

المواقع الالكترونية للقنوات
التلفزيونية الفضائية
بين
الدور الإعلامي والأداء التفاعلي
(دراسة تحليلية لموقع قناة CNN
الأمريكية باللغة العربية)

محمد إبراهيم عبد الله الزبيدي

كلية الإعلام

مقدمة

يشهد العالم اليوم اهتماماً متصاعداً بوسائل الاتصال، إذ يلاحظ إنَّ التركيز ينصب على الأدوات الناقلة للأفكار والمعاني أكثر من التركيز على المعاني نفسها. لذلك لابد من طرح تساؤل مشروع حول التقنيات الحديثة ودورها في تطوير عمل وسائل الإعلام، وكيف تتعامل هذه الوسائل مع التطورات التكنولوجية المتسارعة.

وتعد شبكة المعلومات (الانترنت) والحاسوب (الكمبيوتر) من أهم التطورات التكنولوجية في مجال تناقل المعلومات بين أكثر من طرف، نظراً لتطور خدماتها الإعلامية والتفاعلية، ونتيجةً لظهور الاحتمالات المرسومة بانصراف الجمهور عن التعرض لوسائل الإعلام واستبدال الانترنت بها، الأمر الذي دفع وسائل الإعلام لإستئجار مواقع (sites) دائمة على الشبكة، لجذب مزيد من جمهور المتلقين- الذين يتزايد عددهم في استعمال شبكة المعلومات الدولية- إلى المواد الإعلامية التي تعرض في هذه المواقع، لذا جاءت مشكلة البحث لتحديد علاقة وسيلة الإعلام- التلفزيون بشبكة الانترنت، وكيف يتم الاستفادة من هذه الشبكة الالكترونية في التواصل الإعلامي، ومدى أدائها التفاعلي في جذب أكبر عدد من المتلقين.

فقد أنشئت كثير من الصحف وقنوات التلفزيون ودور النشر مواقع الكترونية لها على الشبكة المعلوماتية، ومعظم هذه المواقع حديثة العهد وليست بالقديمة، ولذلك قمنا باختيار إحدى هذه المواقع الالكترونية؛ للقيام بعملية تحليل لها، لمعرفة محتوياتها وكيفية تعاملها مع المادة الإعلامية التي تقدم للجمهور، وقد وقع اختيارنا على موقع قناة (CNN) الأمريكية باللغة العربية لما تمتاز به هذه القناة التلفزيونية من شهرة عالمية، فقد جاءت ضمن المواقع الأكثر شعبية بحسب إحصائيات (أليكسا) * لعام (٢٠١١)^(١)، والتي يُفترضُ أنها الأكثر تجسيداُ لمدى استفادة وسائل الإعلام من شبكة الانترنت، فالقناة تروج لموقعها الإخباري الناجح على الانترنت من خلال برامجها التلفزيونية بشكل دائم إذ تشير الدراسات الى إنَّ موقع قناة (CNN) يزوره أكثر من (٤) ملايين زائر شهرياً^(٢)، ومن هنا اكتسب البحث أهميته لتناوله موقعاً متميزاً لم يخضع للدراسة، إذ لم يجد الباحث إي دراسة تتناول المواقع الالكترونية لأي قناة تلفزيونية فضائية، على الرغم من زيارته المتكررة للمكتبات الإعلامية في الجامعات العراقية، في الوقت الذي تعددت فيه الدراسات

والبحوث في مجال الصحافة الالكترونية ومواقعها، ودراسات حول تقنية وخدمات الانترنت بشكل واسع.

ويهدف البحث إلى معرفة مدى استثمار قناة (CNN) الإخبارية للمزايا التقنية والخدمات التفاعلية التي توفرها شبكة المعلومات الدولية (الانترنت)، ودرجة توفير موقع القناة لعناصر المحتوى- التفاعلية، التي تدعم الوسيلة الإعلامية، بأساليب تحليلية- وهذه العملية التقييمية تمثل البداية الضرورية لوضع التصورات والحلول المناسبة لجوانب القصور في الخدمة الالكترونية على شبكة الانترنت.

وتعد هذه الدراسة من البحوث الوصفية التي تعتمد على مناهج بحثية متعددة بهدف الوصول الى نتائج علمية، وتستهدف تصوير وتحليل وتقييم خصائص مجموعة معينة أو موقف معين يغلب عليه صفة التحديد، والمنهج المعتمد عليه لتحقيق هذا الهدف هو المنهج المسحي، بهدف تكوين القاعدة الأساسية من البيانات والمعلومات المطلوبة في مجال الإعلام الالكتروني وتحديد مدى كفاءة الأوضاع القائمة في هذا المجال، عن طريق مقارنة المعلومات التي تم الحصول عليها بمستوى ومقياس سبق اختيارهما وإعدادهما، واعتمدت الدراسة على أداة (تحليل المضمون) بشكل رئيس، وصممت (مقياسين كميّين) يهدف الاول لقياس مستوى كفاءة وتفاعلية عناصر البناء في الصفحة الافتتاحية للموقع الالكتروني ويقيس الثاني مستوى دعم الموقع الالكتروني للوسيلة الإعلامية التي يصدر عنها.

وبعد تحديد فئات ووحدات التحليل، أنهى الباحث إجراءات الصدق والثبات عن طريق عرض استمارة التحليل على مجموعة من المحكمين* من أساتذة الصحافة والإعلام ومناهج البحث، ثم تحليل (٤٠%) من عينة الموقع، بالاستعانة بباحث آخر بواقع (٤) جداول، وبلغت نسبة الثبات (٩٣%) وفقا لمعادلة هولستي (Holisti)، وهي نسبة تدل على ثبات المقياس.

وضم البحث ثلاث مباحث، ناقش الأول منها التقنيات الحديثة ودورها في تطوير عمل وسائل الإعلام، والمبحث الثاني وضح اثر الإعلام الالكتروني في التداول المعلوماتي، أما المبحث الثالث فأشتمل الدراسة الميدانية، ليلبغ ذروة سنام الأمر بالنتائج

والتوصيات، ولكون الموضوع جديد وهو وليد عصرنا الراهن، لذا اعتمدنا على المصادر الحديثة في مجال تكنولوجيا الإعلام والمعلوماتية.

المبحث الأول التقنيات الحديثة ودورها في تطوير عمل وسائل الإعلام

أولاً: التطور التقني لتكنولوجيا الاتصال ووسائل الإعلام.

لقد مرت تكنولوجيا الاتصال *** (Communications Technology) ووسائل الإعلام بمراحل تطور متعددة منذ العصور الأولى في تاريخ البشرية، وقد حدثت عبر مختلف مراحل الوجود الإنساني ثورات للاتصال، وكل ثورة منها أنتجت وسيلة يمكن من خلالها إحداث تغيير كبير في الفكر الإنساني وفي تنظيم المجتمع وزيادة الرصيد الحضاري للبشرية.

إذا كان الاتصال قد بدأ بدائياً في ممارساته ودلالاته الرمزية عبر الإشارات الصوتية والحركية والوسائل غير اللفظية لنقل الرسائل، فإنَّ تطور اللغة قد أوجد فهماً جديداً لعملية الاتصال ومضمونه. ومن ثمَّ أصبحت الكتابة إحدى المنجزات الكبيرة للإنسان في عملية نقل الرسائل المعرفية والحياتية وتبادل الخبرات الثقافية والإنسانية. وقد تطور الاتصال من كونه عملية تقليدية وفردية إلى أن أصبح مؤسسياً يحتوي على قدر من التنظيم والخبرات، خاصة في المجتمعات الأكثر تعقيداً وتطوراً ولكن الاتصال بقي محدوداً في إطار مكاني محدد لأسباب تعود إلى تقليدية الاتصال ولهذا كانت الأنباء تنسم بمحدودية النطاق وعشوائية المصدر والجمهور، ومضامينها تتجه إلى مساندة التقاليد والسلطة وتكرس مفاهيم وأفكار الحاكم أو الآلهة^(٣).

ويمكن عدُّ تاريخ اختراع الطباعة بداية للاتصال في العلم الحديث ومن ثمَّ اكتشاف الورق الذي استعمله الصينيون في القرن الأول بعد الميلاد، ومن بعدهم العرب في منتصف القرن الثامن الميلادي، وأوروبيون في بداية القرن الرابع عشر، إذ أصبح الكتاب يشكل ظاهرة جديدة في عملية الاتصال برغم محدوديته آنذاك^(٤).

وأما في العصر الحديث فقد شهد ظهور التكنولوجيا الحديثة في مجال الاتصال والإعلام خاصة في مجال الإشارات والرسائل واستقبالها إذ اكتشف الحاكي

(الفوتوغراف) في بداية النصف الثاني من القرن الماضي، و(التلغراف) عام (١٨٤٠)، والرسالة (البرقية) عام (١٨٤٤)، والرسالة (التفونية السلكية) عام (١٨٧٦)، وإرسال واستقبال وسائل لا سلكية عام (١٨٩٥)، وبث الصوت الإنساني عبر الإذاعة عام (١٩٠٦)، والتصوير الفوتوغرافي عام (١٨٣٩)، وتصوير أول فيلم في (١٨٩٤)، وإذاعة أول صورة تلفزيونية عام (١٩٢٣)، والإرسال التلفزيوني الملون عام ١٩٥٤، وبدأ تشغيل أول كابل تليفوني عبر الاطلنطي عام (١٩٥٦)، وأخيراً تم إطلاق أول قمر صناعي تجاري للاتصالات عام (١٩٦٢)، وبدأ نظامان دوليان كبيران للأقمار الصناعية (انتلسات) و(انترسيونيك) في عام (١٩٥٦ و ١٩٧١) على التوالي ممّا ساعد على تعميق مفهوم الاتصال الدولي^(٥).

إلا إن النصف الثاني من القرن العشرين شهد تقدماً في مجال التكنولوجيا عادل كل ما تحقق من عدة قرون سابقة، ولعلّ أبرز مظاهر التكنولوجيا ذلك الاندماج الذي حدث بين ظاهرتي تفجر المعلومات وثورة الاتصال، ويتمثل المظهر البارز لتفجر المعلومات في استعمال الحاسب الالكتروني لتخزين واسترجاع خلاصة ما أنتجه الفكر البشري في أقل حيز متاح وبأسرع وقت ممكن، أما ثورة الاتصال الخامسة فقد تجسدت في استعمال الأقمار ونقل الأنباء والبيانات والصور عبر الدول والقارات بطريقة فورية^(٦).

«واستطاعت تكنولوجيا الاتصال والمعلومات التي غزت العالم بتقنياتها المتطورة أن تؤثر على الأداء الصحفي والإعلامي لوسائل الإعلام المختلفة بما يؤدي الى تحسينها وتطور أدائها الفني والمهني بخاصة بعد أن شهد العالم وما يزال ثورة تكنولوجية شاملة أحدثت تغيرات جذرية في نواحي الحياة كافة، وإنّ التطور والتغيير أصبحا سمة من سمات عالمنا المعاصر، وليصبا تعبيراً عن الثورة التكنولوجية تلك»^(٧).

وأدى إنصهار هذه الثورة مع الإعلام إلى جلب الكثير من الصحف إلى البيوت عبر الكابلات والستلايت، وإنّ شبكة الانترنت وضعتنا على اتصال مباشر مع أيّ مكان في العالم، وأصبحت الكمية لا تحصى من تبادل المعلومات ونقلها^(٨).

إنَّ تأثير تكنولوجيا الإعلام قد طال الصحافة شأنها بذلك شأن جميع وسائل الإعلام الأخرى، لتجد - الصحافة - نفسها داخل وسيط يحتمل أن يكون بديلاً للورق في نقل الصحيفة إلى يد القارئ، عن طريق الشبكة العالمية للمعلومات (الانترنت).

ولهذا النوع من الصحافة مميزات وسمات وخصائص متعددة جذبت القراء، وأستغلها الناشرون، لتبدأ مرحلة (الصحافة الالكترونية) التي غزت العالم في بداية التسعينات من القرن الماضي، ولتنتسج هذه الظاهرة لتصل إلى عالمنا العربي بعد أن أصبحت أرقام استعمال الانترنت والكومبيوتر في إزدياد مضطرد^(٩).

وبصفة عامة فقد أتاح التطور التكنولوجي في أساليب الاتصال فرصة جمع وتخزين وإسترجاع ونشر ونقل حجم هائل من المعلومات والبيانات الإعلامية على نطاق واسع، بدرجة فائقة من الدقة والسرعة، وبذلك هيأت أجهزة الاتصالات الحديثة فرصة توافر معلومات وبيانات حديثة للجماهير وكذلك سرعة إعداد النشرات والرسائل الإخبارية وتخطيط الحملات الإعلامية وتنفيذها، وإعداد بيانات مسح اتجاهات الجماهير، ويعد الحاسب الالكتروني، والنقل بالأقمار الاصطناعية وأشرطة الفيديو تيبب والفيديوتكس والتليفاكس وآلات النسخ ذات السرعة العالية، من أهم التطورات البارزة في أساليب الاتصال الالكتروني، وأدواته فضلاً عن الهاتف الدولي والتليتكس الفاكسميل^(١٠).

لقد تحقق بفضل تكنولوجيا الاتصال إلغاء المكان والزمان معاً، ولم يعد العالم مجرد قرية صغيرة، كما وصفه عالم الاتصال الكندي (ماكلوهان) بل أضحت شاشة بحجم اليد.

ثانياً؛ سمات تكنولوجيا الاتصال الحديثة

لقد هيأ التطور التكنولوجي أدوات اتصال متطورة لنقل الرسائل الإخبارية والإعلامية بسرعة ودقة عاليتين وبشكل أكثر جاذبية وبمرونة واسعة، ولعل الانترنت هو أحدث التقنيات المعلوماتية الحديثة والأكثر أهمية.

ويمكن أن نحدد أهم سمات تكنولوجيا هذه التقنية بما يأتي^(١١):

١- التفاعلية: وتطلق هذه السمة على الدرجة التي يكون فيها المشاركون في عملية الاتصال ذو تأثير على ادوار الآخرين وباستطاعتهم تبادلها.

- ٢- اللامهايرية: وتعني أنَّ الرسالة الاتصالية من الممكن أن تتوجه إلى فرد واحد أو إلى جماعة معينة وليس إلى جماهير ضخمة كما كان في الماضي.
- ٣- اللاتزامنية: وتعني إمكانية إرسال الرسائل واستقبالها في وقت مناسب للفرد والمستخدم ولا تتطلب من كل المشاركين أن يستعملوا النظام في الوقت نفسه.
- ٤- قابلية التحرك أو الحركية: هناك وسائل اتصالية كثيرة يمكن لمستخدميها الاستفادة منها في الاتصال من أي مكان إلى آخر في إنشاء حركته، مثل التليفون والهاتف النقال، تليفون السيارة.
- ٥- قابلية التحويل: وهي قدرة وسائل الاتصال على نقل المعلومات من وسيط لآخر كالتقنيات التي يمكنها تحويل الرسالة المسموعة إلى مطبوعة وبالعكس.
- ٦- قابلية التوصيل: إمكانية توصيل الأجهزة الاتصالية بتنوع أكبر من أجهزة أخرى بغض النظر عن الشركة الصانعة لها أو البلد المصنَّع.
- ٧- الشبوع أو الانتشار: ويعني الانتشار المنهجي لنظام وسائل الاتصال حول العالم وفي داخل كل طبقة من طبقات المجتمع.
- ٨- الانتقائية: أي أنَّ المستخدمين هم الذين يقومون بأنفسهم باختيار نوعية الموضوعات التي يتعرضون لها عن خلال الشبكة.
- ٩- الكونية: إنَّ البيئة الأساسية الجديدة لوسائل الاتصال هي بيئة عالمية دولية لا تعرف الحدود.

ثالثاً: التلفزيون في عصر التكنولوجيا

على إثر ظهور الإشكال الجديدة لتكنولوجيا الاتصال، شهد التلفزيون تغيرات ضخمة وابتكارات جديدة، تركت آثار بصماتها في حقل الأجهزة على كافة قطاعات الإنتاج والتشغيل والصيانة والإرسال.

فلم تعد أهمية التلفزيون وتفوقه على وسائل الاتصال الجماهيرية الأخرى موضع شك في جميع الدراسات والبحوث، إذ أصبح من البديهيات المعروفة في الأوساط الإعلامية القول: إنَّ التلفزيون يمثل اليوم الأداة الأكثر تأثيراً، حتى أصبح بعضهم يصف عصرنا بأنه (عصر الشاشة) أو (عصر الصورة الحية) وفي السنوات العشر الأخيرة

استطاع البث التلفزيوني في إطار شبكة المعلومات العالمية، أن يقوم بتقديم خدمات معلوماتية أوسع من الدور الإعلامي الذي كان محصوراً فيه، مثل: خدمات (الفيديو تيكس) و(التلتيكس)، والاتصال المباشر بقواعد البيانات والهواتف المحمولة والبريد الإلكتروني والمؤثرات عن بعد التي أصبحت تسمى بشبكة الانترنت^(١٢).

«وقد جاء البث التلفزيون الرقمي ليمثل طفرة هائلة في مجال البث التلفازي، إذ توفر التقنية الرقمية (Digital) نوعية أفضل واعتمادية أعلى بحجم وسعر أقل، كما وأنها فتحت مجالات واسعة أمام إزدياد عدد القنوات الإذاعية والتلفازية وظهور الخدمات المتعددة التي تندمج فيها الأنظمة الإعلامية والحاسوبية والاتصالية»^(١٣).

ولا نبالغ إذا قلنا إن أكثر الوسائل الإعلامية، التي توصف بالجماهيرية هي التلفزيون لأننا نعيش اليوم (الثورة التلفزيونية الثانية) مع ميلاد التلفزيون الرقمي عالي الأداء (HD T.V)، الذي يتميز بالتفاعلية وجودة الصورة والصوت، إذ تمكن هذه الميزة موزعي البرامج من تقديم خدمات فيديو حسب الطلب، أمّا بخصوص المشاهدين، فإنّه يمكنهم متابعة مئات القنوات الموضوعاتية والتمتع بالفيديو البيئي^(١٤).

«كما أن هناك خاصية أخرى مهمة لا يوفرها التلفزيون التماثلي، الذي يعتمد على أنظمة البث (NTSC, secam, pal) وتتمثل في سهولة التخطيط وإمكانية اللجوء إلى الشبكات أحادية الموجات، بمعنى بث البرامج انطلاقاً من نقاط متعددة على نفس الموجة، وهو أمر مستحيل مع تقنية التماثل المستعملة قديماً»^(١٥).

إنّ التلفزيون لم يعد وسيلة منفصلة عن وسائل الاتصال الأخرى في العصر الراهن إذ إنّ ترابط التلفزيون والحاسوب والتلفون إلى جانب البث المباشر عن طريق الكابل خلق آلات تفاعلية مركزة على المعالجة، ويلتزم الكمبيوتر الرقمي بتحويل كل ما يقدم إليه إلى أرقام، وترتكز عملية (الرقمنة) على أساليب من ترميز أو تشفير، إذ يُعطى لكل حرف رمزاً رقمياً، وأسلوب التبسيط، مثل: تحويل الصور إلى نقاط متراسة، وكذا الألوان وأسلوب التوصيف، إذ يتم تمثيل الأصوات اللغوية بترددات معينة^(١٦).

إنّ الرقمنة أو التقنية الرقمية حسنت من خدمات الاتصالات والتلفون، فالإشارة الرقمية أقلّ تعرضاً للضوضاء والتشويش والتداخل من الإشارة المستمرة، ممّا أدى إلى

تحقيق معدلات عالية لتدفق البيانات عبر شبكات الاتصال، وأدى إلى تصغير المعدات وإنخفاض كلفة الدائرة الاتصالية^(١٧).

وبفضل الرقمنة دخل التلفزيون عالم التفاعلية الذي يتيح للمشاهد التدخل في البرامج ومحتوياتها واختيار ما يروقه منها وهو ما يعرف بالتلفزيون التفاعلي (حسب الطلب)، وكذلك يمكن للفرد إستقبال مئات القنوات التلفزيونية عن طريق جهاز استقبال البث الفضائي البسيط، لكن هل يمكن إعتبار تعدد وكثرة القنوات التلفزيونية شيئاً مرغوباً فيه، فيرى البعض أنه كلما اتسع مجال الاختيار، كلما كان أفضل، ويعتقد هؤلاء أن تلفزيون الغد سيكون معادلاً للصحافة حالياً، إذ إنَّ القنوات التلفزيونية المعتمدة على الأرقام الصناعية، والتي تمتلك وفرة من البرامج، ستمثل أصحاب المحطات التلفزيونية المستقبلية. أمّا البعض الآخر فيتخوف من كثرة القنوات وسيطرة (الايديولوجيا التقنية) ويرون أن القنوات الموضوعاتية ستجزئ المجتمع وتجعله أكثر هشاشة، مساهمة بذلك في إضعاف المؤسسات الديمقراطية، ومع ذلك يمكن القول: إنَّ التلفزيون الرقمي ذو الأداء العالي، سيشكل إحدى الرهانات الكبرى للألفية الحالية التي يرى البعض أنها ستكون تقنية في مجمل خصائصها^(١٨).

لقد كان التحول إلى النظام الرقمي في نشاط الإرسال وأجهزه الاستقبال، أن حدث التزاوج بين كل من الانترنت والتلفزيون في الشكل والمحتوى، فيمكن الآن توصيل جهاز التلفزيون (Computer Keyboard) واستعمال الشاشة كجهاز كمبيوتر. ومن ناحية أخرى يمكن استعمال شاشة الكمبيوتر للمشاهدة التلفزيونية عن طريق الانترنت التي توصل المشاهد بأي قناة يرغب في مشاهدتها، بل تعطيه كل البيانات والمعلومات اللازمة عن مواعيد البرامج وغيرها، إلا إنَّ استعمال أجهزة الكمبيوتر في المشاهدة التلفزيونية لا يعدُّ شائعاً إلا في مجال الأخبار العالمية مثل مواقع الصحف ومواقع الإذاعة وقنوات التلفزيون الإخبارية التي تسمح بمشاهدة ملفات الفيديو الإخبارية^(١٩).

المبحث الثاني أثر الإعلام الإلكتروني في التداول المعلوماتي

أولاً: نشأة وتطور الانترنت

تعد شبكة الانترنت قارة متميزة بخصائص جوهرية أهمها عدم ماديتها، وانفلاتها من المفاهيم الجغرافية التقليدية، وحركية الحدود داخلها، حيث تتشكل وتتغير حسب ديناميكية متسارعة جداً، على واقع التطورات المادية وتجديدات البرمجيات التطبيقية^(٢٠).

وعند دراستنا لتاريخ نشوء شبكة الانترنت فإننا سنرجع إلى عام (١٩٦٠) عندما قامت شركة (RAND) الأمريكية ووكالة مشاريع البحوث المتقدمة التابعة لوزارة الدفاع الأمريكية (إربا)، ومختبرات الفيزياء القومية في بريطانيا، وجامعة كاليفورنيا بـلوس انجلوس، ومعهد ماساشوسيتس للتكنولوجيا، بتطوير مجموعة من البرمجيات ضمن قواعد معينة تهدف إلى تصميم نظام يقوم بنقل المعلومات بين الحواسيب^(٢١).

«وفي عام (١٩٦٩) بدأت وكالة مشاريع الأبحاث المتقدمة في وزارة الدفاع الأمريكية (ARPA) بتنفيذ أول شبكة لها اعتماداً على هذه التقنية، وأطلق على هذه الشبكة اسم شبكة وكالة مشاريع الأبحاث المتقدمة، وعرفت اختصاراً بشبكة (ARPANET) (أربانيت)»^(٢٢).

لقد أنشأت شبكة (أربانيت) في ظل التحولات الإستراتيجية التي اتخذتها القيادات العسكرية الأمريكية لوزارة الدفاع إبان الحرب الباردة، وذلك تحسباً لاحتمال دمار أياً من مراكز الاتصال الحاسوبي المعتمدة بضربة خارجية، مما يؤدي إلى شلّ الشبكة الحاسوبية بأكملها وحرمان القيادة العسكرية الأمريكية من الإسناد المعلوماتي^(٢٣).

وفي أواخر السبعينات أدرك الكثير من علماء الحواسيب أهمية التشبيك في تطوير البحث العلمي، لذا قام مجموعة من الباحثين بعرض فكرة مشروع جديد على المؤسسة الوطنية للعلوم في أمريكا، تهدف فكرة هذا المشروع إلى ابتكار شبكة حواسيب جديدة تقوم بربط حواسيب جميع باحثي علوم الحاسوب ومواقعهم الأكاديمية والعلمية، للاستفادة من هذه الشبكة في تبادل الخبرات العلمية فيما بينهم^(٢٤).

وفي عام (١٩٨٦) قامت المؤسسة الوطنية للعلوم في الولايات المتحدة الأمريكية (National Science Foundation) بوضع ممر الاتصال الرئيسي لشبكة الانترنت الذي يسمح بعبور (٤٥) مليون عنصر ثنائي (بت) في الثانية الواحدة، وبعد ذلك قامت وكالة الفضاء الأمريكية (NASA) والوكالة الأمريكية للطاقة بالمساهمة في تقديم خدمات تبادل ونقل المعلومات عبر ممرين إضافيين هما (Esnet, Nsnet)^(٢٥).

وقد بدأ واضحاً في عام (١٩٩١) أن الانترنت يتطور بسرعة كبيرة، وسرعان ما استهلكت سعة الشبكة الجديدة من (NSFNET) الشبكة الأساسية، كما شعرت (NSF) مؤسسة العلوم الوطنية الأمريكية إن الحكومة الأمريكية لا يمكنها الاستمرار في الدعم المالي من أجل تطوير شبكة الانترنت بلا حدود، فارتأت تحميل القطاع الخاص بعض المسؤولية. وبالفعل فقد أوقفت مؤسسة العلوم الأمريكية دعمها المالي لشبكة (NFS) عام (١٩٩٥)، وبدأت الشركات الخاصة باستثمارها تجارياً ودعمها مالياً، ولا تزال الشركات الخاصة تقوم بدعم الانترنت إلى يومنا هذا^(٢٦).

وفي منتصف عام (١٩٩٣) م حدث شيء جديد، إذ خرج من الانترنت تقنيات أطلق عليها (الوسائط المتعددة): وهي عبارة عن مجموعة من مستلزمات البرمجة أو البرامج الخاصة ووسيلة لتجميع الوثائق معاً، ممّا يتيح لمستخدمي هذه الوسائط التجول عبر الشبكة، وأن يشاهدوا كل ما فيها بالصورة والصوت والفيديو، بمجرد توجيه المؤشر والنقر عليه، وبذلك غدا الانترنت مكاناً يزدهم بالناس والأفكار؛ وهو ما يعرف بالواقع الافتراضي (Cyber space)^(٢٧).

وفي بداية عام (١٩٩٦م)، أوضحت دراسة قام بها مركز (MIDS) إن هناك ازدياداً مطرداً في نمو الشبكة بمعدل (١٠٠%) كل عام في السنوات الستة الماضية، وهذا المعدل أوضحته أيضاً دراسات قام بها مركز (Find /SVP) بنفس النسبة مع أن ما يقرب من نصف الأشخاص الذين شاركوا في الاقتراع بدءوا في استعمال الشبكة في عام (١٩٩٦م)^(٢٨).

يظهر ممّا سبق، بأن شبكة الانترنت، لم تكن في بداية النشأة عالمية التشكل ومنفتحة الأفاق وذات شمولية التطلع، كما لم يكن شيوعها الحالي وانتشارها الواسع هو نتيجة تصور معين أو نتاج تصميم محدد واضح المعالم والتوجهات، بل نتيجة جهود

متواصلة تكتشف عام بعد آخر، مدى تفاعلية هذه التقنية، وأهميتها في كافة مجالات الحياة.

ثانياً: تعريف الانترنت

كلمة انترنت (Internet) في اللغة تعني: ترابط بين الشبكات^(٢٩)، أمّا في الإصطلاح العلمي الدقيق فقد اختلف الباحثون في تعريفه؛ نظراً لاختلاف رؤية كل باحث عن الآخرين، ونتيجة لذلك كثرت التعاريف الخاصة به، وقد اخترنا من بين هذه التعاريف للانترنت تعريفين يخصان حقل الإعلام، إذ يعدّ التعريف الأول الانترنت بأنه «وسيلة اتصال واسعة الانتشار، ترتبط بها مجموعة اختيارية من الحواسيب، وتوفر مجموعة من الخدمات، تتعلق بتقديم المعلومات، ولها وظيفة إعلامية متطورة إذا ما أحسن استعمالها؛ لأنها تسمح للمستخدمين فيها بالتنقل بصورة حرة بين المواقع المسموح بها، ويتم نقل الملفات من (بيانات، معلومات، أخبار، صور، صوت، تسجيل فيديو، برامج إذاعية وتلفزيونية، وحاسوبية) بين حاسوب وحاسوب آخر دون الاعتماد على حاسوب مركزي للتوزيع، ويستفيد منها الأفراد والمؤسسات من مستويات ومجالات مختلفة، وتدار بواسطة الأعضاء المشتركين فيها»^(٣٠).

ويصف التعريف الثاني الانترنت بأنه «تشكيلة هائلة من الخدمات (Services) التي يستطيع الناس استعمالها، مثل البريد الإلكتروني والشبكة العالمية (world wide web) (الويب) والمحادثة. والانترنت هو ملايين من الأشخاص المنتشرين حول العالم والذين إنظموا معاً للتشارك في الأفكار والآراء والمصادر وقد أدّت مساهماتهم إلى بناء الانترنت»^(٣١).

فالانترنت إذن: هو شبكة لتبادل المعلومات العالمية السريعة في شتى المجالات الحياتية، العلمية، الطبية، الثقافية، الاجتماعية، الاقتصادية، والإعلامية. وتعد شبكة الانترنت أداة لربط العالم بعضه ببعض مما يجعله قرية صغيرة، نستطيع من خلالها التعرف على حضارات العالم، وعادات الشعوب، وعلوم العصر.

ثالثاً: تعريف الويب (www)

يُعدُّ الويب (world wide web) أكثر أجزاء الشبكة المعلوماتية شعبية وسرعة في النمو ولكن ما هو الويب الذي يدعى (www) وأحياناً (w3)، وهل هو كالانترنت؟. والجواب عن الشق الثاني من السؤال، نقول من الناحية التقنية يعد الويب جزءاً من الانترنت أو بصورة أصح وسيلة للتنقل عبر جزء من الانترنت إلا إن هذا الجزء هو جزء كبير إذا ما قورن بأجزائه الأخرى، وفضلاً عن ذلك فهو يسهل الوصول إلى معظم أجزاء الانترنت الأخرى^(٣٢).

ويمكن القول إنَّ شبكة (الويب): هي مجموعة من الوثائق التي يتم إنتاجها باستعمال شفرة حاسوبية واحدة تتضمن كل وثيقة وصلات فائقة تسمح للمستخدمين بالانتقال من وثيقة إلى أخرى، وهكذا تكون كل وثيقة متصلة- احتمالاً- بكل الوثائق الأخرى وتسمى كل واحدة من هذه الوثائق موقعاً (Site) أو صفحة بدء (Home page)^(٣٣).

يتضح من ذلك إنَّ أهمية الويب تعود لثلاث فوائد، هي^(٣٤):

- أ. تخفيفه لحدة الارتباك الناجم عن كثرة عناوين الانترنت وأوامرها.
 - ب. احتواؤها معظم مزايا الانترنت ضمن واجهة استعمال واحدة.
 - ج. سماحها برؤية الصور وحتى سماع الأصوات، ومشاهدة الأفلام السينمائية، فضلاً عن قيادة بمساعدة الباحثين للوصول إلى بعض النصوص والمسائل المطلوبة.
- ويعد «أمر الدخول إلى عالم الانترنت ممكن لأي شخص يملك حاسوباً على درجة معينة من الأداء فضلاً عن المودم- جهاز التحويل من معلومات تماثلية إلى رقمية أو العكس-» إنَّ هذين الجهازين يشكلان الأساس في إمكانية الولوج إلى الانترنت والتجوال في فضاءها الرحب. كما نجد أنَّ أيَّ موفر أو مزود بالخدمات يمكنه التوجه إلى جميع مستعملي الانترنت عن طريق موقع أو المواقع التي يمتلكها. وإذا كان الدخول إلى الانترنت يبدوا سهلاً، فإنَّ أمر التجوال عبر الآف من المواقع محكوم بالصدفة خاصة لغير المختصين؛ وذلك لأنَّ البحث عن شيء معين يتم عبر مسالك معقدة وروابط تتفرع إلى روابط ثانوية، تجعل الحصول على المعلومة المطلوبة أمراً يتطلب التحكم في آليات

البحث الإلكتروني، والكثير من الصبر، نظراً لكم الهائل من المعلومات التي تتوافر عليها الانترنت»^(٣٥).

رابعاً : الخدمات التي توفرها شبكة الانترنت

تتعدد الخدمات التي توفرها شبكة الانترنت إلى^(٣٦):

- أ- البريد الإلكتروني.
- ب- المحادثة الفورية.
- ج- تبادل الملفات.
- د- الولوج إلى حاسوب بعيد عبر الشبكة.
- هـ- لوحة الإعلان.
- و- شبكة الأخبار.
- ز- الاتصال الهاتفي عبر الانترنت.
- ح- المؤتمرات المرئية.
- ط- نظم البحث عن المعلومات.
- ي- فيس بوك.
- ك- تويتر.
- ل- يوتيوب.

خامساً : الخدمات الإعلامية لشبكة الانترنت

«إنَّ ظهور شبكة الانترنت منذ مطلع التسعينيات من القرن الماضي، قد نقلت الفضاء الإلكتروني إلى مديات أوسع وأشمل، وأصبح تداول المعلومات نوعاً من الطوفان الصوري والسمعي، حيث يستطيع الحاسوب بقدراته المتطورة دمج الوسائط المقروءة والمسموعة والمرئية في آن معاً، فضلاً عن إمكانية التفاعل والمشاركة بين المرسل والمتلقي، بعد أن ظل البث في الاتصال الجماهيري مدة طويلة يسري في اتجاه واحد من المرسل إلى المتلقي، والانترنت توفر تشكيلة هائلة من الخدمات التي يستطيع الناس استعمالها مثل البريد الإلكتروني والشبكة العالمية والمحادثة، ويشارك فيها مئات الملايين من الأشخاص المنتشرين حول العالم»^(٣٧).

ونظراً للميزات التي تنفرد بها شبكة الانترنت فقد أثارت نقاشاً وحواراً كبيرين في الأوساط الإعلامية والعلمية والأخلاقية ففي الأوساط الإعلامية رأى المتخوفون من الانترنت أنه سينافس الوسائل الإعلامية المختلفة ويقضي عليها مع مرور الزمن، وسيوجه الجمهور إلى الانترنت للحصول على الأخبار، والمعلومات، والإعلانات، ومصادر المعرفة المختلفة متخلياً عن الوسائل الأخرى^(٣٨).

ويصعب في الوقت الحاضر توقع المدى الذي ستأخذه الممارسات المختلفة المرتبطة بالانترنت، فالسعة التي ستأخذها هذه الممارسات وحدودها أمر مرتبط بنشاط المستعملين، أو ما اشتهر باسم: التفاعل. وقد بينت تجربة (Minitel) في فرنسا أن هذا التفاعل لا يمس كل الفئات الاجتماعية بل مرتبط بالعمر، والمستوى الاجتماعي والثقافي. ويبقى إن وسائل الإعلام الكبرى لا يمكن لها أن تخاطر بالبقاء خارج الشبكة، خاصة إذا عرفنا الإمكانيات الهائلة التي يوفرها الانترنت فيما يخص الاتصال بجمهورها وجذب أكبر عدد ممكن من المعنيين^(٣٩).

وقد استفادت الدوريات المتخصصة من حضورها على شبكة الانترنت إذ ساعدت هذه التقنية ولو بدرجات متفاوتة، من تكاليف طباعتها وتوزيعها، وفي الوقت نفسه تمكنت من زيادة قرائها وتنوعها، وقد استفادت الوكالات الإعلامية المتخصصة من التسهيلات التقنية التي صاحبت الانترنت، فهي تقدم خدمات مهنية مباشرة قائمة على مبدأ أنه إذا كانت الارتباطات التلغرافية تكلف المستعملين مبالغ كبيرة، فإن استعمال الانترنت، وعلى العكس من ذلك يوفر على المستخدمين الكثير من الجهد والمال^(٤٠).

وتعد الصحافة الالكترونية من أهم التحولات في ثورة وسائل الإعلام والاتصال؛ نظراً لما أحدثته من تغيرات في المؤسسات الإعلامية كافة، ومنها الصحافة المكتوبة التي تغير نظام عملها^(٤١).

«والى جانب هذه الصحف الالكترونية يجد القارئ اليوم على الانترنت أنظمة ذاتية لبث المعلومات والأخبار، وفي حين أن الصحافة الالكترونية تحتم على القارئ أن يبحث عن الخبر أو المعلومة بآلية الإبحار (بتقنية السحب) وتعتمد هذه الأنظمة على غرار الصحافة والتلفزيون التقليديين على نظام أحادي الاتجاه، وهي تدفع في الواقع المعلومات إلى المتلقي (مبدأ الدفع) الذي ما عليه إلا أن يتصل ليتلقى معلومات آتية تبعاً لوقوع الأحداث وتطورها»^(٤٢).

وأصبحت المحطات التلفزيونية الفضائية والأرضية تنقل برامجها عبر شبكة الانترنت، إذ يمكن مشاهدة برامجها على شاشة الحاسب المرتبطة بالشبكة، وبإمكان المشاهد أن يختار توقيتاً لمشاهدة برامجه، وأن يختار أيضاً من بين عدة برامج تلفزيونية البرامج التي يفضلها سواء أكانت برامج رياضية أو علمية أو ثقافية^(٤٣).

كذلك الأمر بالنسبة إلى شركات الإعلان، إذ إن الأمر لم يقتصر لدى هذه الشركات على التلفزيون، فالانترنت باب رحب، وجمهورها كبير جداً، والإعلان عبر الانترنت أقل كلفةً من الإعلان التلفزيوني، فعمدت هذه الشركات إلى دق أبواب الانترنت، وهي على أية حال خطوط ضرورية عاجلاً أو آجلاً، خاصة إذا تكللت بالتقنيات اللازمة للتجارة الإلكترونية وضمان أمن التعاملات^(٤٤).

المبحث الثالث

الدراسة الميدانية لموقع قناة CNN باللغة العربية

١- محطة CNN النشأة والتطور

تأسست محطة السي أن أن (Cable News Network-CNN) في الأول من حزيران (١٩٨٠) من قبل (تد تورنر) الذي تعود ملكيتها له، ويقوم عملها على أساس التغطية الحية للأحداث العالمية على مدى (٢٤) ساعة باستعمال الأقمار الصناعية. وقد بدأت المحطة عملها في منزل صغير بمدينة أتلانتا (Atlanta) وتتألف من قسمين، قسم الشعبة الخارجية الأولى، وقسم الأخبار، ولجأت المحطة في أيامها الأولى إلى الاستعانة بالعناصر ذات الخبرة الكبيرة ممن كانوا يعملون في الصحافة والتلفزيون، كما استعانت بأصحاب المواهب من الشباب الذين أعطوا للمحطة القدرة على تجاوز قلة الإمكانيات المادية، وكان ملاك المحطة يتألف من (٣٠٠) موظف وارتفع العدد حتى وصل إلى (١٧٠٠) موظف عام (١٩٩٢)^(٤٥).

وللمحطة ثلاثة مدربين تنفيذيين هم (ايد تيرنر) الذي يشغل منصب نائب الرئيس التنفيذي لجمع المعلومات والمسؤول عن البث العالمي للمحطة وعن (٩٥) مراسلاً. أما الثاني فهو (فيونارد) المنتج التنفيذي للمحطة، والثالث هو (نوم جونسون) المسؤول عن المحطة والذي تولى رئاسة المحطة في آب (١٩٩٠) وتتركز في أيدي هؤلاء المديرين القرارات الحاسمة التي تتخذها المحطة وفيما يخص عملها الإعلامي أو الإداري^(٤٦).

وتمتلك المحطة أكثر من (٩٠) مكتب تغطي بها معظم أنحاء العالم، (٩) منها مكاتب محلية داخل الولايات المتحدة الأمريكية، وثلاثة مكاتب في المنطقة العربية في: عمّان، والقاهرة، والقدس، وللمحطة مذيعون ومندوبون في (١٢٠) دولة على مستوى

القارات كلها. ويعد مكتبها في لندن المكتب الرئيس ويعمل فيه (٥٥) موظفاً فضلاً عن قيامه بمسؤوليات التنسيق المتعلقة بالأقمار الصناعية^(٤٧).

ومنذ إطلاق قناة CNN في (١) شباط (١٩٨٠) والشبكة امتدت ووصلت لعدد من القنوات الفضائية مثل^(٤٨):

1. TBS-Turner Broad Casting system.
2. CNN-Headline News.
3. CNN-International.
4. WTBS.
5. CNN Airport Network.
6. Cartoon Network.

وتولي- المحطة- أهمية كبيرة لبرامجها التي تتجسد بشكل خاص في ابتكار برامج تناسب المشاهدين في المناطق المختلفة إذ تمنح جمهورها المنتشر حول العالم فرصة مشاهدة برامجها وهي في قيد الإعداد وذلك من خلال التغطية الآنية للأحداث العالمية المهمة.

ومن برامج CNN:

١- التقارير الوثائقية ٢- تقارير التحقيقات ٣- التقارير السرية ٤- التقارير الاقتصادية ٥- التقارير الرياضية ٦- تقارير المقابلات ٧- التقارير الإخبارية.

ومن أبرز تقارير المقابلات برنامج تبادل الاتهامات (cross fire) الذي يعتمد على تقديم نقاشات حادة بين فريقين لفكرة سياسية معينة، فضلاً عن برنامج (لاري كينغ لايف) (Larry king live): وهو برنامج سياسي اجتماعي يقوم على فكرة مقابلة عدد من الشخصيات المهمة خلال الأحداث الساخنة على مستوى الولايات المتحدة الأمريكية والعالم.

وتستعمل المحطة اللغة الانكليزية لغةً رئيسة في البث، بينما تستعمل في الترجمة التي تظهر على شاشة التلفزيون: العربية، والألمانية، والفرنسية، والايطالية، والروسية، وفي حزيران (١٩٨٨) بدأت ببث نشرات إخبارية باللغة الاسبانية موجهة لمواطني دول أمريكا الجنوبية وللأمريكيين الذين يتحدثون بالاسبانية^(٤٩).

وبخصوص التغطية فإن بث المحطة يغطي جميع مناطق العالم ودوله باستثناء (القطب الشمالي، والقارة القطبية الجنوبية، وكريين لاند، وأقسام من الجزء الشمالي الشرقي من سيبيريا) وذلك بواسطة شبكة من تسعة أقمار منتشرة في الفضاء.

وقد كان أول ظهور لقناة CNN على الانترنت في ٣٠ آب ١٩٩٥ والذي تم وصفه بأول موقع رئيسي للأخبار والمعلومات على الانترنت ظهر الموقع المعروف بـ CNN.com والذي عرف بعد ذلك بموقع CNN التفاعلي.

وقد حققت القناة في ليلة (١٦-١٧) كانون الثاني (١٩٩١) سبقاً صحفياً بتفريدها بنقل قصف العاصمة بغداد، والقيام ببث حيٍّ ومباشر أثناء تعرض بغداد للهجوم الجوي، وكان لمراسلي المحطة علامة (CNN) بخط كبير ممّا وفر لها حماية من قصف دول الحلفاء، فكانت المحطة الوحيدة التي عرضت تقارير حية من بغداد عن الضربة الجوية وبلغ عدد مشاهديها آنذاك في جميع أنحاء العالم حوالي مليون مشاهد وهو أكبر عدد يسجل في متابعة حدث غير رياضي عبر تاريخ البث التلفزيوني^(٥٠).

وفي هجمات ١١ ايلول ٢٠٠١ كانت قناة CNN اول قناة تبث انباء هجمات مركز التجارة العالمي إذ كانت القناة تبث مباشرة على الهواء وقت وقوع الهجمات ونتيجة للاخبار التي تدفقت في ذلك اليوم بدأت القناة في وضع شريط للاخبار والذي اصبح اساسي في معظم القنوات التلفزيونية^(٥١).

ويمكن القول أن محطة (CNN) من المشاريع الاستثمارية الإعلامية المربحة؛ وذلك أنّ المحطة حققت أرباحاً كبيرة من خلال طرق عدة، فالمحطة تمتلك مؤسسة واسعة للمبيعات باسم (السي أن أن انترناشيونال المحدودة) وهي مسؤولة عن المبيعات في أوروبا وشمال أفريقيا والشرق الأوسط وجنوب آسيا، وتعد من أكثر القطاعات ربحاً في المحطة فقد وصلت أرباحها عام (١٩٩٠) لوحدها إلى (١٣٠) مليون دولار من مجموع الأرباح الكلية (٤٠٥) ملايين دولار وتتوزع مصادر الإيرادات على (٥٥%) من الإعلان والدعاية و(٤٥%) من الاشتراكات التي تدفعها الشبكات المشتركة، وإذا ما قارنا هذه المدة مع بداية عمل المحطة نجدها قد حققت أرباحاً لافتة للنظر في السنوات الخمس الأولى من عملها (١٩٨٠-١٩٨٥) وتراوحت ديونها ما بين (١١-٢٠) مليون دولار سنوياً، وابتداء من عام (١٩٨٥) بدأت بتحقيق الأرباح وبلغت أعلى نسبة من الأرباح عام

(١٩٩٢) (١٥٥) مليون دولار، بينما بلغت مدخولاتها نحو (٥٣٦) مليون دولار من السنة نفسها الخاصة بالتغطية العالمية الشاملة على نطاق واسع وبضمنها الاشتراكات الخاصة بالبلث السلبي^(٥٢).

٢- الموقع الإلكتروني لمحطة CNN باللغة العربية:

يهدف موقع (CNNARABIC.COM) إلى تقديم الأخبار الدولية من منظور عربي ويتم تحديث الموقع على مدار الساعة بالسبق الإخباري، وتتطورات الأحداث العالمية، ويشرف على هذا الموقع (الذي هو جزء من مكتب CNN في دبي) بدولة الإمارات العربية، مجموعة من الصحفيين المتمرسين الذين تم اختيارهم من عدة مؤسسات إعلامية رئيسة في المنطقة، ويشارك في دعم الموقع بالأخبار والمعلومات شبكة من المراسلين الصحفيين المنتشرين في مواقع الأحداث بمختلف أنحاء العالم^(٥٣).

وقد قام الباحث بعدة زيارات للموقع بغية الاطلاع على محتوياته وتكوين فكرة عنه، وتم تحديد المدة من (١٠ / ٤ / ٢٠١١) إلى (١٠ / ٥ / ٢٠١١) كعينة زمنية لفرض تحليل محتوى الموقع، وامتازت هذه- المدة- بأهميتها لأنها تزامنت مع ما عرف بالربيع العربي: أي الثورات التي شهدتها أبناء الوطن العربي، عندما قام الشاب التونسي (محمد بوعزيزي) بحرق نفسه للخلاص من سوء الأوضاع الاقتصادية التي تمر بها تونس، فانتسح لهيب هذه المظاهرة ليشمل أغلب البلدان العربية، والتي نتج عنها تغيير بعض أنظمة الحكم، إذ كان للانترنت دور بارز في تحريك هذه الثورات وتنظيمها.

وعن طريق الزيارات المنتظمة وجد الباحث أنَّ الموقع الإلكتروني يحتوي على صفحة رئيسية وثمان صفحات فرعية هي: ١- فيديو ٢- الشرق الأوسط ٣- العالم ٣- اقتصاد وأعمال ٤- صحة وتكنولوجيا ٥- منوعات ٦- رياضة ٧- الطقس ٨- ملفات وتقارير ٩- استراحة الفن.

وتشتمل الصفحة الرئيسية على فقرات عدة هي: الأخبار بالصور، وأحدث الأخبار، وأبرز الأخبار، والأكثر تصفحاً، واختارنا لكم، وفقرة صحف عالمية وصحف عربية، وفقرة يحدث في العالم العربي- وهو نقل حي ومباشر للأحداث المهمة في الوطن

العربي-، كما تعرض الصفحة الرئيسية احدث الأخبار في الصفحات أثمان الأخرى، إلى جانب الإعلان والخدمات التفاعلية كالفيس بوك، وتويتر، والمشاركة والتعليق.

ويضم الموقع أقساماً عدة تغطي أخبار الصفحات، فقسم الاقتصاد في الموقع يشتمل على آخر الأخبار العالمية في هذا السياق بالإضافة إلى تقارير البورصات العالمية، ومنها (Hang Seng, Nikkei, CAC, Dax, FTSE, S&P, NASDAQ, Dow)، إضافة إلى تقرير يومي حول أسواق المال في الدول العربية، كما أن الموقع يضم قسم (ملفات خاصة)، والتي تسلط الضوء على أبرز الأحداث والقضايا في مختلف المجالات، وتقدم عنها معلومات مفصلة وحقائق مجردة، وتستعرض آخر الأخبار المتصلة بها، كما تزود المتصفح بالمواقع الإلكترونية ذات العلاقة، وبالإضافة إلى ذلك يضم الموقع قسم (الرئي والمسموع).

وبينت أداة التحليل النتائج في المحاور الآتية:

- إذ تشير العلامة (+) في الجداول الآتية إلى توفر الخدمة في الموقع والعلامة (-) تدل على عدم استعمال الخدمة أو عدم توفرها.

١- نوع الخدمة التفاعلية التي يوفرها الموقع: كشفت نتائج الدراسة إن الموقع يوفر نسبة عالية في عدد وتنوع الخدمات التفاعلية المستعملة ونسبة واحدة لكل خدمة وهي كالآتي: خدمة البريد الإلكتروني- اتصل بنا- بلغت نسبته (١٦,٦%)، استطلاع الرأي بنسبة (١٦,٦%)، أدل برأيك بنسبة (١٦,٦%)، فيس بوك بنسبة (١٦,٦%)، يوتيوب بنسبة (١٦,٦%)، وتويتر بنسبة (١٦,٦%)، والمدونات بنسبة (١٦,٦%)، في حين أهمل الموقع استعمال خدمات تفاعلية أخرى كمنتدى حوار والمحادثة، وحرصاً من الموقع على التفاعل مع زواره، فهو يطرح على صفحته الرئيسية استطلاعاً للرأي، لقياس اتجاهات المتصفحين بشأن أبرز الموضوعات الحيوية والمستجدة، ويستطيع المتصفح أن يتعرف إلى نتائج الاستطلاع مباشرة. انظر جدول (١).

جدول (١)

يبين نوع الخدمة التفاعلية التي يوفرها الموقع

الخدمة التفاعلية	حالة التوفر	%
بريد الكتروني (اتصل بنا)	+	١٦,٦
منتدى حوار	-	-
محادثة	-	-
استطلاع رأي	+	١٦,٦
أدل برأيك	+	١٦,٦
فيس بوك	+	١٦,٦
تويتر	+	١٦,٦
مدونات	+	١٦,٦
المجموع	٦	%١٠٠

٢- الخدمات الإعلامية الداعمة التي يوفرها الموقع: كشفت نتائج الدراسة عن التوجه الإخباري للقناة، إذ قدم الموقع الأخبار الخاصة بالموشرات المالية والتي بلغت نسبتها (٢٥%)، وحالة الطقس بنسبة (٢٥%)، وأسعار العملات بنسبة (٢٥%)، ومحرك البحث بنسبة (٢٥%)، ألا إنَّ الموقع أهمل الخدمات الإعلامية الآتية: كدليل الهاتف، ومعاجم وقواميس، وقوائم بريدية، وبطاقة تهنئة، وبالنسبة إلى حالة الطقس فيقدم الموقع الحالة الجوية المدعمة بالخرائط الملتقطة عبر الأقمار الصناعية لمئات المدن في الشرق الأوسط وأوروبا والعالم، وذلك بصورة يومية ولمدة خمسة أيام لاحقة، انظر جدول (٢).

جدول (٢)

يبين الخدمات الإعلامية الداعمة التي يوفرها الموقع

الخدمة الإعلامية	حالة التوفر	%
مؤشرات مالية	+	٢٥
حالة الطقس	+	٢٥
اسعار العملات	+	٢٥
محرك البحث	+	٢٥
دليل الهاتف	-	-
معاجم وقواميس	-	-
فوائم بريدية	-	-
بطاقة تهنئة	-	-
المجموع	٤	%١٠٠

٣- نوع الإعلان في الموقع الإلكتروني: كشفت نتائج الدراسة إنَّ إتجاه الموقع غير رسمي بالنسبة للإعلانات، وربما يشير هذا التوجه إلى المحافظة على حيادية القناة في ذهن الجمهور، بينما نشر الموقع الإعلانات التجارية بنسبة (٥٠%)، والخدمية بنسبة (٥٠%)، ولم ينشر الموقع الإعلانات المبوبة، انظر جدول (٣).

جدول (٣)

يبين نوع الإعلان في الموقع الإلكتروني

نوع الإعلان	حالة التوفر	%
رسمي	-	-
تجاري	+	٥٠
خدمي	+	٥٠
مبوب	-	-
المجموع	٢	%١٠٠

٤- تصميم للإعلان ونسبة الإستعمال لكل نوع منه في الموقع: كشفت نتائج الدراسة إنَّ الموقع ينشر الإعلان الثابت- غير متحرك- بنسبة (٥٠%)، وينشر الإعلان ذو موقع متحرك بنسبة (٥٠%)، إذ يظهر في صفحات أخرى من الموقع وبأشكال متغيرة. وأظهرت الدراسة إنَّ القائمين في الموقع يركزون على استعمال الإعلانات المتحركة إذ بلغت نسبتها (٧١,٤٢%)، للإعلان عن السلع والخدمات، ويفسر زيادة إستعمال الإعلانات المتحركة- لأنها تثير الانتباه بسبب حركتها مما يضفي فاعلية وحيوية للموقع- أكثر من الإعلانات الثابتة غير المتحركة (الجامدة)، والتي بلغت نسبتها (٥٧,٢٨%)، انظر جدول (٤).

جدول رقم (٤)

يبين نوع التصميم للإعلان ونسبة استعمال لكل نوع منه في الموقع

نوع التصميم	حالة التوفر	%	تكرار الاستعمال	%
إعلان ثابت	+	٥٠	٥	٧١,٤٢
إعلان متحرك	+	٥٠	٢	٢٨,٥٧
المجموع	٢	١٠٠%	٧	١٠٠%

٥- الفنون الصحفية المستعملة في الموقع: كشفت نتائج الدراسة بوضوح إهتمام الموقع باستعمال الصورة أكثر من أي فن صحفي آخر، إذ بلغت نسبة استعمالها (٤٩,٨%) وهي نسبة أكبر قياساً ببقية الفنون الأخرى، في حين احتلت الاخبار المركز الثاني إذ بلغت نسبتها (٣٤,١%)، تليها التقارير بنسبة (١٥,٩%)، وهذا يدل على التخصص الاخباري للموقع بالدرجة الاولى ويبين مدى إهتمام الموقع بالصور كعنصر اقناع للمتلقي بالمعلومات التي يقدمها الموقع، بينما لم يؤشر الجدول وجود مقابلات مستقلة بذاتها أو تعليقاتها في الموقع، انظر جدول (٥).

جدول رقم (٥)

يبين الفنون الصحفية المستعملة في الموقع

الفنون الصحفية	التكرار	%
الصور	٢٠٧	٤٩,٨
الأخبار	٩٤٤	٣٤,١
المقابلات	-	-
التقارير	٢٣١	١٥,٩
التعليقات	-	-
أخرى تذكر	-	-
المجموع	١٤٤٥	%١٠٠

٦- طريقة العرض المستعملة للصفحات من قبل الموقع: كشفت نتائج الدراسة بأنّ الموقع لا يستعمل النص أو الصورة فقط في عرض الصفحات الخاصة به، وإنما هناك نص مع الصورة وبصورة دائمة إذ بلغت نسبة الاستعمال (١٠٠٪)، مما يشير الى انها تعزز اخبارها بالصور والتي تكون في اكثر الاحيان صور حية من موقع الحدث. انظر جدول (٦).

جدول رقم (٦)

يبين طريقة العرض المستعملة للصفحات من قبل الموقع

طريقة العرض	حالة الاستعمال	%
نص فقط	-	-
صورة فقط	-	-
نص وصورة	+	١٠٠
المجموع	١	%١٠٠

٧- أساليب تحديث المحتوى وتحقيق الفورية **Immediacy**: كشفت نتائج الدراسة ان الموقع يقوم بالتحديث للاخبار بشكل متواصل بالساعة والدقيقة إعتماًداً على المراسلين المتواجدين في أكثر من (١٢٠) بلداً حول العالم، إذ بلغت نسبة استعمال هذا التحديث الاسلوب (٣٣,٣%)، ويعتمد الموقع أسلوب تحديث آخر هو الخبر العاجل عبر البريد الالكتروني بنسبة (٣٣,٣%) لمئات وآلاف المستخدمين في نفس اللحظة، أما تقنية إرسال الأخبار أو الإشعارات عن طريق الرسائل القصيرة للهاتف المحمول SMS للأشخاص الذين لا يجدون وقتاً لمشاهدة التلفزيون أو الاستماع للراديو أو تصفح المواقع الالكترونية الإخبارية فهي متوفرة بنسبة (٣٣,٣%)، مما يدل على إن الموقع يهتم بالتواصل الدائم مع المتصفحين وإطلاعهم على الأخبار العاجلة، إذ يوفر الموقع خدمة مجانية تتمثل في تزويد المهتمين بأخبار عبر البريد الإلكتروني إضافة إلى الاشتراك في خدمة الرسائل النصية القصيرة على الهاتف، وتشير النتائج إلى أن الموقع يتميز بقدرة كفاءة وتفاعلية عاليتين في تحديث المحتوى وتحقيق الفورية. أنظر جدول (٧).

جدول (٧)

يبين أساليب تحديث المحتوى وتحقيق الفورية

الأساليب	حالة التوفر	%
تأريخ التحديث بالساعة والدقيقة	+	٣٣,٣
خدمة الخبر العاجل عبر البريد الالكتروني	+	٣٣,٣
خدمة البريد العاجل عبر أجهزة الهاتف المحمول	+	٣٣,٣
المجموع	٣	١٠٠%

٨- عناصر تنويع خيارات المحتوى **Complexity Choice Available**: كشفت نتائج الدراسة إن الموقع يقدم المحتوى الصوتي بنسبة (٢٠%) وهي نسبة مشابهة لعناصر تنوع المحتوى الأخرى، فالفيديو والرسوم المتحركة نسبته (٢٠%)، ومحرركات البحث أيضاً بنسبة (٢٠%)، وتعدد اللغات هي العنصر الآخر بنسبة (٢٠%)، وخيارات التحكم بنسبة (٢٠%)، وتدل النتائج على أن الموقع يتميز بقدرة كفاءة وتفاعلية عاليتين في تقديم خيارات المحتوى، أنظر جدول (٨).

جدول (٨)

يبين عناصر تنوع خيارات المحتوى التي يوفرها الموقع

عناصر التنوع	حالة التوفر	%
المحتوى الصوتي	+	٢٠
الفيديو والرسوم المتحركة	+	٢٠
محركات البحث	+	٢٠
تعدد اللغات	+	٢٠
خيارات التحكم في الشكل والمضمون	+	٢٠
المجموع	٥	١٠٠%

٩- أساليب دعم قناة CNN في موقعها الإخباري: تناولت الدراسة أربعة عناصر تكون المقياس الكلي لعناصر دعم القناة في موقعها الإلكتروني، وأشارت النتائج إلى أن الموقع الإلكتروني قدم تعريفاً بقناة CNN التلفزيونية بلغت نسبته (٢٥%)، ووجد الباحث إنَّ الموقع قدم أسلوباً واحداً في التعريف بالقناة وبحجم صفحة واحدة وهو مؤشر على القصور في هذا الجانب، أما في تعدد أشكال تقديم مضمون الوسيلة الإعلامية في موقعها الإلكتروني فأن الدراسة أشارت إلى نسبته بلغت (٢٥%) فهي تقدم أكثر من شكلين (النص الفائق، صور، وثائق محمولة، صوت، فيديو) فهي متفوقة في تقديم المضمون المرئي والصوتي الذي يضم تقارير مصورة ومسموعة في مختلف المجالات السياسية والعسكرية والاقتصادية والثقافية والفنية، بالإضافة إلى وجود النصوص الفائقة والصور، وأظهرت الدراسة أن نسبة تقديم أرشيف للمواد السابقة الخاصة بقناة CNN بلغت (٢٥%) إذ يضم الموقع أرشيفاً لملفات وتقارير تخص مجموعة متنوعة من القضايا السياسية والاجتماعية والفنية والرياضية، ويمتد عمر هذا الأرشيف لثلاث سنوات، أما معلومات الإعلانات والاشتراكات بلغت نسبته (٢٥%)، أنظر جدول (٩).

جدول (٩)

يبين أساليب دعم قناة CNN في موقعها الإخباري

أساليب الدعم	حالة التوفر	%
التعريف بالوسيلة الإعلامية	+	٢٥
تعدد أشكال تقديم المحتوى	+	٢٥
مدة الأرشفة الخاص بالوسيلة في الموقع	+	٢٥
المعلومات عن الإعلانات والاشتراكات	+	٢٥
المجموع	٤	١٠٠%

١٠- كفاءة الصفحة الافتتاحية: حددت الدراسة (٥) عناصر لقياس كفاءة الصفحة الافتتاحية Home page Efficiency وكانت النتائج كالتالي: نسبة اعداد الوصلات بلغت (٢٥%)، وقد وفر الموقع- عينة الدراسة- أكثر من (٢٠) وصلة Links في الصفحة الافتتاحية، أما متوسط زمن التحميل فقد كان أقل من (٥) ثواني وبنسبة (٢٥%)، وجاءت أحجام ملفات الصور بنسبة (٢٥%) وهي لا تتجاوز (٢٠٠) كيلو بايت للصفحة، وتميز الموقع في تعامله مع الصور في صفحته الافتتاحية بنسبه بلغت (٢٥%)، أما حجم الصفحة الافتتاحية (١٦٥) كيلو بايت وبنسبة (٢٥%)، واجمالا فان الموقع نجح في مقياس الصفحة الافتتاحية واختبار كفاءة الصفحة. انظر جدول (١٠).

جدول (١٠)

يبين كفاءة الصفحة الافتتاحية

عناصر الكفاءة	حالة التكرار	%
اعداد الوصلات	+	٢٥
متوسط زمن التحميل	+	٢٥
حجم ملفات الصور	+	٢٥
حجم ملف الصفحة	+	٢٥
المجموع	٤	١٠٠%

وأشارت نتائج الدراسة التحليلية الى مجموعة من الاستنتاجات والتوصيات وما تستثيره من بحوث مستقبلية، وهي كالآتي:

نتائج البحث

الاستنتاجات

١- إنَّ النصف الثاني من القرن العشرين شهد تقدماً في مجال التكنولوجيا يعادل كل ما تحقق في القرون السابقة، ولعل أبرز مظاهر التكنولوجيا ذلك الاندماج الذي حصل بين ظاهرتي تفجر المعلومات وثورة الاتصال ويتمثل المظهر البارز لتفجر المعلومات في استعمال الحاسب الالكتروني في تخزين واسترجاع خلاصة ما أنتجه الفكر البشري في اقل حيز متاح وبأسرع وقت ممكن، أما ثورة الاتصال الخامسة فقد تجسدت في استعمال الأقمار ونقل الأنباء والبيانات والصور عبر الدول والقارات بطريقة فورية.

٢- إنَّ ظهور شبكة الانترنت منذ مطلع التسعينيات من القرن الماضي، قد نقلت الفضاء الالكتروني إلى مديات أوسع وأشمل، وأصبح تداول المعلومات نوعاً من الطوفان الصوري والسمعي، إذ يستطيع الحاسوب بقدرته المتطورة دمج الوسائط المقروءة والمسموعة والمرئية في آن معاً، فضلاً عن إمكانية التفاعل والمشاركة بين المرسل والمتلقي.

٣- بالنظر لإمكانيات وقدرات شبكة الانترنت في مجال الاتصال فإنَّ وسائل الإعلام لا يمكن لها أنْ تخاطر بالبقاء خارج الشبكة، وبالفعل بدأت الدوريات المتخصصة بالحضور على الشبكة، وظهرت الصحافة الالكترونية كمنافس للصحافة الورقية، فضلاً عن إمكانية متابعة المحطات التلفزيونية الفضائية والأرضية عبر شبكة الانترنت.

٤- إنَّ التلفزيون كانَّ وما يزال من أكثر الوسائل التي أصابها التطور التكنولوجي بالإيجابية، إذ إننا نعيش اليوم (ثورة التلفزيون الثانية) مع ميلاد التلفزيون الرقمي عالي الأداء، الذي يتميز بالتفاعلية وجودة الصورة والصوت، فضلاً عن إمكانية الفرد استقبال مئات القنوات التلفزيونية عن طريق جهاز استقبال بسيط.

٥- أشارت النتائج إلى أن الموقع الإلكتروني لقناة CNN يتميز بدوره الإعلامي وأدائه التفاعلي فهو يركز على التوجه الإخباري للقناة، إذ يستعمل الصور إلى جانب الأخبار والتقارير، ويوفر خدمة مجانية تتمثل في تزويد المهتمين بآخر الأخبار عبر البريد الإلكتروني إضافة إلى الاشتراك في خدمة الرسائل النصية القصيرة على الهاتف، إلى جانب المعلومات والتقارير الآنية في المجالات السياسية والاقتصادية والأمنية والثقافية التي تهتم المتلقي العربي، فضلاً عن الخدمات الإعلامية الداعمة التي يوفرها الموقع كمؤشرات الأسواق المالية وحالة الطقس ومحرك البحث، ويقدم الموقع عدداً كبيراً من أنواع الخدمة التفاعلية، ويتعامل مع الإعلان التجاري والخدمي مع إهمال الإعلان الرسمي المبوب مع التركيز على الإعلانات المتحركة، ويمتد أرشيف الموقع لثلاث سنوات سابقة لذلك فهو يوفر مادة أرشيفية مهمة، كما أشارت النتائج إلى أن الموقع يتميز بقدرة كفاءة وتفاعلية عاليتين في تحديث المحتوى وتحقيق الفورية.

٦- إنَّ تصميم الصفحة الافتتاحية بإسلوب يجمع بين البساطة وثراء المضمون، والحرص على وقت المتصفح والإشارة المباشرة الى المزايا والخدمات التي يقدمها الموقع وأبرز ما تحتويه الصفحات الفرعية وتمكين المستخدم من المشاركة بالتعليق أو بالتصويت أو بتقديم الرأي المختلف أو بالحوار المباشر مع هيئة تحرير الموقع الى جانب ميزة (التحديث والفورية) بالأخبار والتقارير والتصميم وطبيعة الإخراج لهي من أهم أسباب إزدياد عدد زوار موقع (CNN) باللغة العربية.

٧- إن الدور الإعلامي للموقع لا يمكن أن يكون ذا تأثير عال دون الأداء التفاعلي فاستثمار مزايا الانترنت في تعزيز وتدعيم الدور الإعلامي للموقع، لا تحقق غايتها الا في ظل بوابات الكترونية مستقلة تركز على تقديم الخدمات التفاعلية للمستخدم وتنويع خيارات المحتوى الإلكتروني عن طريق استعمال الوسائط المتعددة (Multimedia) نص، صورة، صوت، فيديو، رسوم متحركة.

التوصيات

- ١- الاستفادة من المداخل النظرية المختلفة لدراسة (الانترنت) في صياغة الاسئلة البحثية، والعمل على تطوير العديد من النظريات الاتصالية بما يتلائم مع الطبيعة الخاصة للانترنت كوسيلة اتصال إلكترونية حديثة، تختلف بشكل جذري عن وسائل الاعلام التقليدية.
- ٢- أن تحرص وسائل الاعلام العربية (صحف، إذاعة، تلفزيون) على استثمار مزايا الانترنت في تعزيز وتدعيم صورتها الإعلامية من خلال مواقع الكترونية لا تكون- فقط- امتدادات أو اذرعاً إلكترونية تعيد تقديم مضمون الوسيلة التقليدية على (الويب)، وإنما بوابات الكترونية مستقلة تركز على تقديم الخدمات التفاعلية للمستخدم وتتوسع خيارات المحتوى الالكتروني عن طريق استعمال الوسائط المتعددة (Multimedia) نص، صورة، صوت، فيديو، رسوم متحركة.
- ٣- ضرورة إجراء دراسة مقارنة بين الموقع الإلكتروني لقناة (CNN) باللغة العربية وأية موقع لقناة عربية متميزة كالجزيرة أو العربية للوقوف على جوانب القصور في المواقع الالكترونية العربية، لكي تأخذ دورها المنافس للمواقع الإلكترونية الأجنبية ولتحل محلها في إرواء المتلقي العربي بالمعلومات.
- ٤- التركيز على تقديم الدراسات التي تتناول الجوانب التفصيلية في تطوير أداء المواقع الالكترونية في جوانب التصميم والإخراج والتحرير، والجوانب التقنية والتفاعلية المضافة.
- ٥- أن تحرص المواقع الالكترونية الإعلامية العربية على منافسة المواقع الإعلامية الأجنبية عن طريق تحقيق ميزة (التحديث والفورية) ودقة التصميم وبداعة الإخراج وتقديم الخدمات التفاعلية في مواقعها الالكترونية لكي لا تخسر جمهورها المتعطش دائماً لكل جديد على شبكة الانترنت.
- ٦- ضرورة القيام بتطوير إستراتيجيات بحثية تعتمد على أساليب إحصائية دقيقة للخروج بنتائج أكثر دقة في رصد وتقويم مدى استثمار وسائل الإعلام العربية لشبكة الانترنت في تعزيز وتدعيم رسالتها الإعلامية.

٧- التوسع في إجراء الدراسات التي تقدم رؤى واضحة لكيفية الاستفادة القصوى من شبكة الانترنت، خاصة في المجالات ذات الصلة باهتمامات وميادين عمل القائمين بالاتصال في وسائل الإعلام.

هوامش البحث ومراجعته

* أليكسا Alexa Internet: وهي مؤسسة رائدة ومتخصصة في مجال ترتيب المواقع الالكترونية على مستوى العالم، أسسها عام ١٩٩٦ (بروستر كال وبروس كيات) وهي تابعة لشركة أمازون، يقع مقرها الرئيسي في ولاية كاليفورنيا بالولايات المتحدة الامريكية، وهي حالياً المقياس العالمي الوحيد الذي يعتمد عليه معظم المواقع الالكترونية العربية والعالمية وتعتمد في تقسيمها على شريط الادوات (التول بار) ومن أهم ما يقدمه شريط الادوات هو:

١- يقدم مجموعة من المواقع المشابهة بأي موقع تزوره

٢- يقدم الترتيب العالمي الذي لأي موقع تزوره.

٣- إمكانية إرسال أي موقع أو صفحة زررتها إلى صديقك.

(١) للمزيد ينظر www.alexa.com

(٢) د.محمد سيد محمد، وسائل الإعلام من المنادي الى الانترنت (القاهرة، دار الفكر

العربي، ٢٠٠) ص ٢٢٦.

** أساتذة الإعلام المحكمين هم كل من:

١- د.بصري خالد إبراهيم العنبيكي - كلية الاعلام - الجامعة العراقية.

٢- د.أيسر خليل إبراهيم - كلية الاعلام - الجامعة العراقية.

٣- د.سحر الجبوري - كلية الاعلام - الجامعة العراقية.

٤- د.عادل عبدالرزق - كلية الاعلام - جامعة بغداد.

*** تكنولوجيا الاتصال: تمثل المتغيرات الواسعة في أنماط الاتصال ووسائله وأدواته ومصادره وقنواته وممارسته، ومن هذه المتغيرات هي تكنولوجيا الأقمار الصناعية وتكنولوجيا الحاسبات الالكترونية الآلية وتكنولوجيا الاتصال التفاعلي والبريد الالكتروني وذروة تكنولوجيا الاتصال المتمثلة في شبكة المعلومات الدولية الانترنت

للمزيد. ينظر: عبد المجيد شكري. تكنولوجيا الاتصال (القاهرة، دار الفكر العربي، ١٩٩٦) ص ١٣.

(٣) ياس خضير البياني، الإعلام الدولي والعربي (بغداد، وزارة التعليم العالي، ١٩٩٩) ص ١٧.

(٤) د. محمد سيد محمد، وسائل الإعلام من المنادي الى الانترنت، م. س. ذ، ص ٢٣٨.

(٥) د. فضيل دليو، التكنولوجيا الجديدة للإعلام والاتصال - المفهوم، الاستعمالات، الافاق (عمان، دار الثقافة، ٢٠١٠)، ص ٢١-٤٢.

(٦) عواطف عبد الرحمن، الإعلام المعاصر وقضايا العولمة (القاهرة، العربي للنشر والتوزيع، ١٩٩٩)، ص ٣٨.

(٧) عبدالامير مويث مشتت الفيصل، الصحافة الالكترونية في الوطن العربي (رسالة دكتوراة غير منشورة، جامعة بغداد، كلية الإعلام، ٢٠٠٤) ص ١.

(٨) ادمون غريب، الإعلام الأمريكي والعربا للصادق رايح، مجلة المستقبل العربي، ع ٢٦٠، ٢٠٠١، ص ٧٥.

(٩) د. شعيب الغباشي، بحوث الصحافة الالكترونية (القاهرة، عالم الكتب، ٢٠١٠) ص ١٧.

(١٠) Dennis Wilcox: Public Relations Strategies and tectics (New York: Harper & Rowpub, 1986) p 493.

(١١) ينظر: د. محمد سيد محمد، وسائل الإعلام من المنادي الى الانترنت. م. س. ذ، ص ٢٢٤-٢١٨.

(١٢) عبدالامير مويث الفيصل، الصحافة الالكترونية في الوطن العربي م. س. ذ، ص ٤٧-٤٩.

(١٣) محمد فليحي، صناعة العقل في عصر الشاشة (عمان، الدار العلمية الدولية للنشر والتوزيع، ٢٠٠٢) ص ١٣.

(١٤) مؤيد عبد الجبار الحديثي، العولمة الإعلامية والامن القومي العربي (عمان، الاهلية للنشر والتوزيع، ٢٠٠٢) ص ٨٣.

(١٥) الصادق رايح، الإعلام والتكنولوجيات الحديثة (الامارات العربية المتحدة، دار الكتاب الجامعي، ٢٠٠) ص ١١-١٠.

- (١٦) المصدر السابق نفسه، ص ١٨.
- (١٧) مجد هاشم الهاشمي، الإعلام الكوني وتكنولوجيا المستقبل (عمان، دار المستقبل للنشر والتوزيع، ٢٠٠١) ص ٨٨.
- (١٨) عبدالامير مويث مشتت الفيصل، م.س. ذ. ص ٨٩.
- (١٩) الصادق رابح، الإعلام والتكنولوجيات الحديثة، م.س. ذ. ص ١٨-١٩.
- (٢٠) د.محمد سيد محمد، وسائل الإعلام من المنادي الى الانترنت. م.س. ذ. ص ١٥٤.
- (٢١) محمد ابراهيم الزبيدي، تقنيات الاتصال الحديثة، محاضرات القيت على طلبية المرحلة الثانية، قسم العلاقات العامة، كلية الاعلام، جامعة بغداد، للعام الدراسي ٢٠٠٧-٢٠٠٨.
- (٢٢) د.بوحنية قوي، الإعلام والتعليم في ظل ثورة الانترنت (الاردن، دار الراية للنشر والتوزيع، ٢٠١٠) ص ١١١.
- (٢٣) معتصم شفا عمري، تعرف على الانترنت (بيروت، دار الرضا للنشر، ٢٠٠٠) ص ١٥.
- (٢٤) عبدالامير مويث مشتت الفيصل، م.س. ذ. ص ٦٥.
- (٢٥) معتصم شفا عمري، تعرف على الانترنت، م.س. ذ. ص ١٧.
- (٢٦) محمد فلحي، صناعة العقل في عصر الشاشة، م.س. ذ. ص ١١٩.
- (٢٧) معتصم شفا عمري، م.س. ذ. ص ١٨.
- (٢٨) خليل صابات وجميل عبد العظيم، وسائل الاتصال نشأتها وتطورها (القاهرة، مكتبة الانجلو المصرية، ٢٠٠١) ص ٥٢٣.
- (٢٩) المصدر السابق نفسه، ص ٥٢٤.
- (٣٠) د.بوحنية قوي، الإعلام والتعليم في ظل ثورة الانترنت، م.س. ذ. ص ١١١.
- (٣١) عبدالملك ردمان الدناني، الوظيفة الإعلامية لشبكة الانترنت (رسالة ماجستير، غير منشورة، جامعة بغداد، كلية الإعلام، ١٩٩٩) ص ٢٧.
- (٣٢) محمد فلحي، م.س. ذ. ص ١٢١.
- (٣٣) د.ماجد سالم ترaban، الانترنت والصحافة الالكترونية- رؤية مستقبلية (القاهرة، الدار المصرية اللبنانية، ٢٠٠٨)، ص ٤٤.

- (٣٤) كريستيان كرومليش، الانترنت بدون خبرة، ترجمة خالد العامري، ط٢ (القاهرة، دار الفاروق للنشر والتوزيع، ٢٠٠٠) ص ٢٢.
- (٣٥) محمد فلحي، م. س. ذ. ص ١٢٤.
- (٣٦) الصادق رابح، م. س. ذ. ص ٨٠.
- (٣٧) معتصم شفا عمري، م. س. ذ. ص ٣٨.
- (٣٨) حسن عماد مكاي، تكنولوجيا الاتصال الحديثة في عصر المعلومات، ط٢ (القاهرة، الدار المصرية اللبنانية، ١٩٩٧) ص ١٨-٢٠.
- (٣٩) Elizabeth. A.loran zen (ed)career , planning and job sea racing in the information age , New York ,1999) p 33
- (٤٠) الصادق رابح م.س.ذ.
- (٤١) المصدر السابق نفسه، ص ٢٥.
- (٤٢) د.ماجد سالم تربران، م.س.ذ. ص ٢٨.
- (٤٣) المصدر السابق نفسه، ص ٢٨٠.
- (٤٤) محمد فلحي، م.س.ذ. ص ١٤٣.
- (٤٥) المصدر السابق نفسه، ص ١٤٤.
- (٤٦) أياد شاكر البكري، حرب المحطات الفضائية، عام ٢٠٠٠ (عمان، دار الشروق، ١٩٩٩) ص ١٧٣-١٩١.
- (٤٧) الصادق رابح، م. س. ذ. ص ٧٦-٧٧.
- (٤٨) من نحن. WWW.CNNARABIC.COM
- (٤٩) المصدر السابق نفسه.
- (٥٠) أياد شاكر البكري، حرب المحطات الفضائية، عام ٢٠٠٠، م.س.ذ. ص ١٨٢-١٨٧.
- (٥١) المصدر السابق نفسه، ص ١٨٨-١٨٩.
- (٥٢) من نحن، م. س. ذ. WWW.CNNARABIC.COM
- (٥٣) الصادق رابح، م. س. ذ. ص ٧٨.
- (٥٤) من نحن، م. س. ذ. WWW.CNNARABIC.COM