

توظيف الوسائط المتعددة في الإعلام الإلكتروني العربي

دراسة استكشافية لاستخدام مواقع

(الشرق الأوسط والجزيرة وإيلاف) للوسائط المتعددة

د. عبد الامير موييت الفيصل

كلية الإعلام / جامعة بغداد

المقدمة :

إن جدلية الوجود بين أساليب وتقنيات الاتصال والقنوات التي تمارس منها العملية التواصلية عبر الأزمان، هي التي قادتنا من التواصل الشخصي المباشر إلى استخدام الدخان والنار ونقل المعلومة وتدوينها وتداولها بواسطة ورق البردي واستخدام الحمام الزاجل .. مرورا بوسائل الإعلام التي اتخذت شكل الكتاب والجريدة والمجلة والمذياع والسينما والتلفاز إلى أن وصلنا إلى الإنترنت في العقد الأخير من القرن الماضي.

في هذه المسيرة التطورية، نجد أن الاتصال الجماهيري الفعال سرعان ما يستفيد من اكتشاف أو اختراع جديد يساعد على نقل المعلومة وتداولها، حتى وإن كان الهدف من الاختراع لا علاقة له بالاتصال الجماهيري.

لقد استفادت وسائل الاتصال الجماهيري من شبكة الإنترنت التي بدأت عام ١٩٦٩ كشبكة مسخرة لأهداف عسكرية وتحولت مع مطلع تسعينات القرن الماضي إلى شبكة للتواصل متاحة للجميع لتصبح خلال عقد ونصف من الزمان إلى أكبر وسيلة للتواصل المعرفي على نطاق العالم.

ولم تقتصر الاستفادة على استخدام هذه الشبكة في التواصل والحصول على المعلومات وتداولها، وإنما أصبحت شبكة الويب - وهي أشهر خدمة تقدمها الإنترنت

للبشرية - هي النافذة التي تطل منها العديد من وسائل الإعلام على جماهيرها في مختلف بقاع العالم دون قيود جغرافية أو مادية تذكر.

ولأول مرة في تاريخ وسائل الإعلام يتم تحدي الفكرة القائلة إن الأشكال الجديدة لوسائل الإعلام تكمل سابقتها ولا تحل محلها، من لدن الإنترنت التي أحدثت ثورة في التواصل الجماهيري من حيث الانتشار والصفة الدورية واحتكار النشر والمضامين والشكل والوسائط التعبيرية. فبالإضافة إلى كون التواصل عبر شبكة الويب يتم من خلال وسيلة جماهيرية جديدة ألا وهي الموقع جذبت هذه الشبكة العديد من وسائل الإعلام التقليدية ، إليها وأجبرتها على التكيف مع طبيعة تكنولوجيا المعلومات وقلصت الفروق بين أشكالها المختلفة (كتاب - صحيفة - مجلة - وكالة أنباء - سينما - إذاعة - تلفزة)، وشجعت هذه الأشكال على التواجد عبر الشبكة فقط دون المرور من تجربة التواجد التقليدي (الورق - الشاشة - الأثير/المذياع - الفضاء/التلفاز).

مشكلة الدراسة :

تحاول الدراسة استكشاف مدى توظيف الوسائط المتعددة في تقديم الرسائل التواصلية ضمن مواقع وسائل الإعلام الإلكتروني العربي ، ذلك أن معظم وسائل الإعلام العربية التقليدية اتخذت لها مواقع داخل الشبكة العنكبوتية، كما أن الشبكة شهدت ميلاد العديد من وسائل الإعلام العربية الإلكترونية ، خاصة المجالات والصحف، لما يتيح النشر الإلكتروني من مميزات لم تكن متوفرة من قبل للقائمين بالاتصال.

أهداف الدراسة :

تسعى الدراسة إلى الإجابة عن الأسئلة التالية :

١ - ما مدى استخدام وسائل الإعلام الإلكتروني العربي للوسائط المتعددة؟

٢ - انطلاقاً من الإجابة عن السؤال الأول يطرح التساؤل التالي: أهنالك وعي داخل وسائل الإعلام الإلكتروني العربي بالمفهوم الحديث والشمولي للوسائط المتعددة ومن ثم إدراك لأهميتها في التواصل الفعال؟

٣ - ما هي السبل الكفيلة التي يجب أتباعها لكي تواكب وسائل الإعلام الإلكتروني العربي التطور الهائل في توظيف الوسائط المتعددة في إعداد الرسائل التواصلية الفعالة؟

وتتطلع الدراسة إلى اختبار الفرضيات التالية:

١ - تفتقر معظم وسائل الإعلام الإلكتروني إلى استخدام الوسائط المتعددة بكيفية فعالة.

٢ - غالبية تصاميم مواقع وسائل الإعلام الإلكتروني لا تنطلق من رؤية جمالية متناغمة مع إدراك تواصلية يوفق بين الشكل والوظيفة.

٣ - هناك ارتباط إيجابي بين الاستخدام الفعال للوسائط المتعددة في مواقع وسائل الإعلام الإلكتروني وشهرة هذه المواقع ومن ثم الإقبال عليها من لدن متصفح الشبكة العنكبوتية.

عينة الدراسة والمنهج المتبع :

اعتمدت الدراسة على عينة قصديه مكونة من مجموعة من وسائل الإعلام العربي الإلكتروني المشهورة، اشتملت على ثلاث وسائل، أوجدت لها موقعا في الويب، منها وسيلة نشأت وترعرعت أساسا في الويب كأبرز صحيفة إلكترونية عربية مائة بالمائة، ألا وهي صحيفة إيلاف elaph.com أما الوسائل الأخرى فهي: صحيفة الشرق الأوسط السعودية اللندنية - asharqalawsat.com وقناة الجزيرة الفضائية - aljazeera.net بحكم كون هذه الدراسة دراسة استكشافية تهدف إلى التعرف على واقع الوسائط المتعددة في وسائل الإعلام العربي الإلكتروني، فقد لجأت إلى رصد أبرز مكونات مواقع الويب التي لها علاقة بالوسائط المتعددة،

مع التركيز على الصفحة الرئيسية Home Page دون إغفال للصفحات الأخرى المكونة للموقع، وقد تم حصر هذه المكونات في الآتي:

- ١ - التصميم (من حيث الإطارات).
- ٢ - امتداد الصفحة (رأسيا).
- ٣ - الصور.
- ٤ - الحركة.
- ٥ - الألوان.
- ٦ - الخطوط المستخدمة
- ٧ - الأزرار
- ٨ - الرسوم الفنية
- ٩ - الرسوم المتحركة والفيديو والصوت

الوسائط المتعددة وتصميم مواقع الويب :

أولاً: مفهوم موقع الويب :

تتعدد تعريفات موقع الويب وفقاً لخلفيات المعرفين فذوو الخلفيات التقنية من مطوري الشبكات والمبرمجين يركزون على الوصف التقني للموقع، مثل طبيعة اللغة البرمجية المستخدمة في كتابة الوثائق والبروتوكولات التي تنظم التواصل؛ بينما يركز مستخدمو الويب على المضمون والتطبيقات اللازمة لتصفح المواقع والوصول إلى الوثائق تكشف جولة البحث في الويب عن تعريف موقع الويب باستخدام محرك البحث Google عن وجود ٢٦ تعريفاً، أبرزها ذلك الذي يعرف الموقع بأنه: "مجموعة من ملفات الويب المرتبطة فيما بينها والمتضمنة لملف افتتاحي يسمى الصفحة الرئيسية التي يمكن التلوج من خلالها إلى بقية الوثائق المتضمنة في الموقع ويتم الوصول إلى الموقع عبر كتابة اسم الموقع على المتصفح." (١)

وفي تعريف آخر أكثر تفصيلاً، نجد أن الويب عبارة عن: ملف (صفحة) أو مجموعة ملفات يتم تخزينها في حاسوب (خادم Server) يمكن الولوج إليها عبر شبكة الإنترنت ولكل موقع صفحة رئيسية تصمم غالباً لكي تكون الملف الأول الذي يزوره المتصفح ليأخذ فكرة عامة عن مضامين الموقع و تتضمن الملفات الموجودة بالموقع وصلات نصية أو رسومية يتم النقر عليها باستخدام الفأرة قصد الانتقال من ملف لآخر داخل الموقع أو خارجه. (٢)

ويمكن تعريف موقع الويب من وجهة النظر الإعلامية-التواصلية بأنه: "رسائل تواصلية مخزنة في جهاز حاسوب خادم يتم الوصول إليها بالولوج إلى شبكة الإنترنت وعبر إحدى متصفحات شبكة الويب. ويتخذ موقع الويب شكل صفحات أو وثائق مكتوبة بلغة النص الفائق المترابط HTML تتخذ من الصفحة الرئيسية Home page واجهة لها ويتم التنقل بينها بواسطة وصلات عادية أو تفاعلية، وتقدم الرسائل التواصلية في شكل منفرد (نص أو صورة أو صوت أو فيديو...) أو متعدد Multimedia وغالباً ما تقدم مواقع الويب خدمات تهدف إلى تعزيز التواصل والتفاعل مع المتلقي".

وفقاً لهذا التعريف، يجب على كل من يسعى لممارسة مهمة النشر عبر شبكة الويب أن يتعامل معها كوسيلة اتصال جماهيري فعالة تتكامل فيها الرسالة (شكلاً ومضموناً) مع الوسيلة والمتلقي، وعلى هذا الناشر أن يكون على قدر كبير من المعرفة بالإمكانيات التواصلية - من حيث التفاعلية والتغذية الراجعة - التي تتيحها الويب، والخدمات الإضافية التي يمكن تقديمها من خلال الموقع (كخدمة البحث والأرشيف والوصول إلى مواقع أخرى...) .

ثانياً: مفهوم الوسائط المتعددة :

لقد تطور مفهوم الوسائط المتعددة من مجرد تعدد الوسائط المستخدمة بشكل متتابع أو متزامن (الشرائح، الأفلام، الصوت، الأشرطة،...)، إلى فكرة الدمج بين هذه الوسائط وتكاملها لتسمح للمتلقي بالتفاعل والتحكم في عملية التلقي.^(٣)

تأكيداً للصلة الوثيقة بين مفهوم الوسائط المتعددة وشبكة الويب، نجد أن هناك تداخلاً بين مفهومي الوسائط المتعددة والوسائط الفائقة وهذه الأخيرة هو نتاج للتقاطع بين حقلي الوسائط المتعددة والنص الفائق^(٤). ويرى بعض الباحثين أن مصطلحي "وسائط فائقة" و"وسائط متعددة تفاعلية" يشيران إلى الأمر نفسه^(٥). حيث إنهما يتكونان من مفهومين أساسيين: تقديم متعدد للمعلومات وتفاعل بين المستخدمين والمعلومات^(٦).

تعتبر الوسائط المتعددة من الاستخدامات الحديثة للحواسيب بصفة عامة والحواسيب الشخصية بصفة خاصة، إذ أن بروز الوسائط المتعددة - مفهوماً واستخداماً - قد لا يتجاوز عقد من الزمان. ففي منتصف تسعينات القرن العشرين أنتجت شركة آبل أول حاسوب متعدد الوسائط ولم ينتشر استخدام الوسائط المتعددة إلا بعد أن زادت السعات التخزينية وسرعة المعالجات والذاكرة التشغيلية في الحواسيب الشخصية، وأصبحت رخيصة الثمن وتعددت البرمجيات القادرة على دمج الوسائط المختلفة^(٧).

إن جولة البحث عن تعريف لمصطلح الوسائط المتعددة في شبكة الويب باستخدام محرك البحث تسفر Google عن وجود ٣٤ تعريفاً يتفق معظمها على استخدام أكثر من وسيط تواصل واحد في صياغة الرسالة، كما تتفق - إلى حد كبير - على استخدام الحاسوب وبرمجياته في القيام بعملية مزج الوسائط، ويتعزز هذا الفهم للوسائط المتعددة بآراء أشهر الباحثين في الوسائط المتعددة، من أمثال S.M.H.^(٩) و Tay Vaughan^(٨) و Fred Halsall و John Bate^(١١) و Collin^(١٠).

ويتبنى شابمان " في كتابه "الوسائط المتعددة الرقمية تعريفًا، على الرغم من أنه يعزز البعد التقني للوسائط المتعددة، إلا أنه يستجيب إلى حد بعيد لمفهوم الوسائط المتعددة كما تعكسه التطبيقات الحديثة، يعرف الوسائط المتعددة بأنها: "جمع اثنين أو أكثر من الوسائط المقدمة في شكل رقمي، بحيث يتم دمجها بما يكفي لعرضها عبر واجهة واحدة، أو يتم معالجتها بواسطة برمجية حاسوبية واحدة" (١٢).

تنطلق هذه الدراسة من مفهوم شمولي للوسائط المتعددة يعرفها بأنها: "توظيف النصوص والجداول والرسوم البيانية والصور الثابتة واللون والحركة والرسوم المتحركة والصوت والفيديو، بكيفية مندمجة ومتكاملة، من أجل تقديم رسالة تواصلية فعالة قادرة على تلبية حاجيات المتلقي ومتكيفة مع قدراته الإدراكية. ويمكن الحديث عن تعدد الوسائط ابتداءً من توظيف وسيطين كحد أدنى. والوسائط المتعددة، وفقاً لهذا التعريف، ليست مجرد عملية تجميع لهذه الوسائط، بل عملية إبداعية تخضع للشروط الفنية والنفسية (الإدراكية والمزاجية) المواكبة لعملية التلقي" (١٣).

ثالثاً: الويب أكبر فضاء للوسائط المتعددة :

تعتبر شبكة الويب أكبر فضاء لتقديم الرسائل التواصلية عبر الوسائط المتعددة. إذ تعتبر هذه الأخيرة سمة من سمات - الويب وإحدى نقاط قوتها، خاصة بعد أن حدثت تطورات كبيرة في الربط الشبكي بزيادة سعة الكابلات التي يسرت نقل الملفات المتضمنة للصورة والصوت والفيديو وهناك تأثير إيجابي متبادل بين الإنترنت - ممثلة بالأساس في شبكة الويب - والوسائط المتعددة.

ويرى مايكل واينبلات : (وزملاؤه أن الإنترنت تؤثر في الوسائط المتعددة بثلاث طرق (١٤) :

١. تزود الإنترنت منتجي الوسائط المتعددة بقدره تخزينية عالية تتجاوز الساعات

التخزينية الضعيفة للأقراص DVD. وأقراص الفيديو CD ROM والمدمجة

Floppy Disk المرنة

٢. تتيح الإنترنت لتطبيقات الوسائط المتعددة إمكانية الاستفادة من التواصل الشبكي، عوض الاقتصار على محدودة التفاعلية. Presentations العروض
٣. تمكن الإنترنت الجمهور من الولوج لمصادر ملفات الصوت والفيديو والصور الرقمية.

أما تأثير الوسائط المتعددة على الإنترنت فهو واضح^(١٥). فبدون الوسائط المتعددة لم يكن لشبكة الويب أن تحقق هذا الانتشار الواسع وتصبح وسيلة عالمية (إذا اقتصر المتصفحات على النصوص كما كان الأمر مع الإصدارات الأولى لمتصفح موازيك وبفضل الوسائط المتعددة، تسابقت وسائل الاتصال الجماهيري إلى إيجاد موقع قدم لها في فضاء الإنترنت).

وتستطيع الوسائط المتعددة أن تساعد متصفح الويب على تعلم الأمور الفيزيائية الملموسة - بتجسيدها بواسطة النص والصورة والرسوم المتحركة والصوت والفيديو - بفعالية أكبر بناء على وجهة النظر التي يتبناها الموقع^(١٦) لقد مكنت برمجيات الوسائط المتعددة مصممي مواقع الويب من إضفاء المزيد من الجمالية والخدمات والتفاعلية على صفحات الويب.

فقد دخلت الويب عالم الرسوم المتحركة والصوت والفيديو بفضل تطبيقات رائدة في برمجيات الرسم والتصميم الفني وتصميم مواقع الويب والوسائط المتعددة، وتطبيق QuickTime الشهير الذي مكن الحواسيب الشخصية من التعرف على ملفات الصوت والفيديو من شركة APPLE التي يرجع لها الفضل في إدخال الوسائط المتعددة إلى عالم الحاسوب الشخصي. كما أن لغة Java البرمجية التي طورتها شركة صن ساهمت في إضفاء المزيد من التفاعلية على صفحات الويب. ومن بين تقنيات الوسائط المتعددة الواعدة لمواقع الويب، لغة نمذجة الواقع الافتراضي (VRML) virtual reality modeling language . التي تمكن مصممي الويب من بناء عوالم ثلاثية الأبعاد three-dimensional worlds وتمنح ديناميكية لغة النص الفائقة القدرة لصفحات الويب على تغيير نفسها بمجرد تحميلها عبر المتصفح دون الحاجة للرجوع للجهاز الخادم قصد القيام بعملية

التحديث كأن يتغير حجم النص أو تغير صورة ما موقعها عند ضغط المستخدم لزر معين^(١٧). ولعل تقنية ajax التي تساهم في تسريع عرض وتقديم صفحات الويب بصورة شبه فورية^(١٨)، خير مثال على دور تطبيقات الوسائط المتعددة في تطوير الويب.

رابعاً: الأسس العلمية والفنية لتصميم مواقع الويب :

يقدم الممارسون والباحثون في حقل تصميم مواقع الويب، مجموعة من الملاحظات والنصائح التي تفيد في تصميم موقع للويب وفق أسس علمية - تواصلية وفنية جمالية تركز أساساً على التوظيف الأمثل للوسائط المتعددة واستخدامها استخداماً فعالاً مرشداً لتحقيق أكبر مرونة ممكنة في ولوج الموقع والتنقل السهل بين مكوناته عبر الوصلات التفاعلية Interactive Links .

فقد توصل ديبورا فليمنج صاحبة شركة **Illustrious Design** المتخصصة في تصميم المواقع واستضافتها، إلى مجموعة من النصائح عند تصميم المواقع لتحقيق أكبر نسبة ولوج، أخذاً في الاعتبار ضرورة توظيف الوسائط المتعددة يقول فيها^(١٩):

- اجعل النصوص التوجيهية وصفية، وتفادي تعليمات مثل: "انقر هنا".
- تفادي الجداول والأعمدة. وإذا استخدمتها، فزودها ببدائل نصية بسيطة لأن آل HTML غير مزودة بتحكم جيد على إخراج الصفحات، الأمر الذي يضطر المصممين إلى تقديم الجداول في صيغة صورة مما يحد من سهولة الولوج.
- استخدم عناوين اللافتات عوض العناوين المكتوبة بخط عادي للإشارة إلى بعض المكونات البنائية للموقع، مثل: أسماء الأبواب والوصلات الرئيسية الثابتة.
- اجعل ألوان النصوص وخلفياتها متباينة، كأن تكون الخلفية سوداء والنص أبيض، تحقيقاً لأكبر قدر من الانقرائية.
- إذا صممت وثيقة وفقاً لنظام الإطارات قدم بديلاً خالٍ من الإطارات

- إذا استخدمت خريطة رسومية كمنفذ لتصفح الموقع، فلا تنسى تقديم بديل نصي لتصفح الموقع.
- زود موقعك بعنوان بريد إلكتروني أو نموذج استمارة نصي حتى يكون للمتصفح خيار يمكنه من القيام بالتغذية الراجعة في إطار التفاعلية، خاصة وأن بعض المتصفحات قد لا تدعم نماذج الاستمارات.
- إذا قمت باستخدام ملفات صوتية في موقعك، أضف وصلة تقود إلى مقابل نصي إن أمكن ولا تنسى إضافة وصلة لتحميل البرمجية اللازمة لسماع الصوت .

خامساً: تقييم مواقع الويب :

إن تراكم الخبرات الناتجة عن دراسة مواقع الويب من حيث مدى ثباتها وسهولة ولوجها وأدائها كوسيلة تواصل قابلة للتلقي أسفر عن مجموعة من المعايير التي يمكن استخدامها لتقييم مواقع الويب تقيماً علمياً يتسم بالموضوعية المستمدة من أسس علمية وفنية.

فقد اقترح آريكت هينز وأورنيلا برونر مجموعة من المعايير لتقييم مواقع الويب (٢٠):

أولاً: على مستوى الشكل

- ما هو مظهر الموقع وما الشعور الذي يولده عند رأيته ؟
- هل الخطوط والخلفيات والألوان والصور متوافقة المظهر والشعور؟

ثانياً: الإخراج

- ما مدى تنظيم الموقع؟
- هل التنظيم ثابت من صفحة إلى أخرى؟
- هل من السهولة بمكان قراءة كل صفحة؟

• هل الحصول على المعلومات أمر سهل؟

ثالثاً: عناصر الوسائط

• هل يتضمن الموقع صور وصوت ورسوم متحركة؟

• أي الوسائط المتعددة تم استخدامها؟

• كيف تدعم عناصر الوسائط محتوى الموقع؟

رابعاً: تصفح الموقع

• أمن السهل التجول داخل الموقع؟

• هل تبين الصفحة الرئيسية مدى تنظيم الموقع؟

• أهناك خارطة للموقع؟

• هل يسهل التعرف على الوصلات؟

• أهناك أكثر من طريقة للإبحار داخل الموقع؟

• هل الإيقونات المستخدمة تبرز بوضوح ما يفترض فيها أن تمثله؟

نتائج الدراسة :

أولاً: صحيفة إيلاف

١- تتبع إيلاف في تصميمها للصفحة الرئيسية أحد نماذج الإطارات يقوم على تقسيم

الصفحة إلى خمسة إطارات:

الأول ثابت (في الأعلى) يتضمن اللوجو وإعلان مميز وتحتهما الوصلات

الرئيسية وتحت الوصلات على اليمين خدمة البحث يليها في الوسط (أفقياً)

شريط خبري متحرك باسم "في إيلاف اليوم" تظهر فيه الكتابة حرفاً حرفاً،

تحت مباشرة نجد رقم العدد والتاريخ وآخر تحديث، وفي اليمين نجد

خدمة "اجعلنا صفحتك الرئيسية".

الإطار الثاني - في اليسار ويمتد رأسياً - تتغير محتوياته عند الانتقال من الصفحة الرئيسية إلى أي صفحة أخرى داخل الموقع وإذا انتقلنا من هذه الصفحة إلى صفحة أخرى يصبح إطاراً ثابتاً يحتفظ بمحتوياته التي تضاف إليها خيارات الاستفادة من الموضوع (طباعة الصفحة، أخبر صديقك، أضف للمفضلة، حفظ الموضوع).

الإطار الثالث - أسفل الإطار الأول ويمين الإطار الثاني - فهو الأكبر مساحة وهو المتغير كلما ضغطنا على وصلة جديدة.

أما الإطار الرابع - أسفل الأطار الأول ويمين الثالث، فهو إطار عمودي يتضمن سلسلة من المواضيع المدرجة ضمن أبواب ثابتة وخدمات أخرى مثل: "الاستفتاء" و"مكتبة إيلاف" و"بوابة إيلاف" و"معرض الصور" و"إعلانات مبوبة" و"جديد مراسل إيلاف"، وعند الانتقال لأي صفحة أخرى يختفي هذا الإطار.

والإطار الخامس والأخير - أسفل الصفحة - يتضمن معلومات عن مطوري الموقع وشركاء الصحيفة، وعند الانتقال لأي صفحة أخرى في الموقع، يتحول هذا الإطار إلى إطار مخصص لإعلان.

٢. الصفحة الرئيسية لجريدة إيلاف صفحة حافلة بالموضوعات والوصلات، وهي تمتد رأسياً لحوالي ٨ مرات ارتفاع الشاشة

٣. تتضمن الصفحة الرئيسية صورة واحدة كبيرة بعرض ثلاثة أعمدة (في الصحف الورقية ١٤.٨٢ سم) في أعلى الإطار الثالث مع الموضوع الرئيس مثلما يحدث مع معظم الصحف الورقية؛ أما بقية الصور فغالبيتها بعرض عمود واحد وغالبا ما ترفق مع مقدمة الموضوع التي تحيل إلى التفاصيل. تتضمن كل الصور المرفقة مع المواضيع وصلات ولكن هذه الوصلات مضللة. إذا أنها لا تقود - كالمعتاد - إلى الصورة نفسها مكبرة - إلا في حالات نادرة - بل إلى الموضوع، وفي كثير من الأحيان يكون الموضوع الذي دخلنا إليه عبر وصلة الصورة خال من الصور تماماً! الأمر الذي لا يتوافق مع مبدأ "التفاصيل" حيث

يتوقع المتلقي أن يجد تفصيلا ليس فقط في النص وإنما كذلك في الصورة، سواء بتكبيرها أو تدعيمها بصور أخرى.

٤- على مستوى الحركة، فهي محدودة جدا وتنحصر في الإعلانات التي تستفيد إلى حد كبير من الحركة في إطار تعدد الوسائط؛ أما الجريدة فتستخدمها في موضعين فقط:

في الإطار الأول - الأعلى - ضمن زاوية:

"في إيلاف اليوم" وذلك باستخدام تقنية الكتابة بالأحرف المتساقطة تباعا في إطار حركي أفقي؛ وفي الإطار الرابع - يمين الصفحة الرئيسية - من الحركة الرأسية من أسفل لأعلى لمجموعة من العناوين تحت زاوية: "أخبار ٢٤ ساعة".

٥. تستخدم إيلاف الألوان بكيفية مدروسة ومقتصدة تقوم على توظيف أربعة ألوان: الأرجواني في العناوين الثانوية الأزرق في العناوين الرئيسية؛ الأسود في النصوص.

٦. خلفيات النصوص تأخذ لونا رماديا خفيفا موحدا بحيث يبرز فوقه اللون الأزرق بوضوح.

٧. تستخدم إيلاف ثلاثة خطوط في كتابة النصوص: الأول للنصوص والعناوين الثانوية والرئيسية؛ الثاني لأسماء الأبواب، مثل: "المواضيع الأكثر زيارة" و"سياسة"...؛ والثالث مستخدم فقط في كتابة التاريخ والعدد والبيانات المتعلقة بالصحيفة في الإطار الخامس الأسفل

٨. توظف إيلاف الأزرار بكيفية جيدة من حيث الدلالة والحجم وأتباع أسلوب السهل الممتنع وتتمتع هذه الأزرار بقدر محدود من التفاعلية المتمثلة في تغير اللون عند مرور المؤشر فوقها (في عديد قليل من الأزرار، مثل زر "خدمة خبر عاجل").

٩. هناك استخدام محدود للرسوم الفنية ثنائية وثلاثية الأبعاد في بعض الرموز الوظيفية مثل رسمت الظرف المرفقة مع "اتصل بنا" و"رسائل سريعة"، أو

رسمت القرص المرن المرفقة مع "حفظ الموضوع"، أو رسمت المنزل المرفقة مع "اجعلنا صفحتك الرئيسية

١٠. لا أثر لتوظيف وسائط الرسوم المتحركة أو الفيديو أو الصوت.

ثانياً: صحيفة الشرق الأوسط :

١. تتبع الشرق الأوسط في تصميمها للصفحة الرئيسية إحد نماذج الإطارات يقوم على تقسيم الصفحة إلى خمسة إطارات:

الأول متغير (في الأعلى) يتضمن اللوجو وإعلان مميز وتحتها على اليمين بيانات عن التاريخ ورقم العدد، وفي الوسط خدمة الأرشيف، وفي اليسار خدمة البحث. يتغير هذا الإطار عند الدخول لأي صفحة داخل الموقع، بحيث يختفي الإعلان وتختفي خدمة الأرشيف وخدمة البحث، ويبقى اللوجو وتحتة - على اليمين - التاريخ ورقم العدد، وفي أقصى اليسار خدمة التعليق على الموضوع أو طباعته أو إرساله عبر البريد الإلكتروني.

الإطار الثاني - في اليسار ويمتد رأسياً - تتغير محتوياته عند الانتقال من الصفحة الرئيسية إلى أي صفحة أخرى داخل الموقع لتصبح مقتطفات (متضمنة لوصلات) من الصفحة التي ينتمي إليها الموضوع.

الإطار الثالث - أسفل الإطار الأول ويمين الإطار الثاني - فهو الأكبر مساحة وهو المتغير كلما ضغطنا على وصلة جديدة.

أما الإطار الرابع - أسفل الأطار الأول ويمين الثالث، فهو إطار عمودي يتضمن الوصلات الرئيسية وهو ثابت لا يتغير أثناء الإبحار داخل الموقع.

والإطار الخامس والأخير - أسفل الصفحة - فهو ثابت لا يتغير، بل تضاف إليه خدمة التعليق على الموضوع أو طباعته أو إرساله عبر البريد الإلكتروني مكررة، عندما ننتقل إلى صفحة أخرى. يتضمن الإطار وصلات تقود

معلومات عن هيئة التحرير والمراسلة والإعلانات والتوزيع والاشتراكات والاستفسار وحقوق النشر.

٢. تمتد الصفحة الرئيسية للشرق الأوسط رأسياً لحوالي ٤ مرات ارتفاع الشاشة
٣. تتضمن الصفحة الرئيسية صورة واحدة كبيرة بعرض ثلاثة أعمدة (في الصحف الورقية ١٤,٨٢ سم) في أعلى الإطار الثالث مع الموضوع الرئيس مثلما يحدث مع معظم الصحف الورقية؛ أما بقية الصور فغالبيتها بعرض عمود واحد أو نصف عمود وأحياناً ربع عمود وغالباً ما ترفق مع مقدمة الموضوع التي تحيل إلى التفاصيل، ولا تتضمن هذه الصور أية وصلات، وغالباً ما تكون في حجم أكبر مع تفاصيل الموضوع. (معدل ٣٠ صورة في الصفحة الرئيسية)
٤. على مستوى الحركة، فإن جريدة الشرق الأوسط تخلو تماماً من توظيف الحركة سواء في تحريك النصوص أو في الرسوم المتحركة، كمنظيرتها الورقية تماماً (عدا ما يظهر في الإعلان الوحيد بأعلى الصفحة حيث تظهر جملة وتختفي لتحل محلها أخرى بصفة دورية).
٥. تميزت جريدة الشرق الأوسط الورقية بلون ورقها الأخضر منذ العدد الأول الصادر عام ١٩٧٨ وإلى الآن، وهي لم تتخل عنه حتى في نسختها الإلكترونية، من خلال اللوغو وخلفية الوصلات الرئيسية وبعض العناوين وخلفيات الأبواب الموجودة في الإطار الثاني (في اليمين). تستخدم في الخلفيات ٨ تدرجان لألوان مختلفة، وتستخدم في كتابة النصوص ٨ ألوان وتدرجان للون الأخضر والأزرق والأحمر البني.
٦. تستخدم الشرق الأوسط خطاً وحيداً في كتابة النصوص والعناوين، وهناك حالات نادرة لاستخدام خط مغاير، حيث استخدم خط لا يصلح للاستخدام في كتابة نصوص الصحف لضعف جماليته - عوض استخدام الخط المعتاد، وأن إيراد تعليق على الصورة يعد أمراً نادراً وهناك خط ثالث مستخدم فقط في كتابة الوصلات الموجودة في الإطار الخامس.

٧- يكاد موقع الشرق الأوسط يخلو من الأزرار إلا في حالة خدمة الأرشيف والبحث وينحصر الجانب التفاعلي في زر الأرشيف في تغير لون الزر عند تمرير المؤشر فوقه.

٨. هناك استخدام محدود للرسوم الفنية ثنائية وثلاثية الأبعاد في بعض الرموز الوظيفية مثل رسمه الظرف ورسمه القرص المرن المرفقة مع "حفظ الصورة"، أو رسمه الطابعة المرفقة مع "طباعة" الموضوع أو الصورة، أو رسمه الكتاب المفتوح المرفقة مع تعليق . المرفقة مع "تعليق".

٩- لا يستخدم موقع الشرق وسائط الرسوم المتحركة أو الفيديو أو الصوت.

ثالثاً: موقع قناة الجزيرة :

١. يتبع موقع الجزيرة نت أسلوب تقسيم الصفحة الرئيسة إلى خمسة إطارات، كما رأينا في بعض المواقع :

الإطار الأول (في الأعلى) مخصص للوجو في أقصى اليمين، ويمتد يساره أفقياً إعلان، باعتبار أن هذا الموقع من أعلى المساحات الإعلانية، وتحت الإعلان مباشرة مجموعة من الوصلات الثابتة التي تقوم إلى بيانات أساسية عن الموقع أو بعض الخدمات.. أسفل اللوجو ومجموعة الوصلات شريط ممتد أفقياً يتضمن خدمة البحث ومنفذ لدخول المشتركين في الخدمات الخاصة التي يقدمها الموقع.

الإطار الثاني مخصص لوصلات تقود إلى المواقع التابعة للشبكة وقائمتين بخدمات أخرى يقدمها الموقع، تحتها مباشرة إعلان ممتد رأسياً.

الإطار الثالث يتوسط بين الإطارين الثاني والرابع، وهو الإطار المتغير عند الدخول لوصلة جديدة، وغالبا ما يتضمن مواضيع مكونة من عنوان وصورة ووصلة تقود إلى مزيد من التفاصيل؛ الإطار الرابع (في أقصى اليسار) يشتمل على قائمة "متعلقات" المكونة من مجموعة من العناوين

ذات الصلة، وتحتها مباشرة إعلان ممتد رأسياً. والإطار الخامس (في الأسفل) ثابت وهو مخصص للإشارة لحقوق النشر ومجموعة من الوصلات المعادة التي قلنا بأنها موجودة أسفل الإعلان في الإطار الأول.

٢. تحافظ الجزيرة نت - إلى حد كبير على وحدة التصميم في مواقعها الأربعة التابعة لها (الأخبار - الفضائية - المعرفة - الأعمال)، مع اختلافين: اختفاء لوجو الجزيرة نت من هذه المواقع ليستبدل باسم الموقع مع الاحتفاظ بشعار الجزيرة في الخلفية، مثال: كما يحدث تغيير في مواقع الوصلات الموجودة بالإطار الأول لتصبح أعلى الإعلان؛ والاختلاف الآخر نجده في لون الخلفية ومحتويات بقية الإطارات (الثاني والثالث والرابع والخامس).

٣. تمتد الصفحة الرئيسية لموقع الجزيرة نت لحوالي ضعف ارتفاع الشاشة، وهو ارتفاع محدود إذا قارناه بالمواقع الأخرى (مثل موقع إيلاف الذي يمتد لـ ٨ أضعاف ارتفاع الشاشة)، والسبب في ذلك يرجع إلى توزيع الوصلات على المواقع الأربعة التابعة للجزيرة نت.

٤. يلاحظ أن موقع الجزيرة نت - والمواقع التابعة له - يوظف الصورة بكيفية فعالة. فالصفحة الرئيسية غالباً ما تتضمن صورة (على عمود ونصف) مصاحبة للموضوع الرئيس، ومجموعة من الصور المصاحبة للمواضيع المعروضة في الإطار الثالث (المتغير) بمعدل ٨ صور. كما أن هناك العديد من المواضيع المعروضة في الإطار الرابع تتضمن صوراً مرفقة مع التفاصيل. وهناك ميزة إيجابية أخرى، وهي أن الصور المعروضة في الصفحة الرئيسية - والتي غالباً ما لا يتجاوز عرضها عرض عمود، تبدو بحجم أكبر عند الدخول لوصلة التفاصيل الأمر الذي يدعم النص تجسيدا لفكرة الوسائط المتعددة.

٥. يقتصر توظيف الحركة - كشكل من أشكال الوسائط المتعددة - على الإعلانات التجارية أو بعض الإعلانات التي يقدمها الموقع من وقت لآخر، مثل استخدام تقنية الظهور-الاختفاء المتكرر لعبارة "وظائف شاغرة" للدلالة على وجود

وظيفة أو وظائف شاغرة في الوقت الراهن، وثبات هذه العبارة في الأوقات التي لا توجد فيها وظائف شاغرة.

٦. يستقي موقع الجزيرة نت ألوانه - كلوان الخلفيات والعناوين - من اللونين الأزرق والأصفر الذهبي وتدرجاتهما، المستخدمين تصميم شعار قناة الجزيرة ومعظم ديكورات استوديوهاتها. ومعلوم أن هذين اللونين يشكلان وحدة تكامل / تباين، مثلما يحدث مع اللونين الأبيض والأسود. بالإضافة إلى أن الموقع يستعين في كتابة النصوص باللون الأسود - وهو المفضل عالمياً في كتابة النصوص - والكتابة بالأبيض على الخلفيات الزرقاء. لقد حافظ موقع الجزيرة على ثنائية الأزرق-الأصفر الذهبي في الخلفيات والعناوين، ولم يشذ عن ذلك إلا موقع "المعرفة" الذي اتخذ خلفية من تدرجات اللون الأخضر للتجاور مع الأزرق والأصفر دون وجود مبرر جمالي أو دلالي واضح.

٧. يستخدم موقع الجزيرة نت أربعة أنواع من الخطوط يخصص الأول (في شكل Bold للعناوين و plain للنصوص)، والثاني والثالث للوصلات والرابع لاسم الموقع (الأخبار - الفضائية - المعرفة - الأعمال).

٨. يقتصر استخدام الأزرار في مواقع الجزيرة نت على ثلاثة مجالات: في دخول المشتركين؛ البحث العادي والمتقدم؛ وفي استطلاعات الرأي التي توجد تحت مسمى "مشاركات". وكل الأزرار موحدة من حيث الشكل واللون وافتقارها للجانب التفاعلي سواء تفاعل لوني أو حركي أو صوتي. كما يستخدم الموقع الأيقونات بكيفية محدودة تقتصر على استخدام البريد الإلكتروني في إرسال المواضيع أو طباعته. ويستعين الموقع ببعض الرموز التي تحدد بداية الفقرات، أو الأسهم التفاعلية التي تبين اتجاه القوائم النازلة.

٩. يكاد موقع الجزيرة نت يخلو من الرسوم ثلاثية الأبعاد فهو يكتفي بعدد محدود من الرسوم ثنائية البعد من أمثلة ذلك: شعار "وظائف" بموقع الأعمال، أو شعار "ما رأيك؟"، أو شعار "شارك بالنقاش".

١٠ . ينفرد موقع "الفضائية" - ضمن مواقع الجزيرة نت - بإتاحة الفرصة للمتصفح لكي يستمع إلى بعض النشرات والمواضيع الإخبارية أو مشاهدة بعض التقارير، باستخدام الـ Windows Media Player كنافذة استماع أو مشاهدة. وعلى الرغم من أن الصوت والفيديو من أبرز مكونات الوسائط المتعددة، إلا أن طريقة تقديمها في موقع الجزيرة نت لا تراعي خصوصية الوسائط المتعددة القائمة على الاستخدام المندمج الذي يزيد من احتمالات التلقي. فعلى سبيل المثال، إذا لم يتمكن المتصفح من الاستماع للصوت، يجب أن تتاح له فرصة قراءة النص.

تحليل النتائج وتفسيرها

- تطرقت الدراسة لتسعة من مكونات مواقع العينة المدروسة التي تبين مدى توظيف الوسائط المتعددة، وهي:

- ١- التصميم ؛ ٢ - امتداد الصفحة الرئيسية ؛ ٣ - الصور ؛ ٤ - الحركة ؛
- ٥ - الألوان ؛ ٦ - الخطوط ؛ ٧ - الأزرار ؛ ٨ - الرسوم الفنية ؛ ٩ - الرسوم المتحركة والفيديو والصوت.

أولاً: التصميم:

اهتمت الدراسة بالأسلوب المتبع في تصميم الصفحة الرئيسية لموقع الويب من حيث تقسيمها إلى إطارات ثابتة ومتغيرة. يلاحظ أن كل المواقع المدروسة تعتمد في صفحاتها الرئيسية، أسلوب التقسيم إلى إطارات. فعدد الإطارات كان خمسة ، كما في الجدول رقم ١ .

إن الكيفية التي تصمم بها الصفحة الرئيسية تكتسي أهمية بالغة في إضفاء قدر من السهولة واليسر والفعالية على الموقع بحيث يتمكن المتصفح من إيجاد أكبر قدر من المنافذ المباشرة للمواضيع. فقد بينت دراسة أجراها أكسيجن لي سنة ٢٠٠٢ عن تصميم مواقع الويب على فعالية استرجاع الأخبار، أن الصحيفة التي

يتضمن ارتفاع الشاشة الأول من صفحتها الرئيسية (أي أول ما يظهر على الشاشة عند ولوج موقع الصحيفة) أكبر قدر من المواد والوصلات، هي الصحيفة الأكثر فعالية، وقد تصدرت صحيفة الواشنطن بوست قائمة الصحف الخمس التي درسها. (٢٣) وهذا يعني أن الصحيفة التي تصمم صفحتها الرئيسية بحيث تكون الإطارات العليا متضمنة لأكبر عدد من المواضيع والوصلات، تجعل القارئ ينفذ مباشرة إلى العديد من المواضيع منذ اللحظة الأولى دون أن يتكبد عناء البحث أسفل الصفحة الرئيسية.

جدول رقم ١: استخدام الإطارات في الصفحة الرئيسية

عدد الإطارات	اسم الموقع
٥	إيلاف
٥	الشرق الأوسط
٥	الجزيرة

كل المواقع المدروسة فضلت تقسيم الصفحة الرئيسية إلى خمسة إطارات، إن اتفاق المواقع على ضرورة تقسيم الصفحة إلى مجموعة من الإطارات كشكل من أشكال تسهيل مهمة المتصفحين استلهاما لفكرة الجدول كوسيط متعدد قادر على تنظيم البيانات والمعلومات، لا ينفي التباين في توظيف هذه الإطارات من حيث محتوياتها ومساهماتها في إضفاء جمالية على الصفحة، ومدى ثباتها عند الانتقال من الصفحة الرئيسية إلى الصفحات الأخرى داخل الموقع. وإذا كان موقع إيلاف أكثر التزاما بفكرة الإطارات التي يظل معظمها ثابت وإحداها متغير، فإن موقع الجزيرة أقل التزاما بتصميم الصفحة الرئيسية عند الانتقال عبر الوصلات إلى الصفحات الأخرى مما يعكس خلافا في الرؤية الفنية والتواصلية للموقع.

ثانياً: امتداد الصفحة الرئيسية

إن الامتداد الرأسي للصفحة الرئيسية يبين لنا فرقا جوهريا بين تصميم الصحيفة الإلكترونية التي ليس لها مقابل ورقي والصحيفة الإلكترونية التي هي في الأصل صحيفة ورقية. فبينما نجد أن صحيفة إيلاف - وهي أشهر صحيفة إلكترونية عربية ١٠٠ % - تمتد لثمانية أضعاف ارتفاع الشاشة، نجد أن أقرب صحيفة - ورقية الأصل - إليها من حيث الارتفاع هي الشرق الأوسط التي تمتد لأربعة أضعاف ارتفاع الشاشة، وحاز موقع الجزيرة على أقل امتداد بلغ مرة وثلاث ارتفاع الشاشة. فبحكم أن صحيفة إيلاف تختلف في طبيعتها عن بقية وسائل الإعلام الأخرى المدروسة - المحكومة بما يرد في النسخة الورقية أو يبث عبر الأثير أو الفضاء - تستطيع أن تضمن صفحاتها الرئيسية والصفحات الأخرى أكبر قدر ممكن من المواد الإعلامية بحكم عملية التحديث المستمرة، كما أن كبر الامتداد يرتبط إيجابيا بعدد الصور المعروضة في الصفحة الرئيسية، كما سنلاحظ في الفقرة القادمة. والجدول رقم ٢ يبين امتدادات الصفحات الرئيسية للمواقع المدروسة.

جدول رقم ٢: امتداد الصفحة الرئيسية

<u>اسم الموقع</u>	<u>امتداد الصفحة الرئيسية</u>
إيلاف	٨ مرات
الشرق الأوسط	٤
الجزيرة	٢

(وحدة القياس ارتفاع الشاشة)

مجلة كلية الآداب / العدد (٢٤) ٢٨١

لقد بينت بعض الدراسات أن امتداد الصفحة الرئيسية يتناسب عكسيا مع فعاليتها على مستوى سرعة التصفح واسترجاع المعلومات فقد بين أكسيجن لي في دراسته سابقة الذكر، أن الصحيفة الأكثر فعالية بمعنى أن الولوج إلى المواضيع عبر الصفحة الرئيسية يستغرق أقل وقت ممكن هي الصحيفة التي تمتد صفحاتها الرئيسية لحوالي ارتفاع شاشة واحد e وهي صحيفة Chicago Tribun على الرغم من صفحاتها الرئيسية غنية بالرسوم الفنية؛ بينما كان امتداد الصفحة الرئيسية للصحيفة الأقل فعالية ٥.٥ مرة ارتفاع الشاشة وهي صحيفة USA Today (٢٤).

ثالثاً: الصور

لعل الصور الثابتة هي المدخل الرئيس لتبيان مدى الاهتمام بتلبية الحد الأدنى من متطلبات مفهوم الوسائط المتعددة، ذلك لكونها سبابة في تشكيل مفهوم الوسائط المتعددة في وسائل الإعلام. وقد أثبتت العديد من الدراسات أن الصورة المرافقة للنص تسهل عملية التعلم (٢٥).

لقد بينت الدراسة عن تباين كبير في إيراد الصور بالصفحات الرئيسية سواء رفقة النصوص أو منفردة (أنظر الجدول رقم ٣). ففي الوقت الذي تحرص فيه صحيفة إيلاف على تضمين عدد كبير من الصور بالصفحة الرئيسية بمعدل ٤٠ صورة، نجد أن موقع الجزيرة يقل عدد الصور سواء بالصفحة الرئيسية أو الصفحات الأخرى. وعلى الرغم من أن الصورة تحتاج إلى مساحة تخزينية أكبر مقارنة بالنص وقد تعرقل عملية التصفح إذا كان حجمها كبيرا أو درجة تنقيطها عالية، إلا أن هذا المبرر لم يعد مقبولاً مع الحلول التقنية التي تمكن مصممي مواقع الويب من حفظ الصور بكيفية تزاوج بين الوضوح وسهولة التصفح والتنزيل، كما أن المساحات التخزينية تضاعفت في السنوات القليلة الماضية الأمر الذي يشجع على تضمين الصور لأهميتها التواصلية كوسيط متعدد غني بالبيانات والمعلومات البصرية.

ولا يقتصر الإشكال على انعدام الصور أو ندرتها وقلتها، بل يتعداه إلى توظيفها كوسيط متعدد وتزويدها بسمة التفاعلية التي تتيح للمهتم بالصورة أن

يحصل على نسخة مكبرة عبر وصلة أو الولوج إلى مزيد من الصور ذات المرتبطة فيما بينها.

جدول رقم ٣: معدل استخدام الصور بالصفحة الرئيسية

اسم الموقع	معدل الصور بالصفحة الرئيسية
إيلاف	٤٠
الشرق الأوسط	٣٠
الجزيرة	٨

رابعاً: الحركة

بينت الدراسة أن مواقع الإعلام العربي المدروسة نادراً ما توظف حركة كوسيط متعدد بكيفية فعالة، والأمثلة التي يمكن أخذها في الاعتبار، ما نجده في شريط الأخبار المتحرك الذي يستغل المساحة المحدودة في عرض مجموعة من عناوين الأخبار. وحتى هذا الشريط وجد في ٤٠ % من المواقع. ووظفت بعض المواقع الحركة في أبراز بعض وصلات أو الإعلانات الخاصة بالموقع، كما في مواقع إيلاف والجزيرة وينفرد موقع الشرق الأوسط بتوظيف الحركة في العرض التلقائي لشرائح الصور بما يحقق مفهوم الوسائط المتعددة.

غالباً ما توظف مواقع الإعلام العربي الحركة في الإعلانات التجارية، وإن كانت معظم الإعلانات التي تم رصدها تستخدم أشكالاً بسيطة من التحريك قد لا تتعدى أنماط عرض الشرائح المستخدمة في برمجية Power Point .

خامساً: الألوان :

تتفق مواقع الإعلام العربي على ضرورة استخدام الألوان كشكل من اشكال الوسائط المتعددة، يضيف جمالية على المكونات الموقع، فضلا عن دلالاتها الرمزية عندما يتم استخدام الألوان ذاتها المستخدمة في النسخ الورقية للصحف.

ونجد هذا الاستخدام الرمزي واضحا في موقع الجزيرة (الأزرق+الذهبي) والشرق الأوسط (الأخضر) ففي حالة الجزيرة، نجد أن هذين اللونين يستخدمان في لوغو القناة؛ وفي حالة الشرق الأوسط، فاللون الأخضر هو لون الورق الذي تطبع عليه منذ صدور عددها الأول.

وبينما نجد أن بعض الصحف تسرف في استخدام الألوان كصحيفة الشرق الأوسط (أربعة ألوان ومجموعة من تدرجات الألوان)، تقتصد صحيفة ايلاف في استخدام الألوان وتكتفي باللونين الأزرق والأسود. وبصفة عامة تلتزم جل المواقع بالألوان التي تستخدمها في كتابة النصوص والعناوين وفي الخلفيات. كما أن استخدام الألوان غالبا ما يجد تبريره الجمالي والتواصل، إلا في حالات نادرة .

سادساً: الخطوط

يلاحظ أن كل المواقع المدروسة تستخدم الخطوط بكيفية توفر الحد الأدنى من الاتقراطية بتفادي استخدام الخطوط الفنية الزخرفية، والاكتفاء بالحد الأدنى من الخطوط لتمييز النصوص (خط واحد بشكل عادي وسميك، أو خطين). وفي المقابل، يلاحظ أن مواقع الويب بصفة عامة ومواقع الإعلام المدروسة بصفة خاصة، لا تكثرث بالجانب الجمالي ولا تسعى للتمييز باستخدام خط خاص، مثلما تفعل الصحف والمجلات الورقية والقنوات الفضائية، والاستثناء الوحيد نجده في حالة اللوغو، إذ أن بعض المواقع المدروسة استخدمت خطا خاصا باللوغو يتطابق أحيانا مع الخط المستخدم في تصميم اللوغو الورقي أو في الشاشة الفضائية للقناة الفضائية.

سابعاً: الأزرار

ترتبط الأزرار بالجانب الجمالي لمواقع الويب، إضافة إلى الجانب الوظيفي حيث تشير بوضوح إلى وصلات مميزة. كما أن الأزرار غالباً ما تقترن بشكل من أشكال التفاعلية سواء تفاعلية لونية أو ، حركية، لتؤدي دورها ضمن منظومة الوسائط المتعددة. تبين نتائج الدراسة أن مواقع الإعلام العربي غالباً ما توظف الأزرار إما بكيفية متعمدة لإضفاء قدراً من الجمالية والتفاعلية على الصفحة الرئيسية والصفحات الأخرى، أو كخيارات جاهزة يلجأ إليها المصممون لتزويد الموقع بمجموعة من الخدمات، مثل خدمة التغذية الراجعة أو النسخ والطباعة والمراسلة. كل المواقع المدروسة تضمنت أزراراً متفاوتة من حيث البنية ، أو الألوان والتدرج اللوني.

ثامناً: الرسوم الفنية

باستثناء لافتات المواقع التي تصمم باستخدام برمجيات الرسم الفني، فإن معظم المواقع المدروسة لجأت إلى استخدام الرسوم الفنية الجاهزة ثنائية الأبعاد للدلالة على بعض الخدمات المقدمة. ويلاحظ أن موقع قناة الجزيرة تميز بتقديم أكبر عدد من الرسوم الفنية التي صممت خصيصاً كشعارات/لافتات للمواقع الفرعية التابعة للموقع ولبعض الخدمات المقدمة.

تاسعاً: الرسوم المتحركة والفيديو والصوت

يتضح من خلال الجدول رقم ٤ أن حضور وسائط: الرسوم المتحركة والفيديو والصوت يتسم بالآتي:

جدول رقم ٤ : توظيف الرسوم المتحركة والفيديو والصوت

اسم الموقع	الرسوم المتحركة	الفيديو	الصوت
الجزيرة	√	√	x
الشرق الأوسط	x	x	x
إيلاف	x	x	x

١. قناة الجزيرة : هي الوسيلة الإعلامية العربية الوحيدة المدروسة التي ضمنت موقعها وسائط الرسوم المتحركة والفيديو والصوت، وإن كان هذا التضمين لا يستجيب لشروط الاندماج والتكامل الوارد في مفهوم الوسائط المتعددة.
٢. المواقع المدروسة خلت تماما من توظيف الرسوم المتحركة والفيديو والصوت، وفي مقدمتها صحيفة إيلاف التي - بحكم وجودها - كان يجب أن تستفيد من إمكانية الويب في توظيف الوسائط المتعددة التفاعلية.
٣. يميل المفهوم الحديث للوسائط المتعددة إلى الاعتماد على الرسوم المتحركة التي تنتج بواسطة برمجيات متخصصة مثل برمجيات Dreamweaver و Director و Flash والميزة الإيجابية لهذه الرسوم هو مرونة استخدامها وتحميلها وتنزيلها، غير أنها تحتاج إلى مجهود كبير في التصور ووضع السيناريو والرسم الفني، الأمر الذي يتطلب من وسائل الإعلام أن تكون ملمة بالجوانب الفنية الكفيلة بإنتاج الرسوم المتحركة كشكل من أشكال الوسائط المتعددة التي تدمج الحركة مع الرسم واللون والنص والصوت أو بعضها منها. وقد يكون هذا من بين أسباب تواجد الرسوم المتحركة في مواقع الإعلام العربي المدروسة.

الخلاصة والتوصيات

تخلص هذه الدراسة إلى أن وسائل الإعلام العربي الإلكتروني تفتقر إلى استخدام الوسائط المتعددة بمفهومها الحديث الذي يقوم على ترميز رسالة تواصلية متعددة المنبهات وتخطب أكثر من عضو حسي واحد، أو أن هذه الرسائل تقدم للمتلقى عدة خيارات للتعرض للمضمون (كأن يتضمن النص إمكانية الاستماع إليه لمن لا يريد القراءة).

وهذا لا ينفي كون بعض المواقع المدروسة تبذل جهدا مقدرا لتقدم رسائل متعددة الوسائط، ويصعب أن نفترض أن تغييب الوسائط المتعددة في مواقع الإعلام العربي الإلكتروني، راجع لقناعة بعدم جدوى الوسائط المتعددة، في الوقت الذي تسارع العديد من القطاعات مثل قطاع التعليم والأعمال والترفيه لجعل الوسائط المتعددة هي الواجهة الرئيسية لتقديم المضامين والتواصل الفعال مع المتلقين.

فبعد مرور عقد من الزمان على بروز فكرة الوسائط المتعددة الرقمية وانتشار تطبيقاتها ومسارعة التكنولوجيا لتذليل الصعاب التقنية أمامها، يصعب قبول فكرة التخلف عن قطار الوسائط المتعددة، سواء بسبب موقف رافض لها أو بسبب عدم إدراك لأهميتها أو بسبب ضعف معرفي وتدريب في التعامل معها وإنتاجها.

إن الوسائط المتعددة تتيح لوسائل الإعلام العربي فرصا غير محدودة للارتقاء والمنافسة ليس فقط في المحافظة على جمهورها، بل لجذب جمهور جديد وعريض تصل إليه شبكة الويب.

كما أن الوسائط المتعددة قد تساعد وسائل الإعلام العربي الإلكتروني في التحرر من شكلها التقليدي الذي يعبر عن محدودية الطموح والكسل الفكري والإبداعي، وتقودها نحو مزيد من الاهتمام بالمتلقي والتفاعل معه.

لقد بينت هذه الدراسة أن بعض وسائل الإعلام العربي، على الرغم من إمكانياتها الكبيرة وشهرتها (كالشرق الأوسط) لم تستفد من الإمكانيات التواصلية الهائلة التي تتيحها الوسائط المتعددة، وظلت أسيرة لنمط الإعلام التقليدي الذي ينظر

إلى شبكة الويب كفضاء ثانوي لا يتعدى التواجد فيه "أداء الواجب"، وهو يفتقر إلى الجدوى الاقتصادية والإعلامية. ومهما حاولت صحيفة الشرق الأوسط الدفاع عن مثل هذه النظرة، فإن صحيفة إيلاف لن تجد لها أي مبرر مقنع، خاصة وأنها وليدة الويب وكان حري بها أن تستفيد من أبرز نقاط قوة هذه الشبكة، ألا وهي الوسائط المتعددة.

ويتضح من خلال حصيلة توظيف الوسائط المتعددة في مواقع الإعلام العربي الإلكتروني، أن الفرضية التي وضعتها الدراسة القائلة بوجود ارتباط إيجابي بين الاستخدام الفعال للوسائط المتعددة وشهرة الموقع لم تجد ما يدعمها، ذلك أن معظم المواقع المشهورة التي شملتها الدراسة - كموقع إيلاف والشرق الأوسط والجزيرة - لم توظف الوسائط المتعددة بكيفية فعالة، وتحتاج هذه الفرضية لأن تحول إلى دراسة أخرى إضافية تستطلع آراء المتلقين لمعرفة مدى حاجتهم لوجود الوسائط الإعلام العربي في المواقع التي يرتادونها.

إن النظر في بعض الدراسات المحدودة التي تطرقت لتوظيف وسائل الإعلام للوسائط المتعددة على الصعيد العالمي يظهر ضعف هذا التوظيف وأن الوسائط المتعددة الرقمية التفاعلية لم تجد حظها الوافر من الاهتمام داخل مواقع الإعلام الإلكتروني، بسبب تطور مفهوم الوسائط المتعددة وجدته وحاجته إلى المزيد من العناصر البشرية المدربة والمبدعة. ولكن آل هذا لا يعطى الإعلام العربي الإلكتروني المبرر الكافي للتخلف عن الركب المتسارع والاستفادة من إمكانيات شبكة الإنترنت في تحقيق التواصل الفعال.

لذا فإن هذه الدراسة توصي مؤسسات الإعلام العربي الإلكتروني بالآتي:

١. السعي الحثيث لاستيعاب مفهوم الوسائط المتعددة والتعرف على الإمكانيات التواصلية التي يتيحها في ظل عولمة التواصل وتزايد الاهتمام بالمتلقي باعتباره عماد العملية التواصلية.
٢. ضرورة الاهتمام بالوسائط المتعددة وتوظيفها في مواقع الإعلام العربي، أخذاً في الاعتبار أن الوسائط المتعددة تعتبر من أبرز السمات الإيجابية لشبكة الويب.

٣. التدريب المستمر للمشرفين على مواقع الإعلام الإلكتروني العربي على إنتاج الوسائط المتعددة والمستجدات التكنولوجيا في هذا المجال على صعيدي العتاد والبرمجيات.
٤. تدريب القائمين بالاتصال العرب (صحفيين وإداريين) على ممارسة التواصل الفعال عبر واجهة الوسائط المتعددة، وذلك بمعرفة السبل المثلى في الكتابة وصياغة الرسائل التواصلية متعددة الوسائط.
٥. اهتمام آليات الإعلام في الوطن العربي بتدريس الوسائط المتعددة والسير قدما في تهيئة كوادر بشرية قادرة على تشكيل فرق متكاملة لإنتاج الوسائط المتعددة.
٦. الاهتمام بالبحوث - من حيث تمويلها والترويج لها - الرامية إلى تسليط المزيد من الأضواء على واقع الوسائط المتعددة في الإعلام العربي، والسبل الكفيلة بإدماج الوسائط المتعددة في العملية التواصلية حفاظا على المتلقي المحلي وجذبا للمتلقي الخارجي، والبحث عن إمكانيات التميز والتفرد انطلاقا من الحضارة العربية الإسلامية (فما الذي يمنع موقعا إعلاميا عربيا من أن يقدم لمتصفح وجبة دسمة من المواد الإعلامية، بينما يستمع إلى آيات بينات من الذكر الحكيم أو أبيات من الشعر العربي الجميل أو يستمع إلى الموسيقى).

1 .www.scotsmist.co.uk/glossary_w.html

٢- شريف اللبان، تكنولوجيا النشر الصحفي: الاتجاهات الحديثة، القاهرة، الدار المصرية اللبنانية، ٢٠٠١ ص ٤٢.

٣- د. فايز عبد الله الشهري، تجربة الصحافة الالكترونية العربية على شبكة الانترنت، رسالة دكتوراه غير منشورة، جامعة شيفيلد، المملكة المتحدة، ١٩٩٩، ص ١٠٨.

٤- مايكل كنيدي، الكتابة في فضاء الانترنت، (دبي: الملتقى العربي لصحافة تقنية المعلومات، ٢٠٠٣).

٥- جون ماكسويل، جورج أكريمسكي، صناعة الخبر في كواليس الصحف الامريكية، ترجمة: احمد محمود، (القاهرة: دار الشروق، ٢٠٠٠)، ص ٧١.

٦- عائشة عبد الله، التفاعل الاتصالي بين الجمهور والصحافة، رسالة ماجستير غير منشورة (جامعة القاهرة، كلية الإعلام، قسم الصحافة، ١٩٩٩)، ص ١٤٢.

7- www.rustybrick.com/definitions.php

8- Halsall, Fred. (2001). Multimedia Communications: Applications, Networks, Protocols and Standards. Harlow: Pearson Education Limited. P.1.

9- Vaughan, Tay. (2001). Multimedia: Making It Work. New York: Osborne/McGraw Hill, p.5.

10- Collin, S.M.H. (1996). Dictionary of Multimedia. Bombay: UBSPD, p.176.

11- Bates, John. (1999). Middleware Platforms to Support Multimedia Applications. In: Furht, Borko. Handbook of Internet and Multimedia: Systems and Applications. Boca Raton: CRC Press. P.4.

- 12- Chapman, Nigel and Chapman, Jenny. (2000). Digital Multimedia. Chichester: Willey. P.12.
- 13- Vaughan, Op. cite, p.338
- 14- Wyneblatt, Michael, Benson, Dan and Hsu, Arding. (1999). Multimedia Applications on the Internet. In: Furht, Borko, Op. Cite, p.610.
- ١٥- اسامة الشريف، الصحيفة الالكترونية والصحيفة المطبوعة، بحوث الندوة العلمية للمؤتمر التاسع لاتحاد الصحفيين العرب، (عمان، دار الكتب المصرية، ٢٠٠٠)، ص ١٨.
- 16- Krull, R. (2001) Writing for bodies in space. Proceedings of the IEEE Professional Communication Society, Santa Fe, NM. In: Walter, Joseph B., Gay, Geri and Hancock, Jeffrey T. How Do Communication and Technology Researchers Study the Internet? Journal of Communication. Vol.55, No.3, September 2006
- نقلا عن فيكي عبد الستار، الالفية الثالثة، عصر المنجزات من ثورة غونتبيرغ الى غزو الانترنت، (بيروت: دار الصياد انترناشيونال، ٢٠٠٦).
- ١٧- د. حسن عماد مكاوي، تكنولوجيا الاتصال الحديثة في عصر المعلومات، (القاهرة: الدار المصرية اللبنانية، ١٩٩٣)، ص ١٢.
- ١٨- سمير محمود، الحاسب الآلي وتكنولوجيا صناعة الصحف (القاهرة: دار الفجر للنشر والتوزيع، ١٩٩٧)، ص ٣٨.
- للمزيد: أنظر: مجلة "ويندوز الشرق الأوسط" عدد ايلول ٢٠٠٥، ص ١٠.
- 19- Fleming, Deborah. (1997). Dynamite Webpage design. Training & Development; Oct97, Vol. 51 Issue ١٠, p51, 2p, 1 chart, 2c.
- 20- <http://www.kn.sbc.com/wired/21stcent/lmevalwebsites.html>

٢١- د. سليمان صالح، مستقبل الصحافة المطبوعة في ضوء تكنولوجيا الاتصال،
(جامعة القاهرة، كلية الاعلام، المجلة المصرية للبحوث والاعلام، العدد ١٣،
أيلول ٢٠٠١)، ص ٣٤.

22- <http://digital-literacy.syr.edu/resources/webmac.htm>

23- Li, Xigen (2002). Web Page Design Affects News Retrieval Efficiency. Newspaper Research

٢٤- أحسان محمود الحسان، الصحافة الالكترونية الوليدة، المجلة المصرية لبحوث
الاعلام، العدد ١٥، نيسان ٢٠٠٢، ص ٣١.

٢٥- اسامة الشريف، الصحيفة الالكترونية والصحيفة المطبوعة، بحوث الندوة
العلمية للمؤتمر التاسع لاتحاد الصحفيين العرب، (عمان، دار الكتب المصرية،
٢٠٠٠)، ص ٥٢.