



كلية الآداب

حوليات آداب عين شمس المجلد 52 (عدد إبريل – يونيو 2024)

<http://www.aafu.journals.ekb.eg>

(دورية علمية محكمة)



جامعة عين شمس

دور الإنفوميديا في الصحافة وأثرها على مواقع الصحف الإلكترونية في شبكة الإنترنت

م. د. غادة حسين محمد*

كلية الفنون الجميلة – جامعة بغداد

ghada.hussein@cofarts.uobaghdad.edu.iq

المستخلص:

كان لثورة الإنفوميديا تأثيرها البالغ على نواحي الحياة على كوكب الأرض، وتعددت هذه المظاهر بداية من اكتشاف أجهزة الكمبيوتر العملاقة ثم الشخصية وظهور شبكة الإنترنت واكتشاف الهواتف الذكية وأنظمة التشغيل الحديثة، ولقد تأثرت مهنة الصحافة بهذه الثورة، ويعتبر ظهور الصحافة الإلكترونية أحد مظاهرها، وتطورت وسائل الاتصال في السنوات الأخيرة تطوراً هائلاً بفضل التقدم العلمي والثورة التكنولوجية التي شهدتها القرن العشرون. فأصبحت وسائل الإعلام تمارس دوراً جوهرياً في إثارة الجمهور أمام القضايا والمشكلات المطروحة، حيث تعد وسائل الإعلام مصدراً رئيساً يلجأ إليه الجمهور في استقاء معلوماته عن أموره السياسية، والثقافية، والاجتماعية كافة، بسبب فاعليته الاجتماعية وانتشاره الواسع، ومع التطور في المجتمعات كان لا بد من أن ينشأ مفهوم جديد يساير التقدم الذي حدث في المجال الإعلامي، وكان لظهور المدونات ثم وسائل ومواقع التواصل الاجتماعي أثر بالغ على تطور الصحافة الإلكترونية وكذلك ثقافة الفرد، فقد أصبح الدخول اليومي للإنترنت للاطلاع على المستجدات والتفاعل معها، من العادات لشخصية للأفراد. يتناول البحث أثر الإنفوميديا على الصحافة الإلكترونية وتطورها منذ نشأتها وحتى الآن، وأنواع الصحف الإلكترونية، وخصائص وسمات الصحافة الإلكترونية، كما يتطرق إلى نشأة ومراحل تطور الصحافة الإلكترونية عالمياً، ونشأتها في الوطن العربي عامة والعراق بشكل خاص، ويعطي رؤية مستقبلية لما يمكن أن تكون عليه الصحافة نتيجة التطور السريع في وسائل الاتصال وما يستجد عليها من تقنيات كالاتصال عبر الألياف الضوئية فائقة السرعة، والأقمار الصناعية الاتصالية الحديثة، وكذلك ما استجد

تاريخ الاستلام: 2024/02/28

تاريخ قبول البحث: 2024/03/07

تاريخ النشر: 2024/06/30

من برمجيات ونظم تشغيل مثل تقنية الذكاء الاصطناعي وتأثيره على جمع و تحرير الأخبار، والتفاعل مع الجمهور، وتقنية البلوك تشين وأثرها المتوقع على الصحافة الرقمية، كذلك يستعرض أثر ثورة الإنفوميديا والعمل الصحفي وما استجد من عتاد إلكتروني كالهواتف الخلوية الذكية الحديثة، وشرائح ورقاقات المعالجة الرقمية التي تتطور كل يوم، كما يتعرض البحث لإيجابيات وسلبيات ثورة وسائط المعلومات والصحافة الرقمية، وتأثير الإعلام الرقمي على الجمهور، واستفادة الإعلام الرقمي من أحد تداعيات وباء كورونا وهو لجوء البشر إلى عدم الخروج من منازلهم أثناء تفشي المرض واستقاء معلوماتهم من الصحافة والمواقع الإعلامية الإلكترونية.

الكلمات المفتاحية: الإنفوميديا - الأثر - الصحف الإلكترونية - شبكة الإنترنت

أولاً- المقدمة:

تأثرت مختلف جوانب الحياة الاجتماعية والاقتصادية، والسياسية، والأمنية بمسارات العصر الرقمي، كما أضفت العولمة أبعاداً أخرى على هذه الصورة، فتشابكت الأمور إلى درجة أصبح فيها الهاتف الذكي، والحساب على مواقع التواصل الاجتماعي، وتصفح المواقع المختلفة على الإنترنت، من الأساسيات الضرورية للحياة، إذ دخلت مؤسسات الأعمال، ومنظمات المجتمع المدني، والصحف، ومؤسسات الإعلام والاتصال الأخرى، والحكومات، وعدد كبير من المعنيين بهذا الانفتاح في التواصل بين مختلف القطاعات والأوساط وشهدت السنوات القليلة الماضية بروزاً متزايداً للدور الإعلامي والصحفي لثورة المعلومات والاتصالات.

وفي هذا البحث تحاول الباحثة التعرف على دور الإنفوميديا "الوسائط المعلوماتية" في الصحافة الإلكترونية واستخدام المواقع الصحفية على شبكة الإنترنت، خاصة وأن ثقة الأفراد بتكنولوجيا المعلومات في طور التنامي المستمر، إذ يتم الاعتماد عليها في شتى ميادين الحياة، وأصبح ذلك الاعتماد جزءاً من السلوك اليومي للجمهور، ولا يوجد شك في تأثير هذا السلوك على الوسائل الإعلامية، فأخذ الجمهور في تغيير أنماط استخدامه وفقاً لإمكانيات الوسيلة الجديدة.

الفصل الأول

(الإطار المنهجي للبحث)

أولاً: مشكلة البحث:

تكمن مشكلة البحث في محاولة الباحثة التعرف على دور الإنفوميديا "الوسائط المعلوماتية" واستخداماتها في الصحافة الإلكترونية مثل معالجة الصور والبيانات والفيديوهات وغيرها في المواقع الصحفية على شبكة الإنترنت، ورصد التطبيقات الرقمية الحديثة في إنتاج المحتوى الإعلامي، وتوضيح الآثار الإيجابية والسلبية للصحافة الرقمية، خاصة وأن ثقة الأفراد بتكنولوجيا المعلومات في طور التنامي المستمر، إذ يتم الاعتماد عليها في شتى ميادين الحياة، وأصبح ذلك الاعتماد جزءاً من السلوك اليومي للجمهور.

لقد فرضت الصحافة الإلكترونية واقعاً مختلفاً تماماً إذ أنها لا تعد تطوراً لوسائل الإعلام الأخرى وإنما هي وسيلة احتوت كل ما سبقها من وسائل مما أفرز قوالب إعلامية متنوعة لا يمكن حصرها أو التنبؤ بإمكاناتها.

تحاول الباحثة أن تتناول في هذا البحث تطور ثورة الإنفوميديا التي لا تتوقف، فكل صباح نستيقظ لنعرف ما هو الجديد في مجال الاتصالات والأجهزة الإلكترونية والبرمجيات ونظم التشغيل، وهذا التطور اليومي يؤثر في شتى مناحي الحياة وتتأثر به الصحافة الإلكترونية أيضاً.

ووفق هذا المنظور فإن مشكلة البحث تتعلق بعدة محاور يمكن صياغتها بالتساؤل الرئيس: ما دور الإنفوميديا في الصحافة الإلكترونية وعلاقتها باستخدام المواقع الصحفية على شبكة الإنترنت؟ وما هو أثر الإنفوميديا في الصحافة الإلكترونية في العراق؟ وتتمخض هذه الأسئلة الرئيسة عن أسئلة فرعية هي الآتي:

1. ما علاقة الإنفوميديا باستخدام المواقع الصحفية على شبكة الإنترنت؟

2. ما هي وظيفة الإنفوميديا في الصحافة الإلكترونية؟

3. ما المعايير المتعلقة بالإنفوميديا في الصحافة الإلكترونية وعلاقتها باستخدام المواقع الصحفية على شبكة الإنترنت؟
4. ما المعلومات المرتبطة بالصحافة الإلكترونية وعلاقتها باستخدام المواقع الصحفية على شبكة الإنترنت؟
5. ما الطرق المستخدمة في تفعيل الإنفوميديا في الصحافة الإلكترونية وعلاقتها باستخدام المواقع الصحفية على شبكة الإنترنت؟

ثانياً: أهمية البحث:

جاءت أهمية هذا البحث من كونه يتعرض لإحدى الموضوعات المستجدة والمستحدثة، في مجال تكنولوجيا المعلومات والإنترنت، التي تتسع لكل ما هو جديد متجاوزة الحدود ورافضة للقيود، والحاجة الملحة لوجود مثل هذا النوع من الأبحاث سواء تمثلت هذه الحاجة بالمؤسسات الإعلامية أو بالمجتمع نفسه بجميع فئاته، فلا يمكن للمؤسسة الإعلامية تحقيق التقدم أو المحافظة على الاستمرارية إلا من خلال معرفة أحدث الابتكارات والحاجات المختلفة والوقوف عليها، وتطويرها لبلوغ أهدافها.

وتتبع أهمية البحث من عدة عوامل مترابطة ورصد أهم المقاربات، وذلك على النحو الآتي:

- أ- يعد البحث محاولة بحثية للتعرف على المعايير الفنية والبصرية والأساليب المختلفة المستخدمة في العينة.
- ب- يعد محاولة لمعرفة كيفية إضفاء شكل مرئي جديد لتجميع وعرض المعلومات أونقل البيانات بصورة جذابة إلى القارئ، وكيف تغير طريقة الناس في التفكير تجاه البيانات والمعلومات المعقدة.
- ج- تتأكد أهمية البحث من واقع أهمية الوقوف على المعايير الفنية والبصرية، ليمنحنا فرصة لفهم الآليات المتبعة من أجل الوصول إلى فهم أكبر لطبيعة هذا الفن الصحفي.
- د- توصلنا أهمية البحث لفهم المعايير الفنية والبصرية المستخدمة في الإنفوغرافيك، كتمثلات بصرية تظهر المعلومات التي يراد نشرها بوضوح وبدون الكثير من الكلمات.
- هـ- تتضح أهمية البحث بأنه يلقي الضوء على فن تحويل البيانات والمعلومات والمفاهيم المعقدة إلى صور ورسوم يمكن فهمها واستيعابها بوضوح وتشويق.
- و- تظهر أهمية البحث لكون صحافة البيانات تساعد الصحفي على سرد حدث ما عبر طرح يتضمن إدخال الرسوم البيانية لتوضيحه أكثر للقارئ.

ثالثاً: أهداف البحث:

يتحدد هدف البحث في كيفية الاهتمام بدور الإنفوميديا في الصحافة الإلكترونية وعلاقتها باستخدام المواقع الصحفية على شبكة الإنترنت، إذ يسعى البحث لتحقيق جملة أهداف هي:

- 1- ما دور الإنفوميديا في الصحافة الإلكترونية؟
- 2- ما علاقة الإنفوميديا باستخدام المواقع الصحفية على شبكة الإنترنت؟
- 3- ما وظيفة الإنفوميديا في الصحافة الإلكترونية؟

4- ما هي المعايير المتعلقة بالإنفوميديا في الصحافة الإلكترونية وعلاقتها باستخدام المواقع الصحفية على شبكة الإنترنت؟

5- ماهي الطرق المستخدمة في تفعيل الإنفوميديا في الصحافة الإلكترونية وعلاقتها باستخدام المواقع الصحفية على شبكة الإنترنت؟

رابعاً: حدود البحث ومجالاته:

- المجال المكاني: الإنفوميديا في الصحافة الإلكترونية في العراق.
- المجال الزمني: حددنا المدة من 2022/7/3 إلى 2023/6/30 وهي الفترة الزمنية التي ترتبط بتطوير استخدامات الإنفوميديا في الصحافة الإلكترونية وعلاقتها باستخدام المواقع الصحفية على شبكة الإنترنت. ونتج عنها (243 عدد إلكترونياً لصحيفة المدى) من تاريخ 30 حزيران 2022 العدد 5216 ولغاية 3 تموز 2023 العدد 5459.
- أما صحيفة الصباح فكان مجموع الأعداد الإلكترونية للفترة المشار إليها هو 276 عدد إلكترونياً من تاريخ الخميس 30 حزيران 2022 العدد 5443 ولغاية الإثنين 3 تموز 2023 العدد 5719.
- المجال الموضوعي: الإنفوميديا في الصحافة الإلكترونية وعلاقتها باستخدام المواقع الصحفية على شبكة الإنترنت.

خامساً: تحديد المصطلحات:

- 1- إعلام الإنفوميديا: وهو مصطلح يضم كافة تقنيات الإعلام الرقمي الجديد، بداية من الاتصال والمعلومات الرقمية التي جعلت من الممكن إنتاج ونشر واستهلاك وتبادل المعلومات في الوقت، والشكل المراد، وكذلك الأجهزة الإلكترونية وبرمجياتها (الوسائط) المتصلة أو غير المتصلة بالإنترنت، والتفاعل مع المستخدمين، وهو يتجاوز الدور الإخباري لوسائل الإعلام التقليدية، ويوفر فرصة التفاعل والتواصل بين الجمهور للمشاركة بأنفسهم في صناعة الخبر ونشره بأقصى سرعة، كما يتجاوز حالة السكون التي غلبت على الإعلام القديم، إلى حالة الديناميكية والتجدد المستمر، اعتماداً على ما تقدمه تكنولوجيا الإنترنت وتقنيات الوسائط الإعلامية الجديدة من خدمات متنوعة⁽¹⁾.
- 2- الصحافة الإلكترونية: هي التي يتم إصدارها ونشرها عبر شبكة الإنترنت العالمية أو غيرها من شبكات المعلومات، سواء كانت نسخة أو إصداراً إلكترونياً لمطبوعة ورقية، سواء كانت عامة أو متخصصة، أو تسجيلاً دقيقاً للنسخة الورقية أو كانت ملخصات للمنشور بها طالما أنها تصدر بشكل منتظم، أي يتم تحديث مضمونها من يوم لآخر، ومن ساعة لأخرى، أو من حين لآخر حسب إمكانيات جهة الصدور.
- 3- المواقع الصحفية: موقع إلكتروني أو موقع الويب عبارة عن مجموعة من موارد شبكة الويب ذات الصلة، مثل صفحات الويب، ومحتوى الوسائط المتعددة، والتي يتم تحديدها عادةً باسم نطاق مشترك، ويتم نشرها على خادم ويب واحد على الأقل. تُعرّف المواقع الصحفية بأنها مجموعة من الملفات والموارد التي يُمكن الوصول إليها من خلال شبكة الويب العالمية، بحيث يتم تضمين هذه الملفات والموارد تحت اسم مجال نطاق معين ويُمكن تعريف الموقع

الإلكتروني بأنه مجموعة من الصفحات الإلكترونية الموجودة عبر شبكة الويب العالمية، والتي تشترك جميعها باسم مجال واحد، فهناك فرق ما بين الموقع الإلكتروني والصفحة الإلكترونية؛ حيث أن الموقع الإلكتروني يتكوّن من مجموعة من الصفحات الإلكترونية والتي قد يضل عددها إلى ملايين الصفحات في بعض المواقع.

4- شبكة الإنترنت: تعرف شبكة الإنترنت بأنها شبكة حاسوب عالمية ضخمة جداً، تربط بين شبكات وأجهزة الحاسوب في مختلف أنحاء العالم.

الفصل الثاني

(الإطار النظري والدراسات السابقة)

تاريخ تطور تكنولوجيا المعلومات والوسائط والإنترنت:

كانت استخدامات الكمبيوتر الأولى في المجال العسكري حيث كان يستخدم في حسابات القذائف الباليستية للجيش أثناء الحرب العالمية الثانية.⁽²⁾

إن سرعة التقدم والتطور التكنولوجي ليست سرعة خطية، وإنما هي سرعة أسّيّة، متضاعفة ومتسارعة، فلقد تطلب الأمر حوالي 30 عاماً من الجهد للتحويل من الكمبيوتر الرئيسي مارك 1 الذي كان يشغل مساحة مهولة إلى كمبيوتر شخصي صغير يحتل مساحة صغيرة في حقيبة أوراق، وللتحول نحو الكمبيوتر الكفي لم يتجاوز الوقت المطلوب بضعة أعوام، وما زال التطوير مستمراً بصورة متسارعة، وببساطة، فأن الأحداث التكنولوجية للسنوات العشر الماضية ستقع مثلها في السنوات الثلاث التالية فقط أو في أقل من ذلك. فلقد بدأت عجلات أتمتة المؤسسات في الدوران، وأصبح من المستحيل تماماً إيقافها.⁽³⁾

أولاً - تنامي تكنولوجيا الاتصالات:

قدّم العالم غراهام بل خدمة كبيرة للعالم باختراعه "الهاتف" عام ١٨٧٦، ثم تطور الهاتف شيئاً فشيئاً ليقدّم خدمات أكثر. ومرّ الهاتف بالكثير من المراحل التي تطور خلالها حتى وصل إلى ما هو عليه الآن من تطور هائل، وما يزال التطور قائماً.

ثانياً- الإنفوميديا والصحافة الإلكترونية:

كثيراً ما تتداخل تكنولوجيا الاتصال مع مصطلح تكنولوجيا المعلومات، فتكنولوجيا الاتصال كرافد لتكنولوجيا المعلومات، وتعتبر البيانات والمعلومات والمعارف هي المادة الخام لتكنولوجيا المعلومات، كذلك فإن أدواتها الأساسية بلا منازع هي الكمبيوتر وبرمجياته، والتي تستهلك طاقته في تحويل المادة الخام إلى سلع وخدمات معلوماتية، أما التوزيع فيكون من خلال التفاعل الفوري بين الإنسان والآلة، أو أساليب البث المباشر وغير المباشر، كما هي الحال في أجهزة الإعلام أو من خلال شبكات البيانات، التي تصل بين كمبيوتر وآخر أو بينه وبين وحدات الطرفية. وتؤثر الإنفوميديا على تكنولوجيا الاتصال والمعلومات وبالتالي الصحافة الإلكترونية في تطور الوسائل الإلكترونية المستخدمة في الإنتاج والتسجيل، وتستخدم الألياف الضوئية ذات الكفاءة العالية في حمل الرسائل والمعلومات، بالإضافة إلى استخدام الحاسوب

وما يتصل به من تقنيات، بإيجاز فهي الوسائل الحديثة التي تستخدم القنوات الجديدة التي يمكن من خلالها نقل وبث الثورة المعلوماتية من مكان لآخر (4).

ثالثاً- الثورة الرقمية:

إن عدد مستخدمي الأجهزة الذكية يتزايد بسرعة، كذلك عدد الاستخدامات الوظيفية يزداد يوماً، فيمكن استخدام الهاتف الذكي أو الجهاز اللوحي لمئات الاحتياجات اليومية، ويتضح ذلك جلياً في وجود أكثر من مليون تطبيق على متجر تطبيقات Apple، ما يشير أيضاً إلى نجاح كبير لفرص التسويق الرقمي، ولا ننسى أن نشير إلى تأثير مستخدم الهاتف الذكي بالإعلانات الرقمية في كل مرة يفتح فيها جهاز Apple أو Android، وهذا دليل على أثر الثورة، وقد أدى هذا النمو إلى تطوير ملايين التطبيقات البرمجية، محققة إيرادات تجاوزت 189 مليون دولار في 2020. (5) وتحتوي الثورة الرقمية على ثورات أخرى أدت لظهورها، كثورة الاتصالات وتتمثل في تكنولوجيا الاتصالات الحديثة التي بدأت بالاتصالات السلكية واللاسلكية مروراً ببث التلفزيون والنصوص المتلفزة، ومن ثم الاعتماد على الأقمار الصناعية فائقة السرعة والألياف البصرية، وما زالت عجلة تطورها تدور بأقصى سرعة. أما الثورة التكنولوجية فتتمثل في النظم المختلفة التي يتم توظيفها لمعالجة المضمون أو المحتوى الذي يراد توصيله من خلال عملية الاتصال.

لقد بدأ ظهور ميل من مصممي المحتوى الذي تقدمه وسائل الإعلام عبر الإنترنت إلى أن يتم إنشاؤه بشكل مخصص للويب، بدلاً من أن يكون مجرد تعديل للمواد المطبوعة أو حتى السمعية والبصرية، في حالة المواقع الإذاعية والتلفزيونية (6).

إن المعلومات التي بدأت في الظهور بشرت بظهور المجتمع المعلوماتي أو الإعلامي الجديد (7) فمن خلال ولادة الشبكة العنكبوتية للمعلومات كوسيلة اتصال حديثة ساعدت على خلق بيئة إعلامية ذات خصائص مختلفة تغيرت من خلالها الأدوار التقليدية للمرسل والمستقبل، وأدت إلى ضرورة صياغة الرسائل الاتصالية بما يتفق وهذه البيئة ذات الوسائط المتعددة. وبذلك استغلت الصحافة الإلكترونية الإنفوميديا لتكون وسيلة اتصال جماهيرية أضيفت إلى سابقتها من الوسائل الأخرى، وتأخذ دوراً مهماً في الحياة الاجتماعية والسياسية والاقتصادية، معتمدة على التكنولوجيا الحديثة المتمثلة بالحاسوب والأقمار الصناعية والإنترنت (8)، وانتشر اعتماد الويب الاجتماعي على مستوى العالم، فأصبحت تقريباً لكل وسائل الإعلام على الإنترنت صفحاتها على Facebook وTwitter، وتأتي نسبة متزايدة من جمهور الوسائط عبر الإنترنت من محركات البحث، وخاصة Google، من ناحية أخرى، كما تأتي نسبة كبيرة من الزيارات إلى الصحف الإلكترونية من الشبكات الاجتماعية.

مراحل تطور الصحافة الإلكترونية

لم تعد هناك حدود أو حواجز أمام حرية التعبير والتشارك، فلقد تغيرت موازين النفوذ والقوة من عصر الورق والطباعة، إلى عصر البث الإذاعي المسموع ثم المرئي، إلى عصر النشر الإلكتروني، واليوم إلى عصر الإنفوميديا الذي

تقاس فيه مكانة الدول بمقدار ما تنتجه وتبثه وتستخدمه من معلومات، وبمقدار ما تمتلكه من مؤسسات وأدوات لاستخدام المعلومات التي تُعد المورد الذي لا ينضب.

وتحولت مؤسسات الإعلام التقليدية للإعلام الرقمي، وزاد اهتمامها بالمستخدم الرقمي وتفاعله مع المحتوى الذي تقوم بنشره، وزيادة الجرعة البصرية واختلاف أسلوب التحرير والعرض وظهور قوالب مناسبة للعرض الرقمي.⁽⁹⁾

ثانياً- الصحافة الإلكترونية في العراق:

إن التجربة العراقية الجديدة في الصحافة الإلكترونية والتي لم تعرفها من قبل الصحافة المحلية في العراق، تلاحظ فيها الزيادة المطردة لزمان استخدام الإنترنت سواء على مستوى الأفراد أو المؤسسات الإعلامية، مما أتاح فرصاً لإنشاء مواقع إلكترونية، واستغلال إمكانيات الإنفوميديا كافة للوصول إلى الجمهور العراقي، فقد شهدت المواقع الإلكترونية للإعلام العراقي نمواً واسعاً، وتنوعت أشكالها وأنواعها ومضمونها وكذلك أهدافها، ولقد ظهرت أهمية توظيف الصحافة الإلكترونية في خدمة التنمية الثقافية والاجتماعية والسياسية والاقتصادية.

وسائل الإعلام الجديد وتأثيرها على المتلقي

ظهرت وسائل الإعلام الجديد كمصطلح في الجزء الأخير من القرن العشرين ليشمل دمج وسائل الإعلام التقليدية مثل الأفلام والصور والموسيقى والكلمة المنطوقة والمطبوعة، مع القدرة التفاعلية للكمبيوتر وتكنولوجيا الاتصالات، وتطبيقات الثورة العلمية التي شهدتها مجال الاتصال والإعلام، حيث ساهمت الثورة التكنولوجية الجديدة بمجال الاتصال في التغلب على الحيز الجغرافي والحدود السياسية، والتي أحدثت تغييراً بنويواً بنوعية الكم والكيف في وسائل الإعلام. والمقصود بوسائل الإعلام الجديدة ببساطة (Internet) media والتفاعلية (Interactive) هي وسائل الإعلام الرقمية.⁽¹⁰⁾ باختصار، فالبيئات الخطية وغير الخطية هي طريقة لإدارة وسائط المعلومات، ويتم تحديدها أثناء تحرير الخبر وتصميمه على الصفحة الرقمية، فإما أن يتحكم محرر الموضوع بكل خطوة أو مرحلة من مراحل الخبر، بحيث لا يكون للمتلقي إلا أن يقرأ أو يشاهد أو يستمع لكل مرحلة من المراحل بالتسلسل الذي اختاره المحرر حتى يمكنه الإلمام بالمعلومة، وتسمى بالبيئة الخطية، في حين أن البيئة غير الخطية هي تلك البيئة التي تقوم على بنية الوسائط التشعبية، وتحتوي على خيارات متعددة كالقراءة أو ملفات الصوت والفيديو أو الصور، ويتمكن المستخدم من التنقل بين الوسائط أو اختيار الجزء المناسب له لتلقي المعلومة التي يريدها من خلال نص تشعبي، ينقله بين عناصر الموضوع طبقاً لاختياراته⁽¹¹⁾، كما انتشرت مؤخراً ظاهرة البودكاست وهي عبارة عن إذاعة صوتية أو محتوى صوتي متوفر على الإنترنت، ويختلف عن الراديو حيث يمكن سماعه في أي وقت وليس عند البث المباشر فقط.

أولاً- خصائص وسمات الصحافة الإلكترونية:

تتسم الصحف الإلكترونية بالعديد من الخصائص الاتصالية، التي تنطلق من قدرات شبكة الإنترنت كوسيلة اتصال حديثة، لتكون بمثابة المعالم المميزة للنشر الإلكتروني، وتعتبر التفاعلية من أهم هذه الخصائص الاتصالية للصحافة الإلكترونية، وينتج عنها تبادل الأدوار بين المشتركين في الاتصال، ويتأثر كل طرف بمعطيات الطرف الآخر، وتعد الصحافة الإلكترونية من الصحف التفاعلية لأنها تتميز بفتح المجالات للحوار والمناقشات في مختلف أنواع القضايا

والموضوعات بفضل إفادتها من التقدم التكنولوجي الرقمي الذي يدعم الحوار ويثري قنواته، كذلك تتميز الخدمات الصحفية المقدمة في الصحف الإلكترونية بالعمق المعرفي والشمول، ويحدث ذلك نتيجة أن الصحف الإلكترونية لا ترتبط بقيود المساحة التي تتقيد بها الصحف المطبوعة، بجانب ما تقدمه هذه الصحف من خدمات إضافية وعمق معرفي إضافي للمواد المنشورة فيها، ويحدث ذلك باستخدام البيئات غير الخطية والنصوص التشعبية. كذلك تعتبر الفورية من الخصائص الاتصالية للصحافة الإلكترونية ويقصد بها تقديم خدمات إخبارية تستهدف إحاطة مستخدميها بأخر الأخبار والمعلومات في مختلف المجالات لمواكبة تطورات الأحداث المتلاحقة، وتتسم الفورية بمرونة غير مسبوقة في الاستفادة منها وتطبيقاتها ويظهر ذلك في قدرة المواقع على تحديث محتوى الخبر، ونقلها للأخبار المهمة فور وقوعها، ويعتبر التحديث المستمر للمحتوى واحداً من الخصائص الاتصالية للصحافة الإلكترونية، حيث أن عمل الصحف الإلكترونية ينطوي على تحديث شكل خدماتها الإخبارية طوال الوقت، وذلك بنشر المعلومة، واستكمالها، وتصحيحها، وتحديثها بشكل دائم.

يزداد إقبال الجماهير على الوسائل التي لا تحتاج إلى بذل جهد لفهم واستيعاب ما يتعرض له من محتوى، وتتيح الصحف الإلكترونية مزايا تهدف إلى تسهيل ذلك، من خلال التزام مضامينها بسمات تحريرية تركز على الوضوح والاختصار، إضافة إلى الاستفادة من الوسائل المتعددة لدعم ما تقدمه⁽¹²⁾، توفر شبكة الإنترنت استخدام الوسائل المتعددة التي تؤدي لتقديم محتوى فائق الجودة يفيد المستخدمين ويلبي احتياجاتهم، وتطبيقات الوسائل المتعددة ذات إمكانات متزايدة، ومن هنا تصبح الصحافة الإلكترونية عالماً تكنولوجياً بديلاً للعالم الخارجي.

مشكلة محدودة المساحة المخصصة للنشر ليست موجودة في الصحافة الإلكترونية، فمساحات التخزين الهائلة لا تجعل هناك قيوداً تتعلق بالمساحة أو بحجم المقال، كذلك فإن تكنولوجيا الإنترنت، خاصة تكنولوجيا النص الفائق والروابط، تسمح بوجود تفرعات لا تنتهي، تسمح بتفاصيل إضافية يمكن أن يستخدمها القارئ،⁽¹³⁾ كذلك تسمح الصحف الإلكترونية باستخدام الأرشيف الإلكتروني الخاص بها، مقدمة للقارئ مخزوناً معلوماتياً حول النقطة التي يريدها، وفي الوقت الذي يختاره.⁽¹⁴⁾

قدمت بيئة عمل الصحافة الإلكترونية إمكانية تحديد زائرها لنفسه الشكل الخاص الذي يرى به الموقع، فيختار أبواب ومواد بعينها ويحجب أخرى، وينتقي بعض الخدمات ويلغي الأخرى، وبإمكانه تعديل اختياراته وقتما يشاء، فهو يشاهد فقط ما يتوافق مع اختياراته الشخصية.⁽¹⁵⁾ وأصبح بإمكان الصحف الإلكترونية اختراق الحدود دون رقابة وبشكل فوري، ورخيص التكاليف، هذا بالإضافة إلى أن الصحافة الإلكترونية تعمل على تمكين الجمهور من بسط نفوذه على المادة المقدمة وعملية الاتصال ككل، من خلال الاختيار ما بين الوسائل الموجودة في صياغة المحتوى الصحفي، فالقارئ بين يديه كل القصص التي نشرت عن الموضوع نفسه في السابق، وروابط لمواقع أخرى فيها معلومات متعددة ويمكنه الاختيار لما يشاء منها.⁽¹⁶⁾ ويقوم كل موقع على الشبكة بالتسجيل التلقائي لعدد الزوار يومياً، وهناك من البرامج ما تستطيع أن تسجل وتحلل اسم وموقع وتفضيلات كل زائر، مما يوفر للمؤسسات إحصائيات دقيقة عن زوار مواقعها الإلكترونية، ويوفر مؤشرات عن أعداد قرائها وبعض المعلومات عنهم.

ثانياً- الإنفوميديا والعمل الصحفي:

إن بناء مواقع للصحف على شبكة الإنترنت يتطلب تأسيس وحدة مستقلة، كما يقتضي وجود صحفيين على درجة عالية من المهارة والكفاءة والتدريب على مهارات متعددة، مثل الكتابة بعدة وسائل، وفي الوقت نفسه، مثل كتابة خبر يتناسب مع وسائل الإعلام الجديدة، كالهاتف النقال وغيره من أجهزة النشر، وتطوير قدراته في استخدام الكاميرا الرقمية وإدارة الحوارات، لأن على الصحفي الإلكتروني أن يتحدث بلغة الصحافة الإلكترونية نفسها ولا يعتمد على الورقة والقلم.⁽¹⁷⁾

ثالثاً- مواقع التواصل الاجتماعي والإعلام الجديد:

مواقع التواصل الاجتماعي هي مواقع الإنترنت التي تمكن المستخدمين من المشاركة والمساهمة في إنشاء أو إضافة صفحاتها وبسهولة، ويجتمع فيها الأفراد أصحاب الاهتمامات المشتركة ويمكنهم تبادل الأفكار والمعلومات، ويتصلون مع بعضهم ويدردشون وينشرون الأخبار التي تهتم مجتمعاتهم، وقد يكون المجتمع طائفيًا أو دينيًا أو حتى علميًا، وعليه يمكن القول إن مواقع التواصل الاجتماعي هي عبارة عن مواقع تتيح لمستخدميها إمكانية التفاعل فيما بينهم وذلك من خلال التواصل وتبادل الآراء والأفكار والمعلومات في مختلف المجالات.⁽¹⁸⁾

مؤشرات الإطار النظري:

- 1- تساعد الإنفوميديا في تكثيف المعلومات الواصلة إلى القارئ.
 - 2- توظيف الإنفوميديا في الصحافة الإلكترونية يسهل التكامل والربط الجغرافي والبشري حول العالم.
 - 3- استخدام الإنفوميديا في المواقع الإلكترونية على شبكة الإنترنت يساعد في سهولة الوصول إلى البيانات وسرعة معالجتها.
 - 4- تنامي التكنولوجيا المتقدمة والذكاء الاصطناعي يمكن أن يصاحبه تراجع في القيم الأخلاقية والسيطرة على اتجاهات الرأي العام.
- الدراسات السابقة:** بعد اطلاع الباحثة على المنشور والمتوفر على شبكة الإنترنت لم تعثر على دراسة أو بحث معنون (دور الإنفوميديا في الصحافة الإلكترونية واستخدام المواقع الصحفية على شبكة الإنترنت) ولكنها وجدت بعض الدراسات القريبة من تخصص البحث ولكنها ليست مطابقة للبحث الحالي بل لبعض المفاصل منه، وعليه فأن الباحثة تجد أن هذا البحث يعد سابقاً في تناول هذه الموضوعات المهمة في عالم الإعلام والتقنيات الإلكترونية الحديثة.

الفصل الثالث

إجراءات البحث

منهج البحث:

اعتمدت الباحثة على المنهج الوصفي التحليلي الذي يتضمن وصف الظاهرة الراهنة وملابساتها وظروفها وكذلك لأنه المنهج المناسب للكشف عن مشكلة البحث الحالي والتوصل إلى النتائج المتوخاة منه.

مجتمع البحث:

يشتمل مجتمع البحث كل الصحف الإلكترونية والمواقع الصحفية على شبكة الإنترنت والتي تستخدم وتوظف تقنية الإنفوميديا.

إجراءات الصدق والثبات:

1- الصدق: تم قياس الصدق من خلال:

1- قراءة الجانب النظري قراءة متأنية ودقيقة، واختيار الفئات لغرض إدراجها كأسئلة للمبحوثين.

2- وضع تصور مبدئي للفئة مستخرج من المعلومات، ثم وضع التصور الكلي وإدراجه في الاستبانة.

3- عرض الاستبانة متضمنة الفئات المستخدمة وأسئلة المبحوثين على السادة المحكمين وهم كل من¹⁹.*

4- تعديل الأسئلة والمقياس: (تعديل صياغة الأسئلة-تعديل البدائل للإجابة- تعديل درجات مقاييس إجابة المبحوثين) وذلك وفقاً لأراء المحكمين.

تطبيق التجربة على عينة للتأكد من وضوح الأسئلة والمقاييس بمعدل ثلاثة أفراد لكل موقع إلكتروني، وبالتالي يتحقق كل من الصدق الظاهري (Face Validity) من خلال التأكد من ارتباط العناوين والمفردات بالأسئلة والمقياس بموضوع البحث وانعكاساتها على إجابة المبحوثين، وكذلك وضوح واتساق العبارات وفق صحيفة الاستبانة، كما يتحقق صدق المحتوى (Content Validity) من خلال التأكد من ارتباط الأسئلة بهدف البحث، وصدق المحكمين، من خلال تحكيم الاستبانة، واطلاعهم على فئاتها وأسئلتها.

2-الثبات: تم قياس الثبات من خلال إعادة تطبيق تجربة توزيع الاستبانة على ستة أفراد من المبحوثين بمعدل ثلاثة أفراد من كل موقع إلكتروني عينة البحث، بعد إجراء التجربة والوقوف على إجاباتهم، ومقارنة إجابات كل فرد بإجابته خلال التجربة، من خلال مقياس معامل الارتباط بين إجابات المبحوثين، ووصل معامل الارتباط بين إجابات ستة أفراد، كالاتي: (0,89) وهي معاملات ارتباط عالية.

عينة البحث: سيتم التركيز على عينات لمواقع صحف عراقية تستخدم التقنية الحديثة "الإنفوميديا" في مواقعها الإلكترونية. أداة البحث: ستعتمد الباحثة على ما جاء من مؤشرات في الإطار النظري كأداة للبحث بعد عرضها على لجنة الخبراء والمحكمين واستحصال موافقتهم وتعديل ما يروونه مناسباً.

وحدة التحليل: سيتم الاعتماد في هذا البحث على مواقع صحفية إلكترونية تعتمد على التقنيات الحديثة وتوظيف تقنية الإنفوميديا في مواقعها الإلكترونية على شبكة الإنترنت.

التحليل

أولاً: جريدة المدى

جدول رقم (1) يبين أهداف الإنفوميديا في موقع صحيفة المدى الإلكتروني

ت	فقرات أداة التحليل	التكرار	النسبة المئوية	المرتبة
-1	تغيير نمطية العادات القرائية	49	98%	الأولى
		1	2%	الثانية
-2	تكثيف المعلومات الواصلة إلى القارئ	45	90%	الأولى
		5	10%	الثانية
-3	تؤثر على بنية الصحف الإلكترونية	45	90%	الأولى
		5	10%	الثانية
-4	توظيف الإنفوميديا في الصحافة الإلكترونية يسهل التكامل والربط الجغرافي.	40	80%	الأولى
		10	20%	الثانية
-5	تتامي التكنولوجيا المتقدمة والذكاء الاصطناعي يمكن أن يصاحبه تراجع في القيم الأخلاقية والسيطرة على اتجاهات الرأي العام.	33	66%	الأولى
		17	34%	الثانية
-6	تحث على المشاركة التفاعلية	32	64%	الأولى
		18	36%	الثانية
-7	استخدام الإنفوميديا في المواقع الإلكترونية على شبكة الإنترنت يساعد في سهولة الوصول إلى البيانات وسرعة معالجتها.	25	50%	الأولى
		25	50%	الثانية
-8	خلق قناعات	30	60%	الأولى
		20	40%	الثانية

يجيب الجدول رقم (1) على قدرة أدوات الإنفوميديا في التأثير على المتلقي وتبين من خلال الدراسة أن هنالك

تغييراً في نمطية العادات القرائية بنسبة 98% عند قراء الصحف الإلكترونية عبر استخدام العلاقات اللاخطية في قراءة الأخبار والإبحار في المادة الخبرية إضافة إلى استخدام الروابط الخاصة بها، بعدد 49 تكرار مقابل تكرار واحد كان له رأي مخالف وحصل على المرتبة الثانية بنسبة 2%.

وبين (45) من المبحوثين أن عناصر الإنفوميديا كثفت المادة الإخبارية ووصلت إلى القارئ ببسر وسهولة وبنسبة 90% ، أما المرتبة الثانية فكانت بنسبة 10% بعدد 5 تكرارات ولم تتفق على أن الإنفوميديا تساهم في تكثيف المعلومات الواصلة إلى القارئ. نفس النسب السابقة ظهرت في تحليل المستطلعين في خانة الفئة الثالثة التي أشرت إلى تأثير عناصر الإنفوميديا على بنية موقع الصحيفة الإلكترونية حيث كانت الإجابات بنعم بعدد 45 إجابة أي 90% مقابل 5 إجابات بكلا بنسبة 10%. وبين (40) من المبحوثين أن توظيف الإنفوميديا في الصحافة الإلكترونية سهل الربط والتكامل جغرافياً وبشرياً حول العالم بنسبة 80% مقابل 10 إجابات بكلا بنسبة 20%. وأظهرت الفئة الخامسة أن التطور التكنولوجي والذكاء الاصطناعي يؤثر على توجيه الرأي العام العالمي وكذلك يؤثر على تراجع القيم والأخلاق بنسبة 33 أي 66% إلى 17 إجابة بكلا أي بنسبة 34%.

وأشار 32 من المبحوثين فيما يخص الفئة السادسة إلى تأثير عناصر الإنفوميديا في الحث على المشاركة في التفاعلية وبالتالي الحصول على التغذية العكسية بالنسبة لوسائل الاتصال ومنها الصحيفة الإلكترونية وكانت النسبة 64% مقابل 36% من المبحوثين أي بعدد 18 تكرار لم يؤيدوا حصول المشاركة التفاعلية.

أما العنصر السابع في استمارة الاستطلاع فجاءت الإجابات متعادلة بالتساوي بين المستطلعين بعدد (تكرار 25 إلى 25 تكرار) حيث أشار النصف بنسبة 50% من المستطلعين إلى أن استخدام الإنفوميديا في المواقع الإلكترونية على شبكة الإنترنت يساعد في سهولة الوصول إلى البيانات وسرعة معالجتها، وبخلاف ذلك كانت إجابة 25 منهم ما يمثل الـ 50% الآخرين. وآخر الفئات في الجدول وهي الفئة الثامنة والمتضمنة تساؤل عن إمكانية خلق القنوات وكسب ثقة قراء الموقع الإلكتروني، وجدت الباحثة أن 60% من المبحوثين أيدوا رصانة المواقع الإلكترونية واعتمادها في معرفة الأخبار ومتابعتها وكان عددهم 30 مبحوثاً بينما أشار العدد المتبقي منهم وهم 20 إلى أن اعتمادهم على الصحيفة الورقية في استقاء البيانات ومثلوا نسبة 40%.

جدول رقم (2) يبين نسبة الحيز الذي تشغله أدوات الإنفوميديا من موقع صحيفة المدى تصميماً

ت	أدوات الإنفوميديا	المساحة بالنسبة للواجهة	المرتبة
1-	الصورة	38%	الأولى
2-	الفيديو	18%	الثانية
3-	التعليقات	13%	الثالثة
4-	شاشات البث المباشر	11%	الرابعة

5-	الروابط	8%	الخامسة
6-	الإعلانات	7%	السادسة
7-	الصوت	5%	السابعة
8-	الخدمات المضافة	0%	الثامنة

الجدول رقم 2 يبين نسبة الحيز الذي تشغله أدوات الإنفوميديا من الموقع عبر تحليل العناصر التي تم تحديدها والتي تضمنت 9 عناصر عبر دراسة لموقع صحيفة المدى ضمن المدة المحددة للبحث وباحتساب المساحات المخصصة لكل عنصر أو أداة من أدوات الإنفوميديا ووسائلها. حيث جاء العنصر الأول (حيز الصورة) بالمرتبة الأولى بنسبة 38% من المساحة الكلية للموقع ضمن أبعاد مساحته الكلية بينما شغلت مساحة المادة الفيديوية المخصصة في الموقع 18% من المساحة الكلية حيث تم تخصيص هذه المساحة للصورة أو الفيديو بحسب توفر المادة وأهميتها. أما التعليقات فاحتلت المرتبة الثالثة حيث شغلت مساحتها نسبة 13% من مساحة الموقع وذلك بسبب تخصيص خانة للتعليقات أسفل كل مادة نصية منشورة في الموقع. وفيما يخص المساحات المخصصة للبحث المباشر رصدت الباحثة أن النسبة المئوية كانت 11% من المساحة الكلية حيث اقتصر الموقع على مساحة واحدة للبحث المباشر بسعة (1170*1000) بكسل يتم فيه رفع المواد أثناء المناسبات والأحداث الخاصة جداً. وكذلك أخذت فئة الروابط المرتبة الخامسة بعد رصد الموقع على مدار تحديث الموقع أثناء الدراسة وكانت نسبة الحيز الذي تشغله فئة الروابط 8% من مساحة الموقع وتباينت بين روابط مرتبطة بالأخبار المنشورة في الصفحة والروابط الخاصة بخدمات ثابتة ضمن الموقع. كما شغلت الإعلانات في الصفحة نسبة 15% واحتلت بذلك المرتبة السادسة وهي مساحات عدد 2 في أقصى يمين الصفحة وفي منتصفها على شكل شريط أفقي مخصصة للإعلانات التجارية وتتضمن صوراً فوتوغرافية وفديوهات سعة الأولى منها (1170*150) بكسل والمساحة الثانية (770*100) بكسل. وفيما يخص فئة الصوت احتلت المرتبة السابعة بإشغالها نسبة 5% من المساحة الكلية للموقع خلال مدة البحث إذ أن الموقع كان يبيت لواحدة من الإذاعات العراقية وتم إيقاف الخدمة خلال فترة البحث كما تم رفع المساحة الإعلانية التي تحمل شعار الإذاعة والرابط المخصص للبحث. ولم يتضمن الموقع خدمات مضافة لم تضعها الباحثة ضمن فئات بحثها إذ جاءت النسبة المئوية 0%.

جدول رقم (3) يبين أدوات الإنفوميديا المستخدمة في موقع صحيفة المدى الإلكتروني

ت	فئات الفنون الصحفية	التكرار	النسبة المئوية	المرتبة
1-	الصورة	50	100%	الأولى
2-	النص	50	100%	الأولى
3-	الكاركاتير	50	100%	الأولى

4-	الصوت	30	60%	الثانية
5-	الفيديو	22	44%	الثالثة
6-	الخرائط	2	4%	الرابعة
7-	الجدول	1	2%	الخامسة
8-	الاستفتاء	0	0%	السادسة

الجدول رقم (3) يبين أدوات الإنفوميديا الرئيسية التي تعد كمرتكز أساس تعتمد عليه جميع المواقع الإلكترونية وجاء بحسب ما تبين للباحثة خلال الدراسة أن المرتبة الأولى كانت لكل من (الصورة الفوتوغرافية، النصوص، الكاريكاتير) بنسبة 100% وبعدها 50 تكرار لكل منها، حيث احتلت الصور مساحات كبيرة وبقياسات متعددة، وكما هو معلوم تعتمد المواقع الصحفية على نشر وبث الأخبار المنشورة في الصحيفة الورقية إضافة إلى الأخبار العاجلة والتقارير المتنوعة المستقلة عن النسخة الإلكترونية، كما خصصت صحيفة المدى مسافة ثابتة للكاريكاتير ويتغير المضمون كل 24 ساعة (بعد الساعة 12 صباحاً يومياً) وهو كاريكاتير سياسي للرسام والفنان الصحفي بسام فرج. الصوت جاء بالمرتبة الثانية وبعدها تكرارات 30 تكرار بنسبة 60% ضمنها الإذاعة الصوتية للمدى، والبث الصوتي ضمن الفيديوهات والتي تم بثها خلال فترة الدراسة، بينما لم يتضمن الموقع خانة للبودكاست كما في المواقع الصحفية الحديثة. تم نشر عدد من الخرائط في موقع المدى الإلكتروني وبعدها 4 تكرارات بنسبة 8% واحتلت هذه الفئة المرتبة الرابعة. أما المرتبة الخامسة فكانت لفئة الجداول بتكرار واحد وبنسبة 2%. ولم يحقق الاستفتاء أي تكرار لذلك جاء بالمرتبة السادسة بنسبة 0%.

جدول رقم (4) ميزات أخرى لاستخدام الإنفوميديا في موقع صحيفة المدى الإلكتروني

ت	خدمات أخرى	التكرار	النسبة المئوية	المرتبة
1-	الدخول إلى مواقع أخرى عبر الإبحار	50	100%	الأولى
2-	كلمات مفتاحية للإبحار "الإبحار"	8	16%	الثانية
3-	إعلانات	7	14%	الثالثة
4-	واجهات لمواقع أخرى	5	10%	الرابعة

تتضمن المواقع الإلكترونية في بعض الأحيان على خدمات تربط بين موقع وآخر يقدم خدمات مكملة لطبيعة محتواه أو الربط مع موقع أو مادة متاحة في واحدة من المنصات الأخرى. ومن خلال الدراسة اعتمد موقع صحيفة المدى على الاستفادة من هذه الخدمات للوصول إلى باقي مواقع مؤسسة المدى ومواقع صحفية أخرى إضافة إلى عدد من المنصات الإلكترونية، إذ احتل الدخول إلى مواقع أخرى عبر النقر على عدد من الكلمات والصور أو الروابط إلى مواقع أخرى المرتبة الأولى بنسبة 100% وبعدها تكرارات 50 تكراراً.

أما المرتبة الثانية فجاءت للكلمات المفتاحية وبنسبة 16% وبعدها تكرارات 8 فقط، وحصلت فئة الإعلانات على الفئة الثالثة بنسبة 14% بعدد 7 تكرارات فقط بسبب استخدام إعلانات صورية فقط في بعض الأحيان دون إتاحة الفرصة للنقر على الصورة والوصول إلى موقع الجهة المعلنة أو معلومات عنها.

الفئة الرابعة والأخيرة كانت لواجهات المواقع الإلكترونية الأخرى بنسبة 10% بعدد 5 تكرارات فقط وكانت عبارة عن تعاون مؤقت مع واحدة من منظمات المجتمع المدني.

جدول رقم (5) يبين الخدمات الأخرى الرديفة في موقع صحيفة المدى الإلكتروني

ت	خدمات أخرى	التكرار	النسبة المئوية	المرتبة
1-	حالة الطقس	50	100%	الأولى
2-	فيديو	22	44%	الثانية
3-	إذاعات	5	10%	الثالثة
4-	بث مباشر	4	8%	الرابعة
5-	العملات	0	0%	الخامسة
6-	قنوات تلفزيونية	0	0%	الخامسة

الجدول رقم (5) يتضمن جميع الفئات المتوقع إضافتها في تصميم المواقع الإلكترونية للصحف والمواقع الإخبارية باعتبارها عناصر مكملة ومتممة للموقع وباعتبارها قيماً مضافة وساندة للموقع، ووجدت الباحثة عدداً من هذه الخدمات متوفراً ومتاحاً للمتلقي وبنسب متفاوتة، فمثلاً كانت فئة حالة الطقس ثابتة في الموقع الإلكتروني خلال مدة الدراسة واحتلت المرتبة الأولى بنسبة 100%، أما فئة الفيديو فاحتلت المرتبة الثانية بنسبة 44% وبعدها تكرار 22 مرة، وجاءت فئة الإذاعات في المرتبة الثالثة لوجود مساحة ورابط لبث إذاعة المدى بنسبة 10%، وفئة البث المباشر جاءت في المرتبة الرابعة إذ ظهرت فيديوهات عدد 4 فقط خلال مدة البحث، حركة السوق والعملات كانت في المرتبة الخامسة إذ لم ترد في الموقع بل تم نشرها ضمن الأخبار النصية ولم يتضمن الموقع رابط بورصة المال كما في المواقع الأخرى في الصحف العالمية ونفس المرتبة (الخامسة) احتلتها فئة القنوات التلفزيونية.

جدول رقم (6) يبين المشاركة التفاعلية في موقع صحيفة المدى الإلكتروني

ت	أدوات التفاعل	التكرار	النسبة المئوية	المرتبة
1-	تليغرام	50	100%	الأولى
2-	البريد الإلكتروني	50	100%	الأولى
3-	فيس بوك	20	40%	الثانية
4-	خانة تعليقات تحت الخبر	18	36%	الثالثة
5-	تويتر	12	24%	الرابعة

المرتبة	النسبة المئوية	التكرار	خدمات المستخدم	ت
الرابعة	24%	12	إنستغرام	-6
الخامسة	0%	0	سناب شات	-7
الخامسة	0%	0	واتس	-8
الخامسة	0%	0	فايبر	-9
الخامسة	0%	0	إمكانية تحديث محتوى	-10
الخامسة	0%	0	مواقع أخرى	-11

تتكرر بعض الفئات في جدول وآخر وهي تكرارات مقصودة لعناصر لها أكثر من دور ووظيفة في نفس الموقع الإلكتروني والجدول رقم (6) يتضمن مجموعة الوسائل التفاعلية التي يقوم عليها التواصل والتغذية والتغذية العكسية بين المرسل والمستقبل وكما في أدناه.. فئة التليغرام كانت مرافقة لكل خبر أو صورة تنشر في الموقع الإلكتروني لذلك احتلت المرتبة الأولى بنسبة 100% بعدد تكرارات وصل إلى 50 تكراراً أي ضمن كل العينات المدروسة، كذلك البريد الإلكتروني احتل نفس المرتبة بنفس النسبة المئوية 100% وبعدد 50 تكراراً، حيث يتم بث الصحيفة يومياً عبر البريد الإلكتروني إلى عدد كبير من القراء عبر خدمة (المدى في بيتك). أما الفيس بوك فيتم اختيار مواد محددة لا تتجاوز الـ 3-6 أخبار يومية لتنتشر على صفحات الفيس بوك مع روابطها للاستفادة من متابعين الفيس بوك في زيادة عدد قراء الصحيفة الإلكترونية فقد احتل الفيس بوك المرتبة الثالثة بعدد تكرارات 20 تكراراً وبنسبة 40%. وعدد متابعين المدى في الفيس بوك أكثر من (615000) متابع. الفئة الرابعة الخاصة بالتعليقات والتفاعل احتلت المرتبة الرابعة بعدد تكرارات 18 تكراراً بنسبة 36%، وهي بذلك تفوقت على فئة تويتر التي جاءت بالمرتبة الخامسة بعدد تكرارات 12 تكراراً وبنسبة 24% حيث تنشر صحيفة المدى عدداً محدداً من أخبارها السياسية فقط في تويتر إذ يبلغ عدد متابعيها أكثر من (9500) متابع. نفس النسبة ونفس التكرار كان من حصة فئة إنستغرام وهي الفئة الرابعة بعدد تكرارات 12 تكراراً ويبلغ عدد متابعي المدى على الإنستغرام (58900) متابع وتنشر المدى أبرز المواد السياسية أو الاجتماعية إضافة إلى خدمة الصور مع الإشارة إلى الصحيفة دون وضع الروابط. أما باقي أبرز وسائل التواصل الاجتماعي المتداولة مثل (سناب شات، واتس، الفايبر) فاحتلت المرتبة الأخيرة (الخامسة) بنسبة 0% لعدم استخدامها للمشاركة مع الجمهور بل اقتصر على تداول بعض الفيديوهات والأخبار عبر الواتس من قبل المهتمين فقط وفي كروبات خاصة، كذلك ميزة أو إمكانية تحديث المحتوى لم توضع ضمن إمكانات الموقع.

جدول رقم (7) خدمات المستخدم في موقع صحيفة المدى الإلكتروني

المرتبة	النسبة المئوية	التكرار	خدمات المستخدم	ت
الأولى	100%	50	تكبير النص	-1
الأولى	100%	50	الطباعة	-2

3-	البحث	50	100%	الأولى
4-	استطلاعات الرأي	0	0%	الأولى
5-	الترجمة	0	0%	الثانية
6-	الكوكيز	0	0%	الثانية
7-	تسجيل في الموقع	0	0%	الثانية
8-	انتقاء وتعديل البيانات للأوصياء	0	0%	الثانية

في الجدول رقم (7) بينت الباحثة الإمكانيات المتاحة وغير المتاحة في موقع صحيفة المدى الإلكتروني في الصفحة الرئيسية وفي الصفحات الداخلية للموقع. وكانت الفئة الأولى من حصة فئة تكبير النصوص حيث تم وضع الأيقون أعلى كل خبر من الأخبار مراعاة لقراء الموقع من كبار السن ومتابعيه وكانت النسبة المئوية هي 100% بعدد تكرار وصل إلى 50 تكراراً كذلك البحث في الموقع الإلكتروني احتل نفس المرتبة بنفس النسبة وعدد التكرارات، أما الخدمات الأخرى مثل (استطلاعات الرأي، الترجمة، الكوكيز، التسجيل في الموقع، انتقاء وتعديل البيانات للأوصياء) فلم تكن متوفرة في الموقع واحتلت المرتبة الثانية بنسبة 0%.

ثانياً: تحليل صحيفة الصباح:

جدول رقم (1) يبين أهداف الإنفوميديا في موقع صحيفة الصباح الإلكتروني

ت	فقرات أداة التحليل	التكرار	النسبة المئوية	المرتبة
1-	تغيير نمطية العادات القرائية	44	88%	الأولى
		6	12%	الثانية
2-	تكثيف المعلومات الواصلة إلى القارئ	38	76%	الأولى
		12	24%	الثانية
3-	تؤثر على بنية الصحف الإلكترونية	50	100%	الأولى
		0	0%	الثانية
4-	توظيف الإنفوميديا في الصحافة الإلكترونية يسهل التكامل والربط الجغرافي	44	88%	الأولى
		6	12%	الثانية
5-	تنامي التكنولوجيا المتقدمة والذكاء الاصطناعي يمكن أن يصاحبه تراجع في القيم الأخلاقية والسيطرة على اتجاهات الرأي العام	27	54%	الأولى
		23	46%	الثانية
6-	تحث على المشاركة التفاعلية	40	80%	الأولى
		10	20%	الثانية
7-	استخدام الإنفوميديا في المواقع الإلكترونية في شبكة الإنترنت يساعد في سهولة الوصول إلى البيانات وسرعة معالجتها	35	70%	الأولى
		15	30%	الثانية

الأولى	%56	28	نعم	خلق قنوات	-8
الثانية	%44	22	كلا		

الجدول رقم (1) بين رأي المستطلعين بقدرة أدوات الإنفوميديا في التأثير على المتلقي والتغيير في نمطية العادات القرائية بنسبة 88% بينما كان الرأي مخالفاً لباقي المستطلعين وبنسبة 12%، حيث جاءت النسب على التوالي (44-6). وفي فئة رقم 2 الخاصة بتكثيف المعلومات للقارئ بعد استخدام الإنفوميديا فبين 38 من المستطلعين، أي بنسبة 76%، أن المادة تصل القارئ بشكل مكثف أما العدد الآخر كانت إجابتهم عكس ذلك وبنسبة 24%. النسبة الأكبر من المستطلعين في الفئة الثالثة أشار إلى تأثير عناصر الإنفوميديا على بنية موقع الصحيفة الإلكترونية وكانت نسبتهم 100%. أما إجابة المبحوثين على تساؤل الفئة الرابعة والذي يتضمن سؤال توظيف الإنفوميديا في الصحافة الإلكترونية يسهل الربط والتكامل جغرافياً وبشرياً حول العالم فكانت الإجابة للنسبة الأغلب وهي 44 إجابة أن الإنفوميديا سهلت ربط العالم بشرياً وجغرافياً وكانت النسبة 88% من أصل المبحوثين أي بعدد 44 مؤيداً والمعارضين كانوا بنسبة 12% أي بعدد 6. الفئة الخامسة من الاستمارة أشارت إلى تساؤل حول التطور التكنولوجي والذكاء الاصطناعي وتأثيره على توجيه الرأي العام العالمي وانعكاسه على تراجع القيم والأخلاق، وكانت إجابة المبحوثين 27 أجابوا بنعم و23 أجابوا بكلا بنسب (54%-46%) على التوالي. وفيما يخص تأثير عناصر الإنفوميديا في الحث على المشاركة التفاعلية والحصول على التغذية العكسية بالنسبة لوسائل الاتصال ومنها الصحيفة الإلكترونية كما في الفئة السادسة من الاستمارة فجاءت الإجابات بنسبة 80% من المبحوثين بنعم بعدد 40 مبحوث و20% كلا بعدد 10 من المبحوثين.

أما الفئة السابعة في استمارة الاستطلاع فكانت كالتالي، الإجابة بنعم 35 أي بنسبة 70% حيث أشاروا إلى أن استخدام الإنفوميديا في المواقع الإلكترونية في شبكة الإنترنت يساعد في سهولة الوصول إلى البيانات وسرعة معالجتها، والإجابة بكلا 15 مبحوثاً أي بنسبة 30% على خلاف ذلك. الفئة الثامنة والأخيرة من جدول الاستطلاع تضمنت سؤالاً حول خلق القنوات وكسب ثقة قراء في الموقع الإلكتروني لصحيفة الصباح، وكانت الإجابات متقاربة بنسبة 56% مع 44% ضد إمكانية الإنفوميديا على خلق القنوات عند قراء الصحيفة وبحسب الأعداد (28-22) على التوالي.

جدول رقم (2) يبين نسبة الحيز الذي تشغله أدوات الإنفوميديا من موقع جريدة الصباح تصميماً

المرتبة	المساحة بالنسبة للواجهة	أدوات الإنفوميديا	ت
الأولى	%32	الصورة	-1
الثانية	%6	الروابط	-2
الثالثة	%3	الفيديو	-3
الثالثة	%3	الصوت	-4

5-	التعليقات	0%	الرابعة
6-	شاشات البث المباشر	0%	الرابعة
7-	الإعلانات	0%	الرابعة
8-	الخدمات المضافة	0%	الرابعة

الجدول رقم (2) يبين نسبة الحيز الذي تشغله أدوات الإنفوميديا من موقع صحيفة الصباح الإلكترونية.

وبعد تحديدها العناصر التي تضمنت 9 عناصر عبر دراسة موقع صحيفة الصباح ضمن المدة المحددة للبحث وباحتساب المساحات المخصصة لكل عنصر أو أداة من أدوات الإنفوميديا ووسائلها.

كان العنصر الأول (حيز الصورة) بالمرتبة الأولى بنسبة 38% من المساحة الكلية للموقع ضمن أبعاد مساحته الكلية واحتلت الروابط المرتبة الثانية بعد رصد الموقع كانت نسبة الحيز الذي تشغله 6% من مساحة الموقع وتباينت بين روابط مرتبطة بالأخبار المنشورة في الصفحة والروابط الخاصة بخدمات ثابتة ضمن الموقع. فئات الفيديو والصوت كانت بالمرتبة الثالثة بالتساوي بنسبة 3% ولم يأت التساوي مصادفة إذ ارتبط الصوت بالمادة الفيديوية التي تم بثها خلال فترة البحث. وخلال فترة البحث لم يتضمن الموقع أي إشغالات للفئات الأخرى المذكورة في الجدول وهي (التعليقات، البث المباشر، الإعلانات، أو أي خدمات مضافة). إذ كانت المساحة المشار إليها في الجدول 0% لكل منها.

جدول رقم (3) يبين أدوات الإنفوميديا المستخدمة في موقع صحيفة الصباح الإلكتروني

ت	فئات الفنون الصحفية	التكرار	النسبة المئوية	المرتبة
1-	الصورة	50	100%	الأولى
2-	النص	50	100%	الأولى
3-	الصوت	6	12%	الثانية
4-	الفيديو	6	12%	الثانية
5-	الكاريكاتير	0	0%	الثانية
6-	الخرائط	0	0%	الثانية
7-	الجداول	0	0%	الثانية
8-	الاستفتاء	0	0%	الثانية

الجدول رقم (3) يبين أدوات الإنفوميديا الرئيسة ومدى استخدامها في موقع صحيفة الصباح الإلكتروني وتبين من خلال البحث أن الصورة والنص التفاعلي حصلا على المرتبة الأولى بنسبة 100% حيث يتم تفعيل الصور والنصوص لاستخدامها كأداة للإبحار إضافة إلى دورها الأصلي كعنصر تبيوغرافي بالنسبة للنص وكرافيكى بالنسبة للصورة، أما الصوت والفيديو فتكررت في الموقع ضمن بث مواد فيديوية بعدد 6 تكرارات وظهر الصوت مرافقاً للصورة ومثل مانسبته 12% وكان بالمرتبة الثالثة أما باقي العناصر وهي (الكاريكاتير، الخرائط، الجداول، الاستفتاء) فلم تحقق أي تكرار لذلك جاءت بالمرتبة الرابعة بنسبة 0% ومن الملفت عدم تخصيص مساحة للكاريكاتير في الموقع بينما تحرص الجريدة على نشر كاريكاتير يومياً في صفحاتها الورقية.

جدول رقم (4) ميزات أخرى لاستخدام الإنفوميديا في موقع صحيفة الصباح الإلكتروني

المرتبة	النسبة المئوية	التكرار	خدمات أخرى	ت
الأولى	100%	50	الدخول إلى مواقع أخرى عبر الإبحار	-1
الثانية	66%	33	كلمات مفتاحية للإبحار "الإبحار"	-2
الثالثة	0%	0	إعلانات	-3
الثالثة	0%	0	واجهات لمواقع أخرى	-4

الجدول رقم (4) يوضح استخدام آليات أخرى لاستخدام الإنفوميديا في موقع صحيفة الصباح الإلكترونية وتبين للباحثة من خلال متابعة العينات المحددة أن الدخول إلى مواقع أخرى جاء بالمرتبة الأولى بنسبة 100% عبر الدخول إلى مواقع ملاحق الصحيفة ومطبوعاتها وفي المرتبة الثانية بنسبة 66% وبعدد تكرارات 33 تكراراً استخدام عدد من الأيقونات والعناوين ككلمات مفتاحية للإبحار في الموقع والمواقع الأخرى الرديفة. وفيما يخص فئة (الإعلانات، وواجهات لمواقع أخرى) فاعتمد موقع صحيفة الصباح على المحتوى الخاص بالصحيفة وملاحقها ومطبوعاتها ولم يتضمن أية روابط لمواقع رسمية أو خدمات أخرى كما في موقعها السابق والأسبق وحصلت هذه الفئات على المرتبة الثالثة دون تحقيق أي تكرار بنسبة 0%.

جدول رقم (5) يبين الخدمات الأخرى الرديفة في موقع صحيفة الصباح الإلكتروني

المرتبة	النسبة المئوية	التكرار	خدمات أخرى	ت
الأولى	12%	6	فيديو	-1
الثانية	0%	0	حالة الطقس	-2
الثانية	0%	0	إذاعات	-3
الثانية	0%	0	بث مباشر	-4
الثانية	0%	0	العملات	-5
الثانية	0%	0	قنوات تلفزيونية	-6

الجدول رقم (5) يتضمن الفئات المتوقع إضافتها في تصميم المواقع الإلكترونية للصحف والمواقع الإخبارية باعتبارها عناصر مكملة ومتممة للموقع وباعتبارها قيماً مضافة وساندة وتبين من خلال الدراسة أن الموقع لم يتضمن جميع الخدمات المشار إليها ضمن الفئات عدا فئة الفيديو والذي تمثل بنسبة 12% بعدد تكرارات قدرها 6 تكرارات فقط. بينما (حالة الطقس، الإذاعات، البث المباشر، العملات، القنوات التلفزيونية) حصلت على المرتبة الثانية بنسبة 0%.

جدول رقم (6) يبين المشاركة التفاعلية في موقع صحيفة الصباح الإلكتروني

المرتبة	النسبة المئوية	التكرار	أدوات التفاعل	ت
الأولى	100%	50	تيلغرام	-1
الأولى	100%	50	البريد الإلكتروني	-2
الأولى	100%	50	فيس بوك	-3
الأولى	100%	50	تويتر	-4

5-	إنستغرام	50	100%	الأولى
6-	خانة تعليقات تحت الخبر	0	0%	الثانية
7-	سناپ شات	0	0%	الثانية
8-	واتس	0	0%	الثانية
9-	فايبر	0	0%	الثانية
10-	إمكانية تحديث محتوى	0	0%	الثانية
11-	مواقع أخرى	0	0%	الثانية

جدول رقم (6) يوضح المشاركة التفاعلية في موقع الصحيفة الإلكتروني للصبح عبر منصات التواصل الاجتماعي وبيّن الجدول أن الفئات (تيلغرام، البريد الإلكتروني، الفيس بوك، الإنستغرام) احتلت الفئة الأولى بنسبة 100% وبعده تكرارات 50 مرة لكل منها وأعداد متابعيها هو أكثر من 485000 متابع على الفيسبوك ومايزيد عن 14448 متابعاً على تويتر أما الإنستغرام فعدد متابعيه أكثر من 89700.

بينما الفئات (التعليقات تحت الخبر، سناپ شات، واتس، فايبر، إمكانية تحديث محتوى، مواقع أخرى) فلم يحدد لها مساحة في الموقع الإلكتروني ولم تتم الاستفادة من خدماتها واحتلت المرتبة الثانية بنسبة 0%.

جدول رقم (7) خدمات المستخدم في موقع صحيفة الصباح الإلكتروني

ت	خدمات المستخدم	التكرار	النسبة المئوية	المرتبة
1-	تكبير النص	50	100%	الأولى
2-	الطباعة	50	100%	الأولى
3-	البحث	50	100%	الأولى
4-	استطلاعات الرأي	0	0%	الثانية
5-	الترجمة	0	0%	الثانية
6-	الكوكيز	0	0%	الثانية
7-	تسجيل في الموقع	0	0%	الثانية
8-	انتقاء وتعديل البيانات للأوصياء	0	0%	الثانية

الجدول رقم (7) يوضح الإمكانيات المتاحة وغير المتاحة في موقع صحيفة الصباح الإلكتروني في الصفحة الرئيسية وفي الصفحات الداخلية للموقع. واحتلت الفئات (تكبير وتصغير النص، الطباعة، البحث) المرتبة الأولى بنسبة 100% وبعده تكرارات 50 تكراراً، بينما الفئات (استطلاعات الرأي، الترجمة، الكوكيز، تسجيل في الموقع، انتقاء وتعديل البيانات للأوصياء) حصلت على المرتبة الثانية بنسبة 0% إذ لم يستخدم موقع صحيفة الصباح هذه الخدمات ولم تتم الاستفادة منها.

الفصل الرابع

النتائج

ترى الباحثة بمتابعتها للصحف المبحوثة، أن هذه الصحف بنسختها الورقية، حاصلة على ثقة الجمهور العراقي في تحصيل معلوماته، بيد أنها لا تتيح تفاعل وتعليقات الجمهور كونها ورقية، بخلاف النسخة الرقمية المنشورة إلكترونياً من النسخة الورقية- حيث تتمتع بإغناء القارئ عبر الارتباطات التشعبية التي تنقل المتصفح إلى مواضيع ترتبط بالموضوع الذي اختار قراءته. كذلك ترى الباحثة أن الصحف الإلكترونية العراقية أقرب للنسخ الورقية منها إلى الصحافة الرقمية العالمية التي تعتمد على التعرف والوقوف على تفاعل الجمهور ورجع الصدى ليتخذ محرروها قراراتهم في نشر وتعديل موضوعاتهم. وأشارت الباحثة افتقار مواقع الصحف الإلكترونية العراقية للاستغلال الأمثل للوسائط الرقمية كالصوت والفيديو، واعتمدت كلياً في نقل الحدث على النصوص المكتوبة، مما لا يشبع شغف الجمهور في معرفة الحدث من كل جوانبه، ومما قد يجعله يتوجه لطرق أخرى كالفضائيات لتحصيل معلوماته بصورة تشبع رغباته، كذلك يعاني القارئ من ضعف تحديث الأخبار بصورة سريعة فهو يطالع أخباراً في الأغلب قديمة غير محدثة، بينما تعمل الصحف الإلكترونية العالمية على جذب الجمهور بأن تكون أول من يطلعه على الحدث سواء العالمي أو المحلي وتخصص لذلك قسماً للأخبار العاجلة أو آخر الأحداث، تنشر فيه الخبر كسبق لها، فيحقق لها مزيداً من المتابعين، وتغطيات أكثر كفاءة، ولم تستغل المواقع الإعلامية بعمل نصوص تشعبية تنقل القارئ لمواقع تعرض وسائط أخرى. وتتباين اهتمامات الجمهور فيما يطالعونه من أخبار، فقد يفضل أحدهم الأخبار التكنولوجية والثقافية، أو الفنية، أو الرياضية، أو السياسية، إلخ، ويلاحظ أن الصحافة الإلكترونية العراقية لا تتمتع بالمرونة الكافية في استكشاف ميول القراء لإمدادهم بالأخبار المتصلة باهتماماتهم، كما تفتقر الصحافة الإلكترونية العراقية إلى الحلقات النقاشية وعدد منها يفتقر إلى خدمات البريد الإلكتروني وغرف المحادثة ومواقع تبادل الرسائل.

يستطيع الفرد الحصول على أية معلومة نشرتها الصحيفة الإلكترونية دون سؤالها أو أخذ الإذن منها، فعامل الوقت يلعب دوراً رئيساً في سرعة استجابة المتلقي للمادة المنشورة على الموقع.

تؤثر وسائل الإعلام على الجمهور بصور وأشكال متعددة، في بناء وتوصيل وتشكيل الأفكار والمعلومات، لتوجيه الجمهور لسلوك معين، ويكون هذا التأثير هو تغيير يحدث في سلوك الإنسان نتيجة بعض المعلومات التي يستقبلها وتؤثر على مخزونه المعرفي، وتدفعه للقيام بتصرف مغاير للعمل الذي اعتاد عليه.

إن غياب وضعف السمات التي استعرضتها الباحثة من خلال زيارة مواقع العديد من الصحف الإلكترونية العراقية إنما يشير إلى أن هذه الصحف لا تواكب روح العصر الجديد، ولا تستغل الإمكانيات المهيولة التي توفرها ثورة الإنفوميديا في مجال الإعلام الرقمي والصحافة الإلكترونية، مما جعل معظم هذه الصحف تفقد جزءاً من مصداقيتها لدى القارئ العراقي، وأنه من الواجب على هذه الصحف استكمال واستغلال أدواتها الاستغلال الأمثل لتواكب التطور العالمي، والمنافسة عربياً ودولياً في مجالات الإعلام الرقمي الذي تسبقنا فيه العديد من الدول.

أبرز نتائج البحث

- 1- ربط العالم كمجتمع معلوماتي واحد، وإلغاء الحدود الجغرافية.
- 2- تخزين هائل للمعلومات، وسرعة المعالجة والاسترجاع.
- 3- البيانات مورد للتنمية ومادة من المواد الأولية.
- 4- غياب الأخلاق والقيم على المستويات المؤسسي والمجتمعي والفردى.
- 5- توجيه الرأي العام وسيطرته على الاتجاهات الفكرية.
- 6- التوزيع الجغرافي للمعلومات يعتمد على التطور التكنولوجى.
- 7- إتاحة القرصنة وسرقة البيانات وتداولها.
- 8- أصبحت الفايروسات الإلكترونية من الأمور المقلقة.
- 9- حاجز اللغة من عوائق الانتشار والوصول.
- 10- حجب المعلومات يؤثر سلباً في وصول المستفيدين إلى المعلومات الإعلامية والبحثية المطلوبة.
- 11- ظهور المبالاة الإعلامية بعرض أعلى التقنيات على حساب إنتاج المعلومات.
- 12- الاعتماد على الذكاء الاصطناعي وتجاوز العقل البشرى.
- 13- توفير وقت المستخدم.
- 14- اتساع مجال الحرية والتعبير عن الرأي.
- 15- تقليص الرقابة.
- 16- الاستفادة من الأرشفة الإلكترونية، وإتاحة الوصول إلى المعلومة.
- 17- التحديث الأني للمعلومات.
- 18- الاستفادة من تفاعل الجمهور وقياس رجع الصدى.
- 19- انخفاض تكاليف النشر والتوزيع.
- 20- المنافسة في سوق الإعلام وعدم الاحتكار.
- 21- المساهمة في خلق رأي عام مجتمعي حول قضية معينة.
- 22- فرصة للأقلام الشابة والهواة دون اقتصارها على الصحفيين المكرسين.
- 23- عدم الثقة في دقة وصحة المعلومات المنشورة في بعض المواقع.

24- نافذة لنشر الشائعات.

25- عدم وجود ضوابط للحفاظ على قيم المجتمعات.

26- عدم وجود ضوابط للسيطرة على نشر العنف والإرهاب.

27- انتهاك حقوق النشر والملكية الفكرية.

الاستنتاجات:

أدى تفشي وباء كورونا إلى انتشار الوسائط الرقمية بسرعة فقد سارع الناشر لزيادة التوزيع الإلكتروني، وتوعدت منتجاتهم عبر الإنترنت، كذلك فإن صناعة النشر عبر الإنترنت أصبحت تقدم للناشرين عدداً من الفوائد، فمع الكتب الإلكترونية مثلاً، لا يهتم الناشر بعدد الصفحات كما هو الحال في النشر التقليدي، فيمكن أن تكون الكتب الإلكترونية بأي عدد صفحات يراها المؤلف أو الناشر مناسباً، ونفس الحال مع الصحف والمجلات والمدونات الرقمية، فلا يتقيد الناشر بعدد الصفحات وحجمها، مما يشجع على تجريب تنسيقات وقوالب جديدة، كذلك فلا يعاني ناشرو الوسائط الرقمية من قيود ملء عدد محدود من الصفحات، على مواقع الصحف الرقمية، وهو أيضاً ما يمكن قوله بالنسبة للموسيقى ومقاطع الفيديو التي يتم إصدارها على الإنترنت، كذلك قد تم تقليص وقت النشر إلى لا شيء تقريباً، فلم يعد على الناشرين انتظار فترات تأخير الإنتاج، فيمكن نشر الوسائط الرقمية بسرعة، فقد كان الحصول على التكنولوجيا الحاسوبية محفوظاً داخل الشركات، لذا فإن وضع الطاقة الرقمية في أيدي العديد من البشر كان له تأثير كبير على جميع جوانب الوجود الإنساني.

التوصيات: توصي الباحثة بالآتي:

- 1- ضرورة الاهتمام بموضوعة التقنيات الحديثة في مناهج التدريس المقررة في كليات الفنون الجميلة وكليات ومعاهد الإعلام.
- 2- ضرورة قيام المؤسسات الإعلامية سواء كانت حكومية أم أهلية بإشراك منتسبيها وإعلاميها وفنييها في دورات متقدمة حول أحدث الابتكارات التقنية العالمية.
- 3- من المهم ترجمة العديد من الكتب والمصادر المتعلقة بموضوع تقنيات الإعلام ووسائل التواصل الاجتماعي نظراً لتأثيرها الكبير في المتلقين وكذلك في اتجاهات الرأي العام.
- 4- كذلك فإنه من الواجب على الدولة إصدار التشريعات والقوانين اللازمة وتقديم التدريب والدعم الملائم لتشجيع هذا الركن الهام من الإعلام العراقي، لما فيه من مصوغات تمكنه من النجاح والتميز.

Abstract**The role of infomedia in journalism and its impact on electronic newspaper websites on the Internet****By GHADAH H. MOHAMMED**

The info media revolution had a great impact on aspects of life on the planet, and these manifestations varied from the discovery of supercomputers, then personal computers, the emergence of the Internet, the discovery of smart phones and modern operating systems. In recent years, a tremendous development thanks to scientific progress and the technological revolution witnessed by the twentieth century. The media has become a fundamental role in raising the public to the issues and problems at hand, as the media is a major source that the public resorts to in eliciting information on all its political matters, and with the development in societies, a new concept had to be created to keep pace with the progress that took place in the media field. To the Internet to see and interact with developments, from the habits to the personality of individuals. The research deals with the impact of info media on the electronic press and its development since its inception until now, the types of electronic newspapers, and the characteristics and characteristics of the electronic press. as a result of the rapid development in the means of communication and the new technologies on it, such as communication via high-speed optical fibers, and modern communication satellites, As well as the latest software and operating systems, such as artificial intelligence technology and its impact on news gathering and editing, interaction with the public, and blockchain technology and its expected impact on digital journalism. And digital processing chips that are developing every day, and the research is also exposed to the pros and cons of the information media revolution and digital journalism, the impact of digital media on the public, and the digital media's benefit from one of the repercussions of the Corona epidemic, which is that people resort not to leave their homes during the outbreak of the disease and get their information from the press and media sites.

الهوامش

(1) أحمد اسماعيلي - أيديولوجيا الإعلام الجديد والوعي الزائف مقاربة في استراتيجيات الإقناع وصناعة الواقع - مجلة الدراسات الإعلامية - المركز الديمقراطي العربي - برلين - ألمانيا - العدد الثامن - 2019

(2) <https://ara.kagutech.com/>

(3) <http://urfreeandme.blogspot.com/>

(4) عثمان ممدوح عبد الهادي - لتكنولوجيا ومدرسة المستقبل للواقع والمأمول - بحث مقدم إلى ندوة " مدرسة المستقبل " - كلية التربية جامعة الملك سعود - 2002

(5) <https://en.wikipedia.org/>

(6) Javier Díaz Noci - A HISTORY OF JOURNALISM ON THE INTERNET -- Universitat Pompeu Fabra - 2013
 (7) إبراهيم راشد - التكنولوجيا والصحافة في دولة الإمارات العربية المتحدة، رسالة ماجستير جامعة ويلز، كليات كارديف، 1999

- (8) أمينة صبري -إطلالة على مستقبل نظم الاتصال، مجلة الفن الإذاعي، العدد 198، 2010
- (9) فاطمة صابي- تأثير تقنيات النشر الإلكتروني على أداء القائم بالاتصال في الصحافة الإلكترونية- جامعة الجزائر- مجلة العلوم الاجتماعية والإنسانية مجلد 10 العدد 1- 2020
- (10) هبة أحمد الديب -تأثير ثقافة الإعلام الجديد على بعض أقاليم اجتماعية في المجتمع الإماراتي- بحث مقدم لكلية الإمارات للتكنولوجيا- منشور بمجلة 2019 -Route Educational & Social Science Journal
- (11) Florence Martin -Effects of Practice in a Linear and Non-linear Web-based Learning Environment - University of North Carolina at Charlotte 2008 -
- (12) عبد الرزاق محمد الدلمي- الصحافة الإلكترونية والتكنولوجيا الرقمية، عمان، دار الثقافة للنشر والتوزيع 2011
- (13) سعيد غريب- الصحافة الإلكترونية والورقية، دراسة مقارنة في المفهوم والسمات الأساسية بالتطبيق على الصحف الإلكترونية المصرية، المجلة المصرية لبحوث الإعلام، العدد 12- 2001
- (14) خالد محمد غازي، الصحافة الإلكترونية العربية الالتزام والتجاوز في الخطاب والطرح، أطروحة دكتوراه (منشورة) كلية الإعلام، جامعة phu الأمريكية 2009
- (15) خليل، محمود- الصحافة الإلكترونية: اسس بناء الانظمة التطبيقية في التحرير الصحفي، القاهرة، العربي للنشر والتوزيع، (1997)
- (16) أسامة محمود شريف- مستقبل الصحافة المطبوعة والصحيفة الإلكترونية، عمان، بحوث الندوة العلمية للمؤتمر العام التاسع لاتحاد الصحفيين العرب، 2000
- (17) محمد جاسم فليحي الموسوي، اتجاهات إعلامية معاصرة، مقرر الفصل الأول/ مرحلة الماجستير، الأكاديمية العربية في الدنمارك
- (18) عائشة قره- تأثير النشاط النسوي الافتراضي على النساء عبر مواقع التواصل الاجتماعي- مجلة الدراسات الإعلامية - المركز الديمقراطي العربي- برلين- ألمانيا- العدد الثامن- 2019
- * - د. انتصار رسمي موسى
- د. سهام حسن علي الشجيري
- د. سحر خليفة سالم
- المراجع والمصادر**
المراجع العربية:
- 1- فاروق أبو زيد - مدخل إلى علم الصحافة، القاهرة، عالم الكتب، (1986)
- 2- صادق عباس موسى -صحافة الإنترنت وقواعد النشر الإلكتروني، أبو ظبي، الظفرة للطباعة، (2001)
- 3- فايز عبد الله الشهري- تجربة الصحافة الإلكترونية العربية على شبكة الإنترنت، أطروحة دكتوراه- جامعة شيفيلد- إنجلترا- 1999
- 4- محمد جمال الفار- معجم المصطلحات الإعلامية- دار أسامة للنشر والتوزيع- عمان - الأردن- 2014
- 5- حسنين شفيق: الإعلام الجديد والجرائم الإلكترونية، دار فكر وفن، مدينة السادس من أكتوبر، الجيزة، مصر، 2015
- 6- حورية بولعويدات - استخدام تكنولوجيا الاتصال الحديثة في المؤسسة الاقتصادية الجزائرية -رسالة ماجستير- جامعة منتوري 2007
- 7- منال محمود كريم حموري- أثر الثورة المعلوماتية وثورة الاتصالات على التحولات السياسية والأمنية في المنطقة العربية - رسالة ماجستير - قسم العلوم السياسية كلية الآداب والعلوم جامعة الشرق الأوسط -2018
- 8- فرانك كيلش- ثورة الإنفوميديا - ترجمة: حسام الدين زكريا- سلسلة عالم المعرفة- العدد 253 - الكويت - 2000

- 9- محمد عبد الظاهر، صحافة الذكاء الاصطناعي، الثورة الصناعية الرابعة وإعادة هيكلة وسائل الإعلام، مؤسسة صحافة الذكاء الاصطناعي للبحث والاستشراف، الإمارات، 2019.
- 10- أحمد علي محمد الزهراني ومروة عطية محمد عطية- الصحافة والإعلام الرقمي في عصر الذكاء الاصطناعي- جدة، - 2020
- 11- صالح خليل أبو إصبع، -الاتصال والإعلام في الدول المعاصرة، عمان، آرام للدراسات والنشر والتوزيع، 1995
- 12- محمد جاسم فليحي الموسوي، اتجاهات إعلامية معاصرة، مقرر الفصل الأول/ مرحلة الماجستير، الأكاديمية العربية في الدنمارك
- 13- إبراهيم راشد- التكنولوجيا والصحافة في دولة الإمارات العربية المتحدة، رسالة ماجستير جامعة ويلز، كليات كارديف، 1999
- 14- غالب النوايسة، مصادر المعلومات في المكتبات ومراكز المعلومات، عمان، دار صفاء للنشر والتوزيع 2003
- 15- رضا عبد الواحد أمين- الصحافة الإلكترونية، القاهرة، دار الفجر للنشر والتوزيع 2007
- 16- سيف عبد الحكيم طارش -استخدامات الإنترنت في وسائل الإعلام العراقية، رسالة ماجستير -كلية الإعلام جامعة بغداد 2002
- 17- أحمد الصالح، المواقع الصحفية الإلكترونية العراقية على شبكة الإنترنت، رسالة ماجستير، 2008
- 18- عبد الرزاق محمد الدليمي -الصحافة الإلكترونية والتكنولوجيا الرقمية، عمان، دار الثقافة للنشر والتوزيع 2011
- 19- خالد محمد غازي، الصحافة الإلكترونية العربية الالتزام والتجاوز في الخطاب والطرح، أطروحة دكتوراه (منشورة) كلية الإعلام، جامعةphu الأمريكية 2009
- 20- خليل، محمود - الصحافة الإلكترونية: أسس بناء الأنظمة التطبيقية في التحرير الصحفي، القاهرة، العربي للنشر والتوزيع، (1997)
- 21- آمال وهاب عبد الله العنبيكي، هالة صلاح الحديثي- بحث بعنوان مسارات الثورة المعلوماتية والتكنولوجيا وأثارها على حقوق الإنسان- كلية القانون والعلوم السياسية / جامعة كركوك
- 22- أمل دكاك، أحمد الأصفر- مدخل إلى علم الاجتماع الإعلامي- من منشورات الجامعة الافتراضية السورية-سوريا- 2020
- 23- كمال الحاج- نظريات الإعلام والاتصال- من منشورات الجامعة الافتراضية السورية-سوريا- 2020
- 24- جليل وادي، أياد خليل - الصحافة الإلكترونية في العراق- بحث منشور في مجلة الباحث الإعلامي- العدد 17 - 2013.
- مؤتمرات ومجلات علمية:**
- 1- أحمد إسماعيلي - أيديولوجيا الإعلام الجديد والوعي الزائف مقارنة في استراتيجيات الإقناع وصناعة الواقع -مجلة الدراسات الإعلامية - المركز الديمقراطي العربي- برلين- ألمانيا- العدد الثامن-2019
- 2- عمرو محمد محمود عبد الحميد -توظيف تطبيقات الذكاء الاصطناعي في إنتاج المحتوى الإعلامي وعلاقتها بمصادقته لدى الجمهور المصري- مجلة البحوث الإعلامية- جامعة الأزهر/كلية الإعلام- العدد 55 الجزء الخامس- مصر- 2020
- 3- هبة عبد المنعم، محمد إسماعيل- مشروع بحثي حول الانعكاسات الاقتصادية للثورة الصناعية الرابعة-منشورات صندوق النقد العربي- أبو ظبي-الإمارات- 2021

- 4- عثمان ممدوح عبد الهادي- التكنولوجيا ومدرسة المستقبل الواقع والمأمول- بحث مقدم إلى ندوة " مدرسة المستقبل"- كلية التربية جامعة الملك سعود-2002
- 5- أمينة صبري-إطلالة على مستقبل نظم الاتصال، مجلة الفن الإذاعي، العدد 198، 2010
- 6- فاطمة صابي- تأثير تقنيات النشر الإلكتروني على أداء القائم بالاتصال في الصحافة الإلكترونية- جامعة الجزائر- مجلة العلوم الاجتماعية والإنسانية مجلد 10 العدد1- 2020
- 7- نجوى عبد السلام فهمي، - تجربة الصحافة الإلكترونية المصرية والعربية.. الواقع وآفاق المستقبل، المجلة المصرية لبحوث الإعلام العدد 4 ديسمبر 1998
- 8- هبة أحمد الديب- تأثير ثقافة الإعلام الجديد على بعض القيم الاجتماعية في المجتمع الإماراتي- بحث مقدم لكلية الإمارات للتكنولوجيا- منشور بمجلة 2019- Route Educational & Social Science Journal
- 9- سعيد غريب- الصحف الإلكترونية والورقية، دراسة مقارنة في المفهوم والسمات الأساسية بالتطبيق على الصحف الإلكترونية المصرية، المجلة المصرية لبحوث الإعلام، العدد 12- 2001
- 10- أسامة محمود شريف- مستقبل الصحافة المطبوعة والصحافة الإلكترونية، عمان، بحوث الندوة العلمية للمؤتمر العام التاسع لاتحاد الصحفيين العرب، 2000
- 11- عائشة قرّة- تأثير النشاط النسوي الافتراضي على النساء عبر مواقع التواصل الاجتماعي- مجلة الدراسات الإعلامية - المركز الديمقراطي العربي- برلين- ألمانيا- العدد الثامن-2019
- 12- هبة أحمد الديب- تأثير ثقافة الإعلام الجديد على بعض القيم الاجتماعية في المجتمع الإماراتي- بحث مقدم لكلية الإمارات للتكنولوجيا- منشور بمجلة 2019- Route Educational & Social Science Journal
- 13- ثامر كامل محمد- العولمة من منظور ثورة المعلومات وتكنولوجيا الاتصال وآليات حراكها في الوطن العربي مجلة العلوم السياسية عدد رقم 37 خاص بالذكرى الخمسين لتدريس العلوم السياسية في العراق.

مراجع اجنبية:

- 1-Aleksandra Uzelac- How to understand digital culture- Institute for International Relations- Zagreb, 2008
- 2 -Javier Díaz Noci- A HISTORY OF JOURNALISM ON THE INTERNET-- Universitat Pompeu Fabra- 2013
- 3-Florence Martin- Effects of Practice in a Linear and Non-linear Web-based Learning Environment- University of North Carolina at Charlotte- 2008

المواقع الإلكترونية:

- <http://ar.wikipedia.org>
[/https://en.wikipedia.org/](https://en.wikipedia.org/)
<http://www.dahsha.com>
<http://www.khayma.com>
<https://www.oracle.com>
<https://www.un.org/>
<http://zo0o0zo0oz0o0zoz.blogspot.com/>
<http://mediacom.jeeran.com/>
<https://egyptinnovate.com/>
<http://urfreeandme.blogspot.com/>
<https://www.un.org/>

<https://www.inderscience.com/>

<https://www.tandfonline.com/>

<https://ara.kagutech.com/>

- الموسوعة الإعلامية، نشأة الصحافة الإلكترونية، <http://mediacom.jeeran.com>

- توفيق أبو شمرة، أسباب تألق وانطفاء المواقع الصحفية الإلكترونية بسرعة على الرابط:

<http://www.alhiwar.net/ShowNews>

- لقاء عبر برنامج ديجيتال مع الدكتور وليد السقاف- منشور بتقنية البودكاست على موقع مونت كارلو الدولية -

<https://www.mc-doualiya.com>

جامعة بغداد
كلية الفنون الجميلة
قسم التصميم/ الطباعي

م / استطلاع لآراء لجنة الخبراء بخصوص أداة البحث
الأستاذ المحترمة.

تحية طيبة..

.. ترمي الباحثة إلى اختيار أداة تحليل لدراساتها الموسومة (دور الإنفوميديا في الصحافة وأثرها على مواقع الصحف الإلكترونية في شبكة الإنترنت) وقد أعدت استمارة استفتاء تتضمن فقرات المعيار اعتمدت فيها مؤشرات الإطار النظري كأداة للبحث، وكذلك ارتأت الباحثة عرض الاستفتاء عليكم لما تعهده فيكم من خبرة علمية في تحديد صلاحية الفقرات الواردة وتعديل ما يحتاج إلى التقويم أو حذف أو إضافة فقرات أخرى إن وجب الأمر ذلك.

شاكراً لكم تعاونكم الجليل خدمة للبحث العلمي

ملاحظة:

يرجى تثبيت آراءكم في الاستمارة المخصصة والمرفقة وفقاً لما يأتي:

- 1- إذا كانت الفقرة مناسبة الرجاء وضع علامة (√) أمام رقم الفقرة في العمود (يتحقق).
- 2- إذا كانت الفقرة غير مناسبة الرجاء وضع علامة (x) أمام رقم الفقرة في العمود (لا يتحقق).
- 3- إذا كانت الفقرة نوعاً ما تؤثر بعلامة (√) مع ذكر التعديل في الملاحظات.

الباحثة

م.د. غادة حسين محمد العاملي

تقنيات المعلومات

نوعاً ما	لا يتحقق	يتحقق	الإجابة	فقرات أداة التحليل	ت
			نعم	تغيير نمطية العادات القرائية	-1
			كلا		
			نعم	تكثيف المعلومات الواصلة إلى القارئ	-2
			كلا		
			نعم	تؤثر على بنية الصحف الإلكترونية	-3
			كلا		
			نعم	توظيف الإنفوميديا في الصحافة الإلكترونية يسهل التكامل والربط الجغرافي.	-4
			كلا		
			نعم	تتامي التكنولوجيا المتقدمة والذكاء الاصطناعي يمكن أن يصاحبه تراجع في القيم الأخلاقية والسيطرة على اتجاهات الرأي العام.	-5
			كلا		
			نعم	تحت على المشاركة التفاعلية	-6
			كلا		
			نعم	استخدام الإنفوميديا في المواقع الإلكترونية على شبكة الإنترنت يساعد في سهولة الوصول إلى البيانات وسرعة معالجتها.	-7
			كلا		
			نعم	خلق قنوات لدى الجمهور	-8
			كلا		

الملاحظات:

الخبير العلمي
الدرجة العلمية