مدى توفر تطبيقات التفاعلية في مواقع وكالات الأنباء العراقية على الانترنت (دراسة مسحية تحليلية لعينة من وكالات الأنباء الإلكترونية)

م. م. حسين إسماعيل حداد/ كلية الآداب

قسم الإعلام- كلية الآداب - جامعة ذي قار

thiqaruni.org

ملخص البحث

استنادا على إفرزات هذا التطور الذي نشهده يوميا.

فقد شهد العصر الحالي سرعة فائقة في صناعة وسائل الاتصال وتطويرها وخاصة في مجال تكنولوجيا الإعلام والمعلومات الإلكترونية، وتجدت ثورة الاتصال من خلال اندماج وتزاوج ظاهرة تفجر المعلومات وتعدد أساليبها، بمعنى انه تم المزج بين أكثر من تكنولوجيا اتصالية تمتلكها أكثر من وسيلة لتحقيق الهدف النهائي وهو توصيل الرسالة الاتصالية، وهي ما أطلق عليها التكنولوجيا التفاعلية⁽ⁱ⁾.

ولعل جوانب هذه التكنولوجيا التفاعلية هي ما يمثل السمات الاتصالية لشبكة الانترنت التي باتت تعد ابرز ما تمخضت عنه تطورات تكنولوجيا الاتصال الحديثة، والبيئة التي تتسارع إليها وسائل الإعلام التقليدية لإيجاد حضور لها، مستفيدة من ميزات وسرعتها في نقل المعلومة.

ففي ظل الثورة الاتصالية التي يشهدها العالم الآن، أصبحت ظاهرة الانترنت واسعة الانتشار، وتطرح مداخل جديدة في فاعلية الجمهور، وطبيعة المضمون، ورجع الصدى، حيث لم يعد الاتصال عملية أحادية الاتجاه بل عملية تفاعلية، ولم يعد المستقبل متلقيا سلبيا، بل يلعب دورا ايجابيا ومؤثرا في الفعل الاتصالي⁽ⁱⁱ⁾.

ومثلما سايرت الصحف الورقية هذا التطور الحاصل الذي وفرته بيئة الاتصالات الجديدة عبر شبكة الانترنت، من خلال توظيف خصائصها التي تفوق في كثير منها الشكل الورقي، كذلك نجد أن وكالات الأنباء العالمية والدولية باتت تعتمد على هذه البيئة الاتصالية الجديدة في توزيع خدماتها.

وفرت شبكة الانترنت بيئة جديدة أحدثت تغييرا جذريا في نماذج الاتصال التقليدية، وبرزت التفاعلية بين المصدر والمتلقي كأبرز سمة في هذا الإطار، وفي ضوء هذا التطور شرعت وسائل الإعلام المختلفة، ومنها وكالات الأنباء بالعمل على إيجاد مكان لها في هذه البيئة للاستفادة من سماتها الاتصالية التفاعلية المتنوعة، وتناقش الدراسة الحالية مدى مساهمة وكالة الأنباء العراقية على شبكة الانترنت لهذا التطور ومدى توفر التطبيقات التفاعلية على مواقعها عبر دراسة ستة مواقع منها. واستخدمت الدراسة تحليل المضمون للوصول الى نتائج كمية ووصفية للوصول الى توفر العناصر التفاعلية من عدمه في عينة الدراسة، ولهذا الغرض تم استخدام الأبعاد الستة لقياس التفاعلية التي حددها Heeter، والاستفادة منها في تصميم الأبعاد الخاصة بالدراسة الحالية وتعريفها الإجرائي للتفاعلية، حيث تم إضافة بعد سابع لأغراض البحث، وقد توصلت الدراسة إلى ان عينة الدراسة حققت نسبة ٤٦.٨٢% من توافر العناصر التفاعلية حسب الأبعاد المستخدمة. وهي نسبة يراها الباحث تشير إلى استخدام محدود للعناصر التفاعلية في مواقع وكالات الأنباء العراقية على الانترنت.

مدخل:

لاشك ان التطور الحاصل في البنية الاتصالية لوسائل الإعلام الجديد فرض طابعا جديدا على الرسالة الإعلامية واتجاهات التعامل معها في إطار متغيرات العلاقة الاتصالية مع الجمهور،

ولا يخفى ان العراق شهد منذ عام ٢٠٠٣ نموا ملحوظا في تعددية وسائل الإعلام وانتشارها، فقبل ذلك التاريخ لم تكن هناك تعددية على مستوى المصادر الإعلامية، وكان الانترنت غير متاح الا بحدود، وكانت الحكومة تمارس الرقابة عليه، حيث كان الكثير من المواقع الالكترونية مغلقا (ix)، لذلك وجد هذا النمو في بيئة الانترنت مجالا رحبا وخصبا لانطلاق أنواع متعددة من الوسائل الإعلامية.

ورغم هذا الظهور الحديث للانترنت في العراق قياسا بالمنطقة العربية، فإن هناك عدد كبير من الصحف العراقية الالكترونية والمواقع الاخبارية، فضلا عن وكالات الأنباء الالكترونية التي تتبنى تقاليد عمل إعلامية ثابتة في توفير المادة الإعلامية على مواقعها، وتزويدها الى المشتركين أو إتاحة صفحاتها الالكترونية أمام القراء واعتماد تقنيات تفاعلية واتصالية متنوعة.

وتتنوع طرق الاستفادة من خصائص البيئة الاتصالية الجديدة وتكنولوجيا الاتصال الحديثة من وسيلة لأخرى، بفعل عوامل مختلفة تقف في مقدمتها مدى توفر إمكانات التعامل مع التقنيات الحديثة، والتنوع في طرق عرض ونشر المادة الإعلامية، ليس في نطاق الخصائص الاتصالية لشبكة الانترنت فحسب، إنما يتعدى التنوع الى توفير الخدمة الاخبارية عبر تقانات حديثة كالهاتف المحمول الذي دأبت بعض الوكالات، ومنها وكالات أنباء عراقية، الى توفيرها للمشاركين.

وهنا تتجسد أهمية التطبيقات الإعلامية الحديثة في ضوء التطورات الحديثة لتكنولوجيا الاتصال والمعلومات الالكترونية، لاسيما على شبكة الانترنت، وتبرز في هذا السياق خيارات متعددة في العلاقة بين المستخدم والوسيلة الإعلامية تتجلى في السمة الأكثر استخداما الآن لتعزيز هذه العلاقة وهي خيار التفاعلية الذي باتت وسائل الإعلام تتبناه في تعاملها مع مستخدمي شبكة الانترنت.

مفهوم التفاعلية Interactivity

لقد حدد الباحثون والمختصون في مجال الصحافة الالكترونية عدداً من الخصائص التي يتميز بها هذا النوع من الصحافة عن تلك التقليدية، مثل الترابطية النصية، Hypertextuality والوسائط المتعددة Multimedia والتفاعلية interactivity.

وتعد العملية التفاعلية بين المستخدم والمادة الإعلامية احد أكثر القضايا بحثاً في مجال وسائل

كما إن إتاحة الخدمات، الإخبارية خاصة، من قبل وكالات الأنباء في إطار متغيرات البيئة الالكترونية الجديدة وتحدياتها، وبشكل مباشر، غير الى حد ما من اعتبارها وفق المفهوم التقليدي بأنها وسيلة إعلامية غير مباشرة تصل إلى الجمهور من خلال وسائل الإعلام الأخرى الجماهيرية المعروفة كالصحافة المكتوبة والمسموعة والمرئية (iii).

لقد ذهب بعض الباحثين الى اعتبار التأثير الذي تحدثه تكنولوجيا الاتصال والمعلومات على وكالات الأنباء بأنه سيقبل من أهمية هذه الوكالات في توفير الحصري للمعلومة في ظل الإمكانيات التي وفرتها التكنولوجيا الحديثة للناس في الوصول الى كل أنواع الأخبار وبشكل حر ومجاني على شبكة الانترنت، فقد كانت وكالات الأنباء سابقا وحدها من ينتج الأخبار، ولكن في ظل بيئة الإعلام الجديد، فإن مستهلكي الأخبار صار بإمكانهم أن يكونوا منتجين لها (iv).

وفي ضوء العلاقة بين المتلقي ومصدر الخبر، فإن من بين الملامح الأساسية في البيئة الإعلامية الالكترونية، في إطار علاقة حراس البوابة بالجمهور، هي تراجع التوجه الأحادي القديم الذي يتخذ طابع تدفق الآراء بشكل راسي من حراس البوابة الى الجمهور، حيث أصبح يتخذ شكلا تفاعليا وتبادليا للمواقع كمصدر ومتلقي، فضلا عن تغيير حركة اضطلاع المثالث التقليدي بين المصادر وحراس البوابة والجمهور، إذ أصبح بمقدور الجمهور الاتصال بالمصادر دون المرور بحراس البوابة (v) فيفضل تقنيات الإعلام المعاصرة، أصبح من الممكن الخروج عن المفاهيم التقليدية للسلطات الاتصالية وتفاعلية عناصرها، فهناك نمو ملحوظ للتفاعل بين المرسل والمتلقي الى حدود تسمح بالتعديل من مصطلح المتلقي وتسميته بالمرسل الثاني (vi).

وتعد وكالات الأنباء من ابرز وسائل الإعلام تأثيرا على الصعيدين الداخلي والخارجي لدى أي مجتمع، وهي المصدر الرئيس الذي تعتمد عليه وسائل الإعلام والممون الرئيسي لهذه الوسائل بالمادة الإخبارية على اختلاف أنواعها وأشكالها، ومع تطور تكنولوجيا الاتصال وظهور الانترنت كوسيط إعلامي فاعل، اتجهت وكالات الأنباء، على اختلاف أنواعها، الى بث أخبارها على مواقع خاصة بها، أو من خلال مواقع البحث العالمية (vii) مستفيدة من مزايا البيئة الاتصالية والتقنيات الحديثة، حيث لم يعد دورها قائما على العلاقة مع المؤسسات الإعلامية أو المشتركين الذين تزودهم بالأخبار، إنما تعدى ذلك إلى توفير خدمات للقارئ في إطار ما وفرتة الانترنت من عناصر التفاعلية التي تعد ابرز سماتها (viii).

بتكليف الموقع حيث يمكن المستخدمين من التأثير على محتويات الموقع الصحفي.

كما تعرف التفاعلية بشكل مبسط بانها التفاعل بين المستخدمين ومزودي المحتوى الالكتروني^(xvi)

وفي هذا الإطار توفر شبكة الانترنت عدة خدمات او اختيارات تفاعلية، منها البريد الالكتروني والمحادثات الحية، واستطلاعات الرأي، والنشرات الانية، ونشرات الإعلان، وقد تستخدم هذه الخصائص لاجتذاب آراء القراء وخلق بيئة تفاعلية بين الصحفيين والمستخدمين.

وتعني التفاعلية في وسائل الاعلام الجديد، بأنها التعبير الذي يظهره المستخدم عقب استقباله للرسالة الاتصالية، على أن يكون هذا التعبير مرتبط بالرسالة ويصل إلى المرسل عبر وسيلة الاتصال ذاتها. وأنها بمثابة المقياس لمدى ما تتيحه الوسيلة الاتصالية للمستخدم من إمكانيات ممارسة التأثير في الرسالة الإعلامية سواء من حيث الشكل أو المضمون^(xvii).

أما استاذة الاعلام التفاعلي في جامعة ميشيغان الامريكية هيتير Carrie Heeter فقد حددت للتفاعلية ستة أبعاد نتعرض لها بشئ من التفصيل لأهميتها للدراسة الحالية، فضلا عن إن دراسات عديدة اعتمدت معاييرها في الكشف عن مدى توافر المادة التفاعلية في المواقع الصحفية^(xviii) وهذه الأبعاد تشمل:

١- إتاحة الاختيارات المتعددة: complexity of

choices available

وتشمل خيارات متنوعة في عملية الإبحار التي يقوم بها المستخدم للموقع وتصفح له، من قبيل تصفح النصوص عبر الوصلات الفائقة، والصور والفيديو أو تعدد اللغات أو أنواع الأخبار، أو الاتصال بالموقع، وخدمات البحث والأرشفة والإعلانات وغيرها.

٢- الجهد المبذول من قبل المستخدم efforts

users must exerts

ويوفر هذا البعد للمستخدمين قدرة الوصول الى محتوى معين يلبي حاجتهم لمعلومات معينة ويمكن توصيفه بأنه الجهد المطلوب من قبل المستخدم للوصول الى المحتوى، فتوفر ادلة او مؤشرات على الصفحة الرئيسية للموقع حول معلومات معينة

الإعلام، وقد انتشر استخدام مصطلح التفاعلية مطلع تسعينيات القرن الماضي وانهمك الباحثون في الدراسات الإعلامية التي تستكشف كيفية تفاعل الناس من خلال وسائل الاعلام، وطبيعة المحتوى الإعلامي التفاعلي، ورغم ان التفاعلية ينظر لها على انها السمة الجوهرية للاعلام الجديد، ولكن لا يمكن القول ان جميع وسائل الاعلام الجديد تفاعلية، بقدر أهمية فهم ما يجعلها ووسائل تفاعلية^(x) حيث لاتعد التفاعلية سمة للوسيلة بقدر ماهي عملية ترتبط بالاتصال نفسه، وهي في وسائل الاعلام الالكترونية بمثابة نقطة التقاء بين الاتصال المباشر والاتصال الواسطي والاتصال الجماهيري^(xi).

ان التفاعلية تعد اهم الفوارق التي تميز الاعلام الجديد عن الاعلام التقليدي القديم، فقد اوجد الانترنت أنماطا جديدة للتواصل تفرض تحدياتها على الأنماط التقليدية التي ألفها الناس من حيث سهولة الوصول الى المعلومات وسرعتها ومساحة التفاعل المتاحة ومن حيث التفاعل الأني مع المعلومة ومصدرها وصاحبها^(xii).

ولقد تم تعريف مفهوم التفاعلية من قبل الباحثين على انه احد إمكانيات القوى الدافعة نحو انتشار استخدام وسائل الاعلام الجديد^(xiii)، فعملية التفاعل في الاتصال تسمح للجمهور باستخدام الوسيلة الإعلامية كأحد وسائل المشاركة الاجتماعية، خاصة عندما تتيح هذه الوسيلة الإعلامية تدعيم ميلهم أو نزعتهم للتفاعل مع الآخرين^(xiv).

والتفاعلية في الصحافة الالكترونية تعني إتاحة الخيارات أمام المستخدمين للاستجابة والتفاعل وتكليف المادة الإعلامية، فهي تسمح للجمهور باختيار ما يرغبونه، والاهم من ذلك، السماح لهم بالمساهمة في شكل المحتوى، وهو أمر غير ممكن تحقيقه في وسائل اتصال أخرى كالراديو والتلفزيون والصحيفة، وبعض الباحثين يقسم التفاعلية على الانترنت الى مستويات ثلاثة^(xv):

١- التفاعلية الملاحية navigational

interactivity التي تسمح للقارئ

بالتحرك في المواقع للحصول على

المعلومات التي يريدونها بالنقر على

الوصلات ذات العلاقة.

٢- التفاعلية الوظيفية functional

interactivity وتسمح للقراء

بالمشاركة والتفاعل مع الزوار الآخرين

والصحفيين الذين يعملون على الموقع.

٣- التفاعلية التكيفية customizational

interactivity وتسمح للمستخدم

٦- إمكانية الاتصال الشخصي بين جمهور الوسيلة الاتصالية الواحدة **Facilitation of interpersonal communication**. ويمكن اعتبار التفاعلية في هذا البعد محادثة تزامنية في الزمن الحقيقي، ويتيح هذا البعد للصحفيين والجمهور إمكانية التفاعل المشترك، وتتمثل في خيارات مثل عناوين البريد الإلكتروني، منتديات الحوار، غرف المحادثة المباشرة ورجع الصدى.

وهناك خدمات أخرى توفرها بعض المواقع لمستخدميها لاتخرج عن كونها خدمات تفاعلية رغم أنها تأتي في إطار الخدمات الإعلامية الداعمة لضمان قوة الموقع (XIX) من بينها خدمة الإرشاد إلى الموضوعات المهمة متمثلة بشريط متحرك يضم آخر الأخبار تحيل القارئ إلى الموضوعات بمجرد النقر على وصلاتها، وخدمات خريطة الموقع **site map** والإجابة على الأسئلة الأكثر شيوعاً أو طرحاً **frequently asked questions** وهنا تعتمد بعض المواقع على توفير بريد إلكتروني لهذا الغرض، وخدمات متنوعة كأخبار الطقس وأسعار العملات ودليل الهواتف وغيرها.

الإطار المنهجي للبحث

مشكلة البحث

في ضوء تطور تقنيات الاتصال، لاسيما ما يتعلق ببيئة الاتصال الجديدة الإنترنت، وانعكاس ذلك على وسائل الإعلام بصورة عامة التي وجدت في البيئة الإلكترونية فرصة للتنوع الاتصالي ومواكبة الأحداث من خلال الاستفادة من سماتها المتعددة التي وفرت أشكالاً جديدة من الاتصال التفاعلي كأبرز سمة يمكن وصفها للإعلام الجديد، وفي ظل تزايد المواقع الإلكترونية الإعلامية العراقية على الإنترنت خلال السنوات الأخيرة، تكمن مشكلة البحث في السؤال التالي:

هل وظفت المواقع الإلكترونية لوكالات الأنباء العراقية السمات الاتصالية لشبكة الإنترنت متمثلة بتطبيقات التفاعلية؟ وماهي أبرز السمات الاتصالية التفاعلية المتاحة على مواقعها كدلالة على التنوع ومواكبة التطور الحاصل في هذا المجال؟.

التعريفات الإجرائية لمصطلحات الدراسة

- التفاعلية: في ضوء مراجعة التعريفات الواردة في التراث البحثي الإعلامي، تتعدد تعريفات التفاعلية ولعل دراستها تختلف بحسب الأبعاد التي ينطلق منها

متوفرة في الموقع ذاته، يدخل في إطار هذا البعد وتشمل هذه المؤشرات خيارات مثل الفهرس أو فئات وتصنيف الصفحة وغيرها.

٣- الاستجابة لرغبات المستخدمين

responsiveness to the users

توفر تقنيات العمل الإلكترونية خيارات لدى الصحفيين للاتصال بالجمهور، وهذا النوع من الاتصال يكون تزامنياً أو غير تزامني كما هو الحال في البريد الإلكتروني. ويرى بعض الباحثين إن الاستجابة تتحقق من خلال برمجة الإيعازات **instructions** أو الإشعار بالخطأ **error messages** أو أدوات المساعدة **help**، فضلاً عن روابط مثل الاتصال بالموقع **contact us** وروابط التعريف بالموقع والجهة المسؤولة عنه **about us** أو روابط خدمة المساعدة للاتصال بمسؤولي الموقع.

٤- مراقبة الموقع على الإنترنت

Monitoring system use

من خلال استخدام نظام المراقبة يمكن للموقع الإلكتروني أن يتتبع الجمهور الزائر للموقع ويحتفظ بسجل أرقام لعدد الزيارات أيضاً، فمن خلال هذه الآلية يمكن للعاملين على الموقع أن ينفقوا على أي الحقول من الموقع سجلت أكثر الزيارات من قبل المستخدمين، فمن شأن معرفة اهتمامات المستخدمين وأعدادهم أن يساعد في تصميم الصفحات وترتيب المحتويات. ويشمل هذا البعد خيارات من قبيل عدادات زائري الموقع، وخيار تسجيل الزائرين على الصفحة الرئيسية.

٥- إمكانية إضافة المعلومات إلى الموقع من قبل المستخدمين

Ease of adding information

إحدى المزايا الرئيسية للصحافة الإلكترونية تتمثل في تمكين المستخدمين من إضافة نوع من المعلومات والرسائل والقصص الإخبارية إلى الموقع، فيصبح الجمهور منتجاً للأخبار أكثر من كونه مجرد مستهلك، ويتحقق هذا النوع من التفاعلية من خلال توفير خيارات إضافة الإعلانات، المدونات، صفحات الويب الشخصية، استطلاعات رأي القراء، رسائل إلى المحررين، التعليقات، النشرات الصحفية والأخبار.

وفرتها خصائص الإعلام الإلكتروني الجديد بشكل فاعل ومؤثر، ومدى توفرها يبرز دور الإعلام في بناء الحريات، لذلك فإن دراستها وتسيط الضوء على مدى تمتع وسائل الإعلام بها يعد مساهمة في هذا الاتجاه، كما تكمن أهمية البحث في محاولته للوقوف على مدى استفادة وكالات الأنباء العراقية الإلكترونية من السمات الاتصالية لشبكة الانترنت وبما يعطي مؤشرات عن واقع هذا التواجد ومدى تطوره.

وتأتي أهمية البحث أيضا من ندرة الدراسات التي تتناول المواقع الإعلامية على الانترنت، لاسيما فيما يتعلق بوكالات الأنباء في بيئة الاتصال الإلكترونية.

اهداف البحث

تهدف الدراسة إلى تحديد مدى استفادة مواقع وكالات الأنباء المحلية العراقية على شبكة الانترنت من الخصائص التفاعلية التي توفرها الشبكة، والتعرف على مستويات هذه التفاعلية التي تم توظيفها، وذلك من خلال الوقوف على مدى توفرها من عدمه في تلك المواقع.

منهجية البحث وإجراءاته

تعتمد الدراسة الحالية على منهج المسح الوصفي، وتم في إطار هذا المنهج استخدام أداة تحليل المضمون لغرض جمع البيانات الخاصة بالدراسة، حيث تم تصميم استمارة لتحليل مواقع الوكالات العراقية على الانترنت تتضمن الأبعاد الستة للتفاعلية التي تم صياغتها بناء على النموذج النظري لـ (Heeter) ومدى توفر كل بعد منها. وقد اعتمد الباحث الصفحة الرئيسية للموقع homepage كوحدة تحليل بما تتضمنه من عناصر وخدمات أو تطبيقات تفاعلية متوفرة على الصفحة تمثل فئات تكشف عن التفاعلية وأشكالها ضمن كل بعد من الأبعاد الستة التي تم استعراضها مسبقا. لذلك فإن تحديد فئات التحليل جاء بعد زيارات متكررة قام الباحث بها للمواقع الإلكترونية بواقع مرتين في الأسبوع خلال فترة شهر من ٢٠١٠/٨/١٥ ولغاية ٢٠١٠/٩/١٥ لتقييم قياس ستة أبعاد بالإضافة إلى بعد سابع يتمثل بالخدمات الإعلامية الساندة أو فئة (أخرى) تم إضافته لغرض شمول فئات لا تدخل في الأبعاد الستة المذكورة لكنها تنطوي على خدمات تتيح الاتصال التفاعلي بين المصدر والمتلقي، وبناء على ذلك تم تحديد سبعة أبعاد لقياس التفاعلية في المواقع الإلكترونية لمواقع وكالات الأنباء العراقية وتحديد فئات التحليل الفرعية، حيث تم إعطاء (درجة واحدة) كمقياس لتوفر كل فئة ضمن كل

الباحث، حيث لم يتبلور تعريف محدد وواضح لها (XX) وبحسب حدود الدراسة الحالية وأهدافها، فإن مفهوم التفاعلية انطلق من المراجعة النظرية للدراسات السابقة بالإضافة إلى ملاحظة المواقع عينة الدراسة، للوقوف على السمات التفاعلية فيها وتحديد فئات التحليل المناسبة، إذ يقترب التعريف الإجرائي للدراسة الحالية بشكل كبير من الأبعاد الستة للتفاعلية التي طرحها Heeter وتم استعراضها في مدخل الدراسة الحالية، فضلا عن إضافة بعد سابع يتمثل بالخدمات الإعلامية الداعمة للموقع أو فئة (أخرى) لغرض توسيع شمولية الفئات أن وجدت، وهو ما ساعد في صياغة فئات التحليل التي سيتم قياس الأبعاد من خلالها والتي سيتم توضيحها في منهجية البحث.

١- وكالات الأنباء العراقية الإلكترونية: رأى الباحث انه لا بد من تحديد الإطار المفاهيمي والمهني لهذا المصطلح في ضوء متطلبات البحث الحالي، نظرا لوجود الكثير من المواقع الإعلامية الإلكترونية العراقية التي تقدم خدماتها وفق توصيف "وكالة أنباء" ولكن عند ملاحظة واجهة استخدامها وجد الباحث إن بعضها يفتقد لخصائص الأداء المهني في ظل بيئة الصحافة الإلكترونية لاسيما من ناحية التحديث والآنية في مواكبة الأحداث وبعض المعايير المؤسساتية التي تكشف عن طبيعة عمل الوكالة ووجودها المادي والمعنوي أو الجهة التي تقف ورائها. وبناء على ذلك يتمثل التعريف الإجرائي لوكالات الأنباء الإلكترونية العراقية الخاضعة للدراسة بأنه "يشمل المواقع الإلكترونية الإعلامية التي تصف نفسها وكالات أنباء وتشتمل خدماتها على تنوع إعلامي وتقني قائم على خصائص الصحافة الإلكترونية ويقوم هذا التوصيف على معطيات مهنية ومؤسسية صريحة من ناحية سياستها ووجودها وتقديم خدماتها سواء وفق نظام التشفير أو الإتاحة المجانية للمواد الإعلامية".

أهمية البحث

يرى بعض الباحثين أن سمات التفاعلية في وسائل الإعلام احد مؤشرات الاتجاه نحو حرية التعبير والرأي في المجتمعات الحديثة، وهي ميزة

نصية يستخدمها الموقع لتخزين معلومات الدخول الخاصة بالمستخدم لغرض تسهيل دخول تسجيله في الزيارات اللاحقة.

- إمكانية إضافة معلومات إلى الموقع من قبل المستخدمين: وتم قياسه من خلال مقياس من ست درجات تمثل العناصر التفاعلية التالية: استطلاعات رأي القراء، خدمة رسائل إلى المحررين، التعليقات، المدونات، منتديات الحوار، وإضافة الاعلانات.
- إمكانية الاتصال بين المستخدمين: وتم قياسه من خلال مقياس من خمس درجات تمثل العناصر التفاعلية التالية: عناوين البريد الإلكتروني، آليات خدمة رجوع الصدى feedback، منتديات الحوار، غرف المحادثة، توفر رقم هاتف مباشر.
- الخدمات الإعلامية الساندة أو فئة أخرى: وتم قياسها من خلال مقياس من ثماني درجات تمثل العناصر التفاعلية التالية: روابط بمواقع أخرى، حالة الطقس، خارطة الموقع، أسعار العملات، خيارات الطباعة أو حفظ الصفحة أو إرسال الخبر لصديق، وخيار المقالات الأكثر قراءة وسجل الزوار.

عينة البحث

تم إخضاع عينة من مواقع وكالات الأنباء العراقية على شبكة الانترنت وجرى اعتمادها بناء على توصيفات مهنية على مواقعها، بما يعكس معيار العمل المؤسسي مثل توفر حالة الإفصاح عن هوية الوكالة وسياستها وأهدافها ومعايير العمل التي تعتمدها وشبكة مراسليها وطرق الاتصال بها وكل ما يتعلق بشروط ممارسة مهنة العمل الصحفي ومعاييرها المعلنة على موقعها، فضلا عن اعتبارات تتعلق بتنوع خدماتها.

واعتمدت طريقة اختيار عينة البحث من خلال البحث في موقع دليل المواقع العراقية على شبكة الانترنت المتوفر على العنوان التالي: <http://www.iraqws.com/iraq/> والدخول الى رابط الشبكات الاخبارية العراقية الذي يضم مواقع عراقية متنوعة من بينها وكالات الانباء.

بعد ودرجة (صفر) في حالة عدم توفره، ولا بد من ذكر أن دراسات عديدة استخدمت الأبعاد التي طرحها Heeter لقياس التفاعلية والمقاييس التي وفرتها، فضلا عن الدراسات التي قام بها باحثون آخرون لهذه الأبعاد لغرض إيجاد فئات تحليل قابلة للقياس مثل دراسات Kenny et al و McMillan^(xxi) وشملت الأبعاد السبعة التي تم قياسها في الدراسة الحالية ما يلي:

- تنوع الخيارات المتاحة : وتم قياس هذا البعد وفق مقياس مكون من ١١ درجة تمثل الفئات التفاعلية التالية: اللغة، محررات البحث (داخل الموقع وخارجه)، التحديث، روابط links سواء في الصفحة الرئيسية أو داخل الأخبار، الوصلات الفائقة hyperlinks، الصور، الفيديو، الأرشيف، الإعلانات، قائمة محتويات الموقع menu bar ، خدمة التحكم بحجم الخط أو نوع اللون.
- الجهد المبذول من قبل المستخدم: وتم قياسه من خلال مقياس من خمس درجات يمثل العناصر التفاعلية التالية: الفهرس index الذي يصنف محتويات الموقع مع توفر الروابط الخاصة بكل تصنيف، اداة البحث المتقدم، خدمة الاخبار العاجلة او الشريط المتحرك، خدمة الرسائل القصيرة عبر الهاتف المحمول sms وخدمة RSS والتي تعني إمكانية حصول المستخدم على آخر الأخبار فور ورودها على المواقع التي قام بالاشتراك بها في هذه الخدمة.
- الاستجابة لرغبات المستخدمين: وتم قياسه من خلال مقياس من اربع درجات تمثل العناصر التفاعلية التالية: خدمة المساعدة help ورسائل الإشعار بحدوث خطأ error messages، الاتصال البريدي بالموقع contact us، رابط التعريف بالموقع about us.
- مراقبة الموقع على الانترنت: وتم قياسه من خلال مقياس من ثلاث درجات تمثل العناصر التفاعلية التالية: عدادات زائري الموقع، خيار تسجيل المستخدم على الصفحة الرئيسية، ملفات الكوكيز Cookies files وهي ملفات

وشملت عينة البحث مواقع ستة وكالات أنباء عراقية على شبكة الانترنت كما يوضحها الجدول الآتي:

جدول يمثل عينة البحث ومواقعها الالكترونية

ت	اسم الوكالة	الرمز او المختصر	الموقع على شبكة الانترنت
١	الوكالة المستقلة للانباء اصوات العراق	وما	http://www.aswataliraq.info
٢	الوكالة الوطنية العراقية للانباء	نينا	http://www.ninanews.com
٣	وكالة الانباء الاعلام العراقي	واع	http://al-iraqnews.net
٤	وكالة بغداد برس للانباء	بغداد برس	http://www.baghdad-press.com
٥	وكالة خبر للانباء	واخ	http://www.khabaar.com
٦	وكالة الانباء الوطنية العراقية	ونا	http://www.wna-news.com

الدراسات السابقة:

كما جاءت دراسة مقارنة بعنوان "التفاعلية في المواقع الالكترونية للصحف العراقية اليومية" دراسة مسحية_ وهي رسالة ماجستير مقدمة إلى جامعة بغداد من قبل الباحث نجاح حسن عباس العلي.

وهدفت الدراسة إلى معرفة الأدوات التفاعلية التي تتيحها تكنولوجيا الاتصالات والمعلومات للمواقع الالكترونية للتفاعل مع الجمهور، ومعرفة مدى توظيف المواقع الالكترونية للصحف العراقية اليومية للأدوات التفاعلية المتاحة على شبكة الانترنت وى الأنواع أكثر استخداماً ، وأخيراً معرفة مدى الاستخدام الأمثل للأدوات التفاعلية في المواقع الالكترونية للصحف العراقية اليومية ومدى التفاعل مع جمهور المواقع الالكترونية الذي يمتاز بالتنوع.

ومن أجل ذلك قام الباحث بدراسة المواقع الالكترونية للصحف العراقية اليومية التي بلغ عددها ٢٨ موقعا الكترونيا.

أما على المستوى العربي فهناك دراسة علمية للباحثة مها عبد المجيد صلاح في قسم الإعلام بجامعة القاهرة وجاءت تحت عنوان "المتغيرات المؤثرة على التفاعلية في النشر الصحفي على شبكة الإنترنت - دراسة تحليلية وشبه تجريبية"

يرى كثير من الباحثين ان الدراسات العربية في مجال الصحافة الالكترونية لازالت قليلة ولا ترتقي إلى مستوى الكم البحثي عند الغرب، ويعزو البعض ذلك إلى حداثة هذا النوع من الصحافة وأسباب تتعلق بحدود انتشار الانترنت في العالم العربي، وينسحب ذلك على المستوى المحلي في العراق أيضا.

وبحسب ما تيسر للباحث من الاطلاع على الدراسات في هذا الشأن، فإن على مستوى العراق، هناك أطروحة للباحث ماجد الصالح لنيل درجة الماجستير و المعونة " المواقع الصحفية العراقية على شبكة الانترنت حتى العام ٢٠٠٨ - دراسة تحليلية "

وقدمت الدراسة كشف تفصيلي لعدد المواقع الصحفية العراقية على شبكة الإنترنت وعرضت خطابها الإعلامي والسياسي وموقفها من الأحداث الجارية على الساحة السياسية العراقية وقيمت ذلك الخطاب عبر بيان مواقفها وتعاملها مع الأحداث وطريقة معالجتها، وحللت مضامين ودلالات التسميات والألفاظ و المصطلحات المتداولة في الأخبار والتقارير المنشورة على تلك المواقع.

المتاحة النابعة من سمات الاتصال التفاعلي ومدى استفادة الوكالات منها.

وكشفت الدراسة عن اهتمام وكالات الأنباء الخليجية بتغطية الموضوعات السياسية والعسكرية وتزايد تغطية الوكالات للشأن المحلي والعربي مقارنة بالشأن الدولي والخليجي.

كما أوصت الدراسة بتنوع استخدام قوالب فنية خاصة بالتحليل الإلكتروني، وتنوع مضامين المواد الخيرية، واعتماد مصادر حديثة للأخبار كالانترنت، والاستفادة من القدرات التفاعلية والوسائط المتعددة لشبكة الانترنت في تزويد المادة الإعلامية بعدد من الروابط التي تغذي الخبر وتثريه وتوفر له الخلفية التاريخية، فضلا عن استحداث خدمات إلكترونية عديدة للدخول في المنافسة الإعلامية، وجذب أكبر عدد من المتصفحين كأخبار الفيديو وأرشيف المعلومات وخدمة النشرات الصوتية .

اما على مستوى الدراسات الأجنبية في هذا المجال فان هناك باحثين ركزت دراساتهم على تحديات الاعلام الجديد بالنسبة لوكالات الانباء، والهيمنة التي لازالت تمارسها بعض الوكالات الكبرى على منتج العالمي للأخبار، نذكر منهم استاذ الصحافة الامريكي اوليفر بويد باريت (Oliver Boyd Barret) في دراسته وكالات الانباء في ظل الانترنت والمعنونة "عولمة وكالات الانباء الوطنية" Globalizing the national news agency ، ودراسة في هذا المجال أيضا بعنوان "وكالات الانباء الوطنية، هل ستظل قائمة؟" National news agencies: Will they survive والتي ركز فيهما على تحديات الاعلام الجديد بالنسبة لوكالات الانباء في دول العالم في ظل وجود وكالات انباء كبرى، وتحديات العقبات الاقتصادية التي يمكن أن تواجهها عند الاعتماد على تقنيات الاتصالات الحديثة، لاسيما من جانب الكلفة البشرية والمادية لتلك الوكالات الوطنية. وفي دراسة أخرى بعنوان "الوكالات الوطنية والدولية، قضايا الأزمة وتوحيد المواقف" National and international news agencies: Issues of crisis and realignment كما تسلط دراسة للباحث الأمريكي بيتر كيني peter Kenny بعنوان "وكالات الانباء بصفتها مزود محتوى ومجهز للأخبار" news agencies as a content provider and purveyor of news، الضوء على التنوع في خدمات الوكالات الدولية واهميته في تبنيها لتطبيقات الاتصال الحديثة.

وكشفت الدراسة عن المتغيرات المختلفة التي تؤثر في مستوى التفاعلية الذي تقدمه، والربط في دراسة التفاعلية بين المنظورين الرئيسيين لتناولها وهما التفاعلية الموضوعية التي تقدمها المواقع الإعلامية والتفاعلية كما يدركها الجمهور، فضلا عن دراسة المتغيرات المختلفة التي يمكن أن تؤثر في التفاعلية المدركة كمتغير تابع، ثم دراسة تأثيراتها كمتغير مستقل على مخرجات عملية الاتصال واستخدام المواقع الإعلامية.

دراسة "التفاعلية في الصحف العربية على الانترنت" للباحث سعيد محمد الغريب النجار، حيث اعتمد الباحث على الأبعاد الستة للتفاعلية كما وضعها Heeter وحاول من خلالها معرفة هل تعمل الصحف العربية بالنموذج الطقوسي للاتصال متعدد الاتجاه، أم لاتزال تعمل بدرجة ما في ظل النموذج التقليدي للاتصال أحادي الاتجاه، وهل ثمة فروق جوهرية بين الصحف العربية على الانترنت ذات النسخ الورقية المطبوعة من جهة، والصحف العربية الخالصة على الانترنت من جهة أخرى أي التي ليس لها نسخ ورقية، من حيث مستوى التفاعلية في كل من النوعين من الصحف العربية على الانترنت؟.

وقام الباحث بتحليل عناصر القصص الإخبارية الموجودة على الصفحة الرئيسية لموقع الصحيفة على الانترنت، متضمنا القصص الإخبارية بوصلاتها الفاتكة، والصور، والفيديو، والوسائل السمعية الأخرى المزودة للموقع من قبل الصحفيين، بالإضافة إلى أي نص أو وسائل سمعية أخرى مزودة من قبل المستخدمين. كما تناولت الدراسة الإعلان أيضا أو أية خدمات أخرى ذات علاقة، وتم تحليل ٧١ صحيفة من الصحف العربية على الانترنت، وخلصت الى ان 25.4% منها كانت صحف إلكترونية خالصة ليست لها نسخ ورقية مطبوعة، و 74.6% من الصحف العربية على الانترنت كانت لها نسخ ورقية مطبوعة فيما كشفت عن نسب متفاوتة في تحليل التفاعلية بالصحف العربية من حيث أبعادها الستة التي اعتمدت عليها.

ولعل الباحث يجد ان الدراسات المتعلقة باستخدام وكالات الانباء لتطبيقات التفاعلية تكاد تكون معدومة في التراث البحثي العربي، ماعدا إشارات في بطون بعض الكتب والبحوث، أو توصيفات للخدمات التي تقدمها الوكالات العربية أو العالمية في هذا المجال، لكن دراسة قريبة من هذا المجال بعنوان "مضامين مواقع وكالات الانباء الخليجية على شبكة الانترنت" تناولت واقع المحتوى الإلكتروني لتلك الوكالات وجوانب من التطبيقات

الإطار النظري للبحث

- وسائل الإعلام في ظل السمات الاتصالية لشبكة الانترنت

تشكل تكنولوجيا الاتصال الحديثة حجر الزاوية في الثورة التي تشهدها وسائل الإعلام الجماهيري في الوقت الراهن، حيث يعود الفضل الى هذه التكنولوجيات في حالة التزاوج التي شهدتها وسائل الإعلام لأول مرة في التاريخ الإنساني بين الوسائل المطبوعة والوسائل المسموعة والمرئية، الأمر الذي انعكس على شكل الاتصال ومحتواه وأساليب إنتاجه.

وفي ظل هذه الثورة حرصت غالبية المؤسسات الإعلامية على إنشاء مواقع الكترونية تقوم على تعدد الوسائط والتي تتيح لمستخدميها إمكانية البحث بداخلها وحفظ وطباعة صفحاتها (xxii).

ويعد الإنترنت أحدث التقنيات الاتصالية التي عرفها العالم خلال العقد الماضي، حيث استطاعت الشبكة بما تمتلكه من سمات اتصالية وتقنية متميزة، أن تقلب المفاهيم المكانية والزمنية للإنتاج والتطبيقات الإعلامية في العالم، سمحت من خلالها لمستخدميها الاختيار بحرية ما يريدون من خدمات اتصالية تتلاءم وحاجاتهم (xxiii).

وتوفر هذه الخصائص خدمات اتصال تفاعلية مختلفة يختلف تواجدها من موقع إعلامي لآخر، مثل خدمات البريد الإلكتروني، واستطلاعات الرأي، ومجموعات الحوار، وغرف المحادثة، وخدمة رجع الصدى، وخدمة الربط بمواقع أخرى، وخدمة (RSS)، وخدمة البحث، وخدمة الأرشفة، والخدمة الصوتية والصوتية والفديوية، فضلا عن خدمات إعلامية سائدة مثل خريطة الموقع وأحوال الطقس وأسعار العملات وغيرها (xxiv).

ومع تدفق التقنيات الإعلامية الجديدة فإن المفاهيم الإعلامية ونظم الاتصال الجماهيري أخذت أشكالاً جديدة وأجبرت الوسائط التقليدية على التكيف مع المتغيرات التي فرضتها شبكة الانترنت والتي أصبحت من خلالها معايير عالمية جديدة للاتصال الجماهيري.

لقد مكنت الثورة الرقمية ووسائل الإعلام من تعزيز دورها ومساهمتها في بلورة مفاهيم ليبرالية على نحو أكثر اتساعاً وتطوراً، فكان لها انعكاسات عدة، مثلاً، على الحق في الاتصال، أبرزها ان تعدد وتنوع قنوات الاتصال وسرعة ومرونة تفاعلها مع المادة سواء كانت نصوصاً أو صوراً

أم أصوات وغيرها، يتيح زيادة نوعية الخيارات المتاحة أمام الفرد وتنوع طرق تكييفه للمعلومات وإمكانية تفاعله مع مصدرها من خلال عدة تطبيقات متنوعة من التفاعلية والوسائط المتعددة، فضلاً عن الوفرة الهائلة من المعلومات والقدرة على استغلالها وتوظيفها بعدة طرق (xxv).

ومع تطور انتشار شبكة الانترنت ظهرت تطبيقات جديدة تجمع خصائص وسائل الاعلام بمختلف انواعها مثل المستعرضات وآلات البحث التي تقدم خدمات إخبارية بالنص والصورة والصوت، كمستعرضي نتسكيب Netscape ومايكروسوفت إكسبلورر Microsoft Explorer اللذان يقدمان خدمة إعلامية تغطي اهتمامات مختلفة. كما أن هناك مواقع إعلامية تجمع كل أشكال الاعلام بنفس القوة مثل فوكس نيوز Fox news الذي يعتبر هجين من كل التطبيقات الاتصالية فلا هو صحيفة ولا هو وكالة أنباء ولا هو قناة تلفزيونية بل هو موقع إخباري استفاد من خصائص ومزايا النشر في الانترنت (xxvi).

لقد أدت الثورة المعلوماتية والتكنولوجية الى وضع الصحافة المعاصرة أمام تحديات جديدة أتاحت لها فرصاً لم يسبق لها مثيل سواء كان ذلك في غزارة مصادر المعلومات، أو في سرعة نقلها أو في استخدامها وانعكست هذه التطورات على أساليب جمع وإنتاج وتوزيع المعلومات في أجهزة الاعلام الرئيسية الثلاث المطبوعة والمسموعة والمرئية، وكذلك خلقت هذه التطورات جمهوراً جديداً متميزاً يعتمد على الانترنت وشبكات نقل المعلومات الإلكترونية في تلقي المعلومات، وسارعت بالتالي أجهزة الصحافة العصرية الى استقطاب هذا الجمهور الجديد عن طريق إضافة شبكة الانترنت الى وسائليها التقليدية في نقل وتسويق النتائج الصحفي.

ولعل أهم ما يميز شبكة الإنترنت هنا، أن الطريقة التي يحدث فيها الاتصال على الشبكة يختلف إلى حد ما عن الحال في وسائل الإعلام التقليدية، كالصحف، والراديو، والتلفاز، حيث تمتلك الإنترنت القدرة على نقل الرسائل من شخص واحد إلى جماهير من المستقبلين، وهي غير الطريقة التي يستعملها الناس باستمرار، وبهذا فالإنترنت عبارة عن تكنولوجيا اتصالات مهيمنة، يمكن عند استعمالها التحول من حالة الاتصال الجماهيري إلى الاتصال بين أفراد أو جماعات أو عمل اتصال شخصي محدود. كما تتميز بامتلاكها لأدوات تفاعل بين المرسل والمستقبل، وقدرتها على النقل الحي السريع للمعلومات، واستخدامها للوسائط المتعددة كالصوت والصورة الثابتة والمتحركة، وتبادل الرسائل بين أطراف العملية

ولازال موضوع هيمنة وكالات الأنباء الكبرى على التبادل الإخباري الدولي احد المحددات الهامة لما يمكن اعتباره او لا خبرا دوليا على شبكة الانترنت، حيث تصل فيه الوكالات الى المستهلكين مباشرة، فهذه المؤسسات الإخبارية تحدد بسهولة خطاب الشؤون الدولية العامة لأنها مصدر ثقة من قبل الصحفيين والجمهور على حد سواء، ولأنها أيضا تسيطر على قنوات التوزيع الإخباري (xxx).

كما أن الاعتماد على محتوى وكالات الأنباء الكبرى ليس مرده، دائما، الى كونها تتميز بالنوعية العالية والكلفة الواطنة، ولكن مواقع الويب تسعى لجذب المستخدمين عبر العلاقة بمزودي خدمة إخبارية مشهورة مثل رويترز والاسوشيتدبرس، فبالنسبة للمواقع الالكترونية الشعبية، فإن من أولويات اهتمامها أن يلمس المستخدمون موثوقيتها، والطريقة الوحيدة لإثبات ذلك تكمن في نشر الأخبار ذاتها التي تنشرها وسائل الإعلام الكبرى مثل الوكالات العالمية.

ولا يزال البحث والدراسات في مجال وكالات الأنباء قليل ومتفرق، فضلا عن قلة توثيق عملية الإنتاج الإخباري في وكالات الأنباء (xxx).

لقد استفادت وكالات الأنباء من التوحد والاندماج البنائي في تكنولوجيا المعلومات وبشكل رئيس عبر تشكيل تحالفات إستراتيجية تزيد من مديات جمع الأخبار وتوزيعها، ومن خلال عمليات الاندماج والتحالفات، يتم جمع الأخبار بصيغ مختلفة، ولكن مكوناتها النصية والمرئية والهوانية المختلفة تكون موحدة بشكل مثالي وتنتقل رقميا الى غرفة أخبار مركزية لغرض المعالجة والتوزيع، وهناك تتشاور أقسام الوكالة المختلفة حول بناء الأخبار (xxxii).

واهتمت اليونسكو بدور وكالات الأنباء في ضوء التطورات الجديدة لتكنولوجيا الاتصال، ففي ورشة عمل لها في عمان عام ٢٠٠١ حول وكالات الأنباء في عصر الانترنت، قالت في تقرير لها إن التكنولوجيا الحديثة لم تمهد الفرص لتطور وكالات الأنباء فحسب، إنما وضعت أمامها أيضا تحديات جديدة (xxxiii).

ولأهمية هذه التقرير نستعرض بعض الجوانب التي سلط الضوء عليها فيما يتعلق بالتطور الحاصل في تكنولوجيا الاتصال ودور وكالات الأنباء العالمية والوطنية والدولية، مبينا في هذا السياق ان وكالات الأنباء الكبرى نفسها، فضلا عن علماء الإعلام، لاحظوا ان التطورات التكنولوجية التي جاءت مع ظهور الانترنت تقدم فرص جديدة لها، لاسيما مع إمكانية ظهور

الاتصالية، والجمع بين خصائص وسائل الاتصال الشخصي ووسائل الاتصال الجماهيري والكونية والتزامنية وغير ذلك (xxvii).

وتتميز هذه الخصائص بالتكامل في ما بينها ؛ فخاصية الاختيارية تعد شرطاً ضرورياً لتحقيق التفاعلية ، والمرونة بين التزامنية واللاتزامنية توسع مجال التفاعل على الشبكة ، واستخدام الوسائط المتعددة يعمق هذا التفاعل ويقويه ، وهذا يعني أن كل هذه الخصائص الاتصالية الحديثة تدور حول خاصية التفاعلية.

ويرى باحثون ان مفهوم التفاعلية في وسائل الإعلام ينطوي على مضامين ايجابية تتماشى مع المجتمعات القائمة على النظم الديمقراطية من خلال ما تتميز به من قدرات وإمكانات الاتصال التفاعلي الذي يوفر مساحة من حرية التعبير والرأي والمشاركة الفاعلة (xxviii).

وتمثل الوسائط المتعددة **Multi-Media** احد أشكال التفاعلية على شبكة الانترنت، من خلال اندماج تقنيات الصوت والصورة والنص وهي واحدة من أهم ميزات الشبكة في دمج معظم الوسائط المتعددة وتقديمها عبر موقع واحد. كما أن النصوص الفائقة **Hypertexts** توفر ميزة الروابط **links** لمصممي مواقع الإنترنت، وربط الزوار إلى العديد من المواقع ذات الصلة، أو تحويلهم الملفات تفصيلية ضمن محتويات الموقع بكل انسيابية . وهذه الميزة التي توفرها تقنية النصوص الفائقة **hyperlinks** تسهل على الزائر، ومصمم الموقع عدم الإغراق في التفاصيل في حدود مساحة الشاشة المتاحة، وفي الوقت ذاته تعين المتصفح على الانتقال - اختياريًا - إن رغب إلى الملفات التفصيلية التي قد تحوي ملفات نصوص وصورة أو لقطات فيديو. كما يعد التحكم **Control** : ميزة فريدة في خيارات الوسيلة وطريقة، ومكان، وزمان، استقبال الرسالة، وخاصة التحكم هذه تمتد أيضاً من حرية الاختيار بين عدد وفير من المواقع التي تقدم ذات الخدمة، إلى القدرة على التواصل مع كثير من هذه المواقع والخدمات دون الحاجة إلى طرف ثالث.

- وكالات الأنباء وتحديات الإعلام الجديد

أخذت وكالات الأنباء العالمية وبشكل متسارع توسع من جمهورها من خلال الخيارات البديلة في توزيع المواد الإعلامية باستخدام شبكة الانترنت، والهواتف الخلوية والنصوص الفديوية (xxix).

والمشتركين، والزبائن، وأصحاب وسائل الإعلام، وكيف يعزز الانترنت الوصول الى الخدمات الإعلامية من ناحية نوعية وإنتاج المحتوى والهوية الخاصة بالوسيلة، ومبدأ التنافسية. وكيف يؤثر الانترنت على النفقات والدخل والمهارات والهيئات الإدارية والحلفاء الاستراتيجيين.

وفي معرض الإجابة على هذه الأسئلة، يرى باريت ان وكالات الأنباء انتقلت من نموذج العمل القديم نحو أنموذج مختلف تماما، احد معالمه الرئيسية تكمن في الاستخدام المتنامي للانترنت في عملية إنتاج الأخبار وتوزيعها، ولكن وفق متطلبات إضافية للمرسلين والمشاركين لخدمات الوسائط المتعددة.

كما أن احد معالم هذا التحول هو تكامل خدمات النص والفيديو والصوت والمعلومات، فضلا عن تعدد اللغات التي تقدم بها خدماتها. وكذلك ما يطلق عليه **lower distillation** بمعنى انه من خلال الانترنت تشجع الوكالات المستخدمين للارتباط مباشرة بالمصادر.

ويستعرض التقرير وكالات محلية أخرى في دول العالم، وبرز معالم التحديات التي تواجهها في ضوء مزايا تكنولوجيا الاتصال، ويخلص إلى إن هناك رغبة متنامية لدى وكالات الأنباء الوطنية لإثبات تواجدتها على شبكة الانترنت، وان الويب يستخدم لأغراض وأسباب مختلفة، كوسيلة لتقليل كلف وسائل الاتصال في جمع الأخبار وإرسالها إلى المشتركين ولتعزيز المنتج الإعلامي وتوفير الخدمات الإخبارية بصيغ متنوعة.

وأشار إلى إن الانترنت عد تهديدا من ناحية، وفرصة يمكن استغلالها من ناحية أخرى، مع ترجيح أكثر للناحية الأخيرة، فمن المزايا الايجابية، يقدم الانترنت إمكانية التوزيع المباشر والرخيص الثمن للأخبار للمشاركين، ويعزز الوسائل المتاحة لغرض تحصيل وتبادل المواد الإخبارية، كما انه يتيح إمكانية التكيف **customization** للخدمات المقدمة، إضافة إلى توسع متاح ببسر لنطاق نشر الأخبار بلغات مختلفة، فضلا عن انه يوسع من المدى الجغرافي الذي يمكن أن تصله خدمات وكالات الأنباء، ومن خلال هذه الميزة يتيح الانترنت إمكانية أن تصبح مواقع الوكالات على الشبكة مصادر مهمة لمعلومات آنية وكافية للأفراد والمنظمات في العالم، وهذا الامتداد المتعاظم يضع أمام وكالات الأنباء تحديا لإعادة النظر في هويتها أو ابتكارها من جديد.

الأخبار في أنماط جديدة مثل صحافة المواطن وهي ظاهرة جديدة تكافح معها وكالات الأنباء.

لقد سعى بعض علماء الإعلام في ضوء تطورات تكنولوجيا الاتصال الى العمل على إعادة تعريف وكالات الأنباء وفق المفهوم التقليدي السائد، فهي وفق هذا المفهوم، عبارة عن وسيلة إعلام تجمع الأخبار لتبنيها وفق نظام البيع بالجملة (**wholesaler**) الى المشتركين من وسائل الإعلام الأخرى التي يعد عملها وفق نظام البيع بالتجزئة (**retailers**) لاسيما الصحف والإذاعات الذين بدورهم يجمعون الأخبار لغرض نشرها أو بثها لقرانهم ومستمعهم، ولكن، الى وقت قريب، لم تكن وكالات الأنباء تصل الى الجمهور المؤلف من الأفراد مباشرة، فقد كانت خدماتها تصل بواسطة مشتركها (xxxiv).

ويرى الباحثون وفق هذا ان تعريف الوكالة يحتاج إلى وصف في سياق جديد، فلطالما تجاوزت وكالات الأنباء دورها كبائع جملة، وبدأت من حيث كونها مصادر مباشرة للمعلومات. فلقد أصبح اليوم بإمكان الفرد أو مستهلكي الأخبار العاديون أن يلجوا إلى كميات كبيرة من الأخبار على مواقع الوكالات التي لم يخضع مضمونها إلى معالجة تحريرية من قبل وسائط أخرى كانت تسيطر على القناة التي توزع من خلالها تلك الأخبار.

وحول موضوع يتعلق بمستقبل وكالات الأنباء في عصر الانترنت، ناقش أستاذ الصحافة في جامعة أوهايو الأمريكية أوليفر بويد باريت، المناخ الجديد السائد الذي ينبغي أن تعمل فيه وكالات الأنباء، وبرز التحديات التي تواجهها، مركزا على استراتيجيات إيجاد حلول للمصاعب ومكانة الانترنت ضمن هذه الاستراتيجيات.

واستعرض البحث الذي قدم حول هذا الموضوع الصعوبات التي تواجهها الوكالات الوطنية ولخصها بالجوانب الاقتصادية وازدياد المنافسة من الوكالات العالمية، ليخلص إلى نقطة تتعلق بصعوبات توفير الأموال لخدمات الويب الالكترونية على شبكة الانترنت والمنافسة من قبل مواقع إخبارية أخرى وانتشارها كمصادر للأخبار.

وفي جلسة نقاشية من ورشة العمل تتعلق بالبحث أعلاه تحت عنوان (وكالات الأنباء في السياق العالمي) حدد الباحث باريت بعض المحصلات متمثلة بفهم أفضل للفرص الحقيقية التي تقدمها الانترنت، وتم التطرق إلى قضايا من قبيل كيف يساعد الانترنت وكالات الأنباء في العلاقة مع القراء، والأنظمة السياسية،

أنواعها شاملة على النصوص والصور، بعض منها مجاناً وبعضها بالمقابل، وتقدم بعض الوكالات خدماتها الإخبارية بلغات عالمية مختلفة، كما تمتاز خدمات هذه الوكالات بتقديم منتجات شبكية من خدمات الصور والرسوم، بالإضافة إلى الخدمات التلفزيونية^(xxxv).

ويتضح مما سبق إن أهمية الانترنت صحفياً تزايدت في المجال الإعلامي، وتصاعدت مكانة وكالات الأنباء من خلال ما توفره الشبكة من خدمات متنوعة تنمو وتزداد باستمرار وكلها تصب في خاتمة استفادة وكالات الأنباء ومختلف وسائل الإعلام في تطوير العملية الإعلامية وتداول المعلومات^(xxxvi). فلا يخفى أن وكالات الأنباء، تعد أهم وسائل الإعلام التي لها اتصالات مباشرة ويومية مع الجهات الرسمية العليا ومصدر اتخاذ القرار مهما كانت طبيعة تلك المعلومات عبر تلك الاتصالات، وإن ظهور شبكة الانترنت وما توفره من سرعة في إيصال المعلومات دفع بوكالات الأنباء إلى البحث عن وسائل حديثة تسهل عملية الحصول على المعلومات ببسر وسرعة، فأصبحت مواقعها محط إقبال كبير من وسائل الإعلام وصانعي القرار، وكذلك من الصحفيين والإعلاميين، الذين يبحثون عن المعلومة والخبر السريع لتغطية مواضيعهم والرجوع إلى خلفيات تلك المواضيع بسهولة عبر العشرات بل المئات من المواقع^(xxxvii).

ويخلص التقرير إلى أن الانترنت بحد ذاته لا يوجه وكالات الأنباء نحو أي خدمات تقدمها ولمن، لكنه يجعل بيئة العمل أكثر تنافسية، ويذكر إن من بين أهم الاتجاهات والقضايا التي تعزز الصناعة الإعلامية لوكالات الأنباء تكمن في علاقتها بالتحدي القائم على التكنولوجيا الجديدة وتحديد الانترنت، فضلاً عن التنوع في خدماتها، والأخير يشمل التغذية المرتدة باستخدام تطبيقات الوسائط المتعددة وإتاحة المساحات الإعلانية، ونشر الإحصائيات والبيانات الاقتصادية والمالية والرياضية.. الخ، وخدمات الاستشارة لوكالات أخرى، ونشر تقارير الطقس، والجدول والخرائط والصور والأدلة الجديدة، وخدمات متنوعة لغويا، وقصص إخبارية خاصة بناء على طلب المستخدم.

إن وكالات الأنباء المستقلة، كما يورد التقرير، وهي التي لا تدعمها المؤسسات الحكومية، غالباً ما تمثل مصالح تختلف إلى حد كبير عن مصالح الوكالات الوطنية الرسمية، لكن تلك الوكالات جميعاً لديها الآن الفرصة لمخاطبة جمهور واسع والاستفادة من التطورات المتنامية لشبكة الانترنت.

وفي ضوء هذا لا تتخلف أية وكالة أنباء، عالمية كانت أم محلية، عن حجز مواقع لها على شبكة الانترنت، فأسماء الوكالات الكبيرة كرويترز والاسوشيتدبرس ووكالة الأنباء الفرنسية واليونيتد برس توفر جنباً إلى جنب مع وكالات إقليمية وقومية ومحلية خدمات إخبارية بمختلف

توظيف تطبيقات التفاعلية في مواقع وكالات الأنباء العراقية على الانترنت (نتائج تحليل المضمون)

جدول رقم (١) يمثل البعد الخاص بتعدد الخيارات المتاحة في الموقع

النسبة	المجموع	اسم الوكالة						تعدد الخيارات المتاحة	ت
		ونا	بغداد برس	واخ	واع	نينا	وما		
١٠٠%	٦	١	١	١	١	١	١	التحديث	١
٨٣.٣%	٥	X	١	١	١	١	١	الصور	٢
٠%	صفر	X	X	X	X	X	X	الفديو	٣
١٦.٦%	١	X	X	X	X	X	١	خدمة سمعية	٤
١٠٠%	٦	١	١	١	١	١	١	خدمة البحث	٥
٨٣.٣%	٥	١	١	X	١	١	١	الارشفة	٦

٧	الاعلانات	١	١	X	X	١	١	٦٦.٦%
٨	روابط ضمن الخبر	x	X	X	X	X	X	٠%
٩	تعدد اللغات	١	X	X	X	١	١	٥٠%
١٠	قائمة محتويات الموقع	x	١	١	١	١	١	٨٣.٣%
١١	خدمة التحكم بحجم اللون أو الخط	x	X	X	X	١	١	٥٠%
	المجموع	٧	٧	٧	٧	٧	٧	٥٧.٢٧%

يتضح من الجدول ان وكالات الانباء العراقية على الانترنت وفرت التطبيقات التفاعلية التالية:

- وفرت جميعها خاصية التحديث بنسبة ١٠٠% وهو مؤشر يدل على المتابعة والانية.
 - انعدمت خدمة الفيديو في كل المواقع، وكذلك لم تستخدم وصلات النص الفائق او روابط داخل الاخبار.
 - جاءت الخدمة السمعية او الصوتية بنسبة متدنية بلغت ١٦.٦% في كل المواقع.
 - استخدمت ٥٠% من المواقع اكثر من لغة على واجهتها، ونفس النسبة لخدمة التحكم بحجم اللون او الخط للمادة الخبرية وكانت ابرز اللغات العربية والانكليزية والكردية.
 - وفر ٨٣.٣% منها صوراً مرافقة للمواد المنشورة على الواجهة، فضلا عن استخدام قائمة محتويات الموقع الرئيسية التي تعطي وصفا موضوعيا للموقع، فيما حققت المساحات الاعلامية نسبة استخدام بلغت ٦٣.٦%
- جدول رقم (٢) الخاص بالجهد المبذول من قبل المستخدم:

النسبة	اسم الوكالة							البعد والعناصر التفاعلية	ت
	المجموع	ونا	بغداد برس	واخ	واع	نيننا	وما	الجهد المبذول من قبل المستخدم	ثانيا
١٦.٦%	١	١	X	X	X	X	X	دليل الفهرس	١
٦٦.٦%	٤	١	١	١	١	X	X	اداة البحث المتقدم	٢
١٠٠%	٦	١	١	١	١	١	١	خدمة الاخبار العاجلة/ الشريط المتحرك	٣
٦٦.٦%	٤	١	١	١	١	X	X	خدمة الرسائل القصيرة عبر الهاتف المحمول	٤

٥	RSS	١	X	١	١	X	١	٤	٦٦.٦%
المجموع		٢	١	٤	٤	٣	٤	١٨	٦٠%

يتضح من الجدول اعلاه ان مقاييس البعد من خلال عناصره التفاعلية حققت مايلي:

- لم يتوفر دليل فهرس الموقع الا في موقع واحد وبنسبة ١٦.٦% من عينة الدراسة.
- جميع المواقع وفرت خدمة الشريط العاجل للانباء وبنسبة ١٠٠%.
- ٦٦.٦% من مواقع وكالات الانباء العراقية الالكترونية وفرت الخيارات التالية: خدمة RSS واداة البحث المتقدم وخدمة الرسائل عبر الموقع.

جدول رقم (٣) الخاص ببعد الاستجابة لرغبات المستخدمين

النسبة	اسم الوكالة								البعد والعناصر التفاعلية	ت
	المجموع	ونا	بغداد برس	واخ	واع	نيننا	وما	الاستجابة لرغبات المستخدمين	ثالثا	
١٠٠%	٦	١	١	١	١	١	١	الاتصال البريدي بالموقع	١	
١٠٠%	٦	١	١	١	١	١	١	رابط التعريف بالموقع	٢	
٥٠%	٣	١	X	١	١	X	X	ادوات خدمة المساعدة	٣	
٠%	صفر	X	X	X	X	X	X	رسائل الاشعار بحدوث خطأ	٤	
٦٢%	١٥	٣	٢	٣	٣	٢	٢	المجموع		

ويكشف الجدول ان مواقع وكالات الانباء العراقية الالكترونية تتيح الخيارات التفاعلية التالية في البعد الخاص بالاستجابة لرغبات المستخدمين:

- جميع المواقع حققت نسبة كاملة من ناحية وضعها لعنوان بريدي يتيح الاتصال بين الموقع والمستخدم، فضلا عن توفير رابط التعريف بالموقع.
- ٥٠% من المواقع وفرت خدمة المساعدة help للمستخدم وتمثل بعضها باتاحة بريد الكتروني لهذا الغرض، فيما انعدم وجود خدمة رسائل الاشعار بالخطا عند الاستخدام الخاطى من قبل المستخدم لخيارات الموقع.

جدول رقم (٤) يمثل البعد الخاص بالمراقبة المستمرة على الموقع

النسبة	اسم الوكالة							البعد والعناصر التفاعلية	ت
	المجموع	ونا	بغداد برس	واخ	واع	نيننا	وما	المراقبة المستمرة للموقع	رابعاً
٦٦.٦%	٤	١	١	١	١	X	X	عداد زائري الموقع	١
٦٦.٦%	٤	١	١	١	١	X	X	تسجيل الزائرين	٢
٠%	صفر	X	X	X	X	X	X	ملفات الكوكيز	٣
٤٣.٣%	٨	٢	٢	٢	٢	صفر	صفر	المجموع	

ويشير الجدول الى ان مواقع وكالات الانباء العراقية الالكترونية أتاحت إمكانية المراقبة على الموقع من خلال الخيارات التفاعلية التالية:

- ٦٦.٦% من المواقع استخدمت عدادات لزائري الموقع، ونفس النسبة لخدمة تسجيل الزائرين.
- لم تستخدم اي وكالة ملفات الكوكيز cookies filkes .

جدول رقم (٥) اضافة معلومات من قبل المستخدم

النسبة	اسم الوكالة							البعد والعناصر التفاعلية	ت
	المجموع	ونا	بغداد برس	واخ	واع	نيننا	وما	اضافة معلومات من قبل المستخدم	خامساً
١٦.٦	١	X	X	X	X	١	X	اضافة اعلانات	١
٠%	صفر	X	X	X	X	X	X	مدونات	٢
٨٣.٣%	٥	١	١	X	١	١	١	استطلاعات رأي	٣
٥٠%	٣	X	١	١	١	X	X	رسائل الى المحررين	٤
١٦.٦	١	X	X	X	١	X	X	التعليقات	٥

٦	روابط لأراء القراء	X	X	١	X	١	X	٢	%٣٣.٣
المجموع		١	٢	٤	١	٣	١	١٢	%١٦.٦

تشير نتائج الجدول الى ان مواقع وكالات الانباء العراقية الالكترونية في هذا البعد وفرت عناصر تفاعلية متفاوتة وكما يلي:

- ١٦.٦% وفرت إمكانية إضافة إعلانات للراغبين بذلك من المستخدمين حيث وفرت مساحات لهذا الغرض وقد توفر في موقع واحد.
- لم يوفر اي موقع خدمة إنشاء مدونات. ولعل ذلك يعود لطبيعة عمل الوكالة الموجه اساسا وبشكل تقليدي الى توفير الاخبار.
- حققت استطلاعات الرأي أعلى نسبة ٨٣.٣%.
- ١٦.٦% من المواقع وفرت إمكانية إضافة تعليقات على المواد المنشورة.
- % من المواقع وفرت خدمة رسائل الى المحررين بإنشاء بريد الكتروني شامل لهذا الغرض ولكن ليس الى كل محرر بعينه.
- وفر ٣٣.٣% من المواقع روابط لاستكشاف اراء القراء في حسب محاور تطرحها لهذا الغرض.

جدول رقم (٦) البعد الخاص بالاتصال بين المستخدمين والموقع

النسبة	اسم الوكالة							البعد والعناصر التفاعلية	ت
	المجموع	ونا	بغداد برس	واخ	واع	نيننا	وما	الاتصال بين المستخدمين والموقع	ساد سا
%١٦.٦	١	١	X	X	X	X	X	بريد الكتروني للمحررين	٣٠
%٣٣.٣	٢	X	١	X	١	X	X	منتديات حوار	٣١
%١٦.٦	١	X	X	X	١	X	X	غرف محادثة	٣٢
%٠	صفر	X	X	X	X	X	X	التغذية المرتدة	٣٣
%٣٣.٣	٢	X	X	X	١	X	١	توفر رقم هاتف مباشر	٣٤
%٢٠	٦	١	١	صفر	٣	صفر	١	المجموع	

وفرت مواقع وكالات الأنباء العراقية الالكترونية على الانترنت التطبيقات التفاعلية التالية في هذا البعد:

- ١٦.٦% وفرت عنوان بريد الكتروني لغرض الاتصال بمحرري الموقع ونفس النسبة لخدمة المحادثة chat عبر الاستفادة من خدمات الماسنجر messenger لهذا الغرض، حيث توفر ذلك في موقع واحد.
- لم توفر المواقع خدمة التغذية المرتدة المباشرة feedback، فيما جاءت إمكانية الاتصال بالهاتف الجوال بإدارة الموقع بنسبة ٣٣.٣%.

جدول رقم (٧) فئة (أخرى) أو الخدمات الإعلامية الساندة للموقع

النسبة	اسم الوكالة							البعد وعناصر التفاعلية	ت
	المجموع	ونا	بغداد برس	واخ	واع	نيننا	وما	فئة (أخرى)	سابعاً
٥٠%	٣	١	١	١	X	X	X	روابط بمواقع أخرى	١
٣٣.٣%	٢	X	١	X	X	X	١	حالة الطقس	٢
١٦.٦%	١	١	X	X	X	X	X	خارطة الموقع	٣
١٦.٦%	١	X	X	X	X	١	X	اسعار العملات	٤
٨٣.٣%	٥	١	X	١	١	١	١	خيار طباعة او حفظ الخبر	٥
٥٠%	٣	١	X	١	١	X	X	خيار المقالات الاكثر قراءة	٦
٥٠%	٣	١	١	X	١	X	X	سجل الزوار	٧
٥٠%	٣	١	X	١	١	X	X	خيار ارسال المادة الخيرية لصديق	٨
٤٣.٣%	٢١	٦	٣	٤	٤	٢	٢	المجموع	

تبين نتائج الدول الخاص بهذه الفئة ان المواقع عينة الدراسة أتاحت الخيارات التالية لمستخدميها، وتمثلت وفق الآتي:

- ٥٠% منها أتاحت أربعة خيارات هي: وجود روابط بمواقع أخرى، والمقالات الأكثر قراءة أو أكثر زيارة أو شعبية حسب توصيفات كل موقع، وسجل الزوار الذي يسجل المستخدم رأيه في الموقع، وأخيراً خدمة إرسال المادة المنشورة إلى شخص آخر.

- جاءت خدمات التعريف بحالة الطقس بنسبة ٣٣.٣%، وخدمتا أسعار العملات أو السوق وتقديم خارطة بالموقع بنسبة ١٦.٦%، فيما وفرت ٨٣.٣% من المواقع إمكانية طباعة أو حفظ المادة المنشورة.

جدول رقم (٨) يمثل مقياس تجميحي لتوافر الفئات التفاعلية في عينة الدراسة

نسبة الدرجة المتحققة لكل بعد في كل المواقع	الدرجة المتحققة حسب توافر عناصر كل بعد في موقع الوكالة							درجة المقياس المستخدم	الابعاد التفاعلية
	مجموع الدرجة المتحققة	ونا	بغداد برس	واخ	واع	نينا	وما		
٥٧.٢٧%	٣٨	٦	٧	٤	٧	٧	٧	١١	تعدد الخيارات المتاحة
		٥٤%	٦٣.٦٣%	٣٦.٣٦%	٦٣.٦٣%	٦٣.٦٣%	٦٣.٦٣%	٦٣.٦٣%	النسبة
٦٠%	١٨	٤	٣	٤	٤	١	٢	٥	الجهد المبذول من قبل المستخدم
		٨٠%	٦٠%	٨٠%	٨٠%	٢٠%	٤٠%	النسبة	
٦٢%	١٥	٣	٢	٣	٣	٢	٢	٤	الاستجابة لرغبات المستخدمين
		٧٥%	٥٠%	٧٥%	٧٥%	٥٠%	٥٠%	النسبة	
٤٣.٣%	٨	٢	٢	٢	٢	صفر	صفر	٣	المراقبة المستمرة للموقع
		٦٦.٦٦%	٦٦.٦٦%	٦٦.٦٦%	٦٦.٦٦%	٠%	٠%	النسبة	
١٦.٦%	١٢	١	٣	١	٤	٢	١	٦	إضافة معلومات من قبل المستخدم
		١٦.٦٦%	٥٠%	١٦.٦٦%	٦٦.٦٦%	٣٣.٣٣%	١٦.٦٦%	النسبة	

النسبة	٥	١	صفر	٣	صفر	١	١	١	الاتصال بين المستخدمين والموقع
٢٠%	٦	١	١	٣	صفر	١	١	٦	
بعد (أخرى) أو الخدمات الإعلامية السائدة	٨	٢	٢	٤	٤	٣	٦	٢١	٤٣.٣%
النسبة	٢٥%	٢٥%	٢٥%	٥٠%	٢٥%	٣٧%	٧٥%	١١٨	٤٦.٨٢%
المجموع	٤٢	١٥	١٤	٢٧	١٨	٢١	٢٣		
النسبة	٣٥%	٣٣%	٣٣%	٦٤%	٤٢%	٥٠%	٥٤%		

٢٧ درجة من مجموع المقياس الجمعي البالغ ٤٢ درجة ونسبة ٦٤% في كل الأبعاد، تليها ثانياً وكالة الأنباء الوطنية العراقية (وما) التي جمعت ٢٣ درجة ونسبة ٥٤%، ونسبة متقاربة تأتي بالمرتبة الثالثة وكالة بغداد برس بـ ٢١ درجة ونسبة ٥٠%، ثم رابعاً وكالة خبر للأنباء (واخ) التي جمعت ١٨ درجة ونسبة ٤٢%، وخامساً الوكالة المستقلة للأنباء أصوات العراق (وما) وجمعت ١٥ درجة ونسبة ٣٥% تليها في المرتبة السادسة والأخيرة ونسبة متقاربة الوكالة الوطنية العراقية للأنباء (نينيا) التي جمعت ١٤ درجة ونسبة ٣٣%.

أما النسبة المتحققة لكل الأبعاد السبعة وفي كل مواقع وكالات الأنباء العراقية عينة الدراسة على شبكة الانترنت فقد كانت ٤٦.٨٢%، حيث أن مجموع الدرجات المتحققة لكل مواقع الوكالات في توظيف فئات القياس للتفاعلية بلغ ١١٨ درجة علماً أن أقصى درجات قياس التفاعلية هي مجموع درجات مقاييس الأبعاد السبعة مضروباً بعدد مواقع العينة $٤٢ \times ٦ = ٢٥٢$ درجة.

الاستنتاجات

من خلال نتائج تحليل المضمون يمكن القول ان توظيف الخدمات أو التطبيقات التفاعلية المتنوعة في مواقع وكالات الأنباء العراقية على شبكة الانترنت كما مثلتها عينة الدراسة المكونة من ستة مواقع، جاء بشكل محدود اظهر تفاوتاً في الاستخدام أو التوظيف من وكالة لأخرى ومن كل بعد لآخر، لكنه يعطي مؤشراً مقبولاً في ظل حداثة تعامل وسائل الإعلام العراقية مع الانترنت مقارنة

يتضح من جدول رقم (٨) الذي يجمع الدرجات المتحققة ونسبها لكل بعد من الأبعاد السبعة المستخدمة في الدراسة من حيث توفر العناصر أو التطبيقات التفاعلية من عدمه في مواقع عينة البحث ان البعد الخاص بالاستجابة لرغبات المستخدمين حقق أعلى نسبة من توفر العناصر التفاعلية وفق المقياس المستخدم لهذا البعد والمكون من اربع درجات حيث حقق نسبة ٦٢%، يليه البعد الخاص بالجهد المبذول من قبل المستخدم بنسبة ٦٠% وفق مقياس مستخدم من خمس درجات، يليه ثالثاً البعد الخاص بتعدد الخيارات المتاحة التي يوفرها الموقع للمستخدم بنسبة ٥٧.٢٧% من مقياس مستخدم يبلغ ١١ درجة، وجاء بالمرتبة الرابعة البعدين الخاصين بالمراقبة على الموقع وفق مقياس من ثلاث درجات والبعد الخاص بفئة أخرى أو الخدمات الإعلامية السائدة للموقع وفق مقياس مكون من ٨ درجات وكلاهما حقق نسبة ٤٣.٣%، ثم جاء بالمرتبة الخامسة البعد الخاص بالاتصال بين المستخدمين حسب المقياس المستخدم لهذا البعد والمكون من خمس درجات بنسبة ٢٠%، وأخيراً جاء البعد الخاص بإمكانية إضافة معلومات من قبل المستخدمين بالمرتبة السادسة والأخيرة حيث حقق نسبة توفر عناصر تفاعلية بلغت ١٦.٦%.

أما المقياس الذي يجمع نسبة ما حققته كل وكالة على حدة حسب كل بعد تفاعلي والمقياس المستخدم له- إذ ان مجموع كل المقاييس المستخدمة = ٤٢ درجة- فكان كمايلي:

حققت وكالة انباء الاعلام العراقي (واع) النسبة الاعلى من توافر العناصر التفاعلية حيث جمعت

بالدول الأخرى، في ضوء النسبة الكلية المتحققة والتي بلغت ٤٦.٨٢% كما يبين الجدول رقم (٨).

كما تشير معطيات النتائج الى ان مواقع الوكالات العراقية تتوجه الى المستخدمين من القراء بالإضافة الى عملها التقليدي في توفير خدماتها الى المشتركين من وسائل الإعلام، وهي معطيات تدعم الرأي في الاتجاه الحديث لوكالات الأنباء نحو الجمهور والمشاركين معا، كما أشير الى ذلك في الإطار النظري للبحث، فبحسب معطيات الدراسة الحالية فان هذا الاتجاه توفّر من خلال تحقيق نسب متفاوتة في الأبعاد الخاصة لقياس التفاعلية بين الموقع والمستخدم مثل توافر عنصر استطلاعات الرأي التي حققت نسبة استخدام بلغت ٨٣.٣% في كل مواقع العينة، فضلا عن سجلات الزوار بنسبة ٥٠%، وخيار إضافة تعليقات على المادة الخبرية، وكذلك وتوفّر بريد الكتروني ومنتديات حوار -رغم قلتها- بنسبة ١٦.٦%، وهو امر يمكن من خلال التوصل الى استنتاج يكشف عن حرص المواقع على معرفة اتجاهات وتفضيلات الجمهور أو المستخدمين والعمل في ضوئها لغرض التطور والتحسين.

وتشير بعض المعطيات التفصيلية لقياس كل بعد تفاعلي من جانب آخر الى غياب خدمات تفاعلية مهمة مثل الخدمة الفديوية، إذ انعدم توافر هذا النوع من تطبيقات المالتيديا في اي موقع من عينة الدراسة وهو مؤشر سلبي يكشف عن ضعف المواقع العراقية في توفير هذا النوع من التطبيقات، فضلا عن ان أنواعا أخرى من هذه التطبيقات مثل الخدمة الصوتية او السمعية لم تتواجد الا في موقع واحد (الوكالة المستقلة للأنباء أصوات العراق -سوما-) حيث حقق هذا الخيار نسبة ١٦.٦% (جدول رقم ١).

وبحسب النتائج أظهرت مواقع وكالات الأنباء العراقية على الانترنت نسبة كاملة من حضور خاصة التحديث الفوري للأخبار، حيث ظهرت بالساعة والدقيقة وأحيانا بالثانية في بداية كل خبر وفي موقع آخر بأعلى يمين الموقع غالبا.

وأشرت الدراسة التحليلية غيابا كليا لأي وجود لتطبيقات النصوص المتشعبة **hypertexts** او الروابط الفائقة ضمن الأخبار **hyperlinks** التي تحيل المستخدم لموضوعات اخرى ذات صلة بالمادة المنشورة، ورغم ان الباحث سجل وجود بعض من هذه الروابط داخل موقع وكالة (أصوات العراق) لكن وجودها اقتصر على عدد محدود من الأخبار ولا تمثل سياقاً تعتمد الوكالة وتبين لدى الباحث انه اجتهاد شخصي من قبل احد المحررين

يجيد هذا الاستخدام على سبيل التجربة لغرض تميمه لاحقا، لذلك فان غياب هذا النوع من التفاعلية الإبحارية يعد انخفاضا في مستوى التفاعلية وتمكين المستخدم من الاحاطة بالموضوع المنشور.

ويستنتج الباحث ايضا عدم حرص مواقع وكالات الانباء العراقية الالكترونية على التنوع في خيارات المحتوى وتعدديته للمستخدم في واجهة الموقع **homepage** حيث جاء بالمرتبة الثالثة بنسبة ٥٧.٢٧%، رغم ان صفحة الواجهة تعد بوابة الموقع وعنوان كفاءته بالنسبة للمستخدم، وتحرص المواقع الالكترونية على كافة انواعها على توفير خيارات هذا البعد الى اقصى حد ممكن لاغراض اعلامية وفنية مختلفة، فيما جاء خيار الاستجابة لرغبات المستخدمين اولا على مستوى توفير عناصر التفاعلية الخاصة به التي اقتضت على تحقيق نسب متكاملة من ناحية وجود اتصال بريدي بالموقع ووجود رابط التعريف بالموقع.

ويستنتج البحث بشكل عام مما سبق أن اهتمام وكالات الأنباء ينصب في اتجاه توفير أو توظيف أنواع الخدمات التفاعلية، لكن ذلك يقتصر على جوانب دون أخرى، مثل الاهتمام بتوفير خدمات استطلاعات الرأي أو التحديث أو الصور بنسبة ١٠٠%، ووجود تعدد اللغات او خيارات البحث والأرشفة بنسب عالية ومقبولة، مقابل انعدام الخدمات الفديوية وروابط النصوص التشعبية وتدني أخرى مثل الخدمة الصوتية.

ويعزو الباحث مثل هذا التفاوت كون الخدمات التفاعلية التي توفرها تطبيقات المالتيديا **multimedia** تحتاج الى قدرات وإمكانات فنية ومالية عالية قد لا تتوفر لدى مواقع وكالات الأنباء العراقية.

التوصيات

توشّر الدراسة الحالية مدى توفر العناصر التفاعلية في مواقع وكالات الانباء العراقية على شبكة الانترنت، وهي في الوقت ذاته ليست بالضرورة تعطي مؤشرا نهائيا لمستويات التفاعلية فيها ومدى كفاءتها، فما تم استخراجها من نسب وارقام هي مؤشرات لتوافر تلك العناصر في هذه المواقع، ولا تعطي مؤشرات الى اي مدى او كيفية الاستفادة منها، فان "معنى التفاعلية ليس مجرد توافر عناصرها على الموقع، انما هو أرقى من أن يكون مجرد نقرة بالماوس" (xxxviii) ويأمل الباحث ان تقدم هذه البيانات الوصفية والكمية لعينة الدراسة مؤشرات لدراسات اوسع في هذا المجال تتضمن:

- دراسة التفاعلية في مواقع وكالات الانباء من وجهة نظر المستخدمين للتعرف على اراءهم ازاء المواقع او المادة الاعلامية التي توفرها وفق خصائص الاتصال التفاعلي.
- دراسة مضامين وكالات الانباء ومدى تاثيرها بيئنة الاتصالات الحديثة المتمثلة بالانترنت والوقوف على اتجاهاتها.
- دراسة اقتصاديات وكالات الانباء العراقية على الانترنت وتأثير ذلك على توفر الخصائص التفاعلية فيها.
- دراسة كيفية تأثير الخصائص التفاعلية على تحرير المادة الخبرية لوكالات الانباء.
- دراسة محرري الأخبار في وكالات الانباء ومدى تأثرهم بالخصائص التفاعلية التي توفرها شبكة الانترنت.

Abstract

The internet created a new atmosphere that turned radically the traditional models of communication. In such arena many media, including news agencies, have found its way to benefit from various new applications resulted from new communication technology, of which the interactivity represents the marking sign of the new media. So, this study discusses the extent to which Iraqi news agencies on the internet may keep in line with developments in the applications of interactivity and its features. It used a content analysis to shed light on interactivity features as may be found on six online Iraqi news agencies and for this purpose the study adopted six identified interactivity dimensions as proposed by Heeter from which the methodology of the study has benefited from. For the purpose of this study the researcher added seventh dimension for unexpected interactive features. The study revealed that 46.82% of the interactive features that were used to measure interactivity were available at the sites of the sample.

الهوامش والمصادر

^{vii} شفيق، حسنين، صحافة وكالات الانباء المقروءة والمرئية، دار فكر وفن، ط٢، القاهرة، ٢٠٠٩، ص ٤٢.

^{viii} يشار في هذا السياق الى ان ٤٤ وكالة للانباء من ٣٥ دولة في آسيا ودول الباسيفيك عقدت في سينول في نيسان عام ٢٠١٠ مؤتمر وسائل الاعلام الدولية في ظل تطورات تكنولوجيا الاتصال وحول مستقبل خدمات تقديم الأخبار اتفقت من خلاله على توسيع تبادلات محتوى وسائط الاعلام المتعددة، والخدمات التفاعلية وتمخض عن الاجتماع 'إعلان سينول' الذي دعا إلى توسيع تبادلات المحتويات بين الوكالات لتشمل الأخبار في شكل المقاطع المرئية والسمعية، وبرامج التلفزيون التي تم تحريرها والرسومات التفاعلية من أجل تلبية الطلبات من القراء لخدمات وسائط الاعلام المتعددة والتصدي لتحديات بيئنة الاعلام الجديدة.

^{ix} الهيتي، هادي نعمان: تعددية وسائل الاعلام وحرية الرأي والتعبير، ضمن كتاب (الاعلام العراقي حرية التعبير والوصول الى المعلومة)، هيئة الاعلام والاتصال، بغداد، ٢٠١٠، ص ٥٩.

^x MeMillan, Sally: Exploring models of interactivity from multiple research traditions,

ⁱ شفيق، حسنين: الاعلام التفاعلي، دار فكر وفن، القاهرة، ٢٠٠٨، ص ٢٠.

ⁱⁱ بخيت، السيد: الانترنت وسيلة اتصال جديدة، دار الكتاب الجامعي، جامعة الامارات، ط٢، الامارات، ٢٠٠٤، ص ١٧.

ⁱⁱⁱ The future of news agencies- the end or a new era: *Journalism Theory, Practice and Critics*, available at http://www.oanasummit.org/board/_data/download/335/

^{iv} Ibid, p 13.

^v بخيت، مصدر سابق، ص ١٢٧.

^{vi} الخوري، نسيم: الاعلام العربي وانهايار السلطات اللغوية، مركز دراسات الوحدة العربية، بيروت، ط١، ٢٠٠٥، ص ١٢٧.

^{xxxv} ابو عيشة، فيصل: الاعلام الالكتروني: دار اسامة للنشر والتوزيع، عمان، الاردن، ط٢، ٢٠١٠، ص ٨٥.
^{xxxvi} امام، ابراهيم: وكالات الانباء المعاصرة، دار الفكر العربي، ط١، ٢٠٠٦، القاهرة، ص ٤٦.
^{xxxvii} جحاوي، هيفاء أيوب: الأرشفة الالكترونية لمواقع وكالات الأنباء العربية-. cybrarians journal - ع ١٢ (اذا ٢٠٠٧) . - تاريخ الدخول > ٢٠١٠/١٠/١٢ < . - متاح في
http://journal.cybrarians.info/index.php?option=com_content&view=article&id

^{xxxviii} Oluseye, Folayan, ops, pp. 67,68.

users and systems. Handbook of New Media. London, 2002, p22.

^{xi} تريان، ماجد سالم: الانترنت والصحافة الالكترونية "رؤية مستقبلية"، الدار المصرية اللبنانية، ط١، ٢٠٠٨، ص ١٢٨.
^{xii} العبدالله، مي: الاتصال والديمقراطية، دار النهضة العربية، ط١، بيروت، ٢٠٠٥، ص ٢٢٢-٢٢٣.
^{xiii} شفيق، حسنين: الاعلام التفاعلي: مصدر سابق، ص ٢٩.
^{xiv} المصدر نفسه، ص ٣١.

^{xv} Arslan, Lutfi: Elevating the standards of journalism through the internet, Georgetown university publications, Washington, 2002, p 62.

^{xvi} Ibid, p 33.

^{xvii} النجار، سعيد محمد: التفاعلية في الصحف العربية على الانترنت، ضمن كتاب بحوث مؤتمر صحافة الانترنت في العالم العربي، جامعة البحرين، ٢٠٠٩، ص ١٢.

^{xviii} المصدر نفسه، ص ١٣. وايضا: Rahman, mashiur, interactive options in online newspwppers of Bangladesh, journal of social science, vol.6, Pakistan, 2008. P 620.

^{xix} خطاب، امل محمد: تكنولوجيا الاتصال الحديثة ودورها في تطوير الأداء الصحفي، دار العالم العربي، ط١، القاهرة، ٢٠١٠، ص ١٥٨-١٦١.

^{xx} النجار، سعيد محمد: مصدر سابق، ص ٥٦.

^{xxi} Oluseye, Folayan: interactivity in online journalism, a case study of the interactive nature of Negiria's online Guardian, Rhodes university, sage puplications, London, 2004, p50.

^{xxii} تريان، ماجد سالم، مصدر سابق، ص ٩٣.

^{xxiii} صادق، عباس مصطفى: التطبيقات التقليدية والمستحدثة للصحافة العربية على الانترنت، جامعة الشارقة، المجلة العلمية، ٢٠٠٥، ص ٣٢.

^{xxiv} خطاب، امل محمد: مصدر سابق، ص ١٥٨.

^{xxv} بخيت، السيد: مصدر سابق، ص ٥٢.

^{xxvi} المصدر نفسه، ص ٦٣.

^{xxvii} صادق، عباس مصطفى، مصدر سابق، ص ٤٣.

^{xxviii} Oluseye, Folayan:, p18.

^{xxix} Paterson, Chris: The news agencies stranglehold on global political discourse, a research paper presented to Europe new media conference, London. 2003, p 2.

^{xxx} Ibid, p 22.

^{xxxi} Kenny, Peter: news agencies as a content provider and purveyor of news, Stellenbosch university, 2004, p29.

^{xxxii} Ibid, p22.

^{xxxiii} Report Of the workshop on news agencies in the Era of the internet, (UNDP) printings, Amman, 2001, p 7

^{xxxiv} Ibid, p 27