حراسة البوابة الإعلامية والتفاعلية في المواقع الإخبارية الفلسطينية على شبكة الانترنت

Gatekeeping and Interactive Media in the Palestinian News Sites on the Internet Network

إعداد

ثائر محمد تلاحمة

الرقم الجامعي

400910248

بإشراف الدكتور

كامل خورشيد مراد

قدمت هذه الرسالة استكمالاً

لمتطلبات الحصول على درجة الماجستير في الإعلام

كلية الإعلام

جامعة الشرق الأوسط

أيار 2012

تفويض

أنا "ثائر محمد تلاحمة" أفوض جامعة الشرق الأوسط بتزويد نسخ من رسالتي ورقيا وإلكترونيا للمكتبات ، أو المنظمات ، أو المؤسسات والهيئات المعنية بالأبحاث والدراسات العلمية عند طلبها .

الاسم : ثائر محمد تلاحمة .

التاريخ : 27/05/2012

التوقيع : .....

قرار لجنة المناقشة

نوقشت هذه الرسالة وعنوانها " حراسة البوابة الإعلامية والتفاعلية في المواقع الإخبارية الفلسطينية على شبكة الانترنت".

وأجيزت بتاريخ 27 /2012/5.

أعضاء لجنة المناقشة :

	التوقيع
١. الأستاذ الدكتور : حلمي خضر ساري	رئيساً:.....
٢. الأستاذ الدكتور : تيسير أبو عرجه	عضواً ~~خارجياً~~ (جامعة البتراء).....
٣. الدكتور : كامل خورشيد مراد	عضواً / مشرفاً: .....

شكر و تقدير

الحمدلله رب العالمين، والصلاة والسلام على رسوله الصادق الأمين، وعلى آله وصحبه الطيبين الطاهرين، وبعد:

يسعدني أن أتقدم بجزيل شكري لأساتذتي الأفاضل في كلية الإعلام بجامعة الشرق الأوسط، على عطائهم العلمي،كما أتقدم بعظيم شكري وتقديري إلى من كان الأب والمعلم أستاذي الفاضل الدكتور" كامل خورشيد مراد " الذي شرفني بقبول الإشراف على هذه الرسالة، ولما أحاطني به من كرم الأخلاق، و لجهوده العلمية الطيبة التي أبداها طيلة فترة إعداد هذه الرسالة.

والشكر كل الشكر إلى الأساتذة الكرام رئيس وأعضاء لجنة المناقشة الذين تحملوا عناء قراءة هذه الرسالة ومناقشتها وتقويمها وتزويدي بما لديهم من علم سديد ، وإلى كل من ساندني في غربتي وكل من أعانني لإتمام هذا العمل المتواضع ولكم مني كل المحبة و الاحترام والتقدير .

الإهداء

إلى من ترعرعت بين أحضانه وطني الحبيب (فلسطين) إجلالاً

إلى من علمني الرجولة والتحدي(والدي) أطال الله بعمره ... فخراً

إلى من غمرتني بفيض حنانها (والدتي) حفظها الله .... وفاءً

إلى من أسرجوا النور في ظلمة ليلي (إخوتي وأخواتي)... حباً

إلى روح من كان رمزاً للرجولة والعروبة (الشهيد صدام حسين) إكراماً

أهدي ثمرة هذا الجهد المتواضع عرفاناً لهم بالجميل .

قائمة المحتويات

الموضوع	رقم الصفحة
نموذج تفويض.	ب
قرار لجنة المناقشة.	جـ
الشكر والتقدير.	د
الإهداء.	هـ
قائمة المحتويات.	و .. ز .. ح
قائمة الجداول.	ط
قائمة الملحقات.	ي
الملخص باللغة العربية.	ك .. ل
الملخص باللغة الانجليزية.	م .. ن
الفصل الأول: الإطار العام للدراسة	
1. المقدمة	1
2. مشكلة الدراسة	3
3. أسئلة الدراسة.	4
4. أهداف الدراسة.	5
5. أهمية الدراسة.	5
6. مصطلحات الدراسة.	6
7. حدود الدراسة.	9
8. محددات الدراسة .	9
الفصل الثاني: الإطار النظري والدراسات السابقة	
1. أبعاد التفاعلية وإتجاهات االباحثين حول التفاعلية	10
2. الانترنت و الوسائط المتعددة التفاعلية ومكوناتها	27

3. القائم بالإتصال في المواقع الإلكترونية الإخبارية	39
4. نشأة الصحافة الالكترونية في فلسطين وتطورها	46
5. نظرية حارس البوابة الإعلامية	50
6. الدراسات السابقة	53
الفصل الثالث: منهجية الدراسة	
7. مجتمع الدراسة	63
8. عينة الدراسة	63
9. أداة الدراسة	64
10. صدق الآداة وثباتها	64
11. المعالجة الإحصائية	65
12. إجراءات الدراسة	65
الفصل الرابع: نتائج الدراسة	
1. النتائج المتعلقة بالإجابة عن السؤال الأول	66
2. النتائج المتعلقة بالإجابة عن السؤال الثاني	67
3. النتائج المتعلقة بالإجابة عن السؤال الثالث	68
4. النتائج المتعلقة بالإجابة عن السؤال الرابع	70
5. النتائج المتعلقة بالإجابة عن السؤال الخامس	71
6. النتائج المتعلقة بالإجابة عن السؤال السادس	72
7. النتائج المتعلقة بالإجابة عن السؤال السابع	73
8. النتائج المتعلقة بالإجابة عن السؤال الثامن	74
9. النتائج المتعلقة بالإجابة عن السؤال التاسع	75

الفصل الخامس: النتائج والتوصيات	
1. مناقشة النتائج	77
2. التوصيات	81
3. قائمة المراجع	83
4. الملاحق	88

قائمة الجداول

الرقم	عنوان الجدول	الصفحة
1	اختبار كاي تربيع لفحص الفروق بين التكرارات مدى دور حارس البوابة في الموقع	66
2	اختبار كاي تربيع لفحص الفروق بين التكرارات لاستخدام المواقع الإخبارية الفلسطينية أساليب تتوفر فيها خاصية مشاركة النص في مواقع التواصل الاجتماعي مثل (فيسبوك وتويتر ويوتيوب)	67
3	اختبار كاي تربيع لفحص الفروق بين التكرارات لاستخدام المواقع الإخبارية الفلسطينية أساليب يستخدم الموقع نظام الوسائط المتعددة (multi media= صورة ،فيديو ،نصوص) في نشر المادة الخبرية)	68
4	اختبار كاي تربيع لفحص الفروق بين التكرارات يوفر الموقع تعددا في الاختيارات أمام زوار الموقع	70
5	اختبار كاي تربيع لفحص الفروق بين التكرارات يوفر الموقع امكانيات الاتصال والتواصل مع الزوار	71
6	اختبار كاي تربيع لفحص الفروق بين التكرارات يوفر الموقع امكانية إضافة معلومات والتواصل مع المترددين من خلال ساحات الموقع	72
7	اختبار كاي تربيع لفحص الفروق بين التكرارات لوجود آلية بحث وقاعدة بيانات للموقع	73
8	اختبار كاي تربيع لفحص الفروق بين التكرارات لوجود آلية لتحديث الموقع	74
9	اختبار كاي تربيع لفحص الفروق بين التكرارات لاستخدام المواقع الإخبارية الفلسطينية أساليب ربط تتيح التفاعل مع النص الإخباري	75

قائمة الملحقات

الرقم	عنوان الملحق	الصفحة
1	قائمة بأسماء خبراء تحكيم أداة الدراسة	85
2	العينة المستخدمة في الدراسة	86
3	نموذج للاستبانة المستخدمة في الدراسة	87

حراسة البوابة الإعلامية والتفاعلية في المواقع الاخبارية الفلسطينية على شبكة الإنترنت

إعداد: ثائر محمد تلاحمة

بإشراف

د. كامل خورشيد مراد

Gatekeeping and Interactive Media in the Palestinian News Sites on the Internet Network

By : Thaer Mohmmad Talahma

Under The Supervision of

Dr. Kamel Khurshid Murad

الملخص

هدفت هذه الدراسة إلى وصف الامكانيات التفاعلية المتاحة من قبل حارس البوابة الإعلامية في المواقع الإخبارية الفلسطينية على شبكة الإنترنت ، إذ إن هذه المواقع خاضعة بشكل رئيسي للسيطرة من قبل حارس البوابة ، الذي يديرها وفق أسس مختلفة تندرج تحت السياسة الإخبارية .

واعتمدت الدراسة على أداة الاستبانة الموزعة على عينة عشوائية من حراس البوابة الالكترونية للمواقع الإخبارية الفلسطينية التي بموجبها تم جمع البيانات عن المتغيرات كما توجد في المواقع ، وذلك من خلال مسح إمكانيات التفاعلية المتاحة في المواقع الإخبارية الفلسطينية .

وتوصلت الدراسة إلى أن المواقع الاخبارية الفلسطينية استخدمت بشكل كبير نظام الوسائط المتعددة (multi media) بكافة اشكاله (نص ،صورة ، فيديو) في نشر المادة الخبرية داخل مواقعها .

وأشارت نتائج الدراسة إلى ارتفاع نسبة اهتمام المواقع الإخبارية الفلسطينية بنشر المواد السياسية والمواد الاجتماعية فيما أشارت النتائج بالمقابل إلى انخفاض نشر هذه المواقع للمواد الاقتصادية ومواد الترفيه والتسلية .

كما أشارت نتائج الدراسة إلى انخفاض بصورة عامة في مدى التفاعلية بين الزوار في المواقع الإخبارية الفلسطينية وعدم توفير بعض الإمكانيات التفاعلية من قبل حارس البوابة مثل (غرف دردشة خاصة بالموقع) ، بالمقابل أشارت النتائج الى ارتفاع في إتاحة خاصية إبداء الرأي من قبل زوار المواقع وإن هذه الخاصية تخضع لرقابة عالية من قبل حارس البوابة كما تبين في نتائج الدراسة .

وتشير النتائج إلى أن المواقع الاخبارية الفلسطينية اهتمت بشكل كبير بتحديث المواد الخبرية المنشورة فيها فيما اهتمت أيضا بتوفير آلية بحث وقاعدة بيانات لزوارها .

وأوصت الدراسة بضرورة توسيع اهتمامات المواقع الإخبارية وعدم التركيز على القالب السياسي فقط ، وأيضاً العمل على نشر المواقع الإخبارية بلغات أخرى غير اللغة الأم .

كما أوصت الدراسة بالحرص على تقديم الخدمات التفاعلية و تطويرها، ومتابعة آراء الجمهور حول كل ما هو جديد من تقنيات العرض، وأيضاً إجراء الدراسات بشكل دوري لمعرفة ما الذي يجذب الجمهور لتطويره والاهتمام به.

Abstract

This study aimed to describe the interactive choices available by the as these ،gatekeeper media in the Palestinian news sites on the Internet which is run ،sites are mainly subject to control by the gatekeeper according to different bases fall under the policy newsletter.

The study relied on a questionnaire distributed to a random sample of the guards of the web portal for Palestinian News Sites under which data and through a survey ،were collected for variables as found in the sites of available possibilities of interactive news sites in the Palestinian territories.

The study found that the Palestinian news sites used heavily multimedia and video) in the dissemination of ، image،system in all its forms (text material news reporting on their websites

The results of the study showed that the Palestinian news sites have a high proportion of interest in publishing political material and social in return it showed a decreased interesting in publishing the ،studies economical and entertainment materials

The results of the study indicate to a decrease in interactive between the websites visitors and failure to provide some of the interactive possibilities by the gatekeeper such as chat rooms .

And it indicate to increase the availability of express an opinion by visitors while it available under a high control by the gatekeeper.

The results indicate that the Palestinian news sites interest in updating the published news while it interest too in providing a search mechanism and a database for the visitors

The study recommended the need to expand the news sites concerns and also to work on ،and not to focus only on the political mold other than mother tongue.،disseminating the news sites in languages

also it recommended to be concerned about providing the interactive and following-up the visitors opinions about ،services and developing it and also conduct studies periodically to ،the new display technologies find out what attracts the visitors to focus on it and developing it

الفصل الأول

الإطار العام للدراسة

المقدمة:

منذ مطلع تسعينيات القرن الماضي والعالم يشهد نتائج الثورة الرقمية ،التي مثلت خروجاً بيّناً على الرسائل الاتصالية التقليدية . لقد أصبح لشبكة المعلومات الدولية "الإنترنت" دور مهم في نشر المواد الإعلامية بمختلف صورها وأشكالها، واستفاد من ذلك العديد من وسائل الإعلام ، وعلى رأسها الصحف الإلكترونية التي تزايد أعداد مواقعها على الشبكة العنكبوتية بشكل كبير ومطرد ، كما استفادت محطات التلفزيون والإذاعة من شبكة الإنترنت في بث موادها لتصل إلى أكبر عدد ممكن من الجمهور. وبدأ في الظهور أشكال جديدة من الخدمات الإعلامية، مثل المواقع الإخبارية التي ليس لها نسخ مطبوعة على أرض الواقع .

كان من أبرز ما تحقق في هذه الثورة ، أن ظهر ما يسمى بالنشر الإلكتروني (Electronic Publishing) أو النشر عبر الإنترنت (On Line Publishing). وهذا أدى إلى ظهور الصحافة الإلكترونية كمصطلح ، وسمّيت الصحافة الإلكترونية في الدراسات الإعلامية العربية "بأسماء عديدة منها (الصحافة الفورية ، الصحافة الرقمية ، الصحف التفاعلية ،الصحف اللاورقية ، الصحف الافتراضية)" واعتمدت هذه الصحافة على الإصدار "بطريقة إلكترونية متكاملة بمعدلات عالية السرعة والمرونة والكفاءة ، في نقل الخبر والصور من وكالات الأنباء والمراسلين ، وتحرير المواد الصحفية وتصحيحها ، وتصحيح الرسوم

والصور الفوتوغرافية والبحث عن المعلومات وتصفحها أو حفظها وطباعتها " (غازي ، 2009: ص6) .

وقد قدمت الصحافة الإلكترونية نمطاً حديثاً من أشكال الاتصال، وهو الاتصال الثنائي الاتجاه، أو ما سمّي بالاتصال التفاعلي، الذي يعتمد على الرجع من المستقبل إلى المرسل؛ ومن أهم سماتها (التفاعلية) التي تركز على تلبية حاجات الأفراد المتلقين حسب اهتماماتهم وتفضيلاتهم التي يرصدها القائم بالاتصال من خلال الرجع ، وإتاحة المشاركة النشطة للمتلقي في عملية خلق محتوى وسيلة الاتصال للذي يرغب في التعرض لها (عبد الحميد ، 2007 : ص 57–60) .

وبالنسبة لوسائل الإعلام العربية ، فبحسب أحد الباحثين فإنها لم تستفد من خدمات شبكة الإنترنت العالمية إلا بوقت متأخر نسبيا، إذ أنشأت صحيفة (الشرق الأوسط) السعودية في لندن عام 1995م موقعاً إلكترونياً للصحيفة عده الباحثون أول موقع إلكتروني لصحيفة مطبوعة ، بعد ذلك بدأت وسائل الإعلام العربية الأخرى في تسجيل حضور لها على شبكة الإنترنت؛ وتنوعت هذه الوسائل ما بين صحف ومجلات وقنوات فضائية ووكالات أنباء ومواقع إخبارية، وكان وجود هذه الوسائل على الشبكة متفاوتاً وفقاً لسياسة وإمكانيات كلٍ منها

وفيما يتعلق بالصحافة الإلكترونية الفلسطينية، يلاحظ أنها كمثيلاتها في الدول العربية بدأت في الظهور في أواخر عقد التسعينيات مع تطور شركات الإنترنت والخدمات التي تقدمها؛ وأصبح هناك العديد من مواقع الصحف الإلكترونية الفلسطينية على الشبكة العنكبوتية؛ وعملت هذه المواقع على شرح القضية الفلسطينية ، مخترقة بذلك الحصار الصهيوني على أبناء الشعب الفلسطيني، وممثلة في ذلك سيادة فلسطين في الفضاء المعلوماتي (التربان ،2008:ص5) .

وتميزت هذه المواقع بتفاعليتها ، إذ إن التفاعلية الحقيقية، قد تشجع المتلقي على المشاركة بإيجابية في استقبال المادة الإخبارية، وتخلق بذلك مجتمعا من المهتمين بالمضمون الإخباري ، فهي تميز بذلك وسائل الاتصال الرقمية عن وسيلة الاتصال التقليدية ،فإذا تضمن الموقع الإخباري مميزات وخدمات تجذب بذلك المترددين عليه للعودة إليه مرة أخرى ؛ وعند ذلك سيصبح الموقع أكثر شهرة وأكثر جاذبية للمعلنين ، وعليه فإن توفير إمكانيات التفاعلية في الموقع ، وتوفير مضمون مناسب يلبي احتياجات المستخدم، تعد من العناصر المهمة في نجاح التفاعلية في المواقع الإخبارية ، وتكمن الإمكانيات التفاعلية في هذه المواقع الإخبارية على إتاحتها من قبل حارس البوابة الفلسطيني .

من هنا أصبح من المهم دراسة العناصر التي وضعها حارس البوابة الإعلامية لهذه المواقع التي تشجع المتلقي على التفاعل مع وسيلة الاتصال ، وخاصة المواقع الإخبارية المتاحة عبر شبكة الإنترنت ، والأبعاد والمتغيرات التي تساعد المتلقي على التفاعل مع محتوى الموقع الإخباري. وبيان مدى توافرها في المواقع الإخبارية الفلسطينية .

مشكلة الدراسة :

في ضوء الثورة الرقمية – الإعلامية التي تجتاح العالم ، برزت في الفضاء الإعلامي الإلكتروني مواقع تقدم خدمات إخبارية فورية نالت اهتمام الجمهور المتلقي ومتابعته ، وتعد المواقع الإخبارية الفلسطينية رافداً مهماً في تزويد المتلقي ، العربي بشكل عام والفلسطيني بشكل خاص ، في الأخبار والمعلومات على مدار الساعة .

إن السؤال الذي يبرز للذهن هو : ما الإمكانيات التفاعلية التي أتاحها حارس البوابة الإعلامية الفلسطيني في هذه المواقع الإخبارية الفلسطينية للجمهور ؟

سّيما وأن هذه المواقع تخضع بشكل رئيسي إلى السيطرة من قبل حرّاس البوابة ، الذي يديرها وفق أسس مختلفة تتدرج تحت السياسة الإخبارية .

أسئلة الدراسة:

في ضوء السؤال الرئيسي للدراسة : ما طبيعة الإمكانيات التفاعلية التي وفرتها المواقع الإخبارية الفلسطينية لجمهورها في الفضاء الإلكتروني ، تتبع الأسئلة الفرعية الآتية :

1. ما دور حارس البوابة في توجيه المواقع الإخبارية الإلكترونية الفلسطينية ؟
2. لماذا تستخدم المواقع الإخبارية أساليب تتوفر فيها خاصية مشاركة النص في مواقع التواصل الاجتماعي مثل(فيس بوك ويوتيوب وتويتر)؟
3. هل تستخدم المواقع الإخبارية نظام الوسائط المتعددة في نشر المادة الخبرية (multi media– نصوص ، صورة ، فيديو) ؟
4. هل يوفر الموقع تعددا في الاختيارات أمام زوار الموقع ؟
5. هل يوفر الموقع إمكانيات الاتصال والتواصل مع الزوار ؟
6. هل يوفر الموقع إمكانية إضافة معلومات والتواصل مع المترددين من خلال ساحات الموقع ؟
7. هل توجد آلية بحث وقاعدة بيانات للموقع (Data Base) ؟
8. هل توجد آلية لتحديث الموقع ؟
9. هل تستخدم المواقع الإخبارية الفلسطينية أساليب تتيح ربط التفاعل مع النص الإخباري (الوصلات التشعبية– Hyperlinks)؟

أهداف الدراسة :

وتتلخص في هدفين أساسيين هما :

1. التعرف على أساليب الربط الإلكتروني التي تتيحها المواقع الإخبارية الفلسطينية لجمهورها باستخدام نظام الوسائط المتعددة Multi Media ثم الوصلات التشعبية Hyperlinks بما يؤدي إلى "التفاعلية " .
2. استكشاف مدى ما توفره هذه المواقع من اختيارات للجمهور المتصفح من قواعد بيانات Data Base وخاصية التواصل مع المحرر والقائم بالاتصال وإبداء الرأي من خلال التعليقات Comments والدردشة التي تجمع المستخدمين Chatting والتحديث الطارئ على الأخبار Updating .

أهمية الدراسة:

ترجع أهمية دراسة حرّاسة البوابة الإعلامية والتفاعلية في المواقع الإخبارية الفلسطينية إلى أن الصحف الإلكترونية والمواقع الإلكترونية الفلسطينية على شبكة الإنترنت أسهمت في ترسيخ وجود دولة فلسطينية مستقلة في الفضاء الإلكتروني العالمي .

وفضلاً عن ذلك فإن التفاعلية في المواقع الإخبارية الإلكترونية تعد أحد سمات تكنولوجيا الاتصال الحديثة بعدّها من ميزات الصحافة الإلكترونية ودور حارس البوابة الفلسطيني في تحديدها . وتكتسب الدراسة أهمية خاصة مع الانتشار الواسع للصحف والمواقع الإلكترونية في فلسطين والتطورات التي تحدث لها ومواكبة تطورات النشر الإلكتروني العربي، مما يستوجب

دراسة هذه المواقع لمواجهة الاحتياجات الحالية والمستقبلية في مجال الإعلام عبر شبكة الإنترنت.

إضافة إلى أن هذه الدراسة من شأنها تعزيز المكتبة الفلسطينية والعربية بمعلومات وبحوث تتعلق بالإعلام الفلسطيني .

مصطلحات الدراسة:

(1) البريد الإلكتروني Electronic Mail : هو "أحد الوسائل التكنولوجية الحديثة التي تستهدف تسهيل تبادل المعلومات على الفور ،ويمكن أن تكون هذه البيانات في شكل نصوص ،أو صوت، أو رسوم . ويتم ذلك باستخدام نظم البريد التي تعتمد على الحاسب الإلكتروني في استقبال الرسائل وتخزينها ونقلها إلى أماكن بعيدة ". (حجاب ،2004: ص 101) .

(2) الصحافة الإلكترونية Electronic Journalism : "هي الصحف التي يتم إصدارها ونشرها على شبكة الإنترنت كجرائد أو مجلات الكترونية وليست لها إصدارات عادية مطبوعة على الورق ،تقدم الأخبار الآنية والصور الحية والصوت والفيديو ، التي يمكن استرجاعها خلال ثوان معدودة" (الفيصل ،2006 : ص26).

(3) النشر الإلكتروني Electronic Publishing : هو "استخدام الحاسب الآلي في عملية إنشاء وتحرير وتصميم وطباعة وتوزيع المطبوعات ، وكذلك استخدام شبكات الاتصال (الفاكس) في توزيع المنتج النهائي على القراء في بعض الأحيان "(نصر ،2003 : ص91-93) .

(4) التفاعلية Interactivity :وعّرفها أحد الباحثين بأنها "من أهم سمات المجتمع المعلوماتي ، وتعني قدرة مستقبل الاتصال على التعامل مع المشتركين الآخرين وتبادل ردود الأفعال المستمر لمعلومات ومكونات هذه الشبكة طبقا لما يرونه من رد الفعل . ولهذا تتميز التفاعلية بالتشبيك ، بمعنى الربط الكامل بين جميع مستخدمي الشبكة في إطار الصحافة الإلكترونية "(حجاب ،2004: ص156) .

(5) الوسائط المتعددة Multi Media: هي عملية دمج أنظمة مختلفة (كمبيوتر ونصوص ومرئيات ساكنة ومتحركة وصوتيات واتصالات) في نظام واحد . تضع في متناول الإنسان مجموعة أدوات وتقنيات تتيح له استعمال إمكانيات متعددة في نظام متكامل ومتسع ومتفاعل يوسع أفاق الاستخدام من بيئة محددة إلى بيئة متعددة الخدمات (بسيوني ،2005،ص5) .

(6) الوصلات التشعبية Hyperlink : وهي خدمة توفر وصلات إلى نصوص متصلة بالموضوع في نفس الموقع، وهذه الحالات في النص تستفيد من ميزات الإنترنت في تتبع مصادر الموضوع (الدليمي ،2010 :ص182) .

(7) وكالة الأنباء News Agency: هي الهيئة التي تتخصص في تزويد الصحف والإذاعات ووسائل الإعلام المختلفة بالأخبار والصور والفيديو (حجاب ،2004: ص621) .

(8) الإنترنت Internet : هي "مجموعة من الشبكات المحلية والعامة تديرها شركات خاصة معظمها يؤمن المكالمات الهاتفية البعيدة مثل Sprint،MCI ، AT&T ومن شأن هذه الخطوط الهاتفية ربط الشبكات الخاصة والحكومية وكذلك الحواسيب المنزلية بعضها ببعض" (الدليمي ، 2010 : ص31) .

(9) الأرشيف الإلكتروني للصحيفة Archive of Electronic Newspaper: هو أرشيف يخزن رقميا في ذاكرة الحاسب الإلكتروني ، ويتم استخدام المعلومات الصحفية فيه بطريقة سهلة ومنظمة وسريعة . بالإضافة إلى إمكانية تخزين الصوت والصورة والفيديو في هذا الأرشيف (حجاب ،2004: ص45) .

(10) حارس البوابة الإعلامية (Gatekeeper) : ويشير هذا المصطلح إلى أن " القائم على الأخبار أو الرسائل الإخبارية وهو قائم بذاته على فتح أو إغلاق (بوابة) الخبر والمضامين الأخرى ، سامحا بذلك للخبر أن يندفع إلى الأمام ، أو أن يشاع ليكون حاجزاً ضد عناصر أخرى حسب خليط من الاختيارات المهنية الشخصية ، لأن انحياز الفرد قد يؤدي إلى إتلاف أو دمج بعض العناصر ، ولأن اختيارنا للأخبار هو الذي يقوم بدون شك بتنويع وتلوين (تصوراتنا) أي معرفتنا للأحداث البعيدة أو الغابرة " (وسينجلتيري ، جيرالد ،1999،ص39).

(11) المواقع الإخبارية الإلكترونية : هي مجموعة من النوافذ على شبكة الإنترنت تعرض الأخبار المستحدثة وتعتمد بالأغلب على وكالات الأنباء أو مراسلين خاصين بالمواقع ، إضافة إلى نشر المقالات الخاصة بالموقع أو نقلاً عن مواقع أخرى وقد تعهد بعضها إلى عقد بروتوكولات مع مواقع أخرى لتبادل الأخبار والموضوعات الصحفية الأخرى(الدليمي ، 2010 : ص173).

(12) البروتوكولات : هي عبارة عن مجموعة من القواعد التي تحكم عدد أجهزة الكمبيوتر التي تطلب نوعا معيناً من المعلومات ، ويطلق على قواعد (بروتوكولات) الشبكة اسم Transmission Control Protocol (TCP) أو اسم Internet Protocol (IP) ، ومن الأمثلة عليها : البريد الصوتي E-mail ، شبكة الويب ، جماعات النقاش ، نقل الملفات ، والتي أصبحت من الوسائط الحديثة للاتصال الجمعي عبر شبكة الإنترنت (حجاب ،2004: ص65).

حدود الدراسة :

1. تنحصر هذه الرسالة في دراسة الإمكانيات التفاعلية المتاحة عبر المواقع الإخبارية الفلسطينية على شبكة الإنترنت، وهي دراسة انحصرت بالمواقع الإخبارية الإلكترونية الفلسطينية بغض النظر عن الموقع الجغرافي لهذه المواقع .
2. الحدود الزمانية للدراسة : تم إجراء هذه الدراسة العلمية خلال شهر تشرين الأول (أكتوبر) عام 2011 م.

محددات الدراسة :

إن التغير والزيادة في عدد المواقع الإخبارية وفي طريقة تناولها للأحداث المتغيرة باستمرار إضافة إلى تباين نسب المشاركة والتفاعل عند الجمهور وفقا لنوعية وطبيعة الأحداث التي تقع على أرض الواقع والتطورات التكنولوجية تحول دون تعميم نتائج الدراسة بعد مدة من الزمن .

ونتيجة لخصوصية القضية الفلسطينية فإن طريقة تناولها للأخبار وطريقة ودرجة تفاعل المتلقين معها فيه نوع من الخصوصية الذي يحد من تعميم نتائج الدراسة على مجمل الوطن العربي كاملا.

الفصل الثاني

الإطار النظري للدراسة

1. أبعاد التفاعلية واتجاهات الباحثين

تعدّ التفاعلية من أهم الإضافات المتميزة للصحافة الإلكترونية. ويشير أحد الباحثين إلى التفاعلية على أنها إحدى أهم سمات وخصائص وسائل الإعلام الجديد. كما يؤكد أحد الباحثين أن التفاعلية هي ثاني أهم عامل بعد الآنية للصحفيين في أداء عملهم. فاستخدام السمات التفاعلية على شبكة الإنترنت يؤدي إلى دور كبير في إحداث نقلة نوعية في وسائل الإعلام التقليدية، من خلال تقديم نوع من الاتصال الثنائي والتعددي يتجاوز التدفق التقليدي غير المباشر للرسائل الإعلامية.

1. أبعاد التفاعلية

قدمت الإنترنت البيئة اللازمة لظهور الإعلام الرقمي بشكل لم يكن متاحاَ بنفس القوة والفاعلية في وسائل الإعلام التقليدي، واستطاع نموذج الإعلام الرقمي على شبكة الإنترنت أن "يتبنى نظاما أكثر قدرة على تنمية مشاركة المستخدم و تحقيق درجة أعلى من التفاعلية والتحكم في الاتصال"(شفيق،2007،ص28).

وتُعد التفاعلية (Interactivity) من أهم الخدمات التي يقدمها الإنترنت في مجال إفادة الصحافة الإلكترونية، فالإنترنت يعد بمثابة وسيط للاتصال التفاعلي الذي يوسع فرص مشاركة القراء عن طريق البريد الإلكتروني، وكذلك عن طريق الروابط والمنتديات الإلكترونية ومواقع

الدردشة والألعاب الاختيارية المتاحة وغيرها من سبل الاتصال التفاعلي بين الصحف والمجلات الإلكترونية وقرائها.

وقد تعددت المفاهيم التي قدمت لتعريف التفاعلية وفقا لمجالات التخصص المتنوعة التي يتوافر فيها نوع من التفاعلية، فهي "مفهوم متعدد الأبعاد والاستخدامات ، فالتفاعلية تعدّ مفهوما تكامليا تهتم به العديد من التخصصات البحثية المختلفة، لذا فإن ما يعنيه متخصص المكتبات بالتفاعلية يختلف إلى حد كبير عمَا يعنيه باحث الإعلام أو مبرمج الكمبيوتر" (حجاب ،2004،ص747).

يشير بعض الباحثين في مجال الإعلام والاتصال إلى عدم قدرة وسائل الإعلام التقليدية على التفاعل مع جمهورها. ويحدد أحد الباحثين العوامل التي تؤدي إلى ذلك في خمسة عوامل من بينها عدم توفر القدرة التكنولوجية التي تتيح الفرصة لمشاركة الجمهور وتبادل الرسائل والمضامين الإعلامية من خلال وسائل الإعلام، فهي لاتستطيع إشباع الدوافع الاتصالية لكل فئات الجمهور المختلفة التي لا تملك فرصاً للمشاركة في إنتاج مضامين وسائل الإعلام التقليدية.

2. التطور التاريخي لمفهوم التفاعلية

لقد بدأ الاهتمام بدراسة التفاعلية منذ أن أكد Wiener أهمية رجع الصدى عام 1948، ورغم شهرة هذا المصطلح إبان الخمسينيات والستينيات من القرن الماضي، إلا أن استعماله في بحوث الاتصال تراجع في العقود الأخيرة، بسبب بنية وسائل الاتصال الجماهيري، "فطبيعة الإعلام الأحادي الاتجاه الذي فرضته كل من الجرائد والإذاعة والتلفزيون يستثنى إمكانية عودة المعلومات بين منتجي الرسائل ومتلقيها، إذ تنعدم فرصة تبادل الأدوار بين المرسلين والمتلقين" (اللبان ،2005،ص65) . وهذا يتجسد من خلال ما يسمى التفاعلية التقليدية التي نجدها في

الجرائد على شكل رسائل منشورة من ركن رسائل إلى المحرر والتي كانت ترسل عن طريق البريد، ومثل ما يحدث في الإذاعة والتلفزيون من مكالمات هاتفية أثناء بث البرامج أو وصول الرسائل البريدية أو الحضور في الأستوديو. فنجد أن إحدى الخصائص الرئيسية في الاتصال الحديث تتجلى في إرساء أسلوب اتصالي لا يتيحه الإعلام التقليدي، ألا وهو الاتصال التفاعلي، وتجسد البناء التقني للاتصال الحديث في تجاوزه إحدى خواص الاتصال القديم أحاديَ الاتجاه (مهنا،2002، ص417).

كما أن مفهوم التفاعلية تطوّر وتماشي مع الوتيرة المتسارعة لانتشار تكنولوجيا الإعلام والاتصال الحديثة، والدافع وراء هذا النوع من الدراسات يكمن في الممارسة وسلوكيات المستخدمين لهذه التكنولوجيات الحديثة، والتي بفضلها أصبحنا نتحدث عن سيولة اتصالية حققت ما يسمى الإعلام التفاعلي ذا الاتجاهين، والذي يحدث بين المستقبل والمرسل.

على سبيل المثال "يحصل هذا النوع من التفاعل في حال تدخل المشاهد أثناء الحصص التلفزيونية بواسطة الهاتف مثلما كان الحال بخصوص القنوات الفرنسية، فرد فعله يؤثر بدرجة قليلة أو كبيرة في سير البرنامج"كذلك يحصل هذا النوع من التفاعل في الصحافة الإلكترونية من خلال تدخل المتلقي بالرد والتعليق على القصص الإخبارية والتفاعل مع أفلام الفيديو تيكست مما يؤثر على المرسل في إعادة صياغة مضمون الرسائل التي يقوم ببثها (العياضي،رابح،2004،ص110).

3.أبعاد التفاعلية ومستوياتها

إن كلمة التفاعلية Interactivité مركبة من كلمتين في أصلها اللاتيني، أي من كلمة Inter وتعني بين أو فيما بين، ومن كلمة(Activus) وتفيد الممارسة في مقابل النظرية وعليه "عندما يترجم المصطلح التقليدي L'interactivité من اللاتينية يكون معناه ممارسة بين اثنين أي تبادل وتفاعل بين شخصين" (زعموم،بومعيزة،2007،ص25)

من هنا نفهم أن معنى التفاعلية يكمن في التبادل والتفاعل الذي يتم خلال الاتصال بين شخصين أو أكثر إذاً فهي فعل اتصال قديم. وتأتي التفاعلية كأهم وأقوى الملامح المميزة للنشر الفوري وهي طريقة أو أسلوب في الاستخدام أكثر من كونها منتجاً محدداً.

وتبقى التفاعلية "هي المطلب الرئيسي الذي يبحث عنه الكثير من المستخدمين بينما لم يدرك مفهومها إلا القليل جداً من منتجي الرسائل الإعلامية " (نقلاً عن :شفيق،2007،ص29).

ويرى مارك ديوز أن التفاعلية إحدى المميزات التي تنفرد بها الصحافة الإلكترونية عن الصحافة التقليدية. والتفاعلية هي "الدرجة التي يكون فيها للمشاركين في العملية الاتصالية تأثير على أدوار الآخرين وباستطاعتهم تبادلها ويطلق عليها (على ممارستهم) الممارسة المتبادلة أو التفاعلية " (نقلاً عن :حجاب،2004،ص746).

يتضح من الدراسات السابقة تعدد تعريفات التفاعلية وأبعادها لدى الباحثين، وقد حاول العديد من العلماء تعريف "التفاعلية" كما أن مفهوم التفاعلية هو"مفهوم متعدد الأبعاد، وظلت التفاعلية لفترات طويلة بمثابة مفهوم أساسي حاولت نماذج الاتصال المختلفة إضافته إلى عناصر العملية الاتصالية وتوضيح أبعاده" (نقلاً عن :النجار،2009،ص8).

غير أنه وحتى الآن لم يتم الاتفاق بين الباحثين على تعريف محدد وواضح للتفاعلية يمكن تطبيقه في المجالات و التخصصات المختلفة التي يتوفر فيها نوع ما من التفاعلية. ولذلك يظل مفهوم التفاعلية متعدد الاستخدامات والأبعاد ولكي نفهم أشكال التفاعلية سنعتمد على التصنيف الذي قدمه "سعيد النجار" في تناوله للتفاعلية بخصوص الدراسات والأبحاث التي تناولت هذه الظاهرة وتمت وفق ستة أبعاد سنتناولها بشيء من التفصيل كما يلي: (النجار،2009،ص8-14).

- **تعدد الاختيارات المتاحة أمام المستخدمين:**

يدرك مصممو الصحف على شبكة الإنترنت بأنه كلما زادت الوصلات التشعبية على الموقع، زادت اختيارات المستخدمين للإبحار خلال موقع الصحيفة، وهذه الاختيارات مهمة لإحداث التفاعلية، كما أن مصممي المواقع الإلكترونية يدركون جيدا بأن المستخدمين يفضلون الاختيار ما بين تصفح النصوص والصور الثابتة والمتحركة، أو استقبال المعلومات باللغة التي يريدونها، هذا بالإضافة إلى الخيارات التي تتعلق بقنوات الاتصال مثل النص الفائق والفيديو والحركة وغيرها.

- **إمكانية الاتصال بين المستخدمين و مسؤولي الصحف ومحرريها:**

ويساعد على ذلك توافر عناوين البريد الإلكتروني التي يمكن أن تسهل عملية الاتصال بين المستخدمين من جهة والمسئولين في الصحف على الإنترنت من جهة أخرى، وكذلك إمكانية اتصال المستخدمين بمحرري القصص الإخبارية على موقع الصحيفة على الإنترنت.

- **إمكانية الاتصال الشخصي:**

ويقصد به على وجه الخصوص إمكانية الاتصال بين المستخدمين للوسيلة الاتصالية الواحدة

ببعضهم بعضا، ويساعد على ذلك توافر منتديات أو غرف الدردشة ومجموعات النقاش التي تساعد على جذب القراء إلى موقع الصحيفة لفترة أطول، إضافة إلى وجود استطلاعات رأي القراء تجاه أهم القضايا والأحداث الجارية.

- **المراقبة المستمرة للموقع:**

ويعني توافر أداة أو أكثر لمراقبة موقع الصحيفة بحيث يمكن للموقع أن يسجل كل من زار الموقع وأي جزء من الموقع قام بزيارته، وأكثر الموضوعات قراءة وتحميلا وتعليقا من قبل المستخدمين، وتعد إتاحة المراقبة المستمرة للموقع من الوسائل التي تجعل الموقع أكثر قدرة على تلبية احتياجات المستخدمين، كما أنها تعد وسيلة فعالة لتقويم الموقع.

- **إمكانية البحث عن المعلومات:**

ويساعد على ذلك توافر وسائل الإعلام أو محركات البحث أمام المستخدمين، سواء البحث عبر موقع الصحيفة أو البحث عبر الإنترنت، إضافة إلى وجود أرشيف للصحيفة، مما يسمح بالاطلاع والبحث في الأعداد السابقة من الصحيفة على الإنترنت.

- **إمكانية إضافة المعلومات:**

في هذا المجال يصبح المستخدم بمثابة مراسل لمحرر الموقع، إذ يجب على مواقع الصحف على الإنترنت تسهيل عملية إضافة المعلومات على الموقع من قبل المستخدمين. وبعض الصحف على الإنترنت تسمح للمستخدمين بإضافة الأنواع التالية للمعلومات: صفحات الويب وصفحات الهوايات والاهتمامات الخاصة، والإعلانات عن المواليد والأفراح والوفيات وعرض الأفلام والمسرحيات والأحداث الثقافية والترفيهية الأخرى.

من خلال هذه الأبعاد الستة يتضح أن هذا التعريف للتفاعلية من كلا الجانبين أو أكثر من اتجاه إذ نجد أربعة من الأبعاد الستة تؤكد على دور المستخدم بشكل واضح وتعظم دوره في العملية الاتصالية، والبعد الخاص بالاتصال الشخصي يعالج كل أطراف العملية الاتصالية على حد سواء في حين يعظم البعد الخاص باستعمال نظام مراقبة الموقع من دور مرسل الرسائل في الصحف على الإنترنت.

ولكي تصل ظاهرة علاقات اتصالية تفاعلية إلى مستوى اتصال حقيقي يجب أن تلبي الخصائص التالية(مهنا،2002،ص416):

1- أن تمتلك شكلاً مفتوحاً للتبادل ثنائي الاتجاه أو تعددي الاتجاه.

2- أن تتمتع بإمكانية قلب الأدوار بين المرسل والمتلقي.

3- أن تثمن النشاط التشاركي للمتلقي حتى في حالة قيامه بدور استقبالي بسيط.

4- الانتباه إلى تأثيرات العمل الاتصالي.

5- الميل إلى الاستعداد لاعتبار العلاقة الاتصالية نشاطاً تبادلياً متساوياً، وبالتالي شكلاً من المحادثة التي يمكن أن تتحقق.

وتقود هذه الخصائص إلى مشكلة النشاط التفاعلي لوسائل الاتصال الحديثة ففي هذه الحالة يمكن للنشاط التفاعلي أن يفهم كقدرة النظام الجديد على أن يستقبل طلبات المشترك وأن يلبيها، وهو جانب يتعارض كلياً مع طرائق عمل وسائل الإعلام التقليدية.

4.أشكال التفاعلية وأساليبها

يقدم الاتصال عبر الحاسبات أشكالاً عديدة من التفاعلية مثل البحث عن المضامين وإتاحة الفعل أو رجع الصدى في المواقع الإعلانية بالمقارنة مع وسائل الإعلام المطبوعة والمذاعة ، فإن "مستخدمي الإنترنت يسهل عليهم الاتصال بالقائمين بالاتصال من خلال البريد الإلكتروني ذي الوصلات الفائقة للمحررين والمخرجين"(شفيق،2007،ص33). واليوم وبالإضافة إلى البريد الإلكتروني تقوم المواقع الإخبارية الإلكترونية بتجريب أساليب مختلفة لقنوات رد الفعل مثل الخطابات الإلكترونية إلى المحرر، وغرف الحوار الحي واللوحات الإخبارية وندوات النقاش والأسئلة الموجهة للخبراء. **ويمكن التمييز بين أربعة مستويات متنوعة يتيحها النشر الفوري للتفاعلية في استخدام الصحيفة الفورية**(شفيق،2007،ص37-38):

1. التفاعل بين المستخدم والمحرر وأبرز الأمثلة التطبيقية على هذا المستوى هو "البريد الإلكتروني".
2. التفاعل بين المستخدم وغيره من المستخدمين مثل "استخدام جماعات المناقشة والنشرات الإلكترونية"
3. أن يصبح المستخدم نفسه مصدراً وذلك حين تتاح له الإمكانية للتعليق على المادة ونشر رأيه، أو آياً كانت الإضافة التي يريد عرضها على الآخرين.
4. التفاعل بين المستخدم والمادة نفسها من خلال تحكمه في محاور وأشكال المعلومات التي يتعرض لها.

لقد أصبح الحكم على مدى نجاح موقع على الإنترنت أو عدمه يتعلق أو يرتبط بما يقدمه من خدمات تفاعلية بين مستخدمي الموقع .

وقسم الباحثون خيارات التفاعلية في الإنترنت إلى ثلاثة أشكال هي(العربي،2002،ص6-7):

- ✓ التفاعلية الإرشادية Navigational Interactivity وهى التي ترشد المستخدم إلى "الصفحة التالية" أو "العودة إلى أعلى" ... و هكذا.
- ✓ التفاعلية الوظيفية Functional Interactivity، وهي تلك التي تتم عبر البريد المباشر والروابط Links ومجموعات الحوار News groups.
- ✓ التفاعلية الكثيفة Adaptec Interactivity، وهي تلك التي تقدم غرف المحادثة، وتتيح لموقع الإنترنت أن يُكيف نفسه لسلوك المتصفحين الزائرين.

يفيد أحد الباحثين أن الوسائط الإلكترونية تختلف في دعمها للتفاعلية الجوهرية في الوسائط الإلكترونية، إذ يشير الجدول المعدل من دراسة vankoert أنه باستخدام الوسيط الإلكتروني خاصيتي تعدد الاتجاهات والتحكم تزداد الدرجة النسبية للتفاعلية . ويمكن للإجراءات التنظيمية مثل مركزية الرقابة والتقنيات أن تقيد التفاعلية للوسيط الإلكتروني.

إن جوهر التفاعلية للوسيط الإلكتروني تتعدد بمدى دعمه لعمليات الاتصال متعدد الاتجاه. من هذا المنظور تتحدد التفاعلية حسبما إذا كان الوسيط الإلكتروني(Vankoert،2002):

1. يجعل الاتصال متعدد الاتجاهات ممكنا.
2. يسمح للمشاركين بالتحكم في الفعل الاتصالي .
3. يدعم تبادل الأدوار بين المشتركين في العمليات الاتصالية، بالإضافة إلى أن هناك خاصيتين للاتصال المتعدد الاتجاهات وهما:

- إمكانية رجع الصدى: السرعة التي يمكن أن يحدث وفقها رجع الصدى.

- متطلباته للتزامنية في الوقت.فالمحادثة الهاتفية هي مثال على الاتصال التزامني وتتطلب من المرسل والمتلقي التواصل في نفس الوقت، وعكس الاتصال اللاتزامني كحال البريد الإلكتروني،أو استعمال الرد الآلي في محادثة الهاتف وبناء على ما تقدم يمكن تحديد مستوى التفاعلية الجوهرية في كل وسيط إلكتروني، كما هو مبين في الشكل التالي:

التفاعلية الجوهرية في كل وسيط الكتروني						
الوسيط الإلكتروني	التفاعلية الجوهرية					الدرجة النسبية للتفاعلية
	متعدد الاتجاهات	التحكم	تبادل الأدوار	رجع الصدى	الاتصال	
الهاتف	نعم	نعم	نعم	آني	لا متزامن متزامن	عالية
الإنترنت	نعم	نعم	نعم	آني أو متأخر	لا متزامن متزامن	عالية
التلفزيون	لا	لا	لا	محدود، أو متأخر	متزامن	منخفضة
الإذاعة	لا	لا	لا	محدود،أو متأخر	متزامن	منخفضة

الجدول معدل من دراسة Vankoert

أساليب التفاعلية

إن الناس عندما يتفاعلون فهذا يعني المشاركة من قبل أكثر من شخص واحد. كما أن الزمن ينبغي أن يحدد، والتفاعل أن يتم عبر وسيط (قنوات ما)، وهذه المظاهر من التفاعلية يشار إليها بنسبة المشاركة، والتزامنية، والمماثلة، ومستوى التفاعلية يتأثر بكل واحد من هذه المتغيرات (تومي،2008،ص119-120)،والتي يمكن تقديمها فيما يلي:

- **تشير نسبة المشاركة (Participation ratio):** إلى عدد المشاركين والطريقة التي يشاركون بها. وهذا يمكن أن يتنوع وفق عدد من الأشكال: مشاركة بين شخص وشخص

آخر، مشاركة بين شخص وأشخاص كثيرين. وتجدر الإشارة إلى أنه كلما ارتفعت نسبة المشاركة، تزايدت التفاعلية.

- **التزامنية(Synchronicity):** وتشير إلى الإطار الزمني الذي يحدث فيه التفاعل. والتفاعلية والتزامنية هي تلك التي تحدث بصفة فورية، أي كل المشاركين حاضرون بينما تعنى التفاعلية اللاتزامنية أن المشاركين غير حاضرين في نفس الزمن. وتتم التفاعلية هنا عن طريق رجع الصدى المكتوب. والتفاعلية أيضا تتراجع كلما أصبحت المشاركة لا تزامنية.
- **التماثل(Symmetry):** يشير إلى "التوليف بين تكنولوجيات تتوسط التفاعل. فالتفاعل المتماثل يتم عندما يستعمل كلا الطرفيين نفس الوسيط".

أصبح الاتصال في اتجاهين دليلا على أهمية الاتصال المواجهي، بالنسبة إلى الأشكال والأساليب الأخرى للاتصال لما يعكسه من مرونة في العملية الاتصالية وتحقيق أهدافها. وهو ما يعنى قدرة القائم بالاتصال على تطوير عملية الاتصال بالتغيير أو التعديل بناء على تفاعل المتلقي مع كل من الرسالة والقائم بالاتصال ثم الاستجابة بعد ذلك في الاتصال العائد. وهو ما كان يضفي قيمة أخرى إلى الاتصال المواجهي لتأثير العنصرين معاً في المتلقي والعملية الاتصالية(عبد الحميد،2007،ص57). وبالحديث عن القيمة المضافة Added Value في الاتصال المواجهي نجدها تتضح في العناصر التالية(عبد الحميد،2007،ص58):

- ✓ تفاعل المتلقي مع كل من الرسالة والقائم بالاتصال
- ✓ الاتصال العائد أو المرتد من المتلقي إلى القائم بالاتصال
- ✓ فورية الاستجابة إلى العملية الاتصالية وأهدافها، مهما كان اتجاه هذه الاستجابة أو شكلها.

وتجدر الإشارة، إلى أن مفهوم التفاعل لم تكن ناتجة عن تطور عملية الاتصال الجماهيري أو الإعلام أو الوسائل بقدر ما كانت رؤية تفسيرية لنتائج البحوث والدراسات العلمية التي درست الجمهور وعلاقته بوسائل الإعلام والقائم بالاتصال. ورغبة من الوسائل الإعلامية في تجاوز مفهوم الاتصال الخطي ومحاولة إثارة دافعية المتلقي للتفاعل، فإن "جهودا حثيثة كان يبذلها القائمون على هذه الوسائل لمحاولة دعم الاتصال في اتجاهين، وتفاعل المتلقي مع الرسائل الإعلامية أو القائم بالاتصال، للاقتراب من فكرة التفاعل والمشاركة وذلك في إطار العرض والتقديم وفي حدود ما يسمح به التطور التكنولوجي"(نقلاً عن عبد الحميد،2007،ص59).

وبصفة عامة نجد أن التفاعلية تعكس تفاعل المتلقي مع عناصر عملية الاتصال والإعلام وهي: البرامج أو القناة، ثم القائم بالاتصال، بالإضافة إلى المحتوى والمتلقين الآخرين لنفس البرنامج أو مستخدمي نفس القناة. كما توفر للمتلقي عددا من العمليات المختلفة التي تتفق مع حاجته واهتماماته وما يفضله، وتتطلب عملية الاتصال التفاعلية عددا من الأدوات الخاصة بالتفاعل والاتصال ،مع عناصر عملية الاتصال والإعلام لتحقيق بعض الأهداف العاجلة والآجلة للعملية الأخيرة، وتتفق بالتالي مع أشكال الاتصال المتزامن وغير المتزامن،(عبد الحميد،2007،ص65-68).

5. مظاهر التفاعلية في الصحافة الإلكترونية وأشكالها :

تتيح تكنولوجيا شبكة الإنترنت وبروتوكولاتها العديد من أدوات الاتصال والتفاعل بين العناصر المتعددة في عمليات الاتصال والإعلام، إلا أن "هذه الأدوات وتوظيفها في مجال الوسائل الإعلامية الجديدة – وبصفة خاصة صحافة الإنترنت– مازال محدوداً "(عبد الحميد،2007،ص79). وقد أصبح للمتلقي علاقة نشطة مع الصحيفة الإلكترونية التي يطالعها

ويتفاعل معها وهذا عن طريق أدوات البريد الإلكتروني، ومنتديات النقاش، والمدونات الشخصية التي تظل أكثر شيوعاً في الاستخدام الحالي. وسنقدم هذه الأدوات بشيء من التفصيل:

أولا، البريد الإلكترونيE. Mail الذي يتصدر أدوات الاتصال والتفاعل في الوسائل الجديدة، نظرا لما يتمتع به من مزايا تتمثل في سهولة استخدامه، وتوفير إمكانية تبادل المعلومات والآراء، وطلب المساعدات وتقديم النصح والإرشاد إلى المتلقي بالإضافة إلى تبادل الرسائل مع المحرر والمجموعات، سواء كانت هذه الرسائل في رموز نصية أو مصورة، ومع أن هذه الأداة لا توفر التفاعل المتزامن نظرا لوجود فروق زمنية بين إرسال الرسالة واستقبالها والرد عليها، فإنها تتمتع بعدد من المزايا التي تزيد دافعية استخدامها، وأهمها سرعة تبادل الرسائل مع الأفراد مهما تباعدت المسافات، وانخفاض التكلفة، وإمكانيات إرسال رسالة واحدة إلى العديد من الأفراد في أماكن متفرقة في العالم في نفس الوقت، وإمكانية ربط ملفات إضافية بالبريد الإلكتروني، بجانب تهيئة المتلقي نفسه لقراءة الرسالة والرد عليها في الوقت الذي يناسبه (عبد الحميد،2007،ص87).

ثانيا، منتديات النقاش التي ظهرت سنة 1996 حيث تتيح شبكة الإنترنت الفرصة لمستخدميها لتبادل الآراء والأفكار حول الموضوعات المختلفة، مستخدمة بذلك البريد الإلكتروني لإنشاء مجموعات نقاش تتسم بالعالمية، ويتوفر على النظامين التاليين : (محمد،2001،ص208-222).

- **مجموعة الأخبار News group**

وتمثل مجموعة الأخبار أو النقاش نوعا من اللوحات النشرية الإلكترونية، ويمكن لأي مشترك في الشبكة أن يدخل في مناقشات مع أكثر من مجموعة حسب اهتمامه، كما يستطيع

مراجعة هذه المجموعات من حين إلى أخر. أيضا تمنحه هذه الخاصية إمكانية إضافة خبر أو مذكرة وكذلك حق الرد عليه.

- **القوائم البريدية: Mailing lists**

تشتمل القوائم البريدية الإلكترونية على مجموعات كبيرة في مختلف التخصصات والمجالات، لعرض الأخبار ولطرح الأسئلة أو نشر المذكرات المختلفة، وتتم إدارة بعض هذه القوائم بصورة آلية، ويتم إدارة بعضها الأخر من القوائم البريدية عن طريق شخص سابق يتلقى الرسائل البريدية الإلكترونية للأشخاص الذين يرغبون في الاشتراك في المجموعات المختلفة، ويختلف العنوان الخاص بهذه المجموعات عن نظيره الخاص بمجموعات الأخبار. إذ إن العنوان في هذه القوائم تنطبق عليه الشروط الخاصة بالبريد الإلكتروني.

ونشير إلى أنه لا يمكن إغفال دور المنتديات كوسيلة من وسائل تحقيق التفاعلية بين مستخدمي الإنترنت، وعلى حد قول أحد الصحفيين العرب، إن المنتديات كانت بمثابة الانفجار الكبير الذي نشر نجوم التفاعلية في فضاء الإنترنت.

ثالثا، المدونات :Blogs، وهي تعني المفكرة الشخصية التي توضع على شبكة الإنترنت، حيث يضع فيها الشخص أفكاره ووجهات النظر حول الأحداث، وتحمل أماله وآلامه وهمومه وأفراحه وغير ذلك، فهي فضاء للتعبير الحر، يمتلكها أناس محترفون وآخرون من ذوي الاهتمامات الأخرى. وقد كان للمدونات تأثير كبير في صناعة الأخبار ونشرها، وشكلت بالفعل في بعض الحالات، "وكالات إعلامية تخص صاحبها، إلا أنها تعاني من مشكلة المصداقية، رغم أنها تتلقى التعليقات والردود "(مجدي،2000،ص5).

رابعا، صناديق الاقتراع أو الاستفتاء Poll Box: وهي من أكثر الأدوات انتشاراً في الصحف الإلكترونية حيث تطرح الصحف الأفكار أو الأحداث أو الشخصيات ويطلب من القارئ المشاركة بالتصويت أو الاقتراع على الفكرة أو الرأي أو السؤال المطروح للإجابة. "وتتميز هذه الأداة بالسهولة في التفاعل مع ما هو مطروح في صندوق الاقتراع أو التصويت من خلال قيام القارئ بتسجيل علامة الموافقة أو الاعتراض، أو التامين أو المعارضة أو الحياد في المكان المخصص للتسجيل في الصندوق الذي عادة ما يكون في الصفحة الرئيسية أو واجهة التفاعل، أو في نهاية الموضوعات أو الأفكار المطروحة "(عبد الحميد،2007،ص89).

ولقد استعملت المواقع الإلكترونية هذه الخدمات بكثافة رغبة منها في منح الفرصة للمشتركين في صناعة المحتوى، وكذلك خلق المستخدم المتفاعل والمتجاوب مع الأخبار المنشورة. وعلى سبيل المثال يستعمل أحد أكبر المواقع العربية (إسلام أون لاين) خدمة المنتديات ويوظفها في صناعة الخبر(عبد الحميد،2007،ص90).

اتجاهات الباحثين حول التفاعلية :

لقد تعددت واختلفت اتجاهات الباحثين في تعريف التفاعلية، ولعل ذلك راجع إلى حداثة موضوع التفاعلية إلى جانب قلة المصادر وعدم وجود تعريف واحد أو مفهوم واحد متفق عليه، لهذا سنقوم بتقديم مجموعة من تعاريف التفاعلية التي قدمها عدد من الباحثين كل حسب اتجاهاته. ويقدم نصر الدين العياضي التفاعلية ويعرفها بأنها "مفهوم ابتكر للدلالة على شكل خاص من العلاقة بين التلفزيون والمشاهد، وتهدف التفاعلية إلى تحويل المشاهد السلبي إلى مشاهد فعال ونشيط وبشكل يؤثر في البرنامج. غير أنه أصبح يدل بعد الممارسة المتكررة على كل أنواع مشاركة المتلقي في الرسالة الإعلامية"(العياضي،صادق،2004،ص109).

ويشير تعريف آخر للتفاعلية إلى سلسلة من الأفعال الاتصالية التي يستطيع شخص ما أن يأخذ فيها موقع شخص آخر ويقوم بأفعال الاتصالية، فالمرسل يستقبل ويرسل في الوقت نفسه، وكذلك المستقبل، ويطلق على القائمين بالاتصال لفظ مشاركين، وهذا التعريف هو الذي اتفقت عليه غالبية الكتب المصرية المصدرة في موضوع التفاعلية. وقد تناولت دراسة نيوهاجن وآخرين 1995، التفاعلية من زاوية إدراك المتلقي للتفاعلية من خلال دراسة إدراك الجمهور لتفاعلية البريد الإلكتروني، وتمثل مجتمع الدراسة في البريد الإلكتروني الذي يرسله مشاهدو محطة " أن بي سي " N B C الأمريكية حيث ركزت هذه الدراسة على بحث المتغيرات النفسية للمتلقي بعدّها المتحكمة في إدراكه للتفاعلية، وتوصلت الدراسة إلى أن البريد الإلكتروني المرسل من محطة N B C كان يعكس إحساس المرسل بعمق العلاقة بينه وبين القائم بالاتصال، مما جعل الاتصال أكثر تفاعلية وجدوى(علي ،حجازي،2005،ص318).

تناولت دراسة سالي ماكملان 2000 بالرصد والتحليل النماذج المختلفة للاتصال التفاعلي، وتوصلت من خلالها إلى اقتراح نموذج ذي أجزاء أربعة للتفاعلية معتمدة من ذلك على بعدين رئيسَيين هما: **اتجاه الاتصال، وسيطرة المستقبل على العملية الاتصالية.** وحاولت الدراسة تطبيق هذا النموذج على عدد من المواقع الصحية المتاحة على شبكة الإنترنت، وذلك من خلال محرك بحث "ياهوو" وبلغ حجم العينة العشوائية 108 من المواقع المتخصصة في مجال الصحة طبقت عليها مقاييس إدراك التفاعلية والأدوات التفاعلية المتاحة على كل موقع(شفيق،2007،ص31). كما أشار "Sudweeks، rafaeli 1997 " إلى أن التفاعل في الاتصال يسمح للجمهور باستخدام الوسيلة الإعلامية كإحدى وسائل المشاركة الاجتماعية، خاصة عندما تنجح هذه الوسيلة الإعلامية في تدعيم ميلهم أو نزعتهم إلى التفاعل مع الآخرين ، لا تعد التفاعلية سمة الوسيلة بقدر ما هي عملية ترتبط بالاتصال نفسه من الصحف الفورية، أي بمثابة

نقطة الالتقاء بين الاتصال المباشر الشخصي والاتصال الوسيط والاتصال الجماهيري(شفيق،2007،ص31).

لقد أتاح النشر الفوري عبر شبكة الإنترنت بيئة تفاعلية مرنة للصحافة الفورية مقارنة بنظيرتها الورقية التي ما زالت تعتمد على باب بريد القراء لربطها بقرائها، وتنطبق ملاحظة مارشال ماكلوهان التي عبّر عنها في جملته الشهيرة "**الوسيلة هي الرسالة الإعلامية** "على الوسائل الإعلامية التفاعلية الحديثة، إذ ترتبط كفاءتها من نقل المحتوى بمدى كونه تفاعليا، مع ملاحظة أن التوظيف الجيد للتفاعلية ينشأ عن العلاقة بين الوسيلة الإعلامية والمحتوى الذي تقدمه في الوقت نفسه. ومن التعريفات البارزة حول التفاعلية من وسائل الإعلام الجديدة جاءت من دراسة "1998" Rafaeli، الذي عرف التفاعلية بأنها التعبير الذي يظهره المستخدم عقب استقباله للرسالة الاتصالية، على أن يكون هذا التعبير مرتبطاً بالرسالة ويصل إلى المرسل عبر وسيلة الاتصال ذاتها(شفيق،2007،ص32-33).

وفي عام 1998 تبنت هيتر Heeter، مفهوما سداسيا للتفاعلية يعتمد على الأبعاد الآتية :

1. تعدد الاختيارات المتاحة.
2. الجهد المبذول من قبل المستخدم بعدّه مستقبلاً إيجابياً ونشطاً.
3. الاستجابة لرغبات المستخدمين.
4. رصد استخدامات المتلقي لوسيلة الاتصال الإلكترونية .
5. سهولة إضافة معلومات للرسالة الاتصالية .

6. سهولة الاتصال الشخصي بين جمهور الوسيلة الاتصالية الواحدة (Heeter 1998"،(pp217-235.

وقد ركزت دراسة Haand James الصادرة سنة 1998، على مظاهر التفاعلية في المواقع الإلكترونية للأعمال التجارية، واقترحت خمسة أبعاد لمفهوم التفاعلية الكاملة هي: الترويح والتسلية، والاختيارات المتعددة، والترابط عن طريق وصلات النص الفائق، وجمع المعلومات، والاتصال المتبادل بين الرسل والمستقبلJames ،ha،1998،(pp4-100).

بينما عرّف Jensen Lee ، التفاعلية بأنها بمثابة المقياس لمدى ما تتيحه الوسيلة الاتصالية للمستخدم من إمكانيات ممارسة التأثير في الرسالة الإعلامية سواء من حيث الشكل أو المضمونJensen)،2000،(pp9-12.

2. الإنترنت والوسائط المتعددة التفاعلية ومكوناتها

الإنترنت :

يمكننا عدّ نشأة الصحافة الإلكترونية جاءت نتيجة لتطور تكنولوجيا الاتصال وفي مقدمتها الإنترنت بعدّها تمثل تجسيدا لعدة وسائل اتصالية، والآثار التي تركتها الإنترنت على وسائل الإعلام التقليدية ومن أهمها خلق الصحافة الإلكترونية. لقد أحدثت شبكة الإنترنت تغيرا كبيرا في مفهوم العمل الصحفي، بحيث "لم تعد الصحف تهتم فقط بإصدار صحف مطبوعة بل أصبحت تسعى إلى ارتياد أسلوب جديد يسمح بنقل الأخبار والمعلومات بطريقة أكثر جدية وعمقا

وشمولا وهو ما جعل الإنترنت بمثابة تحدٍّ جديدٍ للصحافة في ممارستها ومفاهيمها"(حجاب،2004،ص745).

وبدخولنا عصر الصحافة الإلكترونية كأحد الآثار المهمة للإنترنت فإن هذا الأخير أثار العديد من الأسئلة والإشكاليات حول مصير الوسائل التقليدية وهل ستحل الصحافة الإلكترونية محل الصحافة التقليدية، ومدى إمكانية الجمع بين مختلف وسائل الإعلام من خلال الإنترنت . إن دراسة الصحافة الإلكترونية يرتبط بطريقة أو بأخرى بنشأة وتطور الإنترنت، ذلك أن الصحافة الإلكترونية نشأت في ظل استخدام الإنترنت وسيلة اتصال جديدة، وهذا أدى إلى إعادة النظر في عدة اتجاهات كعدّ الإنترنت وسيلة اتصال في حد ذاتها.

1. شبكة الإنترنت وسيطاً اتصالياً

يمكن تعريف أي شبكة للمعلومات في أبسط صورة لها بأنها " مجموعة من المواد والمعدات المعلوماتية متصلة بعضها ببعض" (نقلاً عن دوفور،1998،ص11)، إن كلمة الإنترنت Internet كلمة أنجلو سكسونية مختزلة لعبارة Interconnection of Network، وهي مكونة من كلمتين Interconnection وتعني الربط بين شبكتين أو عنصرين وكلمة Network تعني الشبكة. وهناك الكثير من الدراسات التي تناولت موضوع الإنترنت ويتم استخدامها على نطاق واسع من العالم، إلا أن العلماء في ميدان الاتصال لم يتوصلوا إلى تعريف موحد(دوفور،1998،ص11).

يجيب عن مفهوم الإنترنت العالمان Glee Harakady وPat Mergoler بالقول" ليست هناك إجابة محددة نتفق عليها لأن الإنترنت شيء مختلف لكل منا". ووفق التقرير العالمي حول

الإعلام والاتصال لسنة 1999 الإنترنت عبارة عن"شبكة معقدة تجمع حواسيب فردية، وأنظمة كبيرة كاللتي يستعملها الباحثون وهذه الآلات مرتبطة في ما بينها بأنسجة متنوعة ومتعددة كالشبكات الكبيرة التي تربط الجامعات أو الربط البسيط مع معدل مودم وخط هاتفي"(نقلاً عن شمو،1999،ص227).

ويرى الباحث بهاء شاهين أن "الإنترنت ليست سوى مجموعة من الشبكات تتألف من العديد من الأجهزة المضيفة التي تنقل حزماً من المعلومات بين بعضها بعضاً، بموجب اتفاق خاص متمثل في برتوكول الإنترنت internet Protocol (IP) "(شاهين،1999،ص100). ويقدم فيليب كو Philipe Queau الإنترنت على أنها" صورة من صور الطريق السريع للمعلومات (الإعلام) وهي في نفس الوقت حل علمي فعّال لمشاكل يصعب حلها، واتصال مرن وعلمي للمعطيات في أدمغة الإلكترونية مختلفة التصور"(العقاب،1999،ص31). أما بيل جيتس فيرى أن الإنترنت "عبارة عن مجموعة من الكمبيوترات الموصولة معا، وتستخدم بروتوكولات قياسية لتبادل المعلومات، والواقع أن الطريق طويل أمامها لتصبح طريق المعلومات السريع، لكنها تبقى مع ذلك الاقتراب الأكبر لنا اليوم منه، وسوف تتطور بالفعل لتشكل طريق المعلومات السريع "(نقلاً عن جيتس،1998،ص152).

ويطلق على الإنترنت اسم " شبكة الحاسبات الإكترونية " أو الطريق السريع للمعلومات وجميعها تسميات تستخدم للتعبير عن التقنيات الحديثة التي ترتبط بأنظمة الاتصالات والإعلام والمعلوماتية، وتسمى أيضا بـــ (شبكة الشبكات)، وهي ببساطة تربط بين مستخدمي الملايين من أجهزة الحاسبات الآلية المختلفة في جميع أنحاء العالم، وفقا لبروتوكول اتصال معين. ومما لا شك فيه أن الإنترنت أصبحت لغة العصر الحالي نتيجة التطورات السريعة والهائلة لتكنولوجيا الاتصال، وقد ظهرت الإنترنت نتيجة مجموعة من الأبحاث التي أجريت في جامعات ومؤسسات

بحث حكومية بقيادة وكالة مشروع الأبحاث المتطورة ARPA التي وضعت حجر الأساس لقيام أول شبكة إلكترونية تربط عددا من أجهزة الكمبيوتر وتسمح بتبادل المعلومات والاتصال بين هذه الأجهزة وقد بدأت العمل الفعلي في عام 1969. والجدير بالذكر أن وزارة الدفاع الأمريكية هي أول جهة قامت بربط أربعة أجهزة معامل أبحاث حتى يستطيع العلماء تبادل المعلومات والنتائج، وقد كان الهدف من إنشاء شبكة اتصال من حواسيب هو الصمود أمام أي هجمة سوفيتية محققة، خاصة بعد إطلاق روسيا لأول قمر صناعي " سبوتنيك" عام 1957(المثناني،2008-2009،ص65).

لقد صممت الإنترنت في الأصل "كنظام لا مركزي يمكنه البقاء حتى لو تعطل جزء منه، وقد صارت خاصية اللامركزية من أهم خصائص الإنترنت الثقافية والتكنولوجيا"(نقلاً عن تربان،2008،ص35).

وتواصلت الأبحاث المكثفة حول شبكة الحواسيب وفي مقدمتها أبحاث شركة ARPA الأمريكية، ففي عام 1971 قامت بربط {15} هيئة وجامعة بالإنترنت ومن بينها NASA، وظهرت خدمة البريد الإلكتروني لأول مرة عام1972 من خلال شبكة" اربانات" وعقد المؤتمر الأول لاتصالات الحاسوب، وتم انضمام كل من بريطانيا والنرويج إلى الشبكة لتصبح شبكة دولية سنة 1973. ونستطيع القول إن فترة السبعينات هي الفترة المؤسسة لشبكة الإنترنت وتحولها من مشروع إلى شبكة عالمية. وبحلول عام 1983 تم استخدام البروتوكولات التي تنظم استخدام الشبكة وهي المعيار الأساسي في الشبكات، وفي نفس العام انفصلت الإنترنت إلى جزئيين مختلفين هما:

- **Arapa Net: وتختص بمهمة الاتصالات غير العسكرية.**
- **Mil Net: أصبحت الشبكة العسكرية التابعة لوزارة الدفاع الأمريكية.**

تتمثل المراحل الأولى لتطور الإنترنت في:

السنة	مراحل تطور الإنترنت
1957	إيجاد قاعدة بيانات وتأمينها ضد أي محاولة إتلاف إذا ما قامت حرب نووية ، بطلب من الرئيس الأمريكي "إيزنهاور"
1969	إنشاء وكالة البحوث المتقدمة الأمريكية ARPAA
1971	ربط "15" هيئة وجامعة بالانترنيت ومن بينها NASA
1972	ظهور خدمة البريد الإلكتروني على شبكة "اربانات، وانعقاد المؤتمر الأول لاتصالات الحاسوب
1973	انضمام كل من بريطانيا والنرويج إلى الشبكة، لتصبح شبكة دولية
1976	UCPU" ظهور بروتوكول،سمح لأجهزة الكمبيوتر للتخاطب بنظام " يونيكس"
1979	ظهور خدمة المجموعات الإخبارية USENET
1982	ظهور بروتوكول، بعد بحث انطلق سنة 1977 *TCP/IP*
1984	تسلم إدارة العلوم الوطنية الأمريكية لمهمات إدارة "اربانات" *NSF*
1985	ارتفاع عدد مراكز المعلومات المرتبطة بالشبكة إلى 2000 مركز
1989	ربط *كمبيوسيرف* للشبكة، لذلك أصبحت أول شبكة تجارية بالإنترنت، ب100.000 حاسوب موصول بالشبكة.
1990	استخدام شبكة " انساف نات " بدلاً من شبكة " اربانات " التي فصلت عن الخدمة.
1991	ظهور خدمة البحث " وايس " أول نسخة من "الغوفر"
1992	بداية خدمة البحث بواسطة الشبكة WWW
1993	توفر القدرة على نقل الصور والصوت بكل جودة وسرعة
1994	الاستخدام الشخصي للانترنت

(تربان،2008،ص35-38).

2. الوسائط المتعددة التفاعلية ومكوناتها

تعدّ الوسائط المتعددة مزجا متناهي القوى للنص والرسومات والصور والفيديو تحت تحكم الكمبيوتر، ويشيرGayeski،1992 إلى أن الوسائط المتعددة التفاعلية هي "فئة من نظم الاتصال المتفاعلة التي يمكن إنتاجها وتقديمها بواسطة الكمبيوتر المجهز لتخزين ونقل واسترجاع المعلومات الموجودة في إطار شبكة من اللغة المنطوقة والمسموعة والنصوص المكتوبة والصور الثابتة والمتحركة"(نقلاً عن مصطفى،2008،ص10).

لقد توقع Negroponte في الولايات المتحدة الأمريكية عام 1978 أن تتقارب تكنولوجيا الإعلام: الصحافة والإذاعة والتلفزيون والكمبيوتر. وقال "هذا هو مستقبل تكنولوجيا الاتصال، إذ أصبح اليوم بإمكاننا أن نتصل بالعالم اتصالاً باتجاهين: تأخذ وتعطي، تستقبل وترسل وكل ذلك بالصوت والصورة(الثابتة والمتحركة)، والموسيقى والمؤثرات الصوتية، إنه عالم جديد، عالم تكنولوجيا الوسائط المتعددة"، يتطور بسرعة مذهلة وهو أحد الجوانب المهمة التي تقوم عليها الأبحاث والدراسات الحديثة حول تطور تكنولوجيا الاتصال والتفاعل(شفيق،2006،ص5).

وقد جاءت الوسائط أو الوسائل المتعددة نتيجة تقارب وتزاوج كل من الكمبيوتر ووسائل الإعلام، فماذا نعني بالوسائط المتعددة ؟

تعدّ **الوسائط المتعددة Multimedia** "وسيلة من وسائل إنتاج وتقديم المنتج الإعلامي أو التعليمي تمزج بين المواد المنتجة بتكنولوجيات النص والصوت والصورة الثابتة ولقطات الفيديو في المنتج الواحد"(نصر،2003،ص15)، ويجب النظر إلى الوسائط المتعددة على أنها وسيلة لتحسين المنتج الإعلامي وزيادة فاعليته تسمح للمتلقي بالتفاعل معه وليست غاية في حد ذاتها. وهي تمثّل نوعا من الاستخدامات الحديثة ففي منتصف تسعينيات القرن العشرين أنتجت شركة أبل Apple أول كمبيوتر متعدد الوسائط "Performa 7500" ولم ينتشر استخدام الوسائط المتعددة إلا بعد أن زادت في حجم السعات التخزينية، وسرعة المعالجات والذاكرة. ويقدم شابمان وشامبان " في كتابهما الوسائط المتعددة الرقمية Digital multimedia تعريفا للوسائط المتعددة بعدّها : " تجمع ما بين أثنين أو أكثر من الوسائط المقدمة في شكل رقمي، بحيث يتم دمجها بما يكفي لعرضها عبر وجهة واحدة، أو يتم معالجتها بواسطة برمجية حاسوبية واحدة". فالوسائط المتعددة، إذن، هي "استخدام ضمن برامج كمبيوتر النصوص، والجداول والرسوم البيانية، والصور واللون والحركة، والرسوم

المتحركة، والصوت، والفيديو بشكل متفاعل وبطريقة متناسقة من أجل تقديم هدف إعلامي قادر على تلبية رغبات الجمهور الإعلامي"(نقلاً عن زعموم،بومعيزة،2007،ص55) .

ونشير إلى أنه أثناء البحث في اكتشاف الكلمات المفتاحية في نهاية الكتيب العلمي لتكنولوجيا المعلومات المجلد الثاني: Word information technology manual توجد الإحالة التالية:

Hypermedia seeunder multimedia وهذا يعني أن "مصطلح وسائط متعددة سوف يستخدم بدلا من الوسائط الفائقة. وفي سياق العمل تبرر فكرة مفادها أنه إذا كان بالإمكان اكتشاف معنى الكلمة من استخدماتها فإن مصطلح "الوسائط المتعددة Multimedia يعني تجهيزات المعلومات المشتقة من أو الممثلة في عدة وسائط مختلفة، وقد يبدو أن المصطلح "الوسائط المتعددة Hypermedia يستخدم مرادفاً لكل من النص الفائق Hyper text أو الوسائط المتعددة Multimedi"(حافظ،2005،ص86).

يقدم محمد العقاب الملتيميديا من حيث الترجمة إلى اللغة العربية تعني " الوسائط المتعددة" أو الوسائل المتعددة أما من حيث الدلالة فهي تشير إلى أن وسيلة الاتصال الوحيدة في عصر مجتمع المعلومات، تتضمن عدة وسائل في الوقت ذاته، فهي تتضمن الصوت والصورة الثابتة والمتحركة والنص المكتوب، وقد دخل مصطلح الملتيميديا إلى القاموس 1993-1994"(نقلاً عن العقاب،2007،ص11).

ويقول عنها ميشال سيدرو في مؤلف (وسائط الإعلام والاتصال الرقمية) للدكتور محمد لعقاب: إن الملتيميديا هي شجرة ذات ثلاثة جذور: الكمبيوتر، التلفزيون والهاتف جذع وثلاثة أغصان:

النص والصوت والصورة، وفي نهاية الأغصان توجد الثمار: الأقراص المضغوطة، الأقراص التفاعلية، أقراص الصور، قنوات التلفزيون الرقمي، الإنترنت، والخدمات على الخط ...الخ.

وعند التمعن في التعريفات المختلفة للوسائط المتعددة نجدها تشير إلى أنها تتكون من أربعة مكونات: يتمثل **المكون الأول**، في ضرورة وجود حاسب شخصي لكي يعمل على توحد ما نراه ونسمعه و نتفاعل معه. أما **المكون الثاني**، فيتمثل في ضرورة وجود وصلات أو روابط توصل المعلومات وتتمثل في النصوص والرسوم والصور الصوت ولقطات الفيديو. في حين يتمثل **المكون الثالث**، في أدوات الإبحار Navigation tool التي تجعل المستخدم يبحر على الشبكة ليصل إلى المعلومات التي يريدها. في الوقت الذي يحيل فيه **المكون الرابع**، إلى ضرورة توافر طرق تمكن من جمع ومعالجة وتواصل المعلومات والأفكار(شفيق،2007،ص16).

إن إنتاج الملتيميديا هو" على العموم تفاعلي. إذ يستطيع المستخدم "فاعل" بأي حركة على هواه، والإبحار عبر بناء يشبه إلى حد بعيد تفرع الشجرة".(نقلاً عن لسلي،ماركيز،2005،ص21).

إن الوسائط المتعددة التفاعلية التي تتميز بها المواد المعروضة على شبكة الإنترنت هي "التي تسمح للمستخدم بالتحكم في عملية عرض عناصر المنتج وتحديد ما الذي يستعرضه ومتى يستعرضه منها"(نقلاً عن نصر،2003،ص55).

ويشير هاشم سعيد إبراهيم إلى خصائص الوسائط المتعددة التفاعلية في ثلاثة محاور هي:

1. أنماط الوسائط المتعددة "النص، والصوت، والفيديو، والرسوم، إلخ.
2. البيئة غير الخطية "السير في عرض المحتوى وفقا لرغبة المستخدم واختيار.

3. المستخدمون كمنتجين: "تفاعل المستخدم مع البرنامج" وهذا يعني أن الوسائط المتعددة التفاعلية تسمح للمستخدم باستقبال البيانات والمعلومات والمشاركة الفعالة في عرض محتوياتها أي أنها "وسائط ذات طرق اتصال مزدوجة Two-way Communication (نصر،2003،ص55).

يشير مصطلح " وسائط متعددة" إلى مجموعة من التكنولوجيات التي تسمح بإدماج الكثير من المعطيات من مصادر مختلفة (نصوص، صور، صوت،إلخ) لكن هذا التعريف غير كاف، لأن هذه التكنولوجيا ترتبط فيما بينها برابط معلوماتي. وبهذا المعنى فإن الوسائط المتعددة هي أكثر من تجميع لوسائل إعلامية متعددة، حيث أنه يحيل بالأحرى إلى اندماجها بفضل المعلوماتية" (العياضي،صادق،2004،ص19). تجدر الملاحظة إلى أن أهداف إنتاج الوسائط المتعددة عديدة أهمها "الهدف الإنساني الذي يحقق رفاهية الإنسان و تقدمه وتحقيق تواصله وتفاعله مع مجالات الحياة المختلفة ومنها التعليم والتدريب والإنتاج والفنون والثقافة والبحث العلمي والاتصالات مع توفير الوقت والجهد والمال في ذلك"(شلباية ،2002،ص15).

3. الصحافة الإلكترونية في الوطن العربي

لقد كان أول ظهور للصحافة الإلكترونية العربية بإعلان جريدة (الشرق الأوسط) السعودية في عددها الصادر في 06 سبتمبر 1995 بأن الصحيفة ستكون متوافرة على شبكة الإنترنت في 09 سبتمبر 1995، وكان توافرها في الشبكة على شكل صور، وبذلك فهي أول صحيفة عربية مطبوعة تبث مادتها بشكل إلكتروني، وكانت صحيفة النهار هي الصحيفة العربية الثانية التي توافرت على شبكة الإنترنت، التي أصدرت طبعة الكترونية يومية خاصة بالشبكة بدءاً من أول يناير عام 1996، تم تلتها صحيفة **الحياة** اللبنانية في الأول من يونيو العام نفسه،

و**السفير** اللبنانية في نهاية العام ، ومن بين الصحف العربية الأخرى التي حرصت على إنشاء مواقع لها على شبكة الإنترنت، نجد صحيفة **الراية القطرية** التي أصدرت أول نسخة الكترونية لها في الأول من سنة 1997، وتوالت بعدها الصحف في الوطن العربي في الولوج إلى عالم النشر الإلكتروني من أجل تخصيص مواقع لها تبث فيها مادتها الإعلامية ومن بين هذه الصحف الوطن الكويتية، الأيام البحرينية، الدستور الأردنية والبيان الإماراتية، وصحيفة الوطن و Liberté الجزائريتين(المخلافي،2005،ص142).

شهد العامان (2000-2001) دخول أعداد متزايدة من الصحف العربية في مجال النشر الإلكتروني على الإنترنت، وتزامن هذا التطور مع تطوير صحف أخرى لمواقعها تطويرا ملموساً حتى وصل مستوى بعض منها إلى مستوى الصحف الإلكترونية العلمية وحالياً تتوفر معظم الصحف العربية على الإنترنت بشكل أو بآخر قد يتوافق وقد لا يتوافق مع مفهوم الصحيفة الإلكترونية"(المخلافي،2006،ص142) .

ويؤكد فيصل المخلافي" أن الصحيفة الإلكترونية العربية وإن دخلت ميدان الصحافة الإلكترونية إلا أنها لا تزال تفتقر إلى كثير من المزايا التي تتصف بها الصحيفة الإلكترونية فبعض الصحف العربية الإلكترونية لا تتوفر بشكل يومي على الإنترنت، وبعضها الأخر يتيح إلكترونيا بعض ما ورد في الطبعة اليومية الورقية وهناك قلة من الصحف الإلكترونية العربية تلتزم بالإصدار الإلكتروني من دون مشكلات أو نواقص"(المخلافي،2005،ص141-142).

وقد أشار عماد بشير إلى انه يمكن تقسيم الصحف العربية المتواجدة على شبكة الإنترنت إلى ثلاث فئات:

الفئة الأولى: تعتمد سياسة " الحد الأدنى " المتمثلة في إطلاق نسخ الكترونية كربونية صماء من الصحيفة المطبوعة بأقل التكاليف من دون دخل يذكر من خلال هذه النسخة الإلكترونية والاكتفاء

بالإشارة إلى أن للصحيفة موقعًا على الإنترنت يقوم بدور التواصل ما بين الصحيفة وقرائها أينما كانوا.

الفئة الثانية: تعتمد بناء مواقع متميزة أقرب ما تكون إلى البوابات الإعلامية Portals الشاملة، وتعمد إلى تطوير مواقعها الموجودة للوصول إلى البوابة الإعلامية.

الفئة الثالثة: تعتمد سياسة الانطلاق من الصحيفة الإلكترونية من دون وجود صحيفة مطبوعة أصلا وهي قد تصدر صحفًا مطبوعة إذا استدعى الأمر بعد الانطلاقة الإلكترونية(بشير،2003،ص6).

وفي هذا المجال تجدر الإشارة إلى أن "الصحافة العربية الإلكترونية التي كان منشؤها الإنترنت قد جاء متأخراً نوعاً ما، حيث كان أول حضور من خلال صحيفة (الجريدة) التي انطلقت في يناير2000، وصدرت بعد ذلك (إيلاف) اللبنانية التي انطلقت في 21 مايو 2001 وتتمتع بمزايا عدة للصحيفة الإلكترونية"(مليك،2005-2006،ص84).

ويشير عدد كبير من الباحثين في الصحافة الإلكترونية إلى أنه على الرغم من تنامي وتزايد أعداد الصحف العربية على شبكة الإنترنت إلا أن هذا الحضور لا يتماثل مع النمو الهائل الذي يشهده العالم في مجال النشر الإلكتروني والتطور السريع لتكنولوجيا الاتصال، وعدم القدرة على مواكبة هذه التطورات بالسرعة المطلوبة. إذ إن عدد الصحف العربية المطبوعة على الورق يفوق بكثير تلك المتوافرة إلكترونياً على الإنترنت، ولكن هذا الأمر لن يطول حتى يتقلص الفارق إلى أدنى مستوى لأن الاندماج والترابط بين الصحيفة المطبوعة على ورق ونسختها المتوافرة إلكترونياً على شبكة الإنترنت أمر لا يمكن تجنبه في المستقبل .

ويرى آخرون أن" مستقبل الصحافة الإلكترونية العربية في تقدم مستمر وستشهد طفرات مبهرة خلال الفترة المقبلة مما يسهم في نجاح التدفق العربي الإلكتروني في كسر احتكار الإعلام الغربي للمعلومات"(المهداوي،2007،ص60).

أما بعض آخر من الباحثين فيرى أن الصحافة الإلكترونية في الوطن العربي تواجه جملة من التحديات حصرها أحد الباحثين بعدم وجود صحافيين مؤهلين لإدارة وتحرير الطبعات الإلكترونية بما يعنيه ذلك من معرفة تامة بتقنيات الكومبيوتر والإنترنت، ومن مشكلة قلة البرامج الداعمة للغة العربية وعدم وجود قاعدة مستخدمين واسعة وضعف التموين بالإضافة إلى الأمية الإلكترونية والمعلوماتية .

كما أن الصحيفة الإلكترونية العربية تشهد تحديا على مواكبة التطور العالمي بالشكل الذي يجعلها تفرض نفسها واقعا محسوساً في حياة المواطن العربي، ومع ذلك فإن جهات عربية عديدة تسعى من أجل تدارك هذا الوضع من خلال معالجة التحديات وتدارك الوضع، "فركزت دول عربية وخاصة دول الخليج العربي منها على توسيع قاعدة مقروئية الإنترنت من قبل أفراد المجتمع وتوسيع قاعدة مقروئية هذا النوع من الإعلام"(خليل،2004،ص76).

ومع تزايد الإقبال العالمي على استخدام الإنترنت للوصول إلى تحقيق الغايات المعرفية والإعلامية أصبحت الإنترنت في العالم العربي عالما لا مجال لتجاوزه أو تجاهله وإلا تجاوزنا الواقع كمهنة وأصبحنا أمام واقع متخلف عن الركب العالمي الذي قد لا نجد بديلا عن التعامل معه والاستفادة مما يمكن تطويعه ليلائم احتياجات الصحافة والجمهور العربيين.

3.القائم بالاتصال في المواقع الإلكترونية الإخبارية

حرّاس البوابة الإعلامية هم الصحفيون الذين يقومون بجمع الأنباء ، وهم مصادر الأنباء الذين يزودون الصحفيين بالأنباء، وهم أفراد الجمهور الذين يؤثرون على إدراك واهتمام أفراد آخرين من الجمهور للمواد الإعلامية ، كل أولئك حرّاس بوابة في نقطة ما أو مرحلة ما من المراحل التي تقطعها الأنباء (رشتي،1978:ص295).

1. أهم الفروق بين سمات حرّاسة البوابة في البيئة الإعلامية التقليدية والإلكترونية:

أصبحت وسائل الإعلام الإلكترونية الحديثة منافسا قويا لوسائل الإعلام التقليدية ، في مجال الأخبار والترفيه ، كما أصبحت تتمتع بجمهور كبير وبسمات خاصة تجعلها قادرة على جذب الجمهور ، وعلى تغيير المضمون الإعلامي ، وطريقة عمل الصحفيين وصناعة الأخبار ،وطرح تصوّر جديد للعلاقة بينها وبين الجمهور ، ومن بين هذه السمات : التفاعلية والفورية واللاتزامنية وتجاوز الحدود المكانية واللامركزية والمرونة وغيرها ، كما خلقت لذاتها مجموعة خاصة من القيم وأساليب العمل التي تتفق مع طبيعتها .

أما عن أبرز الفروق بين حرّاسة البوابة في البيئة الإعلامية التقليدية والإلكترونية فهي كالتالي (بخيت،2004:ص123-126):

1- عدد أفراد حرّاس البوابة : بينما يصل عدد حرّاس البوابة إلى المئات في وسائل الإعلام التقليدية ، لكل منهم دور ووظيفة ومهمات يقوم بها عند مرحلة معينة من مرور المادة الإعلامية ، فإن وسائل الإعلام الحديثة في البيئة الإلكترونية قلصت إلى حد كبير عدد حرّاس البوابة الذين يضطلعون بالمهمات التحريرية للمادة الإعلامية ، واتخاذ القرارات الخاصة بالنشر والبث والإذاعة ، كما أصبح الفرد الواحد يقوم بعدة مهمات في نفس ذات الوقت ، منها جمع المادة

الإعلامية ، واتخاذ قرارات حرّاسة البوابة ، ولكن من ناحية أخرى ، تزيد من عدد القرارات التي ينبغي على حارس البوابة الفرد اتخاذها ، كما تزيد من عدد المهمات التي يقوم بها .

2- عدد بوابات الحرّاسة : قلصت الإنترنت إلى حد كبير من عدد البوابات الإعلامية التي تمر بها المادة الإعلامية ، فلم يعد من الضروري مرورها بعدة بوابات من المصدر إلى الإعلامي ، فالأقسام الإعلامية والصحفية المتعددة التي تتخذ قرارات حيال المادة ، ثم الأقسام الإنتاجية المختلفة لتصميم وإخراج وتنفيذ المادة الإعلامية ، إذ إن يمكن أن تختزل هذه البوابات في بوابة واحدة أو أكثر ، تتجمع فيها مفردات عملية حرّاسة البوابة ، كما يمكن أن يتبادل فيها أطراف العملية مواقعهم في بدء مراحل الحرّاسة وهو أمر له دلالته سواء من ناحية تقليل كم ونوعية التدخل في عملية اتخاذ القرار وسرعة اتخاذه ، وإن كان ذلك يؤثر من ناحية أخرى على دقة وجودة العمل الإعلامي .

3- طريقة توصيل الأخبار والمعلومات : أفرزت البيئة الإعلامية الإلكترونية أشكالاً ووسائل حديثة من توصيل الأخبار والمعلومات لم تعهدها وسائل الإعلام التقليدية ، إذ أصبح بمقدور حارس البوابة دفع المادة الإعلامية إلى الجمهور باستخدام البرامج الحديثة التي تساعد في توصيل المادة الإعلامية إلى الجمهور بطريقة حديثة غير مسبوقة ، وعلى شاشات حواسيبهم الخاصة مثل برامج ال point cast ، وهي آلية تساعد كلاً من حارس البوابة والجمهور على المشاركة في اتخاذ القرارات الإعلامية بشأن ما يبث وما يقرأ وما يشاهد ، إذ تسمح هذه الوسائل الحديثة للجمهور بتحديد ما يريده من قوائم محددة ومصادر معينة ، ويتم بث مضامينها إلى الجمهور على مدار الساعة كما أصبح الجمهور قادرا على الوصول إلى الأخبار الخام أو الأصلية pure news وبشكل فوري ، فالأخبار والمعلومات تتدافع بلا توقف ، وتتجدد دون فاصل زمني يذكر وفقا لما يختاره منها .

4- المضمون الرقمي وحرّاسة البوابة : مع تزايد الاعتماد على المعالجة الرقمية للمعلومات في البيئة الإلكترونية تغيرت مراحل العمل التقليدية في مجال حرّاسة البوابة سواء في طريقة إنتاج المواد أو استهلاكها ، كما أثرت في كم وكيفية وسرعة إنتاج هذه المواد ، وكذلك في طريقة استقبالها أو بثها وسهولة التعامل معها وتحريرها وصياغتها ونسخها واسترجاعها ، وهو ما أدى إلى زيادة المهمات وسهولة التعامل معها وتحريرها في بعض المراحل عن غيرها ، إذ بينما قل الجهد الذي يبذله في الحصول على المادة الإعلامية فقد زادت مهماته في مجال معالجة المعلومات والأخبار وصياغتها وتحريرها عن ذي قبل ، كما زاد عدد القرارات التحريرية والتكنولوجية التي ينبغي اتخاذها ، كما أتاحت الرقمنة والمعالجة الآلية للأخبار والمعلومات والآراء إمكانية إلغاء بعض المهمة التقليدية لحارس البوابة ، واتخاذ قرارات بشأن مواد إعلامية معينة دون سواها أو تصنيفها أو تبويبها بطريقة ما أو أخرى ، إذ أصبح بمقدور حارس البوابة في البيئة الإعلامية الإلكترونية توليف موقعه الإعلامي لاختيار مواد وأخبار ومعلومات معينة من مصادر محددة وبثها بشكل تلقائي وآلي بدون تدخل بشري في عملية اتخاذ القرارات .

ولكن من ناحية أخرى أوجدت الرقمنة عدة إشكاليات أخلاقية منها : سهولة التعدي على ممتلكات الآخرين ونسبتها لغير أصحابها من حرّاس البوابة الأصليين ، كما سهلت من عملية التشويه والتحريف والتحوير في المضمون الإعلامي ، كما تراجع دور جامعي الأخبار في البيئة الإعلامية الإلكترونية في مقابل تصاعد دور معالجي الأخبار والبيانات والمعلومات ، حيث لم يصبح من الضروري نزول الإعلامي إلى الميدان وجمع المادة الصحفية ، إذ أصبح بمقدوره تجميع هذه المادة والاتصال بأطرافها ومصادرها عبر وسائل إلكترونية مثل البريد الإلكتروني والقوائم البريدية والجماعات الإخبارية والمؤتمرات الفيديوية وغيرها ، وهو أمر يؤدي إلى تراجع حرّاس البوابة بأداء أدوار مهنية مهمة .

5- طبيعة عمل حارس البوابة : بالرغم من السمات الخاصة والمتميزة للبيئة الإعلامية الإلكترونية فإن حرّاس البوابة في هذه البيئة لا يزالون يقومون بنفس المهمات التي يقوم بها حرّاس البوابة في البيئة التقليدية ، سواء في جمع المادة الإعلامية أو تقييمها أو تحريرها أو تصميمها أو إخراجها ، وإن حدث تغير في أولويات بعض المراحل عن غيرها، وزادت أهمية بعضها عن غيرها ، كما أضيف إليها مراحل أخرى باعتبار أن للبيئة الإعلامية الإلكترونية سماتها الخاصة التي تفرض مهمات جديدة على حرّاس البوابة العاملين بها ، وبحيث لم يعد يقتصر عملهم على اتخاذ قرار بنشر مادة معينة وحجب غيرها ، إذ أصبح عليهم اتخاذ عدة قرارات أخرى تتعلق بطبيعة النصوص المصاحبة للمادة ، والروابط المتضمنة فيها والصور الرقمية الخاصة بها ، ونوعية الأصوات المصاحبة لها ، والرسوم التوضيحية والجرافيكية والخرائط وقواعد المعلومات المناسبة لها ، وروابط البريد الإلكتروني وخلفية الكاتب ، كما زادت من عدد التساؤلات التي يطرحها حارس البوابة على نفسه أثناء عملية اتخاذ قرار بشأن مادة معينة مثل : هل يكتفي ببث النص الإعلامي والإخباري ، أم يتم إضافة مواد سمعية وبصرية ومرئية له ، وهل يلحق بريده الإلكتروني على كل ما يكتبه وهل يدخل في محاوره مع الجمهور وغيرها من التساؤلات .

وقد خلصت الدراسات الإعلامية الحديثة التي أجريت في هذا المجال إلى أن حرّاس البوابة في البيئة الإعلامية الإلكترونية يستثمرون جلّ وقتهم في تحديد ومعالجة الحزمة المعلوماتية والإخبارية التي يقدمونها للجمهور أكثر من التركيز على عملية جمع المادة الإعلامية ، وتنويع طرق عرضها ، وتفسير حقائقها وبياناتها ، كما خلصت هذه الدراسات الإعلامية إلى أن حرّاس البوابة في البيئة الإعلامية الإلكترونية أصبحوا أكثر ميلاً لإعادة تغليف وتفسير المعلومات التي يلتقطونها من المصادر الأخرى عن تلك المعلومات التي يقومون بتطويرها بذواتهم .

6- الأشكال والصيغ الإعلامية : أثرت البيئة الإعلامية الحديثة على طبيعة العمل الإعلامي وعلى الأساليب الإعلامية والتحريرية المستخدمة في العمل الإعلامي ، إذ أصبح أقل رسمية و روتينية ، مع تراجع في تأثير بعض العوامل التنظيمية والمؤسسية والروتينية على منتجاتها الإعلامية ، في مقابل تزايد الاعتبارات الشخصية والذاتية وتوفر العديد من الخيارات أمام حارس البوابة أثناء اتخاذه قرار بتمرير مادة إعلامية ما ، سواء فيما يتعلق بطريقة نشرها أو توقيتها ، والإحتفاظ بها ، أو إبرازها في عدة أشكال ، أو توزيعها ، أو بثها وهو ما يجعله يعمل في بيئة تطلق قدراته الإعلامية ، ولا تقيده بقيود مثل المساحة أو التوقيت أو أمر طبع أو موعد توزيع إلخ ، فضلا عن كونها بيئة لا تسمح له بخلط الأشكال الإعلامية ، سواء في الخبر أو الحوار أو التعليق أو الدردشة أو المنتديات وغيرها ، مع إمكانية تقديم الأشكال الإعلامية التقليدية بصورة جديدة ، فالخبر يتم بثه بمجرد حدوثه وبشكل فوري ومن موقع الحدث وبوسائط إعلامية متعددة مع الكثير من التحليل والعمق ، كما يمكن تقسيم القصة الإعلامية إلى مقاطع ملحق بها روابط تشعبية hyperlinks تقوم بعمليات التفسير وتقديم الخلفيات وتوفير سياق معلوماتي متميز .

7- علاقة حرّاس البوابة بالأطراف التقليدية في العمل الإعلامي : لقد غيرت البيئة الإعلامية الإلكترونية من الصورة القديمة للعلاقة بين حرّاس البوابة الإعلامية وغيرهم من الأطراف المنخرطة في حرّاسة البوابة ، ففيما يتعلق بالمصادر تغيرت نوعيتها ، بحيث أصبح معظمها من النوع الإلكتروني ، أي يتم التعامل مع أجهزة ووسائل إلكترونية أكثر من التعامل مع المصادر الحية ، وبمقتضى ذلك يقوم حرّاس البوابة برصد وجمع وتصنيف وتحليل وتبويب المواد الإعلامية التي يتم استقبالها من المصادر الإعلامية الإلكترونية الأخرى كوكالات الأنباء والشبكات الإخبارية وقواعد المعلومات وغيرهم ، وإن كانوا لا يزالون يتمتعون بالقدرة على الاتصال بالمصادر الحية ، سواء لجمع المادة أو لرصد آرائهم أو مواقفهم أو غيرها .

كما تغيرت إلى حد كبير طرق اتصالهم بالمصادر ، إذ أصبحت تتم عبر أجهزة الحواسيب الإلكترونية ، أكثر منها عن طريق الاتصال المباشر ، بما لذلك من مزايا وعيوب ، كما أصبح شكل التراسل والتواصل يتخذ أشكالاً جديدة مثل البريد الإلكتروني والدردشة الفورية وبرامج التراسل الفوري والمؤتمرات الفيديوية وغيرها .

8- علاقة حرّاس البوابة بالجمهور : من بين الملامح الأساسية في البيئة الإعلامية الإلكترونية هي تراجع التوجه الأحادي القديم الذي يتخذ طابع تدفق الآراء والمعلومات بشكل رأسي من حرّاس البوابة إلى الجمهور ، إذ أصبح يتخذ شكلاً تفاعلياً وتبادلياً للمواقع مصدراً ومتلقياً ، كما تغيرت حركة أضلاع المثلث التقليدي في العلاقة بين المصادر وحرّاس البوابة والجمهور ، حيث أصبح بمقدور الجمهور الاتصال المباشر بالمصادر الأصلية دون المرور بحرّاس البوابة ، كما لم يعد الجمهور متلقياً سلبياً في هذه العلاقة ، بحيث أصبح بمقدوره تقرير ما يتعرض له ويتوافق مع اهتماماته ، فضلاً عن قدرته على المشاركة في صناعة الحدث والمضمون والرأي .

كما تغيرت طبيعة علاقة حرّاس البوابة بقرائهم ، بحيث أصبحوا يبذلون جهداً كبيراً في تطوير هذه العلاقة وقراءة رسائل القراء الإلكترونية والرد عليها والتفاعل والمشاركة في الحوارات والمنتديات، والإجابة على الأسئلة وغيرها في وقت يتمتعون فيه بميزة مهمة وهي قدرتهم على التعرف على أعداد جمهورهم ، وتوقيت تعرضهم لما يقدمونه ، والمدة الزمنية التي يقضونها في تعرضهم للقراءة أو المشاهدة أو الإستماع ، وطبيعة المضامين التي يفضلونها ، وهو ما يساعدهم في اتخاذ قرارات تتلاءم مع طبيعة جمهورهم ، وزيادة درجة التفاعلية بينهم .

2. العوامل المؤثرة على حارس البوابة في البيئة الإعلامية الإلكترونية :

زادت البيئة الإعلامية الإلكترونية من بعض الضغوط على حرّاس البوابة مثل ضرورة التكيف مع مقتضيات سرعة البث والنشر على الويب ، إذ أصبح عامل السرعة في البيئة الإلكترونية الحديثة من أهم العوامل التي تتدخل في معايير اختيار الأخبار ونشرها ، إذ أصبح بمقدور حارس البوابة بث المادة الإعلامية على مدار الساعة ليلاً أو نهاراً ، وبمجرد الحصول عليها ، وإصدار أكثر من طبعة من ذات العدد بدون التقيد بعوامل أخرى ، وهو ما يشكل بيئة إعلامية مختلفة تماما عما سبقتها ، كما يمثّل تحديا في ذات الوقت لأهم القيم المهنية وهي تحرّي الدقة وضرورة التثبت من المعلومات قبل بثها أو نشرها .

ومن الضغوط الأخرى التي يتعرض لها حارس البوابة في البيئة الإلكترونية جدة وحداثة الأدوات الفنية والتكنولوجية التي يتم توظيفها إعلامياً ، فضلا عن تغيرها وتطورها المستمر ، وكذلك كيفية مجابهة المنافسة مع الوسائل الإعلامية الأخرى والموجودة على الإنترنت التي تزداد بشكل يومي ، فضلا عن ضغوط الطلب المتزايد للحصول على الأرباح ، كما يواجه حارس البوابة ضغوط كيفية إثبات مصداقيته الإعلامية وسط زخم هائل من الوسائط المتدفقة على الإنترنت ، وأيضا كيفية التثبت من مصداقية المصادر التي يتعامل معها وخاصة المجهلة منها ، وضخامة المعلومات التي تتدفق إليه ، والتي تحتاج لجهد هائل في تبويبها وفهرستها فضلا عن تقييمها(بخيت،2004:ص131).

3. المهارات الخاصة بالقائم بالاتصال في البيئة الإعلامية الإلكترونية :

من بين الأسئلة الأساسية المطروحة حول حارس البوابة في البيئة الإعلامية الإلكترونية هي طبيعة السمات التي يجب أن يتصف بها ، ونوعية المهارات التي يجب أن يتحلّى بها ، وهل هي ذات

السمات التي يتسم بها حرّاس البوابة في البيئة الإعلامية التقليدية ، أم ثمة حاجات لمهارات مختلفة . تكشف بعض المؤشرات التي يمكن رصدها من الدراسات الإعلامية الحديثة إلى أنه فضلا عن ضرورة تمتع حرّاس البوابة بالسمات والمهارات المطلوبة من الإعلاميين في البيئة التقليدية من قدرة على جمع المادة الإعلامية وتحريرها وصياغتها ، والقدرة على تقييم صلاحيتها الإعلامية، وفهم طبيعة السياق الإعلامي الذي يحيط بالوسيلة الإعلامية التي يعملون بها ، فإن هناك ثمة حاجات ماسة لأن يكتسب حرّاس البوابة في البيئة الإلكترونية مهارات تقنية ، وخبرة بالوسائط المتعددة أو ما يعرف بالملتيميديا سواء في جمع المادة الإعلامية وتغطية الأحداث أو معالجتها واسترجاعها أو تصميمها أو بثها ، مع القدرة على توظيفها إعلاميا ، فضلا عن الخبرة التنظيمية ، والعمل كموردين للمضمون أكثر منهم كتاباً أو محررين ، ومهارة جمع المادة الإعلامية وتقييمها ، واختيار الموضوعات والمقالات والخلفيات المعلوماتية المناسبة للقصة ، والقدرة على التواصل والتفاعل مع الجمهور (بخيت،2004:ص132).

4. نشأة الصحافة الإلكترونية في فلسطين وتطورها:

الإعلام الإلكتروني نافذة فتحت آفاق عديدة واتسعت من خلالها الرؤية، وأصبحت المعلومة عن طريقها ملكاً للجميع وخياراً نحدد من خلاله ما نريد معرفته بالوسيلة التي نرغب سواء مكتوبة أو مرئية أو مسموعة. وفي فلسطين لعبت الصحافة الإلكترونية دورا مهماً ومميزاً في خدمة القضية الفلسطينية وكشف المخططات الإسرائيلية ، إذ يبذل الاحتلال الإسرائيلي كل جهوده وإمكانياته لتشويه وتغيير الحقائق الواقعية على مختلف الأصعدة من خلال وسائل إعلامه المختلفة ، وحصلت المواقع الإلكترونية الفلسطينية على قدر لا بأس به من النجاح سواء على الصعيد الداخلي أو الدولي في كشف الحقائق وتوصيل الرسالة الحقيقة عن الواقع الفلسطيني وعن انتهاكات الاحتلال الإسرائيلي بحق الشعب والمقدسات في فلسطين .

1. **المواقع الإلكترونية الفلسطينية :**

بدأ التواجد الإعلامي الفلسطيني على شبكة الإنترنت في وقت قريب من بدء وسائل الإعلام العربية في الدخول إلى دائرة النشر الإلكتروني،و انسجامها مع الثورة التكنولوجية التي غزت العالم أجمع ، ومواكبة للتقنيات الحديثة التي توفرها شبكة الإنترنت، كما اشتدت ذروة الإعلام الإلكتروني الفلسطيني مع بداية انتفاضة الأقصى عام2000م ، بظهور العديد من المواقع الإلكترونية الإخبارية ، التي لعبت دورا كبيرا في خدمة القضية و الدفاع عن الحقوق الثابتة للشعب الفلسطيني ،فلم يعد تداول الأخبار حكرا على أحد ، و لم يعد لمقص الرقيب الصهيوني سيطرة على أي خبر ، ويحاول الإعلام الفلسطيني بكل إلحاح نشر رسالته ليس على ساحة فلسطين فحسب ، بل وعلى مساحة واسعة في شتى بقاع العالم فضلاً عن ساحات الأعداد داخل فلسطين وخارجها .

ولعل ما يلاحظ حديثا دخول الإعلام الفلسطيني مرحلة جديدة ومحاولة نشر وإنشاء عديد الصحف والمواقع على شبكة الإنترنت العالمية ، والتي تعد نقلة نوعية تسهم في التعريف بالإعلام الفلسطيني بالنص والصورة عالمياً، وهذا ما يميزها عن الصحافة التقليدية التي تكاد تتعدى حتى الدول المجاورة بحكم ظروف الاحتلال التي يعاني منه الإعلام الفلسطيني (التربان،2008: ص25-28).

2. **أهداف المواقع الإخبارية الفلسطينية:**

تهدف المواقع الإلكترونية الفلسطينية إلى ما يلي (شامية،غنام،2007:ص46)

1. شرح ونقل معاناة الشعب الفلسطيني في الداخل والخارج .

2. صناعة الأحداث .

3. توضيح تداعيات الظاهرة الإسرائيلية على الوطن العربي .

4. فضح الممارسات والانتهاكات الصهيونية بحق الشعب الفلسطيني الأعزل .

5. توضيح التفكير وسلوكيات وثقافة الجانب الصهيوني .

6. مواكبة أحداث التقنيات في تكنولوجيا الاتصال. 7.الوصول

إلى أكبر عدد ممكن من القراء المنتشرين في مختلف أقطار العالم .

3. مميزات المواقع الإلكترونية الفلسطينية :

تتمتع المواقع الإلكترونية الفلسطينية بمميزات هي :

1. إحاطتها ومتابعتها للأحداث الجارية على الساحة الفلسطينية .

2. استضافتها لشخصيات مسئولة وقيادية للتحاور مع الجمهور ولكن تلك الميزة توجد بشكل محدود جداً وتبرز في موقع الإعلام والمعلومات .

3. تطورها بشكل سريع وملحوظ، وتوفر إمكانيات البحث والأرشيف فيها .

4. اهتمامها بالشأن الفلسطيني مما يعطيها عنصر الجاذبية بسبب رغبة الجماهير في معرفة آخر التطورات على الساحة الفلسطينية .

4. معوقات ومشاكل المواقع الإخبارية الفلسطينية:

وفيما يتعلق بالمشاكل التي تواجه المواقع الإلكترونية الفلسطينية يمكن إجمالها كالتالي: (التربان،2008:ص134-135).

1. مشكلات تقنية: إذ إن شبكة الاتصالات هي إحدى المعوقات الأساسية، كون تزويد الإنترنت في فلسطين لا يتم إلا عبر شركات الإنترنت الإسرائيلية، وهي تحاول دوماً قطعه، وتسبب عائقاً أمام شبكة الإنترنت وتعميمها، إضافة إلى بطء الإنترنت، وتصفح المواقع

وعدم إلمام الصحفيين بتقنيات الكمبيوتر، والإنترنت .

2. مشكلات اقتصادية: وتتمثل في تدنّي مستوى المعيشة، والظروف الاقتصادية الصعبة التي يعيشها الشعب الفلسطيني، مما يقف حجر عثرة في طريق التقدم نحو التكنولوجيا، إضافة إلى عدم وجود التمويل اللازم للمواقع .

3. سياسية: وتتمثل في الظروف السياسية الراهنة، التي انعكست على وضع الصحف الإلكترونية بإغلاق الطرق، والحصار المفروض على بعض المناطق، الذي من شانه أن يحول دون وصول الصحفي إلى مكان عمله، وهذا يؤثر على مستوى الصحف الإلكترونية وكذلك انعكاس الوضع السياسي على حياة الصحفيين .

4. حزبية: إذ ظهرت مواقع صحفية حزبية تتطرق للخبر بحزبية دون مراعاة الموضوعية والدقة، وأحياناً تعمل هذه المواقع على تخريب المعلومات بما يتلاءم مع مصلحتها العليا .

5. قرصنة المعلومات: وهي مشكلة كبيرة تواجهها الصحافة الإلكترونية الفلسطينية، ويرى بعض المتخصصين أن الصحف الإلكترونية هي نسخ كربونية عن بعضها بعضا، إضافة إلى سرقة المعلومات والموضوعات الصحفية من بعض المواقع دون الإشارة إلى المصدر.

6. مهنية: وتتمثل في عدم وجود مراسلين متخصصين للصحف الإلكترونية، وكذلك عدم وجود صحفيين إلكترونيين .

7. غياب الرقابة: حيث لا توجد في فلسطين جهة مسئولة لمراقبة عمل المواقع الإلكترونية وتكتفي وزارة الاتصال الفلسطينية بفرض الرقابة الإدارية على المواقع الحكومية فقط، كما أن الهيئة الفلسطينية الوطنية لمسميات الإنترنت لا تقوم بأي رقابة رسمية، إلا على المواقع المسجلة ضمن المجال الفلسطيني ps)) فقط وغالباً ما تكون رقابة فعلية .

5. دور المواقع الإلكترونية في إبراز الخبر الصحفي الإلكتروني :

لعبت المواقع الإلكترونية دوراً بارزاً في الخبر الصحفي الإلكتروني، إذ جعلت الخبر والمعلومة ينتشران بسرعة في كل أرجاء المعمورة وذلك بتكلفة مخفضة متيحة لعدد كبير من مستعملي الشبكة للحصول على أكبر عدد من المعلومات والأخبار، كما جعلت إمكانية التعليق على الخبر وما جاء فيه في متناول الجميع والتفاعل مع ذلك التعليق في زمن قياسي.

كما أن للمواقع الإلكترونية ميزة لا تقل أهمية وتتمثل في إمكانية وسرعة تحديث الخبر ووجود الوسائط المتعددة مثل مقاطع الصوت ، ومقاطع الفيديو ، ونقاط التوصيل ،كما سنحت هذه المواقع للكتاب الشباب وغير المعروفين للكتابة ومنافسة الصحفيين والكتاب أصحاب التجارب والكتابات و استطاعت تخطّي الحدود والقارات والبحار والمحيطات متحدية بذلك سلطة ونقص الرقابة خاصة بالعديد من دول العالم الثالث مع وجود بعض الاستثناءات التي لازال سيف الرقابة مسلطا عليها وتحدّ من حرية الحصول على الخبر والمعلومة من الشبكة العنكبوتية، وهذه إحدى المشكلات التي تعوق تطور هذا النوع الجديد والعصري من الصحافة .

5. نظرية حارس البوابة الإعلامية – Gatekeeping theory :

تعتمد هذه الدراسة في إطارها النظري على نظرية حارس البوابة الإعلامية التي يمكن من خلالها تحديد مشكلة الدراسة وتفسير نتائجها . وتقوم النظرية على الأفكار التالية :

قام بتطوير نظرية (حارس البوابة الإعلامية) عالم النفس النمساوي الأصل والأمريكي الجنسية "كيرت لوين " ، إذ يرى أنه على طول الرحلة التي تقطعها المادة الإعلامية حتى تصل إلى الجمهور المستهدف توجد نقاط (بوابات) يتم فيها اتخاذ قرارات بما يدخل وما يخرج . وكلما طالت المراحل التي تقطعها الأخبار حتى تظهر في الوسيلة الإعلامية ، تزداد المواقع التي يصبح فيها من سلطة فرد أو عدة أفراد تقرير ما إذا كانت الرسالة ستنتقل بنفس الشكل أو بعد إدخال تعديلات عليها ، ويصبح نفوذ من يديرون هذه البوابات له أهمية كبيرة في انتقال المعلومات (مكاوي،السيد،1998:ص 176) .

ولقد كانت هناك دراسات لـــ " بريد " و " كارتر " وغيرهم أشارت إلى أن الرسالة الإعلامية تمر بمراحل عديدة وهي تنتقل من المصدر حتى تصل إلى الملتقى ، وتشبه هذه المراحل السلسلة المكونة من عدة حلقات ، فالاتصال هو مجرد سلسلة متصلة الحلقات. وأبسط أنواع السلاسل هي سلسلة الاتصال المواجهي بين فردين ، ولكن هذه السلاسل في حالة الاتصال الجماهيري تكون طويلة جداً إذ تمر المعلومات بالعديد من الحلقات أو الأنظمة المتصلة كما هو الحال في الصحف والراديو والتلفزيون ، فالحدث الذي يقع في القدس مثلاً يمر بمراحل عديدة قبل أن يصل إلى القارئ أو المستمع أو المشاهد في الأردن أو الولايات المتحدة ، وقدر المعلومات الذي يخرج من بعض تلك الحلقات قد يكون أكبر مما يدخل فيها، وهذا ما يطلق عليه " شانون " أجهزة التقوية (مكاوي،السيد،1998:ص 177) .

ويشير كيرت لوين أن هناك في كل حلقة فرداً يقرر ما إذا كانت الرسالة المتلقية سيمررها

كما هي إلى الحلقة التالية ،أم سيزيد عليها أو يحذف منها أو يلغيها تماماً . ومفهوم (حرّاسة البوابة) يعني : "السيطرة على مكان استراتيجي في سلسلة الاتصال بحيث يصبح لحارس البوابة سلطة اتخاذ القرار فيما سيمر من خلال بوابته ، وكيف سيمر، حتى يصل في النهاية إلى الجمهور المستهدف" (مكاوي،السيد،1998:ص 176) .

العوامل المؤثرة على حارس البوابة الإعلامية :

أولا– قيم المجتمع وتقاليده :

يؤثر النظام الاجتماعي بقيمه ومبادئه على القائمين بالاتصال ، فقد يضحى القائم بالاتصال أو وسائل الإعلام أحياناً بالسبق الصحفي بسبب قيم المجتمع وتقاليده.

ثانياً–المعايير الذاتية للقائم بالاتصال :

تلعب الخصائص والسمات الشخصية للقائم بالاتصال دوراً مهمّا مثل : النوع ، والعمر ، والدخل ، والطبقة الاجتماعية ، والتعليم ، والانتماءات الفكرية أو العقائدية ، ويؤثر الانتماء في طريقة التفكير واتخاذ القرارات.

ثالثاً–المعايير المهنية للقائم بالاتصال :

يتعرض القائم بالاتصال للعديد من الضغوط المهنية التي تؤثر في عمله التي قد تؤدي إلى توافقه مع سياسية المؤسسة الإعلامية التابع لها .

رابعاً - معايير الجمهور :

لاحظ الباحثان (شولمان) و(إثيل) أن الجمهور يؤثر على القائم بالاتصال والعكس صحيح ، إذ يؤثر الجمهور بتقبله للخبر على القائم بالاتصال ونوعية الأخبار التي يقدمها (مكاوي،السيد،1998:ص 179–183) .

6. الدراسات السابقة:

- **الدراسات العربية :**

1) دراسة فهمي ، 2001

بعنوان " التفاعلية في المواقع الإخبارية العربية على شبكة الإنترنت : (دراسة تحليلية) "

هدفت هذه الدراسة الاستكشافية إلى إيضاح أبعاد التفاعلية والعوامل المؤثرة فيها وتحليل مدى توافرها في المواقع الإخبارية العربية، مع إجراء مقارنة بين أسلوب تعامل كل من هذه المواقع مع المضمون الإخباري .

واستخدمت الدراسة منهج المسح مع الاستعانة بتحليل المضمون كأداة لجمع البيانات من عينة عشوائية من المواقع الإخبارية العربية بلغ عددها 45 موقعا إخباريا ، تابعة لصحف مطبوعة ومحطات إذاعية أو شركات تعمل في مجال الإنترنت وتم جمع بيانات الدراسة التحليلية خلال شهري يوليو وأغسطس 2001.

وتمثلت فئات التحليل في الدراسة على : عدد الاختيارات المتاحة في الصفحة الرئيسية للموقع ،وإمكانية الاتصال بالقائم بالاتصال، وإمكانيات التفاعل مع النص،ومدى وجود آلية بحث وقاعدة بيانات للموقع، وسهولة إضافة معلومات من قبل المترددين ،تحديث الموقع . كما تم تحليل المواقع الإخبارية بطريقة كيفية لتمكن من توصيف الظاهرة بصورة دقيقة .

وكشفت نتائج الدراسة عن أن كل المواقع الإخبارية أتاحت عدة بدائل للاختيار أمام المتلقي كما وفرت جميع المواقع عنوان بريد إلكتروني واحد على الأقل –باستثناء موقع لصحيفة جزائرية – يمكن من خلاله تلقّي رسائل المستخدمين ، وحرصت 64.4 % من مواقع العينة على

توفير إمكانية التفاعل مع النص ، كما وفر 46.4 % موقعا آلية بحث ، بينما لم يوفر 73.3 % من المواقع إمكانية التعليق على القضايا المهمة أو إضافة أراء أو معلومات من قبل المترددين ، وأشارت نتائج الدراسة إلى أن 80 % من المواقع الإخبارية تحرص على تجديد مادتها الإخبارية بصورة يومية .

وكشفت النتائج عن أن المواقع الإخبارية التابعة لشركات كانت أكثر استفادة من الإمكانيات التكنولوجية مقارنة بالمواقع التابعة لدور الصحف ، ومن ثم أتاحت مستوى من التفاعلية للمترددين عليها أعلى من الذي وفرته المواقع التابعة للصحف.

2) دراسة شومان ،2003

بعنوان " الصحف الإلكترونية العربية : دراسة تطبيقية على صحيفة إيلاف "

هدفت هذه الدراسة الاستطلاعية الوصفية إلى التعرف على الملامح التحريرية والإخراجية لصحيفة إيلاف الإلكترونية، التي تتميز بأنها إلكترونية فقط .

واستخدمت الدراسة منهج المسح الإعلامي في عملية متابعة مضامين الصحيفة وجمع المعلومات عن نشأتها وتطورها ، وكذلك المادة الصحفية التي تقدمها خلال فترة الدراسة .

كما استخدم المنهج المقارن في إجراء مقارنات وصفية وتحليلية بين أعداد إيلاف خلال فترة الدراسة ، بالإضافة إلى مقارنات نسبية ومحدودة بين إيلاف كصحيفة الكترونية عربية وبين عدد من أشهر الصحف الإلكترونية الأمريكية وكذلك موقع الجزيرة نت كموقع إخباري عربي .

واعتمدت الدراسة على الملاحظة المنتظمة كأداة بحثية تمكن من رصد وتتبع وتجميع المعلومات على فترات منتظمة (ثلاث مرات يوميا خلال فترة الدراسة) .

وغطت الدراسة الفترة من أول يناير وحتى أول مايو 2003 ، أي مدة أربعة شهور، كما صممت العينة على أساس الأسبوع الصناعي ، وبذلك تكونت العينة من 16 يوما بالإضافة إلى 21 يوما تمثل فترة الحرب على العراق التي وقعت بين 20مارس إلى 9 أبريل من عام 2003 ؛ وخضعت مادة إيلاف لتحليل المضمون للتعرف على المواقف العامة لها من الحرب اعتمادا على خدمة البحث والأرشيف التي توفرها الصحيفة ؛ وتمثلت فئات تحليل المضمون في : أساليب التحرير والعرض، التصميم والمضمون في الصحيفة ،المصادر والتفاعلية والبريد الإلكتروني ، خدمة الأرشيف والبحث ،بالإضافة إلى الوسائط المتعددة.

وكشفت نتائج الدراسة أن صحيفة إيلاف افتقرت إلى كثير من خصائص الصحافة الإلكترونية السائدة في الولايات المتحدة وأوروبا أو بعض المواقع الإعلامية العربية.

ولم توفّر إيلاف وصلات أو خدمات تفاعلية كافية ، إذ اقتصرت وصلاتها على مواد داخل العدد أو إرسال النص إلى صديق ، كما انحصرت الخدمات التفاعلية على البريد الإلكتروني التقليدي ، ولم تتطور إلى الحوار المباشر والمنتديات بين المحرر والقارئ .

والملاحظ أن الخدمات التفاعلية في إيلاف على قلتها تتسم بالبطء وعدم التجديد ، أما تصميم إيلاف كان أشبه إلى حد كبير بإخراج الصحف الورقية ، مع استخدام ألوان غير واضحة وأرضيات غير مريحة .

في المقابل حافظت إيلاف على طابعها الإخباري الفوري والمتجدد ، فسيطرت الأخبار والتقارير على المادة التحريرية وبنسبة 71.9 % للأخبار و بنسبة 22.8 % للتقارير واعتمادها على وكالات الأنباء العالمية في استيفاء الأخبار والمعلومات وبنسبة 45.5% ووسائل الإعلام العربية بنسبة 17.9% خلال فترة الدراسة ، ولم تتجاوز نسبة مساهمة مراسلي إيلاف 25.3%

أي أن صحيفة إيلاف لم تتمكن من تطوير ودعم مصادرها الخاصة وظلت إلى درجة كبيرة تابعة لوكالات الأنباء الدولية ، خاصة وكالة الأنباء الفرنسية التي احتلت المركز الأول وبنسبة 41.1% بين مصادر إيلاف .

3) دراسة خلوف ، 2006

بعنوان" :استخدامات الصفوة الفلسطينية للصحافة الإلكترونية لمتابعة الأحداث الجارية والإشباعات المتحققة" .

حيث تناول في الرسالة مدى استخدام الصفوة الفلسطينية للصحافة الإلكترونية، ومدى اعتمادها بشكل كبير على الصحافة الإلكترونية في تغذية معلوماتها حول الأحداث الجارية، وبالتالي تقوية قدرتها على التنبؤ بالأحداث المستقبلية، مما يساعد صانعي القرار على اتخاذ القرارات السياسية الصحيحة.

ويتضح من الدراسة أن هناك ارتفاعاً في ثقة الصفوة الفلسطينية بالصحافة الإلكترونية، بالإضافة إلى اعتمادهم عليها بشكل أساس مصدراً للمعلومات، إذ أوضح ما نسبتهم (% 58) من مستخدمي الصحافة الإلكترونية أنهم يعتمدون على هذه الوسيلة بشكل كامل مصدراً للمعلومات، فيما أكد ما نسبتهم (% 42) بأنهم يعتمدون عليها بشكل جزئي مصدراً للمعلومات .كما أظهرت أن أكثر الصحف الإلكترونية مقروئية هي ذاتها التي ترد في تفضيلات القراء كأكثر الصحف المطبوعة قراءة، مما يعني ارتباط سمعة الصحيفة الإلكترونية بأصلها" النسخة الورقية ".

تعد تلك الدراسة مقتصرة على فئة محددة في المجتمع ، وهي الصفوة والنخب التي لايمكن تعميم نتائجها على جميع شرائح المجتمع الفلسطيني ، الأمر الذي يتطلب توسيع مجال الدراسة إلى مجال أكبر لتكون الدراسة أكثر شمولية وعمقاً .

4) دراسة منصور ، 2007

بعنوان " الإعلام العربي في شبكة الإنترنت "

(دراسة تحليلية تقويمية لعينة من مواقع وسائل الإعلام العربية علي شبكة الإنترنت)"

.

حاولت هذه الدراسة التعرف على مدى استثمار وسائل الإعلام العربية (صحف – مجلات– محطات راديو– قنوات تليفزيون) للمزايا التقنية والخدمات التفاعلية التي توفرها شبكة المعلومات الدولية (الإنترنت)، ودرجة توفير تلك المواقع لعناصر المحتوى التي تدعم الوسيلة الإعلامية التي تصدر عنها باستخدام أساليب تحليلية – تقويمية تمثل البداية الضرورية لوضع التصورات والحلول المناسبة لجوانب القصور في الخدمة الإلكترونية التي تقدمها تلك الوسائل من خلال مواقعها الإلكترونية على شبكة الإنترنت.

وتعد هذه الدراسة من البحوث الوصفية التي تعتمد على مناهج بحثية متعددة بهدف الوصول إلى نتائج علمية، وتستهدف تصوير وتحليل وتقويم خصائص مجموعة معينة أو موقف معين يغلب عليه صفة التحدي ، واعتمدت على منهج المسح (بالعينة) نظراً لصعوبة المسح الشامل لجميع المواقع الإلكترونية التابعة لوسائل الإعلام العربية على شبكة الإنترنت، وبلغ حجم عينة التحليل (122) موقعاً إلكترونيا، وهي عينة عمديه تتمثل في المواقع الإلكترونية التابعة لوسائل الإعلام العربية .

واعتمدت الدراسة على أداة (تحليل المضمون)، وصممت (مقياسين كميين) يهدف الأول لقياس مستوى (كفاءة وتفاعلية) عناصر البناء في الصفحات الافتتاحية للمواقع الإلكترونية الإعلامية العربية، مكون من مائة درجة، ويقيس الثاني مستوى دعم المواقع الإلكترونية للوسيلة الإعلامية التي يصدر عنها، ويتكون من مائة درجة أيضاً، وتمثلت فئات تحليل المضمون في كفاءة الصفحة الافتتاحية ،خيارات المحتوى ، تحديث المحتوى والفورية ، خيارات التواصل مع المستخدم .

وأوضحت نتائج الدراسة التي اعتمدت على منهج تحليل المضمون ومنهج المسح (بالعينة) ما يلي :

أن المواقع الإلكترونية – عينة الدراسة – قد نجحت في تقديم عناصر دعم الوسيلة الإعلامية التي تصدر عنها، أكثر من نجاحها في استثمار المزايا التقنية والخدمات التفاعلية التي توفرها شبكة الإنترنت (الكفاءة والتفاعلية)، فقد فشلت المواقع – مجتمعة – في الحصول على متوسط درجات يساوي 50% على الأقل من درجات مقياس (الكفاءة والتفاعلية) المكون من مائة درجة، وكان موقع (الجزيرة نت) هو الأفضل (77 درجة) يليه موقعا (النهار اللبنانية) و (راديو مونت كارلو) ثم موقع (الأخبار) المصرية، ثم موقع (مؤسسة الإمارات للإعلام) ثم موقع (عكاظ) السعودية، وموقع (راديو عمّان نت)، وقد تبين أن 42% فقط من عينة الدراسة قد نجحت في إحراز 50 درجة فأكثر في مقياس الكفاءة والتفاعلية المكون من مائة درجة.

5) دراسة ربيع ،2009

بعنوان " استخدام المواقع الإلكترونية والإشباع المتحقق "

هدفت هذه الدراسة إلى رصد وتحليل أنماط تعرّض الجمهور المصري من فئة الشباب للمواقع الإخبارية العربية، والإشباع الذي يتحقق من تعرضهم لها ، كما وهدفت في شقها التحليلي إلى رصد أنواع المضامين الإخبارية المقدمة من خلالها والخدمات التفاعلية التي تقدمها

واستخدمت الدراسة منهج المسح لوصف الظاهرة في واقعها ، وللتعرف على أسباب وجود هذه الظاهرة وجاءت مشكلة البحث كما وضعها الباحث على شكل مجموعة من الفروض .

أجريت الدراسة على عينة قوامها(500) مفردة من مستخدمي المواقع الإخبارية في المرحلة العمرية (18 – 35) عاما تتنوع مستوياتهم العلمية والاقتصادية، وتتضمن العينة كافة المواقع الإخبارية سواء النسخة الفورية لصحف مطبوعة، أو مواقع إخبارية غير تابعة لصحف، سواء التي تقدم نصوصا إخبارية فقط أو تضيف مقاطع صوتية أو فيديو كما في حالة المواقع التابعة لمحطات تليفزيونية إخبارية.

وتضم عينة الدراسة مواقع : مصراوي، وموقع (في البلد)، و(يلا كوره) والأهرام و(الجمهورية) و(المصري اليوم)، و(أخبارك) و(إيجبتي) و(ماشي)، و(بص وطل).

وكشفت نتائج الدراسة تفوق نسبة الذكور الذين يستخدمون المواقع الإخبارية في أوقات الأزمات الطارئة فقط عن نسبة الإناث، إذ بلغت نسبتهم 31.7% من إجمالي عينة الذكور، مقابل 23.5% من الإناث، في نفس المستوى الاقتصادي (متوسط الدخل أكثر من ألف جنيه شهريا) .

كما توجد علاقة طردية قوية دالة إحصائيا بين مدى استخدام المواقع الإخبارية ومعدل الاستخدام، وتأثره بالأزمات، وكلما زاد تعرض الشباب المصري للمواقع الإخبارية العربية زاد اعتمادهم عليها وقت الأزمات .

كما وكشفت عن المزايا التي تدفع الشباب لاستخدام المواقع الإخبارية ، وهي إتاحة مصادر معلومات إضافية 'يرجع إليها حول الأخبار، يليها تقديم الأخبار بأشكال متنوعة (صوت وفيديو ونص)، ثم توفير خدمات جديدة غير متاحة في وسائل الإعلام التقليدية، وإعداد ملفات عن الأحداث المهمة .

الدراسات الأجنبية

6) دراسة Tanjev Schultz ، 1999

بعنوان "خيارات التفاعلية في الصحافة الإلكترونية : دراسة استطلاعية تحليلية لمائة صحيفة إلكترونية أمريكية"

هدفت الدراسة إلى إلقاء الضوء على خيارات التفاعلية في الصحافة الإلكترونية الأمريكية ، وعرفت الدراسة التفاعلية هي" مشاركة الجمهور" والتفاعل مع الوسيلة والقائمين بالاتصال من خلال الحوار .

واستخدمت الدراسة تحليل المضمون لرصد وتحليل الخيارات التفاعلية المتاحة في الصحف الإلكترونية الأمريكية في صيف 1998 ، واختيرت عينة طبقية عشوائية من 517 صحيفة وردت في قائمة الصحف الإلكترونية اليومية الأمريكية ، وتكونت العينة من مائة صحيفة قسمت إلى أربع فئات كل فئة تحتوي على 25 صحيفة حسب معدلات التردد عليها .

واعتمدت نتائج الدراسة على تحليل المضمون الكمي والكيفي ، حيث كانت (الخيارات التفاعلية) هي وحدة التحليل ، كما خضعت العينة للملاحظة بصورة يومية خلال ثلاثة أسابيع وكشفت النتائج عن أن صحف العينة وفرت بريد الكتروني واحد على الأقل ، بينما لا توفر 92% من صحف العينة غرف دردشة فورية ، وأجرت 24 %من الصحف استطلاعات الكترونية ، بينما وفرت 37 % من الصحف منتديات للحوار ، العديد من الصحف الإلكترونية الأمريكية تستخدم صورة مطابقة للصحف المطبوعة أو وسيلة لإعادة نشر نفس المحتوى الصحفي للنسخة المطبوعة من الجريدة .

وخلصت الدراسة إلى تجاهل صحف العينة للقدرات الحوارية للإنترنت ، ورفض بعض الصحفيين لفكرة إجراء حوار مباشر مع القراء مقابل تركيز الصحف على البريد الإلكتروني لمعرفة رأي الجمهور ، وحذرت الدراسة من خطر سيطرة قلة من المشاركين على المنتديات الإلكترونية الأمر الذي قد يعني أن المنتديات الإلكترونية ليست أكثر ديمقراطية من وسائل الإعلام التقليدية .

تعقيب على الدراسات السابقة :

وظفت الدراسات السابقة منهج المسح الإعلامي في عملية الملاحظة، وجمع البيانات عن المتغيرات في المواقع الإلكترونية . كما استخدم في بعضها المنهج المقارن لاكتشاف أوجه الشبه والاختلاف بين المواقع ، وتم استخدام منهج تحليل المضمون منهجاً رئيسياً في الدراسات السابقة .

كما نلاحظ من خلال مراجعة الدراسات السابقة ندرة الدراسات التي اهتمت بدراسة التفاعلية في المواقع الإلكترونية ، وحرّاسة البوابة والتفاعلية في المواقع الإخبارية بشكل خاص التي تعد ميزة رئيسية من مميزات الصحافة الإلكترونية التي تتميز بها عن نظيرتها الورقية .

وتتشابه الدراسة الحالية إلى حد ما مع دراسة (فهمي،2001) بعنوان التفاعلية في المواقع الإخبارية العربية على شبكة الإنترنت ، وبشكل عام يوجد بعض نقاط التشابه بين الدراسة الحالية ودراسة (ربيع،2009) بعنوان استخدام المواقع الإلكترونية والإشباع المتحقق ، وأيضا دراسة (Tanjev،1999) بعنوان خيارات التفاعلية في الصحافة الإلكترونية .

وتكمن الاستفادة من الدراسات السابقة في معرفة الباحث بشكل عام في كيفية إجراء الدراسة وماهي الأسس العلمية التي ينبغي اتباعها في الدراسة الحالية ، وتتمثل في عملية إعداد أداة الدراسة ووضع الأسئلة، وما أهم النقاط التي يتوجب عليه مراعاتها .

وهنا تظهر أهمية الدراسة الحالية لكونها تسلط الضوء على دور حارس البوابة في الإمكانيات التفاعلية المتاحة عبر المواقع الإخبارية الفلسطينية على شبكة الإنترنت .

الفصل الثالث

منهجية الدراسة

تنتمي هذه الدراسة الحالية إلى الدراسات الوصفية التي تهدف إلى جمع الحقائق والبيانات عن ظاهرة التفاعلية في المواقع الإخبارية الفلسطينية ومحاولة تفسيرها من خلال تصنيفها وتحليلها والوصول إلى تعميمات بشأنها.

وتعتمد الدراسة على أداة الاستبانة الموزعة على عينة عشوائية من حرّاس البوابة الإلكترونية للمواقع الإخبارية الفلسطينية التي بموجبها تم جمع البيانات عن المتغيرات كما هي في المواقع ، وذلك من خلال مسح إمكانيات التفاعلية المتاحة في المواقع الإخبارية الفلسطينية .

مجتمع الدراسة وعينتها

مجتمع الدراسة :

يتمثل مجتمع الدراسة في حرّاس البوابة الإلكترونية للمواقع الإخبارية الفلسطينية والبالغ عددها (102) موقعاً إخباريا، مع العلم أنه تم صرف النظر عن الحدود الجغرافية وتقسيمات الإحتلال الإسرائيلي لهذه المواقع .

عينة الدراسة : تم اعتماد أسلوب سحب العينة الاحتمالية ، وتم اختيار نوع العينة العشوائية البسيطة بناءً على نصيحة ومشورة لجنة المحكمين الذين ارتأوْا حصر ما تيسر من مواقع إلكترونية إخبارية فلسطينية و التي كان عددها لدى الباحث (102) موقعاً .

وبناءً على هذا المجتمع تم اعتماد حجم العينة التي كانت (31) موقعاً بنسبة 31% من حجم مجتمع الدراسة ، ويعد هذا الحجم مناسباً علمياً لمثل هذا البحث ،(راجع ملحق رقم2).

أداة الدراسة :

يقوم البحث على أداة الاستبانة التي توفر معلومات عن مدى توافر التفاعلية في المواقع الإخبارية الفلسطينية التي تم إعدادها خصيصا للدراسة كأداة للتحليل يمكن من خلالها قياس إمكانيات التفاعلية المتاحة من خلال هذه المواقع الإخبارية الفلسطينية(راجع ملحق رقم 3) .

صدق الأداة :

للتحقق من الصدق الظاهري (Face Validity) ، والصدق المنطقي (Logical Validity) لمحتوى الاستبانة ، تم عرضها على مجموعة من المحكمين المتخصصين (راجع ملحق رقم 1)، للوقوف على آرائهم وملاحظاتهم وتقديرهم عن مدى صلاحية فقرات الاستبانة وملاءمتها للمحاور المقترحة للدراسة .

وفي ضوء ملاحظات المحكمين المختصين ومقترحاتهم، تم تعديل الصياغة اللغوية لبعض الفقرات، وإضافة بعض الفقرات التي تمت التوصية عليها، مما يجعل أداة الدراسة ذات صلاحية للتطبيق على عينة الدراسة.

ثبات الأداة:

تم إجراء تحليل أولي للاستبانة ، وبعد أن تم التأكد من صلاحية وجاهزية الأداة ، تم تطبيقها على عينة الدراسة .

التحليل الإحصائي:

لغرض معالجة البيانات وتحليلها إحصائيا ، تم استخدام العديد من الإجراءات الإحصائية لتحليل البيانات وجدولتها بواسطة البرنامج الإحصائي للعلوم الاجتماعية (SPSS) وجدولتها على الشكل التالي:

أ- التكرار والنسب المئوية .

ب- اختبار مربع كاي (Chi Squire) .

إجراءات الدراسة :

قام الباحث بعد استشعار مشكلة البحث وحصر ما تيسر له من مواقع إلكترونية إخبارية فلسطينية ، بإجراء تحليل بسيط لبعض مضامين هذه المواقع للتعرف على أساليب النشر والتحرير .

ثم بعد ذلك صمم الباحث أداة الدراسة التي هي (الاستبانة) وقد تم عرضها على مجموعة من المحكمين (ملحق رقم 1) . ولقد خضعت فقرات الاستبانة إلى التعديل والتصويب اللازمين للشكل الذي أصبحت فيه ملائمة لتحقيق أهداف البحث والإجابة عن تساؤلاته ، وبذلك تحقق صدق الأداة .

كما تم تطبيق الأداة تجريبيا على عينة من القائمين بالاتصال داخل بعض المواقع الإلكترونية للتأكد من ثبات الأداة ، وبعد ذلك تم تطبيق الدراسة الميدانية .

الفصل الرابع

نتائج الدراسة

يتضمن هذا الفصل عرضاً للنتائج التي توصلت إليها هذه الدراسة من خلال الإجابة عن أسئلتها، وعلى النحو الآتي:

1. أولاً: النتائج المتعلقة بالإجابة عن السؤال الأول، الذي نصه " ما دور حارس البوابة في توجيه المواقع الإخبارية الإلكترونية الفلسطينية ؟

للإجابة عن هذا السؤال تم حساب التكرارات مدى دور حارس البوابة في الموقع كما تم استخدم اختبار"كاي تربيع لفحص الفروق بين التكرارات، والجدول (1) يبين النتائج

الجدول (1)

اختبار كاي تربيع لفحص الفروق بين التكرارات مدى دور حارس البوابة في الموقع

	نعم		لا		لا أدري		قيمة كاي تربيع النسبة	مستوى الدلالة التكرار
	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	التكرار		
1.1- تنشر التعليقات والإضافات في الموقع من قبل الزوار بشكل تلقائي بدون أي تدخل	6	19.4 %	21	67.7 %	4	12.9 %	23.516[a]	.000
2.1- يوجد سقف للحريات بالكتابة ممنوحة لكم من قبل الإدارة	6	19.4 %	18	58.1 %	7	22.6 %	5.452[a]	.020
3.1- يتم القيام بدور الرقابة على التعليقات والإضافات التي يقوم بها زوار الموقع	24	77.4 %	3	9.7 %	4	12.9 %	5.452[a]	.020
4.1- هل هناك أكثر من شخص يقوم بدور حرّاسة البوابة لدى موقعكم ؟	23	74.2 %	6	19.4 %	2	6.5%	20.968[b]	.000
المجموع	59		48		17		3.543	0.045

يلاحظ من الجدول السابق أن التكرارات لمدى دور حارس البوابة في الموقع كانت لصالح الذين أجابوا بنعم والذين بلغ تكرارهم (59)مقابل تكرار الذين أجابوا بلا (48) وكانت قيمة كاي تربيع تساوي (3.543) بمستوى دلالة (0.045)، وأن الفقرة " - يتم القيام بدور الرقابة على التعليقات والإضافات التي يقوم بها زوار الموقع " جاءت في الرتبة الأولى من حيث التكرارات إذ بلغ تكرار الذين أجابوا بنعم (24) وبنسبة مئوية تساوي (77.4%)، في حين كان تكرار الذين أجابوا بلا على الفقرة الأولى نفسها (3) وبنسبة مئوية تساوي (9.7%) جاءت في الرتبة الأخيرة من حيث التكرارات " تنشر التعليقات والإضافات في الموقع من قبل الزوار بشكل تلقائي بدون أي تدخل " إذ بلغ تكرار الذين أجابوا بنعم (6) وبنسبة مئوية تساوي (19.4%) في حين كان تكرار الذين أجابوا بلا على الفقرة نفسها (**21**) وبنسبة مئوية تساوي (67.7%).

ثانياً: النتائج المتعلقة بالإجابة عن السؤال الثاني، الذي نصه " لماذا تستخدم المواقع الإخبارية الفلسطينية أساليب تتوفر فيها خاصية مشاركة النص في مواقع التواصل الاجتماعي مثل (فيسبوك وتويتر ويوتيوب) ؟

للإجابة عن هذا السؤال تم حساب التكرارات لاستخدام المواقع الإخبارية الفلسطينية أساليب ربط تتوفر فيها خاصية مشاركة النص في مواقع التواصل الاجتماعي مثل (فيسبوك وتويتر ويوتيوب)، كما تم استخدم اختبار"كاي تربيع لفحص الفروق بين التكرارات، والجدول (2) يبين النتائج

الجدول (2)

اختبار كاي تربيع لفحص الفروق بين التكرارات لاستخدام المواقع الإخبارية الفلسطينية أساليب تتوفر فيها خاصية مشاركة النص في مواقع التواصل الاجتماعي مثل (فيسبوك وتويتر ويوتيوب)

	نعم		لا		لا أدري		قيمة كاي تربيع النسبة	مستوى الدلالة التكرار
	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة		
1.2- حتى يمكن المشاركة في أكثر من موقع اجتماعي ؟	22	71.0 %	9	29.0 %	0	.0%	5.452[a]	.020
2.2- بوجود خاصية المشاركة في موقع واحد فقط ؟	22	71.0 %	7	22.6 %	2	6.5%	20.968[b]	.000
المجموع	44		16		2		7.087	0.003

يلاحظ من الجدول السابق أن التكرارات لاستخدام المواقع الإخبارية الفلسطينية أساليب تتوفر فيها خاصية مشاركة النص في مواقع التواصل الاجتماعي مثل (فيسبوك وتويتر ويوتيوب كانت لصالح الذين أجابوا بنعم والذين بلغ تكرارهم (44)مقابل تكرار الذين أجابوا بلا (16) وكانت قيمة كاي تربيع تساوي (7.087) بمستوى دلالة (0.003)، وأن الفقرتين " حتى يمكن المشاركة في أكثر من موقع اجتماعي " و " بوجود خاصية المشاركة في موقع واحد فقط " جاء في الرتبة الأولى من حيث التكرارات إذ بلغ تكرار الذين أجابوا بنعم (22) وبنسبة مئوية تساوي (71.0%)، في حين كان تكرار الذين أجابوا بلا على الفقرة الأولى نفسها (9) وبنسبة مئوية تساوي (29.0%)، في حين كان تكرار الذين أجابوا بلا على الفقرة الثانية (7) وبنسبة مئوية تساوي (22.6%).

ثالثاً: النتائج المتعلقة بالإجابة عن السؤال الثالث، الذي نصه " هل تستخدم المواقع الإخبارية الفلسطينية نظام الوسائط المتعددة في نشر المادة الخبرية (multi media= صورة ،فيديو ،نصوص) ؟

للإجابة عن هذا السؤال تم حساب التكرارات لاستخدام المواقع الإخبارية الفلسطينية أساليب نظام الوسائط المتعددة (multi media= صورة ،فيديو ،نصوص) في نشر المادة

الخبرية كما تم استخدم اختبار"كاي تربيع لفحص الفروق بين التكرارات، والجـــدول (3) يبـــين النتائج.

الجدول (3)

اختبار كاي تربيع لفحص الفروق بين التكرارات لاستخدام المواقع الإخبارية الفلسطينية أساليب يستخدم الموقع نظام الوسائط المتعددة (multi media= صورة ،فيديو ،نصوص) في نشر المادة الخبرية .

	نعم		لا		لا أدري		قيمة كاي تربيع النسبة	مستوى الدلالة التكرار
	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة		
1.3- تتوفر جميع أشكال الوسائط المتعددة(نصوص،صورة ،فيديو)في طرح المادة الخبرية ؟	31	100.0%	0	.0%	0	.0%	23.516[a]	.000
2.3- حيث تتوفر المادة بشكل نصوص فقط ؟	31	100.0%	0	.0%	0	.0%	1.581[a]	.209
3.3- إذ تتوفر المادة بشكل نصوص وصور فقط ؟	31	100.0%	0	.0%	0	.0%	11.645[a]	.001
4.3- تتوفر المادة بشكل نصوص وفيديو فقط ؟	31	100.0%	0	.0%	0	.0%	7.258[a]	.007
المجموع	124		0		0			

يلاحظ من الجدول السابق أن التكرارات لاستخدام المواقع الإخبارية الفلسطينية أساليب يستخدم الموقع نظام الوسائط المتعددة (multi media= صورة ،فيديو ،نصوص) في نشر المادة الخبرية) كانت لصالح الذين أجابوا بنعم والذين بلغ تكرارهم (124)مقابل تكرار الذين أجابوا بلا (0) وكانت قيمة كاي تربيع تساوي (7.087) بمستوى دلالة (0.003)، وأن جميع الفقرات " جاءت في الرتبة الأولى من حيث التكرارات إذ بلغ تكرار الذين أجابوا بنعم (31) وبنسبة مئوية تساوي (100.0%)في حين كان تكرار الذين أجابوا بلا على الفقرات نفسها (0) وبنسبة مئوية تساوي (.0%).

رابعاً: النتائج المتعلقة بالإجابة عن السؤال الرابع، الذي نصه " هل يوفر الموقع تعددا في الإختيارات أمام زوار الموقع ؟

للإجابة عن هذا السؤال تم حساب التكرارات يوفر الموقع تعددا في الاختيارات أمـــام زوار الموقع كما تم استخدم اختبار"كاي تربيع لفحص الفروق بين التكرارات، والجدول (4) يبين النتائج .

الجدول (4)

اختبار كاي تربيع لفحص الفروق بين التكرارات يوفر الموقع تعددا في الاختيارات أمام زوار الموقع

	نعم		لا		لا أدري		قيمة كاي تربيع النسبة	مستوى الدلالة التكرار
	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	التكرار		
1.1- مواد سياسية	29	93.5%	2	6.5%	0	.0%	.806[a]	.369
2.1- مواد اقتصادية	19	61.3%	12	38.7 %	0	.0%	.032[a]	.857
3.1- مواد اجتماعية	25	80.6%	6	19.4 %	0	.0%	.032[a]	.857
4.1- مواد رياضية	23	74.2%	8	25.8 %	0	.0%	15.935[b]	.000
5.1- ترفيه وتسلية	13	41.9%	18	58.1 %	0	.0%	23.516[a]	.000
6.1- أسعار العملات	15	48.4%	16	51.6 %	0	.0%	17.484[b]	.000
7.1- حالة الطقس	15	48.4%	16	51.6 %	0	.0%	9.323[a]	.002
المجموع	139		78		0		14.935	.000

يلاحظ من الجدول السابق أن التكرارات يوفر الموقع تعددا في الاختيارات أمام زوار الموقع كانت لصالح الذين أجابوا بنعم والذين بلغ تكرارهم (139)مقابل تكرار الذين أجابوا بلا (78) وكانت قيمة كاي تربيع تساوي (14.935) بمستوى دلالة (0.000)، وأن خدمات المواد السياسية " جاء في الرتبة الأولى من حيث التكرارات إذ بلغ تكرار الذين أجابوا بنعم (29) وبنسبة مئوية تساوي (93.5%)، في حين كان تكرار الذين أجابوا بلا على الفقرة نفسها (2) وبنسبة مئوية تساوي (6.5%)، وكان الفرق لصالح الذين أجابوا بنعم استنادا إلى قيمة كاي تربيع (23.516)، بمستوى دلالة (0.000) وأخيرا جاءت مواد ترفيه وتسلية " من حيث التكرارات إذ بلغ تكرار الذين أجابوا بنعم (13) وبنسبة مئوية تساوي (41.9%)، في حين كان تكرار الذين أجابوا بلا على الفقرة نفسها (18) وبنسبة مئوية تساوي (58.1%).

خامساً: النتائج المتعلقة بالإجابة عن السؤال الخامس، الذي نصه " هل يوفر الموقع إمكانيات الاتصال والتواصل مع الزوار ؟

للإجابة عن هذا السؤال تم حساب التكرارات يوفر الموقع إمكانيات الاتصال والتواصل مع الزوار كما تم استخدم اختبار"كاي تربيع لفحص الفروق بين التكرارات، والجدول (5) يبـــين النتائج.

الجدول (5)

اختبار كاي تربيع لفحص الفروق بين التكرارات يوفر الموقع إمكانيات الاتصال والتواصل مع الزوار

	نعم		لا		لا أدري		قيمة كاي تربيع	مستوى الدلالة
	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة		التكرار
1.2- بتوفير البريد الإلكتروني الخاص بمحرر المادة الخبرية ؟	9	29.0%	20	64.5%	2	6.5%	23.516[a]	.000

2.2- بتوفير بريد الكتروني للتواصل مع القائم بالاتصال بالموقع ؟	29	93.5 %	2	6.5%	0	.0%	28.323[b]	.000
المجموع	38		22		2		22.571	.000

يلاحظ من الجدول السابق أن التكرارات يوفر الموقع إمكانيات الاتصال والتواصل مع الزوار كانت لصالح الذين أجابوا بنعم والذين بلغ تكرارهم (38)مقابل تكرار الذين أجابوا بلا (22) وكانت قيمة كاي تربيع تساوي (22.517) بمستوى دلالة (0.00)، وأن الفقرة " بتوفير بريد الكتروني للتواصل مع القائم بالاتصال بالموقع " جاءت في الرتبة الأولى من حيث التكرارات إذ بلغ تكرار الذين أجابوا بنعم (29) وبنسبة مئوية تساوي (93.5%)، في حين كان تكرار الذين أجابوا بلا على الفقرة الأولى نفسها (2) وبنسبة مئوية تساوي (6.5%)في حين كان تكرار الذين أجابوا بلا على الفقرة الثانية (20) وبنسبة مئوية تساوي (64.5%).

سادساً: النتائج المتعلقة بالإجابة عن السؤال السادس، الذي نصه " هل يوفر إمكانية إضافة معلومات والتواصل مع المترددين من خلال ساحات الموقع ؟

للإجابة عن هذا السؤال تم حساب التكرارات يوفر الموقع إمكانية إضافة معلومات والتواصل مع المترددين من خلال ساحات الموقع كما تم استخدم اختبار"كاي تربيع لفحص الفروق بين التكرارات، والجدول (6) يبين النتائج

الجدول (6)

اختبار كاي تربيع لفحص الفروق بين التكرارات يوفر الموقع إمكانية إضافة معلومات والتواصل مع المترددين من خلال ساحات الموقع

	نعم		لا		لا أدري		قيمة كاي تربيع	مستوى الدلالة
	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة		التكرار
1.3- توفير الموقع مجالً للمناقشة بين الزوار	10	32.3 %	20	64.5 %	1	3.2%	24.065[b]	.000
2.3- توجد إمكانية لإبداء الرأي (التعليق) من قبل الزوار	24	77.4 %	7	22.6 %	0	.0%	50.581[b]	.000

3.3- تتوفر غرف دردشة خاصة بالموقع	0	.0%	29	93.5 %	2	6.5%	20.161[a]	.000
4.3- توفر منتدى للحوار والنقاش خاص بالموقع	6	19.4 %	24	77.4 %	1	3.2%	27.129[a]	.000
5.3- توجد إمكانية إضافة مقالات أو دراسات من قبل الزوار .	6	19.4 %	23	74.2 %	2	6.5%	27.129[a]	.000
المجموع	46		103		6		22.179[a]	0.000

يلاحظ من الجدول السابق أن التكرارات يوفر الموقع إمكانيات الاتصال والتواصل مع الزوار كانت لصالح الذين أجابوا بلا والذين بلغ تكرارهم (103)مقابل تكرار الذين أجابوا بنعم (46) وكانت قيمة كاي تربيع تساوي (22.179) بمستوى دلالة (0.00)، وأن الفقرة " توجد إمكانية لإبداء الرأي (التعليق) من قبل الزوار " جاءت في الرتبة الأولى من حيث التكرارات إذ بلغ تكرار الذين أجابوا بنعم (24) وبنسبة مئوية تساوي (77.4%)، في حين كان تكرار الذين أجابوا بلا على الفقرة الأولى نفسها (7) وبنسبة مئوية تساوي (22.6%) جاءت في الرتبة الأخيرة من حيث التكرارات "تتوفر غرف دردشة خاصة بالموقع" إذ بلغ تكرار الذين أجابوا بنعم (0) وبنسبة مئوية تساوي (0%) في حين كان تكرار الذين أجابوا بلا على الفقرة نفسها (29) وبنسبة مئوية تساوي (93.5%).

سابعاً: النتائج المتعلقة بالإجابة عن السؤال السابع، الذي نصه " هل توجد آلية بحث وقاعدة بيانات للموقع ؟

للإجابة عن هذا السؤال تم حساب التكرارات لوجود آلية بحث وقاعدة بيانات للموقع كما تم استخدم اختبار"كاي تربيع لفحص الفروق بين التكرارات، والجدول (7) يبين النتائج

الجدول (7)

اختبار كاي تربيع لفحص الفروق بين التكرارات لوجود آلية بحث وقاعدة بيانات للموقع

	نعم	لا	لا أدري	قيمة كاي	مستوى

	التكرار	النسبة	التكرار	التكرار	النسبة			
1.1- وجود آلية بحث وأرشيف	29	93.5 %	1	3.2%	3.2%	17.065[a]	.000	
2.1- وجود أرشيف فقط	28	90.3 %	3	9.7%	0	23.516[a]	.000	
3.1- وجود آلية بحث فقط	30	96.8 %	1	3.2%	0	16.710[b]	.000	
4.1- غير ذلك	30	96.8 %	1	3.2%	0	8.581[b]	.014	
المجموع	117		6		6	6.551	.011	

يلاحظ من الجدول السابق أن التكرارات توجد آلية بحث وقاعدة بيانات للموقع كانت لصالح الذين أجابوا بنعم الذين بلغ تكرارهم (117)مقابل تكرار الذين أجابوا بلا (6) وكانت قيمة كاي تربيع تساوي (6.551) بمستوى دلالة (0.011)، وأن الفقرة "وجود آلية بحث فقط " جاءت في الرتبة الأولى من حيث التكرارات إذ بلغ تكرار الذين أجابوا بنعم (29) وبنسبة مئوية تساوي (96.8%%)، في حين كان تكرار الذين أجابوا بلا على الفقرة الأولى نفسها (1) وبنسبة مئوية تساوي (3.2%) جاءت في الرتبة الأخيرة من حيث التكرارات " وجود أرشيف فقط " إذ بلغ تكرار الذين أجابوا بنعم (28) وبنسبة مئوية تساوي (90.3%%) في حين كان تكرار الذين أجابوا بلا على الفقرة نفسها (3) وبنسبة مئوية تساوي (9.7%).

ثامناً: النتائج المتعلقة بالإجابة عن السؤال الثامن، الذي نصه " هل توجد آلية لتحديث الموقع ؟

للإجابة عن هذا السؤال تم حساب التكرارات لوجود آلية لتحديث الموقع كما تم استخدم اختبار"كاي تربيع لفحص الفروق بين التكرارات، والجدول (8) يبين النتائج

الجدول (8)

اختبار كاي تربيع لفحص الفروق بين التكرارات لوجود آلية لتحديث الموقع

	نعم	لا	لا أدري	قيمة	مستوى

	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	التكرار		
1.2- يتم تحديث كل مادة خبرية بشكل آني	31	100.0 %	0	.0%	0	.0%	27.161[b]	.000
2.2- يتم تحديث المادة الخبرية يوميا أي كل (24 ساعة)	27	87.1%	4	12.9 %	0	.0%	24.065[b]	.000
3.2- يتم تحديث المادة الخبرية بفترات أكثر من (24 ساعة)	29	93.5%	2	6.5%	0	.0%	7.258	.007
المجموع	87		6		0		5.278	.0047

يلاحظ من الجدول السابق أن التكرارات توجد آلية لتحديث الموقع كانت لصالح الذين أجابوا بنعم والذين بلغ تكرارهم (87)مقابل تكرار الذين أجابوا بلا (6) وكانت قيمة كاي تربيع تساوي (5.278) بمستوى دلالة (.0047)، وأن الفقرة " يتم تحديث كل مادة خبرية بشكل آني " جاءت في الرتبة الأولى من حيث التكرارات إذ بلغ تكرار الذين أجابوا بنعم (31) وبنسبة مئوية تساوي (100.0%)، في حين كان تكرار الذين أجابوا بلا على الفقرة الأولى نفسها (0) وبنسبة مئوية تساوي (0%) جاءت في الرتبة الأخيرة من حيث التكرارات " يتم تحديث المادة الخبرية يوميا أي كل (24 ساعة) " إذ بلغ تكرار الذين أجابوا بنعم (27) وبنسبة مئوية تساوي (87.1%) في حين كان تكرار الذين أجابوا بلا على الفقرة نفسها (4) وبنسبة مئوية تساوي (12.9%).

تاسعاً: النتائج المتعلقة بالإجابة عن السؤال التاسع، الذي نصه " هل تستخدم المواقع الإخبارية الفلسطينية أساليب ربط تتيح التفاعل مع النص الإخباري ؟

للإجابة عن هذا السؤال تم حساب التكرارات لاستخدام المواقع الإخبارية الفلسطينية أساليب ربط تتيح التفاعل مع النص الإخباري ، كما تم استخدم اختبار"كاي تربيع لفحص الفروق بين التكرارات، والجدول (9) يبين النتائج

الجدول (9)

اختبار كاي تربيع لفحص الفروق بين التكرارات لاستخدام المواقع الإخبارية الفلسطينية أساليب ربط تتيح التفاعل مع النص الإخباري

السؤال	نعم		لا		لا أدري		قيمة كاي تربيع	مستوى الدلالة
	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة		
1.1- باستخدام الوصلات التشعبية (الهيبرتكست) لربط المادة الخبرية بغيرها من المواد الخبرية الأخرى داخل الموقع ؟	**23**	**74.2%**	**8**	**25.8%**	**0**	**.0%**	**7.258**	**.007**
2.1- بالانتقال من نص مختصر إلى نص أكثر تفصيلا ؟	**29**	**93.5%**	**2**	**6.5%**	**0**	**.0%**	**23.516**	**.000**
3.1- خاصية إحالة المستخدم إلى روابط أخرى داخل النص ؟	**9**	**29.0%**	**22**	**71.0%**	**0**	**.0%**	**5.452**	**.020**
المجموع	**61**		**32**		**0**	**.0%**	**9.758**	**0.023**

يلاحظ من الجدول السابق أن التكرارات لاستخدام المواقع الإخبارية الفلسطينية أساليب ربط تتيح التفاعل مع النص الإخباري كانت لصالح الذين أجابوا بنعم والذين بلغ تكرارهم (61)مقابل تكرار الذين أجابوا بلا (32) وكانت قيمة كاي تربيع تساوي (9.758) بمستوى دلالة (0.023)، وأن الفقرة " بالانتقال من نص مختصر إلى نص أكثر تفصيلا " جاء في الرتبة الأولى من حيث التكرارات إذ بلغ تكرار الذين أجابوا بنعم (29) وبنسبة مئوية تساوي (93.5%)، في حين كان تكرار الذين أجابوا بلا على الفقرة نفسها (2) وبنسبة مئوية تساوي (6.5%)، وكان الفرق لصالح الذين أجابوا بنعم استنادا إلى قيمة كاي تربيع (23.516)، بمستوى دلالة (0.000) وأخيرا جاءت الفقرة" خاصية إحالة المستخدم إلى روابط أخرى داخل النص " من حيث التكرارات إذ بلغ تكرار الذين أجابوا بنعم (9) وبنسبة مئوية تساوي (29.0%)، في حين كان تكرار الذين أجابوا بلا على الفقرة نفسها (22) وبنسبة مئوية تساوي (71.0%%).

الفصل الخامس

مناقشة النتائج والتوصيات

يتضمن هذا الفصل عرضاً لمناقشة النتائج التي أسفرت عنها هذه الدراسة حول حرّاسة البوابة الإعلامية والتفاعلية في المواقع الإخبارية الفلسطينية على شبكة الإنترنت، ويتضمن هذا الفصل أيضاً أهم التوصيات التي توصلت إليها الدراسة في ضوء النتائج ، وستتم مناقشة النتائج المتعلقة بكل سؤال وفقاً لترتيبها في أسئلة الدراسة .

مناقشة النتائج :

1. النتائج المتعلقة بالسؤال الأول : ما دور حارس البوابة في توجيه المواقع الإخبارية الإلكترونية الفلسطينية ؟

أسفرت النتائج المتعلقة بالسؤال التاسع أن حارس البوابة يقوم بدور الرقابة على التعليقات والإضافات من قبل الزوار في المواقع الإخبارية الفلسطينية بنسبة (77.4%) مقابل (9.7%) من المواقع لا يقوم حارس البوابة بدور الرقابة فيها، فيما امتنع عن الإجابة نسبة (12.9%) وجاءت النتائج إن (74.2%) من المواقع يوجد لديها أكثر من حارس بوابة لدى الموقع مقابل نسبة (19.4%) من المواقع لديها حارس بوابة واحد فقط وهذه النسبة إيجابية لصالح التواصل والتفاعلية في المواقع ، كما أظهرت النتائج أن نسبة (19.4%) من حرّاس البوابة لديهم سقف حرية بالكتابة ممنوحة لهم قبل الإدارة مقابل نسبة (58.1%) ممنوحة لهم الحرية الكاملة بالكتابة وهذه النتيجة أيضاً لصالح زيادة التفاعلية في هذه المواقع ، كما جاءت خاصية نشر التعليقات والإضافات من قبل الزوار بدون أي تدخل من حارس البوابة بنسبة (19.4%) مقابل نسبة (67.7%) من المواقع لا

تسمح بالإضافات إلا بعد مراجعتها من قبل حرّاس البوابة وهذه النسبة لاتعيق التفاعلية بقدر ما تحافظ على قوانين الآداب العامة التي قد لا يلتزم بها بعض من الزوار .

2. النتائج المتعلقة بالسؤال الثاني : هل تستخدم المواقع الإخبارية أساليب تتوفر فيها خاصية مشاركة النص في مواقع التواصل الاجتماعي مثل(فيس بوك ويوتيوب وتويتر)؟

بينت النتائج المتعلقة لهذا السؤال أن نسبة(71%) من المواقع الإخبارية تتيح خاصية المشاركة بأكثر من موقع في مقابل (29.%).

إن هذه النتيجة ايجابية و تبين أن نسبة التفاعلية في هذا السؤال جاءت بنسبة عالية جداً .

3. النتائج المتعلقة بالسؤال الثالث: هل تستخدم المواقع الإخبارية نظام الوسائط المتعددة في نشر المادة الخبرية (multi media– نصوص، صورة، فيديو) ؟

دلّت النتائج المتعلقة بالسؤال الثالث بكافة أسئلته الفرعية أن المواقع الإخبارية الفلسطينية تستخدم الملتيميديا(صورة ، نصوص ، فيديو) في النشر بنسبة (100%) وهذا يعني أن جميع المواقع الإخبارية الفلسطينية تستخدم التقنيات التكنولوجية الحديثة في النشر في المواقع لديها بما يجعلها في مصاف المواقع الإعلامية النموذجية العالمية .

4. النتائج المتعلقة بالسؤال الرابع : هل يوفر الموقع تعددا في الاختيارات أمام زوار الموقع ؟

كشفت النتائج المتعلقة بالرابع أن المواقع الإخبارية الفلسطينية تتيح الاختيارات أمام زوارها بنسب متفاوتة إذ جاءت أعلى نسبة للاختيارات المتاحة لصالح المواد السياسية بنسبة (93.5%) وهذا من وجهة نظر الباحث وضع طبيعي كون فلسطين بلداً ما زال تحت سيطرة الاحتلال الإسرائيلي وتلتها بالنسبة من حيث الأعلى المواد الاجتماعية بنسبة (80.6%) ومن ثم المواد الرياضية بنسبة (74.2%) تليها المواد الاقتصادية بنسبة

(61.3%) ومن ثم أسعار العملات وحالة الطقس بنسبة متماثلة (48.4%) وجاءت في المرتبة الأخيرة بنسبة متدنية مواد الترفيه والتسلية بنسبة (41.9%) .

إن هذه النتائج تعني أن أغلبية المواقع ركزت على إتاحة المواد السياسية والمواد الاقتصادية والمواد الرياضية والمواد الاجتماعية بنسب أكثر من المواد الأخرى المتمثلة في أسعار العملات وحالة الطقس والترفيه والتسلية .

5. النتائج المتعلقة بالسؤال الخامس : هل يوفر الموقع إمكانيات الاتصال والتواصل مع الزوار ؟

كانت النتائج المتعلقة بالسؤال الخامس تفيد أن المواقع الإخبارية الفلسطينية وفرت البريد الإلكتروني للتواصل مع القائم بالاتصال (حارس البوابة) بنسبة (93.5%) في مقابل (6.5%) من المواقع لم توفر البريد الإلكتروني للقائم بالاتصال بالموقع وأيضا جاءت النتائج حول توفير البريد الإلكتروني الخاص بمحرر المادة الخبرية بنسبة منخفضة (29%) مقابل نسبة (64.5%) من المواقع لم تقم بتوفير البريد الإلكتروني الخاص بمحرر المادة الخبرية .

نستنتج من ذلك أن نسبة التفاعلية بين القائم بالاتصال (حارس البوابة) كانت عالية في حين جاءت التفاعلية مع محرر المادة الخبرية في الموقع بنسبة منخفضة جدا .

6. النتائج المتعلقة بالسؤال السادس : هل يوفر الموقع إمكانية إضافة معلومات والتواصل مع المترددين من خلال ساحات الموقع ؟

أظهرت النتائج المتعلقة بالسؤال السادس أن المواقع الإخبارية الفلسطينية كانت نتائجها سلبية في هذا السؤال باستثناء جزء واحد فقط وهو إتاحة إبداء الرأي (التعليقات) من قبل الزوار إذ جاءت إتاحة هذه الخاصية في المواقع بنسبة (77.4%) بمقابل نسبة (22.6%) من المواقع التي لا تتيح هذه الخاصية في حين جاءت خاصية توفير الموقع

مجالاً للمناقشة بين الزوار بنسبة (32.3) مقابل (64.5%) من المواقع لا تتيح الخاصية نفسها وجاءت خاصية توفير المواقع لغرف دردشة خاصة بنسبة (0%) وجاءت خاصية توفير منتدى للحوار والنقاش خاص بالموقع بنسبة (19.4%) ومماثلة لها بالنسبة جاءت نتائج خاصية إمكانية إضافة مقالات أو دراسات من قبل الزوار بنسبة (19.4%) يوضح البحث أن نتائج هذا السؤال كانت سلبية وأن هناك تراجعاً لدور التفاعلية في المواقع الإخبارية الفلسطينية.

7. النتائج المتعلقة بالسؤال السابع : هل توجد آلية بحث وقاعدة بيانات للموقع ؟

وضحت النتائج المتعلقة بالسؤال السابع أن المواقع الإخبارية الفلسطينية أتاحت خاصية وجود آلية بحث وأرشيف بالموقع بنسبة (93.5%) مقابل نسبة (3.2%) من المواقع التي لم تتيح الخاصية المذكورة سابقا ، وجاءت نسبة (96.8%) للمواقع التي أتاحت خاصية البحث بدون أرشيف ويتوضح من ذلك أن المواقع الإخبارية الفلسطينية اهتمت بتوفير خاصية البحث والأرشيف في المواقع لديها وأن نتائج هذا السؤال كانت إيجابية لصالح التفاعلية التي أتاحها حارس البوابة في المواقع الإخبارية .

8. النتائج المتعلقة بالسؤال الثامن :هل توجد آلية لتحديث الموقع ؟

إن النتائج المتعلقة بالسؤال الثامن أكدت أن القائم بالاتصال في المواقع الفلسطينية يقوم بتحديث المادة الخبرية في المواقع بشكل آني (مباشرة الحصول عليها) بنسبة (100%) تشير هذه النسبة إلى أنه في أثناء الدوام الرسمي لحارس البوابة هناك تحديث عال للموقع فيما كانت نتائج إجاباتهم بتحديث المادة الخبرية كل 24 ساعة بنسبة (87.1%) فيما كانت بنسبة (93.5%) لتحديثها بفترات أكثر من 24 ساعة ، نلاحظ عدم وجود فرق كبير بين النتيجتين السابقتين وبالمقارنة مع نتيجة التحديث بشكل آني نجد أن الفروق

بنسبة قليلة جداً ، وبناءً على ذلك تكون نتيجة هذا السؤال إيجابية لصالح القائم بالاتصال في المواقع الفلسطينية .

9. النتائج المتعلقة بالسؤال التاسع: لماذا تستخدم المواقع الإخبارية الفلسطينية أساليب تتيح ربط التفاعل مع النص الإخباري ؟

أ- أظهرت النتائج المتعلقة بالسؤال الأول إلى أن المواقع الإخبارية الفلسطينية قامت بتوفير أساليب ربط تتيح التفاعل مع النص الإخباري إذ جاءت نتائج الدراسة أن(74.2%) من المواقع تستخدم الوصلات التشعبية (الهيبرتسكت) مقابل (25.8%) لا تتيح هذه الخاصية .

ب- وجاءت خاصية الانتقال من نص مختصر إلى نص أكثر تفصيلا بنسبة(93.5%) مقابل نسبة(6.5%) من المواقع لا تتيح هذه الخاصية .

ت- كانت النتيجة سلبية بإتاحة خاصية إحالة المستخدم إلى روابط أخرى داخل النص إذ أظهرت النتائج إن نسبة (71%) من المواقع لا تتيح الخاصية في مقابل (29%) تتيح هذه الخاصية .

وإجمالا تمثل هذه النتائج جانباً إيجابياً فيما يخص هذه السمة والخاصية ، وتدل الأرقام على أقرب المواقع المبحوثة من واقع الصحافة الإلكترونية الحديثة .

التوصيات :

1) ضرورة الاهتمام بتخصيص كوادر صحفية مدربة على التفاعل مع الجمهور وتهتم بالرد عليه في زمني قصير بدلا من اللجوء إلى النماذج الجاهزة التي يتم إرسالها إلى الجمهور وتوفير مجالٍ للاتصال والتواصل بين المحررين والجمهور .

2) توسيع اهتمامات المواقع الإخبارية وعدم التركيز على القالب السياسي فقط لتكون المواقع مصدراً شاملاً للمعلومات نظراً لاختلاف اهتمامات ونوعيات القراء.

3) الحرص على تقديم الخدمات التفاعلية و تطويرها، ومتابعة آراء الجمهور من خلال الرسائل التي يعبرون فيها عن آرائهم حول كل ما هو جديد من تقنيات العرض وأيضاً إجراء الدراسات بشكل دوري لمعرفة ما الذي يجذب الجهور لتطويره والاهتمام به.

4) ضرورة العمل على خلق مجتمع متجانس بين المترددين على الموقع يستطيع طرح آرائه والنقاش حول المواضيع المختلفة من خلال توفير ساحات المناقشة وغرف المحادثة

5) العمل على نشر المواقع الإخبارية بلغات أخرى في محاولة للوصول إلى أكبر كم من الجمهور في العالم على اختلاف لغاته ولإعطاء صورة حقيقية عن القضية الفلسطينية التي يحاول الاحتلال الإسرائيلي تزييفها عبر وسائل الدعاية الإسرائيلية.

6) التجديد الدائم بالموقع ومحاولة إضافة أجزاء جديدة للمحافظة على جمهور الموقع والعمل على زيادة هذا الجمهور الزائر ليرتبط بالموقع، وينمي علاقة ثقه به وبفريق العمل فيه.

7) التركيز على صياغة المادة الخبرية بما يتناسب مع النشر الإلكتروني وليس الصحافة الورقية فالقارئ الإلكتروني لا يحبذ الإطالة بالنص.

قائمة المراجع

الكتب:

- بخيت ، السيد، (2004) "الإنترنت وسيلة اتصال جديدة " ، الإمارات: دار الكتاب الجامعي .
- بسيوني،عبد الحميد،(2005) " استخدام وتأليف الوسائط المتعددة "، القاهرة : دار الكتب العلمية
- التربان، ماجد سالم ، (2008) " الإنترنت والصحافة الإلكترونية "،القاهرة: الدار المصرية اللبنانية.
- جيتس، بيل،(1998)" المعلوماتية بعد الإنترنت (طريق المستقبل) "، ترجمة: عبد السلام رضوان، الكويت: سلسلة عالم المعرفة .
- حافظ، أسماء حسين ،(2005) "تكنولوجيا الاتصال الإعلامي التفاعلي في عصر الفضاء الإلكتروني المعلوماتي الرقمي" ، القاهرة: الدار العربية للنشر والتوزيع .
- حجاب ،محمد منير ،(2004)" الموسوعة الإعلامية "، القاهرة : دار الفجر للنشر والتوزيع.
- حجاب ، محمد منير ، (2004) " المعجم الإعلامي "، القاهرة : دار الفجر للنشر والتوزيع .
- الدليمي ،عبد الرزاق ،(2010) " الإعلام الجديد والصحافة الإلكترونية"،عمان: دار وائل للنشر.
- رشتي ، جيهان ، (1978) "الأسس العلمية لنظريات الإعلام "، القاهرة : دار الفكر العربي .
- زعموم، خالد ، بومعيزة، السعيد،(2007) " التفاعلية في الإذاعة أشكالها ووسائلها "، تونس: اتحاد إذاعات الدول العربية .
- شاهين ،بهاء ، (1999) "الإنترنت والعولمة "، القاهرة :عالم الكتاب.
- شفيق، حسنين ،(2006)" الوسائط المتعددة و تطبيقاتها في الإعلام "، رحمة برس للطباعة والنشر.
- شفيق، حسين،(2007)" الإعلام الإلكتروني بين التفاعلية والرقمية"، رحمة برس للطباعة والنشر.
- شمو ،علي محمد ،(1999) " التكنولوجيا الحديثة للاتصال الدولي والإنترنت"، الشركة السعودية للأبحاث والنشر .
- عبد الحميد، محمد ، (2007)" الاتصال والإعلام على شبكة الإنترنت "، القاهرة : عالم الكتب للطباعة والنشر والتوزيع .
- عبيد ، عاطف العبد ،(2002) "نظريات الإعلام والرأي العام – الأسس العلمية والتطبيقات العربية " ، القاهرة : دار الفكر العربي .

- العقاب ،محمد، (2007) "وسائل الإعلام والاتصال الرقمية"، الجزائر: دار هومة .
- العياضي ،نصر الدين ، الصادق ،رابح ،(2004)" الوسائط المتعددة وتطبيقاتها في الإعلام والثقافة والتربية "،الإمارات: دار الكتاب الجامعي .
- العقاب ،محمد ،(1999) " الإنترنت وعصر ثورة المعلومات"، الجزائر :دار هومة للطباعة والنشر.
- عليان ، ربحي مصطفى و غنيم ، عثمان محمد ، (2008) " أساليب البحث العلمي"، عمان : دار صفاء للنشر والتوزيع .
- فرانسوا لسلي، نقو ماكريز،(2005) "وسائل الاتصال المتعددة "، ملتيميديا ترجمة فؤاد شاهين، لبنان: دار عويدات للنشر والطباعة .
- الفيصل ، عبد الأمير ، (2006)" الصحافة الإلكترونية في الوطن العربي"، عمان : دار الشروق.
- اللبان ،شريف درويش ، (2005)" الصحافة الإلكترونية ، دراسات في التفاعلية وتصميم الموقع" ، القاهرة :الدار المصرية اللبنانية .
- محمد، الهادي محمد،(2001) " تكنولوجيا الاتصالات وشبكات المعلومات "، القاهرة : المكتبة الأكاديمية .
- مصطفى ،أكرم فتحي ،(2008)" الوسائط المتعددة التفاعلية، رؤية تعليمية في التعلم عبر برمجيات الوسائط المتعددة التفاعلية "، القاهرة : عالم الكتب .
- مكاوي،حسن،السيد،ليلى ،(1998)" الاتصال ونظرياته المعاصرة "، القاهرة : الدار المصرية اللبنانية.
- مهنا، فريال ،(2002) "علوم الاتصال و المتجمعات الرقمية "، بيروت: دار الفكر المعاصر.
- نصر ، حسني محمد ،(2003)" الإنترنت والإعلام (الصحافة الإلكترونية) "، الكويت : مكتبة الفلاح للنشر والتوزيع .
- النجار ،سعيد محمد الغريب ، (2009) " التفاعلية في الصحف العربية على الإنترنت "،البحرين.
- وسينجلتيري ، ميخائيل وجيرالد،سنول، 1999، " نظرية الاتصال والبحوث التطبيقي "، ترجمة عبد الله بن هنية وسعد هادي القحطاني، الرياض : مركز البحوث والدراسات .

رسائل جامعية:

- التربان، ماجد،(2008) "الصحافة الإلكترونية الفلسطينية (دراسة مسحية)"، دراسة لنيل درجة الدكتوراه في الصحافة الإلكترونية ، كلية الإعلام ،جامعة القاهرة .
- تومي ، فضيلة ، (2008/2007)" التفاعلية ووسائلها في التلفزيون الجزائري، البرامج الموضوعاتية نموذجا"، رسالة ماجستير في علوم الإعلام والاتصال، جامعة الجزائر .
- خلوف، محمود، (2006) " استخدامات الصفوة الفلسطينية للصحافة الإلكترونية لمتابعة الأحداث الجارية والإشباعات المتحققة"، رسالة ماجستير غير منشورة من قسم الدراسات الإعلامية في جامعة الدول العربية – معهد البحوث والدراسات العربية : القاهرة .
- ربيع ، هبة ، (2009) " استخدام المواقع الإلكترونية والإشباع المتحقق " ، رسالة ماجستير ، جامعة عين شمس ، القاهرة : جمهورية مصر العربية .
- غازي ،محمد خالد، (2009) "الصحافة الإلكترونية العربية(الالتزام والتجاوز في الخطاب والطرح) "، دراسة لنيل درجة الدكتوراه في الإعلام ،الجامعة الوطنية الأمريكية .
- مليك، محمد ،(2005–2006) "النشر الإلكتروني ومستقبل الصحافة المطبوعة"، دراسة نظرية وصفية مقدمة لنيل شهادة الماجستير في علوم الإعلام والاتصال، جامعة الجزائر .
- منصور ، حسن محمد حسن ،(2007) " الإعلام العربي في شبكة الإنترنت " ،أطروحة دكتوراه ، جامعة الأزهر ، القاهرة : جمهورية مصر العربية .
- المهداوي ، فارس حسن شكر ، (2007) "صحافة الإنترنت، دراسة تحليلية للصحف الإلكترونية المرتبطة بالفضائيات الإخبارية العربية نت نموذجا"، رسالة ماجستير في الإعلام والاتصال، الأكاديمية العربية المفتوحة في الدنمارك .

الدراسات والبحوث والمجلات العلمية :

- شامية، شادي و غنام ، نضال ،(2007) "اتجاهات الصحفيين الفلسطينية في محافظة غزة نحو متابعة المواقع الإلكترونية "، بحث تخرج غير منشور، غزة : الجامعة الإسلامية ، قسم الصحافة و الإعلام .

- شومان ، محمد ، (2003) " الصحف الإلكترونية العربية دراسة تطبيقية على صحيفة إيلاف " ، المجلة المصرية لبحوث الرأي العام ، العدد الواحد والعشرون .

- العربي ، محمد عثمان ،(2002) "الإنترنت – الاستخدامات والانتشار في السعودية "، بحث مقدم إلى مؤتمر ثورة الاتصال والمجتمع الخليجي، الواقع و الطموح، جامعة السلطان قابوس– مسقط .

- فهمي ، نجوى عبد السلام ،(2001) " التفاعلية في المواقع الإخبارية العربية على شبكة الإنترنت " ، المجلة المصرية لبحوث الرأي العام ، العدد الرابع من المجلد الثاني .

- الفوال ، نجوى ،(سبتمبر1995) " قراءة في دراسات القائم بالاتصال"، القاهرة : المجلة الاجتماعية القومية ، المجلد الثاني والثلاثون العدد الثالث .

- النجار ،سعيد الغريب ،(2001) "الصحيفة الإلكترونية والورقية، دراسة مقارنة في المفهوم والسمات الأساسية بالتطبيق على الصحف الإلكترونية المصرية"، المجلة المصرية لبحوث الإعلام ، جامعة القاهرة ، كلية الإعلام .

مراجع من شبكة الإنترنت:

- بشير ،عماد ،(2003) "إسهام الصحافة اليومية المطبوعة في تعزيز المحتوى الرقمي العربي على الإنترنت" ، منشورات الاسكوا .

- علي ،نبيل ، حجازي، نادية ،(2005) الفجوة الرقمية "رؤية عربية المجتمع المعرفة "، سلسلة عالم المعرفة عدد 318 ،الكويت: المجلس الوطني للفنون والآداب .(نشر على الإنترنت)

- المثناني، رضا،(2009/2008) "مجتمع المعلومات وتقنيات الاتصال الحديثة"، بحث غير منشور.

- مجدي ،عمرو ،(2000) "التفاعلية وتأثيرها على المحتوى" ،صدر عن الموقع الإلكتروني: www.georgetown.edu/research/arabtech/jan2000.htm

- مجدي سواحل، "الإنترنت أم الشبكات" ، نقلاً عن موقع إسلام اون لاين.

الدراسات والمراجع الأجنبية :

- Heeter،(1998) Implications of new interactive technologies for conceptualizing communication، in: J.L salvaggio and j.bryant، edit ors، Media use in the Information Age Hillsdale، N.J، Lawrence Erlbaum .

- James ،Haael ،(1998) Interactivity Reexamined: abaseline analysis of early business web sites، Journal of broadcasting and ele – tronic media، volume 42 .

- Schultz ، Tanjev (1999) " Interactive Options in Online Journalism: A Content Analysis of 100 U.S. Newspapers " ، Journal of computer– mediated– Communication ،5(1) .

- Vankoert، J،(APRIL 2002) The impct of democratic on electronic median rural development، first Monday، volume7، number4 .

- lee، S (2000) Interactivity: a new approach paper presented at the communication technology and policy division، At the akjmc annual conference in phoenix august .

ملحق رقم (1)

قائمة بأسماء خبراء تحكيم أداة الدراسة (الاستبانة)

ت	الإسم	التخصص	مكان العمل
1	أ.د. حميدة سميسم	إتصال وإعلام	جامعة الشرق الأوسط
2	أ.د. تيسير أبو عرجة	صحافة وإعلام	جامعة البتراء
3	أ.د. عبد الجبار البياتي	تخصص إدارة وقيادة تربوية	جامعة الشرق الأوسط
4	أ.د. غازي خليفة	مناهج بحثية وإحصاء تربوي	جامعة الشرق الأوسط
5	د. رائد أحمد البياتي	إذاعة وتلفزيون	جامعة الشرق الأوسط
6	د. جمال التميمي	إذاعة وتلفزيون	جامعة الشرق الأوسط
7	د. خزيم الخالدي	إتصال وإعلام	جامعة الشرق الأوسط
8	د. منال مزاهرة	صحافة وإعلام	جامعة البتراء
9	د.عبدالكريم علي الدبيسي	صحافة وإعلام	جامعة البتراء

ملحق رقم (2)

العينة المستخدمة في الدراسة

الشعلة للإعلام	الزيتونة الإخبارية المستقلة	شبكة حنظلة الإخبارية
شبكة اخباريات الإعلامية	المركز الفلسطيني للإعلام	المجموعة 194
دنيا الوطن	صحيفة فلسطين	شبكة فراس الإعلامية
موقع عرب 48	الوطن للأنباء	القدس العربي
وكالة أسوار برس الإخبارية	وكالة صفا	صحيفة الحياة الجديدة
فلسطين الآن	صحيفة الأيام	بوابة جنين
وكالة معا الإخبارية	صحيفة القدس	فرفش
موقع بكرا	فلسطين بيتنا	صوت الحق
وكالة شهاب الإخبارية	موقع بانيت	وكالة فلسطين
وكالة فلسطين برس للأنباء	وكالة سما الإخبارية	وكالة هلا
موقع ياهلا		

ملحق رقم (3)

استبانة بحث علمي

أخي الموظف، أختي الموظفة:

يشرفني أن أضع بين يديكم هذه الاستمارة الاستطلاعية التي تندرج في إطار بحث علمي لنيل درجة الماجستير في الصحافة الإلكترونية حـــول "**حرّاسة البوابة الإعلامية والتفاعلية في المواقع الإخبارية الفلسطينية على شبكة الإنترنت**". لذا أرجو منكم التكرم بالإجابة على الأسئلة وأن تعبروا عن آرائكم في هذه الاستمارة بصدق وأمانة، فمصداقية وصلاحية نتائجها تتوقف على مدى مطابقة أجوبتكم لحقيقة شعوركم وواقعكم المهني.

تتضمن هذه الاستمارة خمسة محاور رئيسة (الأساليب المستخدمة، الخدمات المتاحة، التحديث والأرشفة ،الحريات،الملاحظات الإضافية) .

أدعوكم للتعبير عن رأيكم واختياراتكم نحو كل عبارة بوضع علامة (X) في الخانة المناسبة. وذلك حسب سلم يتكون من ثلاث درجات : 1. نعم 2. لا 3 . لا رأي .

الباحث : ثائر محمد تلاحمة

المحور الأول : الأساليب المستخدمة :-

ت	السؤال	نعم	لا	لا رأي
س1	**تتوفر إمكانيات التفاعل مع النص :**			
	1.1- باستخدام الوصلات التشعبية (الهيبرتكست) لربط المادة الخبرية بغيرها من المواد الخبرية الأخرى داخل الموقع ؟			
	2.1- بالانتقال من نص مختصر إلى نص أكثر تفصيلا ؟			
	3.1- خاصية إحالة المستخدم إلى روابط أخرى داخل النص ؟			
س2	**تتوفر خاصية مشاركة النص في مواقع التواصل الاجتماعي مثل (فيسبوك وتويتر ويوتيوب) :**			
	1.2- حتى يمكن المشاركة في أكثر من موقع اجتماعي ؟			
	2.2- بوجود خاصية المشاركة في موقع واحد فقط ؟			
س3	**يستخدم الموقع نظام الوسائط المتعددة (multi media= صورة ،فيديو ،نصوص) في نشر المادة الخبرية**			
	1.3- تتوفر جميع أشكال الوسائط المتعددة(نصوص،صورة ،فيديو)في طرح المادة الخبرية ؟			
	2.3- حيث تتوفر المادة بشكل نصوص فقط ؟			
	3.3- إذ تتوفر المادة بشكل نصوص وصور فقط ؟			
	4.3- تتوفر المادة بشكل نصوص وفيديو فقط ؟			

المحور الثاني : الخدمات المتاحة :-

ت	السؤال	نعم	لا	لا رأي
س1	**يوفر الموقع تعددا في الإختيارات أمام زوار الموقع :**			
	1.1- مواد سياسية			
	2.1- مواد اقتصادية			
	3.1- مواد اجتماعية			
	4.1- مواد رياضية			
	5.1- ترفيه وتسلية			
	6.1- أسعار العملات			
	7.1- حالة الطقس			
س2	**إمكانيات الاتصال والتواصل مع الزوار :**			
	1.2- بتوفير البريد الإلكتروني الخاص بمحرر المادة الخبرية ؟			
	2.2- بتوفير بريد الكتروني للتواصل مع القائم بالاتصال بالموقع ؟			
س3	**إمكانية إضافة معلومات والتواصل مع المترددين من خلال ساحات الموقع :**			
	1.3- توفير الموقع مجالاً للمناقشة بين الزوار			

	2.3- توجد أمكانية لإبداء الرأي (التعليق) من قبل الزوار			
	3.3- تتوفر غرف دردشة خاصة بالموقع			
	4.3- توفر منتدى للحوار والنقاش خاص بالموقع			
	5.3- توجد إمكانية إضافة مقالات أو دراسات من قبل الزوار .			

المحور الثالث : التحديث والأرشفة .

ت	السؤال	نعم	لا	لا رأي
	مدى وجود آلية بحث وقاعدة بيانات للموقع :			
س1	1.1- وجود آلية بحث وأرشيف			
	2.1- وجود أرشيف فقط			
	3.1- وجود آلية بحث فقط			
	4.1- غير ذلك			
س2	**تحديث الموقع :**			
	1.2- يتم تحديث كل مادة خبرية بشكل آني			
	2.2- يتم تحديث المادة الخبرية يوميا أي كل (24 ساعة)			

	3.2- يتم تحديث المادة الخبرية بفترات أكثر من (24 ساعة)			

المحور الرابع : الحريات .

ت	السؤال	نعم	لا	لا رأي
س1	**مدى دور حارس البوابة في الموقع :**			
	1.1- تنشر التعليقات والإضافات في الموقع من قبل الزوار بشكل تلقائي بدون أي تدخل			
	2.1- يوجد سقف للحريات بالكتابة ممنوحة لكم من قبل الإدارة			
	3.1- يتم القيام بدور الرقابة على التعليقات والإضافات التي يقوم بها زوار الموقع			
	4.1- هل هناك أكثر من شخص يقوم بدور حرّاسة البوابة لدى موقعكم ؟			

المحور الخامس : الملاحظات الإضافية .

هل لديكم أية ملاحظات أو إقتراحات تغني الموضوع ؟

التكرم بالإجابة المفتوحة ولكم جزيل الشكر :-

ملاحظة مهمة : أرجو منك التكرم بإعادة إرسال الإستمارة بعد الإنتهاء من الإجابة على البريد الإلكتروني التالي :

Thaer_media@hotmail.com شاكرا لكم حسن التعاون .

مع فائق الإحترام والتقدير .....ثائر محمد تلاحمة