

الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية

وزارة التعليم العالي والبحث العلمي

جامعة محمد بوضياف - المسيلة -



كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية

قسم علوم الاعلام والاتصال

الرقم التسلسلي:/2020

توظيف الوسائط المتعددة في المواقع الإخبارية الالكترونية

دراسة استطلاعية على طلبة علوم الإعلام والاتصال جامعة المسيلة

مذكرة مكملة لنيل شهادة الماستر في علوم الاعلام والاتصال. تخصص: اتصال وعلاقات
عامة

إشراف:

- سعاد لعزيزي

إعداد الطلب:

- دري فاطمة

- مهدي رانية

السنة الدراسية 2022/2021

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ



كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية
FACULTY OF HUMANITIES
AND SOCIAL SCIENCES

Faculty of Humanities and Social Sciences
Vice-Deanship of the College for Studies and
Student Issues

الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية
People's Democratic Republic of Algeria

وزارة التعليم العالي والبحث العلمي
Ministry of Higher Education and Scientific Research

جامعة محمد بوضياف بالمسيلة
University Mohamed Boudiaf of M'sila



كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية
نيابة العمادة للدراسات والمسائل المرتبطة بالطلبة
الرقم: 2021/

تصريح شرفي خاص بالالتزام بقواعد النزاهة العلمية لإنجاز بحث

انا الممضى ادناه :

السيد (ة) : محمد رابحة

الصفة (طالب، استاذ باحث، باحث، داهم) : حالية

الحامل لبطاقة التعريف الوطنية رقم : 00356707

الصادرة بتاريخ : 2016 10/18 عن دائرة جامعة المسيلة

المسجل بكلية : قسم علوم الاعلام والاتصال

تخصص : اتصال و العلاقات العامة تحت رقم التسجيل : 16163509118

والمكلف بإنجاز اعمال بحث (مذكرة التخرج، مذكرة ماستر، مذكرة ماجستير، اطروحة دكتوراه).

عنوانها : تأثير الوسائط المتعددة على المواقع الاجتماعية الإلكترونية

اصرح بشرفي بانني التزم بالمعايير العلمية والمنهجية ومعايير الاخلاقيات المهنية والنزاهة

الاكاديمية المطلوبة في انجاز البحث المذكور اعلاه

المسيلة في :

امضاء المعني (ة) :

المرجع: القرار الوزاري رقم: 933 المؤرخ في: 28-07-2016 المحدد للقواعد المتعلقة بالوقاية من السرقات العلمية ومكافحتها.



الجامعة الجزائرية
FACULTY OF HUMANITIES
AND SOCIAL SCIENCES

Faculty of Humanities and Social Sciences
Vice-Deanship of the College for Studies and
Student Issues

الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية
People's Democratic Republic of Algeria

وزارة التعليم العالي والبحث العلمي

Ministry of Higher Education and Scientific Research

جامعة محمد بوضياف بالمسيلة

University Mohamed Boudiaf of M'sila



جامعة محمد بوضياف - المسيلة
University Mohamed Boudiaf - M'sila

كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية
نيابة العمادة للدراسات والمسائل المرتبطة بالطلبة

وثيقة ايداع مذكرة ماستر

الموضوع:

توضيح الوسائل المستخدمة في المواقع الاخبارية الالكترونية

إعداد الطلبة:

1- مهدي رابية رقم التسجيل: 1616350951128
2- دري خاطبة رقم التسجيل: 171735080161
القسم: الشعبة:
إشراف: الرتبة: أستاذ مساعد P.

أقر بأنني تابعت العمل المذكور أعلاه في جلسات إشرافية طيلة الموسم الجامعي: 2021-2022 وأسمح بإيداعه على مستوى إدارة القسم للمناقشة والتقييم.

رئيس فريق الاختصاص

موافقة وإمضاء الاستاذ(ة) المشرف(ة):

احمد زوي سعاد

رئيس القسم

لتحميل الوثيقة يرجى نسخ الرمز



الموقع الإلكتروني: <http://virtuelcampus.univ-msila.dz/facshs/>
الفايسبوك: <https://www.facebook.com/FshsUnivM'sila/>
Tél / Fax : + 213 35 35 3044 ماتف / فاكس:

الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية
وزارة التعليم العالي والبحث العلمي
جامعة محمد بوضياف، بالجزيرة



كلية العلوم الإنسانية والإجتماعية

تونس

المرجع: القرار الإداري رقم: 633 المؤرخ في: 28 جويلية 2016 المحدد في: نصاب الطلبة بالوقاية من السمات العلمية ومكافئتها

تصريح بشرفي

خاص بالالتزام بقواعد النزاهة العلمية لإنجاز البحث

أنا المصطفى أدتاه،

السيد(ة): حري خاضعة

المهنة: طالبة طالبية أستاذ باحث، باحث، باحث

الخاص (ة) لمطابقة التعريف الوثنية رقم: 2.003092.36

والصانعة بتاريخ: 10/12/2020

عن دائرة: الكلية

المسجل (ة) بكلية العلوم الآداب والعلوم الإنسانية: علوم الإعلام والاتصال

والمكان: (ة) بإنجاز أعمال بحث (مذكورة التخرج، مذكرة ماجستير، مذكرة ماجستير، أطروحة دكتوراه)، عنوياتها:

مذكرة ماجستير

أصح بشرفي أبي التزم بمراعاة المعايير العلمية والمنهجية ومعايير الأخلاقيات المهنية والنزاهة الأكاديمية المطلوبة في

إنجاز البحث المذكور أعلاه.

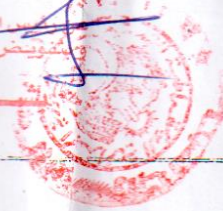
التاريخ:

إمضاء المصطفى



المجلس العلمي البلدي
مستوطن منته الوطن العا

زبير صابري



شكر وتقدير

الحمد لله الذي علمنا ما لم نكن نحلم و كان فضله علينا
عظيما.

الحمد لله أولا وأخيرا على عظيم نعمه علينا وعلى توفيقه لنا
في إتمام هذا العمل.

ومن باب الاعتراف بالجميل و أخذنا بقوله صلى الله عليه وسلم
"التحدث بنعمة الله شكر، و تركها كفر، ومن لا يشكر

القليل لا يشكر الكثير ومن لا يشكر الناس لا يشكر الله "

أتقدم بخالص الشكر وعظيم الامتنان للأستاذة المشرفة **سعاد**

لهزي عرفانا بمجهوداتها و اعترافا بفضلها

كما لا أنسى ان أتقدم بالشكر الجزيل إلى كل أساتذة علوم

الإعلام والاتصال

إلى كل طالب علم، يبتغي وجه الله وخدمة الوطن؛

حاملا رسالة الإخلاق والوفاء لبلد الشهداء.



الاهداء

قال تعالى: {وَقَضَىٰ رَبُّكَ أَلَّا تَعْبُدُوا إِلَّا إِيَّاهُ وَبِالْوَالِدَيْنِ إِحْسَانًا} صدق، الله العظيم

أهدي هذا العمل إلى التي سهرت الليالي من أجل أن ننام، وأضنت نفسها لنحقق، نحن

الأحلام، أمي الغالية يا منبع الحب والحنان

وإلى الذي عمل بكد دون هوادة، من أجل أن نحيا في هناء وسعادة أبي الغالي، ابي الغالي
يا باسط طريق آمالي. أدامكما تاجا على رأسي، وأطال الله في عمركما يا منبع فخري

وأنسي.

وإلى كل أساتذتي بكلية العلوم الإنسانية وبالأخص قسم الإعلام والاتصال

الطالبة: فاطمة

الاهداء

إلى من قال فيهما المولى بعد بسم الله الرحمن الرحيم " وَاخْفِضْ لَهْمَا جَنَاحَ
الذُّلِّ مِنَ الرَّحْمَةِ وَقُلْ رَبِّ ارْحَمْهُمَا كَمَا رَبَّيَانِي صَغِيرًا " صدق الله العظيم
إلى أعظم وأطيب لجل في الوجود من علمني الاحترام والتفان والطيبة

الذي أعطاني دوما ولم يبخل علي يوما

إلى قرة عيني أبي الحبيب

إلى من علمني منعى الصبر والحب وإعانة الناس إلى حبيبة قلبي ورفيقتي
ومفتاح أسراري ومشاكلي إلى يا قوتتي النادرة وردة حياتي أمي الحنون
أطال الله في عمرها وجعلها طول حياتها شعلة مضيئة في حياتي وحياتك

إلى كل ما قدم لي يد العون ابن اختي

وإلى كل أساتذتي بكلية العلوم الإنسانية وبالإخص قسم الإعلام والاتصال

الطالبة: **وانيا**



فهرس المحتويات



فهرس المحتويات

شكر وعرهان

فهرس المحتويات

فهرس الجداول

فهرس الأشكال

ملخص بالغة العربية

ملخص بالغة الإنجليزية

مقدمة.....أ

الفصل الأول: الإطار المنهجي

- 1- الاشكالية..... 4
- 2- أسباب إختيار الموضوع..... 5
- 3- أهداف الدراسة..... 5
- 4- تحديد المفاهيم والمصطلحات..... 6
- 5- منهج الدراسة:..... 9
- 6- أدوات جمع البيانات..... 9
- 7- مجتمع وعينة الدراسة..... 11
- 8- المدخل النظري للدراسة..... 12
- 9- الدراسات السابقة..... 17

الفصل الثاني: الإطار النظري للدراسة

- تمهيد..... 21
- المبحث الأول: مدخل عام حول الوسائط المتعددة..... 22
- المطلب الأول: تعريف الوسائط المتعددة..... 22
- المطلب الثالث: عناصر الوسائط المتعددة..... 38

42	المبحث الثاني: المواقع الإخبارية.....
42	المطلب الأول: مميزات المواقع الإخبارية.....
44	المطلب الثاني: اتجاهات المواقع الإلكترونية.....
47	المبحث الثالث: المواقع الإلكترونية.....
47	المطلب الأول: خصائص الوسائط المتعددة على المواقع الإخبارية.....
48	المطلب الثاني: العلاقة الوظيفية للوسائط المتعددة في العمل الصحفي الإلكتروني
50	المطلب الثالث: مستقبل الصحافة الإلكترونية في ظل الوسائل المتعددة
53	خلاصة الفصل.....

الفصل الثالث: الإطار التطبيقي

55	1- عرض وتحليل ومناقشة النتائج
55	أولاً/ تحليل نتائج محور الأول البيانات الشخصية.....
55	أولاً/ تحليل نتائج محور الأول البيانات الشخصية.....
58	ثانياً/ تحليل نتائج محور الثاني عادات التصفح الإلكتروني
66	ثالثاً/ تحليل نتائج محور الثالث عناصر الوسائط المتعددة في المواقع الإلكترونية الإخبارية
77	رابعاً/ تحليل نتائج محور الرابع دور التوظيف في الوسائط المتعددة في الوقائع ..
85	2- تحليل النتائج على ضوء الفرضيات
88	خاتمة.....
92	قائمة المراجع
95	الملاحق.....



فهرس الجداول والأشكال



فهرس الجداول

الرقم	عنوان الجدول	الصفحة
01	يوضح توزيع إجابات أفراد عينة الدراسة حسب الجنس:	55
02	يوضح توزيع إجابات أفراد عينة الدراسة حسب السن	56
03	يوضح المستوى الدراسي لأفراد العينة	57
04	يوضح التصفح في المواقع الإلكترونية	58
05	يوضح أوقات تصفح المواقع الإلكترونية	59
06	يوضح مكان تصفح المواقع الإلكترونية	60
07	يوضح المدة التي يستغرقها الطالب في تصفح المواقع الإلكترونية	61
08	يوضح الاستفادة من تصفح المواقع الإلكترونية	62
09	يوضح مدى تلبية المواقع الإلكترونية لرغبات المتصفح	63
10	يوضح دور التصميم في جذب المتصفحين	64
11	يوضح طريقة تصفح المواقع الإلكترونية	65
12	يوضح الاهتمام بتشكيل وتصميم المواقع الإلكترونية	66
13	يوضح ارتباط وضوح الصورة باستمرارية التصفح	67
14	يوضح رأي أفراد العينة حول الصورة ودورها في زيادة المصداقية للأخبار	68
15	يوضح تعرض أفراد العينة للفيديوهات المعروضة في المواقع	69
16	يوضح مدة مشاهدة الفيديوهات من البداية الى النهاية	70
17	يوضح مدى تشويش الفيديوهات على قراءة النص	71
18	يوضح مدى زيادة الفيديوهات لمصداقية الخبر	72
19	يوضح تأثير الموسيقى المتحركة	73
20	يوضح أهمية الصوت في مصداقية الخبر	74

75	يوضح مدى تمثيل الشكل الأساسي لعرض الأخبار في المواقع الإلكترونية	21
76	يوضح مدى جودة التصميم لهذه المواقع الإلكترونية	22
77	يوضح الجوانب المرغوب تغييرها من ناحية تصميم المواقع	23
78	يوضح مدى مساهمة استمرارية النص وتسلسل الفقرات يزيد من سرعة القراءة	24
79	يوضح الدور الذي تضيفه الصورة المرافقة للمضامين في المواقع الإخبارية	25
80	يوضح العناصر المفضل وجودها أكثر أثناء القراءة والتصفح	26
81	يوضح كثرت الإعلانات ودورها في تشتيت الانتباه	27
82	يوضح استطاعة المواقع الإخبارية الإلكترونية في جذب الجمهور	28
83	يوضح دور تكنولوجيا الوسائط المتعددة في مساعدة المستخدم على تذكر المعلومات	29
84	يوضح أهمية الصوت في مصداقية الخبر	30

فهرس الأشكال

الرقم	عنوان الشكل	الصفحة
01	يمثل توزيع إجابات أفراد عينة الدراسة حسب الجنس	55
02	يمثل توزيع إجابات أفراد عينة الدراسة حسب السن	56
03	يمثل المستوى الدراسي لأفراد العينة	57
04	يمثل التصفح في المواقع الإلكترونية	58
05	يمثل أوقات تصفح المواقع الإلكترونية	59
06	يمثل مكان تصفح المواقع الإلكترونية	60
07	يمثل المدة التي يستغرقها الطالب في تصفح المواقع الإلكترونية	61
08	يمثل الاستفادة من تصفح المواقع الإلكترونية	62
09	يمثل مدى تلبية المواقع الإلكترونية لرغبات المتصفح	63
10	يمثل دور التصميم في جذب المتصفحين	64
11	يمثل طريقة تصفح المواقع الإلكترونية	65
12	يمثل الاهتمام بتشكيل وتصميم المواقع الإلكترونية	66
13	يمثل ارتباط وضوح الصورة باستمرارية التصفح	67
14	يمثل رأي أفراد العينة حول الصورة ودورها في زيادة المصداقية للأخبار	
15	يمثل تعرض أفراد العينة للفيديوهات المعروضة في المواقع	69
16	يوضح مدة مشاهدة الفيديوهات من البداية الى النهاية	70
17	يمثل مدى تشويش الفيديوهات على قراءة النص	71
18	يمثل مدى زيادة الفيديوهات لمصداقية الخبر	72
19	يوضح تأثير الموسيقى المتحركة	73
20	يمثل أهمية الصوت في مصداقية الخبر	74
21	يمثل مدى تمثيل الشكل الأساسي لعرض الأخبار في المواقع الإلكترونية	75
22	يمثل مدى جودة التصميم لهذه المواقع الإلكترونية	76

77	يمثل الجوانب المرغوب تغييرها من ناحية تصميم المواقع	23
78	يمثل مدى مساهمة استمرارية النص وتسلسل الفقرات يزيد من سرعة القراءة	24
79	يمثل الدور الذي تضيفه الصورة المرافقة للمضامين في المواقع الإخبارية	25
80	يمثل العناصر المفضل وجودها أكثر أثناء القراءة والتصفح	26
81	يمثل كثرت الإعلانات ودورها في تشتيت الانتباه	27
82	يمثل استطاعة المواقع الإخبارية الإلكترونية في جذب الجمهور	28
83	يمثل دور تكنولوجيا الوسائط المتعددة في مساعدة المستخدم على تذكر المعلومات	29
84	يمثل أهمية الصوت في مصداقية الخبر	30

المخلص

تناولت هذه الدراسة بالتحليل موضوع دور توظيف الوسائط المتعددة في المواقع الإخبارية الإلكترونية... وذلك انطلاقاً من العصر الذي نعيشه المعتمد كلياً على تكنولوجيا الاتصال المتطورة والمعتمدة على شبكة الإنترنت كوسيلة اتصال جديدة غيرت من معالم العملية الاتصالية والإعلامية وحولت المستقبل إلى مرسل والمرسل إلى مستقبل في تفاعل مستمر ينتج عنه ر أي عام وردود أفعال وقتية بالإضافة إلى الدراسات التحليلية الدقيقة التي تستهدف قياسه وتأثيره.

وهدفت الدراسة إلى التعرف على مفهوم الوسائط المتعددة في المواقع الإخبارية الإلكترونية وما يتميز به من خصائص ومميزات، بجانب تناول مفهوم الوسائط المتعددة نشأتها وتطورها ومميزاتها واتجاهاتها باعتبارها مفهوماً حديثاً سعت المواقع الإلكترونية للاستفادة منه لجذب أكبر عدد من المستخدمين. بالإضافة إلى تقييم مدى استفادة المواقع الإخبارية الإلكترونية في توظيفها لخصائص الوسائط المتعددة عبر إتاحتها فرصاً من المشاركة التي تجعل من المستخدم مشاركاً فعلياً فيما تطرحه من قضايا وموضوعات.

وأخيراً التعرف على دور التفاعلية في المواقع الإخبارية الإلكترونية ومدى إسهامها في الرأي العام في مختلف القضايا التي تهمه.

واعتمدت الدراسة على المنهج الوصفي، كما استخدمت أدوات (الاستبيان، والملاحظة) لجمع معلومات وبيانات الدراسة، وفي الجانب التطبيقي تم اختيار عينة عشوائية من مجتمع الدراسة الذين يمثلون طلبة علوم الإعلام والاتصال بجامعة المسيلة محمد بوضياف.

الكلمات المفتاحية: الوسائط المتعددة، المواقع الإخبارية، المواقع الإلكترونية

Abstract:

This study analyzed the issue of the role of multimedia in electronic news sites... This is based on the era in which we live, which is completely dependent on advanced communication technology and relied on the Internet as a new means of communication that changed the parameters of the communication and media process and transformed the receiver into a sender and the sender into a receiver in A continuous interaction that results in any general and temporary reactions, in addition to accurate analytical studies aimed at measuring and impacting it.

The study aimed to identify the concept of multimedia in electronic news websites and its characteristics and advantages, in addition to addressing the concept of multimedia, its origin, development, features and trends as a modern concept that websites sought to benefit from to attract the largest number of users. In addition to evaluating the extent to which electronic news websites benefit in their use of multimedia features by providing opportunities for participation that make the user an actual participant in the issues and topics they raise.

Finally, identifying the role of interactivity in electronic news sites and the extent of their contribution to public opinion in various issues of concern to it.

The study relied on the descriptive approach, and tools (questionnaire, and observation) were used to collect information and data for the study, and on the practical side, a random sample was selected from the study population, who represented students of media and communication sciences at the University of M'sila Mohamed Boudiaf.

Keywords: multimedia, news sites, websites



مقدمة



مقدمة:

تمثل تقنيات الوسائط المتعددة أبرز مظاهر الثورة الرقمية، حيث أتاحت تقنيات الحاسوب والإنترنت أبرز مظاهر الثورة الرقمية والمسموعة والمرئية في آن واحد على شاشة الحاسوب، ولعل سر جاذبية الإعلام الإلكتروني يعود إلى هذه التقنية التي تخاطب جميع حواس الإنسان ومداركه العقلية، حيث أضفت عليه مميزات تنافسية مما جعله أكثر فاعلية وجذبا للمتلقي، الأمر الذي يستدعي تغييرات جوهرية في دور الإعلام ووظائفه في هذا المجتمع الذي يعتمد على المعلومات الوفيرة كمورد استثماري، وكسلعة إستراتيجية، وكخدمة وكمصدر للدخل وكمجال للقوي العاملة فالإعلام الجديد هو إعلام تفاعلي متعدد الوسائط والصحفيون يعتمدون وبصورة متزايدة عليها لتقديم الجوانب المختلفة للقصة، فيستعمل النص لتقديم معلومات مختصرة تاركا الصورة والصوت لسرد القصة وجذب القارئ.

فالوسائط المتعدد ساعدت في نشوء فضاء تفاعلي أخرج الوسائل الإعلامية من حالة من الجمود والرتابة السابقة باستخدامها لوسيط واحد ووفرت الفرصة لها لمنافسة المواقع الإلكترونية التي نشأت في بيئة الأنترنت كما سمحت للصحفيين باكتساب مهارات وخبرات ومعارف جديدة تمكنهم من تغطية الأحداث من عدة منابر، وأعطت للجمهور المجال للتفاعل والفرصة لتكوين قرارات وإبداء التعليقات.

لذلك حاولت من خلال هذه الدراسة التركيز على تأثير الوسائط المتعددة على الصحافة الإلكترونية، من خلال النقاط التالية:

* توضيح مفهوم الوسائط المتعددة في المواقع الإخبارية الإلكترونية، ثم التطرق إلى دراسة مستقبل الصحافة الإلكترونية في ظل الوسائط المتعددة من خلال الجوانب التالية:
- إنعكاسات الوسائط المتعددة على المواقع الإخبارية الإلكترونية.

- العلاقة الوظيفية للوسائط المتعددة في العمل الإخباري الإلكتروني
- خصائص الوسائط المتعددة عن المواقع الإخبارية.
- أشكال عرض الموارد الإخبارية بالإعتماد على الوسائط المتعددة.
- أهمية الإعتماد على الوسائط المتعددة في المواقع الإعلامية.



الفصل الأول

الإطار المنهجي للدراسة



1- الإشكالية:

إن الوسائط المتعددة تشكل مزيجا نصيا وصوتيا يضيفي على المواقع الإعلامية جمالية ومهارة وتفاعلية حيث انصهرت بواسطتها الفروق والأبعاد بين الوسائل الإعلامية وأصبح الخبر يقرأ ويسمع ويشاهد في نفس الوقت على موقع واحد وبات إحدى الضروريات والشروط للمواقع الإخبارية الإلكترونية في ظل الثورة التكنولوجية والمعلوماتية التي تشهد التحديث باستمرار وإحدى عناصر المنافسة بين الوسائل الإعلامية ومواقعها على الشبكة، فهي حقيقة جوهر الإعلام الإلكتروني الذي تغيرت في ظلها المعلومات حاملة لمعان يحددها مؤلف النص ليؤولها القارئ الذي تتحدد حرته، في قدرته على التأويل في إطار الجمهور والرتبة، بل أصبحت متشابكة يتحكم فيها صياغة علاقاتها المستخدم عن طريقة تقنية النص الحي أو النشاط، ولم تعد عملية التقبل مشاهدة استماع أو قراءة خطية بل ملاحاة نشطة تفاعلية.

تجسدت أهمية البحث في السعي للوصول إلى إستنتاجات علمية دقيقة وواضحة عن كيفية تعامل الصحافة الإلكترونية مع المادة الإخبارية وذلك من خلال بحث علمي يؤسس لخطوات بحثية أخرى يمكن أن تعزز ما ذهب إليه هذا الباحث في أن أسلوب التعامل مع المادة الإخبارية، خبرا كان أم قصة إخبارية أو تقريرا إخباريا في الصحافة الإلكترونية أخذ مسارا مختلفة عن الأسلوب التقليدي المتعارف عليه في عالم الصحافة الورقية، أما من الناحية العلمية فإن النتائج التي البحث يمكن أن تكون خارطة طريق لموقع إيلاف الإلكتروني في خلق حالة من التوازن في التعامل مع المادة الإخبارية من حيث الموضوعات والنوع والقيم الإخبارية ومكونات الشكل الخبري والمجال الجغرافي ومصادر المادة الإخبارية.

- ماهي عادات التصفح الإلكتروني؟

- ما دور عناصر الوسائط المتعددة في المواقع الإلكترونية الإخبارية؟

- ماهو دور التوظيف في الوسائط المتعددة المواقع؟

2- أسباب إختيار الموضوع:

لم يكن إختيارنا لموضوع الوسائط المتعددة في المواقع الإخبارية الإلكترونية من باب الصدفة وإنما هناك عدة أسباب تضافرت لإختيار الموضوع وهي:

الأسباب الموضوعية:

- الدور المهم الذي تلعبه الوسائط المتعددة في المواقع الإخبارية الإلكترونية.
- معظم الدراسات لم تخرج عن إطار دراسة الوسائط المتعددة على حدى والواقع الإخبارية على حدى.
- في حين لم تتل الوسائط المتعددة الإهتمام الذي تبرزه في المواقع الإخبارية وكيف تساعد المتلقي على الفهم السريع والجيد للموضوع.

- قلة الدراسات العلمية التي تناول الوسائط المتعددة ودورها في المواقع الإخبارية الإلكترونية.

الأسباب الذاتية:

- إهتماماتنا الشخصية بمجال الإعلام الجديد وتطبيقاته الأساسية في ظل الإنتشار الواسع للوسائط المتعددة واستخداماتها في الموقع الإخبارية.
- تسليط الضوء على أهمية الوسائط المتعددة ودورها المهم في المواقع الإخبارية.

3- أهداف الدراسة:

مع زيادة الاهتمام بدراسة المواقع الإخبارية الإلكترونية والوسائط المتعددة تأكد بأنها تعتبر من أبرز الدراسات التي حظيت بالإهتمام والتحليل في مجال علوم الإعلام والإتصال التي تعمل على تقديم جملة من الأهداف التي تسعى إلى تحقيقها.

ويتعدد الدراسة حول الوسائط المتعددة تثبت بأن لها دور أساسي في المواقع الإخبارية الإلكترونية، فعندما نضيف الوسائط المتعددة إلى جانب النص والأحرف، بحيث يمكن إضافة الصوت والصورة والفيديو والتأثيرات المختلفة إليها بكل يسر، مما يزيد من إقبال وشد إنتباه القارئ إليها، ومن كل هذا جاءت دراستنا إلى بلورة موضوع تأمل حول الوسائط المتعددة ودورها

في الموقع الإخبارية الإلكترونية وتحديد الأهداف التي دفعتها إلى هذا الموضوع والتي ينبغي إلى تحقيقها من خلال الدراسة فيما يلي:

- 1- معرفة الدور الكبير الذي تلعبه الوسائط المتعددة في المواقع الإخبارية الإلكترونية.
- 2- التعرف على أهم الأشياء التي توفرها الوسائط المتعددة.
- 3- معرفة العلاقات الإرتباطية بين آثار استخدام الوسائط المتعددة والمتغيرات التي تطرأ على هذه المواقع الإخبارية.
- 4- تنمية الوعي الثقافي لدى الشباب العربي.
- 4- تحديد المفاهيم والمصطلحات:

أولاً: الوسائط المتعددة (أحمد، 2009، ص 27)

- وسائط: (إسم)
 - وسائط جمع واسطة
 - واسطة: (إسم)
 - الجمع وسائط: صيغة المؤنث لفاعل وسط
 - واسطة الكور واسطة
 - وواسطة القلادة جوهر الذي في وسطها، وهو أجودها
 - الواسطة: ما يدل وصل به إلى شيء
 - واسطة شرعية: طريقة، ذريعة
 - بواسطة فلان، بفضلته
 - واسطة الإتصال: جاسوس.
 - الواسطة توسط بي فريقين لتسهيل إتفاق نصر الإتفق على البيع بواسطة السماسرة
- ثانياً: معنى متعددة:**

1- متعددة: (إسم)

فاعل من تعدد

متعددة الأشكال تنمو عنها

رسم متعددة الألوان تختلف في الألوان

كلمة متعددة لها معاني مختلفة

متعددة الإختصاص تنوع الإختصاص

متعدد: (إسم)

متعدد فاعل من تعدد

ثانيا: الوسائط متعددة إصطلاحا

هي مجموعة من الوسائط المتعددة التي يستخدمها الحاسب الآلي لإنتاج برامج ذات

مضمون وهدف واضح ليستفيد منها المستخدم، وتعني بالإنجليزية Multi-Media

ماهية الوسائط المتعددة:

إن كلمة (Multi-Media) تتألف من جزئين، الأول Multi وتعني التعدد أو المتعدد

والثاني Media وتشير إلى الوسائط الفيزيائية الحاملة للمعلومات مثل الورق والأشرطة والعبارة

الكاملة Multi-Media تشير إلى ضعف من برمجيات الكمبيوتر يوفر المعلومات بأشكال

فيزيائية مختلفة الصور والنص والفيديو والحركة

هي تصميم نظامي لتطبيقات حاسوبية تتكامل فيها المؤثرات البصرية والصور الثابتة

والمتحركة وأفلام الفيديو، والمؤثرات السمعية والنصوص، ويمنح المتعلم حرية الحركة والانتقال

لأحداث التعلم الإيقاني المطلوب.

هي عبارة عن مجموعة من البرامج تجمع بين مجموعة من الوسائط مثل الصوت

والصورة والفيديو والرسم والنص بجودة عالية وتعد من أقوى الوسائل لكفالة البرامج التعليمية.

هي قواعد بيانات حاسوبية تسمح للمتعلم بالتعامل مع المعلومات في عدة صيغ بما

فيها النصوص والرسوم والصور والفيديو والصوت، بحيث تسمح للمستخدمين بالتعامل مع

المعلومات بشكل تفاعلي طبقا لإحتياجاتهم، كما تعطيههم هذا البرامج القدرة على التحكم في السير الذاتي والتحكم في التقديم التغذية الراجعة.

هي طائفة من تطبيقات الحاسب التي يمكنها تخزين المعلومات بأشكال متعددة تشتمل على النصوص والأصوات والرسوم المتحركة وعرض هذه المعلومات بطريقة تفاعلية وفقا لمسار يتحكم فيه المستخدم.

المواقع الإخبارية :

هي وسيلة جديدك أوجدها التطور التقني في مجال الاتصالات و هي تقدم الخدمة الإخباريك عن طريق الأنترنت مستخدمة في ذلك ما أتاحتها النظم الرقمية الحديثة من وسائل للإتصال و وسائل تفاعلية مع الجمهور .

المواقع الإلكترونية:

الموقع الإلكتروني هو مجموعة من ملفات الشبكة العنكبوتية ذات الصلة المتشابهة المرتبطة فيما بينها، والتي قام بتصميمها فرد أو مجموعة من الأفراد أو إحدى المؤسسات (تريان، 2012م)

التعريف الإجرائي:

ونعرف الموقع الإلكتروني إجرائيا بأنه مجموعة من الصفحات الإلكترونية المرتبطة ببعضها والتي تحتوي على نصوص وصور ورسوم متحركة ووصلات وربما موسيقى وأفلام بها معلومات حول موضوع ما قد يكون شركة أو جهة حكومية أو شخصا أو بحثا داخل صفحات منسقة ويحمل الموقع إسمًا منفردًا، يمكن فتحه بواسطته من خلال شبكة الأنترنت

5- منهج الدراسة:

يعتبر المنهج المستخدم في البحث العمود الفقري لكل دراسة لاسيما في الميادين الإعلامية والإقتصادية، فهو يعكس البحث طابعه العلمي، والباحث المتمكن هو الذي يعرف كيف يختار المنهج المناسب لموضوعه لأن نتائج البحث وصحتها تقف أساسا على نوعية المنهج المستعمل. (رابح تركي، 1984، ص131)

ويعرف المنهج بأنه عبارة عن جملة من الخطوات المنظمة التي على الباحث إتباعها في إطار الإلتزام بتطبيق قواعد معينة تمكن من الوصول إلى النتيجة المسطرة، ويعرفه محمد طلعت بأنه وسيلة يمكن عن طريقها الوصول إلى الحقيقة

(أحمد السيد، مصطفى عمر، 2002، ص166)

وتفرض طبيعة دراستنا التي تسعى إلى معرفة دور توظيف الوسائط المتعددة في المواقع الإخبارية الإلكترونية لدى مجتمع الدراسة.

وقد استندنا في دراستنا المنهج الوصفي لوصف مضامين الوسائط المتعددة وآثارها على المواقع الإخبارية الإلكترونية، حيث يعرف المنهج الوصفي على أنه: "مجموعة من الطرق التي يتمكن الباحثون من خلالها بوصف الظاهرة أو الظواهر العلمية، الظروف المحيطة بها، والمجال العلمي الذي تنتمي إليه وتصور العلاقة بينها وبين الظواهر الأخرى المؤثرة والمتأثرة فيها، وكما تصور شكل العلاقة بين متغيراتها بإستخدام أساليب وأدوات البحث العلمي التي تلائم الأهداف التي يسعى إلى تحقيقها من خلال هذه البحوث".

(أحمد بن مرسل، 1983، ص282)

6- أدوات جمع البيانات:

أداة من أدوات جمع البيانات من المبحوثين المعنيين بالظاهرة أو المشكلة محل البحث وتعد الإستمارة واسطة بين الباحث والمبحوث، وغالبا ما يلجأ إليها الباحث لجمع المعلومات وهي مجموعة من الأسئلة المرتبة. (إبراش، إبراهيم، 2008، ص170)

أو تلك القائمة من الأسئلة التي يحضرها الباحث بعناية شديدة وتكون تعبر عن موضوع البحث من الحصول على إجابات تتضمن المعلومات والإجابة على الأسئلة من قبل المستجوب أو البيانات المطلوبة لتوضيح الظاهرة المدروسة. (النجار، فايذة وآخرون، 2013، ص78)

وقد أعطيت الكثير والعديد من التعاريف للإستبيان منها مجموعة من الأسئلة المرتبة حول موضوع معين، حيث يتم وضعها في إستمارة ترسل للأشخاص المعنيين بالبريد أو تسليمها باليد تمهيدا للحصول على أجوبة للأسئلة الواردة فيها وعرفت أيضا على أنها أداة لبيع البيانات المتعلقة بموضوع البحث محددة عن طريق الإستمارة يجري تعبئتها من قبل المستجوب (بدر أحمد، 1996، ص343)

ومرت عملية تصميم الإستمارة بعدة مراحل، أولهما الإطلاع على التراث النظري للدراسة ومعاينة الدراسات السابقة المشابهة لها ليتم بعد ذلك صياغة الأسئلة بما يخدم أهداف الدراسة وقد تم تقسيم الإستمارة إلى:

تتضمن معلومات وبيانات أولية عن أفراد عينة الدراسة من أجل التعرف على خلفياتهم السيسيوديمغرافية، وإشتملت على أسئلة هي: الجنس، السن،...
المحور الأول: يحتوي على مجموعة من الأسئلة التي تهدف إلى الكشف عن عادات التصفح الإلكتروني

المحور الثاني: عناصر الوسائط المتعددة في المواقع الإخبارية الإلكترونية

المحور الثالث: دور التوظيف في الوسائط المتعددة

وبعد إنتهاء الباحث من التصميم النهائي للإستمارة الموزعة عن ثلاث محاور، وقام بعدها الباحث بتوزيع عدد العينة (50 عينة)، ثم تفرغ البيانات لابد لنا من أساليب وآليات لشرح وتحليل البيانات لتفسير الظاهرة تفسيراً منفصلاً، ولقد إعتدنا على ما يلي:

أ- أسلوب تحليل الكمي:

يتم من خلال أرقام ونسب مئوية تأتي في شكل معطيات إحصائية وجداول تدل على مؤشرات ذات علاقة إرتباطية تتيح إستخلاص النتائج ومناقشتها علميا.

ب- أسلوب التحليل الكمي:

حيث قمنا بوصف وتفسير البيانات والنتائج كما حولنا ربط العلاقات ومقارنة مختلف البيانات حسب المتغيرات.

7- مجتمع وعينة الدراسة

أ- مجتمع الدراسة:

يعتمد الباحث في إجراء دراسته على إختيار عمليات تمثل مجتمع البحث تمثيلا صحيحا على أساس أنه من الصعب إجراء الدراسة على المجتمع الأصلي بأكمله وبما أننا إعتدنا على المنهج الوصفي في دراستنا من أجل إبراز الأدوار، دور توظيف الوسائط المتعددة في المواقع الإخبارية الإلكترونية فمجتمع بحثنا هو مجموعة من طلبة جامعة محمد بوضياف.

ب- عينة الدراسة:

لأن الجمهور المستهدف واسع جدا وكثير العدد وغير متجانس، فقد تم الإعتماد على العينة العشوائية لأنها تساعدنا في بحثنا، خاصة عندما يكون الباحث مرتبط بمدة زمنية محددة ويفتقر إلى المعلومات حول المجتمع فيختار حالات من الميدان بقصد أنها مستقيدة وتمثل مجتمع البحث إذ يقرر الباحث بصفة مسبقة عدد مفردات العينة كما يراها ملائمة للدراسة.

(ليندة منيف، 2007، ص11)

العينة العشوائية والبسيطة هي التي يكون لكل مفردة من مفردات المجتمع الإحصائي الذي أخذت منه الفرصة نفسها في أن يكون ممثلة لهذه العينة، أي أن إحتتمالات الإختيار متساوية بين كل مفردات المجتمع الإحصائي. (كمال سالم أبو ظاهر، 2007، ص06)

8- المدخل النظري للدراسة

نظرية إنتشار المبتكرات:

أولاً: نشأة تطور النظرية:

تعد نظرية إنتشار المبتكرات Diffusion Of unovotions Theory من النظريات التي وضعت تفسير السلوك الإنتمائي للإقبال على تبني الأفكار أو إستهلاك المنتجات الجديدة في المجتمعات الإنسانية، ظهرت هذه النظرية خلال السنوات الأخيرة من الخمسينيات والستينيات متأثرة بنظرية تدفق المعلومات على مرحلتين قدمها لازار سفيلد وزملائه، حيث وبنفس الطريقة وجد علماء الخ[تماع الريفي أن نموذج نشر المعلومات عن المزارعين يمكن فهمه في إطار تدفق المعلومات على مرحلتين ويمكن النظر إلى عملية نشر الأفكار الحديثة بين المزارعين على أنها مشابهة تماما لعملية التصويت في الانتخابات وأن النصيحة في الحالتين تتم تلبيتها من خلال الإتصال الشخصي وتأثير قادة الرأي الذين يتفوقون وخصائصهم تماما كما إنتهت إليه دراسات التصويت الإنتخابي.

تعود أصول نظرية إنتشار المبتكرات إلى دراسات متفرقة قام بها الباحثون الإجتماعيون في عدة ميادين مثل الأنثربولوجيا والتربية والزراعة لمعرفة كيفية تبني المزارعين للأفكار الجديدة المتعلقة بأساليب الزراعة الحديثة، كما إهتم بها أيضا الباحثون في مجال التربية من خلال محاولة نشر طرق التدريب الجديدة أي فكرة تنظيم الأسرار أو إقتناء الأجهزة وإستخداماتها وغيرها من المجالات المختلفة لمعرفة آثارها في النظام الاجتماعي القائم وتركز هذه النظرية على نشر المعلومات المتعلقة بالمبتكرات والتجديد بين أفراد المجتمع أو قطاع منه بهدف تحقيق التنمية.

الإبتكار وفق هذه النظرية:

هو أي فكرة جديدة أو أسلوب أو نمط جديد يتم إستخدامه في الحياة ففكرة تنظيم الأسرة أو إدخال أساليب جديدة في الزراعة أو إستحداث وسيلة إتصال كالهاتف المحمول أو غير ذلك.

ووفقا لهذه النظرية فإن وجود مبتكرات جديدة يتم إدخالها إلى النظام الاجتماعي قد يكون لها قبول تدريجي مع مرور الوقت وفقا لمجموعة من المتغيرات والظروف التي تخص البيئة الاجتماعية التي يتم إدخال تلك المبتكرات إليها.

ويمكن قياس قبول النظام الاجتماعي وأفراده لهذه الإبتكارات أو الأفكار الجديدة من خلال معرفة عدد الأفراد المتأثرين بهذه الفكرة أو الذين لديهم قبول لهذا المنتج.

ثانيا: نموذج روجز وشوميكر لإنتشار المبتكرات:

وصف روجرز وزميله عناصر عملية تدفق المعلومات الخاصة بإنتشار المبتكرات بالإقتباس من نموذج ديفيد بيرلو كما يلي:

1- المصدر: المخترعون والعلماء وعوامل التغيير الاجتماعي وقادة الرأي.

2- الرسالة: الإبتكار الجديد.

3- الوسيلة: قنوات وسائل الإعلام وقنوات الإتصال الشخصي.

4- المستقبل: أعضاء الجمهور في النظام الاجتماعي.

5- الأثر: تغيير في الأفكار والإتجاهات والسلوك.

ثالثا: فرضية النظرية:

تقوم هذه النظرية على إفتراض أو قنوات وسائل الإعلام تكون أكثر فعالية في زيادة المعرفة حول المبتكرات، حيث تكون قنوات الإتصال الشخصي أكثر فعالية في تشكيل المواقف حول المبتكرات الجديدة.

كما يقترب مدخل إنتشار المبتكرات

كثيرا ما تدفق المعلومات على مرحلتين الذي يفترض أن الرسائل الإعلامية تصل إلى الجمهور عن طريق أفراد يتميزون على سواهم بأنهم أكثر إتصالا ونشاطا في تعاملهم مع وسائل الإتصال الجماهيري ويطلق عليهم "قادة الرأي".

ومفهوم قادة الرأي في هذا المدخل "مدخل إنتشار لمبتكرات"، لا يختلف كثيرا عن مدخل إنتقال المعلومات على مرحلتين غير أنه يضيف تفاصيل أكثر حول شخصية قادة الرأي.

رابعا: محددات وإنتشار المبتكرات:

طبعاً ليست كل الأفكار والمبتكرات على قدر واحد من الذبوع والإنتشار لأنها لا تتشابه في الخصائص والصفات ما يجعل بعضها أكثر رواجاً وأكثر تقبلاً من البعض الآخر وقد خص روجرز وشوميكر المحددات والخصائص التي تحدد مدى ذبوع وإنتشار المبتكرات فيما يلي:

1- الميزة النسبية:

المتحدث أو المبتكر قد يكون شيء مشابه لشيء آخر موجود مسبقاً لكن المهم هو مدى إدراك الفرد للمزايا النسبية للفكرة الجيدة سواء من الناحية الاقتصادية أو الاجتماعية ويقصد بالميزة النسبية عادة مدى الفائدة الاقتصادية التي تعود على الشخص الذي يتبنى الفكرة أو الأسلوب الجديد.

2- درجة التعقيد:

أي مدى إدراك الفرد للمبتكر أو المتحدث على أنه سهل الفهم والإستخدام وتختلف المستخدمات في مدى سهولة فهمها والتعامل معها فكلما كانت الفكرة الجديدة سهلة التعامل والفهم زادت سرعة إنتشارها.

3- الملائمة:

أي كلما أدرك الفرد أن هذه المبتكرات تتفق مع قيمته وإجتماعاته وخبراته السابقة زادت سرعة إنتشارها.

4- القابلية للتجريب:

وتعني مدى قدرة الفرد على تجربة المستخدم على نطاق محدد وقبل أن يتخذ القرار النهائي بشأنه لهذا فكلما كان الفرد على تجربة المستحدث زادت فرصة تذيبه له بحيث يمكن أن يتعرف على المزايا النسبية للمستحدث المبتكر من خلال هذه المعاينة.

5- قبول النتيجة:

أي مدى وضوح إستخدام وتبني المستحدث بسهولة ملاحظة الفرد والجماعة لنتائج تبني المستحدث تزيد من إمكانية إنتشاره وتتيح هذه الخاصية للفرد أن يتحدث عن المستحدث مع الآخرين مما قد يزيد من قناعتهم الخاصة بفوائده.

رغم أهمية هذه الخصائص غير أنها لا تمثل كل الخصائص التي يمكن للمبتكرات أن تتسم بها وإن هذه الخصائص ليست على قدر واحد من الأهمية بالنسبة لإنتشاره، فهناك عدد آخر من المحددات أو الخصائص التي تؤثر على عملية إنتشار المبتكرات.

طبيعة ونوعية المجتمع والنمط الإيديولوجي المسيطر عليه (النمط التفكيري):

خامسا: الإنتقادات الموجهة لنظرية إنتشار المبتكرات:

لقى نموذج إنتشار المبتكرات شيوعا وإنتشارا في بداية الستينات خاصة في دول العالم الثالث غير أنه واجه فيما بعد في السبعينيات جملة من الإنتقادات هي:

1- أن تطبيق هذا النموذج والعمل به في دول العالم الثالث أدى إلى إتساع فجوة المعلومات وإزدياد الفروقات الاجتماعية والاقتصادية بين فئات المجتمع لأن الفئات المتقدمة إقتصاديا وإجتماعيا تشجع أكثر من غيرها على التجديد وممارسته بالإقبال على تلقي المعلومات أكثر من غيرها من الفئات الفقيرة.

2- دعم إتفاق الباحثين والدراسيين لهذا النموذج "الإنتشار" على تعريف محدود للتنمية.

3- إيمان الباحثين وعلى رأسهم روجرز بقوة تأثير وسائل الإتصال على قادة الرأي خاصة وبفاعليتها من مناطق أو بتأثير نظرية الطلقة السحرية أي أن نموذج الإنتشار أخذ مبدأ سريان المعلومات في إتجاه واحد، أي من الحكومة ومراكز التنمية إلى الجمهور المتلقي.

4- الإرتباط الكبير لنموذج إنتشار المبتكرات بنظريات النظم الأربعة للأعلام لقناعتها بأهمية الإعلام وقوته وبذريعة التنمية وخدمة برامجها تسعى السلطات الحاكمة إلى خلق رأي عام وإقناع الجماهير بأفكارها والعمل بها وفق ما جاءت في أفكار نظرية وإنتشار المبتكرات.

كيفية تطبيق مراحل إنتشار المبتكرات على الشبكة العنكبوتية ومواقع التواصل الاجتماعي:

يعد الإطلاع على النظرية وفروضها والهدف الذي أنشأه من أجله نجد أن نظرية إنتشار المبتكرات تنطبق تماما على ما يطرح في الشبكة العنكبوتية ومواقع التواصل الاجتماعي (Social Media) وخصوصا خلال هذه المرحلة مرحلة التي إنتشر فيها (الوباء) فيروس كورونا كوفيد-19 (Covid19) والعالم أجمع يتطلع إلى الإبتكارات والمعلومات عن وجود لقاح أو عقاقير تحد من إنتشار الوباء وكذلك معلومات خاصة عن الوقاية منه.

ونجد أن قادة الرأي العالمي والعربي المتمثل (بالمسؤولية والسياسيين وكذلك الشخصيات الرياضية والفنانين والمثقفين والأكاديميين لهم صولتهم بالنتقيف للوقاية من هذا المرض حيث أن نجد عملية تبني الأفكار هي العملية العقلية التي يمر خلالها الفرد من وقت سماعه وعلمه بالإبتكار إلى أن ينتهي به الأمر إلى مرحلة التبني النهائية، وقد لاحظ روجرز من خلال مراجعته للدراسات الكثيرة أن هناك 5 مراحل أساسية لعملية التبني للمبتكرات:

أولا: مرحلة الوعي بالفكرة Awareness Stage:

يسمع الفرد أو يعلم لأول مرة بالمبتكر الجديد:

1- بشكل عفوي أي يقرأ بالصدفة عن الموضوع

2- أ بشكل مقصود أنه شاهد مثلا برنامجا خاصا حول موضوع ما.

ثانيا: مرحلة الاهتمام **Intrest stage**: رغبة في مزيد التعرف والحصول على مزيد من المعلومات حول الموضوع أي أن السلوك أصبح هادفا.

ثالثا: مرحلة التقييم **Evalludion Stage**: يقيم المعطيات المتوفرة ويقرر إذا كان هناك فائدة لإخضاع المسألة للتجريب العلمي

رابعا: مرحلة التجريب **Trail Stage**: يجرب المبتكر على نطاق ضيق أو لفترة محددة

خامسا: مرحلة التبني **Adoption Stage**: إن كانت مرحلة التجريب غير مقنعة فسيتخلى الفرد عن الموضوع أما إذا اقتنع به فسيتبناه ويطبقه على نطاق واسع.

إستنادا إلى الإبتكارية التي هي الدرجة حيث يتبنى الفرد أو أي وحدة تبني أخرى أفكارا جديدة أسرع تصنيفا مقبولا للمتبنين، وهو الأكثر نسبيا من الأعضاء الآخرين في النظام ومن خلال ما طرح من مراحل خاصة في تبني المبتكرات نجد لها مكانا بين فروض نظرية وأهدافها ومراحلها، كما أن للأنترنت إختلاف جذريا بسرعة النمو والتطور وإنتشار المبتكرات بين الأوساط المرتادة لهذا الموقع.

9- الدراسات السابقة:

إن أي دراسة لا يمكن أن تطلق من فراغ ان لابد من الاعتماد على دراسات سابقة سواء بالانطلاق من نتائجها وما توصلت اليه أو من خلال ادخال متغيرات ومتطلبات جديدة غابت عن الباحثين السابقين ومن بين هذه الدراسات نجد:

الدراسة الأولى: دراسة نجوى فهمي: تجربة الصحافة الالكترونية المصرية والعربية الواقع وآفات المستقبل 1998 تناولت بشكل رئيسي مدى إختلاف الصحف الالكترونية عن النسخ المطبوعة، من الجرائد ومدى استفادتها من تكنولوجيا الوسائط المتعددة في الصحافة الالكترونية مقارنة على اصدار العالمية وإبراز المشكلات الفنية التي تواجهها القائمين على اصدار هذه الصحف والتصورات والمطروحات للقضاء عليها وقد توصلت الباحثة الى جملة من النتائج ابرزها عدم استخدام الصحف العربية لإمكانات الوسائط المتعددة مع عدم سعي هذه الصحف

لاستخدام الوظيفي للتقنيات حيث اكتفيت الصحف العربية في استخدامها للنص الشعبي على الربط بين ايقونات الموجودة في صفحة الاستقبال والموضوعات المرتبطة بها دون ربط هذه الموضوعات بأرشيف الجريدة أو المواقع آخري تعطي القارئ تفاصيل اعمق عن الحدث.

الدراسة الثانية:

دراسة سهلي لامية التفاعلية الإخبارية كالجرائية: دراسة تحليلية لموقعي الشروق والنهار أون لاین 2014-2015 هدفت هذه الدراسة الى وصف الإمكانيات التفاعلية المتاحة في المواقع الاخبارية الجزائرية الشروق اون لاین والنهار أون لاین ثم بموجبها قياس التفاعلية بالاعتماد على مقياس "كاري هيتز" للتفاعلية والاضافات على مستوى هذه الابعاد قياسه وقد تم إضافة بعض التعديلات والاضافات على مستوى هذه الأبعاد، نظرا للمستحدثات التكنولوجية التي يعرفها زمن كاري هيتز أنذاك توصل الباحث الى ست معايير، يقيس من خلالها مدى اتاحة المواقع الإخبارية للتعدد في الخيارات أمام المعلومات ومدى استجابة المواقع الإخبارية لتعدد الخيارات أمام المستخدم، وإمكانية إضافة الى سرعة تحديث المواقع لخبارها وتوصلت الدراسة الى أن المواقع الإخبارية استخدمت بشكل كبير خاصة تعدد الخيارات أمام المستخدم، من خلال توفيرها لنظام الوسائط المتعددة، بكافة اشكاله (نص، صورة، فيديو) في نشر المادة الخبرية داخل مواقعها، كما اشارت نتائج الدراسة الى انخفاض في توفير إمكانيات التفاعلية مثل تحديث المواقع الإخبارية بالمقابل اشارت النتائج الى انخفاض في توفي إمكانيات التفاعلية مثل تحديث المواقع الإخبارية بالمقابل اشارت النتائج الى ارتفاع الدراسة بضرورة توسيع اهتمامات المواقع الإخبارية، واصلت الدراسة بضرورة توسيع اهتمامات المواقع الإخبارية لتوظيف أدوات التفاعلية وتقديم خدماتها وتطويرها، ومتابعة اراء الجمهور حول كل ما هو جديد من تقنيات وأيضا اجراء الدراسات بشكل دوري لمعرفة ما الذي يجذب الجمهور لتطويره والاهتمام به.

سهلي لامية، التفاعلية في المواقع الالكترونية دراسة تحليلية لموقعي الشروق أون لاين والنهار مذكرة لنيل شهادة الماستر في علوم الاعلام والاتصال، تخصص صحافة مكتوبة 2011-2012.

الدراسة الثالثة:

الوسائط المتعددة ودورها في المجتمع مروة عمر منصور، ايمان قطبي أحمد اخلاص محمد احمد، هالة الفاتح الغلي، أم كلثوم عمر محمود، هناء حسن محمود.

- بحث مقدم لنيلت درجة البلايوس يوليو 2010 أهداف هذه الدراسة بناء برامج بالوسائط المتعددة لتنمية بعض المفاهيم لمعرفة الوسائط المتعددة وأجهزتها وبرامجها بيان فاعلية برامج مقترح بالوسائط المتعددة لشرح البرامج التي تستخدم في مجالات الوسائط المتعددة، رفع مستوى الوعي بمعرفة الوسائط المتعددة واثرها في المجتمع، الوسائط المتعددة في حد ذاتها هي مجال غير معروف أو الأخرى نادر فمن خلال هذا المشروع تلفت الانتباه اليها وتسلط الضوء عليها، أما الجمهور التقني في شتى مجالاته وأدوات البحث (استمارة الخبراء، المقابلات الشخصية، الملاحظة بالمشاركة).

- قمنا بالاعتماد على هذه الدراسات كدراسات سابقة في بحثنا، ولذلك لأنها افادتنا في جوانب عدة بالرغم من وجود بعض الاختلافات في العناصر الاطار المنهجي كالنظرية مثلا أو المنهج، بحيث اشتركوا في الأداة ألا وهي استمارة الاستبيان، كذلك تمتعت هذه الدراسات بالعديد من المراجع والمصادر والكثير من المعلومات حول شبكات التواصل الاجتماعي.



الفصل الثاني

الإطار النظري للدراسة

تمهيد

شهد القرن العشرين تطورا سريعا في مجال تكنولوجيا الاتصال وخاصة العقد الأول من الألفية وقد أسهمت شبكة الانترنت في بروز مصطلح الوسائط المتعددة في المواقع الإخبارية الالكترونية لما توفره من أدوات تقنية تحقق التفاعل بين المرسل والمستقبل ,فقد أصبح الإعلام التفاعلي اليوم إحدى أدوات الأساسية التي غيرت وجهة العملية الاتصالية , فأصبحت التفاعلية سمة أساسية مميزة لوسائل الإعلام والاتصال بفضل التطور الهائل في تقنيات الاتصال التي ساهمت في كسر حواجز المكان والزمان وجعلت الجمهور المستخدم لوسائل الإعلام جزءا أساسيا ومؤثرا في وسائل الإعلام.

ومن خلال كل هذا سوف نتطرق إلى مفهوم المواقع الاخبارية وتطورها التاريخي، تم نتعرف على أبعادها وأشكالها ومستويا، مظاهرها والوسائط المتعددة.

المبحث الأول: مدخل عام حول الوسائط المتعددة

المطلب الأول: تعريف الوسائط المتعددة

لغة: كلمة وسائط هي جمع كلمة وسيط، والوسيط هو كل شيء يستطيع إيصال المعلومة، أما التعدد فيعني استخدام أكثر من وسيط لإيصال المعلومات اذا اردت ان تنقل معلومة من شخص الى اخر اما ان تستخدم النص او تبليغ بصوت او الرسم كما تقسر نقل المعلومة بالصوت والصورة والفيديو. اما الوسائط المتعددة فان التعدد يعني استخدام اكثر من وسيط لإيصال المعلومات (حرز الله والضامن، 2006).

اصطلاحا: إن كلمة ملتمديا MultiMedia تتألف من جزئين، الأول هو الكلمة الإنجليزية Multi وتعني التعدد أما الثاني Media فيشير إلى الوسائط الفيزيائية الحاملة للمعلومات، والعبارة كاملة تشير إلى صنف من برمجيات الكمبيوتر والذي يوفر المعلومات بأشكال فيزيائية مختلفة، مثل النص والصورة والصوت والحركة.

(بصبوص وآخرون، 2004، ص 15).

وتعرف بأنها برامج تمزج بين الكتابة والصور الثابتة والمتحركة والتسجيلات الصوتية والرسوم الخطية لعرض الرسالة التي تمكن المتلقي من التفاعل معها مستعينا بالحاسوب.

(بسيوني، 2005، ص 05).

التعريف الإجرائي

وتعرف الوسائط المتعددة MultiMedia إجرائيا بأنها استخدام الحاسوب الآلي أو أي وسيلة تقنية أخرى في عرض برنامج متكامل يشترك فيه النص، الصوت، الرسوم الثابتة والمتحركة، الصور الثابتة والمتحركة (الفيديو) وعرضها بطريقة تفاعلية وفقا لاختيارات المستخدم.

ثانيا: الوسائط المتعددة إصطلاحا

هي مجموعة من الوسائط المتعددة التي يستخدمه الحاسب الآلي لإنتاج برامج ذات مضمون وهدف واضح ليستفيد منها المستخدم، وتعني بالإنجليزية Multi Media.

• ماهية الوسائط المتعددة

إن كلمة Multi Media تتألف من جزئين، الأول Multi وتعني التعدد أو المتعددة والثاني Media ويشير إلى الوسائط الفيزيائية الحاملة للمعلومات مثل الورق والأشرطة، والعبارة الكاملة MultiMedia تشير إلى صنف من برمجيات الكمبيوتر يوفر المعلومات بأشكال فيزيائية مختلفة، مثل الصورة والنص والفيديو والحركة.

هي تصميم نظامي لتطبيقات حاسوبية تتكامل فيها المؤثرات البصرية، الصور الثابتة والمتحركة وأفلام الفيديو والمؤثرات السمعية والنصوص ويمنح المتعلم حرية الحركة والانتقال لإحداث التعلم الإيقائي المطلوب.

هي عبارة عن مجموعة من البرامج تجمع بين مجموعة من الوسائط مثل الصوت والصورة والفيديو والرسوم وصور الفيديو والصوت، بحيث تسمح للمستخدمين بالتعامل مع المعلومات بشكل تفاعلي طبقا لاحتياجاتهم، كما تعطيهم هذه البرامج القدرة على التحكم في السير الذاتي والتحكم في التقديم التغذية الراجعة.

هي طائفة من تطبيقات الحاسوب التي يمكنها تخزين المعلومات بأشكال متعددة تشتمل على النصوص والأصوات والرسوم المتحركة وعرض هذه المعلومات بطريقة تفاعلية وفقا لمسار يتحكم فيه المستخدم.

• خلفية تاريخية عن الوسائط المتعددة

كانت الصحف من أول الأشكال للوسائط المتعددة، إذ أنها تحتوي على نص مكتوب ورسوم إيضاحية وصور ثم كان ظهور السينما في عام 1830 وفي 1887 صنعت كاميرا السينما.

وفي العام 1885 أرسل ماركوني أول إرسال راديو لاسلكي، وفي عام 1901م اكتشف الإشعاع اللاسلكي لموجات الراديو عبر الاطلنطي، ومن ثم أصبح الاكتشاف للهاتف والراديو هما وسيطان مهمان للبت الصوتي، وفي القرن العشرين ظهر التلفزيون كوسيط حديث ومن ثم الراديو عقبه الفيديو والذي أحدث بظهوره تغييرا كبيرا في عالم الاتصالات.

أما في مجال الحاسوب فقد كانت هناك أحداثا هامة منها، في عام 1945 م ألف فانكافار بوثي كتب عن نظام memex اختصار لـ memory extension وهو نظام خاص بتوسيع الذاكرة للحواسيب، وفي عام 1960م قدم تد نيلسون مشروع xanado بداية النص الفائق، وفي عام 1967م قام نيكولاي تفروبونال بتكوين مجموعة هيكلية الماكينات.

وفي عام 1968 برهن دوقلاس انجلبارت نظام NLS اختصار لـ nonliner system لتطوير القدرات البشرية عن طريق الحاسوب، وفي العام م1969 قام فان ديم ونيلسون بتعديل للنص الفائق بجامعة براون.

وفي العام م1976 قدم (Architecture Machine group) أول قرص فيديو للوسائط المتعددة، وفي عام 1985 أنشأ فيغروبونت وينسر معمل للوسائط Media Lab لأبحاث الفيديو الرقمي والوسائط المتعددة، وفي عام 1989م اقترح تم بانزلي الشبكة العنكبوتية World wide web وذلك في الـ "CERN" European laboratory for particle physics، وفي عام 1990م قام كلوبرو ليسكي بتقديم معمل أبل للوسائط المتعددة معمل الوسائط لأغراض التربية.

وفي العام م1991 أصبح MPEG وهي اختصار Moring Picture Expent Group المعيار القياسي للفيديو الرقمي، وفي عام 1991 كانت بداية انتشار الحاسوب والوسائط المتعددة بظهور الحواسيب اللوحية المحمولة، وفي عام 1992 أصبح JPEG المعيار القياسي للصورة الرقمية.

وفي العام م1992 تم بث أول صوت M. Bonne على الشبكة، وفي العام 1993 تم عمل متصفح للانترنت في جامعة الينوي وفي عام 1994 قام كل من جيم كلارك ومارك أندرسون بتصميم متصفح Netscape وفي العام 1995 فقد تم تطوير تطبيق نظام اللغة جافا، وفي العام 1996 بداية القرص المتنوع الرقمي DVD.

في العام 1998 ظهرت لغات الجيل الثالث من الويب وهي لغة (Xhtml) Extensible Hyper Text Mark up Language وفي العام 1998 ظهرت المشغلات اليدوية لملفات MP3، في العام 2000 تم توسيع الشبكة العنكبوتية لتصل بليون صفحة.
مفهوم الوسائط المتعددة

ظهر مفهوم الوسائط المتعددة متزامنا مع تطور الحاسب الآلي خاصة في أجياله الحديثة، ويعود ذلك إلى الستينات من القرن العشرين، ولكن مفهوم الوسائط المتعددة اشتهر وانتشر بشكل واسع وسريع في التسعينات من القرن الماضي، حيث الحاسبات السريعة كبيرة السعة.

والوسائط المتعددة في مزيج من المواد الإعلامية (صوت، صورة، نص، لقطات فيديو)، فالنص المرتكز حول حروف اللغة ينقل الخبر المقروء في شكل كلمات وأبلغ منه الصورة فيقال الصورة أبلغ من ألف كلمة، وكلاهما لا يقاس به أو يقارن لقطات الصورة المتحركة أو لقطات الفيديو عندما تكون مصحوبة بصوت وهكذا في الوسائط المتعددة.

تعتبر عبارة الوسائط المتعددة من أكثر العبارات جدلا حيث أورد (Szupro, 1995, p11) بأنها هي تكامل بين قدرة التلفاز على جذب الانتباه مع إمكانية شبكة الحواسيب والمعرفة في شكل نصوص ورسوم ايضاحية ورسوم متحركة وأصوات ومقاطع فيديو من مصادر متنوعة، وقد عرف هوليبستر (1995، ص 03- 04)، الوسائط المتعددة بأنها عرض حاسوبي يشترك فيه النص المكتوب مع الرسوم المصحوبة بالصوت والصورة المتحركة بعد ربطها بوسائل تسمح للمستخدم بالإمساك بزمام عملية التعامل مع المادة المتضمنة، ويرى أنه

بمقدور الوسائط المتعددة أن تكون إحدى أقوى الأشكال في نقل الأفكار والبحث عن المعلومات وتجربة الأفكار الجديدة لأي وسيط اتصال تم تطويره والقسم الأكبر من برامج التلفزيون والإعلام والرسوم المتحركة هي جزء من مشاريع الوسائط المتعددة، وهنا تكمن القدرة الأساسية.

البرنامج الجيد للوسائط المتعددة يستطيع فعليا توفير تجربة أكثر واقعية مقارنة مع بقية الوسائط كل على حدة، كما تضيف الوسائط المتعددة ميزة مهمة أخرى إلى هذا الخليط هي التفاعلية، كما عرفها أبو السعود بأنها تكوين من النص والصورة والصوت والفيديو المقدمة بواسطة الحاسوب ويطلق على التحكم المستخدم (التفاعل) وأضاف أنه يتم كتابة الوسائط الفائقة Hgpermedia عندما تترابط هذه العناصر بحيث يمكن التجول بينها.

أما تعريف Parsonaje فهو أنها مجموعة متكاملة من وسائط الحاسوب وتحتوي على النص والرسوم الإيضاحية والصوت والرسوم المتحركة والصور الفوتوغرافية والفيديو.

ولقد عرفها عزمي (2001 ص 11 ص 12) بأنها برامج الكمبيوتر تتكامل فيها عدة وسائط للاتصال مثل النص والصوت والموسيقى والصور الثابتة والمتحركة والرسوم الثابتة والمتحركة، والتي يتعامل معها المستخدم بشكل تفاعلي.

وقد عرف هوسيليقر الوسائط المتعددة بأنها عرض حاسوبي يشترك فيه النص المكتوب مع الرسوم المصحوبة بالصوت والصورة المتحركة بعد ربطها بوسائل تسمح للمستخدم بالإمساك بزمام عملية التعامل مع المادة المتضمنة.

كما عرفها الشرهان (2001 ص 180) بأنها عرض المعلومات في شكل نصوص أو محتوى مع وجود بعض العناصر مثل: الصور الرقمية والصوتية والرسوم المتحركة ولقطات الفيديو.

عرف فودة (1423 هـ ص 320) الوسائط المتعددة بأنها اندماج بين كافة العناصر التقنية فهي البرامج التي تجمع ما بين الصوت والصورة والفيديو والرسم والنص بجودة عالية يضاف إلى ذلك التفاعلية، عرف الموسى (2002 م ص 87) الوسائط المتعددة بأنها عبارة عن برامج

تجمع بين مجموعة من الوسائط كالصوت والصورة والفيديو والرسم والنص بجودة عالية وتعمل جميعها تحت تحكم الحاسب الآلي في وقت واحد يضاف إليها التفاعلية، وتعتبر من أقوى الوسائل لكتابة البرامج التعليمية فعن طريقها يمكن استعراض المعلومات وتبادل الأفكار باتجاهين وذلك من البرنامج إلى المستخدم ومن المستخدم إلى البرنامج.

وأوضح Cawkep (2004 ص 2) أن الوسائط المتعددة من المفترض أن تعني تجهيز وعرض المعلومات بواسطة اثنين أو أكثر من وسائط الاتصال حيث أن أجهزة الحاسوب القادرة على التعامل مع النص والرسومات البسيطة متاحة منذ عدة سنوات ويمكن أن تسمى (أجهزة حواسيب الوسائط المتعددة) ومع ذلك فقد تم تطوير العديد من السمات الإضافية، حيث أن الكلمة الآن أصبحت تعني تجهيز وعرض ما لا يقل عن النص والرسومات والصور أن لم يكن كذلك الرسوم المتحركة والفيديو وعادة بالألوان والصوت، هناك العديد من النظم والأنشطة داخل حدود المفهوم ومنها النص التشعبي ومعالجة الصور وأنظمة الضغط وتكنولوجيات الإدخال مثل المساحات الضوئية والكاميرات وتكنولوجيات الإخراج مثل شاشات العرض والاستنساخ وأنظمة النقل والواقع الافتراضي والتصوير والأقراص المدمجة والتقنيات والكتب والمجلات الإلكترونية ومؤتمرات الفيديو وكذلك ألعاب الحاسوب والتسوق المنزلي.

وشرح زيتون (2004، ص 230) المصطلح (Multi media) بأنه يتكون من مقطعين (Multi) أي التعدد (Media) وتشير إلى الوسائط الحاملة للمعلومات من الأشرطة أو الورق وأقراص التخزين المختلفة والعبارة الكاملة (Multi media) تشير إلى برمجيات الحاسوب التي توفر المعلومات بأشكال فيزيائية مختلفة مثل الصورة والفيديو والرسوم والصوت.

فعلية تعريف الوسائط المتعددة على أنها: استخدام الحاسوب في عرض ودمج النصوص والرسومات والصوت والصورة بروابط وأدوات تسمح للمستخدم بالاستقصاء والتفاعل والابتكار والاتصال.

كما عرف بصوص نصر الله محمد (200، ص 15) الوسائط المتعددة بأنها مزيج من المواد الإعلامية التي تعلم المتلقي بخبرات ومعلومات ما وهذه المواد في الصوت والصورة والنص ولقطات الفيديو وربما في بعض الأحيان الحركة.

أورد أنولا (2004، ص 19) أن الوسائط المتعددة تشير إلى مفاهيم وتطبيقات مختلفة عن مجموعة القطاعات التي تتعامل معها مباشرة ونتج عن ذلك مجموعة من المسميات أو التطبيقات مثل الوسائط الموحدة اليونيميديا أو الوسائط المندمجة Mix media أو الوسائط النهائية Ulti media وقد أوضح Solomon (1996, P.X.I) أن كلمة Multi media كانت تكتب بشرطة Multi-media في ستينات القرن العشرين وعت تجارب الفنانين للمزيج بين العروض الفنية الحية مثل النحت والتصوير والموسيقى، وفي سبعينات إلى بداية ثمانينات القرن العشرين عنت عنت الوسائط عروض الشرائح ذات المؤثرات الصوتية و الموسيقى على الشاشات المتعددة و خلال الثمانينيات قامت معامل و مراكز البحوث في الجامعات بتجارب لعرض معلومات متعددة على جهاز الحاسوب (نصوص، رسوم، إيضاحية، رسوم) وأصبح مستخدم الحاسوب يرى ويقرأ ويسمع المعلومات وصارت بيئة تفاعلية مؤثرة ومع تطور البرمجة ولغات التآليف قامت شركة ابل apple للحواسيب باصدار hyper card وهو من اول نظم التآليف للوسائط المتعددة التي مكنت مستخدمي الحواسيب المكتبية من عمل وسائط متعددة تفاعلية وصار من الممكن دمج النصوص والرسوم الايضاحية والصوت والفيديو واكمل مفهوم الوسائط المتعددة وحذفت الشرطة من عبارة MULTI MEDIA وصارت MULTIMEDIA مع ميلاد الأقراص الضوئية الأقراص المدمجة (CD) COMPACT DISK ذات السعة التخزينية الكبيرة وصارت صناعة قائمة بذاتها ومن ثم تم استخدام الوسائط المتعددة MULTIMEDIA لأغراض التعليم والتعلم والترفيه.

تعريف الوسائط المتعددة

يمكن تعريف الوسائط المتعددة بأنها استخدام منظومة متكاملة من الوسائط الكمبيوترية التفاعلية مثل الرسوم الثابتة والمتحركة ثنائية وثلاثية الأبعاد والتسجيلات الصوتية والموسيقية، والألوان والصور الثابتة والمحركة ولقطات الفيديو إلى جانب النص المكتوب بأشكاله المختلفة بحيث يتم توظيف تكنولوجيا تلك الوسائط بطريقة تفاعلية إلى أقصى حد ممكن تحت تحكم الكمبيوتر باستخدام برامج التأليف الكمبيوترية.

يعرفها جالبريث بأنها برامج تمزج بين الكتابة والصور الثابتة والمتحركة والتسجيلات الصوتية والرسوم الخطية لعرض الرسالة ويستطيع المتلقي أن يتفاعل معها بواسطة الكمبيوتر (بسيوني، 2005، ص 05).

ويعرفها جيبسي بأنها تمزج بين الصوت والمواد المرئية لتحسين الاتصال وإثراء عروضها، وأن أصلها أو نشأتها كانت في الفنون والتربية ويضيف أن شاشة الكمبيوتر يمكن أن تشمل على صور فوتوغرافية وتسجيلات صوتية ومقاطع فيديو وفي شكل رقمي.

ويعرفها داستباز بأنها عبارة عن قاعدة بيانات حاسوبية تسمح للمستخدم بالوصول إلى المعلومات في أشكال مختلفة تشمل النص المكتوب والرسومات الخطية ولقطات الفيديو والصوت من خلال عقد اتصال متشابك من المعلومات التي تمكن من استدعاء ما يحتاجه من معلومات بناء على احتياجاته الفريدة واهتماماته.

وعرفها (Fred. T. Hofstetter, 2001, p 03) على أنها (استخدام الحاسب الشخصي في تقديم ودمج النص والرسوم والصوت ولقطات الفيديو، بوصلات وأدوات تجعل المستخدم يبحر، ويتفاعل ويبدع ويتواصل) وهذا التعريف يحتوي على أربعة مكونات أساسية للوسائط المتعددة وهي:

الأول: يتمثل في ضرورة وجود حاسب شخصي لكي يعمل على توحيد ما نراه ونسمعه ونتفاعل معه.

الثاني: يتمثل في وجود وصلات أو روابط لتواصل المعلومات وتتمثل في النصوص والرسوم والصور والصوت، ولقطات الفيديو.

الثالث: يتمثل في أدوات الإبحار التي يجعل المستخدم يبحر على شبكة ليصل للمعلومات التي يريد.

الرابع: يتمثل في ضرورة توافر طرق تمكنك من جمع ومعالجة وتوصيل معلوماتك وأفكارك. ويعرفها عبد الحميد بسيوني بأنها تعبير عن دمج أنظمة مختلفة كمبيوتر ونصوص ومرئيات ساكنة ومتحركة وصوتيات واتصالات في نظام واحد يضع في متناول الإنسان في منزله أو عمله أو أسفاره مجموعة أدوات وتقنيات تتيح له استعمال إمكانات متعددة في نظام متكامل ومتسع ومتفاعل يوسع آفاق الاستخدام من بيئة متعددة الخدمات غير مرتبطة بالمكان مستفيدا من كل التطويرات الحديثة بأسلوب سهل ونظام عمل مسير.

الوسائط المتعددة وخصائصها:

الوسائط المتعددة هي حديث الجميع بالأمس القريب واليوم أو في الغد ويعد نص المستقبل المبني حول الأصل في تطوير قطاعات مختلفة (عملية، تربوية أو ترفيهية) للوصول إلى نواذر على أعلى مستوى من العطاء بهدف رفع كفاءة عجلة الإنتاج، والارتقاء بأساليب البحث والتطوير خفضا للوقت والنفقات.

وهي كذلك مزيج من الأشكال مختلفة أو كصفة تصف بعض الأشكال والمحتويات، لا كثير من الأشكال التقليدية للمواد التي تحتوي على النص والصوت والصور والحركة والفيديو في البرمجة وتستخدم هذه التقنية في كثير من العروض والتعلم وتستخدم في الأغراض التجارية والألعاب وهي من أكثر المفاهيم ارتباطا بحياتنا اليومية والمهنية.

أنه عصر ثورة التكنولوجيا التي عهد التقدم في تقنية المعلومات وتكنولوجيا التعلم التي تأتي مع التغيرات السريعة في كل جانب، يتم استخدام عمل تكنولوجيا الوسائط المتعددة من

قبل المتخصصين في تكنولوجيا وسائل الإعلام في إنتاج وسائل مختلفة مثل برامج التدريب، وصفحات الويب والمواقع الإخبارية وتبادل المعلومات مع الآخرين.

المطلب الثاني: خصائص الوسائط المتعددة: (محمد حسين بصبوص وآخرون، 2004، ص34)

تتميز برامج الوسائط المتعددة بعدة خصائص:

1- **التفاعلية:** يعرف التفاعل في البرامج الوسائط المتعددة إلى الفعل وردود الفعل بين ما يعرفه البرنامج والمستخدم والمتعلم، وهو يشير إلى قدرة المستخدم على التحكم بالبرنامج وضبطه وتسلسل والخيارات المتاحة والتجول بين الخيارات.

ويكثر خاصية استخدام التفاعلية في البرامج والوسائط المتعددة في حالات منها: اختيارات التحصيل (الاختيار من التعدد) والانتقال من مستوى لآخر.

2- **التكامل:** استخدام أكثر من وسيطين في الإطار الواحد بشكل تفاعلي وليس بشكل مستقل وحتى يتحقق التكامل بشكل جيد لابد من التقيد بعدة أمور منها:

- عدم استخدام الصوت منفردا دون مصاحبة بعض المواد البصرية.
- عدم التعليق الصوتي على محتوى النص المكتوب، والاقتصار التعليق الصوتي على العناوين والنقاط الرئيسية.

- لا يجوز التعليق الصوتي قبل ظهور الصورة موضوع التعليق.

- عدم الجمع بين وسيلتين بصورتين في نفس الوقت.

- استخدام التعليق المسموع بدل المكتوب عند عرض مجموعة من الرسوم المتشعبة لعرض مفهوم أو مهارة ما.

- إدخال النص المكتوب يكون في النافذة التي تعرض الرسوم المتحركة وليس بعيد عنها.

- ربط الصورة والرسوم التي تتحدث عن فكرة معينة أو مفهوم محدد بواسطة خلفية صوتية واحدة غير منقطعة.

- عند استخدام المؤثرات الصوتية مع التعليق الصوتي فلا بد أن تكون هذه المؤثرات خافته مع وضوح التعليق الصوتي.

3- **التنوع:** توفر عروض الوسائط المتعددة بيئة تلقي متنوعة يجد فيها كل مستخدم ما يناسبه، ويكون ذلك عن طريق مجموعة من البدائل والخيارات لكل مستخدم، حيث يعتبر مبدأ التنوع اتجاها جديدا في تكنولوجيا الاتصال وأساسيا في تطبيقات الوسائط المتعددة.

4- **التأليف والتنسيق:** وتعني أن كل وسيط لابد أن يتألف من الوسائط الأخرى ويتناسق معها لكي يكملها، وبالتالي لا يصح الجمع بين وسائط غير متألقة، لأن جميع هذه الوسائط يجمعها هدف مشترك.

5- **التزامن:** ويعني مناسبة توقيتات تداخل العناصر المختلفة الموجودة في برنامج الوسائط المتعددة كأن يظهر صورة في متوازي مع التعليق عليها ويراعى أن تتوافق سرعة العرض وإمكانات المستخدم ومراعاة التزامن يساعد على تحقيق خاصيتين هما التكامل والتفاعل
(Rodo Ray, 1995, p 151).

6- **الوحدة والتجمع:** وتعني أن الوسائط المتعددة تتجمع معا وتتحد في وحدة كلية واحدة لتحقيق هدف مشترك لأن تأثير الكل المتحد من عناصر الوسائط المتعددة أكثر فعالية من تأثير عرض كل وسيط بمفرده.

7- **النظامية:** وتعني أن نظام الوسائط المتعددة نظام كامل وله مكوناته المتفاعلة والمتكاملة وله أهداف واحدة ومحددة هذا النظام.

8- **الإتاحة:** وتعني أن عروض الوسائط المتعددة تكون متاحة في الوقت الذي يحتاج فيه المستخدم إلى التعامل معها.

5- **الفيديو:** يعتبر الفيديو أقوى الوسائل التعليمية في العصر الحديث، وأعطت التكنولوجيا صلاحية لمطور المادة التعليمية ومستخدم الحاسوب لإدخال تسجيلات الفيديو إلى الحاسوب وبذلك تكاملت عناصر الوسائط المتعددة كلها.

خصائص برامج الوسائط المتعددة التعليمية بشكل عام

- 1- **التفاعلية Integtive**: يقاس البرنامج التعليمي متعدد الوسائط بمدى درجة إثارته للتفاعل من قبل الطالب أو المتعلم.
 - 2- **التكاملية Integration**: الاختبار المناسب للوسائط المناسبة، والدمج بينهما لتشكيل مزيجاً متكاملًا ومتربطًا لعدد من العناصر المحققة للأهداف المنشودة.
 - 3- **الفردية Individual**: اعتماد برامج الوسائط المتعددة على المهارات الفردية للمتعلمين، ومراعاة الفروق التحصيلية فيما بينهم جميعاً حتى الوصول إلى مستوى الاتقان.
 - 4- **التنوع Diversity**: قدرة البرنامج التعليمي متعدد الوسائط على عرض المحتوى بعدة أشكال مخاطبة حواس الإنسان المختلفة.
 - 5- **الكونية Clobality**: عرض ونشر البرامج التعليمية التي تم إنشاؤها بواسطة برامج الوسائط المتعددة من خلال الشبكات العالمية.
 - 6- **المرونة Filexibility**: التحكم بعناصر البرمجيات التعليمية متعددة الوسائط من حيث التعديل أو التطوير أو الحذف.
 - 7- **التزامن Digitization**: ترتيب توقيتات تداخل العناصر المختلفة المكونة للبرنامج بما يحقق التفاعل والتكامل بينهما (السعود، 2008).
- 2- **الأعمال التجارية**: الأكشاك العامة وغيره من المحيطات التجارية.
 - 3- **الاستخدام المنزلي**: يعد الاستخدام المنزلي السوق الأساس للوسائط المتعددة، فيوجد ألعاب الفيديو التي تطورت بشكل كبير خلال السنوات الماضية، لا يكاد يخلو بيت من هذه الألعاب. كما أن التعليم المنزلي الذاتي أدى كذلك إلى دخول الوسائط إلى المنزل، فالطالب يراجع دروسه، يقوم باختبارات تجريبية، يحل واجباته المنزلية وإرسالها للمعلم من خلال خدمة البريد الإلكتروني.

التعليم عن بعد: هو نظام تعليمي يتم فيه تقديم التعليمات والإرشادات التعليمية بين مدرسين وطلاب يفصلهم الزمان والمكان.

التعليم المنزلي: هو نظام تعليمي يعتمد أساسا على ربط الطالب بجهاز الحاسب الآلي خلال برنامج الوسائط المتعددة المعد أساسا لتدريس المقررات الدراسية، إما من خلال قاعدة البيانات المركزية متصلة بشبكة المدرسة أو مخزنة على أقراص مدمجة.

الحقيقة الوهمية (الافتراضية)

هي أنظمة حاسب آلي تمكن المستخدم من خلالها أن يستكشف عوالم مبتدعة بواسطة الأجهزة والبرامج، تحمل قدرا من المشابهة بالحقيقة.

1- **ندوات الفيديو:** توفر ندوات الفيديو اتصالا مباشرا بين طرفين أو أكثر بواسطة الحاسب الآلي بالصوت والصورة قمعاً.

مميزات الوسائط المتعددة

1- تعدد عناصر الوسائط يؤدي إلى توضيح الأفكار وبث عنصر التشويق والبعد عن الملل ويقرب المعلومة إلى الأذهان.

2- تمكن المستخدم من السير في البرنامج حسب قدرته وفي الوقت الذي يريد وإمكانية التحرك بين الموضوعات المعروضة.

3- توفير وقت وجهد المتعلم، واستخدام أكثر من وسيلة داخل البرمجة الواحدة والميل للتعلم الذاتي وتثبيت المعلومات.

4- يتطلب إنتاج برامج الوسائط إمكانيات مالية كبيرة لتوفير الأجهزة والبرمجيات والكادر البشري و المدرس.

5- نوعية الأجهزة والعتاد المستخدم في الإنتاج يجب أن تكون عالية الجودة والمواصفات.

عيوب الوسائط المتعددة

- 1- يتطلب إنتاج برامج الوسائط إمكانيات مالية كبيرة لتوفير الأجهزة والبرمجيات والكادر البشري المدرب والماهر.
- 2- نوعية الأجهزة والعتاد المستخدم في الإنتاج يجب أن تكون عالية الجودة والمواسفات. (محمد حسين بصبوص وآخرون، 2004، ص 62)

مجالات استخدام الوسائط المتعددة

أدى تطور السريع في أنظمة وبرامج الوسائط المتعددة التي انتشرت استخدامها في العديد من المجالات نذكر منها: (محمد حسين بصبوص وآخرون، 2006، ص 82).

1- التعليم والتدريب.

2- الأعمال التجارية.

3- الاستخدام المنزلي.

أولاً: التعليم والتدريب

تعاني معظم المؤسسات التعليمية والتدريبية من عوائق كثيرة.

عناصر الوسائط المتعددة

اختلف الخبراء في توضيح عناصر الوسائط المتعددة وعددها ومع التطور الذي يحدث في تكنولوجيا الوسائط الحديثة أصبح للوسائط عناصر جديدة تمتزج مع بعضها لتوصل رسالة ما، وهنا نتطرق لأبرز الآراء حول عناصر الوسائط المتعددة. يعددها (موسى، 2002، ص 88) على أنها:

أ- الرسوم: وتشمل إمكانية عرض المخططات البيانية والخرائط كذلك التعامل مع الصور المتحركة والصور الفوتوغرافية.

ب- الأصوات: حيث يتم تحويل الأصوات إلى إشارات رقمية يمكن إضافتها إلى برامج الحاسوب، ويمكن إضافة المؤثرات الصوتية للصور، كذلك يمكن التحكم وتغيير الأصوات من

كل إلى آخر، وهناك البرامج التي تتعرف على الصوت فيمكن إدخال المعلومات والبيانات بالكلام بدلاً من الطباعة.

ج- **النصوص:** يمكن تخزين كمية هائلة من النصوص باستخدام الأقراص المدمجة، ويتم الاستفادة من هذا التقنية بتخزين الموسوعات الضخمة.

د- **الفيديو:** إن تقنية الفيديو متعارف عليها منذ فترة من الزمن إلا أنه بدأ في الفترة الأخيرة اعتمادها كوسيلة لتسجيل الفيديو ضمن برامج الوسائط المتعددة.

بينما جرى (زيتون، 2002، ص 243) أن عناصر الوسائط المتعددة تتكون من:

- 1- نظام المعلومات والبيانات.
 - 2- أدوات لحمل وحفظ هذه المعلومات.
 - 3- أجهزة تشغيل هذه الأدوات.
 - 4- أنظمة الاتصال والتي تسمح بالربط بين كل هذه الأجزاء.
- أما فهمي فيعد عناصر الوسائط المتعددة أنها:

- 1- النص المكتوب في برامج الوسائط المتعددة.
- 2- الرسوم والصور الثابتة.
- 3- الصوت.
- 4- الرسوم المتحركة.
- 5- الصور المتحركة (الفيديو).

أولاً: النص

سهو مجموعة البيانات مكونة من حروف ورموز يجب كتابتها ثم تخزينها بشكل يستطيع الحاسوب قراءته وعند تخزين هذه البيانات في الحاسوب يتم تشفيرها وتحويلها إلى صيغة (0)، (1) تخزن في موقع (Bits) وتدخل النصوص بواسطة لوحة المفاتيح وعن طريق الماسح الضوئي أو إدخالها كصورة، ويكتب في محرر النصوص ويجب الانتباه لنوع الخط ولونه

وحجمه وأن يتم عرضه بالطريقة المناسبة والتي تتناسب مع المستخدم (بصوبص وآخرون، 2004، ص 17).

والنص هو ملك المحتوى (Tay vaughan, 1993, Text the king of content p 22) وهناك عدة أسباب لذلك تتمثل في أن النص هو الخطوة الأولى في كل تكنولوجيا جديدة، بالإضافة إلى أن محتوى النص سهل وبسيط، ومعظم مشروعات الوسائط المتعددة تستخدم النص في توصيل الأفكار والمعلومات والذي يمد المستخدم بالمعلومات، والنص على أربعة أنواع هي: (شفيق، 2007، ص 56)

أ- **النص المكتوب (المطبوع):** كما موجود في الكتب ويظهر على الورق، ولكي يتمكن حاسب الوسائط المتعددة في قراءة النص المطبوع فإنه يحتاج إلى تحويله إلى ما يسمى لغة الآلة عن طريق برامج معالجة النصوص أو محرر النص، وأحيانا يكون النص كل شيء في مشروع الوسائط المتعددة، حيث يكون تنزيله أسهل من النص المحتوى على صور ورسومات (Lan bafiel, 2004, p47).

ب- **النص الممسوح ضوئيا:** إذ يستطيع الماسح الضوئي من قراءة النص المطبوع بعد فحصه وتحويله إلى لغة الآلة كي ينتج النص الممسوح الذي يتاح للمستخدم وهناك ثلاثة أنواع من الماسحات الضوئية هي (المسطح، الدوار، اليدوي). (شفيق، 2005، ص 72).

ج- **النص الإلكتروني:** وهو النص المتوفر في الشكل المقروء في شاشة الحاسوب فكل شخص يكتب أو ينشر يتعامل مع برامج المعالجة الكلمات وأجهزة النشر الإلكتروني التي يمكن قراءة صفحاتها في الحاسوب.

د- **النص الفائق والنص التشعبي:** وهو نوعية خاصة من النصوص يتم تزويدها بروابط تتيح الفرصة للمستخدم الانتقال إلى أجزاء نصية غير تلك التي يستعرضها سواء كانت هذه الأجزاء في المستند نفسه أو في مستند آخر محفوظ في مكان مختلف، والنص الفائق يتيح لنا مجموعة من النصوص مع إمكانية تصفحها والتنقل بينها من وقت لآخر بالترتيب الذي نرغب فيه،

ويعد الانترنت أكثر الأمثلة شيوعا على النصوص المترابطة حيث إمكانية الاستعراض والتصفح التي توفرها أدوات التصفح على الانترنت، ويتحول النص إلى نص تشعبي بعد إضافة الروابط إليه، إذ تتمثل وظيفتها في الربط ما بين مختلف المواقع التي تحتوي عليها النصوص التشعبية، فبمجرد النقر بالماوس على الرابط حتى ينتقل مباشرة إلى النص التشعبي الذي يشير إليه هذا الرابط.

المطلب الثالث: عناصر الوسائط المتعددة

1- الوسيط الصوتي

الأصوات المقصودة في برامج التكنولوجيا الوسائط المتعددة، قد تأتي بشكل أصوات طبيعية كأصوات (الإنسان والحيوان والظواهر الطبيعية) أو تركيبية صناعية كالموسيقى، أو التي تتضمن أصواتا عديدة لشرح مفهوم أو هدف تعليمي معين كما في الأصوات التعليمية، إن الصوت كما جاء عند (روتري، 1984، ص 181).

وقد أوضح "عزمي" إلى أن العناصر الحسية في برامج تكنولوجيا الوسائط المتعددة تعددت، وأنه يمكن الجزم بأن الصوت يعتبر من أهم تلك العناصر، وأنه يوجد بعدة صيغ وأشكال صوتية مثل المؤثرات الصوتية المصاحبة، والكلمات المنطوقة، والموسيقى، والمؤثرات بجميع أشكالها وأنواعها والتي تهدف جميعها للقيام بمساعدة التعلم والتسيير عليه لفهم المحتوى التعليمي البصري من خلال الصوت، وزيادة إدراكه بالواقعية المحيطة بالمادة واستثارة انتباهه للتدعيم وتعزيز واكتسابه لأسس النظرية مرتبطة بمهارات عملية متنوعة. (عزمي، 2001).

2- وسائط الرسوم والصور الثابتة

وتعتبر وسائط الرسوم والصور الثابتة من الوسائط المتعددة المرتبة ذات البعدين المرتبة ذات البعدين وهما بعدا (الطول والعرض) وتستخدم وسائط الرسوم والصور الثابتة لتمثيل الواقع دون حركة وتأتي بعدة أشكال تستخدم في برامج تكنولوجيا الوسائط المتعددة. مثل الصور الزيتية، والصور المطبوعة، والصور الفوتوغرافية سواء الشخصية أو غير الشخصية، وتلك الرسوم الثابتة مثل: الرسوم المسلسلة والكاريكاتير، والتخطيطية، والخرائط والبيانية وجميعها تعتبر تمثيلا حر بالخطوط لفكرة أو للتعبير عن المعني، وتأتي تلك الأهمية لهذه الوسائط المتعددة في تلك البرامج من قدرة تلك الوسائط والرسوم والصور الثابتة على التسجيل والتعبير الدقيق للمادة وإتاحة الفرصة لاكتساب مهارات عملية ومعارف جديدة.

3- الوسيط النصي

أن المتعلم يحتاج دائما وبشكل مهم إلى التواصل اللفظي المكتوب، بالرغم من أهمية الصوت لتوجيه المتعلم نحو التعلم الصحيح، إلا أنه لا يغني عن التواصل اللفظي المكتوب، ومن هنا تأتي أهمية دمج واستخدام النصوص في إثراء برامج تكنولوجيا الوسائط المتعددة، وذلك من خلال وجودها كعناوين أو كتعليمات، وكقوائم أو كخطوط رئيسية لتوضيح وشرح محتوى تعليمي معين.

وأشار فرغان (1994، ص 23) إلى عدد من الأشكال التي يمكن أن يعرض بها النص في برامج تكنولوجيا الوسائط المتعددة مثل: الكلمات أو الجمل أو العبارات أو الفقرات للتعرف بالبرنامج وشرح أهدافه وعرض أهم الموضوعات وسرد للتوصيات المختلفة للمتعلم. وكذلك شرح وتوضيح لمجموعة الأوامر التي تظهر على شاشة الحاسوب وأزرار التفاعل كالأزرار النصية مثل المساعدة أو الغلق أو الخروج.

وقد قام (ت. واي، 1995، ص 35) بعرض وتوضيح أهم القواعد الرئيسية والتي يجب مراعاتها وإتباعها عند استخدام النص في برامج التكنولوجيا الوسائط المتعددة والتي نذكر منها:

- عدم اللجوء إلى استخدام الفقرات الطويلة.
- استخدام الخطوط المعتدلة.
- استخدام التباين اللوني.
- الجمع بين الرسوم أو الصور والنصوص الشارحة لها في نفس الشاشة.
- ترك مساحات فارغة بين الخطوط مع إدخال تأثيرات حركية على النص.

4- وسائط الرسوم المتحركة

وتعتبر بمثابة سلسلة من الرسوم والصور الثابتة والتي تم إعدادها مسبقا من أجل عرضها على شاشة الحاسوب بشكل متماثل ومتتابع وبسرعة معينة منتظمة، والتي ينتج عنها إيجاد بالحركة، ومنها تلك التأثيرات البصرية لبرامج تكنولوجيا الوسائط المتعددة مثل: المسح، والظهور والاختفاء التدريجي والتقريب والابتعاد والإذابة. (أبو الحسن، 1998، ص 25).

وتقوم الرسوم المتحركة بالعمل على توضيح وتركيز تلك الحركات غير المرئية، وعلى تلك العلاقات والعمليات المجردة في المفاهيم العلمية، وعلى توفير الخبرات البديلة للخبرات الواقعية، كما تقوم بعرض الحركة بشكل كامل وفعال ليتسنى للمتعلم المتلقي فهمها بعمق وإعادتها عدة مرات في حالة عدم فهم أو التعمق والاستزادة في الفهم، وهذا ما يحدث في الواقع بشكل فعلي... وهذا الأمر هو الذي يجعل الرسوم المتحركة تسهم فعليا في اكتساب المعرفة وتوظيفها وتنمية المهارات العلمية وتعلمها لدى الطلاب.

(النجدي، وراشد، وعبد الهادي، 1999، ص 35).

عناصر الوسائط المتعددة بشكل عام

- 1- النص: وهو المادة التعليمية التي تفرض على المتعلم بشكل مطبوع، ويتم تقلص إلى الحاسوب بأشكال أكثر تشويقا.
- 2- الصورة: تستخدم على شكل سلسلة متتابعة لتكون عملا متكاملًا ويجب أن يراعي فيها الوضوح والنقا وأن تكون معبرة ومتصلة بالموضوع الأساسي للمادة التعليمية.

3- الحركة: وذلك أن الصور المتحركة أفضل وقعا على نفس المتعلم لأنها تزيد من الجاذبية والتشويق في البرنامج التعليمي.

4- الصوت: وقد يستخدم أحيانا كبديل لاستخدام النص في العملية التعليمية شريطة توظيفه بشكل جيد، سواء كان قراءة نصوص أو مؤثرات صوتية بما يخدم المحتوى التعليمي.

المواقع الإخبارية

تمهيد: لا بد أن نقر من البداية بأن الصحافة الإلكترونية كغيرها من وسائل الاتصال الحديثة المتطورة لم تتبلور بعد، لكن هذا لا يمنع من وجود معايير وقواعد وأصبحت ثابتة يمكن الاسترشاد بها عند الحديث عن الصحافة الإلكترونية.

ولا شك أن الصحافة الإلكترونية أحدثت انقلابا في عالم الصحافة والإعلام بشكل عام، لأنها جمعت بين كل مميزات ووسائل الإعلام (نص وصوت وصورة) وجعلت القارئ يستخدم حواس السمع والبصر - وخلقت معه علاقة حميمة وجعلته طرفا مشاركا في العملية الإعلامية من خلال التحليق وإبداء الرأي فيما تنشره.

"لقد كانت شبكة الانترنت الثورة التكنولوجية الهائلة التي أعطت للإنسان ما لم يكن يحلم به في عالم الاتصالات فلا يقف في طريقها زمان ولا مكان ولا أس عائق أمني وهذا مما أعطى فرصة لظهور الصحافة الإلكترونية التي فرضت نفسها على العالم كنتيجة حتمية لكل التطورات الأخرى.

فقد كان وجود الانترنت دافعا أساسيا لمختلف وسائل الإعلام المقروءة والمسموعة والمشاهدة للتواجد على الشبكة من خلال عمل مواقع إلكترونية لها تؤدي نفس الرسالة الإعلامية، بالإضافة إلى ما توفره شبكة الانترنت من مميزات وسمت تؤهلها للقيام بمثل هذا الدور الإعلامي.

المبحث الثاني: المواقع الإخبارية

المطلب الأول: مميزات المواقع الإخبارية

أصبحت الانترنت عصرية لا يمكن التخلي عنها سواء بالنسبة للمؤسسات الأفراد فهي الموصل الجيد للمستخدمين بالعالم، كما أن المميزات التي تتوفر عليها دفعت أغلب الرسائل الإعلامية المختلفة إلى إنشا مواقع إلكترونية تكون بمثابة الوعاء الإعلامي الجديد الذي تطل منه على العالم وعلى مدار الساعة وبتكلفة رخيصة.

وسع إدراك المؤسسات الإعلامية "حكومية أو خاصة" لأهمية الانترنت وفوائدها العديدة في مجال تكنولوجيا الإعلام شهد العام والمنطقة العربية جزء منها، ظهور العديد من الصحف الإلكترونية والإذاعات والفضائيات والمواقع الإخبارية على الانترنت في محاولة لتخطي حدود الزمان والمكان والمحاذير الأمنية والسياسية.

ومن أبرز القنوات التي ظهرت في هذه الأثناء قنواتنا الجزيرة والعربية اللتان أنشأت موقعين إخباريين لهما على الانترنت لعدة أسباب من بينهما توفير طريقة للبت المباشر لهما عبر الانترنت للوصول إلى أكبر عدد من المشاهدين وكذلك أرشفة مواد القناة والترويج للبرامج والمواد الإعلامية وأيضا تقديم خدمات إعلامية متكاملة.

بالإضافة إلى هذين الموقعين ثمة مواقع عديدة أخرى خاصة بمؤسسات وأحزاب وتيارات سياسية ذات صبغة إيديولوجية سعت جميعها إلى توفير الخدمة الإعلامية وإمداد المستخدم بآخر الأخبار والتطورات.

وبالطبع فإن السبب الأساس لدخول وسائل الإعلام على شبكة الانترنت هو المنافسة والبحث عن فرص لها في ظل تراجع قراءة الجمهور للصحف، بالإضافة إلى الاستفادة من خدمات الشبكة في مجال نشر واستقبال المواد الإعلامية لسرعة نقل الانترنت للمواد الإعلامية وقلة تكلفتها، فشبكة الانترنت توفر العديد من الخدمات للمؤسسة الإعلامية التي تعمل على تقديم الخدمات الإخبارية للجمهور.

ومن أهم المميزات التي تتمتع بها المواقع الإخبارية:

1- لا تقتصر خدماتها على تتبع أخبار السياسة على مدار الساعة بل تقدم أخبارا رياضية وثقافية وفنية وأدبية، وتوفر معلومات اقتصادية ومحركات بحث ومنتديات نقاش ومنصات إرسال للهواتف.

2- إتاحة مصادر معلومات إضافية يمكن الرجوع إليها حول الأخبار وتقديم الأخبار بشكل متنوع "صوت وفيديو ونص" وتوفير خدمات جديدة غير متاحة في وسائل الإعلام التقليدية، وإعداد ملفات صحفية مميزة عن الأحداث المهمة، وتقديم خدمات تفاعلية مثل البريد الإلكتروني واستطلاع الرأي، إضافة إلى تحديد مصادر الأخبار والمعلومات ثم شهرة المؤسسة الإعلامية التي تصدر الموقع وسمعتها، ومراعاة التحديث وإتاحة الانتقال لمصادر معلومات مرجعية ومواقع ترتبط بالمادة.

3- الفورية: وتعني السرعة في نقل الخبر وهي بذلك تتنافس مع الفضائيات في نقل الأخبار العاجلة وربما سبقتها في نقل تفاصيل الأخبار خاصة وأن الفضائيات تلتزم بمواعيد نشرات ثابتة.

4- العمق: فرغم ان الأخبار على المواقع تتميز بالجمل والفقرات القصيرة فإن ذلك لا يمنع من تحقيق صفة العمق من خلال الإحاطة بالقضية والروابط الشعبية وهذا يقودنا إلى نقطة التالية.

5- التنوع: تقصد بها قدرة المواقع الإخبارية على تقديم المادة الإعلامية في أكثر من شكل صحفي فضلا عن الروابط والمرفقات واستخدام الوسائط. (هبة ربيع، 2009، ص63)

6- التفاعلية: أهم ما يميز الإعلام الجديد عموما هو التفاعلية، بحيث لم يعد المتلقي بمجرد طرف سلبي يتلقى ما ينشر، أو يذاع ولكنه أصبح مشاركا من خلال تعليقات وحلقات النقاش.

7- الأرشفة: حيث توفر هذه المواقع أرشيفا إلكترونيا خاصا بها أو بالقنوات التي أصدرتها مما يسمح للمستخدم بالرجوع إلى الموضوعات التي يريدها وفي أي الوقت.

8- وفرة المواقع الإخبارية فرصة كبيرة للقنوات الفضائية لتقديم البث الحي لها مما وفر لها إمكانية الوصول إلى إعداد كبيرة من المشاهدين في بلدان لا تسمح السلطات فيها ببث القنوات الفضائية وهي ميزة خاصة للمواقع الإخبارية المرتبطة بالفضائية الإخبارية كالجزيرة والعربية.

المطلب الثاني: اتجاهات المواقع الإلكترونية

لا أحد يستطيع أن ينكر أهمية الثورة التكنولوجية وتأثير شبكة الانترنت على مختلف مجالات الحياة وأحدثت فيه نقلة نوعية جعلته حاضرا في حياة الإنسان على مدار اليوم. فالمواقع الإلكترونية اليوم تنافس بشدة وسائل الإعلام الأخرى وأصبح كثير من الأبحاث العلمية يتجه الآن لبحث الاتجاهات المستقبلية للعلاقة فيما بينهما وهل هي تكامل أو تنافس؟ من يقضي على من؟

وهل سيتحول الإعلام إلى الهواتف الذكية ولن نجلس أمام شاشة تلفزيون؟

وهل ستتغير غرف الأخبار مستقبلا؟

هذا الجدل يتجدد مع ظهور أي وسيلة إعلامية جديدة والثابت تاريخيا أن أي وسيلة ظهرت لم تقض على الوسيلة السابقة، قد تكون فرضته عليها نوعا من التجديد والتطوير لكنها لم تلغها تماما ومع ذلك قد يحدث تطور استثنائي بفعل التقدم التكنولوجي المتسارع وتغير سلوك الأجيال القادمة ومن ثم قد يحدث ما يخالف تلك القاعدة.

وللإشارة فإن الكلام عن انتشار الصحافة الإلكترونية من عدمه وهل تهدد الصحافة الورقية أم لا؟ يرتبط دائما بمدى انتشار شبكة الانترنت ولا سيما في العالم العربي، حيث يرى كثير من الكتاب أن الحديث عن تهديد الصحافة الإلكترونية لنظيرتها الورقية يدور في الدول المتقدمة التي تعرف انتشارا كبيرا لشبكة الانترنت وليس في الدول المتخلفة (من بينها الدول

العربية). (إبراهيم بعزير، 2012، ص 190)

فالإعلام اليوم غير إعلام الأمس سواء من حيث الشكل أو المضمون حيث اختلف المضمون وطريقة تقديمه وتعددت أنماطه واتجاهاته كي تتواءم مع الثورة التكنولوجية والإعلامية في عصر يتميز بالتزاوج بين الجانب التقني والمعلوماتي.

وبالتالي من الصعب التكهن باتجاهات المستقبل وما يمكن أن تحدثه التطبيقات الإعلامية الحديثة على وسائل الإعلام وفي هذا الصدد يقول الدكتور الصادق رابح بأنه: "صعب التكهن والتوقع بفعل الثورة الرقمية التي أعادت تشكيل واقعنا ورؤيتنا له، فالمفارقة أن العالم يعيش هذه المرحلة الحاسمة في تاريخه يبدو عاجزا عن توقع نتائج وآثار الهزات التي تعرفها كل الفضائيات الجماعية. (الصادق رابح، 2004، ص101)

على الرغم من الاعتراف بذلك والإقرار بأن تلك الاتجاهات مجهولة في طيات المستقبل فإن ثمة اتجاهات بدأت تتبلور الآن بعد تجربة عقدين من الزمان خاصة أن تكنولوجيا الاتصال قد بانث جزءا من حياتنا وتشكل توجهاتنا اليومية.

ويرى الدكتور محمد جاسم فلحي، أن الاتجاهات الحالية والمستقبلية في تطور وسائل الاتصال تفرض نموا واحدا أو أكثر من التطورات المتوقعة.

(محمد جاسم فلحي، 2005، ص2006)

أ- تكريس اللامركزية في الإرسال والاستقبال من خلال ظهور خدمات إعلامية جديدة توجه وسائل متخصصة تلبي ميول النزعات الفردية وتتلاءم مع غياب فئات محددة من الجمهور.

ب- الميل نحو الهيمنة والاندماج وتشكيل (إمبراطوريات إعلامية) وشركات ضخمة ذات ملكية مشتركة ومتعددة الجنسية لأن الإعلام بات يمثل نوعا من الصناعة التي تحتاج إلى الأجهزة والخيرات ومحاولة كسب الأرباح والقضاء على الشركات المنافسة.

ج- التوافق بين التقنية القديمة والحديثة سد النقص في التقنيات القديمة ولكي تصبح صالحة للاستعمال في ظل التطورات السريعة، أي أن المتلقي يستطيع الاحتفاظ بجهاز الهاتف

اللاسلكي والتلفاز الاعتيادي إلى جانب الحاسوب الذي يمكن أن يستقبل ويرسل المعلومات وبأنواعها المتعددة.

د- التفاعل بين المرسل والمتلقي حي لم تعد عملية الاتصال تسير في اتجاه واحد بل تجري عبر المشاركة في صياغة الرسالة الإعلامية، وقد أصبح المتلقي مرسلا وصانعا للنص والمضمون وذلك عن طريق التحكم في اختيار المادة الإعلامية ونشرها وإبداء الرأي المباشر والتعليق على الأخبار والحوارات والبرامج الأخرى.

ويرصد الخبراء ثلاثة اتجاهات رئيسية سيعتمق وجودها في مجال الصحافة والمواقع الإلكترونية. (جمال غطاس، 2005)

الأول: ازدهار صحافة الهواة (البلوجرز)

فالكثير من الخبراء يرشح الظاهرة كأحد الاتجاهات المستقبلية للصحافة الإلكترونية عبر الانترنت خاصة حينما يتعلق الأمر بقضايا كبرى سواء على مستوى العالم كقضايا الحرب والسلام وحقوق الإنسان والبيئة، أو قضايا قطرية ووطنية كنظم الحكم والتنمية الاقتصادية والاجتماعية وتوزيع الثروة والسلطة والحريات العامة وغيرها.

غير أن ظهور وسائل الإعلام الاجتماعي وسيطرتها على المشهد الإعلامي جعل عمليات التدوين تتحسر.

الثاني: صحافة المصدر المفتوح

يرى البعض أن هذا المفهوم بدأ يتسلل إلى عالم الصحافة الإلكترونية عبر الانترنت خاصة مع نشوء وانتشار صحافة الهواة وعدم اقتصار ممارسة هذا العمل على المؤسسات المحترفة فقط، والمتصور في هذه النقطة أنه ستنشأ في المستقبل مواقع أو تجمعات على الشبكة المعلومات وأخبار وبيانات وتقارير وتعليقات ومساهمات شتى يقدمها هواة متحرفون وأفراد من الجمهور من شتى أنحاء العالم ويمكن لأي صحفي أو إعلامي محترف أو هاو التعامل معها والاستفادة منها بما يناسب احتياجاته في عالم الصحافة الإلكترونية.

المبحث الثالث: المواقع الإلكترونية

من المتوقع أن ينشأ نوع جديد من الصحافة الإلكترونية مستقبلاً يمكن أن نطلق عليه الصحافة الشديدة التكيف أو التي توفر مستوى من الشخصية يصل بها إلى التكيف بشدة وسرعة مع احتياجات ورغبات الجمهور حتى تصل إلى الدرجة التي يستطيع فيها كل فرد من أفراد الجمهور على حدة أن يحدد سلفاً طبيعة ومحتوى صحيفته الإلكترونية أو موقعه الإلكتروني الصحفي المفضل بشكل عميق وشامل وفي هذه الحالة يمكن القول إن الصحيفة الإلكترونية باتت تقدم نسخة خاصة لكل فرد أو قارئ على حدة.

المطلب الأول: خصائص الوسائط المتعددة على المواقع الإخبارية

على اعتبار مبدأ تعدد الوسائط وتنوعها وتكاملها في عرض الرسالة في جميع المجالات، لأن عزل هذه الخصائص الثلاث عن بعضها يخرجها بعيداً عن المفهوم ويعيدنا إلى مفهوم وسائل الاتصال الجماهيري في الخصائص والوظائف المنفردة لكل وسيلة، وعلاقتها بالجمهور الخاص بها، ويمكن تحديد هذه السمات في:

- إن استخدامها في المواقع الإعلامية مرهون بخصائص تكنولوجيا الشبكات وحاجات المتلقين، وبذلك فإنه ليس شرطاً استعمالها مجتمعة، كما أنها ليست ضرورة للعرض والتقديم، ولكنها ميزة تميز موقعها إعلامياً عن آخر يستهدف الوصول إلى المتلقين، وفقاً لحاجاتهم وتفضيلاتهم في التعرض إلى الوسائط.

- يعتمد استخدام الوسائط المتعددة على استخدام الملفات الجاهزة (صوت، صورة، فيديو) لتدعيم المعنى والعمليات المعرفية، وتلبية حاجات المتلقين، وذلك من خلال دعم النصوص بالصوت أو صور الفيديو.

- يعتبر استخدام الحي "البث" للوسائط مثل اللقاءات الصوتية أو صور الفيديو في مواقع الأحداث أساس بناء المواقع بتقنية الوسائط المتعددة.

- مراعاة الخصائص الفنية في الإنتاج والعرض والتقديم الخاص بكل وسيلة على حدة.

- سيادة المفهوم المؤسسي في إنتاج الوسائل المتعددة وعرضها وتقديمها على الموقع الواحد، ويتأثر ذلك بالأهداف والسياسات والأفكار والتنظيمات وعلاقتها بغرفة الأخبار والعاملين فيها.

- تتطلب الاستفادة القصوى من برمجيات الوسائط المتعددة وخصائصها تعدد مهارات الصحفيين، وتطورها تماشياً مع البيئة الإعلامية والإلكترونية الجديدة وحركات الصحافة العامة وتزامن وع إمكانيات الشبكة ، فيجب الأخذ بعين الاعتبار أن صحافة الانترنت هي صحافة الوسائط المتعددة، وهي تمثل شكلاً من الإعلام الجديد خلقت الوسيلة، لذلك يجب الابتعاد عن الأسلوب القديم للوسائل الإعلامية التقليدية في تناول القصص الإخبارية وربما يشعر بعض الصحفيون بالخوف والإحباط من مفهوم صحافة الوسائط المتعددة ولكن هذا الخوف لا مبرر له، ويمكن التغلب عليه ومن خلال اختيار قصص مناسبة ليتم تغطيتها بأسلوب الوسائط المتعددة، وأن التعاون بين فريق من العاملين في موقع إخباري يسمح بمعالجة قصص على قدر مناسب من التعقيد والجدية والطموح، وهذا ما أكده الكاتب الصحفي رونالد وي ولك.

فالصحافة الإلكترونية تعد بيئة عمل جذابة بالنسبة للشباب، فهي توفر فرص العمل لجيل جديد من الإعلاميين، مما يمتلكون مهارة التعامل مع التكنولوجيا الاتصالية الحديثة، ويفهمون كيف يوظفونها فهي أساسية في التحرير، وإعادة التحرير.

وعلى المحررين الجدد أن يعرفوا كيف يدخلون المقاطع الصوتية ومقاطع الفيديو في الموضوع، وعليهم أن يدركوا السرعة في التحرير، حيث يتعاملون مع الأشياء بعقل المستقبل إلى فريق وسائط متعددة يضم الصحفي والمنتج وأخصائي الفيديو وأخصائي الصوت المؤتمرات عن بعد التي تمكن الصحفي من إجراء الحوار دون التنقل، واستخدام قوالب تحرير جديدة تناسب الوسيلة الجديدة، حيث حلت النصوص.

المطلب الثاني العلاقة الوظيفية للوسائط المتعددة في العمل الصحفي الإلكتروني

يرى العديد من المختصين أن مسألة الوسائط المتعددة لا يمكن حصرها فقط في تعداد مزاياها، بل الأهم هو المعرفة، فالوسائط المتعددة ليست مجرد تقنيات جديدة يستخدمها الإنسان

لتنظيم المعلومات وتوثيقها وتوزيعها بل هي مؤسسة لثقافة جديدة في عوالم مختلفة تتغير فيها علاقته بالآخرين وبالأشياء من منطلقات منها: أن التكنولوجيا هي من المحددات الرئيسية للثقافة، فالكومبيوتر والوسائط المتعددة تساهم في تغيير تركيبة العلاقات الاجتماعية، لأنها تعيد صياغة وتشكيل طرق تنظيم المجموعات البشرية بإحداثها لنظم اتصالية جديدة، وهي إحدى عوامل تغير الفضاءات الاجتماعية للأشخاص وخاصة بالنسبة للأجيال.

(منار فتحي محمد، د.س، ص52)

ويعد أكبر تأثير للوسائط المتعددة ما أطلق عليه الباحثين التقارب الإعلامي "Comveragence Media" بإزالة الحواجز بين الأشكال والوسائل الإعلامية المختلفة، فقامت المؤسسات الإعلامية بدمج صالات التحرير في موقعها الإلكتروني، وقامت شركات أخرى بتحويل أنشطتها استنادا على خبرتها بإزالة الحواجز بين الأشكال والوسائل الإعلامية المختلفة، فقامت المؤسسات الإعلامية بدمج صالات التحرير في موقعها الإلكتروني، وقامت شركات أخرى بتحويل أنشطتها استنادا على خبرتها، إذ استجابت لاحتياجات الجمهور واختارت أن تتحول إلى "محركات للمعلومات" حتى لا تتخلى عن نصيبها في السوق، ولو يكن التغير سهلا لأنه يعني التحول من أحادية وسائل الإعلام إلى هيكل الوسائط المتعددة الكاملة، وتعدت الصحافة الإلكترونية فكرة "تقارب المنصات" إلى "التقارب في الحرفة" ليكون الصحفي قادرا على إنتاج الصور والفيديو، والتخطيط وإدارة التحكم بالألوان، وهذا لا يقل أهمية عن الكتابة الجديدة، وصار التصميم (تصميم المواقع) في صناعة الصحافة الجديدة.

فلقد تحدثت الصحافة نفسها وفريقها لكي تخطو بهم خطوة خارج خبراتها، ومحاولة تنسيق مجموعات من الأنباء تستفيد من كافة الأشكال والإطارات الإعلامية المتاحة، ومحاولة توظيف الفلاش لإنشاء وجهة مشاركة تحوي الرسومات والصور والفيديو والصوت في عرض متواصل لا ينقطع - تقنيا - من قبل المستخدم.

فالفيديو مثلا بمنح الأخبار المزيد من الاختصار بدلا من الإسهاب في الشرح المكتوب، شريطة إكماله للقصة الخبرية، وصارت التقارير غير المدعومة بالوسائط المتعددة جافة، لأن الوسائط المتعددة تجعلها حية، وهو ما أظهر مفهوم "التعبير المبتكر في الصحافة" والذي يعني اعتماد أفكار وتكنولوجيات جديدة حول كيفية توزيع الأخبار على الجمهور.

إن الوسائط المتعددة تضيء على العمل الصحفي حيوية، مما يزيد من قوة العرض ويزيد من خبرة المتلقي فالتعدد والتنوع في توظيف الوسائل المتعددة هدفه هو نقل الأفكار في أكثر من وسيلة، تدعم الفكرة والمعنى في مزيج واحد، وتعمل على استثارة الحواس وتنشيط العمليات المعرفية، أين تزيد حدود التفاعل الذي يعتبر الهدف الأساسي في بناء المواقع الإعلامية والذي توفره الوسائط المتعددة وتتيحه شبكة الانترنت عن طريق البريد الإلكتروني وجماعات الأخبار والتليتكست.

والدور الصحفي هو الآخر تغير وتبدل من مفهوم الحارس إلى مفهوم الوسيط، مما حمل الصحفي مسؤوليات جديدة على عاتقه، فعلى الصحفي أن يتعلم المزيد، لأن الصحافة الإلكترونية تحتاج لعدد أقل منهم، والصحفي "الشبكي" يجب أن يكون أفضل من الصحفي في أي وقت مضى لأنه يعمل مع الجمهور يعتقد أن يعرف أفضل، والمعلومات متوفرة وسهل الوصول إليها، لذلك على الصحفي أن يضيف قيمة مضافة إلى التقارير، ويجعلها أعمق وأكثر تكاملا على نحو أفضل من ذي قبل وقد نجد بعض الصحفيين يعلقون على الموضوع باعتبار أن إدخال الوسائط المتعددة يعد تبديلا خارج نطاق مهمته ومهنته، ولكنه لو فكر قليلا واستجاب لحتمية الواقع بالتدريب عن هذه المهارات سيجد أنه بهذا يخدم رسالته، ويصل بها إلى أكبر عدد من الجمهور ويجعلها تحظى بأكثر قدر من التفاعلية والتقدير والاهتمام منهم.

المطلب الثالث: مستقبل الصحافة الإلكترونية في ظل الوسائط المتعددة

انعكاسات الوسائط المتعددة على الصحافة الإلكترونية

تقتني المؤسسات الإعلامية المعدات التقنية الحديثة لتحقيق هدفين:

الهدف الأول: يتعلق باستخدامها الاستخدام الأمثل في إنتاج المواد الإعلامية.

الهدف الثاني: يتعلق بأمور تتصل بهيئة المؤسسة واحترامها أو نفوذها ويطلق على هذه التكنولوجيا تكنولوجيا متعددة الوسائط مما أدى إلى ظهور خدمات متنوعة، ومتعددة لتلبية حاجات المستخدمين من المعلومات.

وقد نظر إلى الصحف الإلكترونية في البداية كخدمة مكملة لما تقدمه النسخة المطبوعة من الصحيفة ثم أثير النقاش حول فكرة أن تكون الصحيفة الإلكترونية بديلا عن الصحيفة المطبوعة، ويكمن وراء ذلك عدة أسباب هامة منها: التفوق الذي أبدته المحطات التلفزيونية الإخبارية في تغطية الأحداث مثل قناة CNN وقناة الجزيرة القطرية، بالإضافة إلى جذب تلك الصحف القراء وتخطيها لمعوقات الورق وارتفاع أسعاره، (عبد الفتاح علي، 2014، ص45)، لذا تأتي أهمية التعرف على التحديات التي أحدثتها الصحافة الإلكترونية الرقمية من خلال ذكر المميزات غير المتوفرة في الصحف المطبوعة نذكر منها سبيل المثال:

(فريد مصطفى، 2010، ص92)

- إمكانية إضافة الوسائط المتعددة إلى جانب النص والأحرف، بحيث يمكن إضافة الصوت والصورة والفيديو والتأثيرات المختلفة إليها بكل بسر، مما يزيد من إقبال وشد انتباه القارئ إليها.
- إمكانية تحديث طبعات وإصدارات الصحف المطبوعة محدودة، بينما يمكن إتمام التحديث لكل بضعة دقائق مما يجعلها سبابة في نشر المعلومات في لحظة وقوعها.
- إمكانية تشخيص الصحف لكل قارئ على حسب ميوله وهواياته واهتماماته الشخصية، يمكن للقارئ أن يصمم الصحيفة الخاصة به، ويحدد نوعية وكم الأخبار والمعلومات التي يريد إمكانية التفاعل مع القارئ، فالقارئ هنا يستطيع التماور والمناقشة وإبداء الآراء مع الكتاب والنقاد والقراء الآخرين حول نقاط مختلفة.
- إمكانية الاطلاع على الأرشيف الإلكتروني للأعداد السابقة من الصحيفة بكل يسر وسهولة عبر قاعدة البيانات الخاصة بالجريدة.

ويشير غوردن على أن الانترنت يمكن أن تقدم على الأقل ثلاث قدرات تساعد على جعل الصحافة الإلكترونية قوة مؤثرة وهي:

1- انفتاح الانترنت وقدرته على الوصول للجمهور.

2- خصائص الانترنت بتوظيف تكنولوجيا الهايبر تكست.

3- برنامج RSS التي تساهم في وصول الموضوعات ذات الصلة، التي يحتاجها المستخدم.

ويؤيد توم فيليس الاتجاه القائل بأن قوة الصحافة الرقمية تكمن في القدرة على دمج وسائل الإعلام المختلفة، حيث يمكن أن تتابع أخبار العالم على الانترنت مع مزيد من الصور والصوت والفيديو، وهذه وظيفة فريدة يمكن أن تجعل الصحافة الرقمية تأخذ وقتا كثيرا من وقت قراءة الصحف ووقت مشاهدة التلفزيون، لذا تطالب إحدى الدراسات صحفي الانترنت بأن يولوا اهتماما أكبر بكل من صحافة المواطن وصحافة الملتيميديا، لأنها ستجذبان الجمهور بشكل أكبر في ظل زيادة الإقبال على الإعلام الاجتماعي، فالصحافة الإلكترونية تعنى بتغذية المحتوى بكل ما توفره الانترنت من خدمات، ويصف البعض صحافة الويب بأنها: "صحافة الحديث" ويرى تشارلي بكيث في كتابه "إنقاذ الصحافة ينقذ" أن الصحافة الإلكترونية يجب أن تأخذ أفضل ما في الصحافة المدنية، المطبوعة وحلت الكلمات التي تومض Falsh محل الكلمات المطبوعة على الورقة. (مجبل لازم موسى المالكي، 2005، ص20)

هذه المميزات وغيرها، تمثل تحديا فعليا للمؤسسات الإعلامية في الاستثمار داخل شبكة الانترنت تماشيا مع العصر الإلكتروني وتحولاته.

خلاصة الفصل:

لقد تناولنا في هذا الفصل دور توظيف الوسائط المتعددة في المواقع الاخبارية الالكترونية كنمط اتصالي إعلامي، وحاولنا التطرق إلى نشأة ومراحل تطورها الذي عرفه هذا النمط الاتصالي، الى جانب التعرف على أبعادها المختلفة، بالإضافة إلى التوسع في أشكالها ومظاهرها في الصحافة الالكترونية كما تأرجحنا إلى التعريف بالوسائط المتعددة ومكوناتها.



الفصل الرابع

عرض وتحليل ومناقشة النتائج

1- عرض وتحليل ومناقشة النتائج

أولاً/ تحليل نتائج محور الأول البيانات الشخصية

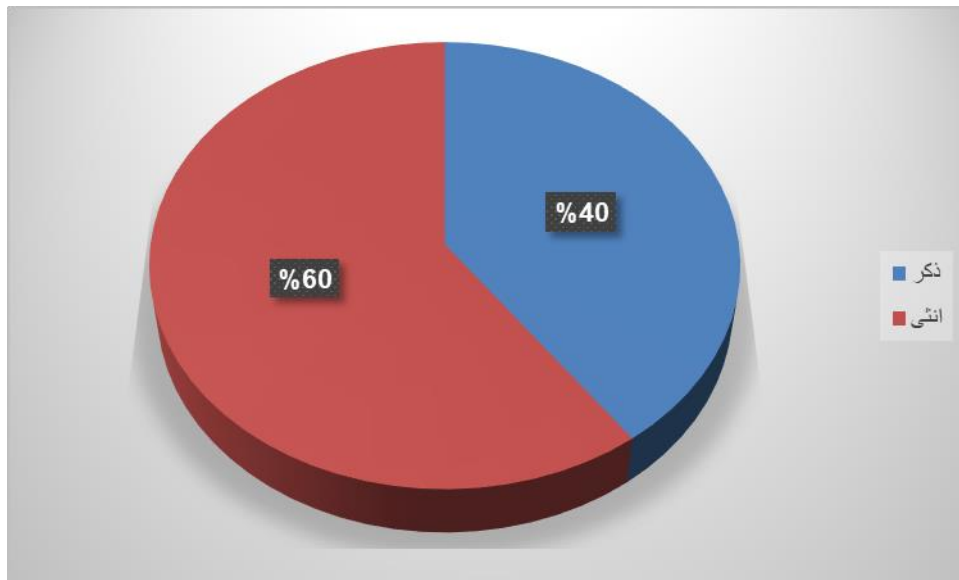
الجدول رقم (01) يوضح توزيع إجابات أفراد عينة الدراسة حسب الجنس:

الجنس	التكرار	النسبة
ذكر	20	40%
انثى	30	60%
المجموع	50	100%

من خلال الجدول أعلاه وبالنظر إلى تكرارات أفراد مجتمع الدراسة والبالغ حجمهم الإجمالي 50 فرداً، نلاحظ أن 20 يمثلون حجم الذكور بنسبة بلغت 40%، أما حجم الإناث فقد بلغ 40 بنسبة قدرت بـ 60%.

الاستنتاج:

من خلال تحليل نتائج الجدول نلاحظ أن أغلبية أفراد العينة هن إناث



الشكل رقم (01) يمثل توزيع إجابات أفراد عينة الدراسة حسب الجنس

الجدول رقم (02): يوضح توزيع إجابات أفراد عينة الدراسة حسب السن

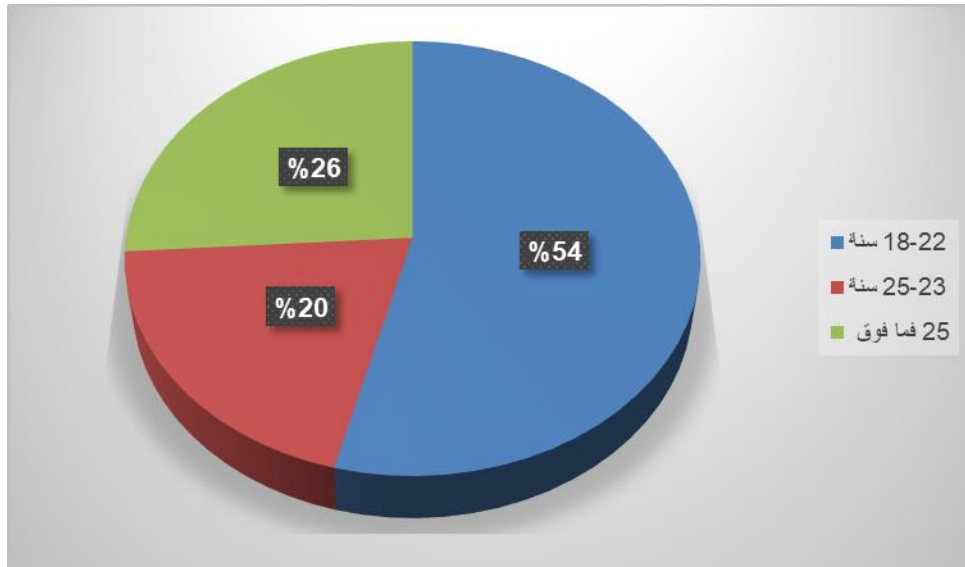
الاجابة	التكرار	النسبة
22-18 سنة	27	54%
23-25 سنة	10	20%
25 فما فوق	13	26%
المجموع	50	100%

من خلال الجدول أعلاه وبالنظر إلى تكرارات أفراد مجتمع الدراسة والبالغ حجمهم الإجمالي 50 فرداً، نلاحظ أن فئة 22-18 سنة هي الأغلبية ب تكرار بلغ 27 وبنسبة مئوية بلغت 54% في حين نجد أن الفئة السنية 25 فما فوق بلغ فيها عدد التكرارات 13 بنسبة مئوية قدرت ب 26% وفي الأخير نجد فئة

23-25 سنة بلغ عدد التكرار 10 بنسبة مئوية قدرت ب 26%.

الاستنتاج:

من خلال التحليل نجد طان الفئة السنية من 18 الى 22 سنة تشكل الأغلبية



الشكل رقم (02) يمثل توزيع إجابات أفراد عينة الدراسة حسب السن

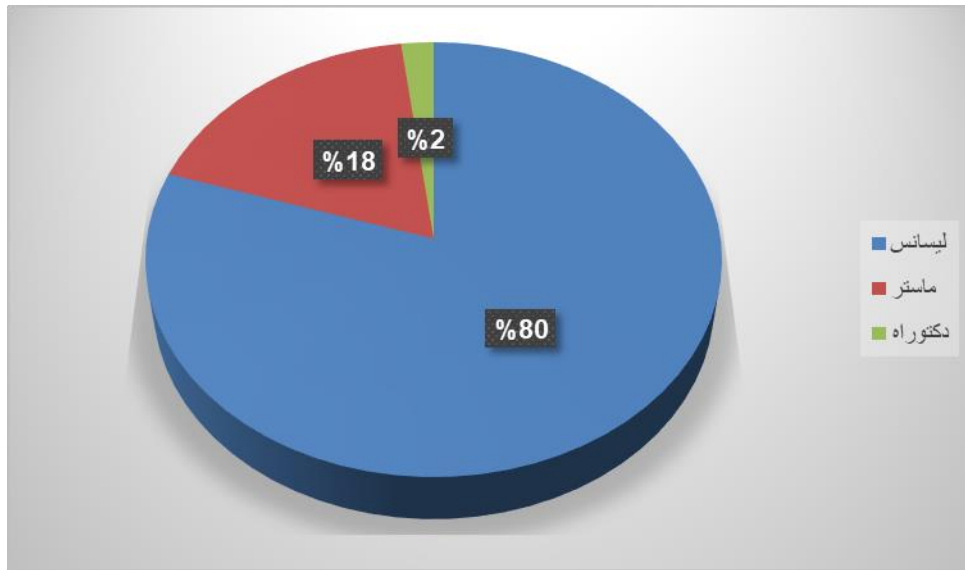
الجدول (03): يوضح المستوى الدراسي لأفراد العينة

الاجابة	التكرار	النسبة
ليسانس	40	80%
ماستر	9	18%
دكتوراه	1	2%
المجموع	50	100%

من خلال الجدول أعلاه نلاحظ أن إجابات أفراد عينة الدراسة والبالغ عددهم إجمالاً (50) فرداً قد انقسمت إلى ثلاث مجموعات، تمثلت المجموعة الأولى في الأفراد الذين تمحورت إجاباتهم بالعبارة " ليسانس " وقد بلغ عددهم (24) فرداً بنسبة مئوية بلغت 80% أما المجموعة الثانية فتمثل الأفراد الذين كانت إجابتهم على هذا السؤال بالعبارة "ماستر" والبالغ عددهم (9) بنسبة مئوية قدرت بـ 18%. أما المجموعة الثالثة والأخيرة فتمثلت في الأفراد كانت اجابتهم بالعبارة "دكتوراه" بتكرار (1) بنسبة مئوية قدرت بـ 2%.

الاستنتاج:

من خلال تحليل نتائج الجدول نجد أن اغلبية أفراد العينة يدرسون في الطور ليسانس



الشكل (03): يمثل المستوى الدراسي لأفراد العينة

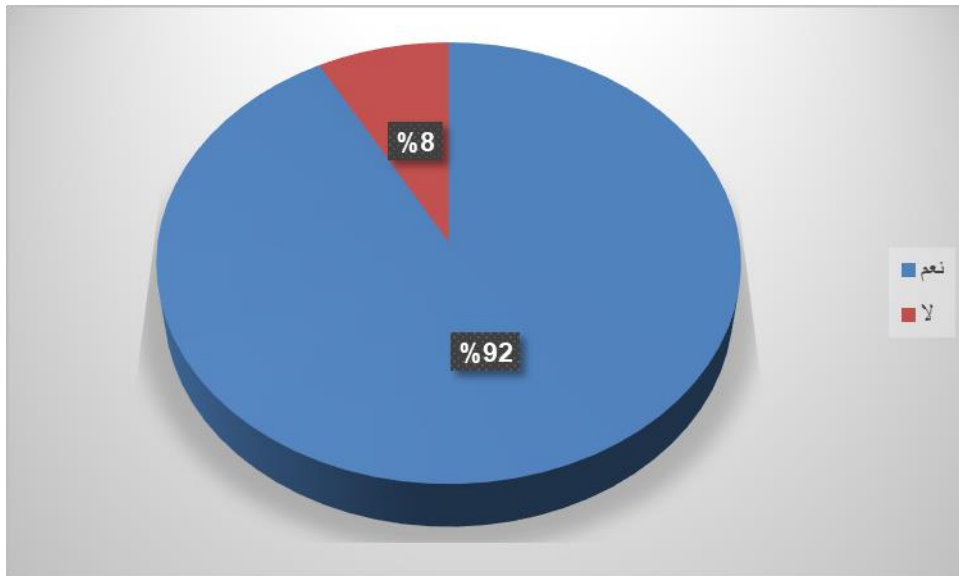
ثانيا/ تحليل نتائج محور الثاني عادات التصفح الإلكتروني

الجدول (04) يوضح التصفح في المواقع الإلكترونية

الاجابة	التكرار	النسبة
نعم	46	92%
لا	4	8%
المجموع	50	100%

من خلال الجدول أعلاه نلاحظ أن إجابات أفراد عينة الدراسة والبالغ عددهم إجمالاً (50) فرداً قد انقسمت إلى مجموعتين، تمثلت المجموعة الأولى في الأفراد الذين تمحورت إجاباتهم بالعبارة "نعم" وقد بلغ عددهم (46) فرداً بنسبة مئوية بلغت 92% أما المجموعة الثانية فتمثل الأفراد الذين كانت إجابتهم على هذا السؤال بالعبارة "لا" والبالغ عددهم (4) بنسبة مئوية قدرت بـ 8%.

الاستنتاج: من خلال تحليل نتائج الجدول نجد أن اغلبية أفراد العينة يتصفحون المواقع الإلكترونية



الشكل (04): يمثل التصفح في المواقع الإلكترونية

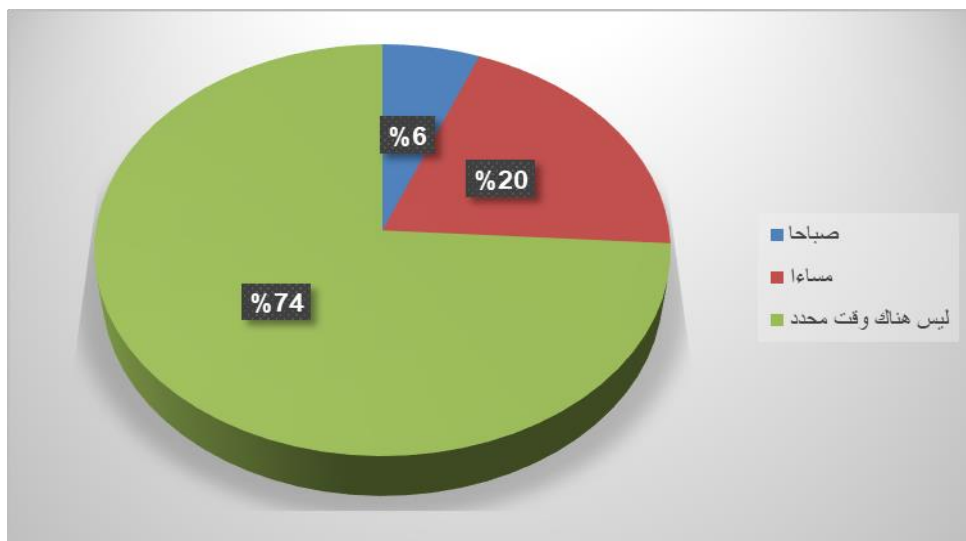
الجدول رقم (05): يوضح أوقات تصفح المواقع الإلكترونية

النسبة	التكرار	
6%	3	صباحا
20%	10	مساء
74%	37	ليس هناك وقت محدد
100%	50	المجموع

من خلال الجدول أعلاه نلاحظ أن إجابات أفراد عينة الدراسة والبالغ عددهم إجمالاً (50) فرداً قد انقسمت إلى ثلاث مجموعات، تمثلت المجموعة الأولى في الأفراد الذين تمحورت إجاباتهم بالعبارة " ليس هناك وقت محدد" وقد بلغ عددهم (37) فرداً بنسبة مئوية بلغت 74% أما المجموعة الثانية فتمثل الأفراد الذين كانت إجابتهم على هذا السؤال بالعبارة "مساء" والبالغ عددهم (10) بنسبة مئوية قدرت بـ 20%.

أما المجموعة الثالثة والأخيرة فتمثلت في الأفراد كانت إجابتهم بالعبارة "صباحاً" بتكرار (3) بنسبة مئوية قدرت بـ 6%

الاستنتاج: من خلال تحليل نتائج الجدول نجد أن اغلبية أفراد العينة لا يوجد لديهم وقت محدد لتصفح المواقع الإلكترونية



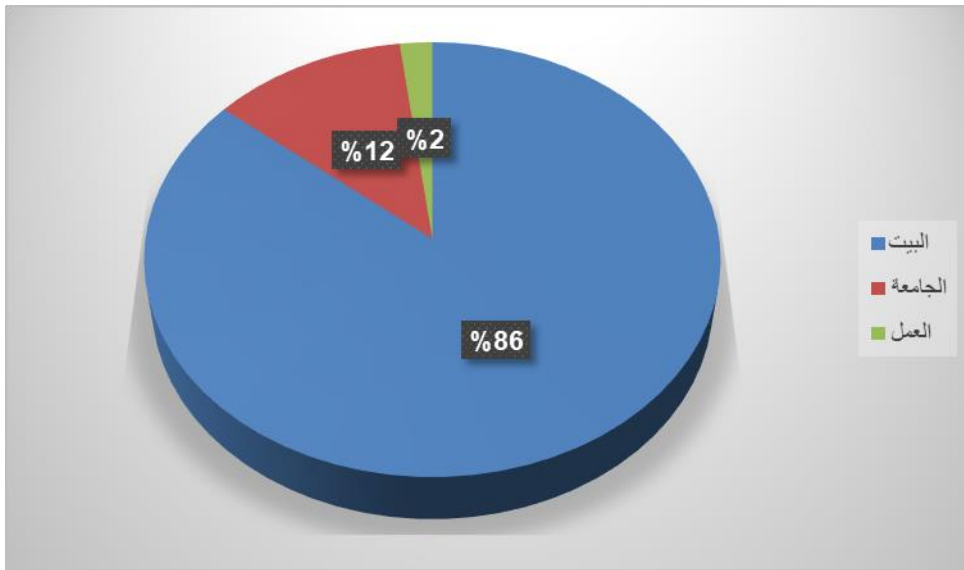
الشكل رقم (05): يمثل أوقات تصفح المواقع الإلكترونية

الجدول رقم (06): يوضح مكان تصفح المواقع الإلكترونية

الإجابة	التكرار	النسبة
البيت	43	86%
الجامعة	6	12%
العمل	1	2%
المجموع	50	100%

من خلال الجدول أعلاه نلاحظ أن إجابات أفراد عينة الدراسة والبالغ عددهم إجمالاً (50) فرداً قد انقسمت إلى ثلاث مجموعات، تمثلت المجموعة الأولى في الأفراد الذين تمحورت إجاباتهم بالعبارة " البيت" وقد بلغ عددهم (43) فرداً بنسبة مئوية بلغت 86% أما المجموعة الثانية فتمثل الأفراد الذين كانت إجابتهم على هذا السؤال بالعبارة "الجامعة" والبالغ عددهم (06) بنسبة مئوية قدرت بـ 12%. أما المجموعة الثالثة والأخيرة فتمثلت في الأفراد كانت اجابتهم بالعبارة "العمل" بتكرار (1) بنسبة مئوية قدرت بـ 2%

الاستنتاج: من خلال تحليل نتائج الجدول نجد أن اغلبية أفراد العينة يتصفحون المواقع الإلكترونية في البيت.



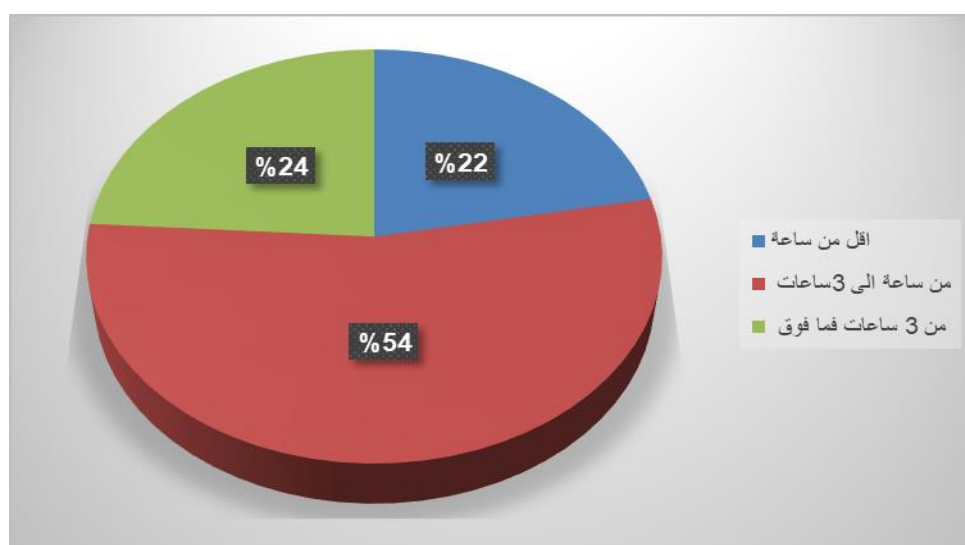
الشكل رقم (06): يمثل مكان تصفح المواقع الإلكترونية

الجدول (07) : يوضح المدة التي يستغرقها الطالب في تصفح المواقع الإلكترونية

الإجابة	التكرار	النسبة
اقل من ساعة	11	22%
من ساعة الى 3 ساعات	27	54%
من 3 ساعات فما فوق	12	24%
المجموع	50	100%

من خلال الجدول أعلاه نلاحظ أن إجابات أفراد عينة الدراسة والبالغ عددهم إجمالاً (50) فرداً قد انقسمت إلى ثلاث مجموعات، تمثلت المجموعة الأولى في الأفراد الذين تمحورت إجاباتهم بالعبارة " من ساعة الى 3 ساعات وقد بلغ عددهم (27) فرداً بنسبة مئوية بلغت 54% أما المجموعة الثانية فتمثل الأفراد الذين كانت إجابتهم على هذا السؤال بالعبارة " من 3 ساعات فما فوق " والبالغ عددهم (12) بنسبة مئوية قدرت بـ 24%. أما المجموعة الثالثة والأخيرة فتمثلت في الأفراد كانت اجابتهم بالعبارة " اقل من ساعة " بتكرار (11) بنسبة مئوية قدرت بـ 22%

الاستنتاج: من خلال تحليل نتائج الجدول نجد أن اغلبية أفراد العينة يتصفحون المواقع الإلكترونية في مدة زمنية تتراوح من ساعة الى ثلاث ساعات

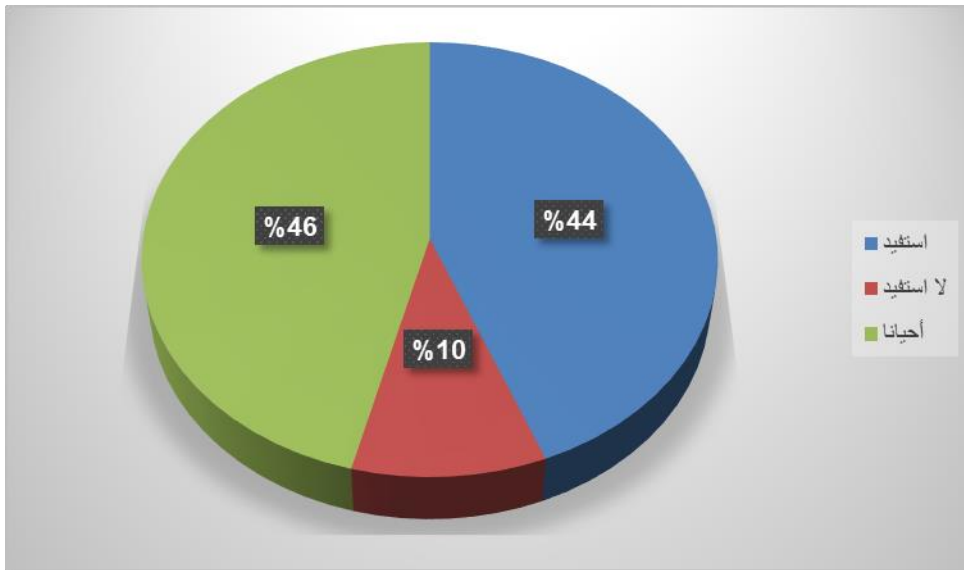


الشكل (07): يمثل المدة التي يستغرقها الطالب في تصفح المواقع الإلكترونية

الجدول رقم (08): يوضح الاستفادة من تصفح المواقع الإلكترونية

الاجابة	التكرار	النسبة
استفيد	22	44%
لا استفيد	5	10%
أحيانا	23	46%
المجموع	50	100%

من خلال الجدول أعلاه نلاحظ أن إجابات أفراد عينة الدراسة والبالغ عددهم إجمالاً (50) فرداً قد انقسمت إلى ثلاث مجموعات، تمثلت المجموعة الأولى في الأفراد الذين تمحورت إجاباتهم بالعبرة " من أحيانا وقد بلغ عددهم (23) فرداً بنسبة مئوية بلغت 46% أما المجموعة الثانية فتمثل الأفراد الذين كانت إجاباتهم على هذا السؤال بالعبرة " استفيد " والبالغ عددهم (22) بنسبة مئوية قدرت بـ 44%. أما المجموعة الثالثة و الأخيرة فتمثلت في الأفراد كانت اجابتهم بالعبرة " لا استفيد " بتكرار (10) بنسبة مئوية قدرت بـ 10% الاستنتاج: من خلال تحليل نتائج الجدول نجد أن اغلبية أفراد العينة أحيانا يستفيدون من المواقع الإلكترونية.



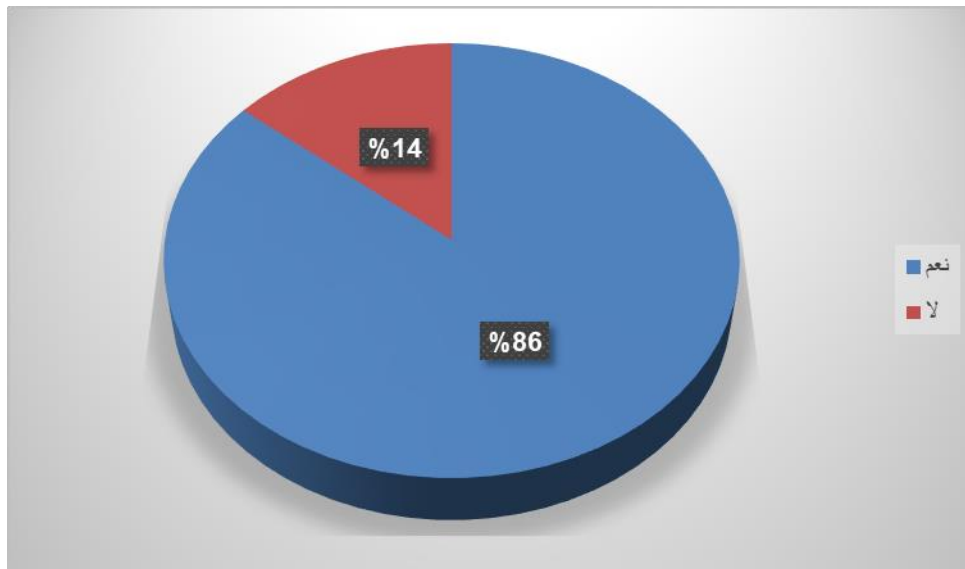
الشكل رقم (08): يمثل الاستفادة من تصفح المواقع الإلكترونية

الجدول رقم (09): يوضح مدى تلبية المواقع الإلكترونية لرغبات المتصفح

الاجابة	التكرار	النسبة
نعم	43	86%
لا	7	14%
المجموع	50	100%

من خلال الجدول أعلاه نلاحظ أن إجابات أفراد عينة الدراسة والبالغ عددهم إجمالاً (50) فرداً قد انقسمت إلى مجموعتين، تمثلت المجموعة الأولى في الأفراد الذين تمحورت إجاباتهم بالعبارة "نعم" وقد بلغ عددهم (43) فرداً بنسبة مئوية بلغت 86% أما المجموعة الثانية فتمثل الأفراد الذين كانت إجاباتهم على هذا السؤال بالعبارة "لا" والبالغ عددهم (7) بنسبة مئوية قدرت بـ 14%.

الاستنتاج: من خلال تحليل نتائج الجدول نجد أن اغلبية أفراد العينة تتم تلبية رغباتهم من خلال تصفح المواقع الإلكترونية.



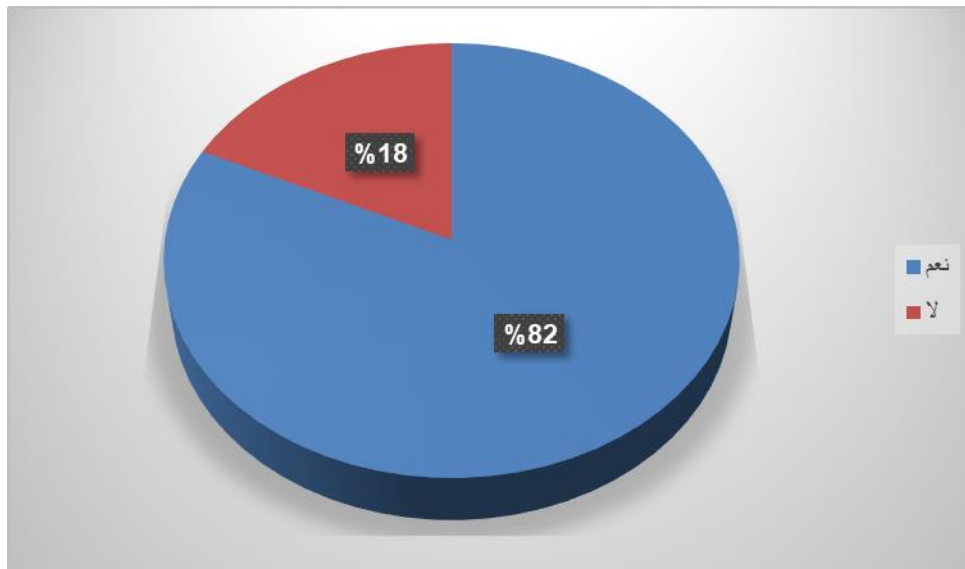
الشكل رقم (09): يمثل مدى تلبية المواقع الإلكترونية لرغبات المتصفح

الجدول رقم (10): يوضح دور التصميم في جذب المتصفحين

الاجابة	التكرار	النسبة
نعم	41	82%
لا	9	18%
المجموع	50	100%

من خلال الجدول أعلاه نلاحظ أن إجابات أفراد عينة الدراسة والبالغ عددهم إجمالاً (50) فرداً قد انقسمت إلى مجموعتين، تمثلت المجموعة الأولى في الأفراد الذين تمحورت إجاباتهم بالعبارة " نعم" وقد بلغ عددهم (41) فرداً بنسبة مئوية بلغت 82% أما المجموعة الثانية فتمثل الأفراد الذين كانت إجاباتهم على هذا السؤال بالعبارة "لا" والبالغ عددهم (9) بنسبة مئوية قدرت بـ 18%.

الاستنتاج: من خلال تحليل نتائج الجدول نجد أن اغلبية أفراد العينة ينجذبون لتصميم المواقع الإلكترونية.



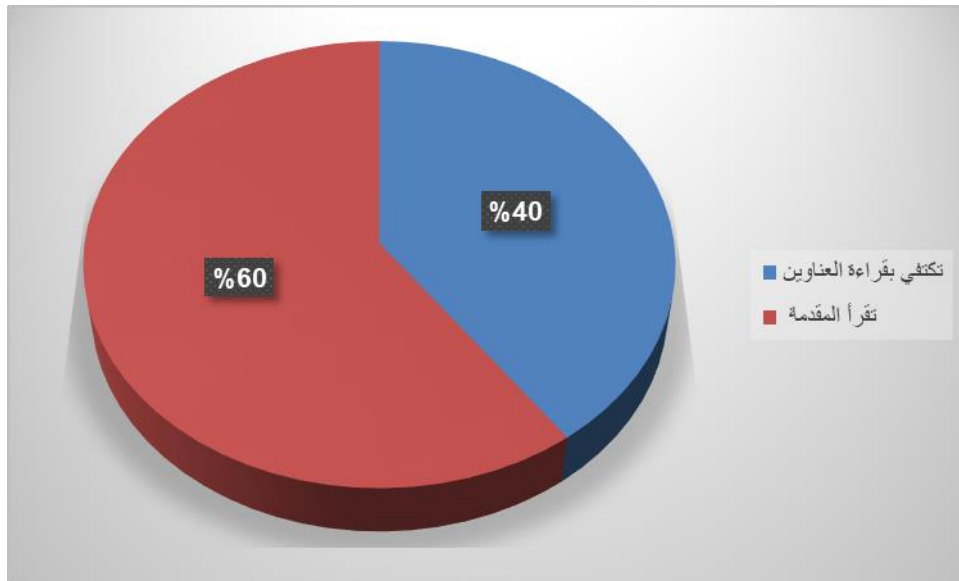
الشكل رقم (10): يمثل دور التصميم في جذب المتصفحين

الجدول (11): يوضح طريقة تصفح المواقع الإلكترونية

الاجابة	التكرار	النسبة
تكتفي بقراءة العناوين	20	%40
تقرأ المقدمة	30	%60
المجموع	50	100

من خلال الجدول أعلاه نلاحظ أن إجابات أفراد عينة الدراسة والبالغ عددهم إجمالاً (50) فرداً قد انقسمت إلى مجموعتين، تمثلت المجموعة الأولى في الأفراد الذين تمحورت إجاباتهم بالعبارة " تكتفي بقراءة العناوين " وقد بلغ عددهم (20) فرداً بنسبة مئوية بلغت %40 أما المجموعة الثانية فتمثل الأفراد الذين كانت إجاباتهم على هذا السؤال بالعبارة " تقرأ المقدمة " والبالغ عددهم (30) بنسبة مئوية قدرت بـ %60.

الاستنتاج: من خلال نتائج تحليل الجدول نجد أن أغلبية أفراد العينة يتصفحون المقدمة فقط



الشكل (11): يمثل طريقة تصفح المواقع الإلكترونية

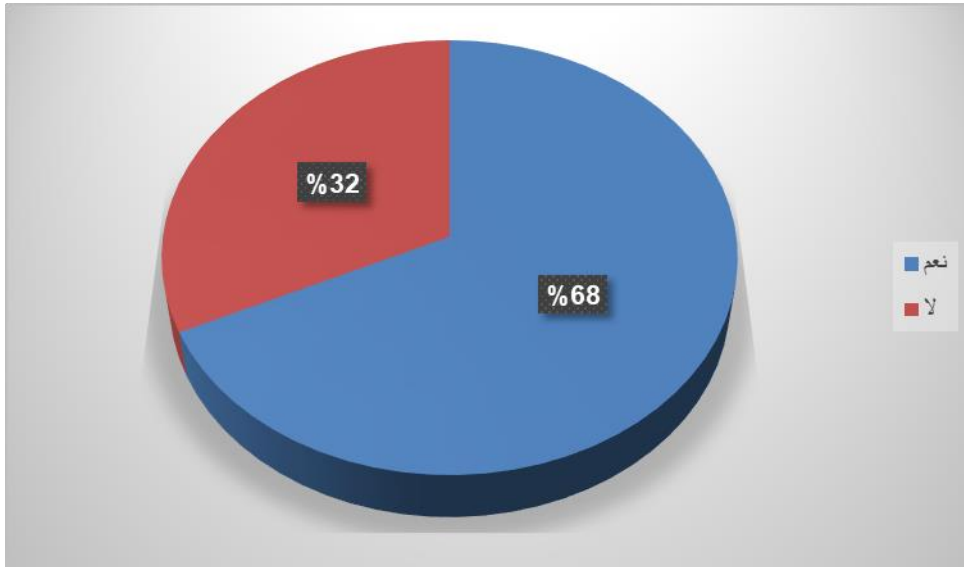
ثالثا/ تحليل نتائج محور الثالث عناصر الوسائط المتعددة في المواقع الإلكترونية الإخبارية

الجدول (12): يوضح الاهتمام بتشكيل وتصميم المواقع الإلكترونية

الاجابة	التكرار	النسبة
نعم	34	68%
لا	16	32%
المجموع	50	100

من خلال الجدول أعلاه نلاحظ أن إجابات أفراد عينة الدراسة والبالغ عددهم إجمالاً (50) فرداً قد انقسمت إلى مجموعتين، تمثلت المجموعة الأولى في الأفراد الذين تمحورت إجاباتهم بالعبارة " نعم " وقد بلغ عددهم (34) فرداً بنسبة مئوية بلغت 68% أما المجموعة الثانية فتمثل الأفراد الذين كانت إجابتهم على هذا السؤال بالعبارة " لا " والبالغ عددهم (16) بنسبة مئوية قدرت بـ 32%.

الاستنتاج: من خلال نتائج تحليل الجدول نجد أن أغلبية أفراد العينة يهتمون بتشكيل وتصميم المواقع الإلكترونية



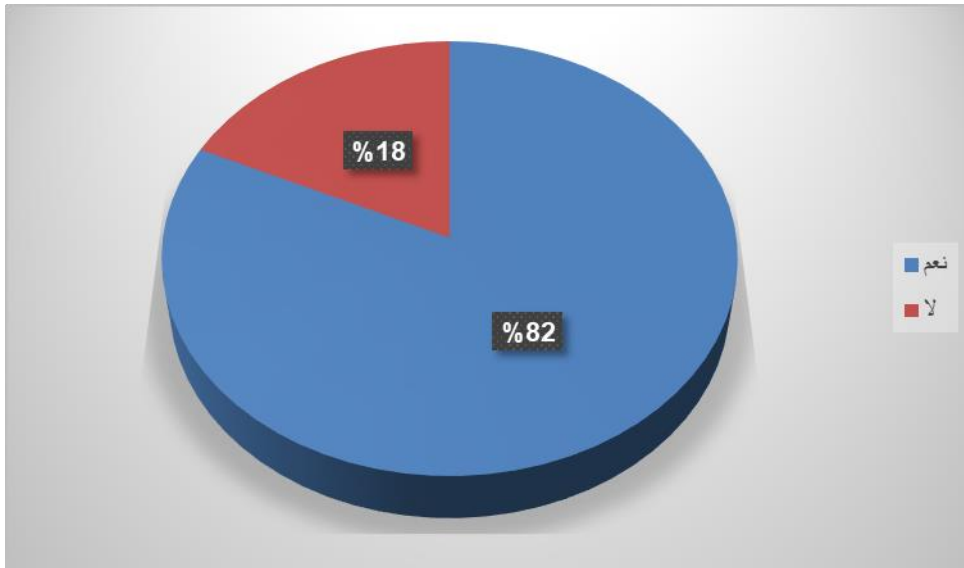
الشكل (12): يمثل الاهتمام بتشكيل وتصميم المواقع الإلكترونية

الجدول رقم (13): يوضح ارتباط وضوح الصورة باستمرارية التصفح

الاجابة	التكرار	النسبة
نعم	41	82%
لا	9	18%
المجموع	50	100%

من خلال الجدول أعلاه نلاحظ أن إجابات أفراد عينة الدراسة والبالغ عددهم إجمالاً (50) فرداً قد انقسمت إلى مجموعتين، تمثلت المجموعة الأولى في الأفراد الذين تمحورت إجاباتهم بالعبارة " نعم " وقد بلغ عددهم (41) فرداً بنسبة مئوية بلغت 82% أما المجموعة الثانية فتمثل الأفراد الذين كانت إجاباتهم على هذا السؤال بالعبارة " لا " والبالغ عددهم (9) بنسبة مئوية قدرت بـ 18%.

الاستنتاج: من خلال نتائج تحليل الجدول نجد أن أغلبية أفراد العينة يهتمون بوضوح وارتباط الصورة



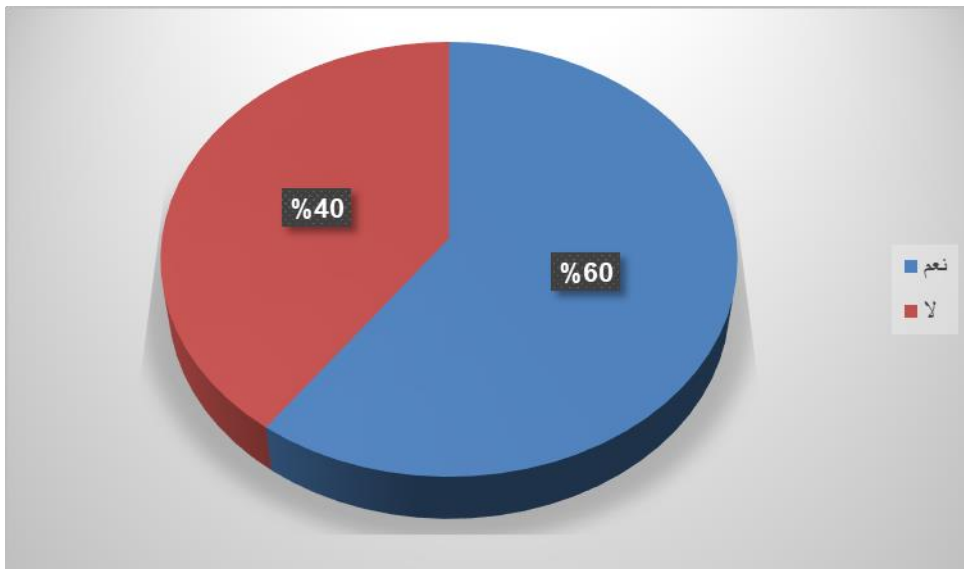
الشكل رقم (13): يمثل ارتباط وضوح الصورة باستمرارية التصفح

الجدول رقم (14): يوضح رأي أفراد العينة حول الصورة ودورها في زيادة المصداقية للأخبار

النسبة	التكرار	
60%	30	نعم
40%	20	لا
100%	50	المجموع

من خلال الجدول أعلاه نلاحظ أن إجابات أفراد عينة الدراسة والبالغ عددهم إجمالاً (50) فرداً قد انقسمت إلى مجموعتين، تمثلت المجموعة الأولى في الأفراد الذين تمحورت إجاباتهم بالعبارة " نعم " وقد بلغ عددهم (30) فرداً بنسبة مئوية بلغت 60% أما المجموعة الثانية فتمثل الأفراد الذين كانت إجاباتهم على هذا السؤال بالعبارة " لا " والبالغ عددهم (20) بنسبة مئوية قدرت بـ 40%.

الاستنتاج: من خلال نتائج تحليل الجدول نجد أن أغلبية أفراد العينة يرون أن للصورة دور في مصداقية الخبر.



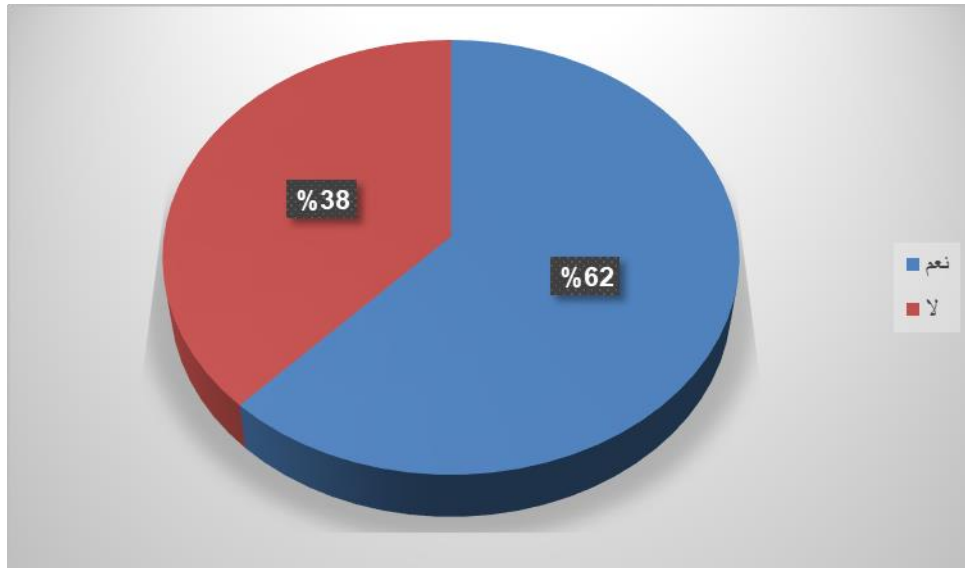
الشكل رقم (14): يمثل رأي أفراد العينة حول الصورة ودورها في زيادة المصداقية للأخبار

الجدول رقم (15): يوضح تعرض أفراد العينة للفيديوهات المعروضة في المواقع

النسبة	التكرار	
62%	31	نعم
38%	19	لا
100%	50	المجموع

من خلال الجدول أعلاه نلاحظ أن إجابات أفراد عينة الدراسة والبالغ عددهم إجمالاً (50) فرداً قد انقسمت إلى مجموعتين، تمثلت المجموعة الأولى في الأفراد الذين تمحورت إجاباتهم بالعبارة " نعم " وقد بلغ عددهم (31) فرداً بنسبة مئوية بلغت 62% أما المجموعة الثانية فتمثل الأفراد الذين كانت إجابتهم على هذا السؤال بالعبارة " لا " والبالغ عددهم (19) بنسبة مئوية قدرت بـ 38%.

الاستنتاج: من خلال نتائج تحليل الجدول نجد أن أغلبية أفراد العينة يتعرضون للفيديوهات في المواقع.



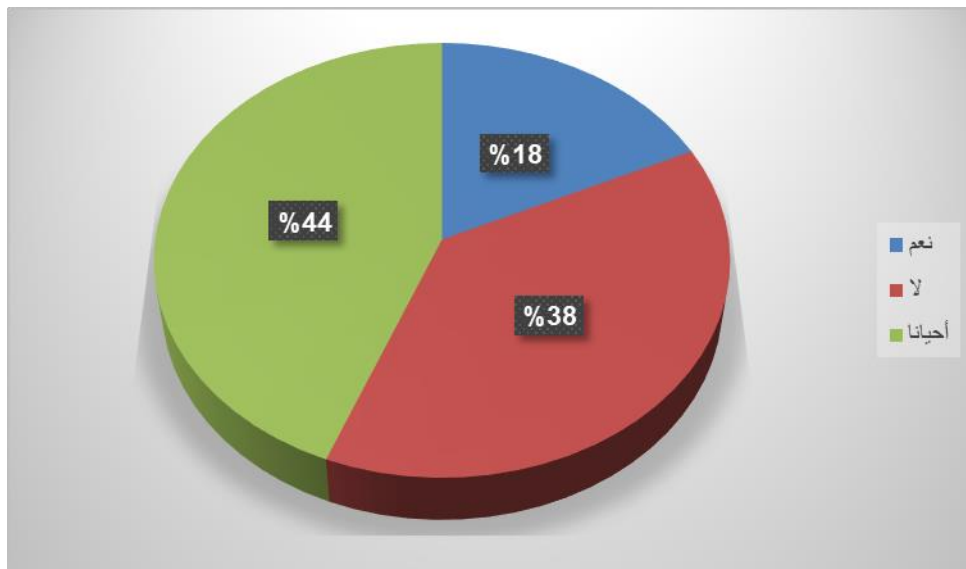
الشكل رقم (15): يمثل تعرض أفراد العينة للفيديوهات المعروضة في المواقع

الجدول رقم (16): يوضح مدة مشاهدة الفيديوهات من البداية الى النهاية

الاجابة	التكرار	النسبة
نعم	9	18%
لا	19	38%
أحيانا	22	44%
المجموع	50	100%

من خلال الجدول أعلاه نلاحظ أن إجابات أفراد عينة الدراسة والبالغ عددهم إجمالاً (50) فرداً قد انقسمت إلى ثلاث مجموعات، تمثلت المجموعة الأولى في الأفراد الذين تمحورت إجاباتهم بالعبارة " نعم" وقد بلغ عددهم (09) فرداً بنسبة مئوية بلغت 18% أما المجموعة الثانية فتمثل الأفراد الذين كانت إجاباتهم على هذا السؤال بالعبارة "لا" والبالغ عددهم (19) بنسبة مئوية قدرت بـ 38%. أما المجموعة الثالثة والتي إجابة بالعبارة " أحيانا " والبالغ عددهم (22) بنسبة مئوية قدرت بـ 44%.

الاستنتاج: من خلال تحليل نتائج الجدول نجد أن اغلبية أفراد العينة أحيانا يكملون مشاهدة الفيديوهات



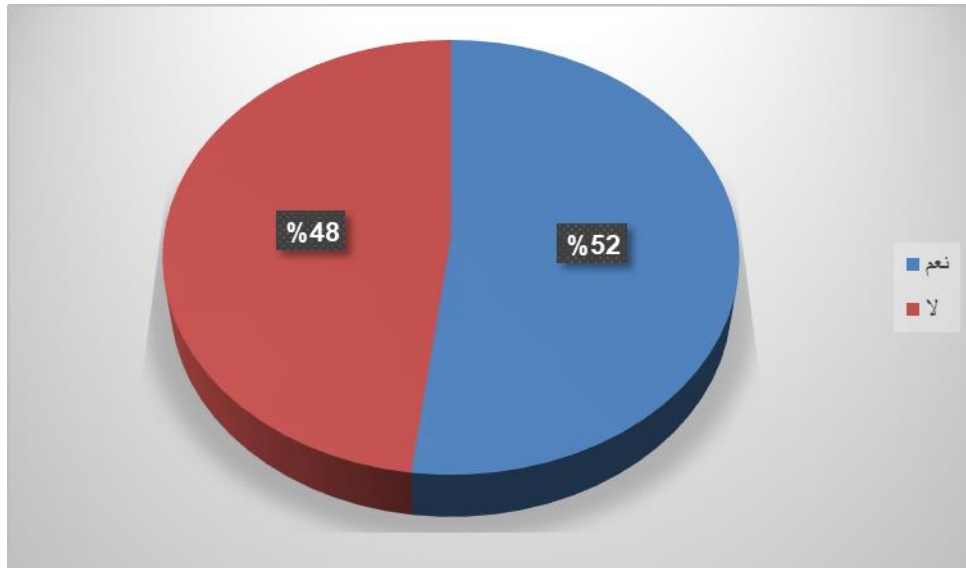
الشكل رقم (16): يوضح مدة مشاهدة الفيديوهات من البداية الى النهاية

الجدول رقم (17): يوضح مدى تشويش الفيديوهات على قراءة النص

الاجابة	التكرار	النسبة
نعم	26	52%
لا	24	48%
المجموع	50	100%

من خلال الجدول أعلاه نلاحظ أن إجابات أفراد عينة الدراسة والبالغ عددهم إجمالاً (50) فرداً قد انقسمت إلى مجموعتين، تمثلت المجموعة الأولى في الأفراد الذين تمحورت إجاباتهم بالعبارة " نعم " وقد بلغ عددهم (26) فرداً بنسبة مئوية بلغت 52% أما المجموعة الثانية فتمثل الأفراد الذين كانت إجابتهم على هذا السؤال بالعبارة " لا " والبالغ عددهم (24) بنسبة مئوية قدرت بـ 48%.

الاستنتاج: من خلال نتائج تحليل الجدول نجد أن أغلبية أفراد العينة يتم التشويش عليهم من طرف الفيديوهات أثناء قراءة النص.



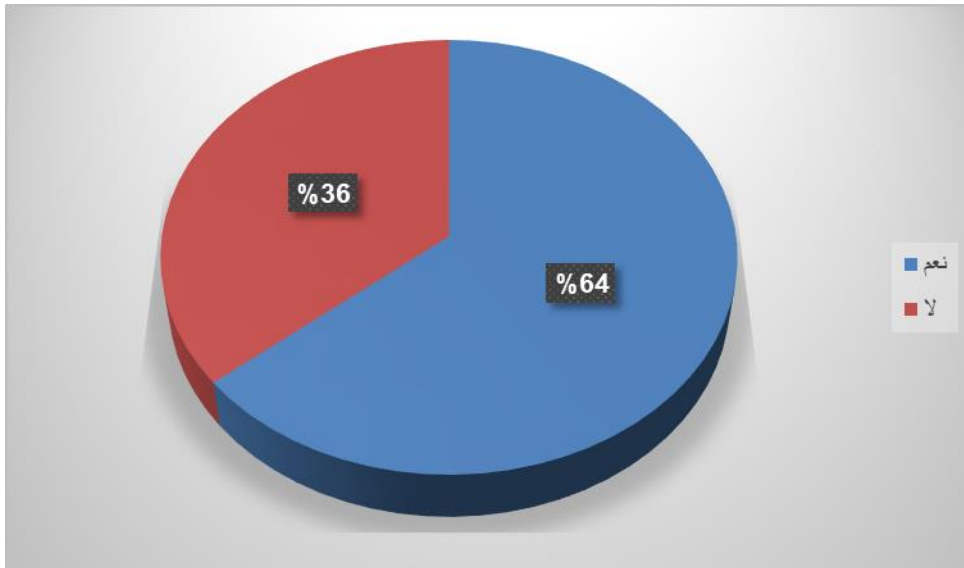
الشكل رقم (17): يمثل مدى تشويش الفيديوهات على قراءة النص

الجدول رقم (18): يوضح مدى زيادة الفيديوهات لمصداقية الخبر

النسبة	التكرار	
64	32	نعم
36	18	لا
100	50	المجموع

من خلال الجدول أعلاه نلاحظ أن إجابات أفراد عينة الدراسة والبالغ عددهم إجمالاً (50) فرداً قد انقسمت إلى مجموعتين، تمثلت المجموعة الأولى في الأفراد الذين تمحورت إجاباتهم بالعبارة " نعم " وقد بلغ عددهم (32) فرداً بنسبة مئوية بلغت 64% أما المجموعة الثانية فتمثل الأفراد الذين كانت إجاباتهم على هذا السؤال بالعبارة " لا " والبالغ عددهم (18) بنسبة مئوية قدرت بـ 36%.

الاستنتاج: من خلال نتائج تحليل الجدول نجد أن أغلبية أفراد العينة يؤكدون على أن الفيديوهات تزيد من مصداقية الخبر.



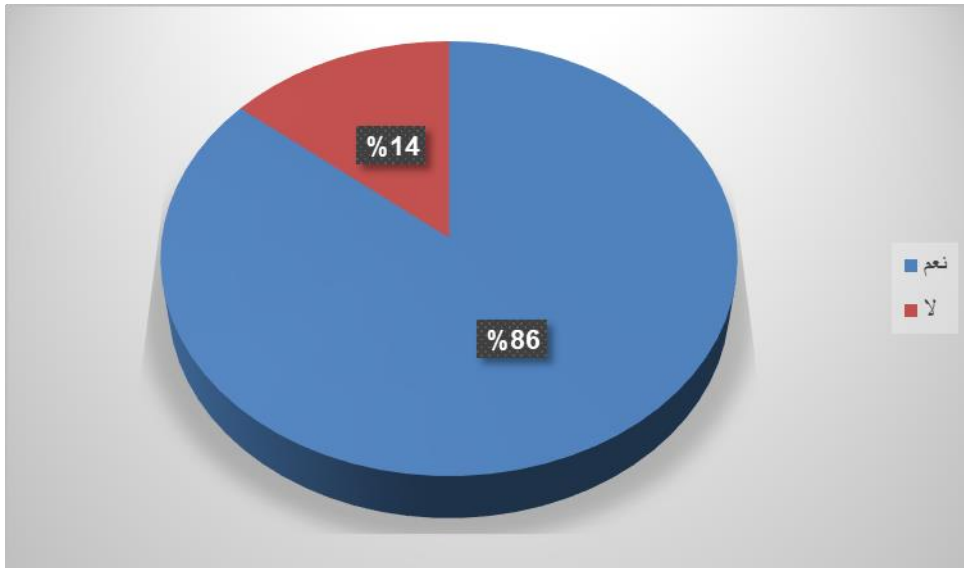
الشكل رقم (18): يمثل مدى زيادة الفيديوهات لمصداقية الخبر

الجدول رقم (19): يوضح تأثير الموسيقى المتحركة

النسبة	التكرار	
86%	43	نعم
14%	7	لا
100%	50	المجموع

من خلال الجدول أعلاه نلاحظ أن إجابات أفراد عينة الدراسة والبالغ عددهم إجمالاً (50) فرداً قد انقسمت إلى مجموعتين، تمثلت المجموعة الأولى في الأفراد الذين تمحورت إجاباتهم بالعبارة " نعم " وقد بلغ عددهم (43) فرداً بنسبة مئوية بلغت 86% أما المجموعة الثانية فتمثل الأفراد الذين كانت إجاباتهم على هذا السؤال بالعبارة " لا " والبالغ عددهم (7) بنسبة مئوية قدرت بـ 14%.

الاستنتاج: من خلال نتائج تحليل الجدول نجد أن أغلبية أفراد العينة يؤكدون على أن للموسيقى المتحركة تأثير على مصداقية المواقع الإلكترونية.



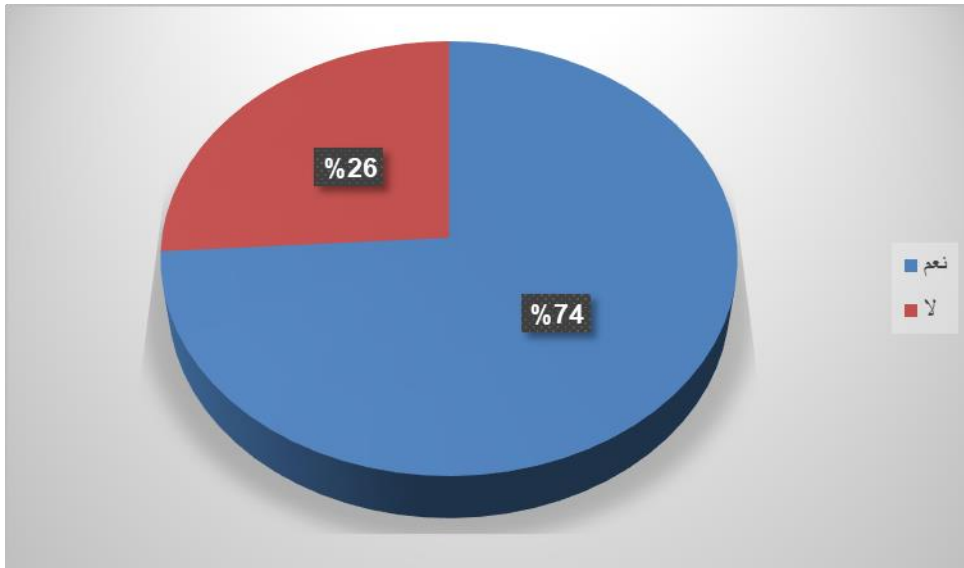
الشكل رقم (19): يوضح تأثير الموسيقى المتحركة

الجدول رقم (20): يوضح أهمية الصوت في مصداقية الخبر

النسبة	التكرار	
74%	37	نعم
26%	13	لا
100%	50	المجموع

من خلال الجدول أعلاه نلاحظ أن إجابات أفراد عينة الدراسة والبالغ عددهم إجمالاً (50) فرداً قد انقسمت إلى مجموعتين، تمثلت المجموعة الأولى في الأفراد الذين تمحورت إجاباتهم بالعبارة " نعم " وقد بلغ عددهم (37) فرداً بنسبة مئوية بلغت 74% أما المجموعة الثانية فتمثل الأفراد الذين كانت إجاباتهم على هذا السؤال بالعبارة " لا " والبالغ عددهم (13) بنسبة مئوية قدرت بـ 26%.

الاستنتاج: من خلال نتائج تحليل الجدول نجد أن أغلبية أفراد العينة يؤكدون على أن للصوت تأثير على مصداقية المواقع الإلكترونية.



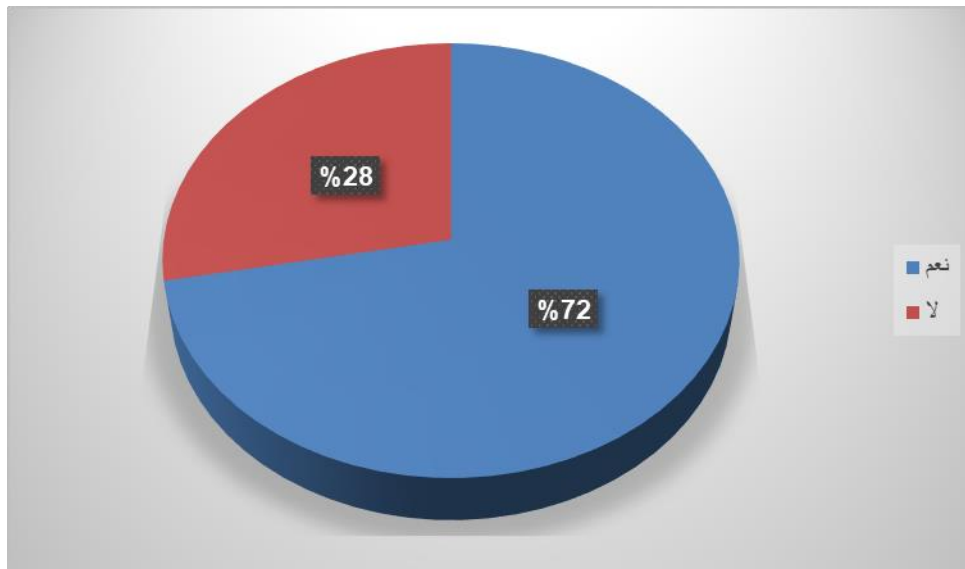
الشكل رقم (20): يمثل أهمية الصوت في مصداقية الخبر

الجدول رقم (21): يوضح مدى تمثيل الشكل الأساسي لعرض الأخبار في المواقع الإلكترونية

النسبة	التكرار	
72%	36	نعم
28%	14	لا
100%	50	المجموع

من خلال الجدول أعلاه نلاحظ أن إجابات أفراد عينة الدراسة والبالغ عددهم إجمالاً (50) فرداً قد انقسمت إلى مجموعتين، تمثلت المجموعة الأولى في الأفراد الذين تمحورت إجاباتهم بالعبارة " نعم " وقد بلغ عددهم (36) فرداً بنسبة مئوية بلغت 72% أما المجموعة الثانية فتمثل الأفراد الذين كانت إجاباتهم على هذا السؤال بالعبارة " لا " والبالغ عددهم (14) بنسبة مئوية قدرت بـ 28%.

الاستنتاج: من خلال نتائج تحليل الجدول نجد أن أغلبية أفراد العينة يؤكدون على الشكل الأساسي ضروري لعرض الأخبار في المواقع الإلكترونية.



الشكل رقم (21): يمثل مدى تمثيل الشكل الأساسي لعرض الأخبار في المواقع الإلكترونية

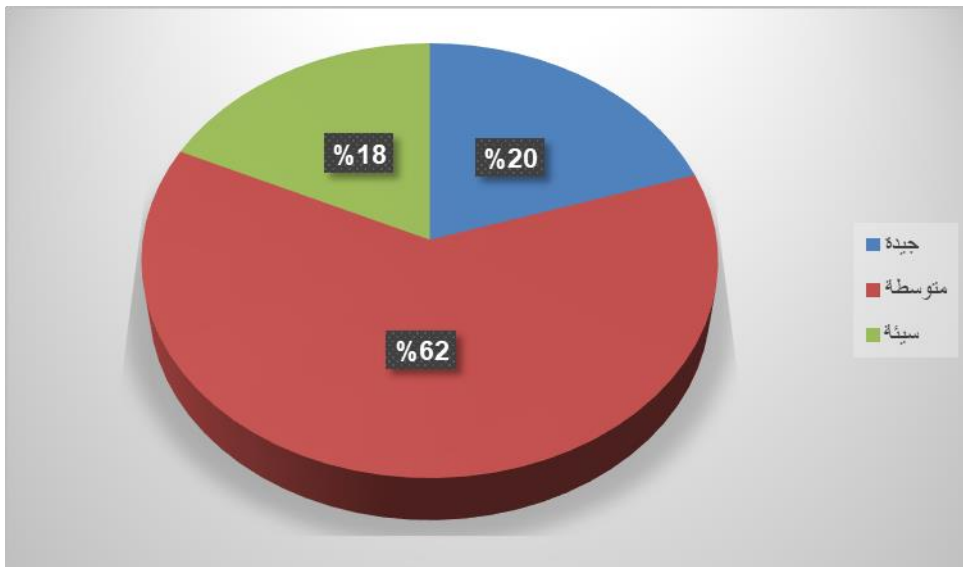
الجدول رقم (22): يوضح مدى جودة التصميم لهذه المواقع الإلكترونية

النسبة	التكرار	
20%	19	جيدة
62%	31	متوسطة
18%	9	سيئة
100%	50	المجموع

من خلال الجدول أعلاه نلاحظ أن إجابات أفراد عينة الدراسة والبالغ عددهم إجمالاً (50) فرداً قد انقسمت إلى ثلاث مجموعات، تمثلت المجموعة الأولى في الأفراد الذين تمحورت إجاباتهم بالعبارة "جيدة" وقد بلغ عددهم (19) فرداً بنسبة مئوية بلغت 20% أما المجموعة الثانية فتمثل الأفراد الذين كانت إجاباتهم على هذا السؤال بالعبارة "متوسطة" والبالغ عددهم (31) بنسبة مئوية قدرت بـ 62%.

أما المجموعة الثالثة والتي إجابة بالعبارة "سيئة" والبالغ عددهم (09) بنسبة مئوية قدرت بـ 18%.

الاستنتاج: من خلال تحليل نتائج الجدول نجد أن اغلبية أفراد العينة يعتبرون طريقة تصميم المواقع الإلكترونية جودتها متوسطة



الشكل رقم (22): يمثل مدى جودة التصميم لهذه المواقع الإلكترونية

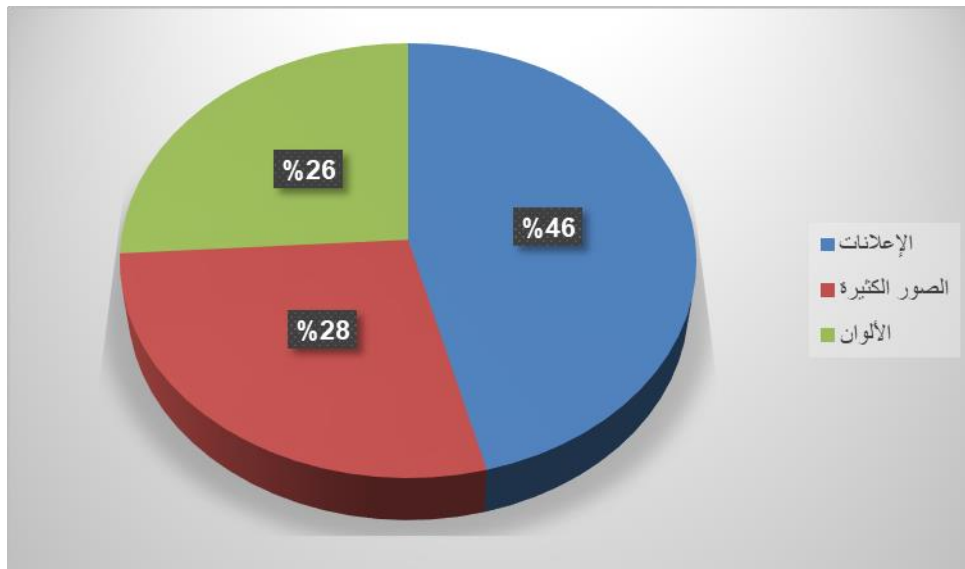
رابعاً/ تحليل نتائج محور الرابع دور التوظيف في الوسائط المتعددة في الوقائع

الجدول رقم (23): يوضح الجوانب المرغوب تغييرها من ناحية تصميم المواقع

النسبة	التكرار	
46%	23	الإعلانات
28%	14	الصور الكثيرة
26%	13	الألوان
100%	50	المجموع

من خلال الجدول أعلاه نلاحظ أن إجابات أفراد عينة الدراسة والبالغ عددهم إجمالاً (50) فرداً قد انقسمت إلى ثلاث مجموعات، تمثلت المجموعة الأولى في الأفراد الذين تمحورت إجاباتهم بالعبارة "الإعلانات" وقد بلغ عددهم (23) فرداً بنسبة مئوية بلغت 46% أما المجموعة الثانية فتمثل الأفراد الذين كانت إجاباتهم على هذا السؤال بالعبارة "الصور الكثيرة" والبالغ عددهم (14) بنسبة مئوية قدرت بـ 28%. أما المجموعة الثالثة والتي إجابة بالعبارة "الألوان" والبالغ عددهم (13) بنسبة مئوية قدرت بـ 26%.

الاستنتاج: من خلال تحليل نتائج الجدول نجد أن اغلبية أفراد العينة يرون ضرورة تغيير طريقة تصميم الإعلانات.



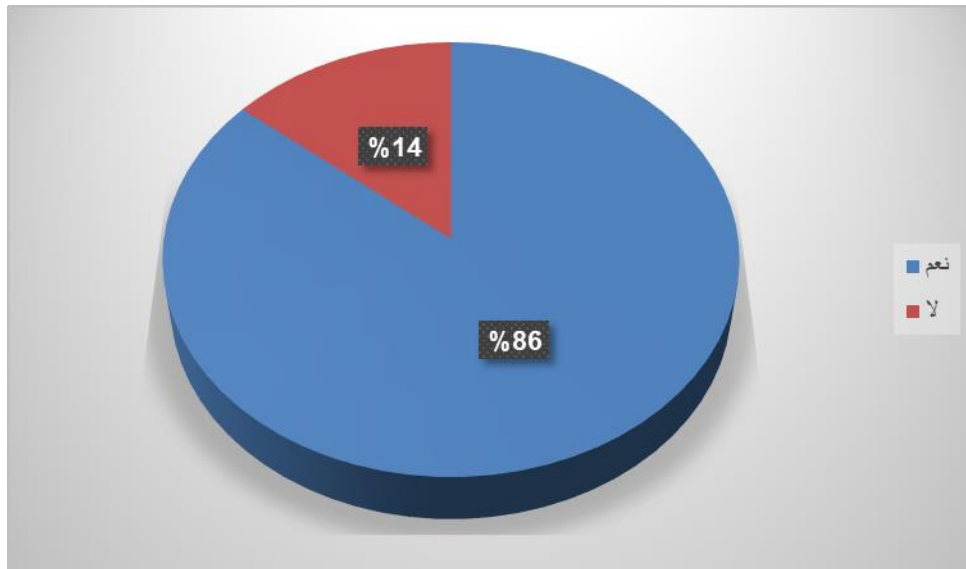
الشكل رقم (23): يمثل الجوانب المرغوب تغييرها من ناحية تصميم المواقع

الجدول رقم (24): يوضح مدى مساهمة استمرارية النص وتسلسل الفقرات يزيد من سرعة القراءة

النسبة	التكرار	
86%	43	نعم
14%	7	لا
100%	50	المجموع

من خلال الجدول أعلاه نلاحظ أن إجابات أفراد عينة الدراسة والبالغ عددهم إجمالاً (50) فرداً قد انقسمت إلى مجموعتين، تمثلت المجموعة الأولى في الأفراد الذين تمحورت إجاباتهم بالعبارة " نعم " وقد بلغ عددهم (43) فرداً بنسبة مئوية بلغت 86% أما المجموعة الثانية فتمثل الأفراد الذين كانت إجاباتهم على هذا السؤال بالعبارة " لا " والبالغ عددهم (7) بنسبة مئوية قدرت بـ 14%.

الاستنتاج: من خلال نتائج تحليل الجدول نجد أن أغلبية أفراد العينة يؤكدون مساهمة استمرارية النص وتسلسل الفقرات في زيادة من سرعة القراءة



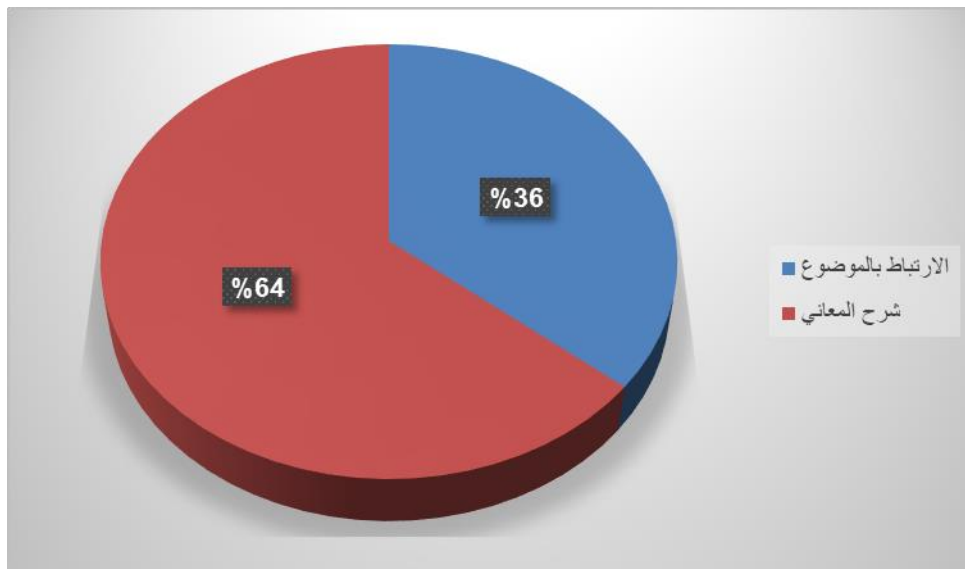
الشكل رقم (24): يمثل مدى مساهمة استمرارية النص وتسلسل الفقرات يزيد من سرعة القراءة

الجدول رقم (25): يوضح الدور الذي تضيفه الصورة المرافقة للمضامين في المواقع الإخبارية

النسبة	التكرار	
36%	18	الارتباط بالموضوع
64%	32	شرح المعاني
100%	50	المجموع

من خلال الجدول أعلاه نلاحظ أن إجابات أفراد عينة الدراسة والبالغ عددهم إجمالاً (50) فرداً قد انقسمت إلى مجموعتين، تمثلت المجموعة الأولى في الأفراد الذين تمحورت إجاباتهم بالعبارة " الارتباط بالموضوع " وقد بلغ عددهم (18) فرداً بنسبة مئوية بلغت 36% أما المجموعة الثانية فتمثل الأفراد الذين كانت إجابتهم على هذا السؤال بالعبارة " شرح المعاني " والبالغ عددهم (32) بنسبة مئوية قدرت بـ 64%.

الاستنتاج: من خلال نتائج تحليل الجدول نجد أن أغلبية أفراد العينة يؤكدون أن شرح المعاني لها دور تضيفه للصورة المرافقة للمضامين في المواقع الإخبارية.



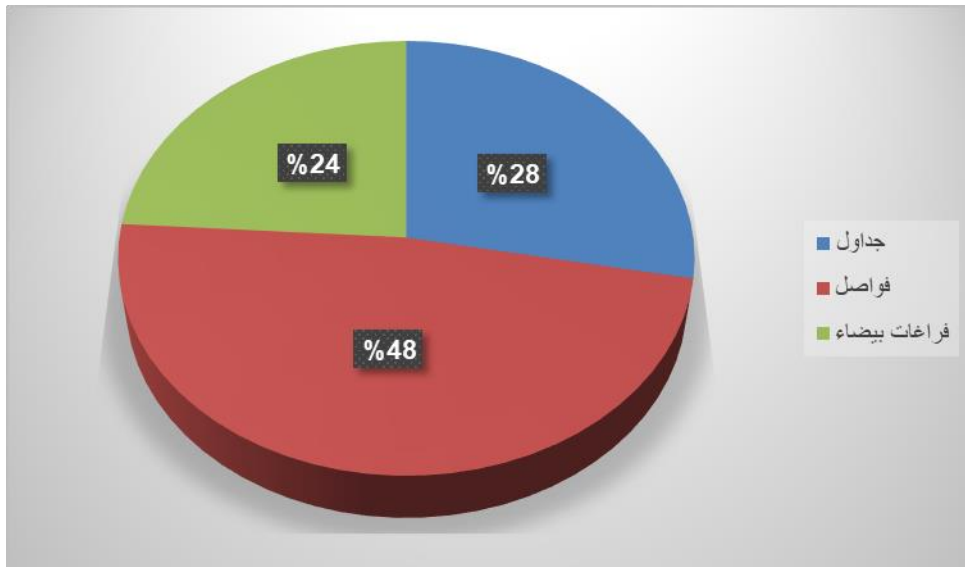
الشكل رقم (25): يمثل الدور الذي تضيفه الصورة المرافقة للمضامين في المواقع الإخبارية

الجدول رقم (26): يوضح العناصر المفضل وجودها أكثر أثناء القراءة والتصفح

الاجابة	التكرار	النسبة
جداول	14	28%
فواصل	24	48%
فراغات بيضاء	12	24%
المجموع	50	100%

من خلال الجدول أعلاه نلاحظ أن إجابات أفراد عينة الدراسة والبالغ عددهم إجمالاً (50) فرداً قد انقسمت إلى ثلاث مجموعات، تمثلت المجموعة الأولى في الأفراد الذين تمحورت إجاباتهم بالعبارة " جداول " وقد بلغ عددهم (14) فرداً بنسبة مئوية بلغت 28% أما المجموعة الثانية فتمثل الأفراد الذين كانت إجاباتهم على هذا السؤال بالعبارة " فواصل " والبالغ عددهم (24) بنسبة مئوية قدرت بـ 48%. أما المجموعة الثالثة والتي إجابة بالعبارة " فراغات بيضاء " والبالغ عددهم (12) بنسبة مئوية قدرت بـ 24%.

الاستنتاج: من خلال تحليل نتائج الجدول نجد أن الفواصل هي العنصر المفضل وجودها أكثر أثناء القراءة والتصفح



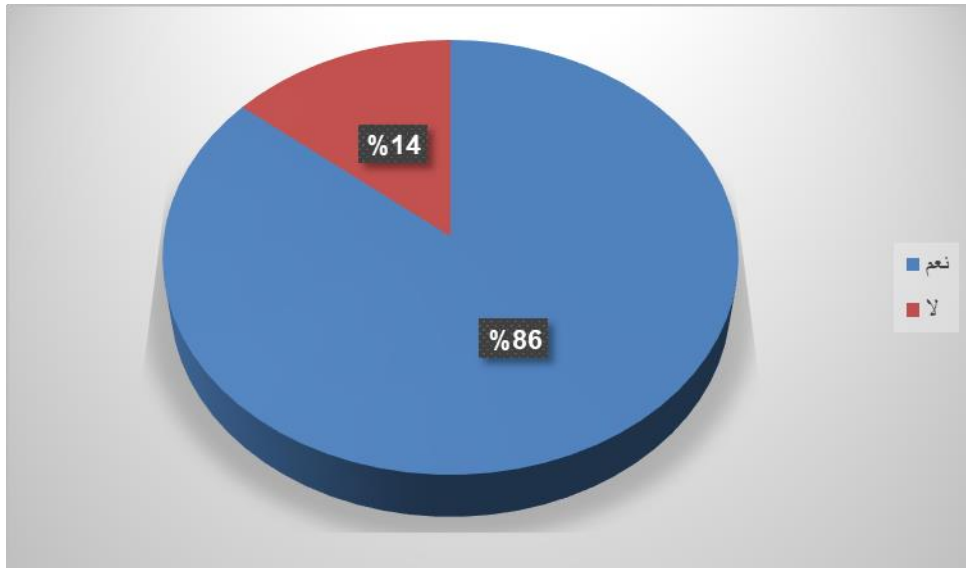
الشكل الجدول رقم (26): يمثل العناصر المفضل وجودها أكثر أثناء القراءة والتصفح

الجدول رقم (27): يوضح كثرت الإعلانات ودورها في تشتيت الانتباه

النسبة	التكرار	
86%	43	نعم
14%	7	لا
100%	50	المجموع

من خلال الجدول أعلاه نلاحظ أن إجابات أفراد عينة الدراسة والبالغ عددهم إجمالاً (50) فرداً قد انقسمت إلى مجموعتين، تمثلت المجموعة الأولى في الأفراد الذين تمحورت إجاباتهم بالعبارة " نعم " وقد بلغ عددهم (43) فرداً بنسبة مئوية بلغت 86% أما المجموعة الثانية فتمثل الأفراد الذين كانت إجاباتهم على هذا السؤال بالعبارة " لا " والبالغ عددهم (7) بنسبة مئوية قدرت بـ 14%.

الاستنتاج: من خلال نتائج تحليل الجدول نجد أن أغلبية أفراد العينة يؤكدون أن كثرت الإعلانات ودورها في تشتيت الانتباه



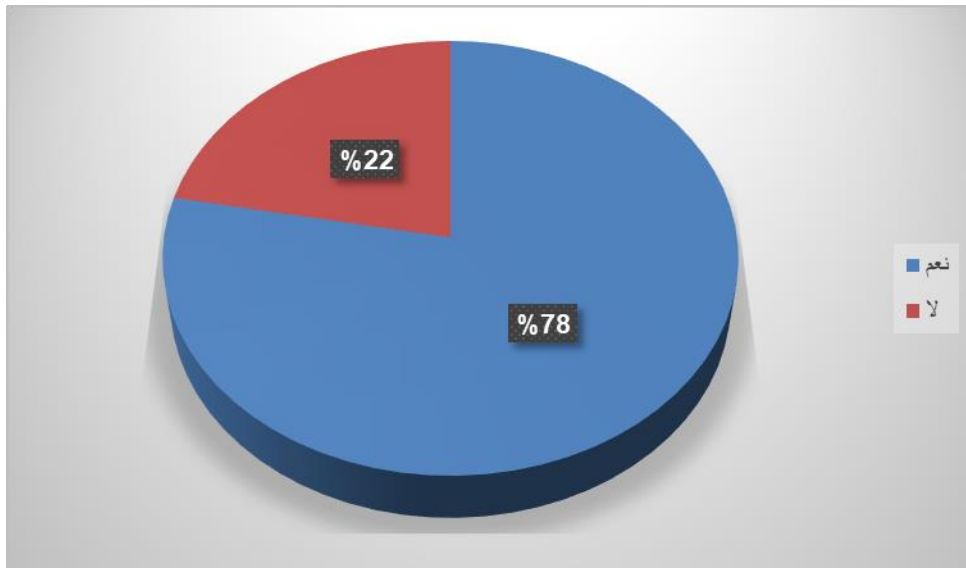
الشكل رقم (27): يمثل كثرت الإعلانات ودورها في تشتيت الانتباه

الجدول رقم (28): يوضح استطاعة المواقع الإخبارية الإلكترونية في جذب الجمهور

الاجابة	التكرار	النسبة
نعم	39	78%
لا	11	22%
المجموع	50	100%

من خلال الجدول أعلاه نلاحظ أن إجابات أفراد عينة الدراسة والبالغ عددهم إجمالاً (50) فرداً قد انقسمت إلى مجموعتين، تمثلت المجموعة الأولى في الأفراد الذين تمحورت إجاباتهم بالعبارة " نعم " وقد بلغ عددهم (39) فرداً بنسبة مئوية بلغت 78% أما المجموعة الثانية فتمثل الأفراد الذين كانت إجاباتهم على هذا السؤال بالعبارة " لا " والبالغ عددهم (11) بنسبة مئوية قدرت بـ 22%.

الاستنتاج: من خلال نتائج تحليل الجدول نجد أن أغلبية أفراد العينة يؤكدون استطاعة المواقع الإخبارية الإلكترونية في جذب الجمهور.



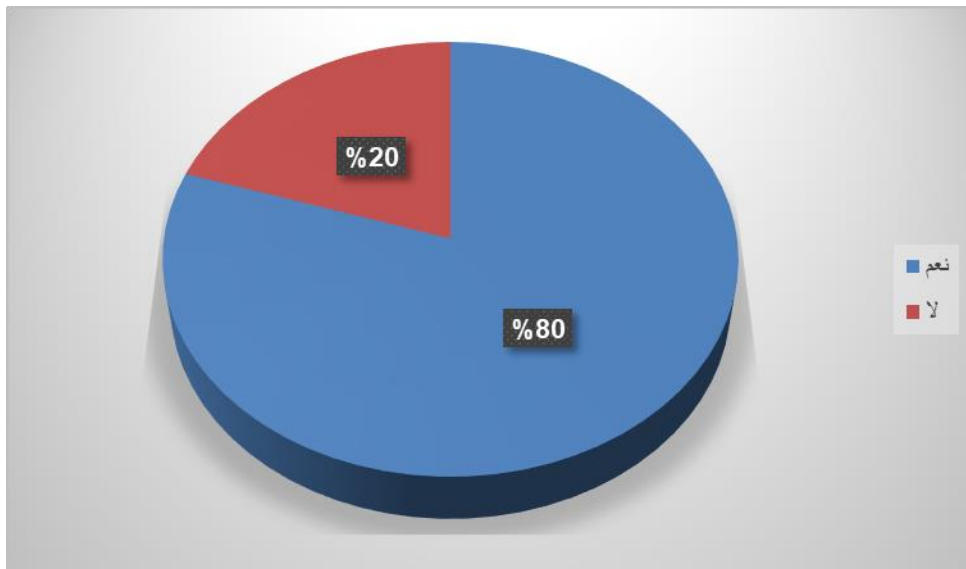
الشكل رقم (28): يمثل استطاعة المواقع الإخبارية الإلكترونية في جذب الجمهور

الجدول رقم (29): يوضح دور تكنولوجيا الوسائط المتعددة في مساعدة المستخدم على تذكر المعلومات

النسبة	التكرار	
80%	40	نعم
20%	10	لا
100%	50	المجموع

من خلال الجدول أعلاه نلاحظ أن إجابات أفراد عينة الدراسة والبالغ عددهم إجمالاً (50) فرداً قد انقسمت إلى مجموعتين، تمثلت المجموعة الأولى في الأفراد الذين تمحورت إجاباتهم بالعبارة " نعم " وقد بلغ عددهم (40) فرداً بنسبة مئوية بلغت 80% أما المجموعة الثانية فتمثل الأفراد الذين كانت إجاباتهم على هذا السؤال بالعبارة " لا " والبالغ عددهم (10) بنسبة مئوية قدرت بـ 20%.

الاستنتاج: من خلال نتائج تحليل الجدول نجد أن أغلبية أفراد العينة يؤكدون أن تكنولوجيا الوسائط المتعددة ساعدة المستخدم على تذكر المعلومات



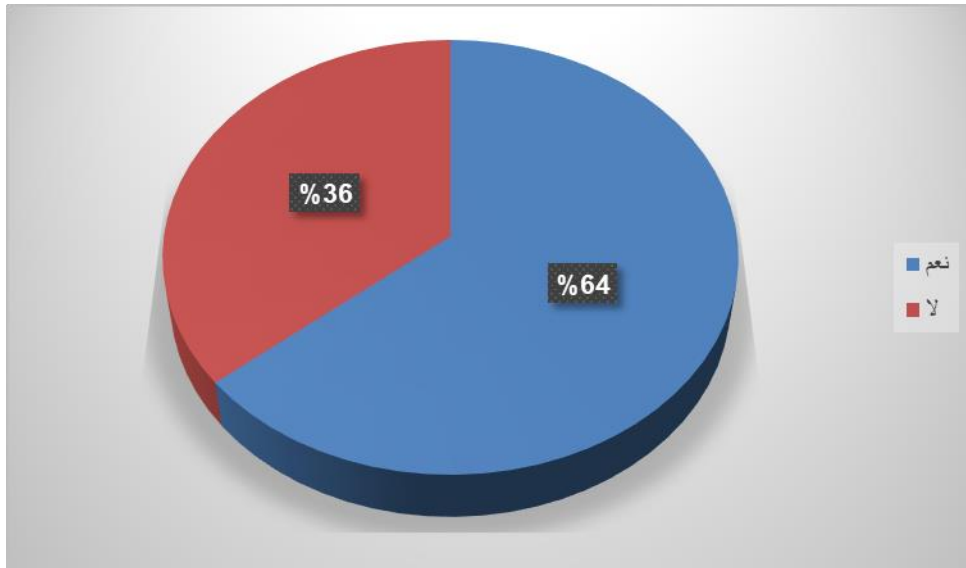
الشكل رقم (29): يمثل دور تكنولوجيا الوسائط المتعددة في مساعدة المستخدم على تذكر المعلومات

الجدول رقم (30): يوضح أهمية الصوت في مصداقية الخبر

النسبة	التكرار	
64%	32	نعم
36%	18	لا
100%	50	المجموع

من خلال الجدول أعلاه نلاحظ أن إجابات أفراد عينة الدراسة والبالغ عددهم إجمالاً (50) فرداً قد انقسمت إلى مجموعتين، تمثلت المجموعة الأولى في الأفراد الذين تمحورت إجاباتهم بالعبارة " نعم " وقد بلغ عددهم (32) فرداً بنسبة مئوية بلغت 64% أما المجموعة الثانية فتمثل الأفراد الذين كانت إجاباتهم على هذا السؤال بالعبارة " لا " والبالغ عددهم (18) بنسبة مئوية قدرت بـ 36%.

الاستنتاج: من خلال نتائج تحليل الجدول نجد أن أغلبية أفراد العينة يؤكدون على أن للصوت تأثير على مصداقية المواقع الالكترونية.



الشكل رقم (30): يمثل أهمية الصوت في مصداقية الخبر

2- تحليل النتائج على ضوء الفرضيات:

مناقشة الفرضية الأولى:

من خلال تحليل نتائج الجداول (04) و (05) و (06) نجد أنها تضمنت إجابات العينة حول فوائد عامة لتصفح الصحف الإلكترونية أما في ما يخص الجداول (05) و (06) و (07) فتناولت بعض المعلومات الخاصة بالمتصفح مثال علة ذلك الوقت المناسب للتصفح و المكان... الخ.

أما الجداول (11) و (12) فقد تضمنت توجيهات للمتصفح حول جودة الصحف الإلكترونية.

ومن خلال كل هاته المعطيات نجد أن معظم إجابات أفراد العينة جاءت إيجابية في ما يخص التصفح الإلكتروني و عليه يمكن القول أن الفرضية الأولى القائلة المتعلقة بعادات التصفح الإلكتروني تحققت

مناقشة الفرضية الثانية:

من خلال تحليل نتائج الجداول في المحور الثاني نجد الجداول (12) و (13) تتناول الشق الخاص بالتصميم المتعلق بالصحف الإلكترونية من خلال أسئلة تأخذ ب رأي أفراد العينة.

أما الجداول (14) و (15) و (16) توضح دور الصورة و الفيديوهات في زيادة من مصداقية الخبر في الصحف الإلكترونية.

أما الجدول (17) فيعتبر حالة خاصة من خلال بعض الفيديوهات التي تشوش على المتصفح أثناء التصفح وجاءت إجابات أفراد العينة مؤكدة لإمتعضاهم من هذا النوع من التشويش.

أما الجداول و (18) و (19) و (20) و (21) و (22) فتناولت دور بعض الأمور التقنية كالصورة الجيدة و الصوت الجيد و العرض و التصميم... الخ.

من خلال التحليل السابق يمكن القول أن نص الفرضية القائل عناصر الوسائط المتعددة في المواقع الإلكترونية الإخبارية لها دور في تحقيق مصداقية الخبر.

مناقشة الفرضية الثالثة:

من خلال تحليل نتائج الجداول (23) و (24) و (25) و (26) و (27) نجد ان كل هاته الجداول تتضمن خاصية مشتركة تتعلق بالقراءة و التصفح ضمن مجموعة من الخصائص المتعلقة بتسلسل الفقرات و التصميمالخ.

أما الجداول (28) و (29) و (30) و (31) نجد ان هاته الجداول كذلك تحتوي على أنواع الوسائط المستخدمة في الصحف الإلكترونية والتي تساهم في زيادة التصفح الإلكتروني. من خلال التحليل السابق نجد أن نص الفرضية الذي يتضمن توظيف الوسائط المتعددة في المواقع قد تحققت.

ومن خلال تحقق الفرضيات الجزئية لدراستنا نجد أن الفرضية العامة قد تحققت وبالتالي فإن الهدف العام للدراسة قد تحقق.



خاتمة



خاتمة:

لقد حاولنا في هذه الدراسة تسليط الضوء على ظاهرة دور الوسائط المتعددة في المواقع الإخبارية وذلك من خلال التركيز على عينة من المواقع الالكترونية وللقيام بهذه المهمة كان علينا في البداية الأمر القيام بتقديم بعض الأطر المفاهيمية الخاصة بهذه الظاهرة من خلال مراجعة انتقائية للأدبيات في الميدان، ولقد تم ذلك في شكل محاولة ابراز تعاريف الوسائط المتعددة المختلفة وذلك ظهورها وتطورها، بالإضافة الى مختلف ابعادها ووقفنا عند التطورات التكنولوجية المتنوعة للوسائط المتعددة وتطبيقاتها في المجال الإعلامي وعلاقتها بالمواقع الإخبارية بالمواقع الإخبارية على شبكة الأنترنت، وما وصلت اليه الممارسة الاتصالية وذلك بفضل الوسائط المتعددة.

لا شك أن الصحافة الالكترونية أحدثت انقلابا في عالم الصحافة والاعلام لأنها جمعت بين كل مميزات وسائل الاعلام من نص وصوت وصورة وجعلت القارئ يستخدم الحواس السمع والبصر وخلقت معه علاقة وجعلته جزءا منها وطرفا متفاعلا ومشارك في العملية الإعلامية من خلال ابداء رأيه فيما تنشره حيث أن مستخدميها لم يعد ذلك المتلقي السلبي للمضامين الإعلامية التي تعرضها بل اصبح بإمكانه اختيار ما يرغب فيه وبكل سهولة من معلومات واخبار، حيث أن المواقع الالكترونية الإخبارية في الجزائر اكثر مقروئية ذلك لأنها فتحت آفاق عديدة وأصبحت اقرب في تناول المواطن وكلها أمور لم يكن باستطاعته فعلها هو يقرأ الصحيفة الورقية لذلك تعمل المواقع الالكترونية الإخبارية وتتافس على ابراز امكانياتها في التصميم الجيد لتقديم الأخبار في سبل جذب المتصفحين لكون تصميم المواقع اصبح فنا أكثر منه علما قائما بذاته، وهو فعل ابداعي ينتج وفقا لمجموعة من الآليات التنظيمية الهي تتصل لحاجة الانسان نفعيا وجماليا في وقت واحد ويمكن القول أن التصميم يعبر عن الابتكار التشكيلي وخلق أشياء جميلة وممتعة فهو العمل الخلاق الذي يحقق غرضه وتعتمد عملية التصميم على قدرة المصمم على الابتكار من خلال استغلال ثقافته وقدراته التخيلية في تكوين

عمل جديد أو تطويره فهو قائم على تنظيم الخطوط والألوان وغيرها من العناصر الأخرى بصورة معينة تجذب المتصفحين من أجل التعبير عن الأفكار جماليا ووظيفيا وعلى هذا الأساس فالتصميم يعبر عن فعل تنظيمي ابتكاري مرتبط بفكرة المصمم.

وخلص من خلال هذه الدراسة الى نتيجة مفادها أن توظيف الوسائط المتعددة في المواقع الإخبارية بات واردا الى حد القبول جدا نظرا لحادثة هذه الخاصة في ميدان الصحافة الالكترونية حيث تضمن محتوى هذه المواقع توظيفا لأدوات الوسائط المتعددة كالصورة والفيديوهات وخاصة مشاركة النص في حين أظهرت ضعف بعض الصفحات الالكترونية كلا من خاصية تحديث الموقع للاخبار اليا والاستجابة والتفاعل مع التساؤلات والانشغالات التي يطرحها المستخدم وهذا الأمر يعود نسبيا الى ضعف التكوين والتأصيل المعلوماتي لمسؤولي هذه المواقع، ونشير أيضا الى غياب الثقافة الالكترونية بالنسبة للمستخدم، كما أن هذا لا يعطي مؤشرا نهائيا لمستويات الوسائط المتعددة في المواقع الإخبارية الالكترونية لأن معنى الوسائط ليس دوافع لعناصرها على الموقع.

كما أن الصحافة الالكترونية لا تزال سائرة في طريق التطور فهي تسعى لمواكبة الثورة الرقمية من جهة ومن جهة ثانية محاولة الحفاظ على جمهورها واستقطاب اكبر قدر ممكن من الزوار لمرافقها.

توصيات الدراسة:

على ضوء النتائج التي توصلت إليها الدراسة يستخلص الباحث التوصيات التالية:

1- ضرورة نص زيادة الاهتمام بالمواقع الإخبارية الإلكترونية من قبل المؤسسات والهيئات التي تديرها وتقوم بالإشراف عليها، وهذا الاهتمام يمكن أن يتخذ عدة مسارات فهناك الاهتمام بالأدوات والوسائط المتعددة نفسها وزيادة مساحاتها في المواقع الإخبارية الإلكترونية من جهة، وعدم إهمال مشاركات وآراء (المستخدمين) من جهة أخرى ، والاهتمام اكثر بأبعاد التفاعلية

من حيث سهولة التصفّح وبناء المحتوى الإلكتروني وفق الاسس العلمية والمنهجية الخاصة بإدارة المحتوى الإلكتروني.

2- ضرورة أن تعمل إدارات المواقع الإخبارية الإلكترونية على بناء استراتيجيات إعلامية تقوم على توظيف الوسائط المتعددة والتقنيات والابتكارات التي تسهم في زيادة معدل الزيارات للموقع الإخباري الإلكتروني والاستفادة من البرامج الخاصة بتحليل زوار الموقع وسماتهم وأكثر الروابط أو الصفحات زيارة ومن ثم تقسيم محتويات المواقع الإخبارية الإلكترونية لزيارات ورغبات مستخدمي تلك المواقع لتحقيق أكبر زيادة من عدد المستخدمين.

3- أهمية أن تعمل إدارات تحرير المواقع الإخبارية الإلكترونية بالاستفادة من الدراسات والبحوث الخاصة بمتطلبات مختلف الفئات العمرية في المجتمعات حتى يصبح لمحتوى الموقع الإخباري الإلكتروني دور في تحقيق تطلعات الشعوب، مع إتاحة المساحات والأدوار والأبعاد التفاعلية ما يمكنهم من المشاركة والتفاعل من خلال الوسائط التي يفضلونها كالهواتف الذكية والأجهزة المحمولة.



قائمة المراجع



قائمة المراجع:

أولاً: الكتب

1. إبراهيم بعزيز: الصحافة الإلكترونية والتطبيقات الإعلامية الحديثة، دار الكتاب الحديث، القاهرة، الجزائر، 2012.
2. السيد بخيت الصحافة و الأنترنت العربي للنشر و التوزيع 2000.
3. السيد بخيت: الصحافة والانترنت، العرب للنشر والتوزيع، 200، ص23.
4. عبد الفتاح علي: مستقبل الإعلام تطوير الإعلام وفق تكنولوجيا الإتصال الحديث، دار الأيام للنشر و التوزيع عمان 2014.
5. ماجد سالم تريان: الانترنت والصحافة الإلكترونية، رؤية مستقبلية، 2006.
6. مجبل لازم موسى المالكي: المكتبات الرقمية والتقنية الوسائط المتعددة، ط1، الوارق للنشر و التوزيع، 2005.
7. محمد حسين بصبوص وآخرون: الوسائط المتعددة وتطبيقات، دار اليازوردي العلمية للنشر والتوزيع، الطبعة العربية، 2004.
8. محمد حسين بصبوص وآخرون: الوسائط المتعددة وتطبيقات، دار اليازوردي العلمية للنشر والتوزيع، الطبعة العربية، 2006.
9. منار فتحي محمد: تصميم المواقع الصحف الإلكترونية، دار العالم العربي، القاهرة، ط1، د س .
10. فريد مصطفى تكنولوجيا الفن الصحفي دار أسامة للنشر والتوزيع ط 1، 2010.

ثانياً: الرسائل الجامعية

1. أمل الحجار إتجاهات الصحفيين في قطاع غزة نحو المواقع الإخبارية الالكترونية ، دراسة ميدانية ، بحث تكميلي غير منشور غزة :قسم الصحافة و الإعلام ،الجامعة الإسلامية 2005 ص16
2. صالح بن زيد العنزي، إخراج الصحف الإلكترونية في ضوء السمات الاتصالية لشبكة الانترنت، رسالة ماجستير، جامعة الإمام محمد بن سعود، الرياض، 2007-2008.

ثالثا: المواقع الالكترونية

1. محمد جاسم فلحي، مقرر رقم 730 الفصل الدراسي الأول المرحلة الماجستير في الإعلام والاتصال، الأكاديمية العربية في الدنمارك، العام الجامعي، 2005، ص 2006.

<http://www.do-academey.org/ar/2006/1/324.html>

2. جمال غطاس، الصحافة الإلكترونية ورقة عمل للمؤتمرات الرابع للصحافة بالقاهرة 2005.

3. <Http://www.khayma.com/tibaraians/archive/lis/1991htm>



الملاحق





الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية
وزارة التعليم العالي والبحث العلمي
جامعة محمد بوضياف - المسيلة -



كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية.
قسم علوم إعلام واتصال.
تخصص: اتصال وعلاقات عامة.

استمارة استبيان

تعليمية:

في إطار الإعداد للمذكرة تخرج مكملة لنيل شهادة الماستر تخصص: اتصال وعلاقات عامة الموسومة بـ:
دور توظيف الوسائط المتعددة على المواقع الإخبارية الالكترونية ، سادتي الأفاضل سيداتي الفضليات نضع بين
أيديكم هذا الاستبيان راجين منكم الإجابة على الأسئلة الواردة فيه وهذا بوضع علامة (X) أمام الإجابة التي ترونها
مناسبة، كما نحيطكم علماً أن إجاباتكم تبقى في سرية تامة ولا تستخدم إلا لغرض البحث العلمي و فقط.
تقبلوا منا فائق الاحترام والتقدير على تعاونكم.

اسم ولقب الطالب (ة):

* مهدي رانية

* دري فاطمة

الأستاذ المشرف:

* لعزيزي سعاد

السنة الجامعية: 2021 / 2022 .

استمارة استبيان حول دور توظيف الوسائط المتعددة على المواقع الإخبارية الالكترونية
دراسة ميدانية على عينة من الطلبة علوم الإعلام والاتصال

*: البيانات الشخصية:

- 1- طبيعة الجنس: ذكر أنثى
- 2- السن: 18-22 25-23 25 فما فوق
- 3- المستوى الدراسي: ليسانس ماستر دكتوراه

المحور الأول: عادات التصفح الالكترونية

- 1- هل أنت من متصفح المواقع الالكترونية؟ نعم لا
- 2- ما هي أوقات التصفح؟ صباحاً مساءً ليس هناك وقت محدد
- 3- ما هو مكان التصفح؟ البيت الجامعة العمل
- 4- كطالب في علوم الاتصال والعلوم، كم المدة التي يستغرقها في تصفح المواقع الالكترونية؟
أقل من ساعة من ساعة إلى 3 ساعات من 3 ساعات فما فوق
- 5- هل تستفيد من تصفحك للمواقع الالكترونية؟ أستفيد لا أستفيد أحياناً
- 6- هل تليي هذه المواقع رغبتك؟ نعم لا
- 7- هل التصميم له دور في جذب المتصفحين؟ نعم لا
- 8- كيف تقوم بتصفح الأخبار في المواقع الالكترونية؟ تكفي بقراءة العناوين تقرأ المقدمة

المحور الثاني: عناصر الوسائط المتعددة في المواقع الإخبارية

- 1- هل لديك اهتمام بشكل وتصميم المواقع الالكترونية؟ نعم لا
- 2- هل استمراك لتصفح المواقع مرتبط بوضوح الصورة؟ نعم لا
- 3- حسب رأيك هل الصورة تزيد من مصداقية الخبر؟ نعم لا
- 4- هل تتعرض للفيديوات المعروضة في المواقع؟ نعم لا
- 5- هل تشاهدها من البداية إلى النهاية؟ نعم لا أحياناً

- 6- هل تشوش على قراءة النص ؟ نعم لا
- 7- أم تزيد من مصداقية الخبر؟ نعم لا
- 8- هل الموسيقى في الصور المتحركة لها تأثير؟ نعم لا
- 9- هل للصوت أهمية كبيرة في مصداقية الخبر؟ نعم لا
- 10- هل النص يمثل شكل أساسي لعرض الأخبار في المواقع الإلكترونية؟ نعم لا
- 11- حسب رأيك كيف تساهم الخطوط في تسهيل القراءة؟

- 12- كيف ترى جودة التصميم لهذه المواقع من حيث الإخراج؟ جيدة متوسطة سيئة

المحور الثالث: دور التوظيف في الوسائط المتعددة في المواقع.

- 1- ما هي الجوانب التي ترغب في تغييرها من ناحية التصميم في المواقع الإلكترونية؟
 الإعلانات الصورة الكثيرة الألوان
- 2- هل ترى أن استمرارية النص وتسلسل الفقرات يزيد من سرعة القراءة؟ نعم لا
- 3- حسب رأيك ما هو الدور الذي تضيفه الصورة المرافقة للمضامين في المواقع الإخبارية؟
- 4- الارتباط بالموضوع شرح المعاني
- 5- ما هي العناصر التي تفضل وجودها أكثر أثناء القراءة والتصفح؟
 جداول فواصل فراغات بيضاء
- 6- هل كثرة الإعلانات تشتت انتباهك أثناء القراءة والتصفح؟ نعم لا
- 7- هل استطاعت المواقع الإخبارية الإلكترونية أن تكون جاذبة للجمهور بصفة عامة؟
 نعم لا
- 8- هل تكون تكنولوجيا الوسائط المتعددة ساعدت المستخدم على تذكر المعلومات أكثر؟
 نعم لا
- 9- هل للصوت أهمية كبيرة في مصداقية الخبر؟ نعم لا
- 10- كيف ترى مساهمة الوسائط المتعددة في المواقع الإخبارية الإلكترونية؟