالمحتوى، والذي يتناسب مع احتياجات الجمهور، والأهتمام بالوسائل المتعددة التفاعلية في طريقة عرض الصحيفة وتنظيم المعلومات بطريقة جيدة وفعالة وعرض المعلومات بأسلوب تتابعي حتى لا يمل المستخدم، وتزويد الصحيفة بروابط مناسبة، وموثوق بها من مصادر أخرى للمعلومات تزويد الصحيفة بأرشيفات قابلة للبحث، ومحركات البحث متعددة اللغات خيارات التحكم في الشكل والمضمون، أو ما يعرف بتخصيص الموقع.

إن نجاح الموقع الإلكتروني يعتمد بشكل كبير على حسن إخراج صفحاته خاصة الصفحة الرئيسة التي تمثل الواجهة الرئيسة للموقع، باعتبارها أول ما يقع عليه عين القارئ (المستخدم)، كما أنّ الصفحة الرئيسة تعطي انطباعاً عاماً عن قدرات الموقع وإمكاناته. وبشكل عام تعنى المواقع الإلكترونية بخدمة المتلقين من خلال جذبهم عن طريق سهولة التصفح، وتسهيل عملية تنقلهم من رابط إلى آخر، كما تعمل هذه الصحف والمواقع على تسهيل حركة عين القراء من خلال توزيع الوحدات والعناصر الإلكترونية على الصفحات بطريقة سهلة ومريحة بما يحقق قدر من سهولة القراءة مع تحقيق الترابط المنطقي بين أجزاء الرسالة الإعلامية<sup>(1)</sup>.

ويحقق تصميم المواقع الإلكترونية الإعلامية العديد من الإبعاد الاتصالية للمضامين المقدمة وتتمثل هذه الإبعاد في إضافة معانٍ للرسالة الإعلامية إلى

(1) عبد القادر عبد الله الفتوح، الإنترنت مهارات وحلول، ط1، (الرياض، مكتبة الشقري)، 2000، ص 189.

جانب إضافة البعد التفاعلي الذي يعد سمة من السمات الرئيسة للاتصال عبر الإنترنت كما يمكن من خلال التصميم إكساب هذه المواقع الإعلامية شخصيات متميزة تعبر عن هويتها الخاصة التي تتفرد بها عن المواقع الأخرى، "إذ أنّ الاعتبار الأساس عند إخراج صفحات الويب بصورة عامة هو خلق بيئة بصرية تنظم المحتوى المقدم، إذ أنه بمجرد أن ينقر المستخدم على الصفحة يشعر بالانجذاب نحو ما يرى، ويفهم كيف يستطيع الوصول إلى المعلومات التي يريدها من الموقع" (1).

### أهمية التصميم للمواقع الإلكترونية

تبرز أهمية التصميم للمواقع الإلكترونية في أنها تؤثر في استرجاع الأخبار وإدراكها وكذلك في تأثيرات الوسائط المتعددة، ودورها في تحقيق الموقع لوظائفه، وأهمية خاصية التفاعلية في تصميم المواقع باعتبار أن القائم بالاتصال وجمهور المتلقين في حالة تواصل مستمر وتبادل للمعلومات عبر الوسائط المختلفة التي يتيح تضمينها التصميم لتحقيق أهدافه.

وتأتي المواقع الإعلامية العربية ضمن المواقع التي تتنافس على إبراز إمكاناتها في تصميم مواقعها لتقديم الأخبار العاجلة والخدمات التفاعلية لجذب انتباه المستخدمين وإثارة اهتماماتهم، إضافة إلى التقنية المستخدمة بهدف دعم محتوى الموقع وزيادة أهميته.

إذا فإن معرفه القائمين بالاتصال في المؤسسات الإعلامية باهتمامات المستخدمين يساعد في الاحتفاظ بهم وذلك من خلال سهولة الاستخدام للموقع الإلكتروني واستخدام الوسائط المتعددة في عرض المادة الإعلامية يشكل عنصر جذب وانتباه للمستخدمين.

وهناك تأثيرات خاصة بتقنيات المواقع الإعلامية وبنائها والعلاقات الاتصالية مع عناصرها، "وتتمثل هذه التأثيرات في أن محتوى المواقع الإعلامية ليس المقصود

---

(1) هشام محمود مصباح، الاتجاهات البحثية في تأثير تكنولوجيا الاتصال الحديثة على التمثيل البشري للمعلومات، مجلة حوليات الآداب والعلوم الاجتماعية (الكويت، مجلس النشر العلمي، 2006)، ص 30.



به الرسالة الإعلامية فقط التي يتم عرضها في أى وسيلة من الوسائل المتعددة كلها، ولكن كل ما يحويه الموقع من نصوص ورموز ودلالاتها الصوتية والمرئية والمتحركة لغرض الإرتقاء بسهولة الاستخدام والتجوال، وتلبية حاجات المتلقى البصرية فى الكشف والاستطلاع والتعرف وتبادل المعلومات بحرية تامة<sup>(1)</sup>، ذلك أن المستخدم يبدأ بالاستعراض البصرى للموقع ليكون الانطباع الاول عن الموقع، ثم يقرر متابعة استخراج المعلومات أو الانطلاق إلى موقع آخر يمتلك قوة تأثير مقنعة من خلال الشكل المرئى بما يحتويه من أشكال وألوان وصور وحركة. ويلعب التصميم العام للموقع والمحتويات دوراً كبيراً في إبراز الموقع على شبكة الإنترنت وتقديمها بشكل جميل وبسيط يجذب ويثير الانتباه، وذلك من خلال استخدام البرامج الخاصة بالتصميم وفهم كيفية التعامل معها والاستفادة من توزيع المساحات والألوان والأحجام والأشكال وتحويلها إلى أشكال تفاعلية جاذبة تعمل على جذب انتباه المستخدم أثناء اطلاعه على المعلومات وتوفير الراحة له من بساطة التصميم ويسر الاستخدام.

كما يجب الاهتمام ببساطه التصميم من حيث التوظيف الجيد للمساحات والالوان بما يحقق احتياجات المتلقى ويجذبه من خلال تفاعلية فنيه تعمل على الاحتفاظ به عند اطلاعه على المعلومات، ولقد اتاح تصميم الويب المشاركة في العملية الإتصالية وأصبحت العناصر المرئية من فيديو وصور جاذبة للقارئ وذات تأثير كبير.

ويكتسب الموقع الفعالية فى تصميمه ايضاً في تمكين المستخدمين بمدهم بالوظائف والمنافع التي يرغبونها والمشاركة الفاعلة في المحتوى لمختلف الفئات العمرية في المجتمع وتنوع التخصصات في العرض لمختلف الاهتمامات وذلك من منظور أن يكون تصميم الموقع يسير الاستخدام ويمكن الوصول اليه.

إن هيكल بناء المضمون على الصفحة يجب أن يكون متنوعاً في أستخدم الوسائط المتعددة ووجود وصلات في الصفحة ووقت اقل لتحميل الصفحة، وأن يكون

---

(1) محمد عبد الحميد، الإتصال والإعلام على شبكة الإنترنت، (القااهرة: عالم الكتب، 2007)، ص287.

الموقع بسيطاً في تصميمه مما يتيح للمستخدم التصفح بكل سهولة وأن يكون متناغماً ومنسقاً في العنوايين الثابته وفي وضع الوصلات والكلمات الداله وأن تكون احجام الحروف مقروه ويسهل فهمها.

أن التركيز على عناصر الصفحة يمكن المستخدمين أن يكونوا مدركين بالمكان الذى ارتادوه من هيكل الموقع وبنيته وتتمثل فى عناوين الصفحة الإطارات تقسيم الصفحة الى مجموعة منطقية.

كما أن استخدام شرائط الابحار وخرائط الموقع والفهارس وقائمة المحتويات تؤدى إلى زيادة الفرصة امام المستخدمين لكى يتمكنوا من الوصول للمعلومات التى يبحثون عنها،ويمكن القول أن يسر الاستخدام يعنى أن يكون هناك يسر فى استخدام كل صفحات الموقع وسهولة في الاستخدام.

أن يسر الاستخدام هو متطلب أساسي لتطبيق الاحتياجات، وهناك إلى حد ما تخطيط مسبق في جذب المستخدمين على شبكة الإنترنت من خلال التأكد من أن المستخدمين سيجدون المحتوى المحدد الذي يبحثون عنه ثم إتخاذ قرار التعامل الدقيق مع الموقع.

إن على القائمين على أمر الاتصال وتطويره في المؤسسات الإعلامية الإلكترونية أن يضعوا في الإعتبار منذ البداية على وضع تصميم يراعى عدداً من المبادئ الأساسية والتي من المفترض أن يلزموا بها مصممي المواقع حتى يكون الموقع جاذباً محفزاً للمستخدم من خلال خلق خبرة لجذبه والاحتفاظ به في الموقع وتحديد الجمهور المستهدف، لذلك يجب أن يتسم الموقع بالبساطة وسهولة تصفحه والتناغم والتناسق داخل صفحات الموقع وتصميم صفحات سريعة التحميل تتناسب مع أبطأ كومبيوتر وإتاحة أزرار بأحجام وحروف مقروءة يسهل فهمها.

إن تحرير وتصميم المواقع الإعلامية عملية إتصال متكاملة الاطراف ومتفاعلة وتتأثر بمجموعة من العوامل الإعلامية، فعلاقة الصحفي بالمضون عند التصميم هي توظيف المضمون من صور وفيديو وجرافيك فى الصفحة وفي كيفية تقديم مضمون يتوافق مع التصميم عند استخدامه للاشكال الصحفية وهو الامر الذى يحتاج إلى تأهيل وأعداد لمهارات القائم بالإتصال.

ويجب أن يتعامل القائم بالاتصال بالمعلومات حسب اولوياتها، كما أن هناك جملة من المبادئ الأساسية عند تصميم مواقع الويب والتي تؤثر على استرجاع الأخبار وإدراكها. وكذلك دراسة تأثيرات الوسائط المتعددة على تصميم الموقع ودورها في تحقيق الموقع للوظائف المنوطة به، وتأثيرات الفيديو وبرامج تصميم صفحات الويب.

ويمثل التوجه نحو تصميم المواقع الإلكترونية منذ بداية ظهور المواقع الإلكترونية، حيث كان التوجه في بداية تصميم المواقع الإلكترونية هو دور وظيفي تقوم بنشر المحتوى دون النظر إلى اهتمامات المستخدمين، ثم تطور هذا التوجه إلى جعل المواقع الإلكترونية سهلة الاستخدام لزيادة عدد الزوار والمستخدمين وبالتالي تحقيق الأرباح الفكرية والمادية والاجتماعية والسياسية... إلخ، ان جودة تصميم المواقع الاعلامية تمكن من الاحتفاظ بالزوار للموقع كمستخدمين دائمين والبحث عن زوار جدد في سبيل تحقيق أهدافها.

وهناك عدة عوامل تؤثر في بناء تصميم مقنع قادر على إبراز كل تلك التطورات كالعوامل الفنية والتقنية والعوامل المتعلقة بالتصميم وأساليبه ومبادئه والعوامل السلوكية الخاصة بسلوكيات المستخدم أثناء تعرضه لعناصر الإبراز والمحتوى أثناء تصفحه الموقع، إضافة إلى عوامل عديدة تدخل ضمن نطاق العوامل المؤثرة في بناء التصميم المقنع للموقع القادر على جذب المستخدم والتأثير عليه.

وكما يتصل التصميم بالمعايير المرتبطة بسهولة الاستخدام والتصفح في المواقع لناحية أدوات التصفح وقوتها، والابحار في الموقع، ويجب التركيز على عناصر الصفحة التي يمكن أن تساعد المستخدمين على أن يكونوا واعين بالمكان الذي ارتادوه من هيكل الموقع أو بنيته.

وتتمثل هذه في: عناوين الصفحة، الإطارات، تقسيم الصفحة الي مجموعات منطقية، أيه مادة تساعد في فهم الصفحة وعلاقتها بالموقع ككل. كما أن استخدام شرائط الابحار، وخرائط الموقع، والفهارس، وقائمة المحتويات، ووسائل الإبحار الاخرى يؤدي الى زيادة الفرصة أمام المستخدمين لكي يتمكنوا من الوصول الى

المعلومات التي يبحثون عنها. وثمة اقتراح محدد في الخطوط الإرشادية بأن شرائط الإبحار تعمل بشكل أفضل عندما توضع في أعلى الصفحة وليس في أسفلها.

### العناصر الأساسية للتصميم المواقع الإلكترونية الإعلامية

وهي التي تحدد المظهر العام للموقع وتقييم كفاءة الصفحة الرئيسية والتي تتضمن:

#### تنوع المحتوى في تصميم المواقع من حيث الوسائط المتعددة

أن مواد الصوت والفيديو التي تستخدمها المواقع الإعلامية لعرض الأخبار الحية وبثها تتميز هذه العناصر بأنها تعطي الأحداث واقعية وتدعم المواد المنشورة، ويمكن لمخرجي الصحف الإلكترونية توظيف الوسائط المتعددة لدعم المعاني التي تحملها الموضوعات المنشورة، ولاسيماً صور الفيديو، والتأثيرات الخاصة التي يمكن القارئ من التفاعل مع تلك النصوص، ويتحقق ذلك انطلاقاً من "أن الوسائط المتعددة لديها القدرة على الاستحواذ على المدارك السمعية والبصرية لمستخدمي الشبكة، كما يحقق استخدام الوسائط المتعددة العديد من الأغراض الإتصالية، ومن أهمها تقليل الجهد الذي يتعين أن يبذله القارئ(المتصفح) للحصول على المعلومات والإخبار"<sup>(1)</sup>.

ويعتبر عنصر الوسائط المتعددة من العناصر الأساسية باعتباره الأساس الذي يبنى عليه هيكل الصفحة وتقدمه المواقع الإلكترونية معاً بشكل مترابط ومنسجم وذلك بفضل ادواتها التي تعتمد بالأساس على التعامل مع المحتوى المخزن رقمياً الذي يتم فيه جمع وتخزين وبث جميع أشكال المعلومات ويعتبرها ذات طبيعة واحدة بغض النظر عما إذا كانت صوتاً أو صورة أو نص.

لقد مكنت برمجيات الوسائط المتعددة مصممي مواقع الويب من إضفاء المزيد من الجمالية والخدمات والتفاعلية على صفحات الويب. "فقد دخلت الويب عالم الرسوم المتحركة والصوت والفيديو بفضل تطبيقات مثل Shockwave من شركة Macromedia الرائدة في برمجيات الرسم والتصميم الفني وتصميم مواقع الويب والوسائط المتعددة، وتطبيق Quick Time الشهير الذي مكن الحواسيب

(1) عبد القادر عبد الله الفنتوخ، الإنترنت مهارات وحلول، مرجع سابق ص 189.

الشخصية من التعرف على ملفات الصوت والفيديو من شركة Apple التي يرجع لها الفضل في إدخال الوسائط المتعددة إلى عالم الحاسوب الشخصي. كما أن لغة Java البرمجية التي طورتها شركة Sun ساهمت في إضفاء المزيد من التفاعلية على صفحات الويب<sup>(1)</sup>.

ويجب استخدام الوسائط المتعددة ( الفيديو والصوت والصورة ) بعد فهم وتحديد حاجات الجمهور المستهدف، وتزويد المحتوى بالإشكال المتعددة من العناصر الأساسية لتصميم المواقع الإلكترونية وأن يعمل التصميم على إعطاء خيار للمتلقي في اختيار شكل العرض الذي يرغبه، وتحتوي العناصر الإخراجية في المواقع علي عدد من الوسائل فتضم الوسائل الفائقة بجانب النصوص الفائقة الصور الفائقة والرسوم الفائقة والاصوات الفائقة... الى غيرها، "ويمكن تعريف الوسائل الفائقة بأنها نظام لتخزين المعلومات النصية والمصورة والرسومية والصوتية في مقاطع تصل بينها وصلات، يستخدمها المتلقى حسب الحاجة، وتشكل مقاطع المعلومات والوصلات بينها قاعدة بيانات الوسائل الفائقة التي يتم تنظيمها بطرق وأساليب تصميم النص الفائق في العلاقة بين مقاطع أو أجزاء أو روابط بكل وسيلة على حدة أو العلاقة بين المقاطع والروابط في الوسائل المتعددة أو بعضها"<sup>(2)</sup>.

ويجب أن يراعى استخدام الوسائل المتعددة التفاعلية في الأماكن المناسبة لذلك، أو حسب الحاجة إليها. وان يراعى الانتباه لحجم ملفات الوسائط المتعددة. ويحتوي النص في بعض الفنون الصحفية عادة على العناوين، والمقدمات والجسم، وعند عرضها في المواقع الإلكترونية لابد من تقديمها شكل يريح القارئ بصرياً لتحقيق التوافق بين الشكل والمضمون بما يحقق الإنقرائية بتنقل القارئ في يسر وسهولة بين ثنايا النص أثناء القراءة.

---

(1) محمد الامين موسى، توظيف الوسائط المتعددة في الإعلام الإلكتروني العربي، مؤتمر صحافة الانترنت:الواقع والتحديات، جامعة الشارقة، كلية الاتصال، نوفمبر 2005م.

(2) ناصر سعود الرحامنة، الاتجاهات الإعلامية الحديثة الصحافة الإلكترونية( الرياض، دائرة المكتبة الوطنية ط2016،م) ص 118.

وتشير الدراسات في مجال تصميم المواقع إلى مجموعة من الأسس يجب مراعاتها عند عرض النص وهي العمل على تنسيق حجم وشكل الأحرف في النص، وتجنب استخدام الحروف المائلة التي يصعب قراءتها، وكذلك عدم وضع الخطوط تحت الكلمات، حيث إن ذلك قد يؤدي إلى الخلط بينها وبين الوصلات، بالإضافة إلى ذلك يجب تجنب استخدام النصوص الطويلة غير المفيدة كما يجب توحيد شكل وحجم حروف النص بشكل دائم ومستمر.

وتشكل الصورة أهمية في العنصر البنائي للصفحة من خلال الوظائف التي تؤديها داخل البناء الشكلي للصحيفة، وذلك وفقاً لاستخداماتها داخل هذا البناء. وتتحكم دقة الصورة والألوان الموجودة بها في تحديد الصور المعروضة على الانترنت، وهناك عدد كبير من أنواع الصور، منها: صور GIF، وصور JPEG وصور PNG.

وعند استخدام الصور يفضل استخدام صور واضحة المعالم، وأن تحتوي على خصائص جمالية مميزة، فهي عنصر جذب أو تفتير للقارئ، كما يجب أن تكون متناسقة مع الموضوع، وأن يقدم شرحاً للصورة عد عرضها واختيار المكان المناسب لها.

#### التناسب في مساحة الصور:

وعند استخدام الصورة في الموقع الإلكتروني يجب أن تتناسب أحجام الصور مع بعضها البعض من زاوية، وكذلك مع الموضوع الذي تعرض له، فلا يصح أن تكون هناك صورة كبيرة الحجم مع موضوع صغير جداً، أو عكس ذلك، كما يمكن استخدام الصوت إلى جانب النص، مما يعدد من خيارات المستخدم وفقاً لشكل الوسيط الذي يفضل، كما أن الاستخدام الكثير للوسائط في الموقع الإلكتروني يجعلها تتطلب وقتاً أطول لتحميلها، مما قد يتسبب في خروج بعض المستخدمين من الموقع.

ويكتسب الفيديو أهمية بصفة عامة من كونها تجسيدا للأحداث وتجعل المشاهد يتعاش مع الحدث، بيد أن ملفات الفيديو على الانترنت محاصرة بقيود بطء الاتصال التي تقلل من أهميتها، وكبر حجم ملفات الفيديو من ناحية أخرى، إلا أن

هذه القيدين آخذان في الانحسار شيئاً فشيئاً، وفقاً للبنى التحتية لشبكات الإنترنت، والطريق السريع للمعلومات، لكي تقرب سرعة توصيل ملفات الفيديو إلى سرعة البث التلفزيوني<sup>(1)</sup>.

### عناصر البناء المساعدة في تصميم المواقع الإعلامية:

**الألوان:** وتكسب الألوان صورة ذهنية ثابتة عند المستخدم يستطيع أن يميز الموقع عن غيره من المواقع ويميزه بصرياً، كما يجب جعل ألوان الموقع تتناسب أكبر نسبة من القراء، وتتسق الألوان في التصميم من أهم العناصر التي تظهر التصميم وتجذب المستخدم، مما يساعد على نجاح الموقع. إذ يجب أن يتوافق التصميم مع طبيعة المستخدمين من الموقع؛ حيث أنهم هم الهدف الأساس.

أن الغرض الأساسي من تصميم الموقع هو إيجاد استجابة من زوار الموقع ويعتبر تتسق الألوان عنصر مهماً عند تصميم صفحات الويب حتى يخلق شعور بالراحة للزوار كما أن استخدام العديد من الألوان قد يسبب فوضى في تصميم الموقع ويجب أن يكون التصميم متناسق الألوان ولا يتجاوز أكثر من ثلاثة ألوان في التصميم. ويجب اختيار ألوان متباعدة لكل من النص والخلفية، وتجنب استخدام الخلفيات ذات النسق الشبكي، بحيث يجب ألا تمنع أرضية التصميم من قراءة محتوى الموقع، وتجنب تغيير الألوان بشكل مستمر.

والألوان هي عنصر مهم تستخدمه المواقع في الدلالة للإشارة على أهمية الموضوع أو لجذب إنتباه واهتمامات الزوار، فالمواقع الإلكترونية تستخدم اللون الأحمر والبرتقالي غالباً في التصميم لكتابة الاخبار العاجلة بالخط الاحمر لجذب الإنتباه، ويعتبر الأحمر أكثر أهمية يليه البرتقالي. واللون الأخضر والأزرق غالباً تستخدم للأشياء الأقل أهمية.

كما أن تصميم ألوان الموقع الإلكتروني مرتبط ارتباطاً وثيقاً بمحتوي الموقع، ويشمل استخدام الألوان كل أجزاء الموقع بداية من لون الخلفية إلى لون روابط

---

(1) حلمي محسب، "إخراج الصحف الإلكترونية على شبكة الإنترنت: دراسة تطبيقية مقارنة بين الصحافتين المصرية والأمريكية"، ط1 (القاهرة: دار العلوم للنشر والتوزيع، 2007م، 126-127).

الموقع ولون النصوص الموجودة داخل الموقع وحتى ألوان الصور وغيرها من أجزاء يشملها الموقع، ويلاحظ انه من المهم جداً تهيئة تصميم الموقع وعرض محتواه بما يناسب كل فئات الزائرين للموقع.

فالغالبية العظمى لأي تصميم موقع إنترنت أن يكون المحتوى النصي باللون الاسود والخلفية بيضاء فهذا افضل بكثير من أى لون اخر خصوصاً في هذه الجزئية وذلك لأن هذه الألوان هي الأنسب لراحة عين الزائر حين يكون محتوى الموقع يعتمد على القراءة، ونلاحظ الكثير من المواقع الاحترافية تستخدم خلفية بيضاء مع نص رمادي أو أسود، فهذه القاعدة تساعد الزائر على أن يقرأ محتوى الموقع براحة تامة دون أى اجهاد لنظره بما يبقيه داخل الموقع أطول فترة ممكنة وهذا أمر مهم جداً له اثره على ترتيب الموقع في محركات البحث.

والألوان مرتبطة بالمحتوي أيضا وتعكس هوية الموقع ويجب تعدد الألوان وتنوعها بحسب المحتوى ومكانه ووظيفته ولكن من دون المبالغة في استخدامها والتنوع الكثير في درجاتها.

والتباين من أهم الأشياء التي يجب على المصمم مراعاتها بما يحقق قابلية المستخدم لقراءة المحتوى بشكل ممتاز وواضح، بمعنى اختلاف درجة النص عن درجة الخلفية بشكل كبير بحيث تستطيع تمييز النص ولا تجهد عين القارئ في قراءة المحتوى.

ومن الأخطاء في تصميم المواقع استخدام لونين ساطعين بجانب بعض أو فوق بعض وهو منظر غير محبذ للعين ولا يشجع للقراءة ولا يجذب الإنتباه ويجب أن يعمل المصمم على الانتقاء المقنن للألوان التي تخدم الموقع و الزائر.

وتوجد ألوان آمنة للويب تستطيع جميع الشاشات والأنظمة والمتصفحات عرضها. حتى تضمن ظهور الموقع للجميع كما يظهر للمصمم فيجب عليه اختيار ألوان آمنة لا تحدث اختلافا عند اختلاف الشاشات وطرق العرض وأنظمة التشغيل. ويمكن الوصول للألوان الآمنة عن طريق الفوتوشوب.



## الحدود والفواصل:

تعد الحدود والفواصل عناصر مساعدة في إبراز المضمون وتنظيمه وتنسيقه، ولا تقل أهمية عن المعلومات، فبدونها تختلط جميع العناصر البنائية الأساسية من صور ونصوص ووسائط فائقة ووسائط متعددة مع بعضها البعض، كما تفقد العين مسار رؤيتها ولا تستطيع التمييز بين المعلومات غير المنظمة، فالفواصل تقوم بفصل تلك المواد عن بعضها البعض، كما تقوم بتقديم مساحات بيضاء تترك لعين المستخدم حرية الحركة والتنقل من مكان إلى آخر عبر الصفحة في يسر وسهولة وانسياب. ويجب توضيح المضمون باستعمال تصاميم وأشكال تتسم بالبساطة والملاءمة والثبات.

## الأسس التي يجب مراعاتها عند تصميم المواقع الإعلامية الإلكترونية

يقدم الخبراء في مجال تصميم مواقع الويب مجموعة من الأسس التي تفيد في التصميم وفق أسس علمية تهدف إلى التفاعل والتواصل من خلال التوظيف الأمثل للوظائف المتعددة وترشيد استخدامها وفي يسر الاستخدام للموقع والتنقل بين موادها عبر الوصلات التفاعلية.

وتتضمن الأسس أشكال الخطوط والعناوين لنواحي الحجم، اللون، الخلفيات المستخدمة وتناسق الصفحات لناعية الشكل والخلفيات المستخدمة، فالتوافق والتنوع بين عناصر التصميم، مثل الخطوط، والأشكال، والألوان والفراغات تعطي التصميم الحيوية، ويستخدم المصمم هذا النوع عندما يريد أن ينتقل القارئ من عنصر إلى آخر كما يجب تجنب استعمال الخلفيات ذات النسق الشبكي، لأن ذلك يصعب القراءة.

وكذلك من حيث إبراز عنوان الصفحة، من خلال وضعه في مكان ظاهر للمستخدم، وعند إنتقال المستخدم من صفحة إلى أخرى يجب تغيير لون وصلة الصفحة، ليتمكن المستخدم من معرفة الصفحة التي هو فيها.

كما أن الحرص على أن تكون صفحات الموقع مصممة بشكل متجانس، يمكن المستخدم من التمييز لصفحات الموقع عن صفحات المواقع الأخرى، ويجب استخدام أشكال وتصاميم ثابتة، وبسيطة، ومناسبة من حيث الحجم.

ويجب اتسام الموقع أيضا بسهولة التصفح، والوصول للمعلومات، وذلك من خلال وضع وصلات التصفح في مكان واضح يسهل الوصول إليها، ومراعاة سرعة وسهولة التحميل في الموقع، وضرورة أن يكون ترتيب المعلومات في صفحات الموقع حسب أهميتها بالنسبة للجمهور.

وعند عرض المعلومات الإلكترونية يجب الالتزام بالتوازن وتساوي عناصر التصميم، ويقصد بالتوازن عدم إقبال جزء من الصفحة أو أكثر بالعناصر البنائية في الوقت الذي يخلو فيه جزء أو أكثر من هذه العناصر أو يكاد، ومن حيث التوازن بين الأبيض والأسود وفي هذا الإطار يجب تجنب الأرضيات أو الخلفيات المزدحمة والمشوشة، وربما تكون الخلفية أو البيضاء أو الزرقاء أكثر تفضيلاً.

ويعد استخدام الهوامش عنصراً مهماً للغاية عندما تحوي نوافذ عديدة معلومات نصية، ويمكن وضعها بعضها فوق بعض على الشاشة وفي هذه الحالة يستخدم الهامش كفاصل للمساعدة في عملية القراءة وكوسيلة بنائية وتنظيمية للنص.

ومن الخطوط الإرشادية عند عرض المعلومات الإلكترونية تصميم النص على شكل أعمدة ويشير هذا إلى أنه يجب الالتزام بإخراج النص على شكل أعمدة كلما كان ذلك ممكناً، فهذا يؤدي إلى إنتاج نص يبدو "هادئاً" على الشاشة، ولا يؤدي إلى إرباك العين عند قراءة السطور المتتابعة. "وثمة خطوط إرشادية محددة حول عرض العمود أو اتساعه، وهو أن السطر / عمود يجب أن يحتوى على ما يتراوح بين 40 - 60 حرفاً، علماً بأن استخدام النص لكي يمثل اتساع أكثر من عمود لا يلقى تفضيلاً نظراً للحاجة إلى زيادة حجم الحرف لتحقيق متطلبات وضوح الرؤية ويسر القراءة، في حين يفضل بض الخبراء أن يتراوح حجم الحروف ما بين 12 - 14 بنطاً مع تجنب الكثافة السوداء والحروف المائلة"<sup>(1)</sup>.

أما من حيث استخدام التبوغرافيا فترتبط هذه النقطة باستخدام الخصائص التبوغرافية المختلفة لعرض النص على الشاشة، فشاشة الكمبيوتر تتمتع بميزة تتفوق بها على الصحيفة المطبوعة، ولا سيما في استخدام اللون، فاللون أرخص

---

(1) شريف درويش اللبان الصحافة الإلكترونية دراسات في التفاعلية وتصميم المواقع ( القاهرة، الدار المصرية اللبنانية، ط 2011، 3م) ص 175.

في إنتاجه وأسهل في التحكم فيه على الشاشة. وتتضمن الخصائص الأخرى استخدام النص المنتظم والنص المائل والنص ذي الكثافة السوداء لتمييز العناصر النصية المختلفة.

كما يجب استخدام أسلوب كتابة مناسب للمسح إذ يميل القراء غالباً في المواقع إلي مسح الصفحة ناظرين للعناصر التي سوف توجههم إلي المعلومات المناسبة وهو ما يشبه أسلوب تعامل القارئ مع الصحيفة، وتتضمن هذه العناصر قوائم يوضع فيها معلومات مركزة، وكلمات مفتاحية مميزة في تصميمها داخل النص وعناوين دالة وكتل قصيرة من النص.

ويجب مراعاة أن يكون التصميم يناسب عملية تحميل البيانات إذ إن طول الوقت الذي يرغب المستخدم في أن ينتظره لتحميل صفحة يدور حول عشر ثوان. وعندما نأخذ ذلك في الاعتبار، فإنه من المهم لمصمم الصفحة القيام "بالحد من استخدام الصور والأرضيات المعقدة والعناصر الجرافيكية الأخرى. كما يجب أن يقلل مصمم الصفحة الطول الاجمالي لها بالنظر لمقدار المعلومات النصية المقدمة. ويقترح البعض بأن الصفحة يجب ألا تكون أكبر من 85 كيلو بايت لكي نحافظ على وقت التحميل أقل من 30 ثانية، باستخدام مودم سرعته 28.8 كيلو بايت"<sup>(1)</sup>.

ويجب تجنب العناصر الواضحة والمتحركة التي تشتت إنتباه المستخدم والتقليل منها، وخاصة في أثناء إتمام المهام المتعلقة بإسترجاع المعلومات، فالإعلانات الواضحة والنص المتحرك والاستخدامات الأخرى للتحريك المشتت للإنتباه تميل إلي إبطاء حركة المستخدم في بحثه عن المعلومات.

ومن الأسس الفنية لتصميم المواقع التناسب فاذا كانت النسبة هي العلاقة بين شيئين أو عنصرين، فإن التناسب هو علاقة بين ثلاثة عناصر أو أكثر، كما يشير التناسب إلي تناسب الأحجام من زاوية، ووزن العناصر المتنوعة في التصميم من زاوية أخرى، "ويأخذ التناسب في الصفحة عادة عدة أشكال منها التناسب في حجم حروف النصوص ويقصد به تناسب حروف المتن مع المقدمة مع العناوين الفرعية، وقد وضع علماء التصميم قاعدة لتناسب النصوص وهي زيادة حجم

(1) شريف درويش اللبان،، نفس المرجع، ص 177.

العناوين عن المقدمات بمقدار نقطتين، وزيادة المقدمات بمقدار نقطتين عن حجم المتن، لتحقيق انسيابية الرؤية<sup>(1)</sup>.

والتناسب كذلك في حجم الأعمدة لأن هذا الإجراء يخل بالهيئة العامة للصفحة، وعليه ينبغي أن يكون حجم الأعمدة متناسباً مع بعضه البعض من زاوية، ومتناسباً مع المواد التي تحتوي عليه من زاوية أخرى.

ومن حيث التناسب في مساحة الصور فيجب أن تتناسب أحجام الصور مع بعضها البعض من زاوية، ويجب أن تتناسب أحجام تلك الصور مع الموضوع الذي تعرض له، فلا يصح أن تكون هناك صورة كبيرة الحجم مع موضوع صغير جداً، والعكس صحيح أيضاً.

ومن الأسس الفنية كذلك المحاذاة فتشير إلى "الطريقة التي تصطف بها عناصر التصميم خلال الصفحة، وتنقسم المحاذاة إلى نوعين هما المحاذاة الأفقية وتشمل محاذاة النصوص ناحية اليمين أو اليسار أو الوسط أو الضبط، أما المحاذاة الرأسية وهي على غرار ضبط النصوص والأشكال المرئية بالاتجاه الأفقي<sup>(2)</sup>.

وكذلك الأخذ في الاعتبار حركة العين وهي ويقصد بها الطريقة التي تتحرك بها عين المشاهد حول وخلال عناصر التصميم المرئي، ويتطلب تحريك عين المشاهد خلال صفحة الويب بصفة عامة مراعاة مجموعة من الاعتبارات منها، ضرورة وضوح أدوات الإبحار المتمثلة في الروابط، وضرورة ترتيب العناصر البنائية على الصفحة، وضرورة ترتيب العناصر المتشابهة بطريقة متدرجة، وترتيب الأحجام من الأكبر إلى الأصغر.

ومن الأسس الفنية في تصميم المواقع الوحدة وتعني العلاقة التكاملية بين العناصر المرئية في الصفحة الواحدة، حيث تعطي الوحدة الإحساس بالانسجام، من خلال تنظيمها بين تلك العناصر، فالصور والنصوص المتجاورة تساعد في تفسير الرسالة وفهمها، وذلك من حيث وحدة الموضوع، "ووحدة الصفحة والتي يقصد بها وحدة الصفحة ككل، وذلك من خلال إيجاد وحدة تربط وحدات

(1) حلمى محسب، مرجع سابق، ص 303، 304.

(2) ناصر سعود الرحامنة، مرجع سابق، ص 129.

الموضوعات الفرعية بعضها ببعض بحيث إن وحدة الموضوع لا تنفي وحدة الصفحة، ولكنها تؤكد لها، فيمكن أن تكون هناك وحدة عامة تربط بين وحدات الموضوعات مثل: حجم الخط أو نوعه، وفي نفس الوقت يمكن أن تكون هناك وحدة الموضوع من خلال تمييز بلون معين<sup>(1)</sup>.

وفي ذات الإطار عرضت بسنت العقباوى مجموعة من الاسس التي يجب مراعاتها عند تصميم الصحافة الالكترونية وهي "تزويد الصحيفة بروابط مناسبة، وموثوق بها من مصادر أخرى للمعلومات، تزويد الصحيفة بمعلومات افتتاحية عنها، تزويد الصحيفة بأرشيفات قابلة للبحث، استخدام الوسائل المتعددة التفاعلية في الأماكن المناسبة لذلك، أو حسب الحاجة إليها، تبني استخدام أيقونات مألوفة، إعطاء إشارات واضحة لقوائم الموضوعات والاختيارات المتوفرة، وضع خريطة عامة لتنظيم المعلومات واستخدام إشارة توضح تحديث الموضوعات الجديدة.

### معايير جودة تصميم المواقع الإلكترونية:<sup>(2)</sup>

معيار جودة المواقع الإلكترونية ويقصد به إظهار الموقع بأبهى صورة بحيث يجذب المستفيدين إليه، وتكرار الزيارات مرات أخرى والتنظيم والترتيب بهدف تسهيل غرض المستفيد مثل الترتيب الزمني أو الإبدعى أو الجغرافى أو الهيكل التنظيمى. وسهولة التعامل وهي تعني سهولة استعمال الموقع من قبل المستفيد بغض النظر عن خلفيته العلمية، للحصول على المعلومة المطلوبة، وسرعة الانجاز بأقل قدر من الوقت والجهد، مما يحفز على معاودة الاستعمال، وهذا يزيد من قيمة الموقع، ومن حيث معايير جودة التصميم:

#### (1) الجاذبية: جاذبية الموقع من حيث الابتكار في التصميم، والجمال في الصور

والحركات، بحيث يجعل المستخدم متحمساً لزيارة الموقع. ويمكن قياس هذا

المؤشر حسب البنود الآتية:

- الموقع يتصف بالجاذبية من حيث الابتكار في التصميم.

(1) ماجد تريان، مرجع سابق، ص 208، 209.

(2) بسنت العقباوى، الصحافة الإلكترونية وبنيتها على شبكة الإنترنت، (جدة خوارزم العلمية للنشر والتوزيع،

ط1، 2010م) ص 127-128.

- الموقع يتصف بالجمال في الصور والحركات.
- (2) التوافق بين عناصر التصميم:** وتعنى ملاءمة التصميم والصور المستخدمه فيه لنوع الخدمة التي يقدمها الموقع. ويمكن قياس هذا المؤشر حسب البنود الآتية:
  - التصميم ملائم لنوع الخدمة التي يقدمها الموقع.
  - الصور المستخدمة داخل الموقع ملائمة لطبيعة الموقع.
  - توازن توزيع الصور والنصوص والألوان داخل الصفحة الواحدة.
- (3) الألوان:** وتدخل الألوان في العناصر البنائية المساعدة للموقع وذلك من حيث خصائص الألوان المستخدمة كخلفيات أو ألوان النصوص نفسها عند التصميم. ويمكن قياس هذا المؤشر حسب البنود الآتية:
  - استخدام الألوان الفاتحة كخلفيات.
  - عدم استخدام أكثر من أربعة ألوان للنصوص داخل أي صفحة في الموقع.
- (4) الاستخدام الامثل للوسائط المتعددة (الفيديو والصوت والصورة)**

وتفيد الوسائط المتعددة ( الفيديو والصوت والصورة ) في فهم وتحديد حاجات الجمهور المستهدف، وتذويد المحتوى بالإشكال المتعددة من الوسائل.

ومن حيث خصائص ملفات الفيديو والصوت والصورة المستخدمة في صفحات الموقع ويمكن قياس هذا المؤشر حسب البنود الآتية:

  - يستخدم أقل عدد ممكن من ملفات الفيديو والصوت والصورة داخل الموقع.
  - حجم ملفات الفيديو والصوت والصورة صغير بحيث لا تؤثر على سرعة تحميل الصفحة.
  - يستخدم النصوص المصاحبة لجميع ملفات الفيديو والصوت والصورة لمعرفة موضوعها في حالة صعوبة تحميلها.
  - خواص النصوص المستخدمة في صفحات الموقع. ويمكن قياس هذا المؤشر حسب البنود:
  - يستخدم خط واحد وبحجم واحد وبنفس السمة في الصفحة الواحدة باستثناء العناوين.
  - الخطوط المستخدمة يسهل قراءتها وحجمها مناسب.

- لا تستخدم الحروف الكبيرة لجميع النصوص إلا في العناوين.
- يستخدم فراغات واضحة بين الفقرات لتسهيل القراءة.
- تستخدم عناوين رئيسية أو فرعية تختلف عن النصوص العادية لتمييزها.
- أعمدة التصفح المستخدمة داخل الصفحة لا تخفي جزءاً كبيراً من الصفحة.

### (6) جودة التنظيم

- الفهرس: يحتوي الموقع على فهرس أو وصلات تساعد المستخدم على الانتقال من جميع صفحات الموقع من الصفحة الرئيسية.
- خريطة الموقع: خريطة مناسبة للموقع، ووصلات في كل صفحة لسهولة التصفح. ويمكن قياس هذا المؤشر حسب البنود الآتية:
- يوجد خريطة مناسبة للموقع أو وصلات في كل صفحة بحيث يستطيع المستخدم الانتقال إلى أي صفحة أخرى داخل الموقع يستطيع المستخدم معرفة الصفحة الحالية التي يتصفحها من خلال إظهار عنوانها بالكامل.
- الاتساق: اتساق وتوافق جميع الصفحات في طريقة عرضها
- الشعار: وجود شعار الشركة أو المؤسسة في مكان واضح على كل صفحة من صفحات الموقع.

- (7) استخدام الروابط: عمل الروابط والوصلات بشكل صحيح ووجود روابط المساعدة في كل صفحة، بحيث يتم الانتقال إلى المكان المطلوب بشكل صحيح. ويمكن قياس هذا المؤشر حسب البنود الآتية:
- تعمل الروابط بشكل صحيح بحيث يتم الانتقال إلى المكان المطلوب بشكل صحيح.

- يوجد روابط مساعده في كل صفحة بحيث تسهل للمستخدم الانتقال إلى الصفحة الرئيسية
- من خلال أي صفحة أخرى في الموقع.
- عند تصفح صفحات طويلة يوجد روابط مساعده في الصفحة بحيث تسهل للمستخدم الانتقال إلى أعلى الصفحة.

- عند استخدام رابط من الموقع الأصلي إلى موقع خارجي يستطيع المستخدم الرجوع إلى الموقع الأصلي.

- ويوجد روابط لمواقع مفيدة ذات علاقة بالموقع الحالي.

- يتغير لون الروابط التي تم استخدامها.

### (8) سهولة التعامل

السهولة: سهولة استخدام الموقع، وإيجاد المعلومات، والتصفح فيه. ويمكن قياس هذا المؤشر حسب البنود الآتية:

- سهولة استخدام الموقع وفهمه والتعامل معه.

- سهولة إيجاد المعلومات والتصفح في الموقع.

- سهولة إيجاد الموقع من محركات البحث.

- سهولة معرفة المستخدم بإضافة معلومات جديدة للموقع عند استخدامه.

### (9) دعم مختلف الخصائص:

وذلك من حيث مناسبة عنوان وخصائص الموقع لطبيعته. ويمكن قياس هذا المؤشر حسب البنود:

- مناسبة عنوان الموقع للموقع وطبيعته وسهولة تذكره.

- قصر وقت تحميل الموقع.

- يدعم الموقع التصفح بأكثر من متصفح.

- يعمل الموقع بشكل صحيح باستخدام أوضاع شاشات مختلفة.

- يحتوي الموقع على أقل عدد ممكن من الإعلانات لتفادي طول مدة التحميل.

- يوجد عداد لمعرفة عدد المستخدمين للموقع في فترة معينة.

- يوفر الموقع جميع الخدمات باستمرار دون انقطاع في أي وقت من نهار أو

ليل.

(10) الميزات التفاعلية: وجود تعليمات واضحة لاستخدام أي جزء من الموقع،

وبرنامج مساعدة لمساعدة المستخدمين، وأدوات اتصال وتغذية راجعة بين



المستخدمين والموقع من خلال وسائل اتصال مختلفة. ويمكن قياس هذا المؤشر حسب البنود الآتية:

- يوجد تعليمات واضحة لاستخدام أي جزء من الموقع.
- يوجد برامج مساعدة ورسائل خطأ لمساعدة المستخدمين عند حدوث مشكلة.
- يوجد أسئلة متكررة مع إجاباتها على الموقع.
- يوجد أداة بحث داخل محتوى الموقع.
- يوجد أدوات اتصال وتغذية راجعة بين المستخدمين والموقع من خلال البريد الإلكتروني أو الدردشة أو نماذج التقييم ونحوه.

## المبحث الثالث

### توظيف وسائل الإعلام للمواقع الإلكترونية

الإعلام الإلكتروني هو الإعلام الذي يتم من خلال الطرق الإلكترونية، وفي مقدمتها الإنترنت وتطبيقاته، والوسائط التي يمكن استقبالها في أجهزة الاستقبال الحديثة للمستخدمين من أجهزة الحاسوب أو الأجهزة المحمولة الذكية أو التلفزيونات الذكية والتي أتاحتها تقنيات الاتصال. وتعد التسجيلات الصوتية والمرئية والوسائط المتعددة الأقراص المدمجة والإنترنت أهم أشكال الإعلام الإلكتروني الحديث.

ويعرف الإعلام الإلكتروني بأنه "الخدمات الإعلامية الجديدة التي تتيح تطوير محتوى وسائل الاتصال الإعلامي، آلياً أو شبه آلي، في العملية الإعلامية باستخدام التقنيات الإلكترونية الحديثة الناتجة عن اندماج تكنولوجيا الاتصالات والمعلومات كنواقل إعلامية غنية بإمكاناتها في الشكل والمضمون، ويشمل الإشارات والمعلومات والصور والأصوات المكونة لمواد إعلامية بأشكالها المختلفة"<sup>(1)</sup>.

ويسيطر الإعلام الإلكتروني على سوق الإعلام تديرها دول ومؤسسات وأفراد بقدرات وإمكانيات متباينة، ويجد استخداماً واسعاً من شرائح المجتمع وخاصة الشباب أصبح مستخدمو الإنترنت في العالم في تزايد مستمر في ظل ثورة الانفوميديا والتي تتجسد في الدمج بين وسائل الإعلام والاتصال.

ويتيح الإنترنت للإعلاميين فرصة كبيرة لتقديم موادهم الإعلامية المختلفة بطريقة إلكترونية بحتة دون اللجوء إلى الوسائل التقليدية كمحطات البث والمطابع وغيرها، بطرق تجمع بين النص والصورة والصوت، والتي ترفع الحاجز بين المتلقي والمرسل، ويمكن أن يناقش المضامين الإعلامية التي يستقبلها، إما مع إدارة الموقع أو مع متلقين آخرين.

---

(1) د. ياسر الخزاعلة، إدارة الإعلام الأمني بين النظرية والتطبيق، عمان ، دار الخليج للنشر والتوزيع 2017 م، ص 31.

ويعتبر الإعلام الإلكتروني وسيلة إعلامية احتوت كل ما سبقها من وسائل الإعلام، من خلال إنتشار المواقع والمدونات الإلكترونية وظهور الصحف والمجلات الإلكترونية التي تصدر عبر الإنترنت، بل إن الدمج بين كل هذه الأنماط والتداخل بينها أفرز قوالب إعلامية متنوعة ومتعددة.

كما يمكن القول " إن الإعلام الإلكتروني هو عبارة عن نوع جديد من الإعلام يشترك مع الإعلام التقليدي في المفهوم، والمبادئ العامة والأهداف، ويختلف عن الإعلام التقليدي في أنه يعتمد على وسيلة جديدة من وسائل الإعلام الحديثة وهي الدمج بين كل وسائل الاتصال التقليدي، بهدف إيصال المضامين المطلوبة بأشكال متميزة، ومؤثرة بطريقة أكبر"<sup>(1)</sup>.

ويتميز بسرعة إنتاجه وتطويره وتحديثه وانتشاره وقلة التكلفة وشدة التأثير واستفادات المواقع الاعلامية من سماته وخصائصه في توصيل رسالتها في المجتمع.

ويرى (ماكلوهان) أن "الناس يتكيفون مع ظروف البيئة في كل عصر من خلال استخدام حواس معينة ذات صلة وثيقة بنوع الوسيلة الإتصالية المستخدمة، فطريقة عرض وسائل الإعلام للموضوعات، وطبيعة الجمهور الذي تتوجه إليه تؤثران على مضمون تلك الوسائل، فطبيعة وسائل الاتصال التي تسود في فترة من الفترات هي التي تكون المجتمعات أكثر مما يكونها مضمون الرسائل الاتصالية، ويعتمد (ماكلوهان) فيما يسميه (Technological Determinism)، أي أن المخترعات التكنولوجية المهمة هي التي تؤثر على تكوين المجتمعات"<sup>(2)</sup>.

وأصبح هناك جيل للإنترنت يتفاعل من خلال شبكات التواصل الاجتماعي مثل تويتر وفيس بوك كوسيلة للتواصل بين الناس، وبالتالي أوجد الإعلام الإلكتروني حالة من التفاعلية كما أتاح خاصية نشر المعلومات والحصول عليها.

---

(1)<http://articles.islamweb.net/media/index.php?page=article&lang=A&id=198907>

من كتاب "الإعلام الإلكتروني وتأثيره على الرأي العام" نشرته وكالة الأنباء القطرية.  
(2) حسن عماد مكاوي ووليلي حسين السيد ، الاتصال ونظرياته المعاصرة، (القاهرة، الدار المصرية اللبنانية، ط4، أكتوبر 2003). ص 275.

ويرى ماكلوهان أن التحول الأساسي في الاتصال التكنولوجي يجعل التحولات الكبرى تبدأ لدى الشعوب، ليس فقط في التنظيم الاجتماعي، وإنما في الحواس الإنسانية أيضاً، وبدون فهم الأسلوب الذي تعمل بمقتضاه وسائل الإعلام، لن نستطيع فهم التغيرات الاجتماعية والثقافية التي تطرأ على المجتمعات، "فأي وسيلة جديدة هي امتداد للإنسان، تؤثر على طريقة تفكيره وسلوكه، فكاميرا التليفزيون تمد أعيننا، والميكروفون يمد أسمعنا، والآلات الحاسبة توفر الجهد العقلي وتؤدي إلى امتداد الوعي"<sup>(1)</sup>.

ويمكن تفسير ذلك بأن الإعلام الإلكتروني قد جمع تلك الخصائص البصرية والسمعية والمكتوبة في نطاق واحد تتعامل معها الحواس والتي يوظفها المتلقى وفقاً لرغبته في التعرض للمادة المرسله سواء كانت خيارات سمعية أو مرئية أو مكتوبة، كما أن الحاسب الآلي والهاتف الذكي يقوم بالكثير من المهام دون أن يبذل المستخدم فيها جهداً، وهو ما يمكن تطبيقه على نظرية ماكلوهان في أنها توفر الجهد العقلي، بينما تشير دراسات حديثة الي أن عملية توفير الجهد العقلي تنطوي على سلبيات.

### توظيف الإعلام للمواقع الإلكترونية:

استفادت وسائل الإعلام من التكنولوجيا الحديثة في تقديم خدمات سريعة من خلال استخدام الموبايل وأجهزة الكمبيوتر، وساهمت التقنيات والبرامج الحديثة في عملية الإنتاج الإعلامي في مراحل الجمع والمعالجة والنشر واستفاد الصحفيون والمراسلين من الأجهزة والأدوات التي أتاحتها التكنولوجيا في ارسال الأخبار والمواد الإعلامية بصورة مباشرة إلي المركز الإعلامي للمؤسسة الإعلامية عبر الإنترنت. واستفاد الإعلاميون من بيئة تكنولوجيا الإتصال وأدوات الإعلام في توظيفها في أداء أعمالهم من خلال عدة نواحي، "وقد افاد الإنترنت القائمين بالإتصال في المؤسسات الإعلامية الإلكترونية كمصدر للمعلومات في أداء أعمالهم الصحفية فاستفادوا منه كأداة مساعدة للتغطية الاخبارية، أو كمصدر من المصادر

(1) حسن عماد مكاوي مرجع سابق ص 275.

الأساسية للتغطية الخبرية للأحداث من خلال المواقع المختلفة على الإنترنت واستكمال موضوعاتهم عن التفاصيل والخلفيات للأحداث"<sup>(1)</sup>.

وقد ساهم التطور التقني في بروز تقنيات وأدوات جديدة وتطبيقات على الأجهزة المحمولة والموبايل تخدم العمل الصحفي وتساعد الصحفيين على إنشاء المحتوى بشكل احترافي وبسهولة فائقة.

وإمكان للصحفي استخدام أدوات تقنية في التحرير الصحفي تحقق فيه الدقة أثناء عملية الكتابة خصوصاً في حالة استخدام برامج معالجة النصوص المدعومة بإمكانيات التصحيح اللغوي، أو رصد الأخطاء اللغوية وتصحيحها، بالإضافة إلى توفير درجة أكبر من السرعة عند الرغبة في إجراء تعديلات بالحذف أو بالإضافة، أو النقل للمادة الصحفية.

وأحدثت تطبيقات الإعلام تطوراً خاصاً بالصحفي فقد أصبح مطالباً بتمكنه من الأدوات الحديثة من معرفة جيدة بالحاسب الآلي، وقدرته على الكتابة بشكل ممتاز لبرامج التحرير الصحفي على الكمبيوتر والتي تحدد إطاراً يضع عدد معين من الحروف من الحروف في مقدمة الخبر توظيفا للمساحة في نقل أهم المحتوى بهدف جذب المتلقي، واستخدام برامج الجرافيك في إدخال صورة على الكمبيوتر وتعديلها من حيث الحجم والشكل لتناسب النشر على الإنترنت.

"فرضت الصحافة الإلكترونية واقعاً مهنيًا جديدًا فيما يتعلق بالصحفيين، وإمكانيتهم وشروط عملهم، فقد أصبح مطلوباً من الصحفي المعاصر أن يكون ملماً بالإمكانات التقنية وبشروط الكتابة للإنترنت والصحافة الإلكترونية كوسيلة تجمع بين نمط الصحافة، ونمط التلفزيون المرئي ونمط الحاسوب، وأن يضع في اعتباره أيضاً عالمية هذه الوسيلة وسعة انتشارها التي تفرض هنا اعتبارات تتجاوز المهني إلى الأخلاقي في تحديد المضامين وطريقة عرضها"<sup>(2)</sup>.

---

(1) دكتور رضا عبد الواحد أمين، الصحافة الإلكترونية ( القاهرة: دار الفجر للنشر والتوزيع 2007م ط 1 ص 76.

(2) محمود علم الدين "الصحافة الإلكترونية" ( القاهرة: دار السحاب للنشر والتوزيع 2008) ط 1 ص 187.

وأصبح هناك الصحفي الإلكتروني، وهو الذي يستطيع التعامل والكتابة في الصحيفة باستخدام الوسائل الإلكترونية، وقد أثر الأخذ بنظام التحرير الإلكتروني كبديل للتحرير اليدوي على عمل المحرر.

واستفاد الصحفيون من أدوات تكنولوجيا الإتصال فى أداء العمل الإعلامى من خلال الإتصال الخارجى بالمراسلين وتلقي موادهم عبر البريد الإلكتروني، والاتصال بالمصادر لإجراء أحاديث عن بعد معهم والاتصال الداخلى بالمؤسسة وربطها بشبكة من أجهزة الكمبيوتر خاصة قسم الأخبار والمعلومات، كما ساعد الإنترنت فى تطوير وسائل جمع المادة الصحفية مثل عقد المؤتمرات عن بعد ومؤتمرات الفيديو، والنقاشات.

وقد اتسمت الوسائل الحديثة بميزات إتصالية ومعلوماتية عديدة استفاد الإعلام الإلكتروني منها، تعدد الوسائط، التفاعل والمشاركة والتشبيك والقدرة على التحكم في ظروف التعرض، السرعة والفورية والتحديث المستمر، الشخصية، الحدود المفتوحة، المرونة، الأرشفة، وتوفير الوقت والجهد والمال.

كما ادخلت المواقع الإلكترونية الإعلامية تطويراً فنياً وعملياً ليس فقط على مستوى القارئ بل على مستوى الصحفي نفسه، وفي مصادره الصحفية وكذلك في وفي عرض المادة الصحفية بأشكال متعددة.

وقد شملت هذه التطورات أيضاً الاستفادة من الإنترنت كوسيلة إتصال تفاعلي وذلك عن طريق مشاركة القراء بالتعليقات حول الموضوعات أو المشاركة فى إستطلاعات الرأي أو البريد الإلكتروني والاتصال بالمصادر الصحفية والحصول على الأدوات الصحفية المساعدة كأرقام التلفونات والعنوايين والبريد الإلكتروني والإنضمام الى جماعات صحفية وأخبارية على الواتساب وتويتر وفيس بوك.

وساعدت المواقع الإلكترونية الصحفيين فى إعداد الصفحات المتخصصة كالرياضة والأدب والاقتصاد، والاتصال بقواعد المعلومات ومحركات البحث وأرشيفات المواقع المتعددة والاستفادة منها، ووضعها وفقاً لتبويب الموقع وفى تطوير المهارات الصحفية، والتعرف على الكتب والاصدرات الجديدة من خلال المكتبات الإلكترونية.

وأدت المواقع الإخبارية الإلكترونية دوراً مهماً في المساهمة في تطوير أداء ووظائف الإعلام والعمل الصحفي من خلال ما وفرته من سرعة وقدرة على نقل ومتابعة الأحداث، والاستحواذ على الأجيال الجديدة من جمهور وسائل الإعلام المختلفة حتى أن بعض المواقع الإخبارية فرضت نفسها كمرجعية إخبارية يلجأ لها الجميع للحصول على الأخبار والمعلومات من خلال الموبايل والأجهزة المحمولة. كما ساهمت المواقع الإخبارية على إحداث نقلة نوعية في الأداء الصحفي سواء كان ذلك على صعيد الكفاءات والخبرات المهنية أو على صعيد المحتوى وأساليب وأشكال العرض والتقديم للرسائل الإعلامية مستفيدة من الخدمات التي وفرتها شبكة الإنترنت وتحديداً في اعتمادها النص الفائق والوسائط المتعددة التي أثرت المواقع الإخبارية وساعدتها في تقديم المعلومات والحقائق من مصادرها الأصلية وبأسرع وقت ممكن.

### المواقع الإعلامية والتفاعلية:

وأحدثت المواقع الإلكترونية بتقنياتها المتعددة تأثيراً على الإعلام حيث يرفق الخبر أو الموضوع بالصور وملفات الصوت، وملفات الفيديو، إضافة إلى تعليقات القراء والروابط ذات الصلة، مما جعل كوسيلة إعلامية تحتوي على عدد من الوسائل الإعلامية المتنوعة في ذات الصفحة من الموقع الإلكتروني. ومكنت التكنولوجيا المواقع الإلكترونية الإعلامية من توظيف خاصية التفاعلية في العملية الإتصالية والتي أحدثتها تقنيات الإعلام الجديد من خلال التصميم للموقع بوضع خاصية تتيح مشاركة الجمهور في إرسال واستقبال آرائهم وتعليقاتهم اتجاه الموضوعات المطروحة وبالتالي أوجدت المواقع الإلكترونية استجابة تفاعلية في التعبير عن الآراء اتجاه مختلف القضايا والموضوعات المطروحة. واستطاعت تكنولوجيا الإتصال تكوين بيئة اعلامية تفاعلية يمكن للمشاركين التواصل من خلالها سواء بشكل متزامن أم غير متزامن وتبادل الرسائل، من أجل المشاركة في الخبرات والمعلومات بأهداف مختلفة وفقاً لميول المتلقين رغم الحضور عن بعد.

واتاحت المواقع الإلكترونية الفرصة للجمهور للمشاركة في نقل وبث الرسائل الإعلامية مما أكسبها مزيداً من الشعبية والمصداقية لدى جمهورها. وتحظى المواقع الإخبارية الإلكترونية كوسيلة إتصالية بانتشار واسع اليوم خصوصاً بعد أن أثبتت قدرتها على استقطاب الجمهور من وسائل الإعلام الأخرى، وتطويع مزايا الإنترنت لبناء نموذج اتصالي خاص بها يتسم بالتواصل والسرعة مع الجمهور والقدرة على النفاذ إلى جميع أنحاء العالم، وهو ما يجعلها وسيلة إتصال جماهيري عالية الفعالية والأهمية بالمقارنة مع الوسائل الأخرى. وتعد المواقع الإخبارية من البوابات المهمة على الإنترنت، وأتاحت التغطية الفورية والحية والمستمرة والتفاعلية واللامحدودة والغنية بأدوات الوسائط المتعددة. ولقد "زاد الإنترنت الى حد كبير التداخل بين كل من المرسل والمستقبل قبل وأثناء وبعد إرسال الرسالة الاتصالية، فالصحفي حينما يجمع موضوعاً من الإنترنت فإنه في هذه الحالة يكون مستقبلاً قبل ان يكون مرسلًا والمستقبل عندما يتعرض للموضوع ويقوم بالرد بناء على الامكانيات التفاعلية التي يتيحها الموقع فيتحول من مستقبل الى مرسل" (1).

وتتيح التفاعلية في المواقع الإخبارية للمستخدم بأن يكون مشاركاً نشطاً في إعداد محتوى وسيلة الإعلام التي يرغب في متابعتها أو قراءتها ومتابعتها، وبالتالي فإن الموقع الإخباري عن طريق هذه الخاصية يجذب زواره إليه لمواصلة زيارة الموقع ومتابعته وهو ما يكسب الموقع أيضاً أهمية أكبر ويسهم في تحسين وتطوير خدماته لزواره.

"والتفاعلية ليست سمة مميزة لوسيلة الاتصال بل سمة مرتبطة بعملية الاتصال، وأن مفهوم التفاعلية يوجه الانتباه إلى العوامل النفسية والاجتماعية المحيطة بعملية الاتصال فهو جسر بين الاتصال الجماهيري والاتصال المواجهي الذي يعد إتصلاً تفاعلياً كاملاً، وهو ما يجعل التفاعلية تشكل واقعاً اجتماعياً" (2).

(1) رضا عبد الواحد أمين، مرجع سابق ص 80.

(2) خالد محمد غازي "الصحافة الإلكترونية العربية الالتزام والانفلات في الخطاب والطرح" (القاهرة - وكالة الصحافة العربية 2010) ط 1 ص ص 187 - 188.



## توظيف المواقع الإعلامية للوسائط المتعددة

أصبحت الوسائط المتعددة محور العملية الإتصالية وأهمية دورها في مواقع الإنترنت أن إندماج تكنولوجيا المعلومات والاتصال وتعددية الوسائط ساعد في تفعيل المحتوى التفاعلي في العمل الصحفي في المواقع من خلال إستخدام التقنيات والأدوات الجديدة، مع امكانية تشبيكها ومشاركتها مع مواقع التواصل الاجتماعي.

وفي عصر المعلومات والوسائط المتعددة أصبح على الصحفي الاستعانة في التغطية الصحفية على الحاسبات الإلكترونية والهاتف الذكي. وبات استخدام الهواتف الذكية مثل الايباد والايفون في إعداد التقارير الصحفية اليوم أمراً مفروضاً على الصحفيين فالأحداث المتسارعة والمنافسة في سرعة نقل الخبر تستدعي الاستفادة من التطورات التكنولوجية الهائلة، وتبرز أهمية تعلم استخدام الهاتف في إنجاز التقارير الصحفية لما له من مزايا تتعلق بسهولة الاستخدام وخصوصاً في الأحداث الكارثية والمناطق الوعرة التي يصعب فيها حمل معدّات التصوير الثقيلة. ويمكن استخدام الهاتف الذكي منها ما هو متعلق بالمهارات المطلوبة أو بالمعدّات اللازمة للحصول على صور ومقاطع فيديو ذات جودة عالية إضافة لتطبيقات تحرير الفيديو وإضافة الصوت والمونتاج والبت المباشر والإرسال وغيرها، وقد استخدمت العديد من المؤسسات الإعلامية تقنية الهواتف الذكية في إعداد تقارير صحفية.

إضافة الى الاستفادة من التطبيقات الاجتماعية والاتصالات، وعملياً فإن معظم مستخدمي iPad و iPhone يستخدمون وسائل الاعلام الاجتماعية، مثل فيسبوك وتويتر. وهناك تطبيقات تحرير الصور والتطبيقات الإبداعية، ويمكن من خلال تطبيق الكاميرا الموجود على أحدث هواتف iPhone يُمكنك التصوير بتأثيرات إضاءة مختلفة.

ومن حيث إنجاز الاعمال عبر هاتف iPhone أو جهاز iPad اللوحي، يمكن تضمين عدد من أدوات الإنتاجية كجزء من نظام التشغيل، بما في ذلك Pages،

و Numbers، و Keynote، وهي التي توفر وظائف تحرير النصوص وجداول البيانات والعروض التقديمية بشكل كامل.

ووتضح أهمية مساهمة الوسائط المتعددة المتاحة من خلال الإنترنت في تطوير مهارات الصحفيين في البحث والتحليل والتدقيق في مصداقية المعلومات وقيمتها، وخاصة التغطية الفورية والسريعة. ولقد اتاحت خصائص الوسائط المتعددة (الصوت، الصورة، النص، الحركة)، والنقل الحي والسريع وتبادل الأدوار في العملية الإتصالية بين المرسل والمستقبل على الإنترنت في أن يكون رائدا للإعلام التفاعلي.

ولتحقيق الجودة في مواقع الإنترنت لابد ان يوظف التصميم من حيث الشكل والمضمون كافة وسائط تقديم الرسالة من نصوص وصور ثابتة أو متحركة وأصوت، وألوان ومواءمة هذه العناصر وصولاً بالفاعلية إلى اقصى مدى ممكن عند تقديم المادة الاعلامية .

وتتيح الوسائط المتعددة للمواقع الإعلامية الإلكترونية الجمع بين سمات جميع وسائل الإعلام الأخرى، الصحافة المطبوعة، والمسموعة، والمرئية، بل والتفوق عليها من خلال قدرتها على إضافة الصور والرسوم المتحركة والرسومات وغيرها من وسائل الإيضاح والتوثيق في النص الصحفي والتي تكسب المواقع الإخبارية القدرة الفائقة على الإبهار والتأثير وجذب الجمهور والاستحواذ عليه.

"والوسائط المتعددة في مجال الإعلام والإتصال هي عبارة عن حزمة الوسائل الإعلامية الرقمية التي تشمل النص والصورة بأنواعها، والصوت، والرسوم، ويتم إنتاجها وعرضها وتقديمها في موقع واحد أو مواقع متعددة، وتتفاعل مع بعضها وظيفيا في إطار نظام مؤسسي يتيح للمتلقي الوصول والتجول والاختيار الحر إلى جانب المشاركة في بناء المعنى"<sup>(1)</sup>.

إن استخدام الوسائط المتعددة في العمل الإعلامي يمكن من تحقيق المصداقية وذلك من خلال النقل المباشر للحدث والاتصال بالمصادر ذات الصلة بالحدث

---

(1) رضا عبد الواحد أمين مرجع سابق ص 73، 74.

والاستفادة من مواقع التواصل بنقلها للحدث بصورة فورية عبر الفيديو وهو متاحته  
الوسائط المتعددة.

ووفقاً لنظرية ثراء وسائل الإعلام فإنها تصنف وسائل الإعلام من الأكثر ثراءً إلى  
الأقل ثراءً وهي تفرق بين وسائل الاتصال من حيث درجة ثرائها على أساس قدرتها  
على تحقيق أكبر قدر من التفاعل مع الجمهور. وطبقاً للنظرية ذاتها فإن "الوسائل  
الإعلامية التي توفر رجوع الصدى تكون أكثر ثراءً، فكلما قل الغموض كان  
الإتصال الفعال أكثر حدوثاً، فتزايد المعلومات هو العملية التي تقوم فيها  
المعلومات بتخفيض درجة الغموض وإيجاد مساحة من المعاني المشتركة باستخدام  
وسيلة إتصالية معينة"<sup>(1)</sup>.

وهو يمكن أن تحققه الوسائط المتعددة في الإنترنت من خلال دعم النص بالصورة  
والفيديو وبالتالي إثراء الموضوع بمزيد من المعلومات كما يمكن للمتلقى أن يشارك  
في ذات الموضوع وهو ما يدعم القاسم المشترك بين استخدام الوسائط المتعددة  
وتحقيق التفاعلية إذ أن النظرية تركز بشكل أكبر على الأشكال التفاعلية للإتصال  
في اتجاهين القائم بالإتصال والجمهور المستقبل للرسالة، وتكتسب الوسائط أهميتها  
في إثارة اهتمام المتلقي وجذبه وبقاء أثر التعرض واستمراره، وتدعيم العمليات  
المعرفية وبصفة خاصة التذكر.

وانطلاقاً من مقولة مارشال ماكلوهان الرسالة هي الوسيلة يعتمد النجاح في التعامل  
مع تقنيات الوسائط المتعددة في العمل الصحفي من خلال تطوير مهارات التعامل  
معها ما يقود إلى صياغة رسالة تؤدي أهدافها.

ونظرية الانتقالات، أو نظرية وسائل الاتصال كامتداد للحواس، أو نظرية الحتمية  
التكنولوجية لمارشال ماكلوهان وهي تعد من أكثر نظريات الاتصال انتشاراً  
ووضوحاً في ربطها بين الرسالة الإعلامية والوسيلة والتأكيد على أهمية الوسيلة في  
تحديد نوع الإتصال وتأثيره حيث اعتبر ماكلوهان أن الوسيلة هي الرسالة وأنه لا

---

(1) رضا عبد الواحد نفس المرجع، ص 55.

يمكن النظر إلى مضامين وسائل الإعلام بمعزل عن التقنيات التي تستخدمها وسائل الاتصال والإعلام لأن التقنيات تؤثر على مضمون الرسالة.

وتتيح الوسائط المتعددة قدرات اتصالية كبيرة تسمح في نقل وتعزيز المعنى والدلالات والتأثير للرسائل الإعلامية التي تنقلها المواقع الإخبارية عبر ما يتيح من أدوات تأثير وتذكر للمتلقين بتعدد وسائل نقل المعرفة " النصوص - الصور الثابتة والمتحركة - الصوت - الفيديو"، وتحفيز زوار الموقع على المتابعة والتفاعل مع الرسائل الإعلامية التي تحملها الوسائل المتعددة، وهو ما يؤكد تنامي أعداد زوار المواقع الإخبارية الإلكترونية وخاصة خدمة الفيديو.

وفي مقابل ذلك فإن المواقع الإخبارية الإلكترونية في العالم العربي لم تستفد من خاصية الوسائط المتعددة على النحو المطلوب بما يسهم في إثراء تلك المواقع ويجعلها أكثر قدرة على إشباع حاجات ورغبات جمهورها، باستثناء مواقع قليلة بعضها خاص بفضائيات عربية شهيرة.

### توظيف الهاتف الذكي في الإعلام:

ولقد وظفت وسائل الإعلام الهاتف الذكي كأداة إعلامية في الإنتاج والتغطيات وataحت تطبيقاته المونتاج للصوت والصورة والفيديو لمرحلة إعداد المواد الإخبارية. وبالنسبة للمتلقين من خلال ما أحدثه من تفاعلية من في مواقع التواصل الاجتماعي بأن يكون مشاركا في صنع الحدث.

ويمكن الربط بين نظرية الانتقالات أو نظرية وسائل الإتصال كامتداد للحواس أو نظرية الحتمية التكنولوجية واستخدامات الهاتف الذكي اليوم بأعبائه وسيلة أثرت في التشكيل الاجتماعي والثقافي للمجموعات. وعند النظر الى جانب الحواس من زاوية الرابط بين استخدام الحواس وشاشة الهاتف الذكي حيث اصبح المتلقى في حاله انشغال دائم بالرسائل المتعددة ووسائل التواصل الاجتماعي الذي اوجدته في حالة تزامنية متواصلة ومستمرة في الاطلاع على ماتبئه شاشة هاتفه الذكي وبالتالي أثرت في أدراكه ومستويات الذكاء لديه.

وقد أحدثت أجهزة الإتصال الحديثة من هاتف ذكي وغيره من الأجهزة المحمولة حالة من الاغراق المعلوماتي أثرت في جمهور المتلقين في مستويات الذكاء وعدم

الانتباه والتركيز، وتقف العديد من الدراسات العلمية على هذا المحور والذي يكمن تأثيرته في انفلات سيطرة الأجندة الاجتماعية على حياتنا اليومية في دائرة من الأنغلاق الافتراضى، وتدفق اعلامى يصعب معه المتابعة والتخصيص وتحديد التفضيلات والخيارات وبالتالي احداث حالة من التوهان الفكرى والثقافى باعتبار ان كل شئ يقدم جاهزا ولا مجال لاعمال العقل البشرى والذي اصبحت مشاركته سطحية تقوم بتقديم كل خدمته الاجهزة الذكية.

وتعددت الدراسات العلمية لتأثيرات استخدامات الهاتف الذكى وما احدثه من تأثيرات سلوكية واجتماعية على الافراد وطريقة تفكيرهم وادراكهم للقضايا المختلفة، حيث اثبتت العديد من الدراسات العلمية أن الاعتماد على الأجهزة الذكية تقلل من نسبة ذكاء الأفراد المستخدمين الذين يعتمدون عليه بشكل كامل. وقد قام طبيب نفسي أمريكي (دانيال كانيمان) وهو واحد من المهتمين بدراسة التفكير البشري، بنشر دراسة تشرح تأثير التكنولوجيا واستخدام الأجهزة الذكية بشكل مستمر على عقل الإنسان وقدراته الإدراكية، وقد قسم الأشخاص إلى نوعين من حيث طريقة التفكير والإدراك. النوع الأول هم المفكرين البديهيين وأوضح أن هؤلاء الأشخاص عندما توجه لهم أي سؤال يخص عام محدد أو حدث شهير، فانهم لن يستغرقوا لحظات قليلة في محاولة التذكر والاعتماد على أنفسهم، وسرعاً ما يقومون بالبحث عن الإجابة عن طريق الإنترنت، أو إذا كانت المعلومة موجودة على هواتفهم الذكية. النوع الثاني هم المفكرين التحليليين وهم الأشخاص الذين يعتمدون بشكل كبير في حل مشكلاتهم على التفكير الأكثر منطقية وهو أن يقوم الشخص بدراسة جميع الخيارات المتاحة أمامهم قبل أن يتخذون القرار النهائي لحل المشكلة فإنه سيحاول بشتى الطرق بأن يعتمدوا على الذاكرة والمواقف التي ترتبط بهذا الحدث، وعندما تفشل كل الطرق الممكنة في تذكر الأمر يلجأ في النهاية إلى استخدام الهواتف أو الإنترنت.

وقد أوضح دانيال تأثير الهواتف الذكية على تلك الطريقتين المختلفتين من خلال إجراء بحث شارك فيه 600 متطوع، وعرض عليهم الباحث مجموعة من المشاكل وسمحوا لهم باستخدام الأجهزة الذكية إذا أرادوا ذلك، وقد "أكدت أن الأشخاص

المحللين يقوم باستخدام هواتفهم بشكل أقل من أصحاب التفكير البديهي، مما يجعلهم أكثر ذكاء من غيرهم كما أن استخدام الهواتف الذكية تجعل أصحاب التفكير البديهي تصاب عقولهم بحالة من الكسل، ونقل نسبة ذكاءهم بشكل تدريجي" (1).

كما كشفت دراسة علمية أخرى حديثة أشرف عليها باحثون أمريكيون أن استخدام الهاتف المحمول يقلل القدرات المعرفية. ووجد الباحثون في دراسة من كلية ماكومبس في جامعة تكساس في أوستن، أن الإفراط في استخدام الهاتف المحمول الذى أصبح في متناول اليد يسبب مشاكل في التركيز. لتأكيد نتائج الدراسة قام الباحثون بقيادة "أدريان وارد" بتحليل بيانات ما يقرب من 800 مستخدم للهواتف الذكية في محاولة لقياس، كيف يمكن للناس إكمال مهامهم عندما تكون هواتفهم الذكية قريبة منهم، وطلب الباحثون من المشاركين في الدراسة الجلوس على جهاز كمبيوتر واتخاذ سلسلة من الاختبارات التي تتطلب تركيز كامل من أجل الحصول على درجات جيدة. وجد الباحثون " أن الأشخاص الذين يستخدمون الهواتف المحمولة أو يمسونها فى يدهم أو يضعونها جانبهم، أقل فى القدرات الإدراكية من المشاركين الذين يضعون هواتفهم في غرفة أخرى. وتشير النتائج إلى أن مجرد وجود هاتف ذكى واحد يقلل من القدرة الإدراكية المتاحة ويضعف الأداء المعرفى، على الرغم من أن الناس يشعرون أنهم إعطاء اهتمامهم الكامل والتركيز مع الآخرين" (2).

### توظيف تطبيقات الإعلام الجديد:

كما ساعدت تطبيقات الوسائط الاجتماعية فى التفاعلية للمجموعات ذات الاهتمام الواحد، واستفادت المواقع الإلكترونية من حزم ووسائل التواصل الاجتماعى التى أحدثها الإعلام الجديد فى إدخال الفيس بوك والتويتر ويوتيوب ضمن موقعها الإلكتروني وإنشاء مواقع اخرى تتضمن لها على اليوتيوب أو الفيس بوك واصبح

(1) المرسال، دراسة تثبت أن الهواتف الذكية تجعلك أقل ذكاءً، 19-11-2017م، تاريخ الاطلاع 22-10-2018م

2018://www.almsal.com/post/560502

(2) دراسة، لن تتوقعوا العلاقة بين الهواتف الذكية ومستويات الذكاء، بتاريخ 30-6-2017م تاريخ الاطلاع 22-10-2018م. <http://www.hiamag.com>

الجمهور مشاركا في وضع الاجندة للموقع الإلكترونية، وقد أولت العديد من المؤسسات الإعلامية تقديم خدمات اخبارية من خلال الموبايل للرسائل النصية والفيديو.

ولقد احدث الإعلام الجديد بأدواته وتطبيقاته تأثيراً واضحاً على مجمل العملية الاعلامية، "والإعلام الجديد تولد من التزاوج بين تكنولوجيات الاتصال والبت الجديدة والتقليدية مع الكمبيوتر وشبكاتة تعددت أسماؤه، ولم تتبلور خصائصه النهائية بعد، ويأخذ هذا الاسم لأنه لا يشبه وسائط الإتصال التقليدية لا في الوسيلة ولا في التطبيقات، فقد نشأت داخله حالة تزامن في إرسال النصوص والصور المتحركة والثابتة والأصوات"<sup>(1)</sup>.

ويعرف قاموس التكنولوجيا الرفيعة High Tech Dictionary الإعلام الجديد بشكل مختصر ويصفه بأنه " إندماج الكمبيوتر وشبكات الكمبيوتر والوسائط المتعددة".

واتاحت المواقع الإلكترونية خيارات متعددة للمتابعين لخدماتها مستفيدة من الخصائص التي اتاحتها التقنية في الموبايل عبر تطبيقات جاهزة تمكن من تخصيص نوع الخدمة التي يرغب في تلقيها المستفيدين من أخبار ورياضة وطقس وأهتمامات وخدمات مصرفية وبالتالي انتقلت المواقع الإلكترونية الي إنتهاج اسلوب الصفحات المتخصصة في عملها الصحفي والإعلامي.

واوجدت بيئة الإعلام الجديد الحاجة الي صحفي متخصص يؤدي عمله في اطار بيئه الإعلام الجديد التي احدثها الهاتف الذكي خاصة شبكات التواصل الاجتماعي إذ مكنت الاجهزة الذكية من دمج الوسائل الاعلامية في جهاز واحد.

واولت العديد من المؤسسات الإعلامية أهتماما بتطبيقات الهاتف الذكي في تقديم خدمات تثقيفية لعدد من القطاعات كالصحة والزراعة والرعاية والخدمات المصرفية والتعليم، وأصبحت خدمات الهاتف المحمول تنهض بعدد من الوظائف في التوعية

---

(1) عباس مصطفى صادق، الاعلام الجديد المفاهيم والوسائل والتطبيقات، ط1 (عمان: دار الشروق للنشر والتوزيع،2008)، ص 30.

من خلال استخدام الوسائط المتعددة وتقديم المعلومات وخدمات الارشاد والطقس والمناخ.

ويمكن القول، أن الإعلام الجديد مكن من معالجة البيانات بأساليب مختلفة بإنتاج نسخ مخصصة وملبية لحاجات الفرد واختيار نوع المحتوى باستخدام الوسائط المتعددة وفقا للشكل الذى يرغب فيه المتلقى كما اتاح الإعلام الجديد امكانية التعديل للصور والرسومات والتحديث المستمر للمعلومات وربط المحتوى النصى بالافتباس لمواقع لشبكات التواصل الاجتماعى مثل تويتر أو ربط كلمة فى النص بموسوعه الموقع وفقا لحاجه المتلقى فى المزيد من المعلومات.

ويتميز الإعلام الجديد بعدد من المميزات والخصائص فى دمجها للوسائل المختلفة على الكمبيوتر وشبكاته وتعددية الوسائط وتحقيقه لميزات الفردية والتخصيص والتفاعلية.

ويعرف قاموس الكمبيوتر الإعلام الجديد "بأنه يشير إلى جملة من تطبيقات الاتصال الرقمي وتطبيقات النشر الإلكتروني على الأقراص بأنواعها المختلفة والتلفزيون الرقمي والإنترنت. وهو يدل كذلك على استخدام الكمبيوترات الشخصية والنقالة فضلا عن التطبيقات اللاسكية للاتصالات والأجهزة المحمولة فى هذا السياق. ويخدم أى نوع من أنواع الكمبيوتر على نحو ما تطبيقات الإعلام الجديد فى سياق التزواج الرقمي إذ يمكن تشغيل الصوت والفيديو بالتزامن مع معالجة النصوص وإجراء عمليات الاتصال الهاتفى وغيرها مباشرة من أي كومبيوتر"<sup>(1)</sup>.

وساهمت شبكات التواصل الاجتماعى فى ظهور مضامين ثقافية وإعلامية جديدة، مما دفع مؤسسات الإعلام الى متابعة الأجندة الجديدة التى تضعها هذه الشبكات وتقديمها فى سياق خدماتها الإعلامية وتخصيص مواقع باسمها فى الفيس بوك وتويتر ويوتيوب... الخ.

وضعت المؤسسات الإعلامية فى إعتبارها أن الجمهور بدأ ينتظم فى مجموعات وفقا للاهتمامات لإعلام موجه من جمهور لجمهور، فأوجدت منابر للرأي

---

(1) عباس مصطفى صادق، مرجع سابق، ص 31.



والمشاركة بالأراء فى القضايا المطروحة ومن خلال تخصيص مدونات فى مواقعها مدرکه للدور الجديد للجمهور فى المشاركة والتفاعل إذ لم تعد المؤسسات الإعلامية تحتكر الخدمات الإعلامية المقدمة.

ولقد مکن الاقبال المتزايد لشبكات التواصل الاجتماعى وتميزها بسرعة نقل الخبر وتدعيمه بالصورة الحية والمعبرة والنقل المباشر للحدث فى المساهمة فى رفق المواقع الإلكترونية بالأخبار والمعلومات والمساهمة بشكل فعال فى صناعة وإدارة المضامين الإعلامية والتفاعل والمشاركة فى مختلف القضايا.

ويشير الإعلام الجديد إلى حالة من التنوع فى الأشكال والتكنولوجيا والخصائص التي حملتها الوسائل المستحدثة عن التقليدية، وهو ما يرمز لفكرة الحداثة والجدة، خاصة فيما يتعلق بإعلاء حالات الفردية والتخصيص، وهما تآتيان كنتيجة للتفاعلية، وهى ميزة أساسية. ويمكن اعتبار تلك المميزات احدى جوانب الاختلاف بين الاعلام القديم والجديد.

والإعلام الجديد بمحتواه الاتصالى متعدد الوسائط من النصوص والصور وملفات الصوت ولقطات الفيديو أثر تأثيرات كبيرة خلال السنوات الماضية بشكل خاص ما يعرف بصحافة المواطن وكان له تأثيرات اجتماعية وسياسية وتجارية.

ولقد أحدثت وسائل الاعلام الجديد حالة من الانتباه لدى المتلقي من حيث التفاعلية وهو ما يؤكد نظرية مارشال ماكلوهان أن الوسيلة هى الرسالة بمعنى أن الرسالة تترك تأثيرها على الوسيلة عندما يتفاعل المتلقي مع الموضوع الذى يهتم به.

وأستصحت وسائل الإعلام الجديد البيئة الاجتماعية المحيطة بالمتلقى والذى تتدفق من حوله الرسائل الاعلامية من مختلف الوسائط مما يجعله فى حالة تشتت ذهني، وتتعدد لديه خيارات الانتقاء من الرسائل المختلفة، فأجراءات الدراسات الإستقصاء سلوكه وعادته وتفضيلاته وذلك للفئات العمرية المختلفة وأهتمامات الجمهور بهدف وضع مادة اعلامية سريعة وجاذبة وهامة والمواقع الناجحة هى التى تستطيع ان تستقطب متلقين بإنتاج إعلامي ذو جودة ومتابعة مستمرة فى وجود مجتمع تفاعلى يخصص فيه الافرد احتياجاتهم الاساسية.

واعتمدت المواقع الإلكترونية فى المنافسة على جذب المتلقين على تدعيم خيارات المشاهدة وفقا لتفضيلات الوسائط لدى زوار المواقع، والتي تجد تجوالا وخاصة موقع اليوتيوب لقصر زمن عرض المادة فيه، إذ أن المتلقى غالبا ما يكون منشغلا بكم هائل من الرسائل التي تأتيه من الشبكات المختلفة حيث يجد نفسه مشتت الذهن فى عملية الانتقاء.

والمادة الاعلامية التي تقدمها المؤسسة الإعلامية تبنى عليها مصداقيتها أمام الجمهور إذ أن المؤسسات الإعلامية تحاول ان تصل الى الجمهور من خلال مختلف الوسائل المادة والمحتوى ونظرية مكلوهان تفسر مفهوم الاعلام الجديد حينما يقول الوسيلة هي الرسالة وهي ان الوسيلة تترك اثرها العميق على الرسالة الاعلامية فاذا الاعلام الجديد مبنى على تقنيات جديدة له خصائصه التي تترك أثارها على الوسيلة الاعلامية من هذه الخصائص التفاعلية ومشاركة الجمهور بما يمكن الارسال الجماهيرى والاستقبال الجماهيرى للوسيلة.

ولقد أدركت العديد من المواقع الإعلامية الإلكترونية دور شبكات التواصل الاجتماعى فى الجوانب السياسية والاقتصادية والاجتماعية وتأثيرها وذلك نظراً لارتباط قطاع كبير من الأفراد بتلك الشبكات فأشتركت مؤسساتها الاعلامية فى هذه الشبكات لتوصيل رسالتها وتشبيك مواقعها الالكترونية معها بهدف كسب متابعين لها لتعزيز وجودها على المنصات الاعلامية المختلفة وتغطية اكبر عدد من الجمهور حتى تجد اهتماماً ومشاركة وتعليق عدد أكبر من الناس، بل أن القائم بالإتصال يقوم بإدارة حوارات اعلامية مع ضيوف يحاورهم مواطنون من خلال طلب القائم بالمشاركة فى اعداد الاسئلة للضيف المحاور.

واستفادت مؤسسات الإعلام من خاصية التفاعلية والفورية فى مواقع الإنترنت على مشاركة المتلقى فى المحتوى من خلال استخدام المنصات متعددة الوسائط من مدونات وغيرها من الوسائط الاجتماعية وبالتالي اصبح الجمهور مشاركا فى إنتاج المحتوى ومتفاعلا.

ويشير دكتور خالد محمد غازي الى مجموعة من العوامل تتدخل في الموقف الاتصالي لتساعد على تحقيق التفاعلية وتشمل الإشباعات التي يشعر المتلقى من

التفاعل مع الرسالة والتقبل وهي بذلك مرتبطة بعدة عناصر تتمثل في جودة الأداء والدوافع التي تشجع المتلقي على الرد على المرسل ومدى توافر روح الدعابة، والرغبة في التعلم والمعرفة والتفتح الذهني والصراحة الرغبة في التواصل الاجتماعي<sup>(1)</sup>.

ومن الشبكات الاجتماعية على الإنترنت الفيس بوك وهو موقع تواصل اجتماعي يعمل على تكوين الاصدقاء ويساعدهم على تبادل المعلومات والملفات والصور الشخصية ومقاطع الفيديو والتعليق عليها وإمكانية المحادثة والردشة الفورية، ويسهل إمكانية تكوين علاقات في فترة قصيرة.

واتاحت العديد من المواقع الإعلامية خاصة مشاركة النص من خلال ( فيسبوك تويتر واليوتيوب وهي خاصة تمكن المستخدم من مشاركة ما هو وارد في الموقع من نصوص وصور فيديوهات سواء عبر تلك الشبكات ليتمكن كل من اصدقاء المستخدم بالاطلاع على محتوى المادة الإعلامية، وكذلك التفاعلية في خدمة التعليقات على الاخبار والموضوعات التي يقدمها الموقع.

وقد أعتمدت كبرى المؤسسات الإعلامية على تويتر في تغطية الاحداث وتطور الاخبار الآنية والعنوايين الرئيسية، وتويتر هو خدمة تسمح للمغردين إرسال تغريداتهم في رسائل نصية لا تتعدى 140 حرفاً للرسالة الواحدة.

ويستعين بتويتر العديد من الصحفيين في الحصول على مادتهم الإعلامي وما يهتمهم من القراء واهتماماتهم، فقد يوجهون لهم الاسئلة ويتلقون إجابات مفيدة عليها تساعدهم في إنجاز تقاريرهم الإخبارية.

ويعتبر تويتر وسيلة تذود المستخدمين بتطورات الأحداث الآنية من موقع الحدث أولاً بأولاً ويمكن من اجراء تحديثات للاخبار، ومن مميزاته الإعلام بالخبر حال وقوعه من موقع الحدث كما يمكن المتابعين من المعرفة المستمرة لاخبار اهتماماتهم ومن عيوبه الترويج للشائعات فهناك من يسئ استخدامها في إرسال

---

(1) خالد محمد غازي، مرجع سابق، ص 188.

معلومات قد تكون خاطئة أو غير موثوقة، مما يلزم المؤسسة الإعلامية التراجع عنها أو تصحيحها.

أما موقع اليوتيوب هو موقع لمقاطع الفيديو يتبع لقوئل يتيح إمكانية التحميل عليه أو منه لمقاطع الفيديو ويضم أعداد كبيرة من المشتركين ويزوره الملايين يومياً وتستفيد منه وسائل الاعلام بعرض مقاطع الفيديو التي لم تتمكن شبكات مراسيلها من الحصول عليها.

ومن الشبكات الاجتماعية التي أستفادت منها المواقع الإلكترونية المدونات وهي صفحات على الإنترنت عليها تدوينات أصحابها وفق نظام، مؤرخة، مرتبة ترتيباً تصاعدياً أو تنازلياً وفق آلية لأرشفة التدوينات القديمة، ولكل تدوينة عنوان دائم يمكن الرجوع إليها في أي وقت، وتعطي الحق للقراء من التعليق مباشرة أو عبر البريد الإلكتروني الخاص بالمدون.

والتدوينات هي مدخلات يقوم المدون بإضافتها الى محتوى مدونته وهي أما أن تكون نصوصاً أو صوراً أو فيديو، وهو ماجعلها مصدراً للأخبار والآراء وأصبحت المواقع الإلكترونية تخصص تبويبا ضمن موقعها الرسمي تعرض فيه التدوينات التي تغطي مختلف المجالات.

وقد أتاحت المدونات للفرد العادي المستخدم للإنترنت أن يكون صحفياً وكاتباً ومنتجاً للمعلومات وقادراً على إسماع صوته للآخرين متجاوزاً قيود وموانع الوسائل التقليدية، ووفرت المدونات الإلكترونية أماكن هائلة للتواصل وتبادل الأفكار والمعلومات لمختلف الأشخاص وفي مناطق عديدة من العالم وتوفر لديها محتوى ضخم ومتنوع.

ويمكن تلخيص توظيف مواقع التواصل الاجتماعي في العمل الإعلامي في الأتي:

1-تتيح مواقع التواصل الاجتماعي مثل فيسبوك - تويتر - يوتيوب - جوجل بلاس وغيرها في التعرف بشكل أوسع على اهتمامات الجمهور واتجاهاتهم، ووفق ذلك يمكن صنع قصص صحفية تدور حول تلك الاهتمامات لتجذبهم إلى الموقع الإلكتروني، وتكون أكثر قدرة على تلبية احتياجاتهم المعرفية، والطريقة الأهم لمعرفة ذلك هي متابعة الهاشتاجات الأكثر تداولاً عبر مواقع التواصل.

2- تساعد في الوصول إلي المصادر المختلفة للمؤسسات وغيرها من الجهات والتي تعتمد على مواقع التواصل وبالتالي يمكن للصحفي متابعة تلك الصفحات في الحصول على الأخبار.

3- يمكن للصحفي أن ينظم مصادره في الفيس بوك وتويتر من خلال إستخدام القوائم، حيث بإمكانه تكوين قائمة يضع فيها صفحات المصادر التي يتابعها لتزوده تلقائياً بآخر ما نشرته تلك الصفحات، وتلعب دور انتقائي للأخبار التي تهتمه وسط زحام المواد المنشورة عبر موقعي فيس بوك وتويتر.

5- يمكن الاستفادة من تلك المواقع في نشر استطلاعات الرأي التي تحتاج إلى أن يبني عليها موضوع صحفي معين؛ والاستفادة من العدد الكبير الذي يستخدم تلك المواقع في الحصول على إجابات سريعة ومتنوعة تفيد في بناء قصة صحفية.

6-نشر المؤسسة الصحفية أعمالها عبر مواقع التواصل يضفي إليك قيمة مهنية وهي منصات مفتوحة يمكن من خلالها نشر الاعمال الصحفية.

### **الاستفادة من خدمات المواقع (الأدوات والتطبيقات):**

مكنت مواقع الإنترنت الصحفيين من الاستفادة من الخدمات التي تقدمها في برامج وأدوات وتطبيقات توظف لخدمة الصحفيين وتسهيل عملهم وهو ما اتاحه التطور التقني والالكتروني وهناك عده مواقع تقدم تطبيقات للصحفيين مثال لذلك:

### **موقع قوقل تريند:**

يمكن التعرف على ما يبحث عنه الجمهور عبر موقع البحث جوجل وذلك عن طريق Google trends وبالتالي وضع خارطة للعمل في الموقع من حيث اختيار كلمات البحث التي أكثر تداولاً واستخدامها في الموقع، ولكي يكون الموقع متداولاً في البحث يجب إستخدام العنوايين القصيرة والبحث في قوقل تريند عن الكلمات المستخدمة والأكثر تداولاً في طريقة البحث وإدراجها في بوك استايل ليجد الموقع ترتيبه في مقدمة محركات البحث.

ويمكن الاستفادة من البرامج التي تقدمها قوقل والاستفادة من وسائل التواصل الاجتماعي في الترويج لمواعيد البرامج والتفاعلية مع القراء.

أن معرفة اجندة الوسائط الاجتماعية يساعد في وضع توجهات اخبار اليوم، مع الفعالية والتأثير تأتي من تحديث الخبر والتأكد من مصادر وصحة الخبر مع أهمية وجود فيديو. ويتيح موقع يوتيوب معرفة أهم الفيديوهات المتداولة من خلاله عن طريق YouTube trends، وهي إمكانية يوفرها الموقع لمعرفة ما هو متداول من خلاله.

لذلك كان لابد من إكساب الصحفيين كل تلك المهارات عن طريق التأهيل الأكاديمي والتي هي في جديد كل يوم بما يقتضى إنشاء مؤسسات تدريبية لمواكبة التطورات التقنية المستحدثة والتي أثرت في مجمل العملية الإتصالية ودور القائم بالإتصال لإيجاد أساليب تحقيق جودة العمل ويكون قادراً على الاحتفاظ بالمتلقى في ظل المنافسة من المواقع الإلكترونية الأخرى.

وقد مكنت مواقع الإنترنت الصحفيين من الاستفادة من الخدمات التي تقدمها في برامج وأدوات وتطبيقات توظف لخدمة الصحفيين وتسهيل عملهم وهو ما اتاحه التطور التقني والإلكتروني وهناك عدة مواقع تقدم تطبيقات للصحفيين.

### موقع إنفوغرام:

"ومن المعروف أن الاستعراض البصري للبيانات حظى بشعبية كبيرة خلال السنوات القليلة الماضية مع تزايد عدد وسائل الإعلام التي تستخدم المرئيات باعتبارها وسيلة لجعل الأرقام مثيرة أكثر للاهتمام وأسهل للفهم"<sup>(1)</sup>.

ومع ازدهار مماثل شهدته برامج استعراض البيانات، ما يعني أنه بات من السهل جداً سرد القصص مع البيانات. وهناك العديد من الأدوات المتطورة، مثل إنفوغرام، وهو أداة على الإنترنت يقوم بإنشاء استعراض للبيانات البصرية والمعلومات الجرافية.

وتساعد الصحفيين علي إنشاء رسوم بيانية بأنفسهم بطريقة سريعة وسهلة، إذ يمكن أدخل البيانات على الموقع، وبقليل من الخطوات سيقوم البرنامج تلقائياً بإنشاء المخططات أو الرسوم الجرافية من هذه المعطيات دون الحاجة لطلب مساعدة من

(1) أداة المانيا، مادة تدريبية، بتاريخ 2013، تاريخ الاطلاع 2018-11-11، <http://onmedia.dw->

[akademie.com/arabic/?p=2145](http://akademie.com/arabic/?p=2145)

مصممي الجرافيك وهو أداة لجعل الأرقام تبدو جاذبة للاهتمام وأسهل للفهم. ما يعني أنه بات من السهل جداً سرد القصص مع البيانات. وبعد نشر البيانات على الموقع، يمكن تضمينها كمقطع فيديو يوتيوب وأيضاً مشاركتها على الفيسبوك وتويتر.

### موقع ثينج لينك:

كما يمكن الاستفادة من موقع ثينج لينك وهو عبارة عن أداة تساعد على إضافة المزيد من المعلومات للصور من خلال إضافة روابط أو موقع إلكتروني، أو مقطع فيديو، أو مقطع صوتي . وهو أداة مفيدة لابتكار أجزاء بسيطة من الوسائط التفاعلية، بهدف استكمال قصة<sup>(2)</sup>.

كما أن هناك العديد من برامج المونتاج التي يمكن للصحفي تنزيلها من مواقع الإنترنت وتفيد الصحفي في عمله ويمكن الوصول إليها من خلال البحث في قوقل. وتساعد كل تلك المواقع الصحفي في تنشيط عمله من خلال الوسائط المتعددة واضفاء التفاعلية بأسلوب جذب الانتباه ومخاطبة الاهتمامات بما يساعد في التواصل مع الجمهور.

وقد استفادت وسائل الإعلام في توظيف المواقع الإلكترونية من خلال موقع المؤسسة الاعلامية واصبح متاحاً للقائمين على أمر الموقع الحصول على احصائيات عن زوار الموقع ومعدلات قراءة المادة الإعلامية في الموقع. وبالتالي توظيف هذه المعلومات في الدراسات التقييمية للموقع.

كما استفاد الإعلام من توظيفة للمواقع الإلكترونية في زيادة خيارات الاطلاع للقراء وتفضيلاتهم من حيث تقديم عدد من الوسائط المختلفة والمدونات وشبكات التواصل الاجتماعي داخل موقع المؤسسة الإعلامية .

ومن خلال المواقع الإلكترونية استفادت المؤسسات الإعلامية في تحقيق العالمية من خلال سرعة انتشار المعلومات ووصولها إلى أكبر شريحة محلياً ودولياً وذلك بأقل تكاليف، والنقل الفوري للأخبار والأحداث والوقائع ومتابعة التطورات التي تطرأ

(2) أذاعة المانيا، مادة تدريبية، بتاريخ 2013، تاريخ الاطلاع 6-11-2018، -http://onmedia.dw-akademie.com/arabic/?p=2041

عليها مع قابلية تعديل وتحديث وتجديد الأخبار والنصوص الإلكترونية في أي وقت، مما جعله ينافس الوسائل الإعلامية التقليدية. كما استفادت المواقع الإلكترونية لمؤسسات الإعلام من خاصية نشر الأخبار دون قيود متجاوزه الحدود الجغرافية للدول، وبالتالي قدرة المستخدم على الوصول بسهولة إلى عدد كبير من مصادر المعلومات والمواقع. ويمكن القول أن المواقع الإلكترونية استفادت من خاصية التفاعلية في تبادل التعليقات وتشكيل شبكة للاتصالات والتواصل، وفي مشاركة الجمهور في صنع محتوى الإعلام من خلال النص المكتوب والصوت والصورة والفيديو.



## **الفصل الثالث**

# **التكوين العلمى والتدريب المهنى للقائم بالإتصال**

- المبحث الاول: التكوين العلمى للقائم بالاتصال**
- المبحث الثانى : التدريب المهنى للقائم بالاتصال**
- المبحث الثالث: المعايير القياسية للقائم بالاتصال**

## المبحث الاول

### التكوين العلمى للقائم بالإتصال

يبدأ الإنسان مسيرة طويلة من التعليم والتكوين، وتبدأ تلك المسيرة بالتعليم في مراحل العمر الأولى، وحتى حصوله على المؤهل العلمى الذي يمهد انخراطه في العمل. ويعرف التكوين بأنه: " عملية منظمة و مستمرة محورها الفرد في مجمله، تهدف إلى إحداث تغييرات محددة سلوكية وفنية وذهنية لمقابلة احتياجات محددة، حالية أو مستقبلية "(1).

ويمكن تعريف التكوين أيضاً بأنه عملية تزويد بالمعرفة والمهارات وتغيير السلوك والاتجاهات للفرد، والتي تبدأ منذ الألتحاق بالمؤسسة الجامعية أو كليات الإعلام، الأمر الذى يعكس اتساع مفهوم التكوين باكساب المهارات لطلاب الإعلام عن طريق معامل التدريب، وهناك ترابط وتناسق بين مختلف مراحلها فى هذا العصر الذى يتميز بالسرعة والتغيير على كافة الأصعدة.

ومن العوامل التى ظهرت على أساسها الحاجة الى التكوين العلمى:

اولاً: التطور السريع في كل المجالات فى هذا العصر بسبب زيادة استخدام التكنولوجيا والتقنيات مما يتطلب مواكبتها، "وتزداد أهمية التكوين إذا ما عرف أن أبرز سمات العصر الحديث، تلك التغيرات الهائلة والمستمرة في المعارف الإنسانية، وما يترتب على ذلك من تغييرات مستمرة في نظم العمل"(2).

ثانياً: إن خريجي المؤسسات التعليمية يكونون بحاجة إلى التكوين فى العمل الذى يتولونه، كل حسب تخصصه قبل أن يزاول عمله فعلاً، فالطالب الذى يتخرج من كلية الإعلام والذي أتم دراسته بنجاح حين يبدأ عمله فى مجال الإعلام والصحافة، وفي حياته العملية عليه أن يكون على بينة بقواعد العمل فى الإعلام.

(1) على محمد عبد الوهاب، التدريب والتطوير، الرياض، معهد الادرة العامة ، 1981م، ص 19

(2) رداح الخطيب، التدريب الفعال، عمان: عالم الكتاب الحديث، ، 2006، ص 31.

ويرتبط تكوين الإعلاميين في العديد من دول العالم العربي بالمؤسسات الجامعية، وذلك ضمن كليات الإعلام أو الآداب، وتجد انتشاراً واسعاً في العديد من الدول، ورغبة واسعة من الطلاب في الالتحاق بالجامعات في مجال الإعلام. وتبرز أهمية كليات وأقسام الإعلام في الجانب البشري، في توفر كفاءات مهمة، يمكنها أن تسهم إلى حد بعيد في تكوين فاعلين وباحثين متخصصين في الإعلام. وتحتاج المؤسسات التعليمية لرصيد من الدراسات النظرية والتطبيقية والتجارب الأكاديمية الداخلية التي عادة يضعها الخبراء في مجال الإعلام، وذلك حتى تلبى متطلبات التكوين لدى الصحفيين.

### أهمية التكوين العلمي في الإعلام:

وتكتسب مؤسسات التكوين الإعلامي أهمية في وجود أساتذة للإعلام متخصصين فيما يلي الجوانب الإعلامية المختلفة وذلك لإعداد جيل إعلامي قادر على إدارة العملية الإتصالية والتي فرضت التخصصية في العديد من الجوانب العلمية والاقتصادية وغيرها، والتي تتطلب إعداداً جيداً وتوسيع للمدارك العلمية في ذات التخصص وإكساب الثقافة العالية. ذلك ان الأعداد الجيد للقائم بالإتصال بأعباءه وسيطاً بين مصدر المعلومة والمتلقى يفرض عليه تقديمها بشكل جيد يفي برغبات وتوجهات المتلقى وذلك من خلال قدرته على تبسيط المعلومة وتقديمها بشكل قابل للاستيعاب من قبل المتلقى.

وقد فطنت العديد من كليات الإعلام في المؤسسات الجامعية لأهمية مواكبة كل المستجدات التقنية والتكنولوجية، في سياق إعداد الطلاب، فأتمت مناهجها بالتحول في إنشاء أقسام للوسائط المتعددة والنشر الإلكتروني والإعلام الإلكتروني، وأدخل مناهج متجددة ومستمرة في إطار عملها لتجويد وترقية المنتج الأكاديمي لكليات الإعلام بالجامعات بما ينعكس إيجاباً على أداءها بشكل كامل، وذلك في سياق إعداد الطلاب.

وتوجهت المؤسسات الأكاديمية في أقسام وتخصصات الصحافة والإعلام في العالم العربي إلى وضع مساقات دراسية خاصة بأدوات وتقنيات شبكات التواصل الاجتماعي، والعمل على تطوير المساقات الحالية بما يثري محتواها بمفاهيم

ومهارات استخدام شبكات التواصل الاجتماعي ويصقل مهارات خريجي هذه الاختصاصات بتلك المهارات اللازمة.

وعمدت المؤسسات الجامعية إلى إعطاء كليات الإعلام قدراً كبيراً من الأهتمام بما يوافق تطلعاها للانتقال إلى مرحلة أخرى من سوق العمل يأخذ فيها الجانب التطبيقي حيزاً كبيراً للمواكبة.

إن مرحلة التكوين العلمي بالجامعات تتطلب وجود موارد بشرية في هيئة التدريس ذات تخصصية عالية في ظل تزايد ورغبة للطلاب للالتحاق بكليات الإعلام وأقسامها .

"كما لا يجب أن ينسى الدور الأساسي المنوط بمؤسسات التشغيل في عملية التكوين، إذ التواصل بينها وبين المؤسسات التعليمية يُسهّل على المؤطر وضع الأهداف والغايات التي يجب أن تسطر قبل وضع المناهج والتصورات النظرية لمسالك ووحدات التدريب والتكوين"<sup>(1)</sup>. كما أن هناك حاجة إلي وضع خطط واستراتيجيات للتعليم والتدريب والتأهيل بهدف الاستغلال الأمثل للتكنولوجيا الجديدة للاتصال والتعامل الإيجابي والفعال مع المفاهيم الجديدة للمواقع الإعلامية في الإنترنت.

إن التطورات التقنية والاقتصادية والثقافية السريعة التي نعيشها اليوم تفرض تحديات على خريجي الإعلام، وخصوصاً في العالم العربي في المواءمة بين الدراسات النظرية والعملية، بما يساعد في التأهيل والتكوين للدارسين في قدرتهم على أبتكار التصاميم الإعلامية المستحدثة في شكل الكتابة للوسائل المستخدمة، وفي تصميم الشكل الجاذب للمادة الإعلامية وأداء الأعمال في مختلف التخصصات.

---

(1) التكوين الإعلامي وقلق البحث العلمي بالمغرب، كريم بابا / مجلة الصحافة ، مقال ، تاريخ النشر 22ديسمبر 2016م، تاريخ الاطلاع 6-6-2018م

<http://institute.aljazeera.net/ar/ajr/article/2016/12/161222072033388.html>

ومؤسسات التكوين العلمي مطالبة بسد الفجوة بين الدراسات النظرية والعملية في مجال الإعلام بتزويد الدارسين بالمعارف والمهارات اللازمة وكيفية التعامل مع المستجدات في مجال الإعلام، مما يعنى الحاجة المستمرة فى ترقية البرامج التدريبية أثناء العملية التعليمية، وللتدريب أهمية ودورة فى ترقية وجودة العمل باعتباره عملية مستمرة وجهود مخططة تضعها مؤسسات التكوين العلمي الإعلامي منذ البدء ومؤسسات العمل في سياق تطويرها لمستمر للمضمون الإعلامي.

والتكوين العلمي للإعلامي يعنى حصول القائم بالإتصال على شهادة علمية (أكاديمية) متخصصة في الصحافة والإعلام، أو حاصل على دورات تدريبية وحاصل على شهادات خبرة في هذا المجال.

ولقد أبرزت دراسات البنية البشرية في مؤسسات الإعلام السودانى حقيقة لا شك تشترك فيها كثير من الأقطار، وهى وجود ثلاثة مستويات للقائمين بالإتصال في مجالات الإعلام المختلفة وهى:1<sup>(1)</sup>

أ. خريج الجامعة المتخصص في دراسة الإعلام.

ب. خريج الجامعة غير المتخصص في دراسة الإعلام.

ج. ممارس الإعلام غير الحاصل على الشهادة الجامعية.

### التكوين العلمى الإعلامى:

ويدخل في إطار التكوين العلمى الاعلامى لطلاب الاعلام الآتى:

#### 1- مستوى الطلاب وقدرتهم على الإبداع:

ويعنى مستوى الطلاب وقدرتهم على الإبداع وملكاتهم الفكرية فى تشكيل مواد صحفية وإعلامية انطلاقاً من قدراتهم الذاتية.

#### 2- مضمون التكوين من المناهج

ومضمون التكوين من المناهج التي تتم دراستها يعنى إكتساب المعرفة للطلاب والقدرة على التحليل والنقد، وذلك من أجل إستغلال أمثل تجهيزات التكوين

---

(1) هشام محمد عباس،القائم بالإتصال رؤية في الواقع السودانى،(الخرطوم، مطبعة الجمهورية، م2004، ط1) ص 67.

وخاصة المتعلقة بتكنولوجيات المعلومات والاتصال في مجال الصحافة المكتوبة والصحافة المرئية والتقنيات متعددة الوسائط.

وقد فرض تحديث البرامج التعليمية والإعدادات تحديات على المؤسسات التعليمية والبحثية المختلفة، حيث عملت هذه المؤسسات على تطوير برامجها ومناهجها المتعلقة بالإعلام وإدخال برامج ومناهج مستحدثة استجابة للتغيير الكبير الذي أحدثته المواقع الإلكترونية الإعلامية الإلكترونية وأسلوبها في العمل، فظهرت في المجتمع الأكاديمي التعليمي، مناهج دراسية عديدة متخصصة في الصحافة الإلكترونية، تمثل تحولا كبيرا في الفكر التعليمي وفي المهارات التي يفترض أن يحصل عليها دارسو الصحافة بهذه المعاهد والكليات، حتى أصبحت المناهج والدورات التدريبية خليطاً مما يدرسه طالب الإعلام والصحافة وطالب الهندسة وطالب الحاسبات وتكنولوجيا المعلومات والبرمجيات.

وأصبح على مؤسسات التكوين العلمي اليوم مواكبة التحولات التكنولوجية لطلابها في كيفية التعامل مع أجهزة الحاسوب والاستغلال الأمثل للإنترنت في الوصول إلى المعلومات وفي التراسل الإلكتروني والتدريب على مختلف البرمجيات الخاصة بالمعالجة الآلية والنصوص والصور وكيفية إعداد مواد الوسائط المتعددة وأصبحت العديد من المؤسسات التعليمية تهتم ببرامج التكوين في مجال الملتيميديا واصبحت كفاءة الطالب المتخرج تقاس بمدى أملاكه للمهارات التكنولوجية. ويعتمد النجاح اليوم في المؤسسات الإعلامية بالدرجة الأولى على البرامج التدريبية التي تعتبر سمة أساسية للإعلام، ومواكبة التطورات التكنولوجية الراهنة.

و تسعى المؤسسات الإعلامية اليوم إلى توظيف مختصين تكونوا وتلقنوا معارف ومعلومات عبر مجموعة من المراحل التعليمية والتكوينية التي ساعدت في اكتساب الأفراد مجموعة من المعارف والخبرات كل حسب تخصصه.

### 3- الأساتذة في التخصص الإعلامي:

والأساتذة في التخصص الإعلامي بمعنى أن يوضع في الاعتبار أهمية التخصص للقائمين بأمر التدريس إستناداً الى ماتطلبه بيئة التكوين اليوم من تعلم واستخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصال من ضرورات متميزة وخاصة بهذا المجال.

#### 4- التفاعل مع الوسط المهني:

والتفاعل مع الوسط المهني وذلك من خلال القيام بشراكات في سوق العمل، تعود بالفائدة على الطالب أثناء تكوينه الأكاديمي (دورات تدريبية وامكانيات توفير فرص العمل أثناء تلك الدورات وذلك في اطار الأعداد المستقبلية للموارد البشرية بالمؤسسة الإعلامية بقصد تحسين مضامين التكوين وإثرائها.

وتبين الدراسات أن التدريب الصحفي مهم أثناء الدراسة لأنه يتيح الفرصة للطلاب لتطبيق الجزء النظري الذي تعلموه، وذلك على أرض الواقع، كما أنه يعطي الفرصة للطالب ليبنى بداية شخصيته الإعلامية، ويتعود على نظامه وطريقته.

كما أن تطوير المهارات الإعلامية من شأنه أن يشمل المهارات الإتصالية والتقنية واللغوية، وتوظيف استخدام التقنية في عمله ومعرفته بالأساليب الإعلامية المستخدمة واكسابه المهارات اللغوية لتحقيق عالمية الرسالة والانتشار.

فالبرامج التدريبية تساعد على تحقيق الأهداف المتوقعة فيجب تحديد محتوى البرنامج وموضوعاته أو أنشطته، حتى يتسنى للمؤسسة الإعلامية تنفيذ هذه البرامج على الشكل المطلوب ، وبالتالي الوصول إلى النتائج المرجوة.

#### التكوين العلمي:

يعني التكوين العلمي يعنى كل أوجه التعلم التي تلقاها الفرد من قيم ومهارات وثقافات وأفكار ومعلومات عامة ويتميز التكوين العلمي الإعلامي في المجال الأكاديمي بعدد من الخصائص، فهو من حيث الأهداف يسعى لتطوير المعارف والعلوم لدى الطالب وتعلم أساليب التفكير المنطقي السليم، وخدمة إحتياجات المجتمع أما من حيث المدة الزمنية فهي طويلة الأجل، تعتمد على سنوات الدراسة، سواء كانت دبلوم أو بكالوريوس أو دراسات عليا، أما من حيث المحتوى فتمتاز بأنها شاملة ومتسعة.

ومن العوامل المؤثرة في التكوين العلمي:

#### 1- تحديث المناهج

إن كليات الإعلام في العالم العربي تحتاج إلى مواكبة المناهج التي تدرس مع سوق العمل، وتضييق الشقة ما بين العلم النظري والتطبيقي، كما أن إتاحة الفرصة

للطلبة للتدرّب في المؤسسات الإعلامية خلال فترة الدراسة، من شأنه أن يخلق توازناً بين النظرية والتطبيق.

كما يجب وضع تحديثات مستمرة للمناهج الأكاديمية في كليات الإعلام وأقسامها حتى تواكب التطورات في مجال الإعلام بمختلف فروعها، ولا بد أن يشمل التحديث في المناهج التحديثات التي تلامس المضمون الحقيقي الذي يحتاجه الطالب الذي يشهد تطور الإعلام ويلمسه في حياته العادية.

## 2- توفر معامل التدريب:

كما يجب أن تتوفر في كليات الإعلام الوسائل التطبيقية المساندة للعملية التعليمية مثل وحدة التدريب والإنتاج الإعلامي ومركز المعلومات الإعلامية والمعامل والاستوديوهات المتوفرة بأقسام الكليات، وذلك بغرض تأهيل الدارسين في البرنامج تأهيلاً عصبياً يساعد على تطوير حقل الإعلام في مجالات البحث والممارسة والتدريس.

## 3- الممارسة العملية:

وتتصل بالربط بين التأهيل العلمي والممارسة العملية في الإعلام من خلال مزج البرامج النظرية بتطبيقات عملية في الفروع الإعلامية التخصصية للإعلام

### التكوين العلمي والمناهج:

اختلفت وجهات النظر في تحديد ما إذا كان الإعلام علم أم فن؟ أي هل هو أمر يقوم على خبرة ودراسات علمية مكتسبة، أم أنه مرتبط بالمكونات الذاتية للشخص الممارس لهذه المهنة، وصاغ كل فريق مبرراته التي تؤيد رؤيته، فهناك من يرى أن ممارسة مهنة الإتصال لا يمكن أن تأتي بإجتهد شخص إنما تعتمد بالدرجة الأولى على الموهبة الفطرية، ولا بد أن تتوفر للشخص ملكات إيجابية مثل سرعة الفهم، وحدة الذكاء، ودقة الملاحظة وبعد النظر، أي أن يكون له المقدرة على الإحاطة والتعرف في كل موقف.

بينما يرى آخرون أن الإتصال علم وفن معاً، فهو علم إنساني ويضبطه وهو فن يحتاج لموهبة فطرية، فمن كان عنده موهبة فطرية بالإضافة إلى العلم يكون أقدر



الأشخاص على إكتساب مزيد من المهارات التي تصل به إلى التخصص الدقيق في هذا العلم وبالتالي التأثير في المستقبل.

وفي ظل وجود هذه المستويات فإن الأمر يتطلب إعداد القائم بالإتصال من جانبين: الأول: الجانب الأكاديمي: وهو تعليم أصول العلم والنظريات.

- الثاني: الجانب الخاص بتدريبه وتأهيله في مهنته.

وبوسع الصحفي بدء العمل دون تدريب منهجي، وبدون تعلم جيد، أو دون معرفة تخصصية وفي الحقيقة فإنه لا تشترط عدة بلدان شروط رسمية تكون مؤهلاً للوافدين الجدد على مهنة الصحافة وفي الوقت تزداد به فرص مثل هذا التأهيل في كليات الاعلام التي تخرج صحفيين تحصلوا على مثل هذه المؤهلات، ومن ناحية أخرى فإن بعض الصحفيين في العالم العربي اغلبهم على الارجح خريجوا جامعات لذا فإن تخصصهم يكون شأنًا آخر غير الصحافة كأن يكون في العلاقات الدولية أو اللغة الأنجليزية أو الاداب أو العلوم.

ومن المؤكد أن العمل الصحفي يتطلب حساً من المسؤولية والنضوج والمهنية، فإن " الصحفيين الذين يفنقرون للمهنية يمكن أن يتسببوا ضرراً بليغاً، إذ يمكن أن يقوموا دون قصد بأشانه سمعة شخص ما أو ينشروا الأكاذيب أو يحرضوا على العنف، إن الصحفيين يؤثرون في الآراء التي تتكون لدى الجمهور فلهم وزنهم ضمن مجتمعاتهم ولا بد لهم لدى تحملهم مسؤولية مثل هذا التأثير من أن يلتزموا الحرص"<sup>(1)</sup>.

وقد فرض واقع التطورات المتسارعه في قطاع الإعلام التي أحدثتها الابتكارات التكنولوجية، تحدياً عن مدى ملاحقة الجامعات لهذه التطورات، ومواكبتها في مناهجها وبرامجها التدريبية إن وجدت، لتزويد خريجها بمهارات تعينهم في مستقبلهم العملي.

---

(1) دليل الصحفيين السودانيين، ماريا فراوينراث وجيف فيلبس، لندن، صندوق الانماء التابع للبي بي سي العالمية، 2005م ( ط1، ص4.

ويرى العديد من الباحثين أنه على الرغم من عراقة التعليم الأكاديمي الصحفي في العالم العربي، إلا أن هناك معوقات تواجه كليات الإعلام العربية وخصوصاً فيما يتعلق بعدم تجديد المناهج والاكتفاء بالمراجع القديمة، إضافة للقصور الملحوظ في المساحة الممنوحة لعنصر التدريب والنقص في استندوهات التدريب.

وتستند معظم الجامعات على مقررات نظرية في مناهجها الخاصة بالإعلام، يتبنى عدد محدود منها برامج تدريبية في مراكز تابعة لها، أو تفرض على طلابها ساعات تدريبية في وسائل إعلامية.

أن مرحلة التكوين العلمي للقائم بالإتصال لا بد أن تشمل على مجموعة معارف وعلوم متعددة تعين القائم بالإتصال على تكوينه المهني مستقبلاً إذ أن هناك عدد من العلوم التي يجب أن يتلقاها طالب الإعلام تتصل بمناهج في العلوم الانسانية والاجتماعية والاقتصادية، كعلوم الحاسوب والتكنولوجيا والوسائط الحديثة واللغات كمناهج اضافية تساعد في التكوين العلمي للقائم بالإتصال في مرحلة التكوين العلمى حتى يستطيع الوفاء بمتطلبات سوق العمل الإعلامى والذي يتطلب تعدداً في المهارات.

هذا فضلاً عن أهمية تأهيل الاساتذه بين فترة وأخرى وإطلاعهم على آخر التطورات التي تسهل على الصحفي عمله، وذلك لان علوم الصحافة ليست ثابتة كعلوم اللغة والتاريخ والجغرافيا.

وكما أن الدراسة والتطبيق مهمان لعمل صحفي أفضل، فهناك عامل يرتبط باستعداد الصحفي نفسه للتعلم وتنقيف نفسه.

### مطلوبات مناهج الإعلام:

1- ضرورة اعتماد تدريس الإعلام على المستوى النظري والعملية، إضافة إلى البحث العلمي، ومواكبة تطور وسائط الإعلام المتعددة، والتدريب على أساسيات إنشاء الصفحات الإلكترونية وتقديم مضمون خبري قصصي ومحتوى تشاركي يراعى شكل النص وأهمية الصورة والفيديو.

2-مقررات تدعم الطلاب الاعلام بمهارات تمكنهم من التخصص بتغطية مجالات معينة كالعلوم والاقتصاد والثقافة وغيرها.

## وهناك متطلبات للتكوين العلمي في مجال الإعلام

- \* ضرورة دراسة مادة التربية الاعلامية .
- \* ضرورة الاهتمام بالبحث والتعمق
- \* ضرورة تدريب الطلاب على الاهتمام بالمحتوى الإعلامي وتجويده.
- \* التأكيد في المنهج الاكاديمي على قيم التدقيق بالمعلومات والمصادر، وتقديم المسؤولية على السرعة.
- \* والاهتمام بالمحتوي الرقمي لناحية الجذب وطريقة العرض.
- \* مواكبة ثورة التكنولوجيا.
- \*التعويل على أساتذة متخصصين لديهم سنوات خبرة من ممارسة المهنة، ومكتسبات نظرية ومهارات عملية صقلتها التجربة قد لا تتوفر في الكتب يمكن نقلها إلى جيل جديد، يزودونه بحصيلة خبرات في ميدان العمل لمؤسساتهم، الإعلامية.
- \*أن يتحلى الطالب بالاستعداد يكون دافعاً له لاكتساب مهارات متعددة، وبناء نفسه ومعرفته على أساس سليم ومواكبة كل جديد، في مجال متجدد كل يوم.
- والدراسة الأكاديمية لا تعني أن الخريج مؤهل للعمل بشكل مهني في كثير من الأحيان وفي سياق ذلك النقص في الجانب التدريبي تعمل العديد من المراكز التدريبية المنتشرة في العالم العربي على سد الفجوة بين المرحلة الأكاديمية وتزويدهم بمهارات أساسية وعملت على تقديم إضافات تقوى من الجانب النظرى وتدعم العمل وخاصة فيما يلي استخدام الوسائط المتعددة وأساليب العرض والتقديم للمواد الإعلامية والمونتاج وغيرها من الأدوات التي تساعد في العمل.

### فوائد الدراسة الاكاديمية:

إن الدراسة الأكاديمية لها جوانب عديدة مفيدة إذا ما توفرت البيئة المناسبة للبحث والتطوير للطلاب، وتقدم كليات الإعلام مساقات عديدة تتعلق بالإعلام الرقمي من جهة، وتفاعل الإنسان مع التكنولوجيا من جهة أخرى. ليكون في المحصلة لدى الخريج سلة أدوات تمكّنهم من العمل في عدّة مجالات في عالم الإعلام وقطاع التكنولوجيا الرقمية.

إن ما يحتاجه التكوين العلمي للقائم بالاتصال هو تكامل بين التعليم الأكاديمي والتدريب العملي الذي تقدمه مراكز متخصصة تركز على الجانب التطبيقي .

وعن مدى مواكبه مناهج الإعلام لسوق العمل يرى فتح الرحمن محبوب أن الإعلام بشكل عام يمكن أن ينقسم الى قسمين قسم يتعلق بالمهارات وآخر يتعلق بالسياسات ولذلك التدريب الذى يتحصل عليه القائم بأمر الإتصال يفترض أن يشمل احدهما أو الاثنين حسب موقعه. وأن المطلوب من المنتج أن يكون ملماً ومدركاً للمهارات التى تتعلق بالوسيط الذى يعمل فيه سواء كانت نشر الكتروني أو راديو أو تلفزيون. والشخص الذى يدير المؤسسة الإعلامية يحتاج الى سياسات، مثل التشريعات الإعلامية وما الى ذلك لكن هذا لا ينفى أن يكون القائم بالاتصال ملماً بالسياسات العامة التى تحكم عمله وفي ذات الوقت يكون عنده مايتعلق بالمعرفة المعرفة والالمام بالمهارات الخاصة بالاتصال.

"بالنسبة للاتصال يتم عن طريق وسيط والمهارات تتعلق بمعرفة الوسيط والامكانيات الفنية للوسيط سواء كان صحافة ورقية لديها إمكانياتها وجمهورها ولها الكيفية التى يتم بها العمل وكذلك الحال بالنسبة للراديو والتلفزيون والنشر الالكتروني ولكل طرائقها المختلفة في العمل.

بمعنى أن نفس المادة يتم نشرها عن طريق الوسائط المختلفة يتم نشرها بطريقة مختلفة وهذا يتطلب الالمام بالامكانيات الفنية للوسيط المستخدم وهذا هو دور القائم بالاتصال أن يكون ملماً بالامكانيات الفنية للوسيط المستخدم. والتدريب يفترض أن يتم الاعداد عبر الجامعات لمهارات الاتصال ولا تقتصر على سبورة واستاذ، وإنما توفير المعينات المتعلقة بالتدريب على نوع العمل سواء كانت أذاعة أو تلفزيون، ويجب أن تتوفر استيدوهات ومعامل وهذا ما لا يتوفر فى أغلب الجامعات. وبالتالي يحدث خلل وظيفي في التعليم. وتلعب المعينات دوراً كبيراً والسياسات يمكن تدريسها ومناقشتها استاذ وطلاب عكس مايتعلق بالجانب التقنى والذى يحتاج الى معامل.

إن الوزن الاساسى للعمل الاعلامى هو فى معرفة الامكانيات الفنية وأدارة هذه المعرفة لخدمة توصيل المادة للجمهور المستهدف، ومن جانب اخر فإن الاعلامى

بشكل عام يعمل ضمن محيط سياسي واقتصادي واجتماعي وهذا المحيط يوفر المدخلات للعمل الإعلامي لما يحدث في الواقع وبالتالي فإن تطور الإعلام يرتبط بهذا الواقع تقدمه أو تخلفه.

والمنهج هو عبارة عن وظيفة وبكالوريوس الإعلام هو لديه القيمة الوظيفية والبكالوريوس للمعرفة، والدبلومات التقنية هي لمعرفة استخدام الآليات وبالنسبة للدراسات العليا الماجستير والدكتوراة هو عبارة عن تطبيق تطبيقات فيما يتعلق بهذا المحيط وهذا الواقع من منظور إعلامي<sup>(1)</sup>.

إن الإعداد الأكاديمي للقائم بالاتصال يجب تسبقه جوانب تخطيطية ومن هذه الجوانب الكم والكيف، والمقصود بالكم هو تحديد الأعداد اللازمة للاضطلاع بمهام الإعلام أى الطلب، ثم تقدير العرض وإمكانيات أجهزة التعليم والتدريب المتوفرة حتى يمكن إيجاد تناسب بين العرض والطلب على القائمين بالاتصال تقادياً للنقص الذى يؤدي للاستعانة بغير المتخصصين على نطاق واسع وتقادياً للزيادة الكبيرة في المتخصصين التى تؤدي إلى التقليل من شأن القائم بالاتصال .

ويتطلب ذلك أولاً القيام بمسح للعاملين في ميادين الإعلام والتعرف على تخصصاتهم العلمية وخلفياتهم وعدد سنوات العمل في مجالاتهم بغية الوصول إلى صورة كاملة عن الواقع الإعلامي.

أما الجانب الثانى الوجب أخذه فى الاعتبار فهو النوعية في إعداد القائمين بالاتصال أى العامل كيف، ويتضمن ذلك تحديد المستويات المختلفة للتعليم وإعداد المناهج الدراسية وتحديد المقررات المدروسة وتوزيع الدراسة بين النواحي النظرية والتطبيقية<sup>(2)</sup>.

ويقول عبد الرزاق الدليمي بالرغم من كل التطورات التقنية والتكنولوجيا في عالم الإتصال وما يمكن أن تقدمه وسائل الإعلام باعتبارها جزءاً من الاتصال في العصر الحديث، إلا أنها "تمثل أحد أكبر التحديات التي تواجه النمو والتطور العقلي الصحيح لدى طلبة تخصص الاعلام، بل لعله ليس من المبالغة القول أن

(1) الدكتور فتح الرحمن محجوب، مرجع سابق .

(2) هشام محمد عباس، مرجع سابق ص 66.

الثورة الإعلامية الحديثة تحتم تطوير المواد التدريسية لمنهج الإعلام في الجامعات بما يؤسس لفتح أبعاد جديدة وتعزز الوعي الإعلامي لديهم وإكسابهم مهارات التفكير الناقد وتحصنهم من التأثيرات السلبية التي قد يتعرضون إليها بدون إدراك صحيح، وعلى مناهج الإعلام أن تأخذ في إعتبارها التحولات التي شهدتها الوسائل الإعلامية في آليات عملها فيما يعرف بالصحافة الإلكترونية ومفاهيم جديدة في العمل الإخباري والتلفزيوني فرضتها التطورات التكنولوجية فإن القيام بعمل تعديلات مقترحة في مجال الخطط الدراسية ينبغي أن تأخذ التدريب على تلك المستحدثات، في إعتبارها، وكذلك الأمر في توفير الأجهزة والتقنيات المصاحبة أو المرتبطة بتلك التطورات.

ويرى باسم طويسى أنه وعلى الرغم من أن هناك تنوعاً في نظم تعليم الصحافة في الجامعات العربية، فإن عملية رصد أهم ملامح هذه النظم المتمثلة في التوسع الكمي الكبير، حيث يوجد في العالم العربي نحو 135 برنامجاً أكاديمياً لتعليم الصحافة والإعلام في الجامعات العربية، معظمها ظهر في آخر عقدين، ومنها على سبيل المثال 19 برنامجاً في الجامعات المصرية، و7 برامج في الجامعات الأردنية<sup>(1)</sup>.

ولقد بدأ الاهتمام بدراسة الصحافة دراسة أكاديمية في العالم العربي عام 1939م عندما أنشأت جامعة القاهرة أول برنامج لدبلوم الصحافة وواكبتها الجامعة الأمريكية أيضاً ببرنامج لدراسة الصحافة على مستوى الليسانس، وفي السودان بدأ الاهتمام بدراسة الإعلام عندما أنشأت كلية بجامعة امدرمان الإسلامية قسم الصحافة والإعلام في العام 1966م، وكان للخبرات الأكاديمية المصرية الدور الكبير في تدعيم الركائز الأولى لتدريس الإعلام في السودان<sup>(2)</sup>.

---

(1) موقع الفنار للإعلام ، مقال / [www.al-fanarmedia.org/ar/2015/06/](http://www.al-fanarmedia.org/ar/2015/06/) ، تعليم-الصحافة-في-

العالم-العربي ، بتاريخ 2015م ، تاريخ الاطلاع 3-9-2017م.

(2) معتصم بابكر، رؤية مستقبلية لكليات واقسام الاعلام بالجامعات السودانية، ورقة عمل، ندوة واقع كليات واقسام الاعلام بالجامعات السودانية 14الى 15 اكتوبر 2003م، ص 6.

وقد أحتذت جامعات عديدة حذو جامعة ام درمان الإسلامية حيث عمدت الى انشاء أقسام الإعلام داخل كلياتها أو كليات مستقلة للدراسة الإعلامية بها خاصة مع مطلع التسعينات حيث دخلت في هذا المجال جامعة الخرطوم بقسم وجامعة الجزيرة بكلية وفي العام 1992م أنشأت جامعة القران الكريم والعلوم الإسلامية كلية الدعوة والإعلام لتحقيق الأهداف الممثلة في تأكيد هوية الأمة وتأصيلها وتدريبها منهج الدعوة والإعلام وفق منهج تأصيلي وذلك بربطها بالعقيدة والمجتمع وتوظيفها لخدمة المجتمع والبحث العلمي عامة والإعلام الإسلامي خاصة من خلال المنطلقات الفكرية والإسلامية المستوعبة لقضايا العصر.

كما أهتمت العديد من الجامعات السودانية بانشاء أقسام وكليات للإعلام والاتصال وتعتبر بداية التسعينات هي فترة الانتشار.

والجامعات السودانية وأن اختلفت أهدافها في المحتوى لتعليمي لمناهج كليات الإعلام وأقسامها فأنها لم تختلف في المتعلم الذي سيتخرج من مجموعة التخصصات التي وفرتها، ومن الواضح أن التخصصات الموجودة الآن تستهدف تخريج كوادر متنوعة تحتاج إليها وسائل الإعلام ومؤسساتها والهيئات الأخرى المهمة بالشأن الإعلامي، من الصحفيين والبرامجيين وضباط الإعلام والعلاقات العامة ومختصين في أقسام المعلومات والتوثيق وغيرهم من المجالات الإعلامية الأخرى.

أن كليات وأقسام الإعلام بالجامعات منوط بها عملية التأهيل من خلال الدراسة النظامية إلى جانب التدريب العملي أثناء تلك الدراسة داخل الكليات والأقسام وفي أجهزة الإعلام وفق التخصص المطلوب.

والتدريب العملي في مجال الدراسات الإعلامية هو عملية مشتركة بين المتدرب والمدرّب وبين المتدربين والمشاركين معه في نفس البرنامج التدريبي، "وكل شئ يتم تعليمه يمكن تطبيقه في مجال العمل وبذلك فإن التدريب يسهم في تحقيق التنمية الذاتية في الجوانب العقلية والفكرية والسلوكية والجوانب الخاصة بالمهارات

والقدرات على اختلاف انواعها وهو يقوم أساساً على الربط بين العمل والممارسة أى النظرية والتطبيق"<sup>(1)</sup>.

أن المناهج فى أقسام وكليات الإعلام بالجامعات السودانية يجب أن تستصحب معها الدور الكبير للإعلام فى عصر التكنولوجيا وآليات التغيير التى تتحكم فى تخصصات الإعلام المختلفة فى عالم اليوم الذى يشهد طفرة كبيرة فى مجال الإتصالات ونقل المعلومات والمعلوماتية.

وإعداد الخريج القادر على التعامل مع مختلف تخصصات الإعلام والربط بين الممارسة المهنية بالنظريات العلمية وتقديم الأساسيات والمستحدثات فى فنون الإعلام والاعتماد على الحاسبات وشبكة الإنترنت كوسيط تعليمى للطلاب، والالمام بالوسائط المتعددة وأساليب عملها.

أن تطوير مناهج الدراسة الجامعية فى الإعلام يسهم منذ بداية التكوين فى توفير كل حاجات القائم بالاتصال المحققة لأهدافه فى بقية الاطراف المشاركة معه فى هذه العملية وهى معينات نظرية وعملية واخرى علمية تطبيقية، وفى هذا الجانب لابد من النظر الى الخريج المتخصص من خلال ادواته الإتصالية التى أجادها وتمكن من استخدامها ومن اداراتها وتوجيهها أو توظيفها وتطويرها بما يناسب حاجة جمهور المستهدفين من هذه الادوات والوسائل أو يرضى حاجتهم الاتصالية. ويرى سر الختم عثمان الامين أهمية تحديد كل الحاجات التى يحتاجها خريج كلية الإعلام فى تلبية كل المعارف النظرية والعملية التى يحتاجها خريج كلية الإعلام بعد مغادرته فناء الجامعة لتحقيق اهدافه عندما يقوم بعملية الاتصال مع الاطراف المتممة لهذه العملية ويحددها فى: <sup>(2)</sup>

- الثقافة النظرية اللازمة للنجاح المهنى عند المرسل.

- الثقافة الفكرية المعينة له كمصدر للمعلومات والافكار والرؤى.

---

(1) عبد الدائم عمر الحسن، الواقع الراهن لكليات واقسام الإعلام، ندوة واقع كليات واقسام الاعلام بالجامعات السودانية 14الى 15 اكتوبر 2003م، أوراق غير منشورة ، ص 196 وص 197.

(2) سر الختم عثمان الامين، رؤية مستقبلية لمناهج ومقررات كليات واقسام الاعلام بالسودان، ندوة واقع كليات واقسام الاعلام بالجامعات السودانية 14الى 15 اكتوبر 2003م ص 232.



- الممارسة التطبيقية المحققة للكفاءة العالية عند ممارسة المهنة فى الوسيلة التى تخصص فيها، والإلمام بكافة تفاصيل تقانة تلك الوسيلة.
- النجاح فى دمج الثقافتين النظرية المهنية والفكرية امكونة لوجهات نظره فى الحياة عند صياغة الرسالة، وعند تصميمها الفنى والتقنى.
- إكسابه القدرة الفاعلة لكسب ثقة جمهوره ( المتلقى) والإلمام بظروفه وحاجاته وتلبية تلك الحاجيات.

ويضيف د. السر يشكل التأهيل الوظيفى عند هذا المرسل 70% والتأهيل الفنى التقنى 30% من المنهج الدراسى الذى يدرسه. ويلحظ سر الختم " عدم وجود الكم الكافى من المراجع والبحوث فى الدراسات الاعلامية بالغتئين العربية والاجنبية مع الاهتمام بالمراجع والمصادر العربية فى هذه العلوم لان عدم الاهتمام بها يعوق تطور المقررات من حيث التأليف العلمى وتطور القدرات التدريسية للاسائذة وتدنى قدرات التلقى لدى الطلاب، ولا بد من تأهيل أعضاء هيئة التدريس فى اللغة الاجنبية"<sup>(1)</sup>.

أن كليات وأقسام الإعلام بالجامعات السودانية مطالبة بمواكبة التطور فى مجال الإعلام، والتوسع فى مجال التدريب العملى والتطبيقى وانشاء استوديوهات متخصصة للتدريب الاذاعى والتلفزيونى وانشاء معمل متكامل للتدريب الصحفى. وهناك تفاوتاً كبيراً فى توفر المرافق والبنية التحتية الملائمة فى الجامعات ومستواها، مثل المختبرات والأستوديوهات، ولكنها فى الأغلب غير مستثمرة فى تنمية الجانب التطبيقى. لكن هذه البرامج لم تطور فى المقابل نظماً للجودة الأكاديمية، أو للتميز والمنافسة. ويلاحظ هذا الاستنتاج فى فهم مدخلات هذه البرامج، ومنها الخطط الدراسية تقليدية، التى لم تستجب للتحديث، فما زالت الخطط الدراسية فى أقسام كليات الإعلام فى معظم الجامعات العربية، غير محدثة بما يستجيب للتطور الذى شهده علم الصحافة والإعلام، ولم تُدخَل إليها مواد فى

---

(1) سر الختم عثمان الامين، مرجع سابق، ص 230.

الإعلام الرقمي الا مؤخرأ وفي بعضها، ولم تستجب للتطور الكبير في تكنولوجيا الاتصال.

إن من أهم التحديات التي تواجه تعليم الصحافة والإعلام التركيز على المعرفة النظرية على حساب التطبيق، إذ تركز الخطط الدراسية في معظم البرامج على الأطر النظرية دون المهارات التطبيقية مما ينعكس سلباً على نوعية الخريجين وقدرتهم على المنافسة في السوق وضعف الاستجابة للتجديد والتكيف مع التغيير والاندماج السريع مع التكنولوجيا وبيئات الأعمال الجديدة.

ونظراً لأن تكنولوجيا المعلومات أصبحت أكثر القطاعات تغيراً وتطوراً خاصة عند ظهور الإنترنت وشبكات التواصل الاجتماعي والهواتف الذكية وغيرها، ما ألقى بظلاله على كافة الأنشطة والنظم الاجتماعية وفي مقدمتها الجامعات والمعاهد. وبالتالي أصبحت هنالك مؤشرات قوية وواضحة المعالم على إعتقاد الجامعات أساتذة وطلاب على تكنولوجيا المعلومات، "ولعل اعتماد الأستاذ الجامعي على الوسائط التكنولوجية في عملية التعليم مكن من تقلص فترات التكوين، سيسهم بدرجة كبيرة في تحسين مردوديته واقتصاد وقته وجهده، وتشجيع وتحفيز الطلاب، وسيرفع من نوعية وجودة مخرجات التكوين والمعرفة العملية المكتسبة"<sup>(1)</sup>.

وأصبح المستقبل للتكوين العلمي في التركيز على نوعيه هذه الدراسات والتطبيقات والتي ترتبط بالإعلام من خلال الدمج الذي حدث من التكنولوجيا والاتصالات والمعلومات، واصبح الاعتماد اليوم على تكنولوجيا المعلومات من بين مرتكزات الاقتصاد العالمي الجديد، وبالتالي العالم يتجه الآن نحو اقتصاد المعرفة والسلع المعرفية والمعلومات الذي تزداد فيه نسبة القيمة المضافة المعرفية بشكل كبير، حيث يراهن خبراء الاقتصاد على تكنولوجيا المعلومات باعتبارها فرصة لتطوير الاقتصاد والمعرفة التي أضحت المكون الرئيسي للنظام الاقتصادي والاجتماعي المعاصر.

---

(1) بوطالبي بن جدو، الوسائط التكنولوجية والتعليم الجامعي، الجزائر، جامعة سطيف، ورقة عمل، 19-3-2014م.

وأصبح تعليم الإعلام في العصر الحديث مطالباً بإعداد وتخريج نوعية متميزة من الخريجين الذين تتوفر فيهم القدرة على التعلم والتدريب في مسيرتهم العملية، حيث أصبحت هناك فجوة بين أقسام الإعلام والمؤسسات الإعلامية، فهناك فجوة لعدم وجود آليات استراتيجية تحكم التعاون بين جميع الأطراف المشاركة في العمل الإعلامي. "ولا يتحقق ذلك إلا في ظل توافر نظام أكاديمي تتوفر فيه متطلبات الجودة الشاملة في العملية التعليمية، مما يتطلب إعادة النظر دوماً في منظومة تعليم الإعلام بكافة جوانبه ومضامينه ووسائله وأشكاله ومرافقه ومعامله وأدواته، وفق التطورات التكنولوجية والتقنية المتسارعة في ثورة المعلومات ووسائل الإعلام والاتصال"<sup>(1)</sup>.

---

(1) أحمد ابوسعيد، واقع تعليم الإعلام في الجامعات الفلسطينية في ضوء تطبيق مبادئ الجودة الشاملة بالتطبيق على أقسام الإعلام في جامعات قطاع غزة، المجلة العربية لضمان جودة التعليم الجامعي، العدد(3) 2009م.

## المبحث الثاني

### التدريب المهني للقائم بالاتصال

تهتم العديد من المؤسسات بالتدريب باعتباره استثماراً في الموارد البشرية، وخاصة في ظل التغيرات الاقتصادية والاجتماعية والتكنولوجية التي تؤثر بدرجة كبيرة على أهداف المؤسسة مما يحتم استمراريته لمواكبة متطلبات كل مرحلة من التطور في مجالها، بهدف تحسين جودة العمل المنتج. ويمثل العنصر البشري الأداة الحقيقية للعمل والإنتاج، إذ أن المؤسسة التي لا تمتلك العنصر البشري الفعال تكون غير قادرة على القيام بالأداء المتميز والجودة العالية. وقد أهتمت المؤسسات الإعلامية بالتدريب المستمر للفرد، كونه وسيلة لزيادة المعارف والمهارات وإيجاد فئة من الكفاءات القادرة على مواكبة التحديات والتطور والتكيف مع ظروف المنافسة في المجال الإعلامي لضمان الاستمرارية والتفوق.

وأصبح ينظر إلى التدريب على أنه وسيلة للاستثمار الذي تلجأ إليه المؤسسات الإعلامية لتحقيق أهدافها باعتباره عنصراً حيوياً لا بد منه لبناء الخبرات والمهارات المتجددة بغرض رفع كفاءة وفعالية الأداء في المؤسسة.

#### تعريف التدريب:

وردت تعاريف كثيرة ومتنوعة للتدريب وكلها تصب في جوانب مختلفة له، ومن بين أهم هذه التعاريف ما يلي:

يعرف التدريب على أنه "نشاط مخطط يهدف إلى إحداث تغيرات مقصودة في الأفراد العاملين والجماعات العاملة بتزويدهم بالمعلومات والخبرات والمهارات والسلوكيات اللازمة بما يؤثر على معدلات الأداء للخدمات وتحسين مستوى الإنتاجية، وهو أحد مسؤوليات الإدارة الأساسية سواء في قطاع الإنتاج أو الخدمات"<sup>(1)</sup>.

---

(1) منال طلعت محمود، أساسيات في علم الإدارة، المكتب الجامعي الحديث، الاسكندرية 2003م ص

والتدريب هو اكساب العاملين في المؤسسات المختلفة المعرفة والمعلومات والمهارات العالية المؤثرة على تجويد أعمالهم فهو يركز على إكساب العاملين مهارات محددة مرتبطة بوظائفهم وتمكنهم من القيام بأعمالهم بصورة أفضل أو مختلفة عن ذي قبل، وعلى هذا فإن نتائج التدريب هو حدوث تغير أفضل في الأداء.

وكذلك يرى معظم المختصين " أن التدريب والتطوير يتضمنان كل خبرات التعلم التي يزود بها العاملون من أجل إحداث تغيير في السلوك يؤدي إلى تحقيق أغراض وأهداف المؤسسة"<sup>(1)</sup>.

ومنه نستنتج "أن التدريب يعتبر مجموعة من الجهود المخططة باستمرار تهدف إلى رفع كفاءة الفرد عن طريق زيادة معارفه وتنمية مهاراته وتغيير اتجاهاته حتى يتمكن من أداء عمله بالمستوى المطلوب من الكفاءة، فالحاجة إلى التدريب تفرض وضعها عندما تكون هناك فجوة بين المهارات والمعارف الحالية والمهارات والمعارف التي تتطلبها الوظيفة التي يؤديها"<sup>(2)</sup>.

وبالتالي فإن التدريب يزود العاملين في المؤسسة الإعلامية بخبرات ومعارف معينة وتحسين وتطوير وتنمية مهاراتهم وقدراتهم مما يساعدهم على أداء وظائفهم الحالية والمستقبلية بفاعلية وبالتالي رفع مستوى الإنتاج وتحقيق أهداف المواقع الالكترونية لمؤسسات الإعلام.

**مفاهيم لها علاقة بالتدريب:**

**التكوين والتدريب:**

لا يختلف مفهوم كلمتي التكوين والتدريب في شئ ما عدا: التكوين يعني كل أوجه التعلم التي تلقاها الفرد من قيم ومهارات وثقافات وأفكار ومعلومات عامة، وكلمة التدريب يسرى مفهومها على التعلم أيضاً في نطاق مهنة معينة باعتبار ارتباطها

---

(1) ويليام رتريسي، ترجمة سعد احمد الجبالي، تصميم نظم التدريب والتطوير، معهد الإدارة العامة، الرياض، 2004، ص. 15.

(2) ليليا عين سوية، إسهامات التدريب في تطور القنوات التلفزيونية الجزائرية، مجلة الإنسان والمجال، معهد العلوم الإنسانية والاجتماعية، المركز الجامعي نور البشير بالبيض -الجزائر العدد: 2 أكتوبر 2015 ص 129.

بالجانب العملي، لذلك فمن ناحية واقعية فإن التدريب وهو الأكثر استخداماً من قبل القطاع الإنتاجي بصورة عامة<sup>(1)</sup>.

### التدريب والتطوير:

قد يرى البعض أن التمييز بين التدريب والتطوير أمر قليل الأهمية، لكن هناك فرق بينهما، "فالتدريب هو إكساب الأفراد العاملين المعرفة والمعلومات النظرية والمهارات العملية المؤثرة على سلوكياتهم المستقبلية، لذلك فإن التدريب وفق وجهة النظر هذه يركز على إكساب العاملين مهارات محددة، مرتبطة بوظائفهم أو مساعدتهم على تصحيح الانحرافات في جوانب أدائهم، أما التطوير فيتمثل في الجهود المبذولة لاكتساب العاملين القابليات التي يحتاجونها مستقبلاً ووفق التصورات للتغيرات البيئية والتكنولوجية"<sup>(2)</sup>، لذلك فإن عملية التطوير ما هي إلا عملية إستراتيجية لا ترتبط فقط بالموقف الحالي، ولا تتوقف على إكساب مهارات للوظائف الحالية فقط، وإنما لا بد من الاعتماد على الرؤية الاستراتيجية للوظائف التي ستكون مستقبلاً.

### أهمية التدريب:

وتتضح أهمية التدريب بالنسبة للفرد في المؤسسة في أنه يعمل على تنمية مهارات الأفراد وقدراتهم ويساهم في بناء الكفاءات، ويساعد على تكيف الافراد العاملين مع متغيرات العمل.

ويعمل على تحقيق الفعالية في الأداء لجميع العاملين. كما يساعد التدريب في تجديد المعلومات وتحديثها بما يتوافق مع المتغيرات في بيئة العمل، ويعمل على أعداد الأفراد من أجل القيام بأعمال ذات طبيعة مختلفة عن العمل الحالي وذلك من خلال تطوير القدرات وإعدادهم على التعامل مع التقنيات الحديثة.

---

(1) احمد طرطار، الترشيد الاقتصادي للطاقت الانتاجية في المؤسسة الجزائرية، ديوان المطبوعات الجامعية، بن عكنون الجزائر 2001م، ص 88.

(2) بوعريوة الربيع، تأثير التدريب على إنتاجية المؤسسة، الجزائر، جامعة محمد بوقرة، رسالة ماجستير، في علوم التسيير، 2007م، فرع تسيير المنظمات ص 7.

"التدريب ذو أهمية كبيرة بالنسبة للفرد القديم أو الحديث في المؤسسة، فالموظف الجديد يمكن أن يتزود بمهارات ومعارف تمكنه من أداء واجبات عمله بالكفاءة المطلوبة كما ينعكس التدريب بنتائج إيجابية على الفرد العامل القديم حتى يتمكن من خلال مواكبة التطورات، كما يمكنه من تحسين وتطوير سلوكيات تتناسب وطبيعة الأعمال التي يؤديها والعلاقات التي تتطلب هذه الأعمال" (1).

كما أن تنمية المهارات تعني زيادة قدرة الأفراد على أداء أعمال محددة والهدف هنا هو إعداد الفرد على الإلمام بجميع جوانب العمل وكيفية الأداء.

### أهمية التدريب الإعلامي:

تعد عملية الإعداد والتدريب والتأهيل في غاية الأهمية لتكوين امكانيات الفرد وملاكته وصقل قدراته ومهاراته التي تمكنه من بلوغ هدفه، ويكتسب التدريب أهمية وذلك للحاجة المستمرة لتعلم مهارات وعلوم جديدة وذلك بفعل التطور في العلوم وتأثير العولمة على الإعلام، ومواكبة التكنولوجيا تدفع الإعلاميين الى استخدام معدات متطورة وبالتالي يحتاج إلى التدريب عليها. والتدريب ليس مرتبطا بالعلوم والمعارف والتقنيات الحديثة فقط، وإنما لاسباب أخرى منها تقوية نقاط الضعف لدى العاملين في المؤسسة والتي نقل من كفاءتهم لأداء أعمالهم. والتدريب المهني الإعلامي يهدف الى تنمية مهارات العاملين في القطاع الإعلامي باكتسابهم المهارات والمعارف ورفع قدراتهم الى مستوى من الكفاءة المطلوبة في العمل ومن ثم الارتقاء بأداء مؤسساتهم التي يعملون بها.

وقد أدت التطورات التكنولوجية في مجال الإعلام الى تحولات في أساليب الممارسة الصحفية للمؤسسات الاعلامية وخاصة في مواقع الإنترنت، تطلبت أكساب الصحفيين المعرفة وتطوير قدراتهم ومهاراتهم من خلال برامج تدريبية في مستويات مختلفة تراعى أولويات إحتياجاتهم.

---

(1) خالد عبد الرحمن مطرھاتي، إدارة الموارد البشرية، دار حامد للنشر، عمان، الطبعة الأولى 1999، ص

وقد شهدت التطورات التكنولوجية في مجال الإعلام والاتصالات والمعلومات تقدماً كبيراً ، واهتماماً متزايداً بالتخصص الدقيق ، مما جعل التدريب في مقدمة الوسائل المؤدية إلى متابعة المستجدات، واكد على أهميته كخيار إستراتيجي في تنمية القدرات الإعلامية.

فالمؤسسات الإعلامية تسعى إلى النهوض بأعمالها من خلال التدريب المستمر للعاملين بها وإكسابهم الخبرات بما يتوافق مع أهدافها الموضوعية وخططها في ظل التطور التقني والاتصالي المتجدد وأثره الواضح على الإعلام، بما يستدعي أكساب القائم بالاتصال في المواقع الإلكترونية لمؤسسات الإعلام المهارات والمؤهلات الجديدة التي تسمح له بالاستغلال الأمثل لكل ما تحتوي عليه تكنولوجيا الصحافة الإلكترونية من تقنيات وخدمات وتسهيلات للمرسل.

وأجهزة الإعلام هي أولى من كثير من القطاعات بالكفاءات العالية للتأهيل وأحقيتها بذوى الاحتياجات من المتميزين لأهمية عملهم في إحداث التأثير في المستقبلين ويجاد نوع من التنافس في ممارسة المهنة بما يؤدي الى الأفضل وتوفير الكفاءات والقدرات والمهارات.

ومن هنا تتضح أهمية العنصر البشري في تعزيز كفاءة أي مؤسسة مما يلقي على عاتق المؤسسات الإعلامية إيجاد انجح الوسائل لتشغيل وتأهيل كادر إعلامي متخصص مبدع وذو خبرة خاصة وأن كفاءة المهنيين الاعلاميين تزداد كلما زاد عنصر التخصص في العمل لذلك تعد عملية التدريب مطلب مهماً.

وأهمية التدريب في المؤسسات الإعلامية تظهر بشكل ملموس نظراً لطبيعة الأهداف التي تسعى المؤسسة الإعلامية لتحقيقها ونظراً لطبيعة الوسائل التي تستخدمها والتقنيات التي تعتمد عليها، فبالنسبة لأهداف المؤسسة فهي تتعلق بنقل الرسائل من خلال عمليات اتصالية وإعلامية والمتمثلة في الموضوعات التي تنتجها المؤسسة الإعلامية.

ووفقاً لتلك المعطيات تحتاج المواقع الإلكترونية إلى امتلاك يد عاملة من الخبرة والمهارة حتى تتمكن من تحقيق أهدافها المخططة والحفاظ على مكانتها في ظل المنافسة في المجال الإعلامي، ومن هنا تبرز ضرورة التدريب كنشاط أساسي يتم



من خلاله سد النقص في المهارات واكتساب أخرى جديدة حسب ما يستجد من تكنولوجيا وحسب ما يتطلبه العمل. فالاحتياجات التدريبية تعبر عن العمال المطلوب تدريبهم، وهذا لمواجهة تحديات تواجهها المؤسسة أو للرفع من قدراتهم على إنجاز عملهم بشكل ملائم، بسبب القصور في الأداء.

ويتعين على المسؤولين في المؤسسات الإعلامية تحديد الكفاءة، أي بين تلك التي يمتلكها الأفراد والمفترض امتلاكها للقيام بواجباتهم، ثم العمل على تدريبهم وفقا لمطلوبات احتياجاتهم التي تعينهم على أداء مهامهم على الوجه الأكمل. فالارتقاء بأداء المؤسسة في ظل المنافسة الشديدة مرهون بقدر كبير بأداء مختلف أعمالها، بتميز وعلى هذا الأساس يتعين بذل المزيد من الجهود واتخاذ الكثير من الإجراءات والتدابير التي من شأنها الرفع من جودة أداء العاملين لتحقيق أهداف المؤسسة لضمان البقاء والاستمرار والتطور.

وهناك عدة أسباب تبين أهمية التدريب الإعلامي منها:<sup>(1)</sup>

- إتاحة الفرصة لصقل المهارات واكتساب الخبرات.
- اكتساب معلومات جديدة متعلقة بالعمل.
- رفع مستوى كفاءة وفعالية الإعلاميين.
- العمل على تعديل الاتجاهات وسلوك الأفراد والجماعات.
- ترقية مستوى الإنتاج الاعلامي للجمهور .
- حسن استخدام الموارد المتاحة وتوظيفها بصورة مثلى.
- إعداد الإعلاميين الجدد وتأهيلهم للعمل الإعلامي.
- تطوير المعرفة للإعلاميين فيما يتصل بشراء معدات أو برامج جديدة.
- تنمية الابداع باقتراح برامج جديدة للعمل.
- تبادل الخبرة الإعلامية والصحفية.
- اكتساب أساليب جديدة للعمل.

---

(1) <https://www.slideshare.net/mamoun2/ss-38455300> ، دليل تدريب المدرب الاعلامي

وتبرز ضرورة التدريب أكثر في المؤسسات التي تستخدم التكنولوجيا الحديثة، ومثل هذه التطورات تبدو أكثر في وسائل الإعلام الحديثة والمؤسسات الإعلامية التي تعتمد على التكنولوجيا وعلى مهاراتهم مما يتطلب مواكبة ذلك.

والقائم بالاتصال في مواقع الإنترنت، عليه أن يتعامل مع وفق أسلوب جديد مع الحدث وفي علاقته مع المصدر والجمهور وطريقة معالجة المعلومة فالصحافة في عصر الإنترنت أصبحت تستخدم أشكالاً متنوعة من الرسائل الإعلامية ولم تعد تعتمد على النصوص فقط، وإنما أصبحت تتضمن الصور والفيديو والصوت والتي فرضت على الصحفي التخلي عن الطرق التقليدية في جمع المعلومات والاتصال بمصادر الأخبار وكتابة المادة الإعلامية.

ومن هنا جاءت الحاجة إلى التدريب لاكساب الصحفيين مهارات جديدة ومفاهيم جديدة في المحتوى والشكل والإخراج والتعامل مع القارئ.

واتجهت العديد من المؤسسات الإعلامية لمقابلة التطورات التكنولوجية في الإعلام عن طريق التدريب ، بإعتباره الوسيلة الممكنة والسريعة لاستيعاب كل ما هو جديد فالمؤسسات الإعلامية تسعى إلى النهوض بواقعها عن طريق مؤهلات كادرها العامل وخبراتهم وطبيعة أهدافها وامكانياتها المتاحة.

وتتضح أهمية العنصر البشري في تعزيز كفاءة أي مؤسسة مما يلقي على عاتق المؤسسات الإعلامية إيجاد انجح الوسائل لتشغيل وتأهيل الكادر الإعلامي المتخصص المبدع وذو الخبرة، خاصة وإن كفاءة المهنيين الإعلاميين تزداد كلما زاد عنصر التخصص في العمل، لذلك تعد عملية التدريب مطلباً مهماً لهذه المؤسسات.

**مجالات التدريب في المواقع الإلكترونية لمؤسسات الإعلام:**

**التدريب في مجال تكنولوجيا الإتصال:**

إذ لا يمكن لمهن الإعلام أن تتطور في غياب تكوين أساسي ومستمر قادر على تطوير وتنمية المهارات ومسايرة التحولات، خصوصاً التحولات التكنولوجية، وضرورة أن تكون هناك معرفة تقنية، لذا يجب تدريب العاملين لممارسة عملية لهذه المعرفة.

"فمنذ استخدام الأدوات المعلوماتية في مجال وسائل الإعلام، شهدت مختلف مهن هذا القطاع تطورات عميقة شملت كل مكونات الحلقة الإعلامية، بداية بمصادر المعلومات ومروراً بمعالجتها وإنتاجها ونشرها وتوزيعها واستهلاكها"<sup>(1)</sup>.

### التدريب في مجال الأساليب الإعلامية:

مع تطور تكنولوجيا الاتصال وما رافق ذلك من تحولات اجتماعية واقتصادية، فقد كان لا بد أن ينعكس ذلك على الأساليب الإعلامية بما يواكب تلك التحولات، ويظهر ذلك جلياً في ضرورة السرعة والاختصار في تقديم المواد الإعلامية، بالاعتماد على المعلومة وتوظيف الصورة، ثم الجمع بين القنوات الاتصال التفاعلية المتعددة في البرنامج الواحد أو الوسيلة الإعلامية الواحدة، وهو ما أحدثته مواقع الإنترنت من تغيرات من خيارات في أسلوب العرض. ووجب على المؤسسات الإعلامية أن تواكب تلك التغيرات من خلال عقد دورات تدريبية مثل الدورات التحريرية متخصصة ودورات المونتاج والكتابة لمقاطع لفيديو وغيرها. ويسعى التدريب إلى تحسين أساليب العمل عن طريق محاولة إحداث تغيير في مهارات وقدرات العمال وتطوير أنماط سلوكهم.

### التدريب في مجال المهارات الإعلامية:

ويقصد بها أن يكون الإعلامي ملماً بعدد كبير من المهارات التي كانت في السابق تتوزع على فريق من الصحفيين، وأصبح الإعلامي اليوم مطالباً بإنتاج كامل المادة الإعلامية بدءاً من التصوير أو التسجيل الميداني مروراً بالتحرير أو المونتاج وغير ذلك من العمليات التقنية إلى أن تصل إلى الجمهور، وهذا ما يسمى بالصحفي الشامل. وكل هذه الوظائف التقنية كانت من مهام المهندسين والتقنيين، وقد أصبح الصحفي مسؤولاً عن تنفيذها فضلاً عن عمله الصحفي التقليدي.

---

(1) النجار، التدريب الإذاعي والتلفزيوني العربي، مجلة الإذاعات العربية، اتحاد. الإذاعات العربية، العدد 1، 2011، ص 3.

## التدريب في مجال الإنتاج:

ويقصد بها تدريب الصحفيين أو عدد منهم على إدارة عمليات الإنتاج وإجراءاته لأن كل صحفي سيصبح في موقف المنتج بالنسبة للمهمة التي يقوم بها في مواقع الإنترنت لمؤسسات الإعلام الإلكترونية والتي جمعت أشكال الإعلام من مكتوب ومسموع ومرئي.

## التدريب واستراتيجية التجديد:

وقد أدركت العديد من المؤسسات الإعلامية أهمية وضع إستراتيجية للتجديد وذلك بفعل التغيرات وتطور تكنولوجيا الإعلام والاتصال، واشتداد المنافسة، فقد فطنت المؤسسات للمهارات المطلوبة لاداء الاعمال وسد الفجوة بين الأداء الفعلي والأداء المرغوب تحقيقه مما حتم عليها تبني طرق وأساليب جديدة، واستخدام التجديد كأداة للتغيير والتطوير وحل المشاكل التي قد تعاني منها المؤسسة لتحسين أداءها وتحقيق أهدافها بفعالية.

"ويعتبر التجديد عنصراً أساسياً في الوقت الحالي ومكوناً فعالاً للتفوق التنافسي للمؤسسة ومجالاً ملائماً للتكيف مع التطورات، لذلك يجب أن يكون هناك محيط يلاءم التجديد ليكون شرطاً أساسياً لنجاح أنشطة التحسين المستمر، فإدماج التجديد يتطلب توفير الظروف الملائمة له. فوجود محيط ملائم للتجديد يتطلب توفر العديد من المقومات (الدعائم) منها"<sup>(1)</sup>:

- دعم مسيري المؤسسة لعملية التجديد.
  - تعزيز التفاعل بين المؤسسة ومحيطها الخارجي.
  - توفر نشاط البحث والتطوير في المؤسسة.
  - تحفيز العمال نحو الأفكار التجديدية.
- ويعتبر التدريب من أهم المجالات التي يمكن الاستفادة منها في تنمية الموارد البشرية للقيام بعملية التجديد في المؤسسة، حيث يعمل التدريب على إعداد العمال الجدد لمواجهة التحديات التي تواجههم في العمل، كما يساعد أيضاً على تطوير

(1) ليليا عين سوية، مرجع سابق ص 137، 138.

معارف ومهارات العاملين القدامى. ومن أجل الوصول إلى تدريب فعال يمكن من نجاح عملية التجديد في المؤسسة ويجب أن يتميز البرنامج التدريبي بالمرونة لمواكبة التغييرات، من خلال تمكين الموارد البشرية من استيعاب هذا التغيير.

### أهداف التدريب:

أصبح ينظر في الوقت الحالي إلى التدريب على أنه عملية إستراتيجية، بحيث تتكون هذه الإستراتيجية من مجموعة مخططة من برامج التدريب البشرية المستمرة، هدفها السعي إلى تحسين وتطوير أداء كل من يعمل في المؤسسة وتعليمه كل جديد بشكل مستمر، وكذلك التأقلم والتكيف مع التغييرات التي تحدث في المحيط، لأن التجديد في المؤسسة يحتاج إلى تعلم واكتساب مواردها البشرية مهارات جديدة ومتنوعة للتكيف معها، فهذه المهارات تساعد إلى حد كبير في تخفيف الضغوط التي تشكلها التغييرات على الموارد البشرية. وبالتالي فالتدريب أصبح حتمية في المؤسسة وليس عملية اختيارية.

وتتعدد الآراء التي يطرحها المعنيون بالتدريب حول ماهية الأهداف التي تعمل على الوصول إليها كل عملية تدريبية، إذ يرى البعض أنها تتمثل في:

1- تنمية المهارات بمعنى زيادة قدرة الأفراد على أداء أعمال محددة والهدف هنا تدريب الشخص على الإلمام بجميع جوانب العمل وكيفية الأداء، فالفرد يكون على علم تام بكافة المعلومات والحقائق المتعلقة بالعمل ولكنه لا يبلغ درجة عالية من الكفاءة في الأداء إلا إذا تم تدريبه على أداء العمل مثلا، وعلى ذلك فإن "الهدف من تنمية المهارات هو إتاحة الفرصة لكل فرد في المشروع لتنمية مهارات خاصة تسمح له بإداء العمل المسند إليه بطريقة تتفق مع معدلات الأداء المنتظرة في هذا العمل"، ومستويات المهارات المطلوبة لا تكف عن التغيير والتطور. وهو ما يجعل التدريب يتناسب واحتياجات المشروع"<sup>(1)</sup>.

2- زيادة المعلومات.

3- صقل القدرات.

---

(1) على السلمي، إدارة الأفراد والكفاءة الانتاجية، دار غريب للنشر، مصر 1985، ص 353-354.

## أهداف التدريب الإعلامي في المواقع الإلكترونية لمؤسسات الإعلام هي:

١- تنمية مهارات وقدرات القائمين بالإتصال فى مختلف التخصصات، وتمكينهم من استثمار قدراتهم.

٢- تزويد القائمين بالإتصال بالمعارف والمعلومات اللازمة للارتقاء بمستوى أدائهم المهني.

٣- تطوير اتجاهات القائمين بالإتصال نحو أداء أفضل لما أوكل اليهم من أعمال.

4- تمكين القائمين بالإتصال من الإلمام بالجديد في مجالات عملهم وتزويدهم بالخبرات المختلفة التي تساعدهم على القيام بأعمال أو مهمات جديدة نتيجة لتغير ظروف.

٦- زيادة قدرة القائمين بالإتصال على التفكير المبدع بما يمكنهم من التكيف مع أعمالهم من ناحية ومواجهة مشكلاتهم المستقبلية والتغلب عليها من ناحية أخرى، مما يحقق نوعاً من الريادة فى العمل.

7- أهداف تدريبية ابتكارية إبداعية، وهذه الأهداف تكون متعلقة بما من شأنه أن يرفع من مهارات القائمين بالإتصال بطريقة غير تقليدية بحيث يصبح لديه القدرة على الإبداع والتفكير لابتكار أساليب جديدة وبالتالي تطوير المؤسسة.

8- القدرة على إتقان العمل بدرجة عالية من الاتقان، وتكتسب القدرة عن طريق التعليم والتدريب والخبرة العلمية، والقدرات الشخصية التي ينميها التعليم ويصقلها التدريب، وبذلك تعتبر القدرة حصيلة تفاعل المعرفة والمهارة.

9- إكتساب المهارة والتي تميز بين الافراد في العمل، ومن أهم العناصر المساعدة في اكتساب المهارة ما يلى:

الاستعداد: كلما كان إيجابياً كلما زادت مهارات الفرد وتحسين أدائه.

الخبرة: هى عامل مؤثر على المهارة..

التدريب: تزداد القدرة والمهارة نتيجة التدريب الجيد، مما يؤدي إلي تحسين الأداء الوظيفي.

كما تتكون المهارة من جزئين أساسيين هما:

جزء مكتسب من التعلم والتدريب، وجزء موروث ونابع من الشخص ذاته.

### التدريب الفعال:

تختلف إمكانيات التدريب حسب طبيعة نوع التدريب، فإمكانيات التدريب في مجال الإعلام وخاصة الإعلام الإلكتروني لمواقع الإنترنت تتطلب الإمكانيات البشرية المتمثلة في الخبراء والمدربين الأكفاء الأكاديميين والمحترفين، وخبراء يستطيعون التعامل مع الأجهزة التكنولوجية الحديثة أيضاً الإمكانيات المادية التي من خلالها نستطيع توفير أفضل المعدات والوسائل والأجواء التدريبية، بالإضافة إلى الإمكانيات التقنية التي تشتمل على المعدات والوسائل التكنولوجية الحديثة والتي تتماشى مع تطورات العصر، وتختلف هذه الإمكانيات من مؤسسة إعلامية لأخرى حسب قدراتها المادية.

- ولكى يكون التدريب فعالاً ويسهم في تطوير البرامج التدريبية للصحفيين يجب
- 1- الأهتمام بتصميم الدورات التدريبية في مجالات الإعلام، وخاصة التي من شأنها أن تصقل خبرة الإعلامي وتزيد من ثقافته في مجال تخصصه.
  - 2- ضرورة أن يكون لدى المدربين كفاءة وخبرة عالية في مجال التدريب وأن تكون لديه معلومات كافية حول موضوع التدريب فيما يتصل بأساليب التحرير والمعالجة الالكترونية واستخدامات الوسائط والتصميم.
  - 3- تشجيع كافة المؤسسات الإعلامية للعاملين فيها على تلقي الدورات وتحفيزهم على ذلك بالترقيات والمكافآت.
  - 4- إنشاء مراكز إعلامية متخصصة بالتدريب تتوفر فيها الإمكانيات البشرية والمادية والتقنية الحديثة.
  - 5- التجديد في الموضوعات التدريبية وطرحها بأسلوب جديد وباستخدام وسائل تتيح التفاعل بين المدرب والمتدرب.
  - 6- أن يكون التدريب عملياً وليس نظرياً فقط، وأن يكون التركيز على الجانب العملي أكبر.

لذلك على أن المؤسسات على مختلف تخصصاتها أن تعمل على إعادة تأهيل منسوبيها بقصد زيادة فعالية الأداء، من خلال مجموعة من الدورات التدريبية التي يجريها العاملين داخل أو خارج المؤسسة.

وعليه وجب على المؤسسة الإعلامية أن تبرز تواجدتها في الحقل الإعلامي يساعدها في ذلك وضع برامج فعالة يكون لها الدور الكبير في تحقيق ما تطمح إليه المؤسسة الإعلامية، لأن نجاح البرامج التدريبية يعني النجاح بالدرجة الأولى في تحقيق أداء مهني جيد.

### فوائد التدريب على أداء القائم بالاتصال:

- الاستفادة من مزايا التطور العلمي في مجال التخصص.
- التزويد بالثقافة في مجال التخصص
- يساهم في تغيير اتجاهات العمل إلى إيجابية منتجة ومتفتحة على أفق أوسع للموضوعات المتناولة.
- التمكن من التوظيف الأمثل للصور والرسوم وفي طريق العرض المختلفة.
- التزود بأساليب جديدة للعمل تستجيب لتوجهات واحتياجات الجمهور .
- القدرة على استخدام التقنية في العمل عند جمعها ومعالجتها ونشرها في المواقع الالكترونى.
- القدرة على المعالجة التحريرية واستخدام الوسائط المناسبة للموضوع المراد نشره في الموقع، واستخدام فنيات التحرير فيما يتصل بعرض المادة واسلوب تقديمها.
- يساعد في تجديد المعلومات وتحديثها بما يتوافق مع المتغيرات المختلفة في المحيط.
- تزويد المتدربين بالمعلومات والمهارات والأساليب المختلفة المتجددة
- توجيه القائمين بالاتصال بإتباع كافة السبل التي تؤدي إلى رفع مستوى أداء العمل من الناحية الفنية والعلمية والعملية.
- تحقيق التوازن بين الشكل والمضمون في الرسائل التي يقدمها القائم بالاتصال.
- تنمية مهارات تقييم الاخبار والموضوعات من حيث أهميتها، وقياس درجة مصداقيتها فيما يرد من مصادر إعلامية متعددة.



- قراءة الحدث وفق موقف الوسيلة الإعلامية التي يعمل بها .
- المعرفة الدقيقة بموقف الشرائح المختلفة من الجمهور المعني والمهتم بالحدث.

- الاقتصاد في النفقات.
- القلة في الإشراف.
- التقليل من الخطاء.
- تحقيق الرضا الوظيفي.

### تكوين القائم بالاتصال:

ويمكن القول، أن قدرات القائمين بالاتصال في مواقع الاعلام الإلكتروني تتشكل عن طريق التكوين العلمى والمهنى وذلك من خلال:

- 1- الدراسات الأكاديمية وهي تعد كوادر متخصصة في الإعلام الإلكتروني، تحصلوا على علوم مختلفة من اقتصادية واجتماعية ومواد ثقافية تدعم تخصصهم، والتي يمكن أن يحصلوا عليها من خلال إلتحاقهم بالمعاهد والكليات الجامعية.
- 2- التدريب المنظم: ويتمثل في تنمية المعارف والمعلومات، والإتجاهات وتطويرها، فلتعليم وحده لا يؤهل الفرد للوظيفة. فبالرغم من وجود الجامعات فسيظل التدريب مطلوباً ليوفر الجوانب المهنية، وتدعيم المهارات وفتح آفاق جديدة من المعرفة المهنية، وذلك من خلال الدورات المتنوعة التي تتناول المجالين النظري والتطبيقي للمهنة.

ولقد أرسى الاسلام مدرسة تدريبية جامعة فى الإعلام وأساليب الاتصال المبنى على الاقناع بالحجة والدليل والبرهان فقد حث على مجموعة من القيم السامية التى ينبغى اتباعها لمن كلف بمسؤولية ابلاغ القول المعروف وهم القائمين بالاتصال بإعتبارهم حاملين لرساله هم أولى الناس باتباعها وهى القول الحسن يقول تعالى (وَقُولُوا لِلنَّاسِ حُسْنًا) (1).

وأمر الاسلام بالصدق، وكما هو معلوم فإن المسلم مأمور بتحري الصدق في النية والقول والعمل والصدق في القول هو قوام الاتصال والتعامل والتعارف والتناصح

(1) سورة البقرة الاية (83).

في المجتمع المسلم، وقد نهى الإسلام عن الكذب بكل صورته وأشكاله قال تعالى  
(إِنَّمَا يَفْتَرِي الْكُذِبَ الَّذِينَ لَا يُؤْمِنُونَ بِآيَاتِ اللَّهِ وَأُولَئِكَ هُمُ الْكَاذِبُونَ) (1).

وقال سبحانه: ﴿فَاجْتَنِبُوا الرِّجْسَ مِنَ الْأَوْثَانِ وَاجْتَنِبُوا قَوْلَ الزُّورِ﴾ (2).

وقال تعالى: (يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا اتَّقُوا اللَّهَ وَكُونُوا مَعَ الصَّادِقِينَ) (3).

وقد أرسى القرآن الكريم مبدأ أمانة الكلمة في قوله تعالى:

(يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا اتَّقُوا اللَّهَ وَقُولُوا قَوْلًا سَدِيدًا \* يُصْلِحْ لَكُمْ أَعْمَالَكُمْ وَيَغْفِرْ لَكُمْ  
ذُنُوبَكُمْ وَمَنْ يُطِيعِ اللَّهَ وَرَسُولَهُ فَقَدْ فَازَ فَوْزًا عَظِيمًا) (4).

والقول السديد هو ذلك القول الذي يتوفر له جانب الصدق والخير معا. وسداد القول  
يحتم التفكير والتعقل والروية قبل إصدار القول، إلى جانب أن يكون القول صادرا  
عن صدق وإيمان.

وحت الإسلام على صدق الخبر وهو يعني الالتزام بالحقيقة المجردة بغير زيادة  
ولا نقصان، فالخبر في الإعلام الإسلامي ينبغي أن يكون مرآة صادقة للواقع  
المجرد، وقد أمرنا القرآن الكريم أن نتيقن ونتبين صدق الخبر حتى لا تختلط  
الأمر ويصبح المجتمع الإسلامي نهبا للشكوك والشائعات وهما أساس كل فتنة،  
وكذلك التحقق والتبين فيما يرد من اخبار حتى لا يؤخذ الناس على أمر دون  
التثبت منه. قال تعالى (يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا إِنْ جَاءَكُمْ فَاسِقٌ بِنَبَأٍ فَتَبَيَّنُوا أَنْ تُصِيبُوا  
قَوْمًا بِجَهَالَةٍ فَتُصْبِحُوا عَلَىٰ مَا فَعَلْتُمْ نَادِمِينَ) (5).

كما يوصى الإسلام بعدم الاساءة للآخرين يقول تعالى (يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا لَا  
يَسْخَرُوا قَوْمٍ مِّن قَوْمٍ عَسَىٰ أَن يَكُونُوا خَيْرًا مِّنْهُمْ وَلَا نِسَاءً مِّن نِّسَاءٍ عَسَىٰ أَن يَكُنَّ  
خَيْرًا مِّنْهُنَّ وَلَا تَلْمِزُوا أَنفُسَكُمْ وَلَا تَنَابَزُوا بِالْأَلْقَابِ بِئْسَ الْإِسْمُ الْفُسُوقُ بَعْدَ الْإِيمَانِ  
وَمَنْ لَّمْ يَنْبُ فَأُولَئِكَ هُمُ الظَّالِمُونَ) (6).

(1) سورة النحل الاية (105).

(2) سورة الحج الاية (30).

(3) سورة التوبة الاية (119).

(4) سورة الأحزاب الاية 70-71.

(5) سورة الحجرات الاية (6).

(6) سورة الحجرات الاية (11).

## التدريب ومؤسسات الاعلام:

والتدريب عملية مستمرة القصد منها تزويد الأفراد داخل أى مؤسسة بالمهارات والمعارف وكيفية التعامل مع التطورات التكنولوجية المرتبطة بمجال عملهم حتى تكون المنتج ذو جودة عالية بما يساعد على تحقيق أهداف المؤسسة.

ويتميز التدريب الإعلامي بقدر كبير من الخصوصية نظرا لخصائصه التي يتصف بها، التجديد والآنية والتفاعلية من أجل تحقيق الأداء المتميز الذي تسعى المؤسسة الإعلامية إلى تحقيقه من خلال الرسائل التي يستخدمها والتقنيات التي تعتمد عليها. لذلك تعمل العديد من المؤسسات الإعلامية لتحقيق تلك الأهداف من خلال وضع خطط تدريبية للموارد البشرية كأهم عنصر فى المؤسسة ورفع كفاءتهم إلى أقصى قدر من الجاهزية.

وتعرف البرامج التدريبية بأنها "هي الأنشطة المخططة في إطار منظم، حيث تركز على اكتساب المتدربين المهارات، وتعميق معرفتهم بها وتشمل جوانب تتعلق بالعلاقات الإنسانية والأساليب الإعلامية بغرض رفع درجة كفاءتهم والتعامل الناجح مع مجموعات الأفراد سيقومون بتدريبهم وتقييم إنجازهم"<sup>(1)</sup>.

والاداء الذى يقوم به القائم بالاتصال يقصد به العمل الذى يقوم به ويدخل فيه جهده وقدراته وادراكه لدوره المطلوب منه فى اطار تنفيذه لواجبات عمله. ويهدف التدريب الى تحسين الاداء المهني، بحيث تقوم هذه البرامج التدريبية بالمعلومات الضرورية واكسابهم المهارات اللازمة التي تؤدي إلى تطوير مستوى أداء العاملين في مجال عملهم.

وتعرف عملية التكوين الإعلامي بأنها عملية مبنية على تنظيم دقيق يتم من خلاله نقل الخبرات والمعارف لزيادة مهارات ومعلومات المستهدفين من التكوين أو تغيير سلوكياتهم وقناعاتهم للوصول إلى الأهداف الرئيسية للتدريب التي يتوقف تحقيقها على درجة كفاءة هؤلاء المتدربين ومجهوداتهم المبذولة.

---

(1) إبراهيم مجدي عزيز: موسوعة المعارف التربوية، ط 1، القاهرة، عالم الكتب، 2006، ص 745.

ويعد التدريب المهني الاعلامي من الركائز الأساسية التي تبنى عليها المضامين الإعلامية من حيث صياغتها وكيفية تقديمها، وذلك من خلال إنشاء خطة تدريبية للاعلاميين.

وتهدف الخطة التدريبية إلى تطوير كافة القدرات الإدارية وتنمية مهارات الاعلاميين والفنيين والتقنيين في جميع تخصصاتهم، كما تهتم بتقويم وتغيير سلوكيات المهني مما يساهم في رفع مستوى أداء الطاقم الاعلامي عن طريق إنجاز البرامج التدريبية المعتمدة بشكل تام مع عدم إغفال جانب الثقافة العامة للأفراد وغرس روح المثابرة وحب التعلم<sup>(1)</sup>.

### العملية التدريبية الإعلامية :

تشمل العملية التدريبية الاعلامية على مجموعة من المدخلات التي يتم توظيفها في العملية التدريبية للحصول على مخرجات تستفيد منها الموارد البشرية والمؤسسة. وتتكون العملية التدريبية من:

#### (أولاً) مدخلات التدريب:

وتتمثل مدخلات العملية التدريبية الإعلامية من العناصر التالية:

1- مدخلات بشرية وهم الافراد العاملون في المؤسسة الذين يوجه إليهم التدريب بهدف اثراء معلوماتهم أو صقل مهاراتهم أو تعديل أنماط سلوكية من جهة والأشخاص الذين يتولون عملية التدريب.

2- مدخلات مالية ومادية وتتمثل في المعدات والتجهيزات والمباني والأموال لخدمة برامج التدريب. أفراد دارسون، ومدربون

3- مدخلات أخرى تشمل المنهج والنظم المتبعة في عملية التدريب.

#### (ثانياً) العملية التدريبية:

وإطار العمليات التدريبية يشمل حصر الإحتياجات، تصميم البرامج، أعداد المتدربين، تنفيذ وتقييم البرامج.

---

(1) حسن أحمد الطعاني، التدريب مفهومه وفعالية بناء البرامج التدريبية وتقييمها، دار الشروق للنشر والتوزيع، عمان، 2002 م، ص 16.

وعند وضع برنامج أو خطة تدريبية لمؤسسة أو جهة ما يتم تحديد الاحتياجات التدريبية وقد تكون هذه الاحتياجات معلومات أو مهارات تركز وتحدد نوع التدريب اللازم لها ومحتوياته وموضوعاته والأفراد الذين يجب تدريبهم لمقابلة المتطلبات وتكملة نواحي النقص أو تحسين نواحي معينة من العمل عن طريق تحديد المهارات المطلوب تطويرها أو تحديثها للعامل أو الإدارة المعنية، ويمكن معرفة الاحتياجات من خلال المعرفة أو تحليل المهام وتحليل المشاكل التي تواجه سير العمل.

وعند وضع البرامج التدريبية يجب تحديد محتوى البرنامج وموضوعاته وأنشطته، وفعالياته مع الجمهور وتحديد المستلزمات التي تتطلبها عملية التنفيذ، لأنها تعتمد اعتمادا كبيرا على الحاجات المطلوبة كونها الخطوة العملية المهمة داخل المؤسسة الإعلامية من أجل معرفة طبيعة البرامج التدريبية التي يمكن تحقيقها. ويتشكل التدريب من مدخلات ومخرجات لمسار البرنامج التدريبي فيجب أولاً:

- تحديد الاحتياجات التدريبية، بطريقة فعالة تسمح بتوجيه التدريب في الاتجاه الصحيح.

- تقوم عملية التدريب على الاستمرارية، وهذا من أجل التكيف مع التغيرات البيئية المتجددة.

- قدرة البرنامج المصمم على تحقيق أعلى مستوى من الجودة، فيما يتصل بالمعارف والمهارات والذي يعد من الأهداف الأساسية التي يجب أن تضعها أى مؤسسة إعلامية عند تطبيقها للجودة.

### (ثالثاً) مخرجات التدريب:

اما مخرجات العملية التدريبية فتتمثل فى:

1- مخرجات بشرية وهم الأشخاص الذين حصلوا على معارف وخبرات وقدرات جديدة تتفق مع متطلبات الأعمال التي يقومون بها أفراد أكثر كفاءة.

2- مخرجات مادية وهي متلازمة مع المخرجات البشرية وأهمها ارتفاع العائد الاقتصادي للمؤسسة.

3- مخرجات أخرى تمثل فى تحسين بيئه العمل وصورة المؤسسة الجيدة عند الجمهور .

ويعتمد التدريب على تحليل الاحتياجات التدريبية ، ويصمم بالاستناد إلى محددات تزيد من فرصة تحقيق النتائج المتوقعة منه وأهداف التدريب تغطي فجوات الأداء ومواطن الضعف بحيث يكتسب المتدرب المعارف، المهارات، والاتجاهات من أجل تحسين أدائهم.

ويشمل التدريب مراحل تتمثل فى مرحلة تقدير الاحتياجات، تصميم البرنامج التدريبي، تطوير البرنامج بشكل مفصل، تنفيذ البرنامج للفئة المستهدفة وأخر مرحلة هي مرحلة التقييم.

وتختلف إمكانيات التدريب حسب طبيعة نوع التدريب فإمكانيات التدريب فى مجال الإعلام تتطلب الإمكانيات البشرية المتمثلة بالخبراء والمدربين الأكفاء الأكاديميين والمحترفين فى مجال الإعلام، وخبراء ومختصين يستطيعون التعامل مع الأجهزة التكنولوجية الحديثة.

وتشمل الإمكانيات أيضاً المادية التي من خلالها نستطيع توفير أفضل المعدات والوسائل والأجواء التدريبية، بالإضافة إلى الإمكانيات التقنية التي تشمل على المعدات والوسائل التكنولوجية الحديثة والتي تتماشى مع تطورات العصر، وتختلف هذه الإمكانيات من مؤسسة إعلامية لأخرى حسب قدراتها المادية.

وقد فرضت المواقع الإلكترونية واقعا مهنيا جديداً للصحفيين وإمكانياتهم وطريقة عملهم، فأصبح مطلوباً من الصحفي أن يكون ملماً بشروط الكتابة للمواقع الإلكترونية كوسيلة تجمع بين نمط الصحافة التقليدية ونمط المرئي، وأن يضع فى اعتباره عالمية وانتشار الوسيلة التي يكتب لها، ومن هنا لزم أن يتعامل الصحفي بمهارة مع مصادر المعلومات ووكالات الأنباء المتنوعة واكتساب مهارات جديدة فى جمع المادة الصحفية والتعامل معها بالبحث والتحليل والتحقق من مصداقيتها ومقارنتها بمعلومات أخرى.

ومن ناحية أخرى، فقد أوجد الإنترنت ضغطاً من نوع آخر على الصحفيين الذين أصبح يتحتم عليهم معرفة كيفية البحث عن المعلومات والتعامل مع الكاميرا

الرقمية وبرامج الكمبيوتر، وكيفية تحرير المواد النصية والسمعية والمرئية ضمن محتويات الموضوع الصحفي الذي يقومون به.

وقسمت هذه التطورات الصحفيين الى فريقين فريقاً يسمى *journalists Techno* وهم الذين يجمعون بين مهارات التعامل مع الإنترنت والوسائل التكنولوجية الحديثة، وأدوات التعامل مع المعلومات الجديدة وعمليات إدارة المعلومات، وفريق آخر يسمى الصحفيين التقليديين وهم *Tradition journalists* الذين ما زالوا يستخدمون الوسائل التقليدية في أداء العمل الصحفي في بيئة تقوم على التكنولوجيا والإنترنت.

وقد أدت هذه المعطيات الجديدة الى دفع العديد من المؤسسات الإعلامية بتطوير مهارات منسوبيها وتزويدهم بالأدوات الحديثة في العمل واستخدام الفنون الكتابية للمواقع الإلكترونية، وبالتالي احدثت تحولاً في مجموعة المهارات والقدرات للصحفيين وهو تطور خاص بالصحفي

ذى أصبح مطالباً بتمكنه من الأدوات الحديثة من معرفة جيدة بالحاسب الآلي، وقدرته على الكتابة بشكل جيد عبر أحد برامج الكتابة على الكمبيوتر، وعبر استخدام الإنترنت بشكل جيد، وأحياناً ببعض برامج الجرافيك لاستخدامها في إدخال صورة على الكمبيوتر وتعديلها من حيث الحجم والشكل لتناسب النشر على الإنترنت.

ولايتأتى ذلك الا من خلال الدورات المتخصصة في هذه المجالات التي غيرت من شكل الاعلام التقليدى الى الاسلوب الحديث الذى يستصحب كل هذه التحولات من حيث طريقة عرض المضامين.

ويمكن أن نعتبر التدريب الإعلامى عنصراً من بين أهم عناصر الأداء الصحفي خاصة مع المتغيرات العديدة التي تشهدها الساحة الصحفية بما تتضمنه من تكنولوجيا حديثة، والتدريب عملية مستمرة بهدف إكساب الأفراد خبرات ومهارات وفنون يمكنه من خلالها الارتقاء بمستوى أدائه لمهنته بما يعود بالنفع عليه وعلى المؤسسة التي يعمل بها.

والتدريب هو النشاط الذي تقوم به المؤسسات الإعلامية من إعداد برامج تدريبية مناسبة للعاملين وفق احتياجاتهم، مواكبة للتطورات التكنولوجية وما فرضته من أساليب جديدة على المواقع الإلكترونية للمؤسسات الإعلامية في طريقة أدائهم لعملهم التحريري وفي طريقة استخدامهم للوسائط المختلفة ومن حيث تقديم الشكل المناسب للقراء وما يتفق مع عادات التصفح، وذلك من خلال تزودهم بالمعلومات والمهارات المطلوبة التي تستجيب لتلك المتغيرات في العمل، بهدف تطوير أدائهم في مجال أعمالهم لتحقيق الجودة في المنتج الإعلامي الذي يقوم به القائم بالاتصال.

أن البرامج التدريبية تشجع روح الإبداع لدى المتدربين، وبالتالي تساهم في نجاح الإعلاميين وتساعدهم في صناعة مضامين إعلامية جيدة يستطيع من خلالها الوصول إلى سبل الارتقاء في مجال عمله، وتقديم مضامين إعلامية هادفة. أن تقدير حاجيات المؤسسة الإعلامية من التدريب يتأتى وفق وفق توجهات واستراتيجيات المؤسسة الإعلامية للمستقبل، ودراسة كفاءات العاملين بها وتشخيص مستوى النقص في مستوياتهم.

ويمكن القول ان البرامج التدريبية تحقق مجموعة من الأهداف منها تزويد القائمين بالاتصال بالمعارف والمهارات التي تساعدهم في مواكبة التغيير المستمر ومواكبة التقدم والتطور التكنولوجي الذي أضفى تأثيراً على العديد من الاعمال في بفعول العولمة. الى جانب التعرف على الطرق المثلى لمعرفة إحتياجات الجمهور وتوظيف الخبرات والمؤهلات والمعارف المكتسبة من التدريب في تحقيق التأثير الإعلامي المطلوب الذي يرغب في إيصاله الى المتلقى.

### معهد الجزيرة للاعلام (نموذجاً):

ويستعرض المبحث (التدريب المهني للقائم بالاتصال) دور مراكز التدريب في صقل المهارات والمعارف للإعلاميين بالتركيز على معهد الجزيرة للإعلام باعتبار موقع الجزيرة نت موضع الدراسة، كما انه يقدم خدمات تدريبية تشمل كل العالم العربي وذلك من خلال وصف صفحة الموقع والخدمات التي يقدمها وذلك على سبيل المثال، أما على مستوى التعميم فأن هناك العديد من مراكز التدريب



الإعلامى فى العالم العربى مثل اكاديمية السودان لعلوم الاتصال واتحاد إذاعات الدول العربية بتونس ومركز التدريب للانتاج الاعلامي بدمشق والتي تقدم خدمات تدريبية وتأهيلية فى مجال الاعلام.

ويقدم معهد الجزيرة للإعلام خدماته الهادفة إلى تطوير وصقل المهارات الإعلامية من موظفى شبكة الجزيرة والعاملين فى الحقل الإعلامى، كما أنه يستهدف العاملين فى المؤسسات الاهلية والرسمية إلى جانب تدريب طلاب كليات ومعاهد الإعلام والخريجين الجدد ولكل الراغبين فى التدريب من الدول.

ومن مجالات التدريب فى المعهد، الإعلام الرقمة، الصحافة التلفزيونية والإذاعية، التشغيل الفنى، الإتصال والعلاقات العامة، مهارات التصميم، مهارات التصوير والأبداع، دورات النشاء، الدبلومات والمهارات الإعلامية.ويمكن الاشتراك فى أى من الدورات التدريبية بعد دفع الرسوم المقررة للدورة، كما يقدم المعهد دورات عامة ودورات خاصة.

وتشمل صفحة موقع معهد الجزيرة للإعلام الدورات التى ستقام وفيديوهات تعليمية والتعليم الإلكتروني ومجلة الصحافة وتتناول عدة مواضيع إعلامية تصل بالمهنة، وصفحة معارف إعلامية وتقدم مواد إعلامية متخصصة فى مختلف المهام الإعلامية.

وترتكز رؤية المعهد على تحقيق الريادة العالمية فى مجال التدريب والتطوير الإعلامى ليكون الخيار الأول للمحترفين والهواة على حد سواء، ومهمته تقديم البرامج التدريبية الاحترافية والخدمات الاستشارية الموثوقة وفقا لأحدث المعايير العلمية والتقنية.

ومن حيث استراتيجية فإن المعهد يسعى إلى تقديم تدريب إعلامى يتميز بالمهنية والاحترافية وفق أحدث معايير التدريب الإعلامى الدولية وممارساته المعتمدة، ويسعى إلى زيادة عدد المتدربين من خلال التوسع فى استهداف السوق المحلى والأسواق الخارجية، والمساهمة فى ترسيخ ونشر أفضل ممارسات العمل الإعلامى فى المنطقة العربية، ويقوم المعهد على مواصفات عالمية.

ويعتبر إنشاء المعهد فكرة فريدة من نوعها على مستوى الوطن العربي من حيث الأهداف والبرامج والأنشطة والجهات والفئات التي يتوجه إليها. ومن ناحية البنية التحتية يعتبر أحدث معاهد التدريب الإعلامية على مستوى العالم حيث أقيم على مواصفات عالمية.

وانطلق المعهد في الرابع والعشرين من فبراير عام 2004م إلى عالم التدريب الإعلامي، عبر تقديم وتدريب وتطوير فئات وشرائح إعلامية مختلفة، تضم موظفي شبكة الجزيرة الإعلامية وتمتد إلى الهواة والإعلاميين المحترفين في العالم العربي والعالم أجمع. "وانبثقت الفكرة من إيمان قناة الجزيرة العميق بأهمية التدريب الإعلامي لتطوير المهارات ورفع القدرات وتبادل الخبرات والتميز في الأداء. وقد تم تطوير فكرته ليكون أداة فاعلة من أدوات التطوير الإعلامي على مستوى العالم العربي خاصة وعلى المستوى الدولي عامة، وليغطي كافة مجالات العمل الإعلامي المرئي والمسموع والمطبوع والإلكتروني"<sup>(1)</sup>.

واليوم يعدُّ معهد الجزيرة للإعلام واحداً من أفضل معاهد التدريب الإعلامي في العالم خاصة وأنه يتميز بمواكبته للتغيرات الحاصلة في المشهد الإعلامي العالمي والتطورات التقنية ووسائل الاتصال الحديثة.

ويحرص المعهد على عقد شراكات استراتيجية قوية مع مؤسسات عدة ومن مدارس إعلامية مختلفة حتى يحقق الثراء المطلوب، إلى جانب ذلك يحرص المعهد على توفير الاستشارات الإعلامية للمؤسسات الإعلامية لمساعدتها على تطوير قدراتها الإعلامية وتدريب كوادرها ورسم خططها الاستراتيجية.

ويمنح المعهد شهادات في نهاية الدورات، مكتوبة باللغتين العربية والإنجليزية. كما يقدم المركز دوراته التدريبية خارج مقره في قطر. فالمركز تسهيلاً للراغبين في خدماته، وتقليلاً للتكلفة، يوفر خدماته التدريبية في أي مكان.

---

(1) <http://institute.aljazeera.net/ar/about> معهد الجزيرة للإعلام ، تعريف ، تاريخ الاطلاع 4-

## المبحث الثالث

### المعايير القياسية للقائم بالاتصال

أحدثت التحولات الاقتصادية والتقنية على المستوى الدولي تطورات فى بنية وسائل الإعلام بشكل عام، أثرت فى تغيير طرائق أداء القائمين على العملية الإعلامية فى جوانب الاداء والتنفيذ، وتأتى الحاجة لتطوير قدرات القائم بالاتصال لمواكبة التطورات فى الإعلام وظهور مضامين إعلامية جديدة على مواقع الإنترنت.

ويعتبر القائم بالاتصال العنصر المحوري فى العملية الإتصالية رغم تعددها كالرسالة أو الوسيلة لتحقيق التأثير المطلوب، إذ يعد عنصراً فعالاً فى العملية الإتصالية، حيث لا تقل أهميته عن العناصر الأخرى فى العملية الإتصالية كالرسالة أو الوسيلة، وخاصة فى المواقع الإلكترونية لمؤسسات الإعلام حيث يظهر تأثير القائم بالاتصال فى قوة الرسالة الإعلامية ومدى تأثيرها على المتلقي، كما تؤثر كفاءة المحرر على توصيل أفكاره للقارئ وإقناعه بها، وتتأثر هذه الكفاءة بالعديد من العوامل الذاتية وأخرى مرتبطة بالخبرة والتكوين العلمى والتدريب والتأهيل.

ويشير مفهوم القائم بالاتصال فى البحث إلى كل من يعمل فى إعداد أو إنتاج وتقديم الرسالة الإعلامية فى المؤسسة الإعلامية للمتلقين مهما اختلفت الأدوار أو المواقع، ونقصد به فى هذه الدراسة الممارسون للعمل الإعلامى ممن لهم علاقة مباشرة بمحتوى الرسالة الإعلامية (شكلاً ومضموناً) فى مؤسسات الإعلام الإلكترونية بمواقع الإنترنت.

وفرض تطور ووسائل الإعلام بشكل كبير وتواصل التطورات والاكتشافات التكنولوجية والتقنية المتسارعة خلال هذا العصر ضرورة الإعداد العلمى والتكوين المهني لأولئك الذين يقومون بعملية إنتاج المادة الإعلامية بغية ضمان تنفيذ مهامهم بكفاءة وسرعة من تجديد المعلومات وتحديثها والتأكد منها بما يتوافق مع المتغيرات المختلفة فى البيئة الإتصالية التى تمتاز بإستمرارية تدفق الأحداث ووقوعها فى كل لحظة، وكذلك التحكم بتقنيات الإعلام المستخدمة لنقل الخبر بصورة آنية.

ويعدُّ القائم بالاتصال هو المنتج الأساسي للمادة الإعلامية التي تقدمها المؤسسة الإعلامية للجمهور فكلما زادت كفاءة الصحفيين وزادت مهاراتهم وقدراتهم زادت بالتالي قدرة المؤسسة الصحفية على تقديم خدمة إعلامية أفضل وأميز لجمهورها وهي العلاقة التأثيرية التي أهتمت بها وسائل الإعلام وخصصت لها حيزا كبيرا من الدعم والتدريب.

وعملت العديد من المؤسسات الإعلامية في تطوير وتنمية قدرات الصحفيين وإكسابهم المهارات الجديدة في مجال العمل الإعلامي من اجل الرقي بمستوى المهنة والكفاءة في أداء العمل الإعلامي والذي يتفرد عن غيره من القطاعات الأخرى، كونه يتعامل مع المعلومة التي تتميز بالصحة والخطأ.

ويعد التكوين المهني والتأهيل العلمي من أهم عوامل إعداد الصحفي ذلك أن التعليم والتدريب يؤدي إلى تعزيز الكفاءة في العمل وصقل القدرات.

#### أولاً: مفهوم القائم بالاتصال:

تعددت إتجاهات المدارس الإعلامية المختلفة في تعريفها للقائم بالاتصال، ومنها إتجاه يرى أن القائم بالاتصال مؤسسات تتكامل فيها عناصر تكوين الرسالة الإتصالية، بمعنى ان القائم بالاتصال هنا ليس شخصا يمثل مصدر مضمون الرسالة الإتصالية، وانما هو المؤسسة الإعلامية او الإتصالية بكاملها والتي تصدر عنها الرسالة عبر مضامين وأشكال ووسائل وتقنيات متعددة، ويدعم هذا الاتجاه الدكتور جيهان رشتي التي ترى "ان المؤسسات الإعلامية أصبحت شبكات اتصال ضخمة تتصارع في داخلها المصالح، كما ان كل مؤسسة في حد ذاتها نظام معقد من السلطة والنفوذ والمركز"<sup>(1)</sup>. كما اتجهت بعض الدراسات الى تعريفه من منظور القدرة على التأثير في المتلقي، فعرف بأنه يشمل من لديهم القدرة على التأثير بشكل أو بآخر في الأفكار والآراء، حيث يعرفه الدكتور محمد حجاب "بأنه شخص يستهدف التأثير في الناس بأفكار لديه خلفية واسعة عنها، يؤمن بها ويصدر عنها في سلوكه وتصرفاته ويستخدم لذلك كافة إمكانيات وسائل الإعلام المتاحة ومختلف الأساليب الإقناعية لتحقيق التأثير المطلوب، وذلك وفق منهج علمي وفني

(1) جيهان احمد رشتي، الأسس العلمية لنظريات الاعلام، (القاهرة: دار الفكر العربي، 1995 م) ص 293.

مدروس ومخطط مستمر<sup>(1)</sup>. في حين اتجهت دراسات أخرى الى تعريفه من منظور الدور في عملية الإتصال، فعرفته بأنه "الشخص الذي يتولى إدارة العملية الإتصالية وتسييرها، على ضوء ما يتمتع به من قدرات وكفاءات في الأداء يتحدد مصير العملية الاتصالية برمتها"<sup>(2)</sup>.

"وتطرح المدرسة الفرنسية في الإعلام مفهوم آخر للقائم بالإتصال إذ تطلق عليه لقب "الوسيط" على أساس أن الصحفي يقوم بأدوار متعددة، فهو يبحث عن المعلومة ويختار مضمون الرسالة ثم يتوجه بها إلى الجمهور، وهو بذلك يلعب دورا تفاوضيا بين صانع المعلومة (المصدر) و الجمهور (المتلقي)"<sup>(3)</sup>.

ويتبنى إتجاهاً آخر تعريفا مغايرا للقائم بالإتصال حيث يرى "أن القائم بالإتصال هو مصدر الرسالة الإتصالية الأمر الذي جعل باحث الإتصال الأمريكى هارولد لاسوويل يشير إلي أن (من) في العملية الإتصالية هو القائم بالإتصال، حيث أشار إلى أن تحديد القائم بالإتصال ينطلق من تحليل أساليب السيطرة وأطلق عليه (Control Analysis) وهي دراسات تتجه في مجملها للكشف عن الشخصية الحقيقية للقائم بالإتصال ومدى صدق رسالته"<sup>(4)</sup>.

وفي محاولة لإيجاد معايير أوضح لمشكلة تحديد مفهوم القائم بالإتصال تعرف الدكتورة نجوى الفوال القائم بالإتصال "هو أي فرد داخل فريق عمل ينتمي إلى أحد المؤسسات ويضلع بمسئوليات ما في صنع وإنتاج الرسالة الإتصالية، ويكون دوره في هذا دورا مباشرا من خلال الحلقات المختلفة لعلميات صنع الرسالة الإتصالية،

---

(1) محمد منير حجاب، نظريات الاتصال، (القاهرة: دار الفجر للنشر والتوزيع، 2010 م) ص 168.

(2) منال هلال مزاهرة، نظريات الاتصال، (عمان: دار المسيرة للنشر والتوزيع، 2012 م) ص 239.

(3) عاطف عدلى العبد، نظريات الإعلام والرأى العام، الأسس العلمية والتطبيقات العربية، ط1 (القاهرة: دار الفكر العربى للنشر والتوزيع) ص 73.

(4) د. هشام محمد عباس، القائم بالإتصال رؤية في الواقع السودانى (الخرطوم، مطبعة الجمهورية 2004م،

ط1) ص 5.

بدءاً من وضع الفكرة أو السياسية العامة ومراحل الصياغة المختلفة لها، وانتهاءً بإخراجها وتقديمها للجمهور المتلقي بهدف التأثير عليه<sup>(1)</sup>.

### الشروط الواجب توفرها في القائم بالاتصال:

ظلت الشروط والسمات التي تميز القائم بالاتصال محل اهتمام العديد من الباحثين في الإتصال، ومن أبرز الدراسات التي نشرها ديفيد بيرلو في العام 1960 والتي حدد فيها بعض الإعتبارات التي يجب توافرها في القائم بالاتصال والتي حددها في النقاط التالية<sup>(2)</sup>:

- 1-توافر مهارات الإتصال، وهي خمس مهارات " الكتابة، التحدث، القراءة، الإنصات، والقدرة على التفكير السليم لتحديد أهداف الإتصال".
- 2-اتجاهات القائم بالاتصال نحو نفسه ونحو الموضوع ونحو المتلقي، وكلما كانت هذه الاتجاهات ايجابية زادت فعالية القائم بالاتصال.
- 3-مستوى معرفة المصدر وتخصصه بالموضوع الذي يعالجه يؤثر في زيادة فعاليته.

4-مركز القائم بالاتصال في إطار النظام الاجتماعي والثقافي وطبيعة الأدوار التي يؤديها والوضع الذي يراه الناس فيه يؤثر على فعالية الإتصال.

### المهارات المطلوبة للقائم بالاتصال في بيئة مواقع الإعلام الإلكترونية:

وتعد المهارات الخاصة للقائم بالاتصال في مواقع الإعلام الإلكترونية على الإنترنت ضرورية لتأثيرها في فعالية الرسالة، ومن المهارات المطلوبة للقائم بالاتصال في هذه البيئة الإلكترونية:

- تحرى الدقة والموضوعية.
- معرفة السياسة الإعلامية للمؤسسة.
- القدرة على الكتابة الصحفية بأنوعها المختلفة.

---

(1) دكتورة نجوى الفوال، "قراءة في دراسات القائم بالاتصال"، القاهرة: المجلة الاجتماعية القومية، المجلد الثاني والثلاثون، العدد الثالث، سبتمبر 1995م ص5.

(2) نظريات الاعلام د. حسن مكاوى و عاطف عدلى العبد، مركز بحوث العام جامعة القاهرة، 2007م، ص296.

- القدرة على التكيف مع ظروف العمل المختلفة ومع ضغوط العمل.
- القدرة على تكوين العلاقات مع الشرائح المختلفة.
- القدرة على التعامل مع التكنولوجيا الحديثة.
- معرفة توقعات ورغبات الجمهور.
- الإلتزام بالقوانين التي تحكم مجال المهنة.
- مهارة جمع المادة الإعلامية وتقييمها، واختيار الموضوعات والمقالات والخلفيات المعلوماتية المناسبة للقصة.
- مهارة العمل كباحث ومحرر ومندوب.

هذا فضلا عن السمات الشخصية التي يجب أن يتحلى بها القائم بالاتصال كالصبر والمثابرة، الشجاعة، النزاهة ' عقل يتساءل باستمرار، القدرة على التواصل مع الآخرين، الصدق، الثقة بالنفس والثقافة العالية، الإحساس بالمسؤولية. "وثمة حاجات ماسة لأن يكتسب حراس البوابة في البيئة الإلكترونية مهارات تقنية، وخبرة بالوسائط المتعددة سواء في جمع المادة الإعلامية وتغطية الأحداث، أو معالجتها واسترجاعها أو تصميمها أو بثها، مع القدرة على توظيفها إعلامياً"<sup>(1)</sup>.

#### العوامل المؤثرة على القائم بالاتصال في بيئة مواقع الإعلام الإلكترونية:

1- فرضت البيئة الالكترونية لوسائل الإعلام على مواقع الانترنت على القائم بالاتصال السرعة في بث الخبر، والتحديث المستمر للاخبار على مدار 24 ساعة مما شكل عبئا إضافيا لعمله وتحديا جديدا من حيث تحرى الدقة في الخبر وضرورة التثبت من المعلومات قبل بثها أو نشرها. وذلك على خلاف العمل في بيئة الاعلام التقليدي.

2- فرض تطور الأدوات الفنية والتكنولوجية التي يتم توظيفها إعلاميا على القائم بالاتصال المواكبة والمتابعة، وإستخدامها في العمل، ومن هنا تتضح أهمية اكساب المهارات التقنية للصحفي.

(1) السيد بخيت، الإنترنت وسيلة اتصال جديدة، ط 1، (الإمارات: دار الكتاب الجامعي، 2004 م) ص 132.

3- يواجه القائم بالإتصال ضغوط تتصل بإثبات مصداقيته الإعلامية وسط كم هائل من المعلومات على الإنترنت وكذلك فى كيفية التثبت من مصداقية المصادر التي يتعامل معها، وتحدى آخر فى ضخامة المعلومات والتي تحتاج لجهود كبير في تبويبها وفهرستها، فضلا عن تقييمها.

4- أحدثت الاجهزة المحمولة والموبايل فى شخصنة الاهتمامات للمتلقي، عن طريق ضبط إعدادات التلقى فى الاجهزة المستقبلية، وبالتالي فرضت تحديا للقائم بالإتصال فى أسلوب تبويب الموقع، وكذلك فرضت علي المزيد من التخصصية.

5- فرضت مواقع الإنترنت الإعلامية على القائم بالاتصال عالمية الرسالة الإعلامية والتي أصبحت مشاهدة على نطاق واسع فى العالم، وبالتالي اعداد رسالة متوازنة تخاطب الجميع وعلى مستوى كافة الموضوعات.

6\_ أصبح القائم بالإتصال فى المواقع الإلكترونية الإعلامية متابعا جيدا لمواقع التواصل الإجتماعى، وفرضت اجندتها التي تتداولها من موضوعات على إختيارات القائم بالاتصال فى مواقع الإنترنت. واتخذت شكلا تفاعليا مع الجمهور.

7\_ أثرت البيئة الإعلامية الجديدة فى طريقة عرض الأشكال والصيغ الإعلامية وعلى الأساليب الإعلامية والتحريرية المستخدمة فى العمل الإعلامى، وفى كيفية طريقة تقديمها بوسائط متعددة أو ربط خلفيات الموضوعات ذات الصلة عن طريق hyperlinks وبناء معلوماتى يساعد البحث العميق عن تفاصيل الموضوعات واصبحت بيئة يستطيع من خلالها ابراز قدراته وملكاته فى طرق عرض المعلومات مضمونا وشكلا.

8- زاد عدد القرارات التحريرية والتكنولوجية التي ينبغى للقائم بالإتصال إتخاذها خاصة تلك التي تتعلق بطبيعة النصوص المصاحبة للمادة، والروابط المتضمنة فيها، والصور الرقمية الخاصة بها، ونوعية الأصوات المصاحبة لها، والرسوم التوضيحية والجغرافية والخرائط وقواعد المعلومات المناسبة لها.

9\_ تراجع دور جامعي الأخبار فى البيئة الإعلامية الإلكترونية فى مقابل تصاعد دور معالجي الأخبار والبيانات والمعلومات، حيث لم يصبح من الضروري نزول الإعلامي إلى الميدان وجمع المادة الصحفية، إذ أصبح بمقدوره تجميع هذه المادة



والإتصال بأطرافها ومصادرها عبر وسائل إلكترونية مثل البريد الإلكتروني والجماعات الإخبارية والمؤتمرات الفيديوية وغيرها.

10- أثرت البيئة الرقمية فى حقوق الملكية الفكرية وذلك من خلال التحريف والتحويل للمضمون الإعلامى المنتج بواسطة القائم بالإتصال.

11- أثرت تفضيلات وأهتمامات الجمهور، فى دفع القائم بالإتصال فى التعرف على الجمهور وذلك من خلال البريد الإلكتروني ومشاركات الرأى من خلال الموقع والحوار والتعليقات وذلك بهدف زيادة التفاعلية مع الجمهور.

ويذهب بعض الباحثين الى تقسيم العوامل التى تؤثر على عمل القائم بالإتصال فى وسائل الإعلام المختلفة الي:

معايير المجتمع وقيمه وتقاليد: كتدعيم القيم والتقاليد وحماية الأنماط الثقافية واحترام الشخصيات الاجتماعية، فالقائم بالإتصال ينطلق فى أداء وظيفته من المكونات الاجتماعية والثقافية من البيئة التى نشأ فيها وتمثل بالنسبة له منظومة قيمية. ويمكن يتجاهل السبق الصحفى إذا تعارض مضمون الرسالة مع قيم وتقاليد المجتمع.

المعايير الذاتية للقائم بالإتصال: كالنوع والعمر والدخل والطبقة الاجتماعية والتعليم والانتماءات الفكرية والعقائدية واحترام الذات

المعايير المهنية للقائم بالإتصال: سياسة المؤسسة الإعلامية و مصادر الأخبار وعلاقات العمل وضغوطه.

معايير الجمهور: توقعات عن ردود فعل الجمهور.

### مراحل إيصال المضمون فى مواقع الإنترنت الإعلامية:

وثمة مراحل لتوصيل المضمون إلى المتلقى يجب على القائم بالإتصال العمل بها لتحقيق فعالية الاتصال، ويقصد بالفعالية العملية المخطط لإيصال الرسالة إلى المتلقى بمعانيها وأحاسيسها وانطباعتها تماما كما أراد المصدر وذلك من خلال المراحل التالية:

أولاً: أن يحدد أهدافه من الرسالة.

ثانياً: تخطيط وبناء الرسالة وان يكون عارفا بها واستيعابها قبل إرسالها.

ثالثاً: أن يستخدم في إيصالها الأسلوب المناسب بلغة يفهما المستقبل.

رابعاً: أن يدعم المعلومات بالحقائق والأدلة الكافية.

خامساً: أن يأخذ في إعتباره تحيزات واتجاهات المستقبل والتأكد من مطابقة الرسالة مع طبيعة المتلقى.

سادساً: أن يعرف إمكانيات ومواصفات الوسيلة التي يستخدمها وحشد الوسائل المساعدة لدعم مقصد الرسالة.

سابعاً: متابعة ردود الأفعال للرسالة وذلك من خلال رجوع الصدى.

أن القائم بالإتصال يتأثر بالمكونات الذاتية الخاصة به المتمثلة في المقدرات والمهارات الإبداعية التي تميزه عن غيره، والعلاقة بين المهارات الذاتية وبين النجاح في مهمة الإتصال علاقة طردية أي كلما كان شخصاً مبدعاً وبارعاً في التواصل مع الآخرين كلما حققت الرسالة نسبة عالية من النجاح في تحقيق أهداف الإتصال، ايضاً من عوامل النجاح الهامة في الإتصال مراعاة آمال الجمهور وطموحاته ورغباته ذلك لأن الرسالة التي تتعارض مع توقعات الجمهور ورغباته رسالة لا تحقق أهداف القائم بها.

**معايير مهنية تتعلق بمسؤولية الصحفي تجاه مجتمعه**

وتتمثل أهم هذه المعايير فيما يلي:

ومن حيث المعايير الخاصة بالتزام القائم بالاتصال نحو المجتمع أو الجمهور يجب عليه الالتزام بعدم التشهير أو سبق الأحداث خاصة في المسائل المتعلقة بالموضوعات المعروفة أمام القضاء.

الامتناع عن بث ما يمس العقيدة أو الآداب العامة أو يوحى بالانحلال الخلقي، أو يحث على الجريمة، أو العنف، أو الانتحار، أو يبعث الرعب، أو يثير الغرائز. الالتزام بأخلاقيات المهنة إذ " يجب على القائم بالاتصال الوثوق من الأفكار أو الوقائع أو الأخبار التي يبيئها إلى المشاهدين، بحيث لا تتعارض هذه المعلومات مع المصالح الخاصة بالمجتمع، أو تتضمن دعاية ضارة بالناس أو شائعات تثير البلبلة بين صفوف المجتمع، فيجب التوجه إلى عقول الناس بالفكر أو الحكمة،

وإلى قلوبهم ووجدانهم بالموعظة الحسنة، ورفض إثارة الغرائز الدنيوية والرغبات الحسية وصياغة الأكاذيب المضللة والخادعة".

وعلى وسائل الاعلام أن تعمل على تبصير الناس بما يدور حولهم وفق رسالة تركز على القيم الاخلاقية والصدق في أطار الاخبار والتوجيه والتنقيف والتوعية والاعلام للمجتمع.

ويمكن القول إن هناك عدة معايير مهنية تحكم سلوكيات ( الصحفيين والمراسلين) في حال تغطيتهم للأحداث. وتنقسم هذه المعايير المهنية إلى<sup>(1)</sup>:  
أ - معايير خاصة تتعلق بجمع المادة الخبيرة:

وتتمثل بضرورة أن يحتفظ الإعلاميون بالبيانات والمعلومات السرية التي يمكن أن يؤدي نشرها إلى الضرر بالأمن القومي للبلاد، أو الأمن الشخصي للمواطنين، كما ينبغي للصحفيين والمراسلين اللجوء إلى وسائل أخلاقية مشروعة لدفع مصادر المعلومات للحديث أو الإدلاء بالمعلومات، لأن غير ذلك لا يتفق مع القيم الأخلاقية للمهنة.

إن الصحفي هو الذي يحدد أهمية مصادر الأخبار في الحصول على مزيد من المعلومات، وتقدمها إلى الجمهور، ولذلك فالمسؤولية الإعلامية تحتم عليه احترام مصادر معلوماته، فالصحفي ليس هدفه فقط الحصول على الخبر بأيّة وسيلة، لكن الطريقة التي يحصل بها على الخبر هي التي تحدد على المستوى البعيد وضعه ومصادره ونوعيتهم ومدى ارتباطهم به من عدمه.

وقد يفقد الصحفي أو المراسل خبراً كان يمكن أن يحقق به السبق، لكن ذلك ليس آخر المطاف ما دام مصدره لم يصرح ببثه، بل طلب صراحة عدم بثه، فالمحافظة على المصادر أمر حيوي، ويجب العمل على أن يضيف إلى تلك المصادر صادر أخرى جديدة، فكلما تعددت المصادر اتسعت دائرة الصحفي وزادت فرصته في السبق بالأخبار والموضوعات، ولكن الحفاظ على سرية مصادر المعلومات

---

(1) عرفات مفتاح معيوف، ورقة عمل، معايير التغطية الاخبارية في القنوات التلفزيونية، كلية الفنون والاعلام، جامعة طرابلس ليبيا، ص 180-181.

والأخبار الصحفية هو التزام قانوني ومهني وأخلاقي على المراسل الالتزام به في جميع الأحوال والظروف.

ب- معايير مهنية تتصل بمسؤولية الصحفي تجاه نفسه:

نظراً إلى أن عالمنا قد أصبح يركز على التخصص الدقيق فلا بد للصحفي أو القائم بالتغطية من مراعاة الآتي:

- معرفة جيدة بالمجال الذي يعمل فيه وهذه المعرفة تأتي عن طريق العلم والتخصص الدقيق، فضلاً عن الإلمام بعلوم العصر وثقافته وتياراته المتعددة.

- مهارة تبرز كفاءته وتدفع به إلى مقدمة الصفوف في مجال تخصصه.

- تحرك واسع يجعله في موقع الأحداث، أو على الأقل على استعداد دائم للوصول إليها.

إلا أن المسؤولية الإعلامية الأخلاقية تضيف إلى ذلك عنصر (القيم) كي لا تتحول العملية الإعلامية إلى مجرد سباق محموم من أجل الأخبار وتسويقها، فالعملية الإخبارية هنا هدفها إعطاء القوة والمناعة، وذلك عن طريق الإقناع العقلي دون العاطفة.

وغالباً ما يسعى المراسلون إلى تحسين أدائهم المهني طالما أنهم يشكلون حلقة الوصل بين منابع الأخبار، وبين الجمهور عن طريق البحث والتنقيب عن الأحداث المشمولة بالتغطية.

ويمكن إجمالاً تلخيص أهم المعايير التي تحكم الأداء المهني، وهي بطبيعتها متداخلة مع المعايير الأخرى<sup>(1)</sup>:

- معايير الوسيلة الإعلامية وموثيقها الداخلية سواء كانت مكتوبة أم غير مكتوبة.

- معايير مهنية تضعها الهيئات الصحفية المستقلة لتنظيم عمل وسائل الإعلام المختلفة مثل الجمعيات، النقابات، الصحف، وغيرها.

- معايير مهنية تتعلق بالتغطية الإخبارية في إطار من الصدق والأمانة سعياً وراء تقديم ( الحقيقة كما هي).

---

(1) جيهان رشتي، الإعلام وقضايا المجتمع، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، 2000، ص 27.

كما أن هناك مجموعة من المعايير تتصل بمجموعة من القيم الاخبارية التي يرغب القائم بالاتصال في نقلها هي (الآنية أو الجدة، والواقعية، والموضوعية، والأمانة، والدقة، والأهمية، والقرب، والصراع، والغرابة، والطرافة). وعلى العموم فإن وسائل الاتصال الجماهيري لا تريد أن تبدو على أنها تعمل بشكل غير أخلاقي وغير مهني وتميل الى السعي للإلتزام بمواثيقها المهنية. ويعمل هذا النظام الخاص بالرقابة الذاتية بصورة حسنة في عديد من البلدان بمختلف أنحاء العالم.

ورغم أن مواثيق السلوك تختلف من بلد لآخر إلا أن هناك مبادئ معينة يتبناها أغلب الصحفيين بأحاء العالم المختلفة، ومن تلك المواثيق المتبناه عالميا:

على الصحفيين أن يتوخوا الحقيقة في تقاريرهم وألا يكذبوا.

- عليهم التحقق من معلوماتهم وصحتها قبل نشرها أو إذاعتها.

- عليهم أن يصبوا الاخطاء الصادرة عنهم.

- عليهم ألا يمزجوا بين الوقائع والآراء.

- عليهم ألا يميزوا بين الناس.

- عليهم أن يتوخوا الامانة في الطرق التي يحصلون عليها المعلومات.

- على الصحفيين ألا يقبلوا الرشاوى والامتيازات الشخصية التي يقصد منها التأثير

على تقاريرهم، والا يحصلوا على أى وثائق هامة بصورة غير مشروعة .

- على الصحفيين ألا يسمحوا لمصالحهم الشخصية بالتدخل فيما يعدونه من

تقارير .

**انعكاس اندماج وسائل الاعلام على القائم بالاتصال:**

ومفهوم اندماج وسائل الإعلام يعنى تدفق المحتوى بين منصات اعلامية متعددة داخل الوسيلة الواحدة أى تقديم أشكال متعددة للمادة الاعلامية عبر وسيلة تقنية واحدة.

والمقصود بالاندماج الرقمي دمج عدة مهمات في حامل واحد. وهو الظاهرة التي تنطوي على الربط بين تكنولوجيا المعلومات والاتصالات وشبكات الكمبيوتر، و محتوى الوسائط وذلك جاء نتيجة لشيوع الإنترنت ورقمنة المحتوى الإعلامي، مما أدى الى ظهور مفهوم الاعلام الجديد.

ووفقاً للمفهوم فقد أحدث الاندماج الرقمي والتقارب بين وسائل الإعلام تحولاً كبيراً في الخدمات الإعلامية وطريقة عمل القائم بالاتصال وسمح ببروز أشكال جديدة في المحتوى المقدم، وانتقلت وسائل الإعلام من مرحلة الوسائل التقليدية إلى الوسائل الجديدة المستعينة بالإنترنت والحاسبات المتسمة بالفاعلية والفورية. وقد استفادت الوسائل المختلفة من ميزات الإعلام الجديد في دمجها للوسائل المختلفة على الكمبيوتر وتعدد الوسائط وتحقيق ميزة التفاعلية.

واندماج المحتوى يعكس التحولات في عمليات إنتاج واستهلاك المحتوى المقدم عبر وسائل مختلفة، تصاعدت فيه قيم التشاركية والتفاعل. وهذا التقارب التكنولوجي يبسط إنتاج المحتوى الاعلامي ويسمح بتوسعه كما وكيفا بشكل هائل ويجعل مهمه توزيعها سريعة وبسهولة وكذلك يقلل تكلفة انتاجها وتوزيعها بشكل كبير.

ويوفر المفهوم إطاراً لفهم أثر التكنولوجيا في صناعة الاخبار ويأخذ في اعتباره المستويات الثلاثة للإنتاج والتوزيع والاستهلاك، بما يحتويه ذلك من تقنيات وموارد بشرية وعناصر تحريرية، فضلاً عن البنى المتصلة بشكل غرف الاخبار الحديثة ودوائر تدفق العمل بها دون اغفال للتحولات في الفكر والثقافة الحاكمة لتلك العملية وصعود المناهج التي تتمحور حول المستخدم.

ويركز مفهوم الاندماج في جوهره على التغييرات التي طرأت على عملية صناعة المحتوى، في ضوء التطورات التكنولوجية المتلاحقة.

وقد تجلت اشكاله في أربعة مظاهر أساسية أولها يتمثل في الانتاج المتكامل في صالات التحرير وأساليب جمع الاخبار، وثانيها يتمثل في المهنيين متعددي المهارات، ثالثها تقارب المحتوى من خلال منصات توصيل متعددة رابعها الجمهور النشط والمشارك والمتفاعل والمنتج للمحتوى.

كما اثر الاندماج في عمل المؤسسات الاعلامية مثل رقمنة المحتوى والتكامل بين المكونات الجمع بين أكثر من أداة في جهاز واحد متعدد المهام.

ويتمثل انعكاس الاندماج على القائم بالاتصال في الآتي:

1- فرض الاندماج على القائمين بالاتصال أتباع معايير للجودة وبالتالي أوجدت الحاجة لتدريبهم بهدف تزويدهم بالمعارف والمعلومات ورفع قدراتهم ومهارتهم بطريقة غير تقليدية.

2- أن الاندماج شجع المؤسسات الإعلامية على استصحاب آليه جديدة للعمل يتوحد فيها أعداد المادة الاعلامية من صوت وصورة وفيديو، وساهم ذلك فى ظهور غرف الاخبار المدمجة.

3- الاندماج فرض على القائمين بالاتصال مهام تحريرية إضافية تتصل بمواقع التواصل الاجتماعى وربط المحتوى النصى بالاقتناس لمواقع شبكات التواصل الاجتماعى مثل تويتر أو ربط كلمة فى النص بموسوعة الموقع وفقاً لحاجة المتلقى فى المزيد من المعلومات.

4- مكن اندماج وسائل الاعلام من معالجة البيانات بأساليب مختلفة بانتاج نسخ مخصصة وملبية لحاجات الفرد واختيار نوع المحتوى باستخدام الوسائط المتعددة وفقاً للشكل الذى يرغب فيه المتلقى لخلق حالة من التأثير.

5- أصبح القائم بالإتصال مطالباً باستيعاب اساليب استخدام الحاسبات الالكترونية وبرامجها ومهارة التصوير الرقمية وأساليب إرسال واستقبال المواد والمعلومات من مختلف المصادر.

وبالتالى الحاجة للتدريب فى مجال الاساليب الاعلامية والتدريب فى مجال المهارات الإعلامية.

6- أدى الاندماج الى نمط إعلامي جديد يختلف فى مفهومه عن النظم الإعلامية السابقة، ويتميز عنها بالعديد من السمات من أهمها: التفاعلية وتفتيت الاتصال واللاتزامنية وقابلية التحويل وقابلية التوصيل وقابلية التحرك والوسائط المتعددة والشبوع والانتشار، وفرض ذلك على القائم بالاتصال أن يأخذ فى إعتباره تلك الخصائص عند إعداد المحتوى.

8- مكن الاندماج القائم بالاتصال من متابعة مواقع التواصل الاجتماعى ومعرفة القضايا التى يثيرها الجمهور والتي تتطلب الالمام بأساليب البحث لتلك المواقع ومعرفة الموضوعات الاكثر تداولاً.

9- استفاد القائم بالاتصال من الاندماج للوسيلة الإعلامية في استخدام أساليب تحريرية واستخدام الوسائط المتعددة في إعطاء أهمية للموضوعات التي يود جذب المتلقين لها وذلك بتعدد الأدوات والوسائط التي ساعدت على تقديم عرض جاذب.

10- أوجدت بيئة الاندماج في وسائل الإعلام الإلكترونية على مواقع الانترنت المتلقى المتخصص وبالتالي كانت الحاجة الى القائم بالاتصال المدرب والمتخصص والذي يكتسب الخبرة من خلال التكوين العلمي والعمل والتدريب المهني، بمعنى أن يكون قادراً على تلبية حاجات المستخدم، حيث أصبح المستخدمين منتقنين للمعلومات وفقاً لخيارتهم.



## **الفصل الرابع**

### **الدراسة التطبيقية**

**المبحث الاول: تعريف بموقع الجزيرة الالكترونى**

**المبحث الثانى: اجراءات الدراسة التطبيقية**

**المبحث الثالث: تحليل ومناقشة نتائج الدراسة الميدانية**

**الخاتمة(النتائج والتوصيات)**

## المبحث الأول

### تعريف بموقع الجزيرة الالكتروني

شهد عقد التسعينيات من القرن العشرين تطوراً لافتاً في القنوات الفضائية العربية، حيث أسست وانطلقت العشرات من الفضائيات المتنوعة في الفضاء الإعلامي العربي، ومعظم هذه الفضائيات كانت فضائيات متنوعة تبث برامج إخبارية واقتصادية وثقافية وترفيهية ورياضية وغيرها، كما ظهرت قنوات متخصصة بالرياضة والاقتصاد والدين، أما التطور الأهم فكان انطلاق قناة الجزيرة الفضائية كقناة إخبارية في 1996م لتصبح إحدى أهم مصادر الأخبار في العالم وتؤدي دورها بمهنية عالية منافسة بذلك كبريات محطات التلفزة العالمية يساعدها في ذلك شبكة واسعة من عشرات المكاتب والمراسلين المنتشرين في قارات العالم المختلفة.

"في الثامن من فبراير عام 1996، أصدر الشيخ حمد بن خليفة آل ثاني أمير قطر مرسوماً أميرياً بناء على توصية من مجلس الشورى القطري يقضي بإنشاء المؤسسة العامة للقناة الفضائية القطرية "وهو ما بات يعرف لاحقاً بالجزيرة"، وبرأسمال قدره خمسمائة مليون ريال قطري حيث تمتلكها الحكومة القطرية، ويرأس مجلس إدارتها الشيخ حمد بن ثامر آل ثاني"<sup>(1)</sup>.

"واستطاعت إدارة القناة أن تبدأ البث في الأول من نوفمبر عام 1996 بعد تسعة أشهر من الإعداد والتكوين والتجهيز. واستفادت قناة الجزيرة في بدايتها من الطاقم الإعلامي العامل في محطة بي بي سي العربية"<sup>(2)</sup>.

وقناة الجزيرة كما تعرف نفسها خدمة إعلامية عربية الانتماء عالمية التوجه شعارها الرأي والرأي الآخر، وهي منبر تعددي ينشد الحقيقة ويلتزم المبادئ المهنية في إطار مؤسسي كما تسعى الجزيرة إلى نشر الوعي العام بالقضايا التي تهم الجمهور بالإضافة إلى طموحها لأن تكون بين الشعوب من خلال توجهها المتمثل في

---

(1) مفيد الزبيدي، كسر المحرمات في الفضاء الاعلامي العربي، بيروت، دار الطليعة للطباعة والنشر، 2003، ص 40.

(2) تأثير شبكة الجزيرة الاعلامية في الشأن العام العربي ، د.شيماء الهوارى ، مجلة الدراسات الاعلامية ، المركز الديمقراطي العربي ، العدد الاول ، يناير 2012م

عالمية الأخبار وعدم استثناء أي منطقة جغرافية من تغطية القناة سواء بإنشاء مكاتب إقليمية أو مراسلين محليين.

### تمويل الجزيرة:

"ومن حيث مصادر تمويل قناة الجزيرة فقد كان الشيخ حمد بن ثامر رئيس مجلس إدارة القناة بعد خمس سنوات من إنشاء قناة الجزيرة يأمل أن تستقل مادياً، إلا أن ذلك لم يتحقق، وظلت حكومة الدوحة تقدم لها الدعم المالي"<sup>(1)</sup>.

وحاولت القناة من جانب آخر أن تجد مصادر دخل؛ مثل الإعلانات والاتصالات الهاتفية المباشرة في إطار التوجه نفسه للقنوات التلفزيونية الفضائية العربية لتغطية نفقات القناة، "وفي إطار إيجاد موارد مالية جديدة تعكف الجزيرة على إصدار «سلسلة كتاب الجزيرة»، وهي سلسلة وثائقية لأهم البرامج الحوارية"<sup>(2)</sup>.

وبقيت الحكومة القطرية تقدم الدعم المالي المستمر للقناة رغم محاولات القناة المتواصلة استكشاف مصادر دخل أخرى تستطيع معها تغطية نفقاتها، وقد أكد وزير خارجية قطر حمد بن جاسم آل ثاني "أن حكومته ترعى قناة الجزيرة، لكن لا يعني ذلك أنها تدير القناة أو توجهها ضد أي شخص. ولهذا تعاني الحكومة من عدم ارتياح «الأصدقاء والأشقاء» لما تقدمه الجزيرة واعتقادهم أن هذا البرنامج أوداك يتم بإيعاز من الحكومة القطرية"<sup>(3)</sup>.

### أهداف قناة الجزيرة:

دوافع دولة قطر من إنشاء القناة، وهي الدوافع التي تم تحديدها سابقاً برغبة القيادة القطرية في أن تمنح القناة قطر صوتاً خليجياً وإقليمياً ودولياً مسموعاً وكبيراً، ويقول محمد جاسم العلي المدير العام السابق لقناة الجزيرة " أن السبب الرئيس لانتشار شعبية الجزيرة يعود إلى أن القنوات التلفزيونية الأخرى إما أنها تمثل وتقدم وجهة النظر الحكومية أحادية الرأي أو لأنها تمثل النظرة التجارية، بينما لا تمثل الجزيرة

---

(1) شيماء الهواري، تأثير شبكة الجزيرة الإعلامية في الشأن العام العربي، مجلة الدراسات الإعلامية، العدد الاول، برلين، المركز الديمقراطي العربي، يناير 1918، ص 12.

(2) مفيد الزيدي، مرجع سابق، ص 38.

(3) شيماء الهواري، المرجع السابق نفسه ص 12.

وجهة نظر أي حكومة أو نظام ولا تسعى لتحقيق مكاسب تجارية، وإنما خلق واقع إعلامي عربي جديد"<sup>(1)</sup>.

أما من حيث الاهداف الإعلامية الدخول إلي عالم منافسة القنوات الفضائية الغربية التي احتكرت البث والرواية للأحداث وذلك من واقع عمل القناة طبيعة عمل القناة والحرية الإعلامية العالية التي تعمل بموجبها والمهنية الكبيرة التي تتمتع بها على مستوى العاملين فيها وعلى مستوى مخرجات عملها الإعلامي من أخبار وتقارير وبرامج وغيرها.

أما السياسة الإعلامية لقناة الجزيرة، حيث تعد أول قناة عربية إخبارية متخصصة، وهي بذلك تقوم ببث الأخبار والتحليلات السياسية والبرامج الحوارية، حيث تؤكد القناة أنها تتبع سياسة إعلامية قائمة على فتح المجال لظهور كل الآراء والتوجهات والآيديولوجيات المعارضة والمؤيدة على شاشتها ومنحها الفرصة لعرض وجهة نظرها من أي قضية دون أي تدخل من قبل القناة أو القائمين عليها أو مقدمي البرامج والأخبار فيها، الأمر الذي يعد ترجمة عملية لشعار القناة "الرأي والرأي الآخر".

أبرز ما يشكل العمود الفقري للسياسة التحريرية والإعلامية للقناة، هي القيم الواردة في ميثاق الشرف المهني ودليل السلوك المهني للصحفي، والتي جاء فيها "التمسك بالقيم الصحفية من صدق وجرأة وإنصاف وتوازن واستقلالية ومصداقية وتنوع دون تغليب للاعتبارات التجارية أو السياسية على المهنية، والسعي للوصول إلى الحقيقة وإعلانها في التقارير والبرامج والنشرات الإخبارية بشكل لا غموض فيه، وتقديم وجهات النظر والآراء المختلفة دون محاباة أو انحياز لأي منها، وعدم تحريف الوقائع والمعلومات والحقائق تحت أي ذريعة، وعند تناول الموضوعات و الأحداث بالتحليل والتعليق ينبغي الاستعانة بأهل المعرفة والدراية على اختلاف رؤاهم مع الأخذ في الاعتبار أن تبني موقف أو رأي دون الآخر سيحسب على القناة، ومنح

---

(1) سليمان غازي الشمري، طارق آل شيخان: الجزيرة قناة أم حزب أم دولة، دور قناة الجزيرة الإعلامي والشعبي والسياسي في العالم العربي والإسلامي والغربي، القاهرة، دار الكتاب الحديث، 2007، ص 16.

الفرصة لأطراف أي قصة خبرية أو قضية موضع حوار لتوضيح مواقفهم والرد على أي اتهام موجه إليهم"<sup>(1)</sup>.

أثرت هذه السياسية الإعلامية والتحريرية على الرقابة الحكومية العربية للإعلام، وذلك بعد عدم تمكن تلك الحكومات من الرقابة على القناة وبرامجها وأخبارها. "وأحدثت القناة ضجيجاً في العالم العربي ليس فقط عبر تغطيتها المجردة للأحداث ولكن أيضاً عبر حلقات الحوار والنقاش بين الشخصيات المختلفة والمتعارضة من العالم العربي، وهو الأمر الأخطر بالنسبة للأنظمة العربية وأدوات الرقابة التابعة لها، وهو ما حدا بجهات عربية عديدة لاتهام القناة بتحريض الناس على الشغب"<sup>(2)</sup>.

ويرى الفاتح السيد أن السياسة التحريرية تقوم على مبادئ اخلاقية وليست حيادية لان الانسان يميل لمصلحته وأن الحياد لا يخلق التفاعل، والمطلوب عدم الانحياز فالعمل الصحفى يتطلب الموضوعية ودرجة كبيرة من الاستقلالية لوسائل الإعلام، مبينا أن الحيادية مطلوبة في الخبر باعتبار أن الخبر مقدس ويمكن التعليق عليه بعد ذلك. ويرى الفاتح أن الجزيرة غير محايدة وفى كثير من الاحيان موضوعية وحاولت أن تغطى عدم حيادها بمهنتيتها العالية. وأن تغطى على الانحياز ببعض كوادرها ذات القدرات المهنية العالية والانحياز فيها يقوى ويضعف وهى قابلة للتصديق من خلال الاسلوب الجاذب، مبينا أن الموضوعية والمصادقية تتطلب توفر المعلومات ودرجة عالية من الدراية وأن تقدم بأسلوب جاذب، ويشير الفاتح أن الجزيرة خلال أزمة الربيع العربى حاولت أن تغطى بعدم حيادتها بمهنتيتها العالية لبعض الكوادر، ويضيف الفاتح أن برامج الرأى تبدو حيادية من خلال الرأى والرأى الأخر ولكن احياناً تقل درجة الحيادية من خلال توجيه دفة الحوار لمقدمى البرامج أو من خلال انتقاء موضوعات الحوار<sup>(3)</sup>.

(1) <http://www.aljazeera.net/portal/pages/> شبكة-الجزيرة-الإعلامية-الرؤية-والمهمة

(2) هيثم الهيتي: الإعلام السياسي والإخباري في الفضائيات، عمان، دار أسامة للنشر والتوزيع، ط 1. 2008، ص 82 .

(3) مقابلة مع الفاتح السيد، صحفى وكالة السودان للانباء، يوم 26-2-2019م، الساعة 12ظهراً، بوكالة السودان للانباء..

ويرى احمد حسن أن الجزيرة تنتم بالمصداقية والمهنية العالية من حيث تناولها للاخبار بكل أنواعها السياسية والاقتصادية والرياضية والاجتماعية والثقافية، ومما جعلها تتصف بالمصداقية وأنها تمتلك كادر مؤهل عن طريق التدريب المتقدم الذي أنعكس على أدائها حيث تحرص على نقل الحدث من موقعه بالصورة والصوت في آن واحد مستخدمه الوسائط المتعددة في موقعها الالكتروني وتدعم مصداقيتها باعتبار أن الصورة مدعّمه للخبر.

ويضيف أحمد أن المصداقية تتحلى بها أيضا عن طريق المرسلين الذين تلقوا تدريباً عالياً أنعكس على أدائهم المتفرد في المجال الاعلامي، ويشير إلي أن الجزيرة حققت الشعار الذي رفعته عن طريق الامكانيات والبنى التحتية وهي مطابقة للمواصفات العالمية، إضافة إلي توظيفها للكوادر المؤهلة وأهتمامها بالتدريب<sup>(1)</sup>.

ويرى سيف الدين حسن أن أى وسيلة إعلامية تحرص على أن تأتي قيمة المصداقية في أعلى درجة، مبيّنا انه في ظل المنافسة وتحقيق سبق الصحف تهزم المصداقية إذا لم يتم التأكد من المعلومة، ويرى سيف الدين أن الجزيرة تحافظ على قيمة المصداقية وهي عالية ومقدرة، ولكنها في ظل سبق الصحف احيانا تتجاوز المصداقية لتسبق الوسائل الأخرى<sup>(2)</sup>.

ام الهدى فيرى أن قيمة الإعلام في المصداقية وبالتالي لا بد من الإلتزام بقواعد المهنة، وأن الجزيرة اكتسبت شهرة ومتابعة على نطاق واسع، واكتسبت مصداقية، ولكن الحياد بصفته المطلقة لانجده اطلاقاً في كل وسائل الإعلام لأن كل جهة إعلامية لها توجه وزاوية، والجزيرة نت ليست مستثناة من الحياد المطلق. ويدلل الهدى على ذلك في توجه شبكة الجزيرة نت لخدمة الاهداف الكلية للدولة مستخدمة بذلك امكانياتها لخدمة تلك الاهداف القومية، وذلك حسب مصلحة الدولة

---

(1) مقابلة مع احمد حسن، استاذ باكااديمية علوم الاتصال، يوم 2-2-2019م، الساعة 2 ظهراً، بالاكاديمية.

(2) مقابلة مع د. سيف الدين حسن، جامعة ام رمان الاسلامية يوم 4-3-2019م، الساعة 3 ظهراً، بمركز اسلام لمعرفة.

التي تعطيها المال، ويبين الهدى أن ليس هناك حياض مطلق، وان كل شيء نسبي حسب مقتضيات الحال والمصالح، وذلك ينطبق على الجزيرة نت وغيرها<sup>(1)</sup>.

### الجزيرة نت:

وفي يناير 2001م تم افتتاح الموقع العربي للجزيرة نت ليكون في طليعة المواقع العربية الرئيسية للأخبار على الإنترنت، ولقد أدى نشر الجزيرة نت للموضوعات الساخنة والحوارات الجريئة علاوة على التقارير الإخبارية الموضوعية والمداخلات التفاعلية، دوراً في وضع الموقع بين المواقع الأكثر تميزاً من حيث عدد الزوار على مستوى العالم.

ولقد صمم الموقع ليصبح شبكة مواقع توفر للزوار عدداً من مصادر المعرفة هي: مواقع الشبكة الجزيرة الاخبارية، الجزيرة انجليزي، الجزيرة مباشر، الجزيرة الوثائقية، الجزيرة البلقان، عربي (AJ). إذ أهتم الموقع بالأخبار من خلال الموقع العربي الرئيسي للأخبار حيث يقدم تغطية شاملة للأحداث وتطوراتها على مدار الساعة. ويقدم الموقع الآراء ذات الأبعاد الأكثر عمقاً لما وراء الأخبار وذلك عن طريق التحليل والبحث العلمي والدراسات المعمقة.

ويعرض الموقع من خلال بوابة البرامج ما تبثه قناة الجزيرة، ويحتفظ بسجلات كاملة لما تنتجه القناة في قاعدة بيانات ضخمة يتم توفيرها للزوار.

وبذلك يخدم الموقع على الإنترنت الدور الريادي لقناة الجزيرة في تطوير الرسالة الإعلامية العربية المرئية والمقروءة، وتمكين الجمهور العربي من المتابعة التفاعلية المتواصلة للأخبار والبرامج وتحليلاتها على شبكة الإنترنت، وزيادة عدد متابعي أنشطة قناة الجزيرة عبر موقعها على الإنترنت، إضافة لجمهور الشاشة وذلك من خلال افراده حيزاً واسعاً لمواقع التواصل الاجتماعي في التشاركية مع مستخدمي ومتابعي الموقع.

---

(1) مقابلة مع الهدى أحمد الهدى، صحفى، مجلة سودان ناو، 19-2-2019م، الساعة 12ظهراً، بوكالة السودان للانباء.

وتقوم رؤية الجزيرة نت على المعالجة الإعلامية والمعلوماتية المتوازنة الملتمزة بالدقة والموضوعية والحياد، المراعية لتحقيق الانسجام مع الجمهور العربي ومكوناته الحضارية والاجتماعية والثقافية. "ووفقاً للجزيرة نت فالسياسات التحريرية تقوم على شعار القناة الدائم "الرأي والرأي الآخر"، الموضوعية والحياد، السبق والتثبت، الدقة والتوثيق، تعميم الخطاب، وتستهدف الجمهور العربي بتنوعه الفكري والثقافي وتعدده العقدي والسياسي بدءاً من صناع القرار وانتهاءً بالشباب والطلاب، وتخص منهم: صناع القرار، الدبلوماسيين والمنقبين، الإعلاميين والباحثين، الطلاب والشباب"<sup>(1)</sup>.

أما مصادر معلومات الموقع فهي:

- تقارير مراسلي الجزيرة نت وقناة الجزيرة.
- وكالات الأنباء العربية والدولية.
- المراجع والموسوعات العامة والمتخصصة.
- الكتاب والباحثون.

-تفاعلات المستخدمين ومشاركاتهم من خلال بوابات الموقع.

وقد تمكنت الجزيرة من تحقيق الانتشار عن طريق إطلاق خدمات موقع الجزيرة نت باللغة الإنجليزية، فقد تمكنت من تحقيق التواصل المتعلق بتدليل الاتصال بين مختلف الشعوب والقارات. وهكذا خطت الجزيرة باتجاه فتح نافذة جديدة تتيح الفرصة للناطقين بالإنجليزية لمشاهدة العالم من خلالها وقدمت إضافة لذلك الجزيرة البلقان والجزيرة باللغة الصينية.

وموقع الجزيرة نت (الإنجليزي) يهتم بتزويد الزوار بالأخبار، وينشط الموقع في التطرق للعديد من الموضوعات، "وتلتزم الجزيرة نت بالتمسك بنفس المبدأ الذي تبنته قناة الجزيرة الأم: وهو حق الكل في الإفصاح عما في دواخلهم، أي تمكين كل شخص من التعبير عن رأيه بحرية مما يشجع الحوار الحر، والرأي والرأي الآخر"<sup>(2)</sup>.

---

.(1) <http://www.aljazeera.net/portal/pages>

.(2) the same refrence



## الشكل العام لموقع الجزيرة نت:

ومن حيث اشكال العنوايين وألوانها فهي واضحة وبارزة باللون الأزرق على خلفية بيضاء، ومن حيث حجم الخطوط وأنواعها فتتميز بالوضوح ومريحة فى القراءة، فحجم الخط فى النص قابل للتكبير والتصغير حسب حاجة المستخدم،ويمكن سماع المادة النصية بواسطة ايقونة الاستماع، كما أن هناك تناسق فى الألوان للعنوايين والنصوص فى جميع صفحات الموقع، ويعتمد الموقع على الخلفيات باللون الابيض، وهناك تناسق لصفحات الموقع من حيث التصميم.

## الصفحة الرئيسية للموقع:

وتضم أقساماً وابواباً مختلفة يمكن من خلالها الاطلاع على كل ما ينشر فى صفحات الموقع من شعار الجزيرة ثم الأخبار وتضم: عربى، دولى، تقارير وحوارات، حقوق وحرريات، جولة الصحافة، علوم تكنولوجيا، ثقافة وفن، منوعات، الاقتصاد، طب وصحة، إتجاهات القراء، الطقس، البث الحي، ايقونة البحث.

وتتوزع كل تلك الأقسام على صفحة الموقع جنباً إلى جنب، دون تسلسل لنوعية الموضوعات، ويضاف إليها قسم للصور يشمل نص اسفلها يقدم تعريفاً مختصراً للصور المنشورة وعلى يسار أعلى الصفحة توجد مقالات رأي ومدونات.

ومن أبواب موقع الجزيرة نت (ميدان) وتفتح على رابط من خلال موقع الجزيرة نت الرئيسى وتحتوى على مواد متنوعة، وتقدم أشكال صحفية مختلفة وهى تستهدف شريحة الشباب وتقدم الموضوعات من خلال الوسائط المختلفة فيديو، نص، صورة، صوت.

ثم أيقونة البرامج وتغذي الموقع ببرامج الفضائية من حوارية، مجلة تلفزيونية، وثائقية، تحقيقية وتحتوى على وسائط النص والفيديو، أما خدمة عربى (+AJ) فتهدف إلى مشاركة الأخبار والقصص والتجارب.ويستخدم موقع الجزيرة نت الوسائط المتعددة من صور وفيديو وصوت، ويمتاز بسرعة فى التحميل، وذلك فى أقسام الموقع المختلفة حيث يتنوع المحتوى المقدم، ويوفر الموقع مادة صوتية لذوى الاحتياجات الخاصة، كما يفرد الموقع مساحة مقروه للأخبار العاجلة باللون الأحمر فى أعلى الصفحة عند حدوث حدث مهم.

ويحتوى الموقع على وسائل التواصل الاجتماعي من فيس بوك، وتويتر، ويوتيوب وانستغرام فى إرتباطه بجمهور المشاركين لخلق بيئة تشاركية من المواد المتنوعة، من خلال تلك البوابات التى ترتبط بالصفحة الرئيسية للموقع، وايجاد تفاعلية فى إطار ما يلبي حاجات المستخدمين من الأعمار المختلفة والاهتمامات المتنوعة. ويتيح الموقع الخدمات التفاعلية على يوتيوب، فيس بوك، تويتر وانستغرام وذلك بالمشاركة من خلال ارسال مقاطع صوتية، فيديو، صور، حيث يرتبط الموقع بالشبكات الاجتماعية وبأماكن الجميع المشاركة فى الموقع وطرح أفكارهم من خلال تلك الوسائل، كما يتيح الموقع المشاركة من خلال قوئل بلاس بمداخلات المستخدمين على الموضوعات المنشورة فى صفحة قناة الجزيرة الفضائية على الإنترنت.

ويهتم موقع الجزيرة نت بجودة الكتابة فيما يلي النواحي الاملائية وعلامات الترقيم، أما من حيث أسلوب الكتابة فيتميز بأنه اسلوب سهل وواضح.ومن حيث طرق التواصل بين المستخدم والقائمين فى الموقع فيوفر الموقع فى أسفل الصفحة معلومات الاتصال من نحن، تواصل معنا، أعلن معنا وذلك فى اطار المسؤولية المؤسسية.

ومن حيث الروابط: فإن النص يحيل الى رابط الموسوعة، كما توجد كلمات مفتاحية أسفل النص مختارة من محتوى النص، ترتبط بموضوعات تم نشرها مسبقاً فى الموقع، وفي أسفل كل موضوع يتاح للمستخدم المشاركة بالتعليقات باسم متعلقات.

ومن حيث خيارات التحكم فى الشكل والمضمون، أو مايعرف بتخصيص الموقع فإن هناك ابواباً ترتبط بالموقع تصبح صفحة كاملة عند النقر عليها، وذلك مثل صفحة ميدان وايقونات الأقسام المختلفة.

ومن حيث اسلوب تصنيف المادة الاعلامية هو تصنيف موضوعي الأخبار وتحتوى على: عربي، دولي، تقارير وحوارات، حقوق وحرريات، جولة الصحافة، علوم وتكنولوجيا،ثقافة وفن، منوعات، الاقتصاد، طب وصحة، اتجاهات ، رياضة.

أما الأسلوب المتبع في التصنيف الجغرافي للمادة الإعلامية في الموقع تصنيف جغرافي ضمن النوعي والموضوعي (عربي ودولي).

ومن حيث الأساليب المتبعة في التصنيف النوعي للمادة الإعلامية في الموقع تداخل النوعي والموضوعي، عرض الصحف، تقارير، ملفات.

والخدمات التي يقدمها الموقع خدمات الأخبار على الهاتف المحمول وتصفح الموقع الإلكتروني على الهواتف، خدمة الأخبار العاجلة، تعلم اللغة العربية، الخدمات التفاعلية. الطقس، البحث، ومن حيث المساحة الاعلانية هناك إعلان في أعلى الصفحة يروج لمركز التدريب للجزيرة.

ومن حيث الوسائل الإعلامية المكتملة للموقع هناك البث المباشر وخدمات البرامج في وسط الصفحة تحتوى على برامج حوارية، مجلة تلفزيونية، برامج وثائقية، برامج تحقيقية برامج متوقفة.

ويقدم الموقع بابا للوسائط كالصور، النشرات الإخبارية، مكتبة التقارير، كاركثير، بالهجري، انفوغراف. كما يستخدم الموقع مختلف الوسائط في أقسامه المتنوعة.

كما تحتوي صفحة الجزيرة على باب للموسوعة يتضمن موضوعات تتناول: شخصيات، دول، منظمات وهياكل، مفاهيم ومصطلحات، وثائق وأحداث، مدن ومناطق، طب وصحة، شبكة الجزيرة، حركات وأحزاب، جيوش وحروب، اقتصاد وقضايا.

ومن حيث شمولية التغطية فان الجزيرة تفرد من خلال قسم تغطيات إخبارية تغطية شاملة ومتسعة تضم كل اشكال الوسائط المتعددة صوتية وفيديو ونص وصورة، ومن حيث اللغات التي يقدم الموقع من خلالها خدماته فتشمل الانجليزية، البلقانية، الصينية.

وتحتوى ترويسة صفحة الجزيرة على الانترنت في أعلى الشاشة في الوسط على معهد الجزيرة للإعلام، كما توضح أسفلها درجة الحرارة في قطر وآخر تحديث للصفحة، كما يوجد شعار الجزيرة في أقصى يمين الصفحة، كما يخصص الموقع شريطاً اعلاه عند الأخبار العاجلة وتضع الجزيرة أعلى الصفحة أبواباً تحتوى في

داخلها على أقسام، تفتح صفحة كاملة لكل أبوابها عند النقر عليها وتضم الابواب الأخبار بأقسامها المختلفة، المعرفة، البرامج.

أما الموضوعات أكثر تفاعلاً ومقروئه فتعتبر جاذبة للمستخدمين وتوضع على يسار الصفحة وتحتل موقعا وسطاً.

كما توجد برقيات أخبارية وهي تتيح مواكبة المستخدم للأحداث والتي تأتي في سياق تطورات الأحداث وتحدث باستمرار.

وفي أسفل الصفحة، توجد خريطة للموقع، كما توجد قائمة بأسماء الدول التي يمكن تتبع أخبارها، وأما (شبكة) وتحتوى على مركز الجزيرة للدراسات، معهد الجزيرة للإعلام، مركز الجزيرة للحريات العامة وحقوق الإنسان إضافة إلى المواقع التي تتبع للجزيرة نت.

وأضافت الجزيرة عدد من الصفحات ضمن موقعها الأم الجزيرة نت، وأهم هذه الصفحات مركز الجزيرة للدراسات الذي تأسس في العام 2006م وهو يعنى بتعميق مقومات البحث العلمي وإشاعة المعرفة عبر وسائل الإعلام وتكنولوجيا الاتصال مساهمة منها في الإرتقاء بمستوى المعرفة.

ويقدم الموقع تغطيات إخبارية تركز على أهم الموضوعات الدولية، وتغطي كل جوانب الموضوع وتتميز بالشمولية.

كما يقدم الموقع فى أعلى الصفحة عدداً من المواضيع المميزة تعنون في كلمات مفتاحية وترتكز على عدد من قضايا الدول وتتبع تطورات الأحداث وقضايا الساعة لموضوع معين.

ويتم تقديم تلك الموضوعات في شكل أخبار وبرامج تلفزيونية لذات الموضوع، كما تقدم فى شكل معلومات، وتدعم الصفحة بالكاركتير والرسومات. كما يحتوى نهاية كل موضوع على كلمات مفتاحية وردت في النص، ومتعلقات لذات الموضوع ذات صلة بالموضوع المتناول.

وفي إطار التواصل مع المستخدمين يقدم الموقع تبويماً للتصويت على يسار الصفحة يتناول قضايا الأسبوع من حيث أهم الشخصيات المؤثرة وأهم الأحداث.

ويضم الموقع خدمات متميزة لمشاهدي قناة الجزيرة أهمها: البث المباشر لشاشة القناة وعرض النص الكامل لبرامج القناة، كما توفر المعلومات للبرامج وحلقاتها ومقدميها ووقت تقديمها، إضافة إلى المشاركة المباشرة في البرامج أثناء البث الحي والتفاعلية بمختلف صيغها عند نشر الخبر.

وواكب الموقع الإلكتروني للجزيرة التطور الرقمي كشبكة تجمع بين الأخبار والمعرفة والأرشفة والتسويق الإلكتروني، والذي أصبح فيما بعد بوابة لنسخ متعددة للإعلام الجديد للقناة الفضائية، باللغتين العربية والإنجليزية، وإنشاء منصات على الشبكة تتضمن منصة للمشاركة من خلال تطبيقات التواصل الاجتماعي، أبرز تفاعلاً فكرياً وسياسياً، حيث "إن المحتويات السمعية البصرية في الموقع تحمل بصمات وهذا أمر يفسر انفتاح القناة على الفيديو الشخصي للمستخدم الذي يسهر على إعداداته وتصويبه وتقاسم محتوياته من خلال تداعيات المشاهدة والتأثير والتي تتمظهر ضمن تويتر " وفيس بوك ويوتيوب"<sup>(1)</sup>.

وقد بدأت الجزيرة نشاطها على موقع يوتيوب منذ 26 مارس 2007 وبدأت تضم مع الوقت بوابات مفتوحة على منصات أخرى تشترك فيها الجزيرة على يوتيوب وهو ما ساعد على تشكيل قاعدة أرشيف فيديو كبيرة جداً، علاوة على إمكانية المتابعة للقناة على الإنترنت، وعليه انخرطت قناة الجزيرة في تويتر وجميع تمثيلاتها الرسمية على يوتيوب وفيس بوك.

"وتعمم الأفكار من منصات اجتماعية مختلفة أو من خلال النسخ الإلكترونية للصحافة، وعليه إن الجزيرة تدخل في علاقات توظيف واستثمار مشتركة ضمن فيس بوك ويوتيوب عبر تطبيقات برمجية تفاعلية ملحقه تخصص في الإحصاء والمتابعة والغرض من ذلك خلق دائرة لسلطة الفعل الاجتماعي الإعلامي"<sup>(2)</sup>.

أما خدمة (AJ+) ومن خلال "شارك" قدمت مفهوماً جديداً لصحافة المواطن، ونافذة جديدة على "الإعلام الجديد"، وهو منصة تنبني على خطة مبسطة 1-2-3 (التصوير ثم الرفع والمشاركة بالصورة والفيديو) لتقدم مستجدات حدث معين علاوة

(1) بادوي مصطفى بن عبد الله، باحث مغربي، مركز الجزيرة للدراسات، تقارير الجزيرة والاعلام الجديد

(2) <http://sharek.aljazeera.net/twitter-dashboard>

على مشاركة التعليقات والتمثيلات حول قضايا معينة. وقد وضعت قناة الجزيرة هذه المنصة كنافذة جديدة على "الإعلام الجديد" لتشجيع صحافة المواطن. إن توجه خدمة "شارك" قوامها السرعة والإنتاجية، فقد يستطيع أي مستخدم عادي أو إعلامي متخصص أو صحفي مبتدئ أن ينتج تقريراً من خلال جهاز تصوير عالي الدقة ويقوم بتحريره في برامج الفيديو في ظرف وجيز مقارنة بالزمن الذي يستهلكه طاقم التصوير، وهو ما يجعل الإعلام الجديد يحوز قصب السبق زمنياً. هذه المفارقة ستفضي إلى تسهيل الحصول على المحتوى وتدمجه عبر الوسائط Facebook و Youtube و Twitter فرق اجتماعية من بالشبكة مما يسهل على الفضائية تعميق التفاعل حولها سياسياً واقتصادياً واجتماعياً مع المتخصصين"<sup>(1)</sup>.

إن التكنولوجيا المحمولة بالنسبة لمؤسسة الجزيرة يعني نهاية احتكار المعلومة والخبر وعليه اعتزمت القناة تزويد الصحفيين بالتكنولوجيا المحمولة لضمان تواصل مثمر مع الصحفيين، كما طرحت الجزيرة تطبيقات برمجية للاتصال التلفزيوني من خلال ربط الحواسيب اللوحية والهواتف الذكية Smart Phone عبر تطبيقات برمجية في أنظمة التشغيل: Windows Mobile - Android - ios بخدمة قناة الجزيرة المتوفرة على الأنترنت و ذلك لمتابعة الأخبار و البرامج باللغتين العربية والإنجليزية، وهو ما كشف عن التكامل الحتمي الذي يفرض نفسه على المؤسسة الإعلامية وسط الانفجار التقني والبرامجي.

---

(1) مداخلة السيد وضاح خنفر في منتدى الجزيرة السادس حول مستقبل الإعلام الجديد، مايو 2010م.

## المبحث الثاني

### اجراءات الدراسة التطبيقية

يتناول المبحث الإجراءات المتبعة في هذه الدراسة ومنهج البحث ومجتمع البحث والعينة والاجراءات الاحصائية.

#### منهج البحث:

تأتى هذه الدراسة بعنوان تأثير القائم بالإنترنت في جودة المحتوى الفعال في المواقع الإعلامية الإلكترونية العربية وقد تناولت الدراسة بالبحث والتحليل التساؤلات المطروحة حول الدراسة، وهو: ما مدى تأثير التكوين العلمي والتدريب المهني للقائم بالاتصال في جودة المحتوى للمواقع الإلكترونية العربية لتحقيق أهدافها المرسومة إضافة إلي فروض الدراسة.

وباعتبار تحليل المضمون أداة، فقد وقع اختيارنا لها لكونها تجمع بين التحليل الكمي والنوعي (الكيفي) أي تفسير الرموز اللفظية وغير اللفظية لمحتوى المواقع الإلكترونية بناءً على مجموعة من الأسس والمعايير وعد هذه الأجزاء والأقسام التي تم تقسيم المضمون في إطارها، ووصفه من خلال نتائج العد والقياس.

وتحليل المضمون من تقنيات البحث الأكثر استخداماً من قبل الباحثين في الإنترنت، ويعرفها الدكتور محمد عبد الحميد على أنها "مجموعة الخطوات المنهجية التي تسعى إلي اكتشاف المعاني الكامنة في المحتوى، والعلاقات الارتباطية لهذه المعاني، من خلال البحث الكمي الموضوعي، والمنظم لسمات الظاهرة في المحتوى"<sup>(1)</sup>.

وتم استخدام تحليل المضمون كأداة من أدوات البحث، من جهة أولى وذلك باستخدام الاساليب الاحصائية والرياضية وربطها، ومن جهة ثانية بتحليل دلالي لتحديد المعايير المطلوبة للجودة من خلال موقع الجزيرة نت محل الدراسة، واستخدم من جهة أخرى التحليل الدلالي فقط في تحديد المعايير المرغوبة عن الموقع من خلال المضمون والشكل في الموقع وتم اتباع مجموعة الخطوات

---

(1) محمد عبد الحميد: تحليل المحتوى في بحوث الاعلام: من التحليل الكمي إلى التحليل في الدراسات الكيفية وتحليل محتوى المواقع الاعلامية، عالم. الكتب، القاهرة، 2010. ص:59.

المنهجية التي ستوضح من خلال الفقرات اللاحقة، والتي تسعى إلى اكتشاف المعاني الكامنة في المحتوى والعلاقات الارتباطية بهذه المعاني.

### فئات مادة الإتصال:

ويقسم مضمون المادة الإعلامية في مجتمع البحث إلى أجزاء ذات خصائص أو سمات أو أوزان مشتركة بناءً على معايير التصنيف والتي يتم وضعها مسبقاً وفقاً لمتطلبات البحث وأهدافه ويطلق على هذه الأجزاء فئات التحليل، وهي مجموعة الفئات التي يقوم الباحث بإعدادها ومن ثم التقصي عن وجودها في المادة الإتصالية عن طريق الاستعانة بوحدات التحليل الأساسية ومستوياتها.

ومن التعاريف التي يمكن ذكرها لتحليل المضمون إنه مجموعة من الوسائل أو التقنيات لتحليل النصوص التي يمكن للباحثين استخدامها بيسر أو هو منهجية في البحث، تستخدم مجموعة من الإجراءات للوصول إلى استدلالات عن المرسلين للرسالة أو الرسالة ذاتها، أو المتلقين لها.

أما بالنسبة لمنتجي المضمون فإن هذا المدخل يستهدف التعرف على شيء ما عن طبيعة المنتج أو بصورة أعم استخلاص بعض صفات المنتج أو المرسل من المادة نفسها وخصوصاً حين لا يستطيع الباحث أن يدرس سوى المادة المرسله ولا يستطيع أن يدرس المرسل مباشرة.

### خطوات تحليل المضمون:

أما الخطوات المتبعة في تحليل مضمون الموقع الإلكتروني محل الدراسة، فهي تلك التي أشار إليها روجر ويمر وجوزاف دومينيك، فهي تبدأ من: تحديد مجتمع البحث، فعينة البحث، ثم تحديد فئات التحليل ووحدات التحليل ورسم استمارة التحليل للتحويل إلى التطبيق<sup>(1)</sup>.

---

(1) روجر ويمر وجوزيف دومينيك: مناهج البحث الاعلامي، ترجمة: صالح أبو اصبع، صبر للطباعة والنشر، دبي 1989. ص: 210.



تصنيف وتحديد فئات التحليل الكمي لمضمون الموقع الإلكتروني محل الدراسة: ترتبط عملية تحديد الفئات بأسلوب التجزئة أي تدويل الكل إلى تقسيمات ذات خصائص، ومواصفات تجسد عمليا المفاهيم النظرية، والفرضيات، أو التساؤلات التي يثيرها البحث".

وتم في هذا البحث اختيار فئات التحليل عبر القراءة المكثفة والمتكررة للمضمون محل التحليل. ومن حيث ارتباطها بالاشكالية وفرضيات الدراسة. كما تم ربط الفرضيات بالفئات، بحيث تكون هذه الأخيرة تعبيراً عن المتغيرات التي تحملها الأولى، فبقدر ما تحتويه الفرضيات من متغيرات بقدر ما يكون عدد الفئات ومؤشراتها.

وعنوان البحث هنا تأثير القائم بالاتصال في جودة المحتوى الفعال للمواقع الإلكترونية العربية، والجودة في هذا البحث تعبر العنصر الاساسى المتغير المستقل والجودة تمثل فئات المضمون والشكل الرئيسية هذا المتغير الاساسى فى المواقع الإلكترونية (الجزيرة نت) والتي يراد معرفة قياسها.

كما قام الباحث بتحكيم عدد من الاكاديمين والخبراء عليها، حيث تم الأخذ بملاحظتهم القيمة في تصميم استمارة المضمون، أما الاستبيان الذى صممه الباحث إلكترونياً عن طريق خدمة قوقل فى تصميم الاستبيان، وتم إعداد أربعة محاور أحتوت على (24) سؤالاً وتم تلقى الردود مباشرة، وقد واجه الباحث صعوبة في تلقى اكبر عدد من الردود في المشاركة في الاستبيان، وافاد تتوع المبحوثين من أفراد العينة فى الاخذ بمجموعة من الاتجاهات تدعم تساؤلات البحث.

واستفاد الباحث من خدمة التصميم الكترونيا في عدم وجود استمارات تالفة بحكم أن الاستبيان المصمم الكترونياً لايسمح بارسال الأجابات إلا بعد أن يتم ملء جميع خانات الاستبيان.

وقد تم تحكيم الاستبيان واستمارة تحليل المضمون كل من الاساتذة:

1- بروفيسر سر الختم عثمان الامين جامعة القران الكريم والعلوم الاسلامية.

2- دكتور عبد الرحمن قرشى، كلية الاعلام، جامعة الخرطوم.

3- د. نهى سر الختم جامعة السودان، كلية علوم الاتصال.

4-د. مها محمود جامعة بحرى، كلية العلوم الانسانية، قسم الاعلام.

وبعد تحكيم البحث، والرجوع الى الموقع الالكتروني للجزيرة نت محل تحليل المضمون والشكل وتحديد وحدات التحليل (المعايير) التي تحقق الهدف من الدراسة، وقد تم اختيار وحدات التحليل اعتمادا على موضوع الدراسة، وهناك ارتباط بين فئات المضمون وبين فئات الشكل ووحدات التحليل.

في هذا البحث تم تحديد فئات التحليل وتحديد وحدات التحليل وفي الاجراء المنهجي تم تحديد عينة الدراسة التحليلية وللوصول الى نتائج يمكن تعميمها تم اختيار عينة ممثلة للدراسة، واعداد أداة تحليل فى ضوء معيار هذا المعيار هو استمارة تحليل المضمون التي يتعرف من خلالها مدى تحقق الجودة.

كما تم استخدام عدداً من الأدوات منها المقابلة لاستطلاع آراء الخبراء والعاملين والملاحظة وتحليل المضمون، والاستبيان، وتمت معالجة التحليل استخدام الأساليب الاحصائية والنسب المئوية، وتم اجراء العمليات الاحصائية وفقا لنظام

#### .Statistical Package for Social Sciences

وهو نظام للتحليل بالحزم وكذلك تم استخدام نموذج اكسل وخاصة فى الاشكال البيانية وكذلك استخدم الباحث المنهج الوصفي التحليلي الذي يتناسب مع طبيعة البحث والمشكلة وقد تحقق من خلال الدراسة جملة من الأهداف أهمها إعداد معايير جودة المحتوى للمواقع الإلكترونية العربية ومن ثم التعرف على مدى تحقق المعايير، ومعرفة العوامل التي تؤثر على القائم بالاتصال فى تطبيقها.

والإجراءات المنهجية لتحقيق أهداف هذه الدراسة يتمثل فى التعرف على مدى تحقق الجودة فى المواقع الالكترونية من خلال حصر الامثلة الواردة فى المواقع وهذا هو الواقع الكمي الذى تم من خلاله معرفه التكرارات لجودة الموقع.

ولكل معيار مؤشرات يدل تحقيقها على تحقيق المعيار التي أدرجت تحته حول الباحث المؤشرات الى وحدات تحليل لقياس تحقق الجودة الموقع الالكتروني للجزيرة نت.

هناك ثلاث إجراءات منهجية في تحليل المضمون:

- تحديد فئات المضمون.

- تحديد فئات الشكل.

- تحديد وحدات التحليل.

### فئات المضمون:

وقد تختلف هذه الإجراءات حسب موضوع الدراسة بحسب المتغيرات المستقلة في الدراسة المطروحة.

وموضوع الدراسة تأثير القائم بالإتصال في جودة المحتوى في المواقع الالكترونية، وبالتالي سيكون مفهوم الجودة هي فئات المضمون والشكل، ويرمى الباحث في فئات المضمون الى تحليل ماذا قدم القائم بالإتصال من فكر وماذا أراد القائم بالإتصال بهذا النص بهذا النص سواء بشكل صريح أو ضمنى.

وفئة المضمون يقصد بها المجال الذي يغطي من خلاله الموقع الالكتروني، أي تستهدف هذه الفئة الاجابة على السؤال عما يدور بموضوع ومحتوى المواد الاعلامية الخاصة بموقع الجزيرة نت ومعيار الجودة الذى قدم به.

### فئات الشكل:

اما فئات الشكل فهي تخلف كذلك حسب الموضوع التى توضح كيف تم عرض فئات المضمون، وكيف تم عرض الجودة. وكيف قدم المضمون وفي أى شكل عرض هذا المضمون وتوافقها مع معايير الجودة.

فئة الشكل ونعني به التصميم الفنى وكيفية عرض المواد الإعلامية محل الدراسة في الموقع الالكتروني.

وقسم البحث إلي فئتين فئة جودة المحتوى وفئة جودة الشكل، وتم وضع لكل فئة معايير تتضمن في داخلها مؤشرات دالة على تحقيق المعايير، تم اختيار عينه لموقع الجزيرة نت (الصفحة الرئيسية) للفترة من يوم 12 الى 26 لشهر اكتوبر 2018م، ثم قام الباحث مرة أخرى باجراء قياس تحليل المضمون للموقع لمعرفة مستوى صدقية وثبات الفئات التى وضعها لاستمارة تحليل المضمون في الفترة من يوم 12 وحتى 26 من شهر نوفمبر 2018م، وذلك من خلال تحليل مضمون الفئات بعد اخضاعها لعدد من المعايير وفقا للمؤشرات توضح درجة ومستوى جودة الأداء في موقع الجزيرة.

## وحدات التحليل:

لأغراض تحليل المحتوى يجب النظر إلي محتوى الرسالة الإعلامية من خلال وظيفة الرسالة في نموذج العملية الإعلامية. والمحتوى في إطار عملية التحليل هو عبارة عن مجموعة من الوحدات التي تعبر عن الأفكار والمعاني التي يستهدف توصيلها إلى الجمهور لتحقيق أهداف معينة، لأن اختيارها واستخدامها يأتي مرتبطاً بنموذج العملية الإعلامية ككل.

ويمكن تعريف وحدات التحليل "بأنها وحدات المحتوى التي يمكن إخضاعها للعد والقياس بسهولة، ويعطي وجودها أو غيابها وتكرارها أو إبرازها دلالات تفيد الباحث في تفسير النتائج الكمية"<sup>(1)</sup>.

أما وحدات التحليل فهي محددة بين وحدات معينه اقلها الكلمة وقد تكون الجملة أو الفقرة أو الفكرة أو الصورة أو عدد الصفحات.

يحدد الخبراء تحليل المضمون بأنه "تحليل المضمون يشمل مضمون الرسالة الإعلامية ومقصد مرسلها، فتحليل المضمون هو منهج تحليل وأداة ملاحظة في الوقت نفسه، فبدلاً من ملاحظة سلوك للافراد مباشرة ومطالبتهم بالاستجابة لمقاييس معينة فإن الباحث يرجع الى الرسائل التي يكتبونها وتحليله لمادة الرسالة يمكنه معرفة الرد على تساؤلاته"<sup>(2)</sup>.

وقد كان الاستخدام لاداة تحليل المضمون بهدف الكشف عن مضمون المعالجة الاعلامية في المواقع الإلكترونية العربية والمتمثلة في إتباعها لمعايير الجودة وذلك خلال فترة معينة ومن ثم القيام بالوصف الكمي للمعطيات باستمارة تحليل المضمون، ثم الربط بين المتغيرات وإيجاد تفسيرات منطقية وعلمية لها بناء على النتائج الكمية.

ويتمثل أهمية تحليل المحتوى في الوصف الدقيق والمنظم والموضوعي في سمات المواقع الإلكترونية العربية وذلك بهدف التوصل إلي العلاقة ما بين مضمون جودة

---

(1) محمد عبد الحميد: تحليل المحتوى في بحوث الاعلام: من التحليل الكمي إلى التحليل في الدراسات الكيفية وتحليل محتوى المواقع الاعلامية، عالم. الكتب، القاهرة، 2010ص: 134.

(2) احمد بدر، "الاتصال بال جماهير بين الاعلام والدعاية والتنمية، الكويت، 1982، ص31.

الموقع مضموناً وشكلاً والقائمين بالإتصال بالإضافة إلي فهم الكيفية التي تستخدمها الإدارات في انشطتها الإتصالية، كما يستهدف الوصف المنهجي والكمي للمحتوى الظاهر والذي يعكس الاحتياجات البحثية المصاغة في تساؤلات.

#### **أدوات الدراسة:**

حاول الباحث الربط بين المتغيرات وقراءة الدلالات من خلال قياسين نظر الاول في مضمون المادة في موقع الإنترنت واستدعى ذلك دراسة أثر التدريب على القائم بالاتصال من خلال الاستبيان وهدف الباحث من خلال الاستبيان الربط بين جودة الموقع من حيث المعايير وارتباطها بالتدريب، كما نظر الباحث في أثر المضمون من حيث الجودة ومن حيث العلاقات المرتبطة بهذه الجودة، وقياس أثرها من خلال الاستبيان الذي تم تقديمه للعاملين بشبكة الجزيرة نت.

#### **1- تحليل المضمون**

تبحث اشكالية البحث ما مدى تأثير القائم التكوين العلمي والتدريب المهني للقائم بالاتصال في جودة المحتوى للمواقع الالكترونية العربية. ومن ثم اصبحت قضية بحث الجودة أمراً أساسياً في الإجابة عن الاشكالية المطروحة مع التمييز بين المعايير المطلوبة والتي تعمل بها المواقع الإلكترونية عبر مختلف نشاطاتها وأدواتها، أن تسوقها لجمهورها الذى سيتفاعل معها وذلك من خلال المعايير التي تتعكس عبر صفحات الموقع الالكتروني.

وللوصول إلي تحديد سمات معايير الجودة في المواقع الالكترونية تم الاستعانة بأداة تحليل المضمون في تحليل مضمون موقع الجزيرة نت وذلك بقصد تحديد سمات المعايير المرغوبة التي يود الموقع إيصالها الى الجمهور، كما هدف بذات الأداة لتحديد سمات المعايير عبر صفحة الموقع للجزيرة نت.

#### **مفهوم تحليل المضمون:**

يختلف من دراسة لأخرى، ومفهوم تحليل المضمون إجرائياً حصر الامثلة الواردة وهذا هو التحليل الكمي حساب التكرارات التي وردت.

والاهداف المنهجية لتحقيق أهداف هذه الدراسة تتمثل في مدى التعرف على تحقيق الجودة في المواقع الالكترونية.

وهذا هو الواقع الكمي الذي يتعرف من خلال على تكرارات الجودة في هذا الموقع الجزيرة نت وتصنيفها وتحليلها وهذا التحليل الكيفي لوردود هذه المعايير في الموقع الإلكتروني، وذلك وفقاً لخطوات منهجية محددة بهدف الكشف عن مدى توفر هذه المعايير جودة المحتوى في النواحي الكمية وكيفية تناولها.

ويلحظ أن المفهوم الاجرائي الخاص بهذه الدراسة فيه التحليل الكمي والكيفي ويتضح فيه الخطوات المنهجية لتحقيق هدف الدراسة وذلك من خلال فئات الشكل والمضمون وكيفية تناولها والتشابه والاختلاف بين دلالات وأوزان تلك المعايير للجودة في الموقع الإلكتروني. ويتضح هذا المفهوم الدلالي الربط بين فئات الشكل وفئات المضمون.

والمفهوم يبين في هذه الدراسة نوع الأحصاء المستخدم في هذه الدراسة لمعرفة التشابه أو الاختلاف بين دلالات وأوزان الوزن النسبي وهذه هي الاحصاءات المستخدمة في هذه الدراسة وحددت فيه أولاً الاجراء المقصود بتحليل المضمون في هذه الدراسة والاجراء الثاني تحليل فئات التحليل.

وفئات التحليل في هذه الدراسة هي جودة المحتوى المتغير الاساسي (جودة المحتوى).

ثالثاً وحدات التحليل وتم التركيز فيها على مجموعة من المعايير.

رابعاً: الخطوات المنهجية أي تحديد عينه الدراسة التحليلية على أساس العينه تعميم النتائج أو اقصارها على مجتمع معين.

## 2- تصميم استمارة التحليل:

بعد تحديد فئات المحتوى، ووحدات التحليل والعد والقياس تم وضع إطار محدد تسجل فيه المعلومات، فصممت استمارة التحليل بحيث تتماشى مع أغراض التحليل، وتشمل كل من فئات التصنيف، ووحدات التحليل، ووحدات العد والقياس، إضافة إلي البيانات الأولية عن وثيقة المحتوى أي الموقع.

## صدق استمارة تحليل المضمون:

إجراء اختبار الثبات: لاختبار الثبات تم تطبيق معادلة الثبات هولستي وهي:

$$2 (ت)$$

$$أ + ب$$

حيث أن (ت) تعنى إجمالي عدد المرات التي أتفق عليها المرمران فيها، و (أ + ب) تعنى إجمالي عدد المرات التي قام المرمران بترميزها، وقد قام الباحث بتطبيق اختبار الثبات عن طريق محكمين وفقا لهذه المعادلة وقد بلغ معامل الثبات في التحليل بين محكم وآخر (89%).

## صدق الاستبانة والثبات:

يتم استخدام اختبار الفاكرونباخ لمعرفة مدى اتساق الاستبانة، وهل من الممكن أن تعمم النتائج المتحصل من تحليل الاستبانة على مجتمع الدراسة أم لا. جدول يبين النتائج النهائية لاختبار الفا كرونباخ لقياس صدق الاستبيان

Cronbach's Alpha	N of Items
0,88	24

يوضح الجدول أعلاه اختبار الفا كرونباخ الذي يستخدم في في قياس وصدق وثبات العبارات، وتعد قيمة معامل الفا كرونباخ (معامل ثبات القياس مقبولة عندما تكون مساوية أو أكبر من (0,75)، وكانت معامل الفا كرونباخ لجميع عبارات الاستبيان (0,88)، وهذا يعنى أن معدل الثبات مرتفع. مما يدل على ان استمارة الاستبيان هذه تتمتع بدرجة عالية من الصدق والثبات، والغرض من ثبات الاستبيان التحقق من صدق مقاييس الدراسة وثباتها من جهة ثانية. ويقصد به الاستقرار في النتائج وعدم تغيرها بشكل كبير إذا تم توزيعها على أفراد العينة عدة مرات خلال فترات زمنية معينة.

### المبحث الثالث

#### تحليل ومناقشة نتائج الدراسة الميدانية

أولاً تحليل المضمون:

(أ) جودة المحتوى

أ/ 1- معيار توظيف الموقع لتطبيقات التواصل الاجتماعي:

جدول رقم (1) يوضح معيار توظيف الموقع لتطبيقات التواصل الاجتماعي لدى الموقع للفترة من 12 الى 26 اكتوبر 2018م.

مؤشرات المعيار	الوزن النسبي	المقياس	مدى المقياس	درجة المقياس	درجة المؤشر المحققة
تويتر	20	ممتاز	90 - 100		
		جيد جداً	80 - 89	85	
		جيد	70 - 79		
		مقبول	50 - 69		17
		ضعيف	أقل من 50		
فيس بوك	25	ممتاز	90 - 100	95	
		جيد جداً	80 - 89		
		جيد	70 - 79		23,75
		مقبول	50 - 69		
		ضعيف	أقل من 50		
يوتيوب	20	ممتاز	90 - 100		
		جيد جداً	80 - 89	80	
		جيد	70 - 79		16
		مقبول	50 - 69		
		ضعيف	أقل من 50		
قوقل بلس	10	ممتاز	90 - 100		
		جيد جداً	80 - 89		
		جيد	70 - 79		5
		مقبول	50 - 69	50	
		ضعيف	أقل من 50		
إنستغرام	10	ممتاز	90 - 100		
		جيد جداً	80 - 89		
		جيد	70 - 79		6



	60	50 - 69	مقبول		
		أقل من 50	ضعيف		
		90 - 100	ممتاز	15	مدونات
	86	80 - 89	جيد جداً		
12,9		70 - 79	جيد		
		50 - 69	مقبول		
		أقل من 50	ضعيف		
80,65					

جدول رقم (2) يوضح معيار توظيف الموقع لتطبيقات التواصل الاجتماعي لدى الموقع للفترة من 12 الى 26 نوفمبر 2018م.

مؤشرات المعيار	الوزن النسبي	المقياس	مدى المقياس	درجة المقياس	درجة المؤشر المحققة
تويتر	20	ممتاز	90 - 100		
		جيد جداً	80 - 89	86	
		جيد	70 - 79		
		مقبول	50 - 69	17,2	
		ضعيف	أقل من 50		
فيس بوك	25	ممتاز	90 - 100	92	
		جيد جداً	80 - 89		
		جيد	70 - 79	23	
		مقبول	50 - 69		
		ضعيف	أقل من 50		
يوتيوب	20	ممتاز	90 - 100		
		جيد جداً	80 - 89	85	
		جيد	70 - 79	17	
		مقبول	50 - 69		
		ضعيف	أقل من 50		
قوقل بلس	10	ممتاز	90 - 100		
		جيد جداً	80 - 89		
		جيد	70 - 79	5,2	
		مقبول	50 - 69	52	
		ضعيف	أقل من 50		

		90 - 100	ممتاز	10	إنستغرام
		80 - 89	جيد جداً		
6,5		70 - 79	جيد		
	65	50 - 69	مقبول		
		أقل من 50	ضعيف		
		90 - 100	ممتاز	15	مدونات
12.3	82	80 - 89	جيد جداً		
		70 - 79	جيد		
		50 - 69	مقبول		
		أقل من 50	ضعيف		
81.2					الوزن الكلي للمعيار

أستخدم موقع الجزيرة نت تطبيقات التواصل الاجتماعي، تويتر وفيس بوك ويوتيوب وقوقل بلس وإنستغرام، والمدونات في تقديم بعض المواد المعروضة في الموقع الرئيس وإتاحة التعليقات، وكذلك من خلال عرض برامج ونشرات مختلفة لفضائية الجزيرة نت مع إتاحة التعليقات أيضاً. وتصدر فيس بوك وتويتر ويوتيوب إهتمامات المستخدمين من حيث عدد الزيارات والمشاركات. وتتيح تطبيقات التواصل الاجتماعي للمستخدمين المشاركة في تحرير المحتوى بما يدعم الفعالية والمشاركة بأعتبره من خصائص الإعلام الجديد، ويتضح من الجدولين أن الوزن الكلي لمؤشرات المعيار حقق 80,65 للفترة من 12 الى 26 أكتوبر 2018م ، وجاء الوزن الكلي لمؤشرات المعيار خلال الفترة من 12 الى 26 نوفمبر 2018م بمجموع 81,2 مما يدل على أن الموقع حقق توظيفا لتطبيقات التواصل الاجتماعي بدرجة جيد جداً.

وتتنوع موضوعات المدونات في الموقع وتسجل الموضوعات السياسية أعلى معدل ثم تليها الموضوعات الثقافية والاجتماعية والمنوعات واهتمام أقل بالآخبار الرياضية والاقتصادية وذلك وفقاً لرصد الفترتين.

ويدل وجود توظيف المعيار خلال الفترتين في مدى مقياس واحد، وبذات الدرجة ، الى أن هناك ثبات في معايير جودة العمل في عمل القائم بالاتصال بالموقع. وهي دلالة ايجابية على عمل الموقع.

أ/ 2- معيار أهمية وتفضيل الموضوعات لدى الموقع:

جدول رقم (3) يوضح معيار أهمية وتفضيل الموضوعات لدى الموقع للفترة من 12 الى 26 اكتوبر 2018م، والفترة من 12 الى 26 نوفمبر 2018م.

الموضوع	12 - 26 أكتوبر		12 - 26 نوفمبر	
	التكرار	النسبة (%)	التكرار	النسبة (%)
سياسية	300	32.89	263	32.07
اقتصادية	96	10.53	86	10.49
رياضية	95	10.42	89	10.85
ثقافية	66	7.24	54	6.59
علوم وتكنولوجيا	78	8.55	69	8.41
طب وصحة	103	11.29	103	12.56
منوعات	63	6.91	56	6.83
أخرى	111	12.17	100	12.20
<b>المجموع</b>	<b>912</b>	<b>100.00</b>	<b>820</b>	<b>100.00</b>

من خلال الجدول رقم (3) ومقارنة النسب المئوية للفترتين محل البحث يتضح اهتمام الموقع بتنوع الموضوعات، كما يركز على الاخبار السياسية، وذلك بحكم كونه موقع أخبارى، ويتبين إرتفاع عدد الاخبار في اكتوبر وذلك في سياق مواكبة الموقع للأحداث الهامة وتطورها بحكم وقوعها. كما يفرد الموقع مساحة واسعة لموضوعات الصحف والأخبار الاجتماعية والدينية.

ومن حيث أهمية وتفضيل الموضوعات لدى الموقع ومقارنة بين الفترتين فقد سجلت النسبة المئوية لمجموع التكرارات للفترة من 12 الى 26 نوفمبر إنخفاضاً عن الفترة من 12 الى 26 اكتوبر، ويعزى ذلك لارتباط تغطيات الأحداث بحدوثها وتطورات الأحداث والفعاليات التي تقام لذلك حدث تأثير الأنخفاض من حيث الكم في معدلات تفضيلات الموضوعات.

ويعكس تنوع تفضيلات الموضوعات ثبات عمل الموقع، في تغطية مختلف الموضوعات بما يعكس إرضاء حاجات المستخدمين، مما يؤكد اهتمام الموقع بجودة المضمون فيما يلي تنوع الموضوعات.

## معدل التفاعل من حيث الموضوعات الأكثر تفاعلية:

وفى إطار تحقق الباحث في معرفة تفضيلات المستخدمين لموضوعات الموقع قام الباحث برصد الموضوعات الأكثر تفاعلاً خلال الفترتين (أكتوبر، نوفمبر) لمعرفة إلي أي مدى تم توافقت تفضيلات المستخدمين للموضوعات مع اهتمامات الموقع، وهل تم إعداد مضمون فعال بمعنى أن تكون الرسالة الإعلامية ذات تأثير على المتلقى ويتفاعل معها باعتبارها مصدراً لكل ما يبحثون، وذلك من خلال الجدولين للفترة المحددة لشهرى (أكتوبر، نوفمبر).

الجدول رقم (4) يوضح معدل التفاعل من حيث الموضوعات الأكثر تفاعلية للفترة من 12 إلى 26 أكتوبر 2018م.

مؤشر	سياسية		اقتصاد	رياضة	ثقافة	تكنولوجيا	طب وصحة	منوعات	تقارير
	عربى	دولى							
المجموع	73	52	41	0	18	38	52	34	60

الجدول رقم (5) يوضح معدل التفاعل من حيث الموضوعات الأكثر تفاعلية للفترة من 12 إلى 26 نوفمبر 2018م.

مؤشر	سياسية		اقتصاد	رياضة	ثقافة	تكنولوجيا	طب وصحة	منوعات	تقارير
	عربى	دولى							
المجموع	71	38	28	1	24	24	44	30	46

من حيث تفاعل المستخدمين مع الموضوعات في الصفحة الرئيسية تأتى الأخبار السياسية في مقدمة تفاعلات المستخدمين مع موضوعات الموقع، ويبين الجدول الاهتمام بالأخبار السياسية العربية ثم يليه الدولية، وبمقارنة الفترة المحددة خلال شهر أكتوبر ونوفبر يتضح اهتمام المستخدمين بالتقارير بدرجة عالية ويعزى ذلك لتنوع موضوعات التقارير وخاصة فيما يلي التقارير السياسية العربية ثم من بعده التقارير السياسية الدولية ثم التقارير الثقافية والمنوعات، ويلحظ الباحث التقارب النسبى في الاهتمامات بين الفترتين فيما يلي موضوعات الطب والصحة والتكنولوجيا والثقافة، وهى ذات طابع توعوى وثقافى. ويلحظ الباحث ضعف

التفاعل مع الأخبار الرياضية، ويعزى ذلك لوجود صفحة متخصصة رياضية للجزيرة ، وللمستخدم الذي يفضل الذهاب إليه مباشرة.

### أ/3- معيار التنوع في الأشكال الصحفية:

جدول رقم (6) يوضح معيار التنوع في الأشكال الصحفية للموقع للفترة من 12 الى 26 أكتوبر 2018م ، والفترة من 12 الى 26 نوفمبر 2018م.

12 - 26 نوفمبر		12 - 26 أكتوبر		الشكل الصحفي
النسبة (%)	التكرار	النسبة (%)	التكرار	
83.42	820	87.27	912	خبر
1.02	10	1.05	11	مقال
14.85	146	11.10	116	تقارير
0.00	0	0.00	0	حوار
0.71	7	0.57	6	تحليل
<b>100.00</b>	<b>983</b>	<b>100.00</b>	<b>1045</b>	<b>المجموع</b>

من خلال الجدول رقم (6) أعلاه لمعيار التنوع في الأشكال الصحفية زيادة معدل الأخبار في شهر أكتوبر وذلك وفقا لحدوث الاحداث بنسبة عالية خلال تلك الفترة وباعتبار أن الموقع اخبارى ويتضح أن الاخبار هنا تشمل الأخبار السياسية والاقتصادية والرياضية والمنوعات والطب، والتكنولوجيا، بينما نجد أن الموقع يوظف الحوار من خلال برامج فضائية الجزيرة على موقع الجزيرة ويخصص لها مساحة ثابتة تتخذ مسميات لبرامج حوارية متنوعة ، مستفيداً من تقنية الوسائط المتعددة، ولا يوجد توظيف نصي للحوار بالاسلوب التقليدي وبدل ذلك على استفادة مؤسسات الاعلام فى مواقع الانترنت في تقديم الاشكال الصحفية من خلال الاستفادة من تعدد خيارات عرض المحتوى، وفى ذلك دلالة إيجابية لفرضية البحث فى أن مواقع الإنترنت فرضت على القائم بالإتصال إيجاد مضامين ومحتوي جديد غير متوافر في الإعلام التقليدي.

ثم تأتي في المرتبة الثانية التقارير من حيث معدلات التنوع في الأشكال الصحفية للموقع وتتنوع موضوعاتها من تقارير سياسية عربية ثم من بعده التقارير السياسية الدولية ثم التقارير الثقافية والمنوعات.

أ / 4 معيار الدقة والمصداقية

جدول رقم (7) يوضح معيار الدقة والمصداقية للموقع الفترة من 12 الى 26 أكتوبر 2018م.

مؤشرات المعيار	الوزن النسبي	المقياس	مدى المقياس	درجة المقياس	درجة المؤشر المحققة
صحة المعلومات	30	ممتاز	90 - 100		25.5
		جيد جداً	80 - 89	85	
		جيد	70 - 79		
		وسط	50 - 69		
		ضعيف	أقل من 50		
جودة اللغة	15	ممتاز	90 - 100	95	14.25
		جيد جداً	80 - 89		
		جيد	70 - 79		
		وسط	50 - 69		
		ضعيف	أقل من 50		
وصلات لمصادر المعلومات	15	ممتاز	90 - 100		11.25
		جيد جداً	80 - 89		
		جيد	70 - 79	75	
		وسط	50 - 69		
		ضعيف	أقل من 50		
تغطية كل جوانب الموضوع	40	ممتاز	90 - 100		33.2
		جيد جداً	80 - 89	83	
		جيد	70 - 79		
		وسط	50 - 69		
		ضعيف	أقل من 50		
الوزن الكلي للمعيار	100				84.2

جدول رقم (8) يوضح معيار الدقة والمصدقية للموقع الفترة من 12 الى 26 نوفمبر 2018م.

مؤشرات المعيار	الوزن النسبي	المقياس	مدى المقياس	درجة المقياس	درجة المؤشر المحققة
صحة المعلومات	30	ممتاز	90 - 100		24.9
		جيد جداً	80 - 89	83	
		جيد	70 - 79		
		وسط	50 - 69		
		ضعيف	أقل من 50		
جودة اللغة	10	ممتاز	90 - 100	95	9.5
		جيد جداً	80 - 89		
		جيد	70 - 79		
		وسط	50 - 69		
		ضعيف	أقل من 50		
وصلات لمصادر المعلومات	20	ممتاز	90 - 100		15
		جيد جداً	80 - 89		
		جيد	70 - 79	75	
		وسط	50 - 69		
		ضعيف	أقل من 50		
تغطية كل جوانب الموضوع	40	ممتاز	90 - 100		34
		جيد جداً	80 - 89	85	
		جيد	70 - 79		
		وسط	50 - 69		
		ضعيف	أقل من 50		
الوزن الكلي للمعيار	100				83.4

ويتضح من الجدولين أن الوزن الكلي لمؤشرات المعيار حقق المجموع 84,2 للفترة من 12 الى 26 أكتوبر 2018م، وجاء الوزن الكلي لمؤشرات المعيار خلال الفترة من 12 الى 26 نوفمبر 2018م بمجموع 83,4، وفي ذلك دلالة على إلتزام القائمين بالإتصال في الموقع بمعيار جودة المنتج من خلال الدقة والمصدقية، وإتباع معايير وأسس ثابتة في العمل وذلك من نتيجة تقارب الوزن الكلي للمعيار في مدى مقياس واحد، بدرجة جيد جداً.

ويتضح تأثير الخصائص التكنولوجية في مصداقية الموقع في تحقيق سبق الصحنى بما يمنحها ميزة التصديق، وكذلك يلحظ اعتماد الموقع التغطية التفصيلية والمتعمقة للأحداث دون قيود للوقت والمساحة مستخدماً النص والفيديو مما يكسبه مصداقية عالية، وكل ذلك يتبعه أثر التدريب في استخدامات تلك الخصائص وتوظيفها في الموقع .

#### أ/5- معيار توظيف الوسائط المتعددة

جدول رقم (9) يوضح معيار توظيف الوسائط المتعددة للموقع الفترة من 12 الى 26 أكتوبر 2018م.

مؤشرات المعيار	الوزن النسبي	المقياس	مدى القياس	درجة المقياس	درجة المؤشر المحققة
نص	30	ممتاز	90 - 100	90	27
		جيد جداً	80 - 89		
		جيد	70 - 79		
		وسط	50 - 69		
		ضعيف	أقل من 50		
صوت	10	ممتاز	90 - 100		6.5
		جيد جداً	80 - 89		
		جيد	70 - 79		
		مقبول	50 - 69	65	
		لا يوجد	أقل من 50		
صورة	15	ممتاز	90 - 100		12.75
		جيد جداً	80 - 89	85	
		جيد	70 - 79		
		مقبول	50 - 69		
		لا يوجد	أقل من 50		
فيديو	30	ممتاز	90 - 100	95	28.5
		جيد جداً	80 - 89		
		جيد	70 - 79		
		مقبول	50 - 69		
		لا يوجد	أقل من 50		
أنفجرايك / رسوم بيانية	15	ممتاز	90 - 100		10.5
		جيد جداً	80 - 89		
		جيد	70 - 79	70	



		50 - 69	مقبول		
		أقل من 50	لا يوجد		
85.25				100	الوزن الكلي للمعيار

جدول رقم (10) يوضح معيار توظيف الوسائط المتعددة للموقع لفترة من 12 الى 26 نوفمبر 2018م.

مؤشرات المعيار	الوزن النسبي	المقياس	مدى القياس	درجة المقياس	درجة المؤشر المحققة
نص	30	ممتاز	90 - 100	92	27.6
		جيد جداً	80 - 89		
		جيد	70 - 79		
		وسط	50 - 69		
		ضعيف	أقل من 50		
صوت	10	ممتاز	90 - 100		6.5
		جيد جداً	80 - 89		
		جيد	70 - 79		
		مقبول	50 - 69	65	
		لا يوجد	أقل من 50		
صورة	15	ممتاز	90 - 100		13.35
		جيد جداً	80 - 89	89	
		جيد	70 - 79		
		مقبول	50 - 69		
		لا يوجد	أقل من 50		
فيديو	30	ممتاز	90 - 100	96	28.8
		جيد جداً	80 - 89		
		جيد	70 - 79		
		مقبول	50 - 69		
		لا يوجد	أقل من 50		
أنفجريك / رسوم بيانية	15	ممتاز	90 - 100		10.5
		جيد جداً	80 - 89		
		جيد	70 - 79	70	
		مقبول	50 - 69		
		لا يوجد	أقل من 50		
الوزن الكلي للمعيار	100				86.75

المادة النصية في الموقع تمثل النسبة المناسبة لعرض المادة الصحفية وهي تمثل نسبة عالية مقارنة مع الوسائط الأخرى حيث يستخدم الموقع الصوت المصاحب للنص، مع الاستخدام الأمثل للفيديو، حيث يكون مصححاً للنص وأحياناً غير موجود، وهذا ما يتفق مع الاستخدام الأمثل فكثرة استخدام الفيديو تعرض صفحة الموقع للبطء، أما الصورة فيمثل عرضها في الصفحة الرئيسية عنصر جذب للموضوع وتسهل للمستخدم فهم المضمون.

ويستخدم الموقع الفيديو في تبويبات خاصة كبرامج تكميلية للقناة الفضائية ونشرات اخبارية متجددة و برامج حوارية حيث لا توجد كمادة نصية، وهو ما يضيف للحوارات نقل أجواء المقابلات من حركة وانفعالات، كما يسهل للمستخدم حرية الاختيار والانتقاء للموضوعات وخيارات التعرض والمتابعة للمضمون بما يدعم خاصية اللاتزامنية، وفقاً لظرفه وزمنه المناسب.

كما توجد مكتبة للفيديو متجددة بصورة يومية تتناول مختلف الموضوعات في تقارير تخاطب اهتمامات المستخدمين من سياسية وثقافية وطبية وتقنية، وذلك من خلال تبويب أعلى الصفحة.

كما يمكن الموقع المستخدمين من مشاهدة محتوى الفيديو المعروض مباشرة، وتصفح ألبومات الصور والكاريكاتير المميزة التي يتم عرضها دون الانتقال لصفحة أخرى.

ويتضح من الجدولين أن الوزن الكلي لمؤشرات المعيار حقق 85,25 للفترة من 12 الى 26 أكتوبر 2018م ، وجاء الوزن الكلي لمؤشرات المعيار خلال الفترة من 12 الى 26 نوفمبر 2018م بمجموع 86,75 مما يدل على أن الموقع حقق توظيفاً للوسائط المتعددة بدرجة جيد جداً، ويشير ذلك للتوظيف المتوازن للوسائط المتعددة في الموقع.

أ/6- معيار أسلوب العرض للموقع:

جدول رقم (11) يوضح معيار أسلوب العرض للموقع للفترة من 12 الى 26 أكتوبر 2018م.

مؤشرات المعيار	الوزن النسبي	المقياس	مدى المقياس	درجة المقياس	درجة المؤشر المحققة
تقسيم الموضوع الي أجزاء	40	ممتاز	90 - 100	90	36
		جيد جداً	80 - 89		
		جيد	70 - 79		
		وسط	50 - 69		
		ضعيف	أقل من 50		
ربط الكلمة براويط	20	ممتاز	90 - 100		15
		جيد جداً	80 - 89		
		جيد	70 - 79	75	
		وسط	50 - 69		
		ضعيف	أقل من 50		
تعدد خيارات المحتوى	40	ممتاز	90 - 100	95	38
		جيد جداً	80 - 89		
		جيد	70 - 79		
		وسط	50 - 69		
		ضعيف	أقل من 50		
الوزن الكلي للمعيار	100				89

جدول رقم (12) يوضح معيار أسلوب العرض للموقع للفترة من 12 الى 26 نوفمبر 2018م.

مؤشرات المعيار	الوزن النسبي	المقياس	مدى المقياس	درجة المقياس	درجة المؤشر المحققة
تقسيم الموضوع الي أجزاء	40	ممتاز	90 - 100	92	36.8
		جيد جداً	80 - 89		
		جيد	70 - 79		
		وسط	50 - 69		
		ضعيف	أقل من 50		
ربط الكلمة براويط	20	ممتاز	90 - 100		15
		جيد جداً	80 - 89		
		جيد	70 - 79	75	
		وسط	50 - 69		
		ضعيف	أقل من 50		
تعدد خيارات المحتوى	40	ممتاز	90 - 100	95	38

		80 - 89	جيد جداً		
		70 - 79	جيد		
		50 - 69	وسط		
		أقل من 50	ضعيف		
89.8					الوزن الكلي للمعيار

ويتضح من الجدولين أن الوزن الكلي لمؤشرات المعيار حقق 89 للفترة من 12 الى 26 أكتوبر 2018م ، وجاء الوزن الكلي لمؤشرات المعيار خلال الفترة من 12 الى 26 نوفمبر 2018م بمجموع 89.8 مما يدل على أن الموقع حقق المعيار بدرجة جيد جداً. وبديل ذلك على أن الموقع حافظ الموقع على معدل أداء ثابت في جودة المضمون، ومن خلال المضمون يمكن معرفة خصائص القائم بالاتصال ومستوى تأهيله ومهارته، في إتباعه لأسلوب عرض وأداء جاذب يبقى تأثيراً على المستخدمين.

#### أ / 7- معيار التحديث والفورية:

جدول رقم (13) يوضح معيار التحديث والفورية للموقع للفترة من 12 إلى 26 أكتوبر 2018م.

مؤشرات المعيار	الوزن النسبي	المقياس	مدى المقياس	درجة المقياس	درجة المؤشر المحققة
تحديث معلومات الموقع	50	ممتاز	90 - 100	90	45
		جيد جداً	80 - 89		
		جيد	70 - 79		
		وسط	50 - 69		
		ضعيف	أقل من 50		
الأخبار العاجلة	20	ممتاز	90 - 100		17.6
		جيد جداً	80 - 89	88	
		جيد	70 - 79		
		وسط	50 - 69		
		ضعيف	أقل من 50		
وجود سبق صحفي	30	ممتاز	90 - 100	92	27.6
		جيد جداً	80 - 89		
		جيد	70 - 79		
		وسط	50 - 69		
		ضعيف	أقل من 50		
الوزن الكلي للمعيار	100				90.2

جدول رقم (14) يوضح معيار التحديث والفورية للموقع للفترة من 12 إلى 26 نوفمبر 2018م.

مؤشرات المعيار	الوزن النسبي	المقياس	مدى المقياس	درجة المقياس	درجة المؤشر المحققة
تحديث معلومات الموقع	50	ممتاز	90 - 100	90	45
		جيد جدا	80 - 89		
		جيد	70 - 79		
		وسط	50 - 69		
		ضعيف	أقل من 50		
الأخبار العاجلة	20	ممتاز	90 - 100		17
		جيد جدا	80 - 89	85	
		جيد	70 - 79		
		وسط	50 - 69		
		ضعيف	أقل من 50		
وجود سبق صحفي	30	ممتاز	90 - 100	90	27
		جيد جدا	80 - 89		
		جيد	70 - 79		
		وسط	50 - 69		
		ضعيف	أقل من 50		
الوزن الكلي للمعيار					89

ويتضح من الجدولين أن الوزن الكلي لمؤشرات المعيار حقق المجموع 90,2 للفترة من 12 الي 26 أكتوبر 2018م ، وجاء الوزن الكلي لمؤشرات المعيار خلال الفترة من 12 الي 26 نوفمبر 2018م بمجموع 89 .

وذلك بفرق 1,2 ويرجع ذلك لا انخفاض معدلات الأخبار العاجلة وتحقق سبق الصحفي، وذلك بتأثير الاحداث المهمة على معدلات تغطية الاخبار بحكم حدوثها.

أ / 8 - معيار التفاعلية:

جدول رقم (15) يوضح معيار التفاعلية للموقع للفترة من 12 إلى 26 أكتوبر 2018م.

مؤشرات المعيار	الوزن النسبي	المقياس	مدى المقياس	درجة المقياس	درجة المؤشر المحققة
إستطلاعات الرأي	15	ممتاز	90 - 100		11.25
		جيد جدا	80 - 89		
		جيد	70 - 79	75	
		وسط	50 - 69		
		ضعيف	أقل من 50		
التعليق على الموضوعات	30	ممتاز	90 - 100		23.7
		جيد جدا	80 - 89		
		جيد	70 - 79	79	
		وسط	50 - 69		
		ضعيف	أقل من 50		
المشاركة عبر تطبيقات التواصل الإجتماعي	30	ممتاز	90 - 100	90	27
		جيد جدا	80 - 89		
		جيد	70 - 79		
		وسط	50 - 69		
		ضعيف	أقل من 50		
الموضوعات الأكثر تفاعلاً	25	ممتاز	90 - 100		18.75
		جيد جدا	80 - 89		
		جيد	70 - 79	75	
		وسط	50 - 69		
		ضعيف	أقل من 50		
الوزن الكلي للمعيار	100				80.7

جدول رقم (16) يوضح معيار التفاعلية للموقع للفترة من 12 إلى 26 نوفمبر 2018م.

مؤشرات المعيار	الوزن النسبي	المقياس	مدى المقياس	درجة المقياس	درجة المؤشر المحققة
إستطلاعات الرأي	15	ممتاز	90 - 100		11.25
		جيد جدا	80 - 89		
		جيد	70 - 79	75	
		وسط	50 - 69		
		ضعيف	أقل من 50		

23.1		90 - 100	ممتاز	30	التعليق على الموضوعات
		80 - 89	جيد جدا		
	77	70 - 79	جيد		
		50 - 69	وسط		
		أقل من 50	ضعيف		
26.4		90 - 100	ممتاز	30	المشاركة عبر تطبيقات التواصل الإجتماعي
	88	80 - 89	جيد جدا		
		70 - 79	جيد		
		50 - 69	وسط		
		أقل من 50	ضعيف		
17.5		90 - 100	ممتاز	25	الموضوعات الأكثر تفاعلاً
		80 - 89	جيد جدا		
	70	70 - 79	جيد		
		50 - 69	وسط		
		أقل من 50	ضعيف		
78.25				100	الوزن الكلي للمعيار

ويتضح من الجدولين أن الوزن الكلي لمؤشرات المعيار حقق المجموع 80,7 للفترة من 12 إلى 26 أكتوبر 2018م ، وجاء الوزن الكلي لمؤشرات المعيار خلال الفترة من 12 إلى 26 نوفمبر 2018م بمجموع 78,25 وذلك بفرق قدره 2,45 ويعزى ذلك لانخفاض معدل التفاعل مع موضوعات الموقع وإنخفاض مستوى المشاركة عبر تطبيقات التواصل الإجتماعي خلال الفترة المحددة في نوفمبر بحكم تأثير الموضوعات وأهميتها للمستخدمين .

ب- جودة التصميم:

ب / 1 - معيار الجاذبية

جدول رقم (17) يوضح معيار الجاذبية للموقع للفترة من 12 إلى 26 أكتوبر 2018م.

مؤشرات المعيار	الوزن النسبي	المقياس	مدى المقياس	درجة المقياس	درجة المؤشر المحققة
توظيف اللون	25	ممتاز	90 - 100	90	22.5
			80 - 89		
			70 - 79		
			50 - 69		
			أقل من 50		
تنوع الوسائط	25	ممتاز	90 - 100		20
			80 - 89	80	
			70 - 79		
			50 - 69		
			أقل من 50		
خطوط العناوين	25	ممتاز	90 - 100	90	22.5
			80 - 89		
			70 - 79		
			50 - 69		
			أقل من 50		
وجود فواصل	25	ممتاز	90 - 100		20.75
			80 - 89	83	
			70 - 79		
			50 - 69		
			أقل من 50		
الوزن الكلي للمعيار	100				85.75

جدول رقم (18) يوضح معيار الجاذبية للموقع للفترة من 12 إلى 26 نوفمبر 2018م.

مؤشرات المعيار	الوزن النسبي	المقياس	مدى المقياس	درجة المقياس	درجة المؤشر المحققة
توظيف اللون	25	ممتاز	90 - 100	90	22.5
			80 - 89		
			70 - 79		
			50 - 69		
			أقل من 50		
تنوع الوسائط	25	ممتاز	90 - 100		20.5



	82	80 - 89	جيد جداً		
		70 - 79	جيد		
		50 - 69	وسط		
		أقل من 50	ضعيف		
23.75	95	90 - 100	ممتاز	25	خطوط العانوين
		80 - 89	جيد جداً		
		70 - 79	جيد		
		50 - 69	وسط		
		أقل من 50	ضعيف		
21.75		90 - 100	ممتاز	25	وجود فواصل
	87	80 - 89	جيد جداً		
		70 - 79	جيد		
		50 - 69	وسط		
		أقل من 50	ضعيف		
88.5				100	الوزن الكلي للمعيار

ويتضح من الجدولين أن الوزن الكلي لمؤشرات المعيار حقق 85,75 للفترة من 12 الى 26 أكتوبر 2018م ، وجاء الوزن الكلي لمؤشرات المعيار خلال الفترة من 12 الى 26 نوفمبر 2018م بمجموع 88,5 مما يدل على أن الموقع حقق ارتفاعاً في الاداء قدره 2.75 درجة ويعزى ذلك أن الموقع حدث خلال هذه الفترة تصميمية وخاصة أن الارتفاع في الجودة يلحظ في العناوين التي يمكن أن تطول أو تقصر حسب ما تقتضيه الحاجة، وحجمها يتفاعل أيضا مع أهميتها.

## ب/ 2 - معيار وضوح التنظيم:

جدول رقم (19) يوضح معيار وضوح التنظيم للموقع للفترة من 12 إلى 26 أكتوبر 2018م.

مؤشرات المعيار	الوزن النسبي	المقياس	مدى المقياس	درجة المقياس	درجة المؤشر المحققة
لون الخلفية	30	ممتاز	90 - 100	95	28.5
		جيد جداً	80 - 89		
		جيد	70 - 79		
		وسط	50 - 69		
		ضعيف	أقل من 50		
عناوين الأقسام	40	ممتاز	90 - 100		34

	85	80 - 89	جيد جداً		واضحة
		70 - 79	جيد		
		50 - 69	وسط		
		أقل من 50	ضعيف		
27	90	90 - 100	ممتاز	30	الحروف الواضحة
		80 - 89	جيد جداً		
		70 - 79	جيد		
		50 - 69	وسط		
		أقل من 50	ضعيف		
89.5				100	الوزن الكلي للمعيار

جدول رقم (20) يوضح معيار وضوح التنظيم للموقع الفترة من 12 إلى 26 نوفمبر 2018م.

مؤشرات المعيار	الوزن النسبي	المقياس	مدى المقياس	درجة المقياس	درجة المؤشر المحققة
لون الخلفية	30	ممتاز	90 - 100	95	28.5
		جيد جداً	80 - 89		
		جيد	70 - 79		
		وسط	50 - 69		
		ضعيف	أقل من 50		
عناوين الأقسام واضحة	40	ممتاز	90 - 100		35.2
		جيد جداً	80 - 89	88	
		جيد	70 - 79		
		وسط	50 - 69		
		ضعيف	أقل من 50		
الحروف واضحة	30	ممتاز	90 - 100	90	27
		جيد جداً	80 - 89		
		جيد	70 - 79		
		وسط	50 - 69		
		ضعيف	أقل من 50		
الوزن الكلي للمعيار	100				90.7

ويتضح من الجدولين أن الوزن الكلي لمؤشرات المعيار حقق 89,5 للفترة من 12 الى 26 أكتوبر 2018م ، وجاء الوزن الكلي لمؤشرات المعيار خلال الفترة من 12 الى 26 نوفمبر 2018م بمجموع 90,7 ، ويدل ارتفاع معدل المعيار ب 1,2 على التحسين الذى طرأ فى وضوح التنظيم فهناك تحسن طرأ فى وضوح عناوين الأقسام واعد ترتيبها بطريقة تسهل الوصول للمستخدمين للمحتوى وحقق الموقع درجة ممتاز من حيث وضوح التنظيم وفقا للوزن الكلي للمعيار .

ب / 3 - معيار سهولة الاستخدام:

جدول رقم (21) يوضح معيار سهولة الاستخدام للموقع الفترة من 12 إلى 26 أكتوبر 2018م.

مؤشرات المعيار	الوزن النسبي	المقياس	مدى المقياس	درجة المقياس	درجة المؤشر المحققة
وجود خريطة للموقع	40	ممتاز	90 - 100	95	38
		جيد جداً	80 - 89		
		جيد	70 - 79		
		وسط	50 - 69		
		ضعيف	أقل من 50		
خاصية البحث	30	ممتاز	90 - 100		22.5
		جيد جداً	80 - 89		
		جيد	70 - 79	75	
		وسط	50 - 69		
		ضعيف	أقل من 50		
سهولة الرجوع للصفحة الرئيسية	30	ممتاز	90 - 100	90	27
		جيد جداً	80 - 89		
		جيد	70 - 79		
		وسط	50 - 69		
		ضعيف	أقل من 50		
الوزن الكلي للمعيار	100				87.5

جدول رقم(22) يوضح معيار سهولة الاستخدام للموقع الفترة من 12 إلى 26 نوفمبر 2018م.

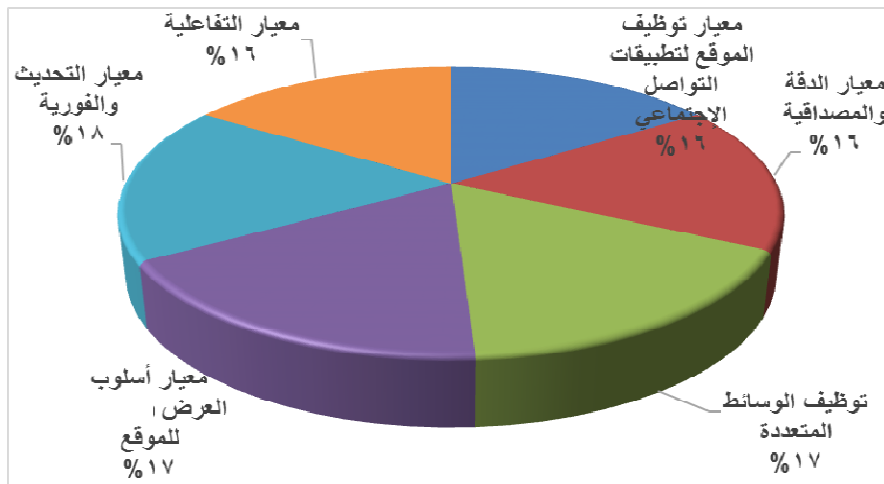
مؤشرات المعيار	الوزن النسبي	المقياس	مدى المقياس	درجة المقياس	درجة المؤشر المحققة
وجود خريطة للموقع	40	ممتاز	90 - 100	97	38.8
		جيد جداً	80 - 89		
		جيد	70 - 79		
		وسط	50 - 69		
		ضعيف	أقل من 50		
خاصية البحث	30	ممتاز	90 - 100		22.5
		جيد جداً	80 - 89		
		جيد	70 - 79	75	
		وسط	50 - 69		
		ضعيف	أقل من 50		
سهولة الرجوع للصفحة الرئيسية	30	ممتاز	90 - 100	92	27.6
		جيد جداً	80 - 89		
		جيد	70 - 79		
		وسط	50 - 69		
		ضعيف	أقل من 50		
الوزن الكلي للمعيار	100				88.9

يتضح من الجدولين أن الوزن الكلي لمؤشرات المعيار حقق المجموع 87,5 للفترة من 12 إلى 26 أكتوبر 2018م ، وجاء الوزن الكلي لمؤشرات المعيار خلال الفترة من 12 إلى 26 نوفمبر 2018م بمجموع 88,9، وذلك بأرتفاع قدره 1,4، ويلحظ أن الارتفاع تحقق في مؤشر خريطة الموقع وسهولة الرجوع للصفحة الرئيسية نتيجة للتحديثات التي طرأت على الموقع في طريقة تبويبه وذلك وفق ترتيب يضمن أن يظهر على الصفحة الرئيسية المادة ذات الجودة والاهمية بينما أحتفظ مؤشر خاصية البحث بدرجة مؤشر ثابتة.

## أ- جودة المحتوى

جدول ورسم بياني رقم (23) يوضح جودة المحتوى

إتجاه التغير	معدل التغير	الدرجة المتحصلة للفترة 12 - 26 نوفمبر	الدرجة المتحصلة للفترة 12 - 26 أكتوبر	الدرجة الموضوعية	المعيار
↑	0.68	81.2	80.65	100	معيار توظيف الموقع لتطبيقات التواصل الإجتماعي
↓	-0.95	83.4	84.2	100	معيار الدقة والمصدقية
↑	1.76	86.75	85.25	100	توظيف الوسائط المتعددة
↑	0.90	89.8	89.00	100	معيار أسلوب العرض والتحرير للموقع
↓	-1.33	89.00	90.2	100	معيار التحديث والفورية
↓	-3.04	78.25	80.7	100	معيار التفاعلية
↓	-0.31	508.4	510.00	600	المجموع
		84.73	85.00	100.00	النسبة المئوية (%)



يلاحظ ومن خلال المقارنة بين الفترة من 12 إلى 26 أكتوبر والفترة من 12 إلى 26 نوفمبر ان معيار جودة المحتوى سجل إنخفاضاً في معدل التغير قدره -0.31-

وتعتبر نسبة بسيطة لثبات عمل الموقع وذلك لتأثر عدد من مؤشرات المعيار وفقاً لتقييم المعايير لكل مؤشر.

وبالنسبة لجودة المحتوى يلاحظ أن معدل التغير لمعيار توظيف الموقع لتطبيقات التواصل الاجتماعي كمقارنة بين الفترتين شهد إرتفاعاً بمعدل قدره 0,68 ويعزى ذلك للتحسن الي طراً في معطيات تقييم المعيار من حيث عدد المشتركين، التحديث المستمر للتطبيق، توظيف التطبيق للوسائط المتعددة، المشاركة للموضوعات.

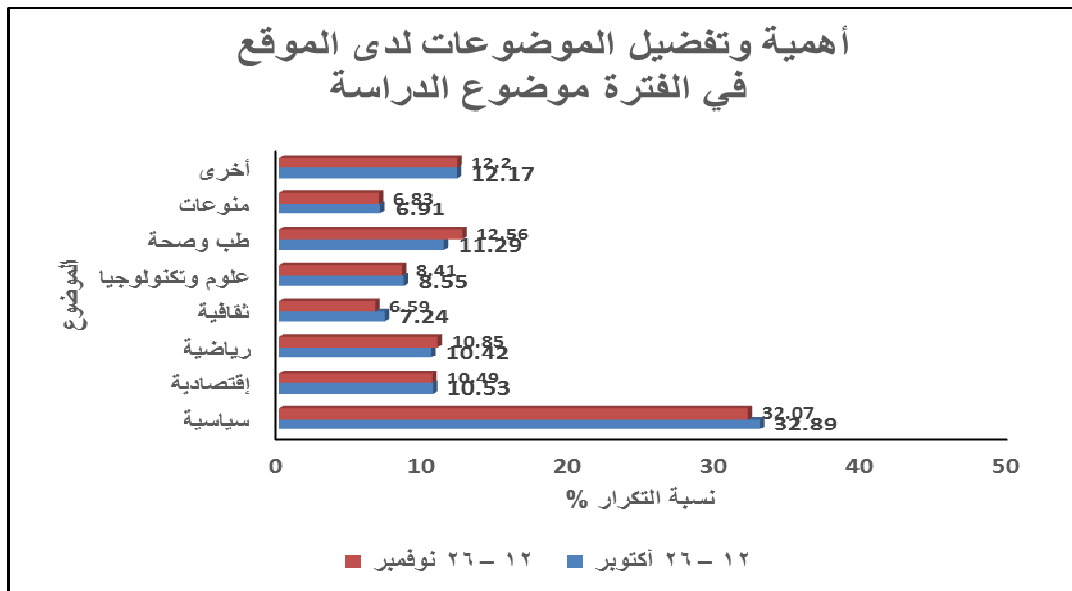
يلاحظ أن معدل التغير لمعيار الدقة والمصادقية كمقارنة بين الفترتين حقق إنخفاضاً وذلك بسبب تباين مؤشرات صحة المعلومات وتغطية كل جوانب الخبر، وذلك بمعدل تغير للمعيار قدره 0,95 حيث تم تقييم مؤشر صحة المعلومات وذلك وفقاً لمعطيات، قوة وضعف المصدر الذي تمت الإشارة اليه في الخبر من من حيث كونها محددة ام غير محددة، اكتمال صفات الخبر من حيث الأجابة على الاسئلة الخمسة متى، اين، كيف، ماذا، ولماذا، وتقييمه من حيث إحتوائه آراء ذاتيه، أو إتجاه واحد أم هي موضوعية في إطار الحقائق. أما مؤشر تغطية كل جوانب الموضوع فقد تم تقييمه، وفقاً لمعطيات تعدد مصادر الرواية داخل الخبر، كونه شاملاً في عرضه لمجموعة الآراء والاحداث داخل الخبر الواحد، إضافة إلي الفيديو الداعم للنص بما يقوى درجة قبوله، وأن أن يكون الخبر شاملاً في احتوائه على أكثر من ثلاثة مصادر. ويكون جزئى اذا كان اقل من ثلاثة مصادر أو اذا كان الخبر يدعم بآراء تتفق مع وجهه نظر واحدة أو اذا كان المصدر من جهه واحده.

أما معدل التغير لمعيار توظيف الوسائط المتعددة كمقارنة بين الفترتين فقد سجل إرتفاعاً قدره 1,76 وتم تقييم ذلك وفقاً لمعطيات أن تكون الخطوط المستخدمة في النص حجمها مناسب ويسهل قراءتها، وأن تتناسب حجم الصور مع الموضوع وتتسم بالحيوية والحركة والحدائثة، والصوت في جودته، وثبات مساحة عرض مقاطع الفيديو ومستوى إستخدام الرسوم البيانية وانفجرايك وجاذبيته.

وسجل معدل التغير لمعيار معيار أسلوب العرض والتحرير للموقع كمقارنة بين الفترتين إرتفاعاً قدره 0,90 وذلك بسبب أرتفاع معدل التقييم لمعطيات تركيز مقدمة الخبر على أهم معلومة فى الخبر وأحدثها، وتقسيم الموضوع إلي فقرات، والبساطة والدقة في الاسلوب، والربط بمعلومات أكثر تفصيلاً منشورة في صفحات داخل الموقع. وإرتباط المادة الصحفية بوسائط متعددة. وسجل معيار التحديث الفورية انخفاضاً في معدل التغير بنسبة 1.33- كمقارنة بين الفترتين ويعزى ذلك بسبب انخفاض مؤشرات المعيار من حيث الاخبار العاجلة ووجود سبق صحفى، كما سجل معيار التفاعلية انخفاضاً في معدل التغير قدره 3.04- وذلك بسبب إنخفاض مؤشرات المعيار من حيث التعليق على الموضوعات والمشاركة عبر تطبيقات التواصل الإجتماعى والموضوعات الأكثر تفاعلاً.

- أهمية وتفضيل الموضوعات لدى الموقع:

رسم بيانى يوضح جودة المحتوى لمعيار أهمية وتفضيل الموضوعات لدى الموقع للفترة من 12 إلى 26 أكتوبر 2018م، والفترة من 12 إلى 26 نوفمبر 2018م.

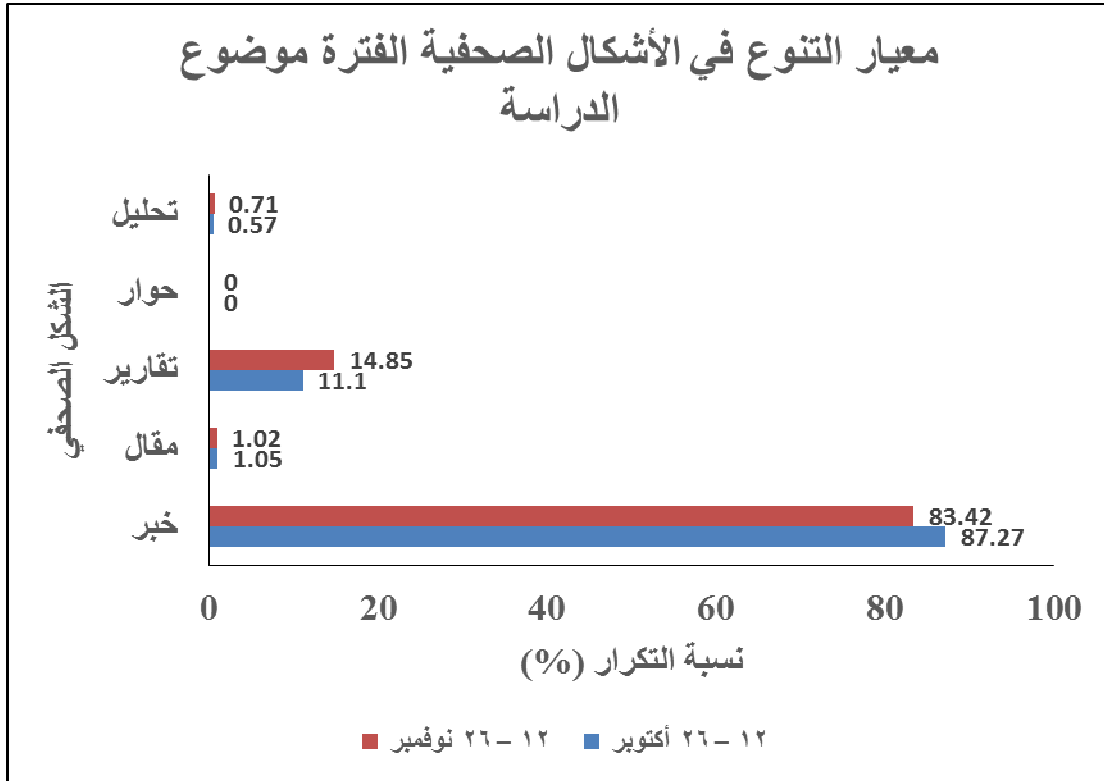


ومن حيث أهمية وتفضيل الموضوعات لدى الموقع وكمقارنة بين الفترتين فقد سجلت النسبة المئوية لمجموع التكرارات للفترة من 12 إلى 26 نوفمبر إنخفاضاً عن الفترة من 12 إلى 26 أكتوبر ويعزى ذلك لارتباط تغطيات الأحداث بحدوثها

وتطورها والفعاليات التي تقام، لذلك حدث تأثير الانخفاض من حيث الكم في معدلات تفضيلات الموضوعات.

#### - معيار التنوع في الأشكال الصحفية:

رسم بياني رقم (24) يوضح جودة المحتوى لمعيار التنوع في الأشكال الصحفية للفترة من 12 إلى 26 أكتوبر 2018م، والفترة من 12 إلى 26 نوفمبر 2018م



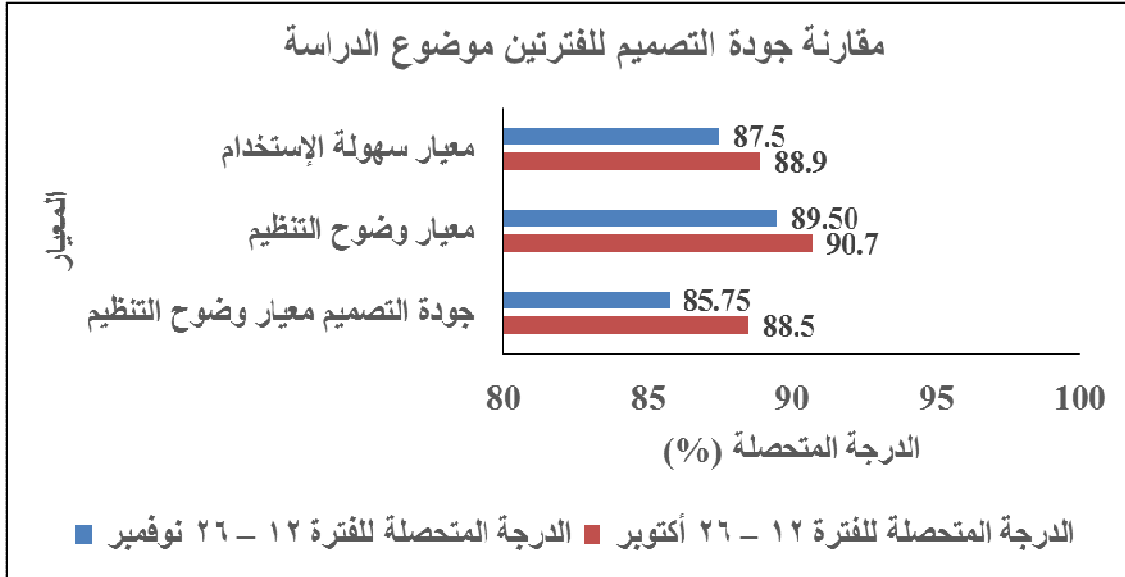
من خلال والرسم البياني يتضح ارتفاع معدلات الاخبار بنسبة عالية خلال الفترتين الزمئيتين للبحث عن مجموع الاشكال الأخرى، ويعزى لاعتبار أن الموقع يهتم بالدرجة بالاخبار وذلك وفقاً لتطورات الأحداث. حيث سجل في الفترة من 12 إلى 26 أكتوبر 2018م نسبة 87.27، فيما سجل عن فترة 12 إلى 26 نوفمبر 2018م نسبة 83.42، كما يعكس تقارب نسب الأشكال الصحفية الاخرى كمقارنة بين الفترتين ثبات عمل الموقع في توظيف كل الأشكال الصحفية.



ب- جودة التصميم:

جدول ورسم بياني رقم (25) يوضح جودة التصميم

المعيار	الدرجة الموضوعة	الدرجة المتحصلة للفترة 12 - 26 أكتوبر	الدرجة المتحصلة للفترة 12 - 26 نوفمبر	معدل التغير	إتجاه التغير
ب / 1 جودة التصميم معيار وضوح التنظيم	100	85.75	88.5	3.207	↑
ب/2 معيار وضوح التنظيم	100	89.50	90.7	1.341	↑
ب/ 3 معيار سهولة الاستخدام	100	87.5	88.9	1.600	↑
المجموع	300	262.75	268.1	2.04	↑
النسبة المئوية (%)	100.00	87.58	89.37		



الجدول والرسم البياني رقم (26) يوضح جودة التصميم للموقع، ويلاحظ ومن خلال المقارنة بين الفترة من 12 إلى 26 أكتوبر والفترة من 12 إلى 25 نوفمبر أن معيار الجودة حقق معدل تغير مرتفع بمجموع قدرة 2,04 ويعزى ذلك الارتفاع في معدل التغير إلى الجزيرة نت خلال فترة البحث من 12 إلى 25 نوفمبر إلى

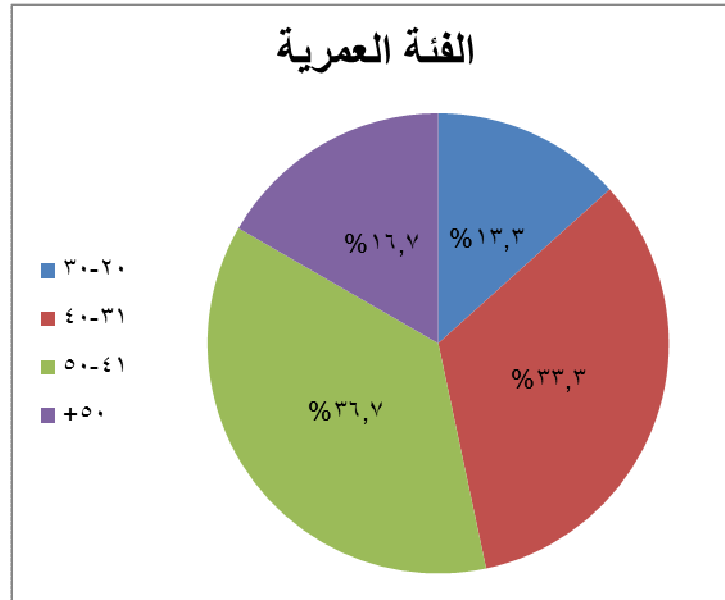
التحسينات التي طرأت على تصميم الموقع، لتناسب أهتمامات المستخدم، وذلك من حيث شكل العناوين وطريقة إبرازها وحجمها، كما مكن من مشاهدة محتوى الفيديو المعروض مباشرة، وتصفح ألبومات الصور والكاريكاتير التي يتم عرضها دون الانتقال لصفحة أخرى.

وكذلك راعى الموازنة وترتيب مرن وفق الاهمية بين معيارى الأهمية والتنوع فالمادة الرئيسية يمكن أن تكون من أي قسم اذا حازت الأهمية، وكذلك تغييرات في القائمة الرئيسية للموقع تعيد ترتيب المحتوى بطريقة تسهل للمستخدم الوصول إلى ما يريد. كما أن مقالات الرأي أو المدونات قدمت وسط أشكال المحتوى الأخرى، وبمساحة الإبراز نفسها، مما يتيح للمستخدم أن يكون شريكا في تحرير الموقع، وليس فقط قراءته.

## ثانياً الاستبيان:

### جدول ورسم بياني رقم (27) يوضح الفئات العمرية لأفراد العينة

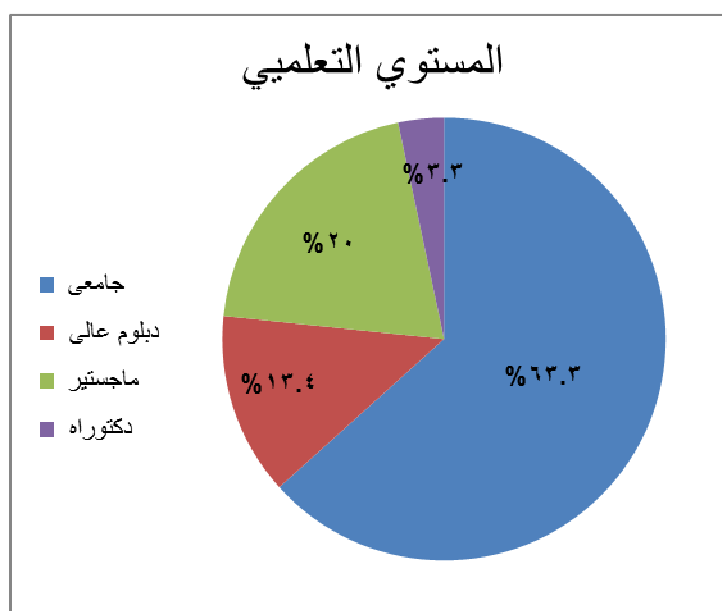
السن	التكرار	النسبة
30-20	4	%13,3
40-31	10	%33,3
50-41	11	%36,7
50 فأكثر	5	%16,7
المجموع	30	%100



يتضح من الجدول رقم (27) والرسم البياني أعلاه أن 36.7% من العينة المبحوثة تتراوح اعمارهم بين 50-41 سنة يليه الذين بين 40-31 سنة بنسبة 33,3%، ثم يليه 50 سنة فأكثر بنسبة 16,7% ثم ما بين 30-20 بنسبة 13.3%. الجدول يشير الى ان الموقع الإلكتروني يستوعب اجيالاً مختلفة في تنوع معرفي وهذا يدل على نضج القائم بالإتصال.

جدول ورسم بياني رقم (28) يوضح المستوى التعليمي لأفراد العينة

النسبة	التكرار	المستوى التعليمي
63.3%	19	جامعي
13.4%	4	دبلوم عالي
20%	6	ماجستير
3.3%	1	دكتوراه
-	-	اخرى
100%	30	المجموع

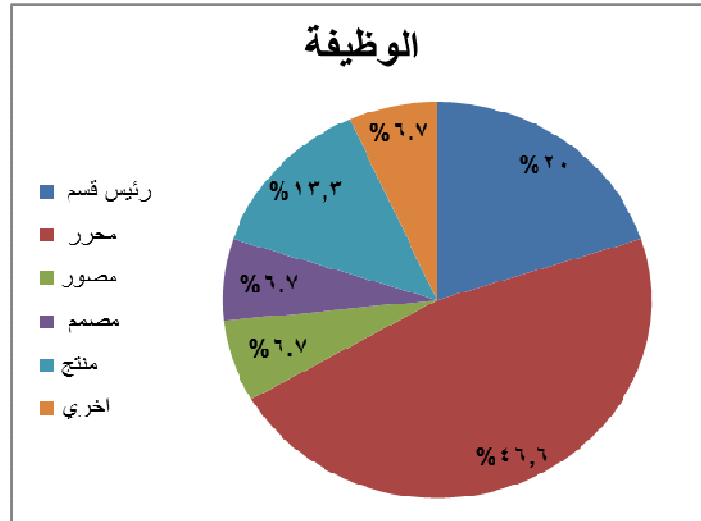


يتضح من الجدول رقم (28) والرسم البياني أن عينة البحث شملت كل المستويات التعليمية بدرجات متفاوتة وأن أعلى نسبة في العينة كانت لصالح الجامعيين (بكالوريوس) بنسبة 63,3%، مما يؤكد أهمية المستوى التعليمي للعاملين في المواقع الإلكترونية، وذلك باعتبار ان العمل الإعلامي في المواقع الإلكترونية يتطلب القيام بعده مهام توكل إلي أشخاص على قدر من التعليم والمعرفة والثقافة والتأهيل والتي مصدرها الدراسات الاكاديمية، وحصل 36,7% من افراد العينة على مؤهلات فوق المستوى الجامعي، وبدل تحقيق الجامعيين على أعلى نسبة على أن العمل بمؤسسات الإعلام الإلكتروني يتطلب أشخاص على قدر من

المعرفة العلمية، وهذه النتيجة تتوقف مع ما جاء في الإطار النظري علي انه يتطلب العمل في مواقع الإنترنت قائمين بالإنترنت علي قدر من التعليم والمعرفة والتأهيل والتي تكتسب من خلال الدراسات الاكاديمية والقدرة على مواكبة التقنيات الحديثة حتى يتسنى لهم إنجاز مهام المهنة في المجتمع المعاصر عن طريق الدراسات العلمية والاكاديمية.

### جدول ورسم بياني رقم (29) يوضح المسمى الوظيفي للقائمين بالإنترنت

المسمى الوظيفي	التكرار	النسبة
رئيس تحرير	-	-
رئيس قسم	6	20%
محرر	14	46,6%
مصور	2	6,7%
مصمم	2	6,7%
منتج	4	13,3%
أخرى	2	6,7%
المجموع	30	100%

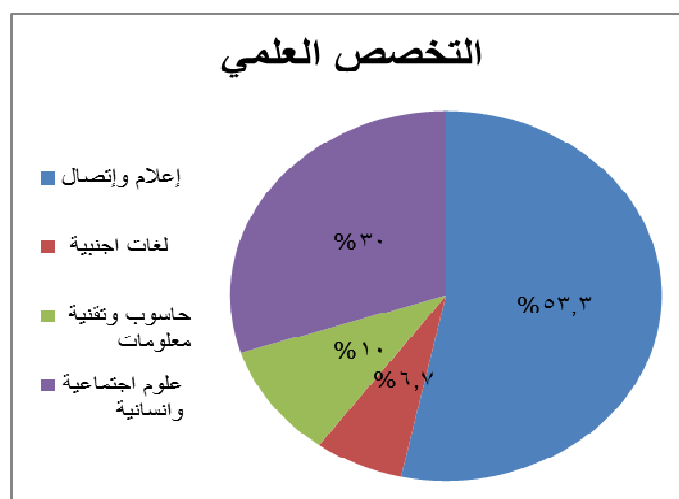


يتضح من الجدول رقم (29) والرسم البياني أعلاه أن 20% من القائمين بالإنترنت في وظيفة رئيس قسم و 46,6% يعملون في وظيفة محرر وتتراوح نسب مسميات الوظائف كالتالي: 6,7% مصور و 6,7% مصمم و 13,3% منتج

و6.7% في وظائف أخرى. ويظهر التنوع في المهام وذلك لطبيعة لموقع الإلكتروني الذي يستوعب مهام عديدة عامله في الوسائط المتعددة بما ينعكس على شمولية العمل الإعلامي للموقع الإلكتروني وذلك بحكم التخصصات المختلفة من حيث الشكل والمضمون، ومرجع هذا التنوع فرضته ظروف العمل في المواقع الإلكترونية التي تعتمد على التنوع في المهام لاداء العمل لانها تجمع أكثر من وسيط داخل الموقع وبالتالي من الطبيعي ان تتعدد المسميات لارتباطها من حيث المضمون بالنص والصوت والصورة والفيديو، ومن حيث الشكل ترتبط بالتصميم والاشكال الايضاحية.

### جدول ورسم بياني رقم (30) يوضح التخصص العلمي لأفراد العينة

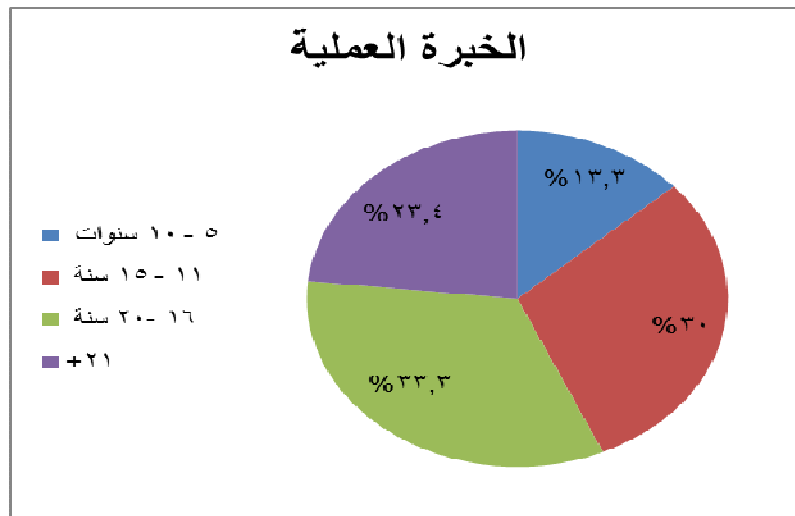
التخصص	التكرار	النسبة
اعلام واتصال	16	%53,3
لغات اجنبية	2	%6,7
حاسوب وتقنية معلومات	3	%10
علوم اجتماعية وانسانية	9	%30
أخرى	-	-
المجموع	30	%100



يتضح من الجدول (30) والرسم البياني أعلاه أن تنوع التخصص العلمي لأفراد العينة على النحو الآتي: الإعلام والاتصال بنسبة 53,3% وهو ما يشير إلى إرتفاع نسبة التوظيف وذلك بحكم تخصص العمل وذلك وفقا للتأهيل العلمي في مجال التخصص المطلوب، ثم فئة التخصصات الأخرى علوم اجتماعية وانسانية بنسبة 30%، حيث يستوعب الإعلام التخصصات الأخرى ويستفيد منها في تطوير العمل لتعدد المجالات المتخصصة التي يتناولها الإعلام وجاءت اللغات الأجنبية بنسبة 6,7% ثم تخصص حاسوب وتقنية معلومات بنسبة 10% إذ يرتبط مع المجال الإعلامي في الاستفادة من التقنية واستخدامها في العمل الإعلامي الإلكتروني للمواقع. وهذا التنوع في التخصصات يثرى العمل الإعلامي ويعمل على افادته بحكم التنوع في المجالات التي يتطرق اليها الإعلامي.

**جدول ورسم بياني رقم (31) يوضح عدد سنوات الخبرة للقائمين بالاتصال**

سنوات الخبرة	التكرار	النسبة
اقل من 5 سنوات	-	-
5-10	4	13,3%
11-15	9	30%
16-20	10	33,3%
21 فأكثر	7	23,4%
المجموع	30	100



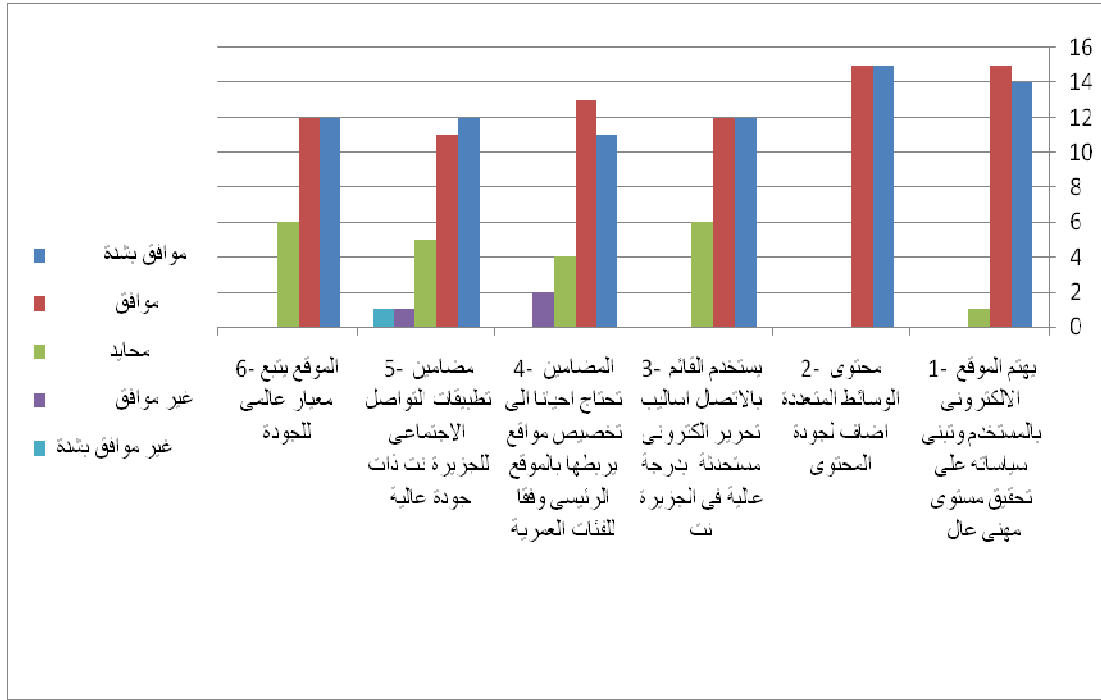
يتضح من الجدول (31) والرسم البياني أعلاه أن 13,3% من العينة المبحوثة تتراوح سنوات خبرتهم ما بين 5-10 و30% تتراوح خبرتهم ما بين 11-15 سنة و33,3% تتراوح خبرتهم من 16-20 و23,4% لديهم سنوات خبرة أكثر من 21 عاماً، وهذا مؤشر إيجابي لوجود اصحاب الخبرة لأكثر من 10 سنوات في هذا المجال، كما يدل أيضاً على ارتفاع متوسط عدد سنوات الخبرة للقائمين بالإتصال.

### المحور الأول: محور الجودة في الموقع الإلكتروني

#### جدول ورسم بياني رقم (32) يوضح محور الجودة في الموقع الإلكتروني

الاجمالي العام	غير موافق بشدة		غير موافق		محايد		موافق		موافق بشدة		الدرجة	العبارة
	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%		
%100	30					3,3%	1	15	50%	14	46,7%	1- يهتم الموقع الإلكتروني بالمستخدم وتبنى سياساته على تحقيق مستوى مهني عال
%100	30							15	50%	15	50%	2- محتوى الوسائط المتعددة اضافة لجودة المحتوى
%100	30					20%	6	12	40%	12	40%	3- يستخدم القائم بالاتصال اساليب تحرير الكتروني مستحدثة بدرجة عالية في الجزيرة نت
%100	30			6,7%	2	13,3%	4	13	43,3%	11	36,7%	4- المضامين تحتاج احيانا الى تخصيص مواقع يربطها بالموقع الرئيسي وفقا للفئات العمرية
%100	30	3,3%	1	3,3%	1	16,7%	5	11	36,7%	12	40%	5- مضامين تطبيقات التواصل الاجتماعي للجزيرة نت ذات جودة عالية
%100	30					20%	6	12	40%	12	40%	6- الموقع يتبع معيار عالمي للجودة





1- تشير قراءة الجدول والرسم البياني من الجدول أعلاه أن المبحوثين أجابوا على أن الموقع الإلكتروني يهتم بالمستخدم وتبنى سياساته على تحقيق مستوى مهني عال بنسبة 46,7% لدرجة موافق بشدة وبنسبة 50% لموافق، أما درجة محايد ف جاءت بنسبة 3,3%، بما يشير الى أن اجابات المبحوثين ذات دلالة موجبة.

2- وجاءت اجابة المبحوثين بدرجة عالية على أن محتوى الوسائط المتعددة اضافة لجودة المحتوى، وبلغ الموافقون بشدة نسبة 50% وموافقون بنسبة 50%، ويشير ذلك أن وحدة التحليل كانت ذات دلالة إحصائية موجبة، ويعزى ذلك للبعد التأثيري لتكنولوجيا الوسائط المتعددة في صناعة المحتوى الصحفي وتقديم الموضوعات الاعلامية بطريقة ابداعية وجاذبة للمتلقى وباعتبارها تخاطب جميع الحواس، وبالتالي تعمل على زيادة تجويد العمل الصحفي وترقية الأداء.

3- وأجاب المبحوثين على أن القائم بالاتصال يستخدم أساليب تحرير الكتروني مستحدثة بدرجة عالية في الجزيرة نت بنسبة 40% على الموافقة بشدة وموافق بنسبة 40% ومحايدون بنسبة 20% ، ويشير ذلك الي أن القائم بالاتصال في الجزيرة نت يستخدم أساليب تحرير مستحدثة من خلال استخدام الأساليب التحريرية

المستحدثة التي تعتمد على الامكانيات التي توفرها شبكة الانترنت، ويعكس ذلك أثر التدريب على القائم بالاتصال وبالتالي تميز الموقع بالابتكار والتجديد وازفاء الجاذبية على المضمون ومن ناحية صار المبحوثين اكثر فاعلية في استخدام أدوات الإعلام الجديد بحكم التدريب وهو ما يؤكد صحة الفرض السابق.

4- وتباينت آراء المبحوثين في الإجابة عن أن المضامين تحتاج احياناً الي تخصيص مواقع يربطها بالموقع الرئيسي وفقاً للفئات العمرية وجاءت أجابة موافق بشدة بنسبة 36,7% وموافق بنسبة 43,3% ومحايدين بنسبة 13,3% ، وغير موافقون بنسبة 6,7%.

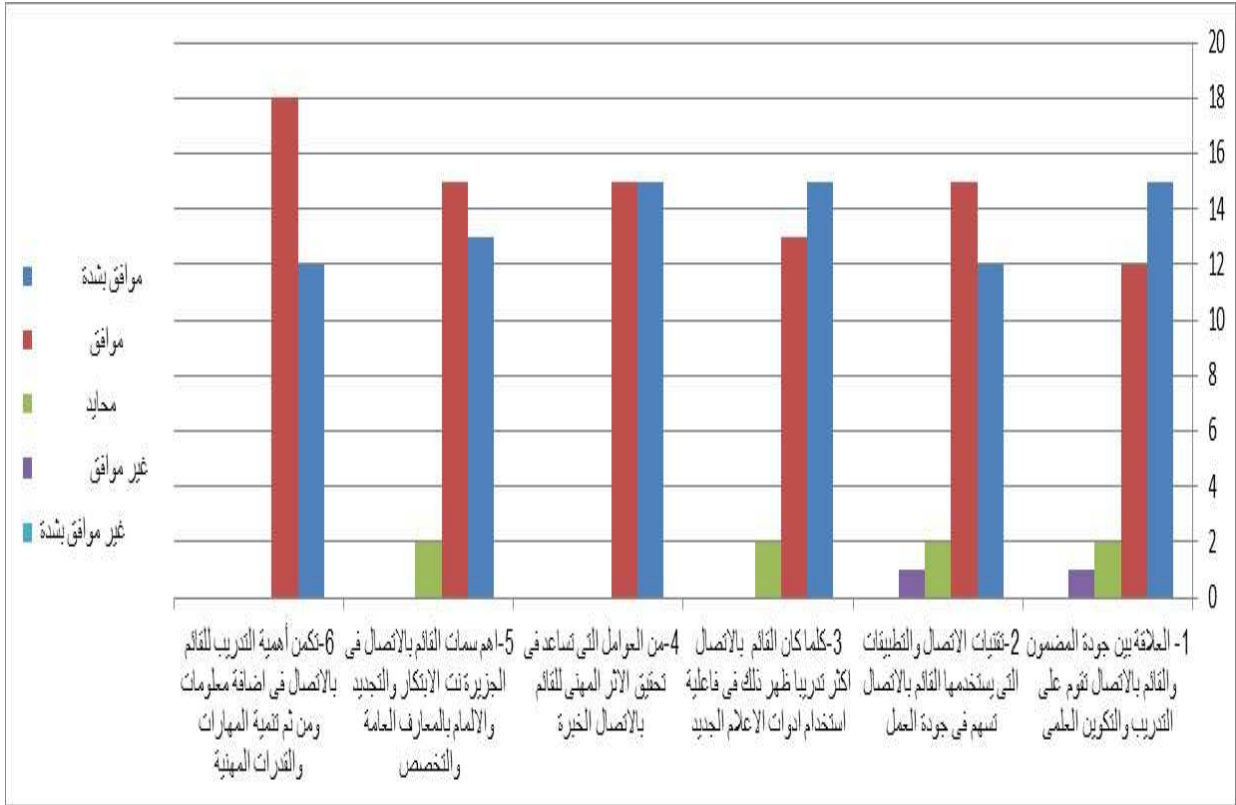
5- بين الجدول أن 40% موافقون بشدة و 36,7% موافقون على أن مضامين تطبيقات التواصل الإجتماعى للجزيرة نت ذات جودة عالية،فيما سجل محايدون نسبة 16,7% وغير موافقون بنسبة 3,3% وغير موافقون بشدة 3,3% بنسبة % ، ويعزى ذلك التشتت في الأجابات إلي اختيارات الموضوعات المختارة للقائم بالاتصال ومدى تفضيلاتها للمستخدم وهو ما يحتاج إلي استبيانات مستمرة للمستخدمين من حيث العمر والنوع والمستوى الاكاديمى ومعرفة الأهتمامات وتفضيلاته لتطبيقات التواصل الاجتماعى حتى تتمكن الشبكة من التواجد المستمر والمتجدد وفقاً لمنصة المستخدمين واختيار المضمون الذى يخاطب حاجاتها والذى يتم عن طريق الدراسات المسبقة للمستخدمين.

6- نجد أن 40% من المبحوثين يوافقون بشدة على أن الموقع يتبع معيار عالمى للجودة، كما يوافق 40% على ذلك و 20% محايدون، ويعزى تعدد الآراء إلي تعدد المعايير التى تحكم الجودة.

## المحور الثانى: محور القائم بالإتصال والجودة

### جدول ورسم بيانى رقم (33) يوضح محور القائم بالإتصال والجودة

الاجمالي العام		غير موافق		غير موافق بشدة		محايد		موافق		موافق بشدة		الدرجة
%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	العبارة
%100	30			%3,3	1	%6,7	2	%40	12	%50	15	1- العلاقة بين جودة المضمون والقائم بالاتصال تقوم على التدريب والتكوين العلمى
%100	30			%3,3	1	%6,7	2	%50	15	%40	12	2-تقنيات الاتصال والتطبيقات التى يستخدمها القائم بالاتصال تسهم فى جودة العمل
%100	30					%6,7	2	%43,3	13	%50	15	3-كلما كان القائم بالاتصال اكثر تدريبا ظهر ذلك فى فاعلية استخدام ادوات الاعلام الجديد
%100	30							%50	15	%50	15	4-من العوامل التى تساعد فى تحقيق الاثر المهنى للقائم بالاتصال الخبرة
%100	30					%6,7	2	%50	15	%43,3	13	5-اهم سمات القائم بالاتصال فى الجزيرة نت الابتكار والتجديد والالمام بالمعارف العامة والتخصص
%100	30							%60	18	%40	12	6-تتمكن أهمية التدريب للقائم بالاتصال فى اضافة معلومات ومن ثم تنمية المهارات والقدرات المهنية



1- من الجدول رقم (33) والرسم البياني أعلاه يتضح أن المبحوثين أجابوا بدرجة موافقة عالية واتفقهم إيجاباً على أن العلاقة بين جودة المضمون والقائم بالإتصال تقوم على التدريب والتكوين العلمي وذلك بنسبة 50% لموافق بشدة وبنسبة 40% لدرجة موافق ومحايدون بنسبة 6,7%، غير موافقون بنسبة 3,3% ويشير ذلك الي أن القدرة والمهارة تزداد نتيجة التدريب الجيد، مما يؤدي إلي تحسين الأداء الوظيفي.

2- ومن حيث أن تقنيات الإتصال والتطبيقات التي يستخدمها القائم بالإتصال تسهم في جودة العمل أتفق معظم المبحوثين بدرجة موافق بشدة بنسبة 40% وموافق بنسبة 50%، فيما أجاب محايدون بنسبة 6,7% وغير موافقون بنسبة 3,3%، ويشير ذلك التوافق الايجابي في الآراء أن التقنيات الحديثة أثرت في مهام القائم بالإتصال في مواقع الإنترنت، كما تأثر الشكل التحريري للمحتوى من شكل الكتابة التقليدية إلى الإلكترونية، وساعد استخدام هذه الادوات التقنية على الأداء المهني للقائم بالإتصال في التفاعل مع المستخدمين حيث أثر ايجاباً على أداءهم المهني فأصبح أكثر دقة ويسراً وسرعة وبالتالي أسهمت في جودة العمل.

3- وجاءت أجابات المبحوثين لعبارة كلما كان القائم بالاتصال أكثر تدريباً ظهر ذلك في فاعلية استخدام أدوات الإعلام الجديد وذلك بنسبة 50% لدرجة موافق بشدة وموافق بنسبة 43,3% ، اما محايد بنسبة 6,7%، وذلك يتفق مع فرضية البحث في أن كلما كان القائم بالاتصال أكثر تدريباً، ظهر ذلك على فاعلية استخدام أدوات الإعلام الجديد في العمل الصحفى وبالتالي يتحقق الأثر الفعال بمعنى أن تكون الرسالة الإعلامية ذات تأثير على المتلقى ويتفاعل معها باعتبارها مصدراً لكل ما يبحثون عنه، وذلك بحكم تواجد القائمون بالاتصال على جميع منصات الإعلام الجديد وتطبيقاته ويكون اثر التدريب واضحاً على المنتج الاعلامى من حيث الجودة.

4- وأتفق المبحوثين على أن الخبرة من العوامل التي تساعد في تحقيق الأثر المهني للقائم بالاتصال وذلك بنسبة 50% لموافق بشدة و50% لدرجة موافق، ويشير ذلك إلي الاتفاق الكامل بين المبحوثين، ويلحظ أن متوسط الخبرة للعاملين في الشبكة مرتفع من خلال مؤشر البيانات الاساسية للمبحوثين ويدل ذلك على أن الخبرة عامل مؤثر على المهارة بما ينعكس على الجودة.

5- وأجاب المبحوثين على أن أهم سمات القائم بالاتصال في الجزيرة نت الابتكار والتجديد والالمام بالمعارف العامة والتخصص وذلك بدرجة موافق بشدة 43,3% وموافق بنسبة 50% ومحايدون بنسبة 6,7% بنسبة، ويظهر تأثير القائم بالاتصال في قوة الرسالة الإعلامية ومدى تأثيرها على المتلقي، والمكتسبة من كفاءة الصحفي، وتتأثر هذه الكفاءة بالعديد من العوامل الذاتية وأخرى مرتبطة بالخبرة والتكوين العلمي والتدريب والتأهيل.

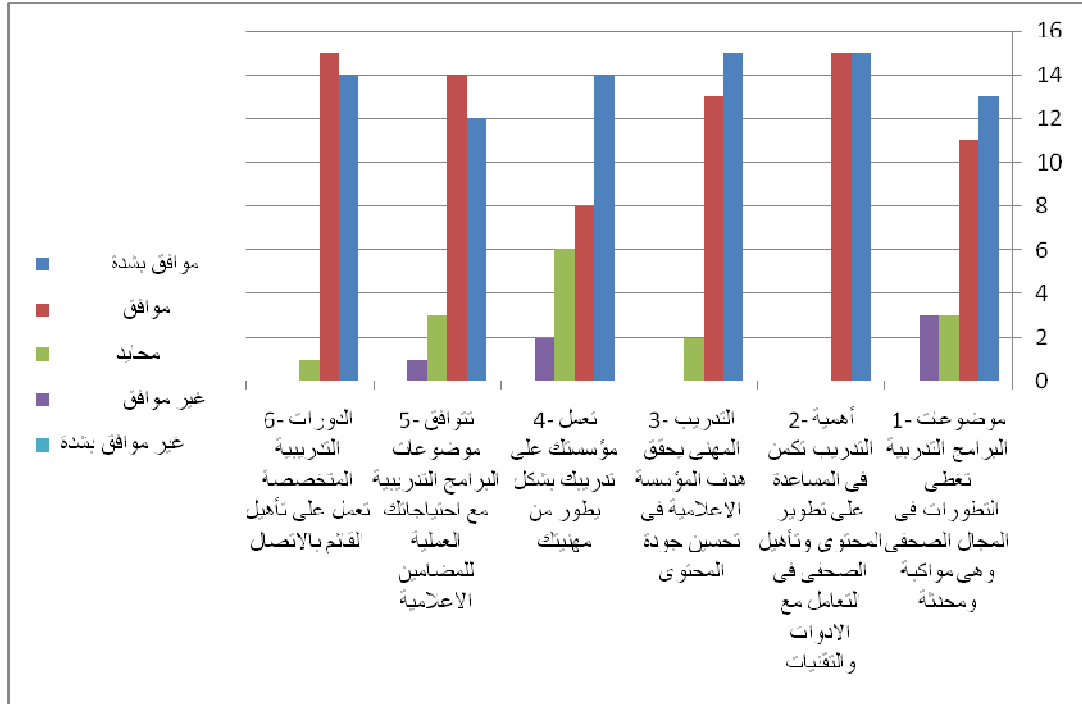
6- وأجاب المبحوثين عن أن أهمية التدريب للقائم بالاتصال تكمن في إضافة معلومات ومن ثم تنمية المهارات والقدرات المهنية وذلك بنسبة 40% للموافقون بشدة ونسبة 60% لموافقون، ويشير ذلك إلي أن وجود أدارات التدريب في المؤسسات الإعلامية يساعد الصحفيين في التعرف على آخر التطورات في الإعلام بما يتوافق مع المتغيرات في البيئة الإعلامية وتنفيذ مهامهم بكفاءة

وسرعة. ويتفق ذلك مع فرض البحث في أن وجود أدارات التدريب في المؤسسات الإعلامية يساعد الصحفيين في التعرف على اخر التطورات في الإعلام.

### المحور الثالث: التدريب والجودة

#### جدول ورسم بياني رقم (34) يوضح محور التدريب والجودة

الاجمالي العام		غير موافق بشدة		غير موافق		محايد		موافق		موافق بشدة		الدرجة
%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	العبارة
%100	30			%10	3	%10	3	%36,7	11	%43,3	13	1-موضوعات البرامج التدريبية تغطي التطورات في المجال الصحفي وهي مواكبة ومحدثة
%100	30							%50	15	%50	15	2-أهمية التدريب تكمن في المساعدة على تطوير المحتوى وتأهيل الصحفي في التعامل مع الادوات والتقنيات
%100	30					%6,7	2	%43,3	13	%50	15	3-التدريب المهني يحقق هدف المؤسسة الاعلامية في تحسين جودة المحتوى
%100	30			%6,7	2	%20	6	%26,6	8	%46,7	14	4-تعمل مؤسستك على تدريبك بشكل يطور من مهنتك
%100	30			%3,3	1	%10	3	%46,7	14	%40	12	5-تتوافق موضوعات البرامج التدريبية مع احتياجاتك العملية للمضامين الاعلامية
%100	30					%3,3	1	%50	15	%46,7	14	6-الدورات التدريبية المتخصصة تعمل على تأهيل القائم بالاتصال



1- الجدول والرسم البياني أعلاه يوضح أن نسبة عالية من المبحوثين يتفقون على أن موضوعات البرامج التدريبية تغطي التطورات في المجال الصحفي وهي مواكبة ومحدثة بنسبة 43,3% لموافق بشدة وبنسبة 36,7% لموافقون وبنسبة 10% لمحايد وبنسبة 10% وغير موافق بنسبة 10% ، ويشير ذلك الي أن التدريب يساعد في زيادة القدرة والمهارة مما يؤدي إلي تحسين الأداء الوظيفي.

2- وأتفق المبحوثين على أهمية التدريب تكمن في المساعدة على تطوير المحتوى وتاهيل الصحفي في التعامل مع الأدوات والتقنيات بنسبة 50% لدرجة الموافقة بشدة، ونسبة 50% لدرجة موافق، وهي دلالة احصائية إيجابية تدل على أن تعزيز القدرات المهنية يتأتى من خلال التدريب العملي، مما يؤكد وجود علاقة إرتباطية موجبة بين فئة التدريب والجودة، وتبين أهمية التدريب، وهو ما يتفق مع فرضية البحث في أن وجود ادارات التدريب في المؤسسات الإعلامية يساعد القائمين بالإتصال في التعرف على آخر التطورات في الإعلام، وبالتالي فإن التدريب يحقق للمؤسسة الإعلامية تحسين جودة المحتوى.

3- ومن حيث تحقيق التدريب المهني لهدف المؤسسة الإعلامية في تحسين جودة المحتوى، أجاب 50% من المبحوثين بالموافقة بشدة، وبنسبة موافقة 43,3%،

ونسبة 6.7% محايدون، مما يؤكد وجود علاقة إرتباطية موجبة بين فئة التدريب والجودة، مما يؤكد أهمية التدريب، وبالتالي تعزز من فرضية البحث من أن وجود أدارات التدريب في المؤسسات الإعلامية يساعد القائمين بالإتصال على التعرف على آخر التطورات في الإعلام وبالتالي فإن التدريب يحقق للمؤسسة الإعلامية تحسين جودة المحتوى.

4- وأجاب المبحوثين على أن مؤسستك تعمل على تدريبك بشكل يطور من مهنتك بنسبة 46,7% لدرجة موافق بشدة وبنسبة 26,6% لموافق ومحايد بنسبة 20% وغير موافق بنسبة 6,7%، ويعكس ذلك أهتمام الموقع بالتدريب لدوره في تطوير المهنة وتحقيق جودة العمل.

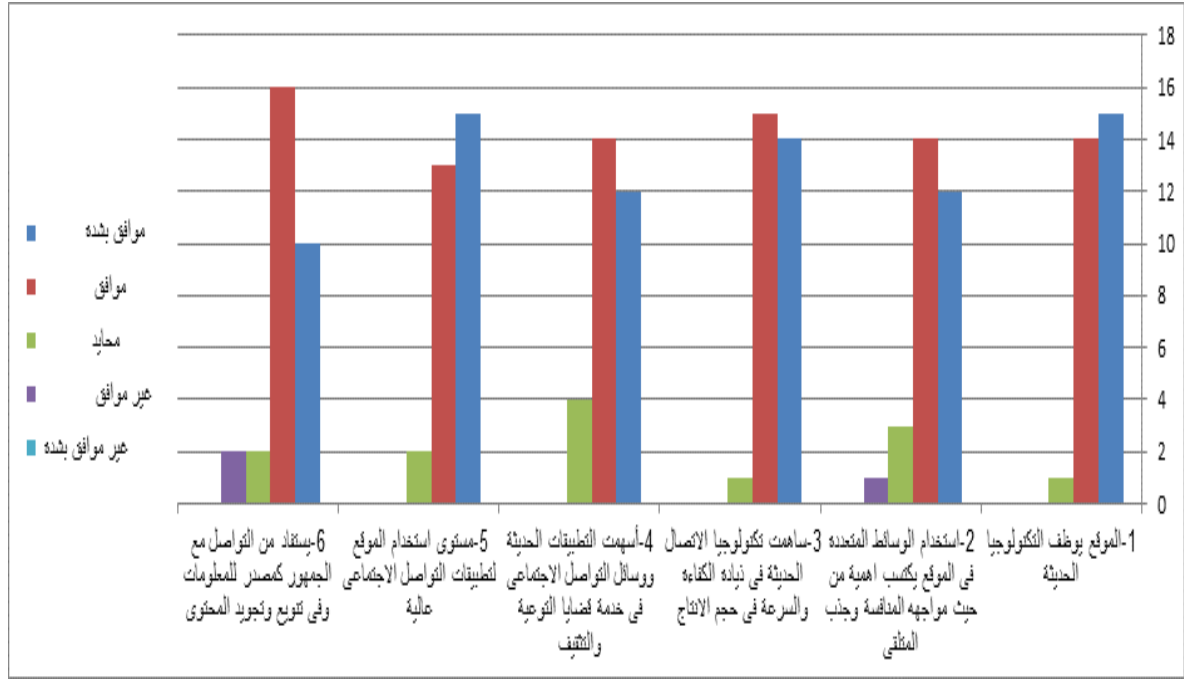
5- ومن حيث توافق موضوعات البرامج التدريبية مع احتياجات العملية للمضامين الإعلامية أجاب المبحوثين بدرجة عالية وذلك بنسبة 40% لدرجة موافق بشدة وبنسبة 46,7% لدرجة موافق، ونسبة 10% محايد و3,3% غير موافق، ويدل ذلك على أن توافق التدريب مع الاحتياجات التخصصية للعمل يؤدي إلي تحقيق الجودة في المنتج الإعلامي، كما تتفق مع فرضية تحول القائم بالإتصال في المواقع الإعلامية في الإنترنت إلي صحفى متخصص.

6- وفي ذات المحور أجاب المبحوثين على أن الدورات التدريبية المتخصصة تعمل على تأهيل القائم بالإتصال بنسبة 46,7% بدرجة موافق بشدة و40% لموافق، ومحايد بنسبة 3,3%، ويتضح أثر متغير التدريب المتخصص على المتغير الثابت الجودة من خلال المعرفة التي يتيحها التدريب من حيث مواكبة التطورات والتحديات في مجال التخصص بما يدعم الجودة في المنتج الإعلامي واكساب المعارف والمهارات في مجال التخصص.



**المحور الرابع: مواكبة الموقع للتقنيات الحديثة والتطبيقات**  
**جدول ورسم بياني رقم (35) يوضح محور مواكبة الموقع للتقنيات الحديثة**  
**والتطبيقات**

الاجمالي العام		غير موافق بشدة		غير موافق		محايد		موافق		موافق بشدة		الدرجة
%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	العبرة
%100	30					%3,3	1	46,7	14	%50	15	1-الموقع يوظف التكنولوجيا الحديثة
%100	30			%3,3	1	%10	3	%46,7	14	%40	12	2-استخدام الوسائط المتعددة في الموقع يكتسب أهمية من حيث مواجهه المنافسة وجذب المتلقى
%100	30					%3,3	1	%50	15	46,7	14	3-ساهمت تكنولوجيا الاتصال الحديثة في زيادة الكفاءة والسرعة في حجم الانتاج
%100	30					%13,3	4	%46,7	14	%40	12	4-أسهمت التطبيقات الحديثة ووسائل التواصل الاجتماعي في خدمة قضايا التوعية والتثقيف
%100	30					%6,7	2	%43,3	13	%50	15	5-مستوى استخدام الموقع لتطبيقات التواصل الاجتماعي عالية
%100	30			%6,7	2	%6,7	2	%53,3	16	33,3	10	6-يستفاد من التواصل مع الجمهور كمصدر للمعلومات وفي تنويع وتجويد المحتوى



1- الجدول رقم (35) والرسم البياني أعلاه يشير الى أن المبحوثين أجابوا عن توظيف الموقع للتكنولوجيا الحديثة بنسبة 50% لدرجة موافق بشدة وبنسبة 46,7% لموافق ومحايد 3,3%.

2-وأجاب المبحوثين عن أن استخدام الوسائط المتعددة في الموقع يكتسب أهمية من حيث مواجهه المنافسة وجذب المتلقى بدرجة موافقة بشدة بلغت 40% وموافق بنسبة 46,7% ومحايد بنسبة 10% وغير موافق بنسبة 3,3%، وهي دلالة احصائية موجبة لافراد العينة مما يؤكد فرضية البحث أن مواقع الإنترنت فرضت على القائم بالإتصال إيجاد مضامين ومحتوى جديد غير متوافر في الإعلام التقليدي وهذا ما اضافته الوسائط المتعددة.

3-ومن حيث مساهمة تكنولوجيا الإتصال الحديثة في زيادة الكفاءة والسرعة في حجم الانتاج أجاب المبحوثون بدرجة موافق بشدة بنسبة 46,7% وموافق بنسبة 50% ومحايد بنسبة 3,3%، وهو مايشير إلي أن ذلك يتفق مع معيار الجودة فيما يتصل بالتحديث المستمر للمضمون وتحقيق سبق الصحفي وهو دلالة احصائية موجبة تعزز فرضية البحث في أن مصداقية القائم بالاتصال في مواقع الإنترنت

تؤثر في ثقة الجمهور إتجاه المؤسسة الإعلامية من خلال الفيديو والصور وتقارير المرسلين الآنيه لمجريات الأحداث على مدار الساعة، ومن خلال النقل المباشر من موقع الاحداث والكفاءة من حيث استطلاع وجهات نظر متابعيه إتجاه الموضوعات المختلفة فى وقت واحد والتي ساهمت تكنولوجيا الإتصال في نقلها.

4- ومن حيث مساهمة التطبيقات الحديثة ووسائل التواصل الاجتماعى في خدمة قضايا التوعية والتثقيف جاءت درجة موافق بشدة بنسبة 40% وموافق بنسبة 46,7% ومحايد بنسبة 13,3%، وهذه دلالة احصائية موجبة تدل على اتفاق الباحثين فى أن تطبيقات التواصل الاجتماعى احدثت مشاركة واسعة أزاء جميع الموضوعات والقضايا وفي عكس الأفكار والثقافات والتوجهات والأراء عند تناول مختلف الموضوعات والقضايا، وهو ما يدعم فرضية البحث فى وجود أهتمام من القائم بالإتصال في المواقع الإعلامية بالإنترنت إتجاه توظيف المحتوى الفعال في قضايا التوعية والتثقيف.

5- كما جاءت اراء الباحثين داعمة لمستوى الاستخدام العالى للموقع لتطبيقات التواصل الاجتماعى وذلك بنسبة 50% لموافق بشدة وموافق بنسبة 43,3% ومحايد بنسبة 6,7% .

6- وأجاب الباحثون على وحدة يستفاد من التواصل مع الجمهور كمصدر للمعلومات وفي تنويع وتجويد المحتوى بنسبة 33,3% لدرجة موافق بشدة وبنسبة 53.3% لدرجة موافق ومحايد بنسبة 6,7% وغير موافق بنسبة 6,7%. وتشير النتائج الاحصائية الي أهتمام الموقع بالتفاعلية مع المستخدمين.

مناقشة نتائج الدراسة (استمارة، استبيان) على ضوء تساؤلات البحث الواردة في الخطة  
نتائج تحليل المضمون:

هدف البحث إلي تحقيق جودة المحتوى من خلال مجموعة من المعايير التي  
يهتدى بها القائم بالإتصال للتأثير على المستخدم، وخلص الى مجموعة من  
المعايير التي تحقق الأثر الفعال في جودة المحتوى والتصميم وهى:  
أ / جودة المحتوى:

1/أ- معيار توظيف الموقع لتطبيقات التواصل الاجتماعى: تم قياس درجة المدى  
المتحققة لمؤشرات المعيار وفقاً لمعطيات عدد المشتركين، توظيف التطبيق للوسائط  
المتعددة، المشاركة للموضوعات.

2/أ- معيار أهمية وتفضيل الموضوعات لدى الموقع: تم قياس درجة المدى  
المتحققة للمعيار وفقاً لمؤشرات التنوع في موضوعات الموقع وهى وجود مواد  
سياسية، اقتصادية، رياضية... الخ..

3/أ- معيار التنوع في الاشكال الصحفية: تم قياس درجة المدى المتحققة للمعيار  
وفقاً لمؤشرات وجود مواد اخبارية، رأى، تقارير، مقالات، تحليلات، مدونات ووجود  
أشكال مستحدثة مثل الاستفادة من الموقع في تقديم برامج تكميلية من الفضائية  
للموقع.

4/أ- معيار الدقة والمصدقية: تم قياس درجة المدى المتحققة للمعيار لمؤشرات:  
- صحة المعلومات وفقاً لمعطيات: المصدر، تقييمه من حيث إحتوائه آراء ذاتيه  
ذات إتجاه واحد أم هى موضوعية في إطار الحقائق، جودة اللغة، ووجود وصلات  
لمصادر المعلومات.

- تغطية كل جوانب الموضوع، وذلك وفقاً لمعطيات: الفيديو الداعم للنص، أن  
يكون الخبر شاملاً في إحتوائه على أكثر من ثلاثة مصادر. ويكون جزئى اذا كان  
اقل من ثلاثة مصادر أو اذا كان الخبر يدعم بآراء تتفق مع وجهه نظر واحدة ،  
وأحادى اذا كان المصدر من جهه واحده. ويتضح أن مجموع مؤشرات هذا المعيار  
تؤثر في ثقة الجمهور إتجاه المؤسسة الاعلامية، وهو ما يتفق مع فرضية البحث  
في ان مصداقية القائم بالإتصال تؤثر في ثقة الجمهور إتجاه المؤسسة الإعلامية،

- وحقق معيار الدقة والمصدقية درجة جيد جداً، واتضح من خلال الدراسة إن البعض يأخذ على الموقع الانتقائية في تناول وتغطية أخبار وأحداث معينة.
- 5/أ- معيار توظيف الوسائط المتعددة وتم قياس المعيار وفقاً لدرجة المدى المتحققة لمؤشرات: النص وفقاً لمعطيات استخدام خط واحد وبحجم واحد.
- الصور وذلك وفقاً لمعطيات: تناسب احجام الصور مع بعضها، ومع الموضوع، والحيوية والحركة في الصورة وحداتها.
- الصوت وذلك وفقاً لمعطيات: طبيعة الصوت ونوعه وجودته.
- الفيديو وذلك وفقاً لمعطيات: في موقع ثابت من شاشة العرض، وضوح الصورة، حجم ملف الفيديو مناسب لا يؤثر في سرعة تحميل الصفحة.
- الرسوم البيانية، انفجريك وذلك وفقاً لمعطيات: درجة جاذبيته، طريقة عرضه وتبسيطه للمعلومات. وتتفق مؤشرات هذا المعيار مع فرضية البحث في أن مواقع الإنترنت فرضت على القائم بالإتصال ايجاد مضامين ومحتوى جديد غير متوفر في الإعلام التقليدي.
- 6/أ- معيار أسلوب العرض والتحرير للموقع: وتم قياس المعيار وفقاً لدرجة المدى المتحققة لمؤشرات:
- تقسيم الموضوع الى اجزاء، وذلك وفقاً لمعطيات أن يراعى في كتابة الاخبار تقسيم الموضوع الي فقرات، وأن تركز مقدمة الخبر على أهم معلومة في الخبر واحداثها، الترتيب المنطقي للاحداث والمعلومات.
- ربط الكلمة بروابط، وذلك وفقاً لمعطيات توفرها في الربط بموضوعات أخرى ذات صلة في الموقع.
- تعدد خيارات المحتوى، وذلك وفقاً لمعطيات تمكين المستخدم من خيارات متعددة عند استخدامة للوسائط وفقاً لتفضيلاته. ويرتبط تحقيق مؤشرات جودة هذا المعيار مع فرض البحث في أن وجود ادارات التدريب في المؤسسات الاعلامية يساعد الصحفيين في التعرف على اخر التطورات في الإعلام..
- 7/أ- معيار التحديث والفورية: وذلك وفقاً لدرجة المدى المتحققة لمؤشرات: تحديث معلومات الموقع، الاخبار العاجلة، وجود السبق الصحفى.

8/ أ- معيار التفاعلية: تم قياس المعيار وفقاً لدرجة المدى المتحققة لمؤشرات:  
- استطلاعات الرأي، التعليق على الموضوعات، المشاركة عبر تطبيقات التواصل الاجتماعي، الموضوعات الأكثر تفاعلاً. وتدل درجة المعيار المتحققة جيد جداً على أثر التدريب وهو ما يتفق مع فرضية البحث كلما كان القائم بالاتصال أكثر تدريباً ظهر ذلك في فاعلية استخدام أدوات الإعلام الجديد في العمل الصحفي.  
كما يوجد توافق بين اختيارات القائم بالاتصال للموضوعات على الموقع مع تقضيات المستخدمين وذلك بحكم تفاعلاتهم، وبالتالي هنالك تحقيق للجودة وتأثير للقائم بالاتصال في المضمون. وتبين من خلال الدراسة أهمية الإعلام الجديد بما يخدم التفاعلية بين القائم بالاتصال والمستخدم. وباعتباره مجال مفتوح لتبادل الآراء والتعليقات.

ب / جودة التصميم

1/ ب- معيار الجاذبية: تم قياس المعيار وفقاً لدرجة المدى المتحققة لمؤشرات:  
- توظيف اللون، وذلك وفقاً لمعطيات: أن تكون الالوان المستخدمة في الموقع متناسقة وثابته، وأن يكون متوسط الالوان ثلاثة.  
- تنوع الوسائط.  
- خطوط العناوين وذلك وفقاً لمعطيات: استخدام عناوين واضحة ومتناسقة الالوان والانماط وثابته الحجم.  
- وجود فواصل.

2/ ب- معيار وضوح التنظيم:

تم قياس المعيار وفقاً لدرجة المدى المتحققة لمؤشرات: لون الخلفية وذلك وفقاً لمعطيات: أن يكون هناك تباين بين لون النص والخلفية، أن تكون عناوين الاقسام مرتبة وواضحة وبارزة، وفي مكان ثابت، والحروف واضحة.

3/ ب - معيار سهولة الاستخدام، تم قياس المعيار وفقاً لدرجة المدى المتحققة لمؤشرات: وجود خريطة الموقع، خاصية البحث، سهولة الرجوع للصفحة الرئيسية.

## نتائج تحليل الاستبيان:

من خلال قراءة اجابات المبحوثين الاحصائية لوحادات المحاور الأربعة للاستبيان يتضح أن جودة المحتوى تتأثر بتطوير قدرات القائم بالاتصال، وهذا يؤكد وجود علاقة ارتباطية موجبة بين المتغيرين أي كلما تطورت قدرات القائم بالاتصال كلما زادت جودة الموقع الإلكتروني، وبالتالي فإن اجابات المبحوثين تؤكد الفرض الجوهري للبحث في أن عملية تحقيق التأهيل والتدريب الكافي والمستمر القائم بالاتصال، ترتبط طردياً مع جودة المحتوى في المواقع الإلكترونية للمؤسسات العربية.

من خلال تحليل نتائج الاستبيان يتضح وجود علاقة ارتباطية بين وحدات فئة القائم بالاتصال والجودة من خلال إرتفاع نسبة موافق بشدة وموافق، مما يعنى وجود دلالة موجبة للاتجاهات افراد العينة وهو مايشير إلى مدى الوعي بأهمية التدريب في تحقيق الجودة وتطوير المحتوى، وإن تعزيز القدرات المهنية يتأتى من خلال التدريب العملى، وهو ما يتفق فرضية البحث في أن جودة المحتوى تتأثر بتطوير قدرات القائم بالاتصال وجوداً وعدمًا.

وفيما يلي محور مواكبة الموقع للتقنيات الحديثة والتطبيقات في الممارسة الصحفية أجاب المبحوثين بالموافقة العالية على أن استخدام الوسائط المتعددة في الموقع يكتسب أهمية من حيث مواجهه المنافسة وجذب المتلقى، وأكد معظم المبحوثين بنسبة عالية على أهمية التدريب في صقل المهارات والتعامل مع التقنيات الحديثة وفي استخدام الوسائط وأساليب تحريرية جديدة، وهو ما يؤكد فرضية البحث في وجود علاقة احصائية دالة انه كلما كان القائم بالاتصال أكثر تدريباً، ظهر ذلك على فاعلية استخدام أدوات الاعلام الجديد في العمل الصحفى. وفيما يلي محور التدريب والجودة يتضح أن معظم الاجابات جاءت بدرجة موافقة بشدة وموافق للمبحوثين، مما يشير إلى دلالة احصائية موجبة. وهو ما يتفق مع فرضية البحث أن وجود ادارات التدريب في المؤسسات الإعلامية يساعد الصحفيين في التعرف على اخر التطورات في الإعلام.

ومن حيث مساهمة التطبيقات الحديثة ووسائل التواصل الاجتماعي في خدمة قضايا التوعية والتنقيف جاءت أجابات المبحوثين بدلالة احصائية موجبة، وداعمه لفرضية البحث في وجود اهتمام من القائم بالاتصال في المواقع الإعلامية بالإنترنت إتجاه توظيف المحتوى الفعال في قضايا التوعية والتنقيف. وذلك من خلال خاصية المشاركة للمحتوى الذى يتيح الموقع، ومن حيث النسبة العالية للكم والكيف للمشاركين من خلال الرصد للمضمون الوارد فى التطبيقات.

ومن حيث الاستفادة من التواصل مع الجمهور كمصدر للمعلومات جاءت أجابات المبحوثين داعمه لهذا الإتجاه بنسبة عالية وهو ما ينعكس ايجاباً في تنويع وتجويد المضامين ويدعم مدخل التفاعلية بين القائم بالاتصال والمستخدمين. ويحسب لموقعي الجزيرة نت إنه أفسح المجال للتعليقات والآراء على القضايا من خلال تعدد خيارات تطبيقات وسائل التواصل الاجتماعي باستخدام الوسائط المختلفة وبذلك احدث تفاعلية مع المستخدمين وفقاً لتفضيلاتهم. مما يوضح أهمية الاعلام الجديد.

واجاب المبحوثين بنسبة (93.3%) بأن أهم سمات القائم بالاتصال فى الجزيرة نت التخصص وهو مايتفق مع فرضية البحث فى تحول القائم بالاتصال فى مواقع الانترنت إلي صحفى متخصص، وهو ما يدعمه التنوع فى الموضوعات.



## الخاتمة (النتائج والتوصيات)

### أولاً النتائج:

- 1- أستفاد الموقع بشكل ممتاز من التطورات الراهنة فى مجال تقنيات الاتصال، وساعد ذلك فى تحقيق سبق الصحفى وتقديم المحتوى بتأثير اضافى.
- 3- وظف الموقع تطبيقات التواصل الاجتماعى بدرجة جيد جداً واعتمد على التقنيات الجديدة من روابط ووسائط متعددة فى تعزيز المحتوى وبدل ذلك على استفادة القائمين بالاتصال من أدوات الاعلام الجديد شكلاً ومضموناً.
- 4- وظف الموقع الوسائط المتعددة بدرجة جيد جداً، ويشير ذلك للتوظيف المتوازن للوسائط فى الموقع، واتاحة حرية اختيار الوسيط المناسب للمستخدم وفقاً لتفضيلاته.
- 5- اتبع الموقع اساليب اعلامية مستحدثة للمحتوى بدرجة ممتازة، ويتفق غالبية أفراد العينة (80%) على أن موضوعات البرامج التدريبية تغطى التطورات فى المجال الصحفى، وهذا يشير إلى اتجاه المؤسسة نحو تأهيل العاملين بها بهدف الإرتقاء بالمهنة.
- 6- وظف الموقع معيار الدقة والمصداقية بدرجة جيد جداً وفقاً لدرجة المؤشر ومعطيته بدرجة تضمن الحفاظ على المستخدمين وضمان تفاعلهم المستمر مع المحتوى المقدم.
- 9- وظف الموقع أدوات التصميم بدرجة ممتازة، بما يحقق جودة الشكل من حيث التنظيم وسهولة الاستخدام والجاذبية.
- 10- أتضح من خلال الدراسة أن غالبية أفراد العينة المبحوثة (90%) يوافقون على أن العلاقة بين جودة المضمون والقائم بالاتصال تقوم على التدريب والتكوين العلمى.
- 11- حقق الموقع تفاعلية بدرجة جيد جداً، ويشير ذلك للتدريب على أدوات الاعلام الجديد، بما يحقق الأهمية والتأثير.

## ثانياً التوصيات:

- بناءً على النتائج التي خلص اليها البحث يوصى الباحث بالآتي:
- 1- استخدام المواقع الالكترونية للمؤسسات الاعلامية فى السودان وفى العالم العربى والاسلامى لمعطيات مؤشرات المعايير مضموناً وشكلاً المتضمنة فى هذه الدراسة لتحسين جودة المواقع.
  - 2- تأهيل القائمين بالاتصال على العمل فى صالات المدمجة، والتدريب على العمل فى أكثر من وسيط.
  - 3- الاستفادة من الوسائط المتعددة وتوظيف أدوات الانترنت فى كافة تقديم اشكال المحتوى.
  - 4- تبنى التكنولوجيا الحديثة والاساليب الصحفية المستحدثة، من خلال الدورات التدريبية.
  - 5- الأهتمام بالتنوع فى موضوعات المواد الصحفية، والتواجد فى منصات التواصل الاجتماعى لضمان تغطية اكبر عدد من المستخدمين.
  - 6- أهمية تأهيل خريجي الجامعات العاملين فى مؤسسات الإعلام الإلكتروني فى مواقع الإنترنت من خلال التدريب التطبيقى والعملى، لتكون اضافة للدراسات النظرية.
  - 7- رصد مستوى التفاعل مع الموضوعات المنشورة، لتقييم الاهتمامات، وقياس الأثر.

## ثالثاً: مقترحات بحثية

يقترح الباحث اجراء بحوث دراسات عن:

- 1- دراسة علمية اخلاقيات العمل الاعلامى فى مواقع التواصل الاجتماعى.
- 2- دراسة علمية مقومات العمل الاعلامى فى صالة الاخبار المدمجة.

## المصادر والمراجع

المصادر:

أولاً: القرآن الكريم:

ثانياً الاحاديث النبوية:

ثالثاً: المراجع العربية:

- 1- إبراهيم الأخرس، الآثار الاقتصادية والاجتماعية لثورة الاتصالات وتكنولوجيا المعلومات على الدول العربية، ط 1، (القاهرة: ايتراك للطباعة والنشر، 2008).
- 2- احمد بدر، "الاتصال بال جماهير بين الاعلام والدعاية والتنمية، الكويت، 1982م.
- 3- السيد بخيت، الصحافة والانترنت ط 1 (القاهرة: العربى للنشر والتوزيع، 2000).
- 4- السيد بخيت: الانترنت وسيلة اتصال جديدة الجوانب الإعلامية والتعليمية والقانونية (العين، دار الكتاب الجامعي، ط 1. 2004).
- 5- أحمد ابوسعيد، واقع تعليم الإعلام في الجامعات الفلسطينية في ضوء تطبيق مبادئ الجودة الشاملة بالتطبيق على أقسام الإعلام في جامعات قطاع غزة، المجلة العربية لضمان جودة التعليم الجامعي، العدد(3) 2009م.
- 6- د.الصادق رايح الإعلام والتكنولوجيا الحديثة، دار الكتاب الجامعي، الامارات العربية المتحدة-العين الطبعة الاولى 2004.
- 7- إسماعيل، دانيا، تطورات وحدود الأخبار المباشرة على الإنترنت في العالم العربي، جامعة لندن، 2004.
- 8- الصادق الحمامي، المجال الإعلامي العربي- إرهاصات نموذج تواصلية جديد، مجلة المستقبل العربي، ( بيروت، فبراير، العدد (335)، 2007.
- 9- المنجد، طبعة دار المشرق، بيروت، الطبعة الثامنة والعشرون 1986م .
- 10- بسنت العقباوى، الصحافة الإلكترونية وبنيتها على شبكة الإنترنت، ( جدة خوارزم العلمية للنشر والتوزيع، ط1، 2010م.

- 11- بهاء شاهين، شبكة انترنت، ط2، ( القاهرة: كيبو ساينس العربية لعلوم الحاسب، 1996).
- 12- بهاء شاهين، شبكة انترنت، ط2، ( القاهرة: كيبو ساينس العربية لعلوم الحاسب، 1996).
- 13- تيسير أحمد أبو عرجة، قضايا ودراسات إعلامية. ( ط 1) ( عمان: دار جرير للنشر والتوزيع، 2006 م).
- 14- جيهان احمد رشتي، الأسس العلمية لنظريات الاعلام، (القاهرة: دار الفكر العربي، 1995 م.
- 15- جيهان رشتي، الإعلام وقضايا المجتمع، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، 2000 م.
- 16- حلمي محسب، "إخراج الصحف الإلكترونية على شبكة الإنترنت: دراسة تطبيقية مقارنة بين الصحافتين المصرية والأمريكية"، ط 1 (القاهرة: دار العلوم للنشر والتوزيع، 2007 م.
- 17- حسن عماد مكاوى وليلى حسين السيد، الاتصال ونظرياته المعاصرة، (القاهرة، الدار المصرية اللبنانية، ط4، أكتوبر 2003 م.
- 18- حسن أحمد الطعاني، التدريب مفهومه وفعالية بناء البرامج التدريبية وتقويمها، دار الشروق للنشر والتوزيع، عمان، 2002 م.
- 19- نظريات الاعلام د. حسن مكاوى وعاطف عدلى العبد، مركز بحوث العام جامعة القاهرة، 2007 م
- 20- حميدة سميسم، نظرية الرأي العام، (بغداد: دار الشؤون الثقافية، 1992)
- 21- حسنى محمد نصر، الانترنت والاعلام الصحافة الالكترونية ط 1 (الكويت: مكتبة الفلاح للنشر والتوزيع 2003.
- 22- حسنين شفيق: الإعلام التفاعلي، (القاهرة: دار فن للطباعة والنشر والتوزيع، 2010).
- 23- حسن أحمد الطعاني، التدريب مفهومه وفعالية بناء البرامج التدريبية وتقويمها، دار الشروق للنشر والتوزيع، عمان، 2002 م.

- 24- خليل صابات، جمال عبد العظيم، وسائل الاتصال، نشأتها وتطورها، ط 9، ( القاهرة، مكتبة الانجلو المصرية، 2001).
- 25- خالد عبد الرحمن مطرھاتي، إدارة الموارد البشرية، دار حامد للنشر، عمان، الطبعة الأولى 1999.
- 26- خالد محمد غازي "الصحافة الإلكترونية العربية الالتزام والانفلات في الخطاب والطرح" (القاهرة - وكالة الصحافة العربية ط 1، 2010م).
- 27- دليل الصحفيين السودانيين، ماريا فراوينرث وجيف فيلبس، لندن، صندوق الانماء التابع للبي بي سي العالمية، 2005 م).
- 28- رحيمة الطيب عيساني، تكنولوجيا الاتصال الحديثة، محاضرات جامعية، جامعة الحاج الخضر، باتنة، 2009 م.
- 29- رداح الخطيب، التدريب الفعال، عالم الكتاب الحديث، عمان، 2006م.
- 30- دكتور رضا عبد الواحد أمين، الصحافة الإلكترونية ( القاهرة: دار الفجر للنشر والتوزيع ط1، 2007م).
- 31- زيد سليمان، الصحافة الإلكترونية، عمان، ط1 ( دار أسامة للنشر والتوزيع، 2009).
- 32- سليمان غازي الشمري، طارق آل شيخان: الجزيرة قناة أم حزب أم دولة دور قناة الجزيرة الإعلامي والشعبي والسياسي في العالم العربي والإسلامي والغربي، القاهرة، دار الكتاب الحديث، 2007م.
- 33- شريف درويش اللبان الصحافة الإلكترونية دراسات في التفاعلية وتصميم المواقع ( القاهرة، الدار المصرية اللبنانية، ط 3، 2011م).
- 34- شريف درويش اللبان، تكنولوجيا النشر الصحفي: الاتجاهات الحديثة، الدار المصرية اللبنانية للنشر، القاهرة 2001.
- 35- صالح كاتب، الإعلام القديم والإعلام الجديد، مكتبة الشروق، جدة 2003م.

- 36- عبد الملك ريدمان الدنانى، الوظيفة الإعلامية لشبكة الانترنت، ط1، (القاهرة: دار الفجر للنشر والتوزيع، 2003م.
- 37- عبدالقادر بن عبد الله الفتوخ، الإنترنت للمستخدم العربى، ط2(الرياض: مكتبة العبيكان، 2001).
- 38- عبد الفتاح مراد، كيف تستخدم شبكة فى البحث العلمى وإعداد الرسائل والأبحاث والمؤلفات (د.ن: د.ت).
- 39- عبد الباسط أحمد هاشم، التفاعلية على مواقع الصحف الالكترونية، (القاهرة: دار العلوم للنشر والتوزيع، 2014).
- 40- عباس مصطفى صادق، الاعلام الجديد المفاهيم والوسائل والتطبيقات، ط1 (عمان: دار الشروق للنشر والتوزيع، 2001).
- 41- د. عباس مصطفى صادق، صحافة الانترنت قواعد النشر الالكتروني، الظفرة للطباعة، ابوظبي. الطبعة الاولى 2003.
- 42- علاء عبد الرزاق السالمي، تكنولوجيا المعلومات، ط1 (عمان: كحلون، 1997).
- 43- عبد الملك ريدمان الدنانى، تطوير تكنولوجيا الاتصال وعولمة المعلومات، ط1 (القاهرة: المكتب الجامعي الحديث، 2005).
- 44- عامر إبراهيم قندلجى، المعجم الموسوعي لتكنولوجيا المعلومات والانترنت، ط1 (عمان: دار المسيرة، 2003).
- 45- عامر إبراهيم قندلجى، الاعلام والمعلومات والانترنت، عمان : دار اليازورى للنشر والتوزيع 2013م، ص 29.
- 46- علاء عبد الرزاق السالمي، تكنولوجيا المعلومات، ط1 (عمان: كحلون، 1997).
- 47- عباس مصطفى صادق، الاعلام الجديد المفاهيم والوسائل والتطبيقات، ط1 (عمان: دار الشروق للنشر والتوزيع، 2001م.

- 48- على السلمى، إدارة الأفراد والكفاءة الانتاجية، دار غريب للنشر، مصر 1985.
- 49- على محمد عبد الوهاب، التدريب والتطوير، الرياض، معهد الادرة العامة 1981م.
- 50- عبد القادر عبد الله الفتوخ، الإنترنت مهارات وحلول، ط1، (الرياض، مكتبة الشقري)، 2000م.
- 51- على السلمى، إدارة الأفراد والكفاءة الانتاجية، دار غريب للنشر، مصر 1985 م.
- 52- عاطف عدلى العبد، نظريات الإعلام والرأى العام، الأسس العلمية والتطبيقات العربية، ط1 ( القاهرة: دار الفكر العربى للنشر والتوزيع).
- 53- عامر إبراهيم قندلجي، المعجم الموسوعي لتكنولوجيا المعلومات والانترنت، ط1( عمان: دار المسيرة ،م2003).
- 54- فيصل أبو عيشة، الإعلام الإلكتروني، ط1(عمان: دار أسامة للنشر والتوزيع، 2010).
- 55- لبنى عبد الله العلاوين، تكنولوجيا الاتصال وعلاقتها بأداء المؤسسات الإعلامية، الاردن جامعة الشرق الأوسط للدراسات العليا 2009.
- 56- محمود علم الدين، تكنولوجيا المعلومات و الاتصال و مستقبل صناعة الصحافة، دار السحاب للنشر و التوزيع، القاهرة، 2005.
- 57- محمد عبد الهادى، تكنولوجيا الاتصالات وشبكات المعلومات مع معجم شارح للمصطلحات، (القاهرة:المكتبة الأكاديمية،2001).
- 58- د.ماجد سالم تريان، الانترنت والصحافة الالكترونية "رؤية مستقبلية"،(القاهرة: الدار المصرية اللبنانية،2008).
- 59- محمد طلبه، الإنترنت، ط1،(القاهرة:مطابع المكتب المصرى الحديث، 1997).
- 60- محمود علم الدين "الصحافة الإلكترونية" (القاهرة: دار السحاب للنشر والتوزيع ط1، 2008م).

- 61- محمد عبد الحميد، الإتصال والإعلام على شبكة الإنترنت، ( القاهرة: عالم الكتب، 2007 م.
- 62- محرز غالي، صناعة الصحافة في العالم تحديات الوضع الراهن وتحديات المستقبل، الطبعة الأولى ( القاهرة: الدار المصرية اللبنانية، 2008.
- 63- منال طلعت محمود، أساسيات في علم الإدارة، المكتب الجامعي الحديث، الاسكندرية 2003 م .
- 64- مصطفى السيد، شبكة الإنترنت (القاهرة: دار الكتب العلمية للنشر والتوزيع، 1997).
- 65- محمد عارف: تأثير تكنولوجيا الفضاء والكمبيوتر على أجهزة الإعلام الصوتية ( أبوظبي، مركز الإمارات للدراسات والبحوث الإستراتيجية، 1997.
- 66- محمد عبد الحسيب، محمود علم الدين، الحاسبات الالكترونية وتكنولوجيا الاتصال، ط1 (القاهرة: دار الشروق، 1997م).
- 67- محمد نبيل طلب، البرامج التعليمية والثقافية بالإذاعة والتلفزيون، القاهرة، الدار العربية للنشر. والتوزيع، 2009.
- 68- محمد محفوظ، تكنولوجيا الاتصال ( القاهرة: دار المعرفة الجامعية مصر، 2005 ).
- 69- محرز غالي، صناعة الصحافة في العالم تحديات الوضع الراهن وتحديات المستقبل، الطبعة الأولى ( القاهرة: الدار المصرية اللبنانية، 2008).
- 70- محمد عبد الحميد: تحليل المحتوى في بحوث الاعلام: من التحليل الكمي إلى التحليل في الدراسات الكيفية وتحليل محتوى المواقع الاعلامية، عالم. الكتب، القاهرة، 2010 م.
- 71- مفيد الزيدي، كسر المحرمات فى الفضاء الاعلامى العربي، بيروت، دار الطليعة للطباعة والنشر، 2003 م.
- 72- محمد منير حجاب، نظريات الاتصال، (القاهرة: دار الفجر للنشر والتوزيع، 2010 م.



- 73- منال هلال مزاهرة، نظريات الاتصال، (عمان: دار المسيرة للنشر والتوزيع، 2012 م).
- 74- ناصر سعود الرحمان، الاتجاهات الإعلامية الحديثة" الصحافة الإلكترونية" (الرياض: دائرة المكتبة الوطنية، ط1، 2016 م).
- 75- هيثم فهمي، رحلة عبر الشبكة الدولية: انترنت ( القاهرة: مطابع الزهراء للإعلام العربي، 1996).
- 76- هيثم الهيتي: الإعلام السياسي والإخباري في الفضائيات، عمان، دار أسامة للنشر والتوزيع، ط 1. 2008.
- 77- هشام محمد عباس، القائم بالإتصال رؤية في الواقع السوداني (الخرطوم، مطبعة الجمهورية ط1، 2004م).
- 78- وحيد قندورة، تقنيات المعلومات الحديثة وأثرها على نظام المعلومات بتونس (تونس: الاتحاد العربي للمكتبات والمعلومات، 1991م).
- رابعاً: المراجع العربية:**
- 1- بيل جيتس" المعلوماتية بعد الانترنت"، عالم المعرفة، ترجمة: عبد السلام رضوان ( الكويت: المجلس الوطني للثقافة والفنون والآداب، 1989 م).
- 2- روجر وبمر وجوزيف دومينيك: مناهج البحث الاعلامي، ترجمة: صالح أبو اصبح، صبر للطباعة والنشر، دبي 1989 م.
- 3- سيرج، برد وزميله ثورة الاتصال. ترجمة: هالة عبد الرؤوف مراد، القاهرة: دار المستقبل العربي، 1993م.
- 4- فرانسيس بال جيرارد آسميري: وسائط الإعلام الجديدة، ترجمة، فريد أنطونيوس، ط1 (بيروت: عويدات للنشر والطباعة، 2001 م).
- 5- كورتيس ماك دوغال، التدريب الإعلامي، ترجمة أديب خضور، دمشق، المكتبة الاعلامية، 2000.
- 6- مارتيا تريتر، كيف تستعمل الأنترنت، ترجمة مركز التعريب والترجمة، (بيروت: الدار العربية للعلوم، 1996م).

7- ويليام رتريسي، ترجمة سعد احمد الجبالي، تصميم نظم التدريب والتطوير، معهد الإدارة العامة، الرياض، 2004م.

8- د. ياسر الخزاعلة، إدارة الإعلام الأمني بين النظرية والتطبيق، عمان ، دار الخليج للنشر والتوزيع 2017 م ،ص 31.

#### خامساً:المجلات والدوريات:

1- دكتور أحمد ابوسعيد، واقع تعليم الإعلام في الجامعات الفلسطينية في ضوء تطبيق مبادئ الجودة الشاملة بالتطبيق على أقسام الإعلام في جامعات قطاع غزة، المجلة العربية لضمان جودة التعليم الجامعي، العدد(3) 2009م.

2- بهاء عيسى: شاهد التلفزيون عبر الانترنت،مجلة انترنت العالم العربي.نوفمبر 1999 م.

3- حسن رضا النجار، التدريب الإذاعي والتلفزيوني العربي، مجلة الإذاعات العربية، اتحاد. الإذاعات العربية، ع(1) 2011 م.

4- فريال مهنا، جدلية المضمون والشكل في الخطاب الإعلامي العربي (1) مجلة جامعة دمشق للآداب والعلوم الإنسانية، 2000م.

5-فتحى حسين عامر، الصحافة الالكترونية، الحاضر والمستقبل، القاهرة: العربى للنشر والتوزيع، 2018م، ص 171.

6- ليليا عين سوية، إسهامات التدريب في تطور القنوات التلفزيونية الجزائرية، مجلة الإنسان والمجال، معهد العلوم الإنسانية والاجتماعية، المركز الجامعي نور البشير بالبيضّ -الجزائر العدد: 2 أكتوبر 2015 م.

7- محمود علم الدين،وسائل الإعلام والاتصال فى عصر المعلومات والتطورات والسمات، مجلة النيل، وزارة الإعلام والاتصال الهيئة العامة للاستعلامات، القاهرة، ع 70، 1998،

8- محمود علم الدين تكنولوجيا الاتصال في الوطن العربي، عالم الفكر، تصدر عن المجلس الوطني للثقافة و الفنون و الآداب، الكويت، المجلد 23 العدد 1 و 2 يوليو - سبتمبر - أكتوبر - نوفمبر 1994م.

- 9- دكتورة نجوى الفوال، "قراءة في دراسات القائم بالاتصال"، "القاهرة: المجلة الاجتماعية القومية، المجلد الثاني والثلاثون، العدد الثالث، سبتمبر 1995م.
- 10- هشام طليب، تأثير شبكة الإنترنت على الحياة اللغوية فى المجتمع العربى، مجلة المكتبات والعلوم العربية، يناير 2001م.
- 11- هشام طليب، تأثير شبكة الإنترنت على الحياة اللغوية فى المجتمع العربى، مجلة المكتبات والعلوم العربية، س(20)، ع(1)، يناير 2001م.
- 12- هشام محمود مصباح، الاتجاهات البحثية في تأثير تكنولوجيا الاتصال الحديثة على التمثيل البشري للمعلومات، مجلة حوليات الآداب والعلوم الاجتماعية (الكويت، مجلس النشر العلمي، 2006).
- 13- تأثير شبكة الجزيرة الاعلامية فى الشأن العام العربى ، د.شيماء الهوارى ، مجلة الدراسات الاعلامية ، المركز الديمقراطى العربى ، العدد الاول ، يناير 2012م، ص10.

#### سادساً: الرسائل الجامعية:

- 1- ابراهيم الصديق على - جامعة السودان للعلوم والتكنولوجيا، كلية علوم الاتصال، قسم الصحافة والنشر -الانترنت واثره فى عناصر الاتصال - تلفزيون السودان (2009\_2014)م رسالة دكتوراة 2015م .
- 2- احمد طه العاقب ابوحريرة دكتوراة - جامعة ام درمان الاسلامية- كلية الاعلام - قسم الاذاعة والتلفزيون الاعلام الجديد وانعكساته على التعرض لوسائل الاتصال الجماهيري -دراسة على جمهور نوعى من اساتذته وطلاب الاعلام بولاية الخرطوم مارس 2015م.
- 3- بوعريوة الربيع،تأثير التدريب على إنتاجية المؤسسة، الجزائر،جامعة محمد بوقرة، رسالة ماجستير، فى علوم التسيير، 2007م، فرع تسيير المنظمات.
- 4- حامد مسلم حامد- جامعة ام درمان الاسلامية - معهد بحوث دراسات العالم الاسلامى - قسم الدراسات النظرية - شعبة الاعلام- {بحث مقدم لنيل درجة الدكتوراة فى الاعلام تخصص صحافة ونشر الالكترونى - دراسة تطبيقية على عينه من سكان ولاية الخرطوم فى الفترة 2009 الى 2011م.

5- صفاء محمد خليل- جامعة السودان للعلوم والتكنولوجيا - كلية الدراسات العليا والبحث العلمي - كلية علوم الاتصال - قسم الصحافة والنشر - الوسائط المتعددة ودورها في تطوير الممارسة الصحفية دراسة تطبيقية على عينه من الصحف السودانية في الفترة من 2012 -2015م بحث لنيل درجة الدكتوراة في علوم الاتصال والصحافة والنشر 2016م.

6-عباس مصطفى صادق- جامعة ام درمان الاسلامية كلية الاعلام رسالة دكتوراة بعنوان تطبيقات النشر الالكتروني الصحافي العربي - دراسة وصفية تحليلية للصحافة العربية في الانترنت -2000م -2002م.

7- عمر بن محمد العتيبي (الرياض:الأمن المعلوماتي في المواقع الإلكترونية ومدى توافقه مع المعايير المحلية والدولية، 2010م)، دراسة ماجستير غير منشورة، جامعة نايف العربية للعلوم الأمنية .

#### سابعاً: المقابلات الشخصية:

1- مقابلة مع الدكتور فتح الرحمن محجوب، كلية الاعلام، جامعة الخرطوم، بتاريخ 12-8-2017م.

2- مقابلة الفاتح السيد، صحفى وكالة السودان للانباء، يوم 26-2-2019م.

3- مقابلة احمد حسن، استاذ باكاديمية علوم الاتصال، يوم 2-2-2019م.

4- مقابلة د. سيف الدين حسن، جامعة ام رمان الاسلامية يوم 4-3-2019م.

5- مقابلة الهدى احمد الهدى ، صحفى، مجلة سودان ناو، 19-2-2019 .

#### ثامناً:المراجع الأجنبية:

1- Ellsworth and B.Boron ,et.AL,(1997),The Internet 1997, 4th Ed , (USA: Sums Net Publishing) P.7

2- Stephen E. Arnold Internet (2000) The path to the total Net work England , 1994 P.20:21

3-Gauntlet, D,(2000) Web Studies: Rewiring media studies for the age (New York: Arnold) p.226

#### تاسعاً: مواقع الإنترنت:

- 1- [www.scotsmist.co.uk/glossary\\_w.html](http://www.scotsmist.co.uk/glossary_w.html)
- 2- [Alt.uno.edu/glossary.html](http://Alt.uno.edu/glossary.html)
- 3- شادي عواد-جريدة الجمهورية اللبنانية تلفزيون الإنترنت... مستقبل البث المرئي  
الأربعاء 13 يناير 2016م،//  
[www.aljournhouria.com/news/index/284617](http://www.aljournhouria.com/news/index/284617)
- 4- محمد محمد الهادي ومصطفى جودت صالح معايير جودة المحتوى  
الإلكتروني لصفحات الويب،  
بوابة تكنولوجيا التعليم، عن موقع: [www.mostafa-gawdat.net](http://www.mostafa-gawdat.net) ، تاريخ  
التحميل: 2016. تاريخ البحث 15-1-2018 م .
- 5- د. فراس محمد العزة ، معايير جودة المواقع الالكترونية وتصنيفها ، ورقة عمل  
، جامعة الزيتونة الاردنية ، <https://www.zuj.edu.jo> › Arabic › pdf ،  
Quality › study5 ، تاريخ البحث 21-2-2018
- 6- موقع بي بي سي ، اكااديمية بي بي سي ، مادة تدريبية  
[http://www.bbc.co.uk/academy/arabic/how-to/online-  
skills/article/art20130702112133955](http://www.bbc.co.uk/academy/arabic/how-to/online-skills/article/art20130702112133955) ، تاريخ البحث 4-9-2017م
- 7- آلية تصميم المواقع الألكترونية - مجموعة التألق الإعلامي، 16-مارس 2017م ، تاريخ  
الاطلاع 8-9-2018 <http://www.sparklemedia.sa/web-design-techniques>
- 8- شبكة-الجزيرة-الإعلامية-الرؤية-والمهمة  
<http://www.aljazeera.net/portal/pages>
- 9- <http://www.aljazeera.net/portal/pages> .
- 10 <http://sharek.aljazeera.net/twitter-dashboard> .
- 11 <http://institute.aljazeera.net/ar/about> معهد الجزيرة للاعلام ،  
تعريف ، تاريخ الاطلاع 4-7-2018
- 12- التكوين الإعلامي وقلق البحث العلمي بالمغرب ،كريم بابا / مجلة الصحافة ، مقال ،  
تاريخ النشر 22ديسمبر 2016م، تاريخ الاطلاع 6-6-2018م  
[http://institute.aljazeera.net/ar/ajr/article/2016/12/161222072033388.  
html](http://institute.aljazeera.net/ar/ajr/article/2016/12/161222072033388.html)

- 13- المرسال، دراسة تثبت أن الهواتف الذكية تجعلك أقل ذكاءً، 19-11-2017م، تاريخ الاطلاع 22-10-2018م: [www.almrsal.com/post/560502/](http://www.almrsal.com/post/560502/)
- 14- /دراسة، لن تتوقعوا العلاقة بين الهواتف الذكية ومستويات الذكاء، بتاريخ 30-6-2017م تاريخ الاطلاع 22-10-2018م. <http://www.hiamag.com>
- 15 - أذاعة المانيا، مادة تدريبية، بتاريخ 2013، تاريخ الاطلاع 11-11-2018، <http://onmedia.dw-akademie.com/arabic/?p=2145>
- 16- أذاعة المانيا، مادة تدريبية، بتاريخ 2013، تاريخ الاطلاع 6-11-2018، <http://onmedia.dw-akademie.com/arabic/?p=2041>
- 17- موقع الفنار للاعلام ، مقال / / [www.al-fanarmedia.org/ar/2015/06/](http://www.al-fanarmedia.org/ar/2015/06/) ، تعليم- الصحافة-في-العالم-العربي ، بتاريخ 2015م ، تاريخ الاطلاع 3-9-2017م.
- 18 - <https://www.slideshare.net/mamoun2/ss-38455300> ، دليل تدريب

المدرّب الاعلامي

#### عاشراً- دراسات وتقارير:

- 1- إسماعيل، دانيا، تطورات وحدود الأخبار المباشرة على الإنترنت في العالم العربي، جامعة لندن، 2004م.
- 2- بادوي مصطفى بن عبد الله، باحث مغربي، مركز الجزيرة للدراسات، تقارير الجزيرة والاعلام الجديد.
- 3- بدر بن عبد الله صالح، التعليم عن بعد بين النظرية والتطبيق جامعة الكويت 2005م.
- 4- الدكتور بوطالبي بن جدو، الوسائط التكنولوجية والتعليم الجامعي، الجزائر، جامعة سطيف، ورقة، 19-3-2014م.
- 5- حسن رضا النجار، تكنولوجيا الاتصال.. المفهوم و التطور، أبحاث المؤتمر الدولي: الإعلام الجديد: تكنولوجيا جديدة.. لعالم جديد، جامعة البحرين 7- 9 ابريل 2009، بمطبعة جامعة البحرين ط1،.
- 6- د. سر الختم عثمان الامين، رؤية مستقبلية لمناهج ومقررات كليات واقسام الاعلام بالسودان، ندوة واقع كليات واقسام الاعلام بالجامعات السودانية 14 الى 15 اكتوبر 2003م.

- 7- شيماء الهوارى، تأثير شبكة الجزيرة الاعلامية فى الشأن العام العربى، مجلة الدراسات الاعلامية، العدد الاول، برلين، المركز الديمقراطى العربى، يناير 1918.
- 8- عبد المحسن بدوى الدورة التدريبية تطبيق مبادئ الجودة الشاملة فى مجال العمل الاعلامى الامنى من خلال الفترة 2007 جامعة نايف العربية للعلوم الامنية الرياض 2007م الجودة الشاملة فى العمل الشرطى العربى.
- 9- عبد الدائم عمر الحسن، الواقع الراهن لكليات واقسام الإعلام، ندوة واقع كليات واقسام الاعلام بالجامعات السودانية 14 الى 15 اكتوبر 2003م، أوراق غير منشورة ، ص 196 وص 197.
- 10- عرفات مفتاح معيوف، ورقة عمل، معايير التغطية الاخبارية فى القنوات التلفزيونية، كلية الفنون والاعلام، جامعة طرابلس ليبيا.
- 11- قينان عبد الله الغامدي رئيس تحرير (صحيفة الشرق) ورقة بحثية مقدمة إلى ندوة (الإعلام والأمن الإلكتروني) بعنوان التوافق والتناظر بين الإعلام التقليدي والإعلام الإلكتروني، جامعة الأمير نايف العربية للعلوم الأمنية مايو 2012).
- 12- معتصم بابكر، رؤية مستقبلية لكليات واقسام الاعلام بالجامعات السودانية ندوة واقع كليات واقسام الاعلام بالجامعات السودانية 14 الى 15 اكتوبر 2003م.
- 13- محمد الامين موسى، توظيف الوسائط المتعددة فى الإعلام الإلكتروني العربى، مؤتمر صحافة الانترنت: الواقع والتحديات، جامعة الشارقة، كلية الاتصال، نوفمبر 2005م.
- 14- ابيب شائف محمد صناعة المحتوى المفهوم والبنية ومقومات تطويرها، ورقة مقدمة الى منتدى تقنية المعلومات والاتصالات الخامس المرافق لمعرض JITCOM2006 ، القاهرة، 2006م.
- 15- مداخلة السيد وضاح خنفر في منتدى الجزيرة السادس حول مستقبل الإعلام الجديد، مايو 2010م.

الملاحق



ملحق رقم (1)  
استمارة تحليل المضمون

(أ) جودة المحتوى

أ/ 1- معيار توظيف الموقع لتطبيقات التواصل الاجتماعي:

جدول يوضح معيار توظيف الموقع لتطبيقات التواصل الاجتماعي

مؤشرات المعيار	الوزن النسبي	المقياس	مدى المقياس	درجة المقياس	درجة المؤشر المحققة
تويتر	20	ممتاز	90 - 100		
		جيد جداً	80 - 89		
		جيد	70 - 79		
		مقبول	50 - 69		
		ضعيف	أقل من 50		
فيس بوك	25	ممتاز	90 - 100		
		جيد جداً	80 - 89		
		جيد	70 - 79		
		مقبول	50 - 69		
		ضعيف	أقل من 50		
يوتيوب	20	ممتاز	90 - 100		
		جيد جداً	80 - 89		
		جيد	70 - 79		
		مقبول	50 - 69		
		ضعيف	أقل من 50		
قوقل بلس	10	ممتاز	90 - 100		
		جيد جداً	80 - 89		
		جيد	70 - 79		
		مقبول	50 - 69		
		ضعيف	أقل من 50		
إنستغرام	10	ممتاز	90 - 100		
		جيد جداً	80 - 89		
		جيد	70 - 79		
		مقبول	50 - 69		
		ضعيف	أقل من 50		

		90 - 100	ممتاز	15	مدونات
		80 - 89	جيد جداً		
		70 - 79	جيد		
		50 - 69	مقبول		
		أقل من 50	ضعيف		
					الوزن الكلي للمعيار

أ/2- معيار أهمية وتفضيل الموضوعات لدى الموقع:

جدول يوضح معيار أهمية وتفضيل الموضوعات

12 - 26 نوفمبر		12 - 26 أكتوبر		الموضوع
النسبة (%)	التكرار	النسبة (%)	التكرار	
32.07	263	32.89	300	سياسية
10.49	86	10.53	96	إقتصادية
10.85	89	10.42	95	رياضية
6.59	54	7.24	66	ثقافية
8.41	69	8.55	78	علوم وتكنولوجيا
12.56	103	11.29	103	طب وصحة
6.83	56	6.91	63	منوعات
12.20	100	12.17	111	أخرى
<b>100.00</b>	<b>820</b>	<b>100.00</b>	<b>912</b>	<b>المجموع</b>

أ/3- معيار التنوع في الأشكال الصحفية:

جدول يوضح معيار التنوع في الأشكال الصحفية للموقع

12 - 26 نوفمبر		12 - 26 أكتوبر		الشكل الصحفي
النسبة (%)	التكرار	النسبة (%)	التكرار	
83.42	820	87.27	912	خبر
1.02	10	1.05	11	مقال
14.85	146	11.10	116	تقارير
0.00	0	0.00	0	حوار
0.71	7	0.57	6	تحليل
<b>100.00</b>	<b>983</b>	<b>100.00</b>	<b>1045</b>	<b>المجموع</b>

## أ / 4 معيار الدقة والمصداقية

جدول يوضح معيار الدقة والمصداقية للموقع

درجة المؤشر المحققة	درجة المقياس	مدى المقياس	المقياس	الوزن النسبي	مؤشرات المعيار
		90 - 100	ممتاز	30	صحة المعلومات
		80 - 89	جيد جداً		
		70 - 79	جيد		
		50 - 69	وسط		
		أقل من 50	ضعيف		
		90 - 100	ممتاز	15	جودة اللغة
		80 - 89	جيد جداً		
		70 - 79	جيد		
		50 - 69	وسط		
		أقل من 50	ضعيف		
		90 - 100	ممتاز	15	وصلات لمصادر المعلومات
		80 - 89	جيد جداً		
		70 - 79	جيد		
		50 - 69	وسط		
		أقل من 50	ضعيف		
		90 - 100	ممتاز	40	تغطية كل جوانب الموضوع
		80 - 89	جيد جداً		
		70 - 79	جيد		
		50 - 69	وسط		
		أقل من 50	ضعيف		
				100	الوزن الكلي للمعيار

## أ / 5- معيار توظيف الوسائط المتعددة

جدول يوضح معيار توظيف الوسائط المتعددة للموقع

درجة المؤشر المحققة	درجة المقياس	مدى القياس	المقياس	الوزن النسبي	مؤشرات المعيار
		90 - 100	ممتاز	30	نص
		80 - 89	جيد جداً		
		70 - 79	جيد		
		50 - 69	وسط		

		أقل من 50	ضعيف		
		90 - 100	ممتاز	10	صوت
		80 - 89	جيد جداً		
		70 - 79	جيد		
		50 - 69	مقبول		
		أقل من 50	لا يوجد		
		90 - 100	ممتاز	15	صورة
		80 - 89	جيد جداً		
		70 - 79	جيد		
		50 - 69	مقبول		
		أقل من 50	لا يوجد		
		90 - 100	ممتاز	30	فيديو
		80 - 89	جيد جداً		
		70 - 79	جيد		
		50 - 69	مقبول		
		أقل من 50	لا يوجد		
		90 - 100	ممتاز	15	أنفجرايك / رسوم بيانية
		80 - 89	جيد جداً		
		70 - 79	جيد		
		50 - 69	مقبول		
		أقل من 50	لا يوجد		
				100	الوزن الكلي للمعيار

أ/6- معيار أسلوب العرض للموقع:

جدول يوضح معيار أسلوب العرض للموقع

درجة المؤشر المحققة	درجة المقياس	مدى المقياس	المقياس	الوزن النسبي	مؤشرات المعيار
		90 - 100	ممتاز	40	تقسيم الموضوع الي أجزاء
		80 - 89	جيد جداً		
		70 - 79	جيد		
		50 - 69	وسط		
		أقل من 50	ضعيف		
		90 - 100	ممتاز	20	ربط الكلمة براويط
		80 - 89	جيد جداً		
		70 - 79	جيد		
		50 - 69	وسط		
		أقل من 50	ضعيف		

		90 - 100	ممتاز	40	تعدد خيارات المحتوى
		80 - 89	جيد جداً		
		70 - 79	جيد		
		50 - 69	وسط		
		أقل من 50	ضعيف		
				100	الوزن الكلي للمعيار

أ / 7 - معيار التحديث والفورية:

جدول يوضح معيار التحديث والفورية للموقع

درجة المؤشر المحققة	درجة المقياس	مدى المقياس	المقياس	الوزن النسبي	مؤشرات المعيار
		90 - 100	ممتاز	50	تحديث معلومات الموقع
		80 - 89	جيد جداً		
		70 - 79	جيد		
		50 - 69	وسط		
		أقل من 50	ضعيف		
		90 - 100	ممتاز	20	الأخبار العاجلة
		80 - 89	جيد جداً		
		70 - 79	جيد		
		50 - 69	وسط		
		أقل من 50	ضعيف		
		90 - 100	ممتاز	30	وجود سبق صحفي
		80 - 89	جيد جداً		
		70 - 79	جيد		
		50 - 69	وسط		
		أقل من 50	ضعيف		
				100	الوزن الكلي للمعيار

أ / 8 - معيار التفاعلية:

جدول يوضح معيار التفاعلية للموقع

درجة المؤشر المحققة	درجة المقياس	مدى المقياس	المقياس	الوزن النسبي	مؤشرات المعيار
		90 - 100	ممتاز	15	إستطلاعات الرأي
		80 - 89	جيد جداً		
		70 - 79	جيد		
		50 - 69	وسط		
		أقل من 50	ضعيف		

		90 - 100	ممتاز	30	التعليق على الموضوعات
		80 - 89	جيد جداً		
		70 - 79	جيد		
		50 - 69	وسط		
		أقل من 50	ضعيف		
		90 - 100	ممتاز	30	المشاركة عبر تطبيقات التواصل الإجتماعي
		80 - 89	جيد جداً		
		70 - 79	جيد		
		50 - 69	وسط		
		أقل من 50	ضعيف		
		90 - 100	ممتاز	25	الموضوعات الأكثر تفاعلاً
		80 - 89	جيد جداً		
		70 - 79	جيد		
		50 - 69	وسط		
		أقل من 50	ضعيف		
				100	الوزن الكلي للمعيار

ب- جودة التصميم:

ب/ 1 - معيار الجاذبية

جدول يوضح معيار الجاذبية للموقع

مؤشرات المعيار	الوزن النسبي	المقياس	مدى المقياس	درجة المقياس	درجة المؤشر المحققة
توظيف اللون	25	ممتاز	90 - 100		
		جيد جداً	80 - 89		
		جيد	70 - 79		
		وسط	50 - 69		
		ضعيف	أقل من 50		
تنوع الوسائط	25	ممتاز	90 - 100		
		جيد جداً	80 - 89		
		جيد	70 - 79		
		وسط	50 - 69		
		ضعيف	أقل من 50		
خطوط العناوين	25	ممتاز	90 - 100		
		جيد جداً	80 - 89		

		70 - 79	جيد		
		50 - 69	وسط		
		أقل من 50	ضعيف		
		90 - 100	ممتاز	25	وجود فواصل
		80 - 89	جيد جداً		
		70 - 79	جيد		
		50 - 69	وسط		
		أقل من 50	ضعيف		
				100	الوزن الكلي للمعيار

## ب/ 2 - معيار وضوح التنظيم:

جدول يوضح معيار وضوح التنظيم للموقع

مؤشرات المعيار	الوزن النسبي	المقياس	مدى المقياس	درجة المقياس	درجة المؤشر المحققة
لون الخلفية	30	ممتاز	90 - 100		
		جيد جداً	80 - 89		
		جيد	70 - 79		
		وسط	50 - 69		
		ضعيف	أقل من 50		
عناوين الأقسام واضحة	40	ممتاز	90 - 100		
		جيد جداً	80 - 89		
		جيد	70 - 79		
		وسط	50 - 69		
		ضعيف	أقل من 50		
الحروف الواضحة	30	ممتاز	90 - 100		
		جيد جداً	80 - 89		
		جيد	70 - 79		
		وسط	50 - 69		
		ضعيف	أقل من 50		
الوزن الكلي للمعيار	100				

ب / 3 - معيار سهولة الاستخدام:

جدول يوضح معيار سهولة الاستخدام للموقع

مؤشرات المعيار	الوزن النسبي	المقياس	مدى المقياس	درجة المقياس	درجة المؤشر المحققة
وجود خريطة للموقع	40	ممتاز	90 - 100		
		جيد جداً	80 - 89		
		جيد	70 - 79		
		وسط	50 - 69		
		ضعيف	أقل من 50		
خاصية البحث	30	ممتاز	90 - 100		
		جيد جداً	80 - 89		
		جيد	70 - 79		
		وسط	50 - 69		
		ضعيف	أقل من 50		
سهولة الرجوع للصفحة الرئيسية	30	ممتاز	90 - 100		
		جيد جداً	80 - 89		
		جيد	70 - 79		
		وسط	50 - 69		
		ضعيف	أقل من 50		
الوزن الكلي للمعيار	100				



## ملحق رقم (2)

### استبيان

#### الموضوع : استبيان لرسالة دكتوراة

بين ايديكم استبانة بحث مقدم لنيل درجة الدكتوراة من جامعة القرآن الكريم والعلوم الاسلامية فى السودان ،بعنوان تأثير القائم بالاتصال فى جودة المحتوى الفعال للمواقع الالكترونية العربية دراسة تطبيقية على الموقع الالكترونى الجزيرة نت. ويتناول البحث تأثير القائم بالاتصال على المحتوى بما يحقق الجودة والفعالية وفقا لمعايير تتصل بالمضمون والشكل ، ويرتكز ذلك على فرض جوهري هو: أن عملية تحقيق التأهيل والتدريب الكافي والمستمر القائم بالاتصال، ترتبط طردياً مع جودة المحتوى فى المواقع الالكترونية للمؤسسات العربية. ارجو شاكرا الاجابة على الاستبيان بما يمكن الباحث من تحقيق اهداف بحثه العلمى.

محمد بدرى عبد الوهاب محمد

\*مطلوب

#### البيانات الاساسية

##### \* العمر

30 - 20سنة

من 31- 40 سنة

من 41- 50 سنة

50 فأكثر.

##### \* مستوى التعليم

جامعى

دبلوم على

ماجستير

دكتوراة

##### \* الوظيفة

رئيس تحرير

رئيس قسم

محرر

مصور

منتج

مصمم

أخرى:

##### \* التخصص العلمى

إعلام وإتصال

لغات اجنبية

حاسوب وتقنية معلومات

علوم اجتماعية وانشائية

أخرى:

##### \* الخبرة العملية :

أقل من 5 سنوات

5 - 10 سنوات

16-20 سنة

21سنة فأكثر

## محور الجودة فى الموقع الالكترونى

يهتم الموقع الالكترونى بالمستخدم وتبنى سياساته على تحقيق مستوى مهنى عال\*

موافق بشدة

موافق

محايد

غير موافق

غير موافق بشدة

محتوى الوسائط المتعددة اضافة لجودة المحتوى\*

موافق بشدة

موافق

محايد

غير موافق

غير موافق بشدة

يستخدم القائم بالاتصال اساليب تحرير الالكترونى مستحدثة بدرجة عالية فى الجزيرة

نت\*

موافق بشدة

موافق

محايد

غير موافق

غير موافق بشدة

المضامين تحتاج احيانا الى تخصيص مواقع يربطها بالموقع الرئيسى وفقا للفئات

العمرية\*

موافق بشدة

موافق

محايد

غير موافق

غير موافق بشدة

مضامين تطبيقات التواصل الاجتماعى للجزيرة نت ذات جودة عالية\*

موافق بشدة

موافق

محايد

غير موافق

غير موافق بشدة

الموقع يتبع معيار عالمى للجودة\*

موافق بشدة

موافق

محايد

غير موافق

غير موافق بشدة

## محور القائم بالاتصال والجودة

العلاقة بين جودة المضمون والقائم بالاتصال تقوم على التدريب والتكوين العلمى\*

موافق بشدة

موافق

محايد  
غير موافق  
غير موافق بشدة

تقنيات الاتصال والتطبيقات التي يستخدمها القائم بالاتصال تسهم في جودة العمل\*

موافق بشدة  
موافق  
محايد  
غير موافق  
غير موافق بشدة

كلما كان القائم بالاتصال اكثر تدريبا ظهر ذلك في فاعلية استخدام ادوات الاعلام

**الجديد\***

موافق بشدة  
موافق  
محايد  
غير موافق  
غير موافق بشدة

من العوامل التي تساعد في تحقيق الاثر المهني للقائم بالاتصال الخبرة\*

موافق بشدة  
موافق  
محايد  
غير موافق  
غير موافق بشدة

اهم سمات القائم بالاتصال في الجزيرة نت الابتكار والتجديد والالمام بالمعارف العامة

**والتخصص\***

موافق بشدة  
موافق  
محايد  
غير موافق  
غير موافق بشدة

تكمّن أهمية التدريب للقائم بالاتصال في اضافة معلومات ومن ثم تنمية المهارات

**والقدرات المهنية\***

موافق بشدة  
موافق  
محايد  
غير موافق  
غير موافق بشدة

**محور التدريب والجودة**

1-موضوعات البرامج التدريبية تغطي التطورات في المجال الصحفى وهى مواكبة

**ومحدثة\***

موافق بشدة  
موافق  
محايد  
غير موافق  
غير موافق بشدة

أهمية التدريب تكمن فى المساعدة على تطوير المحتوى وتأهيل الصحفى فى التعامل مع

الادوات والتقنيات\*

موافق بشدة

موافق

محايد

غير موافق

غير موافق بشدة

التدريب المهنى يحقق هدف المؤسسة الاعلامية فى تحسين جودة المحتوى\*

موافق بشدة

موافق

محايد

غير موافق

غير موافق بشدة

تعمل مؤسستك على تدريبك بشكل يطور من مهنتك\*

موافق بشدة

موافق

محايد

غير موافق

غير موافق بشدة

تتوافق موضوعات البرامج التدريبية مع احتياجاتك العملية للمضامين الاعلامية\*

موافق بشدة

موافق

محايد

غير موافق

غير موافق بشدة

الدورات التدريبية المتخصصة تعمل على تأهيل القائم بالاتصال\*

موافق بشدة

موافق

محايد

غير موافق

غير موافق بشدة

محور مواكبة الموقع للتقنيات الحديثة والتطبيقات

الموقع يوظف التكنولوجيا الحديثة\*

موافق بشدة

موافق

محايد

غير موافق

غير موافق بشدة

استخدام الوسائط المتعددة فى الموقع يكتسب اهمية من حيث مواجهه المنافسة وجذب

المتلقى\*

موافق بشدة

موافق

محايد

غير موافق

غير موافق بشدة

ساهمت تكنولوجيا الاتصال الحديثة فى زيادة الكفاءة والسرعة فى حجم الانتاج\*

موافق بشدة

موافق

محايد

غير موافق

غير موافق بشدة

أسهمت التطبيقات الحديثة ووسائل التواصل الاجتماعى فى خدمة قضايا التوعية

والتنقيف\*

موافق بشدة

موافق

محايد

غير موافق

غير موافق بشدة

مستوى استخدام الموقع لتطبيقات التواصل الاجتماعى عالية\*

موافق بشدة

موافق

محايد

غير موافق

غير موافق بشدة

يستفاد من التواصل مع الجمهور كمصدر للمعلومات وفى تنويع وتجويد المحتوى\*

موافق بشدة

موافق

محايد

غير موافق

غير موافق بشدة

الاسئلة المفتوحة:-

1- فى رأيك ماهى أهم الصعوبات التى تواجه القائم بالاتصال فى تحقيق جودة المحتوى

فى الموقع الالكترونى.

إجابتك

2- ماهى الوسائل التى تمكن الصحفى من تحقيق جودة المحتوى فى المواد التى ينتجها.

إجابتك

أهم المقترحات لتطوير جودة المحتوى.

إجابتك

إرسال

عدم إرسال كلمات المرور عبر نماذج Google مطلقاً.

لم يتم إنشاء هذا المحتوى ولا اعتماده من قبل Google. [الإبلاغ عن إساءة الاستخدام](#) - [شروط الخدمة](#)

نماذج