



جامعة الزقازيق
كلية الآداب
قسم الاعلام

استخدام البلاغة الرقمية في معالجة المواقع الإخبارية الدولية للقضايا العربية

دراسة تحليلية وميدانية

اعداد /

شيماء عبد الحميد عبد الغني محمد

2021م - 1442هـ

مقدمة:

تنوعت المواقع الإخبارية الدولية بعد التقدم التكنولوجي في وسائل الاتصالات، ما بين عربية وأجنبية موجهة باللغة العربية ومن ثم تنافست في طريقة تغطيتها للحدث فبرزت وتمكنت بعض المواقع الإخبارية من جذب الجمهور لها بمصداقيتها وسرعتها في نقل الحدث وجاذبية التصميم.

تحظى المواقع الإخبارية الدولية الموجهة بالعربية بارتفاع معدل تصفح عالية في المنطقة العربية وهو ما يترتب عليه من متابعة جيدة لتلك المواقع من قبل الجمهور العربي، وتلبية تلك المواقع لاهتمامات واحتياجات الجمهور العربي في المنطقة العربية وعلى مستوى العالم.

كما تتمتع المواقع الإخبارية الدولية بسمات وميزات تفاعلية وخدمات متنوعة تزيد من جذب الجمهور لتلك المواقع كالتحديث السريع للمضمون وكتابة تاريخ آخر تحديث بجانب كل خبر ودعم المضمون بالصور والفيديو ولقطات الفيديو الحي والبت المباشر وعرض الأخبار في أكثر من شكل إخباري، وجاذبية التصميم وسهولة الإبحار داخل تلك المواقع.

كما حظيت المواقع الإخبارية الموجهة بالعربية بمعدلات تصفح عالية وترتيب متقدم وفقاً لموقع أليكسا (Alexa) لأفضل (500) موقع على مستوى العالم، ويأتي السؤال هنا: هل مواقع القنوات الإخبارية الأجنبية الموجهة بالعربية تفرض جهات نظر حكوماتها على الشعوب العربية، وتستخدم كأداة من أدوات السياسة الخارجية لتوجيه الرأي العام العربي، أم أنها منصة للحوار تعرض وجهات النظر المختلفة وتعمل على رفع سقف الحريات في العالم العربي؟.

برز مؤخراً مفهوم البلاغة الرقمية، ونقصد بالبلاغة الرقمية أنها طريقة للإخبار والإقناع والتأثير في الجمهور من خلال الإعلام الرقمي وذلك خلال استخدام الأشكال المختلفة للوسائط المتعددة والتقنيات المستحدثة والتصميم الملاءم، كما تجمع بين الطرق المختلفة للإقناع والكتابة الفعالة والمؤثرة للتأثير في الجمهور المستهدف.

يتجلى مفهوم البلاغة الرقمية في المواقع الإخبارية الدولية في إقناع المشاهد بما تقدمه من مضمون من خلال بلاغة الإقناع الرقمية واستخدام الاستمالات المنطقية الرقمية خلال أسلوب الإقناع ومخاطبة العقل من خلال الأرقام والإحصائيات والتقارير المصورة كأدلة منطقية، وبلي ذلك الاستمالات العاطفية من خلال الصور والتقارير الإنسانية، كما يظهر في التصميم الجذاب وتوظيف تقنيات النصوص الفائقة في عرضها للمضمون الإخباري واستخدام الفيديو والصورة الحية والإنفوجرافيك والرسوم والخرائط، كما تستخدم أدوات التفاعلية من توفير إمكانية مشاركة الخبر وتعدد اللغات بالموقع وخدمة البحث والأرشيف وعرض المواد بناءً على تقييم المستخدم كالموضوعات الأكثر تعليقاً والبريد الإلكتروني والمنتديات والاستفتاءات وإمكانية التعليق على الأخبار وذلك بهدف تقديم موقع إخباري مقنع قادر على التأثير في الجمهور المستهدف.

مشكلة الدراسة

تتميز المواقع الإخبارية الدولية باستغلال الفرص الكبيرة التي تُتيحها تكنولوجيا الاتصال الحديثة وتوظيف الوسائط المتعددة التوظيف الأمثل عبر إرساء مواقع تفاعلية لها على الإنترنت وتنشيط استخدام الشبكات الاجتماعية لتوثيق الصلات بمستخدميها والسعي الحثيث إلى اجتذاب أوفر عدد ممكن من المتابعين لبرامجها⁽¹⁾.

ويمكن بلورة مشكلة الدراسة في التساؤل التالي:-

كيف يتم استخدام البلاغة الرقمية في معالجة المواقع الإخبارية الدولية لمضمونها الإخباري وتصميم مواقعها؟

وفي ظل التطورات التقنية والتكنولوجية الهائلة التي تتمتع بها المواقع الإخبارية الدولية تسعى الدراسة للتعرف إلى استخدام البلاغة الرقمية في تصميم المواقع الإخبارية الدولية ومعالجتها للمحتوى الإخباري من حيث :-

(عرض المحتوى الإخباري المقدم: باستخدام التقنيات المستحدثة (التفاعلية، الوسائط المتعددة، تقنيات النص الفائق، بما يوفره من خدمات البحث والأرشفة، وتنوع المحتوى الإخباري ما بين مكتوب ومسموع ومقاطع فيديو وبث مباشر ورسوم وخرائط وانفوجرافيك وفيديوجرافيك)، فضلاً عن دقة المعلومات ومصداقيتها، تعدد اللغات وتوفير نسخ للموقع بأكثر من لغة، توفير خيارات التحكم في الشكل والمضمون أو ما يعرف بتخصيص الموقع، السرعة في نقل الأحداث، التحديث المستمر للأخبار وكتابة آخر تحديث للخبر، ربط المحتوى الإخباري بالموضوعات ذات الصلة بالموضوع، جودة الكتابة ووضوح الأسلوب، شمولية التغطية، استخدام السرد التفاعلي، واستخدام بلاغة الإقناع الرقمية في عرض المضمون الإخباري.

استخدام الشكل الملائم في التصميم: خلال تناسق الألوان وأنواع الخطوط المشهورة والتي تساعد على يُسر القراءة، الاستخدام الملائم للوسائط المتعددة، البنية التقنية ويقصد بها تقنية Java Script والتي تساعد على سهولة استخدام الموقع، توفر الخدمات التفاعلية التي تساعد على جذب الجمهور كمشاركة الأخبار عبر مواقع التواصل الاجتماعي والتعليق على الأخبار والاستفتاءات، وسرعة استجابة الموقع وتعني سرعة تحميل الصفحات، ووضوح نظام التصفح وبساطته وسهولة استخدامه، توفر خريطة الموقع لسهولة الإبحار، الروابط من حيث استخدام اللون الأزرق ووضوح الروابط وتوفر رابط إلى الصفحة الرئيسية في الصفحات الداخلية، استخدام تصميم يدعم الشبكات والبروتوكولات المختلفة، استخدام التصميم التفاعلي Responsive Design ويعني استخدام أكثر من تصميم لذات الموقع يتناسب مع مقاسات الشاشات المختلفة.)

(1) الفضائية الناطقة بالعربية جسر تواصل أم ترويج لثقافة أجنبية؟، (مجلة الإذاعات العربية)، مقال منشور على الإنترنت بتاريخ 2010/7/31، متاح على الموقع: <http://aafaqcenter.com/post/234> ، تم الاطلاع عليه بتاريخ 2017/11/22، بتوقيت 5:03م.

كما تسعى الدراسة أيضاً لرصد تفضيلات الجمهور المصري للمواقع الإخبارية الدولية (عينة الدراسة، كما تسعى الدراسة للتعرف والوقوف على أحدث الأساليب والاتجاهات الحديثة المستخدمة في مجال تصميم المواقع الإخبارية وذلك بهدف تحسين أداء مواقعنا العربية الإخبارية وجعلها في مستوى المنافسة.

تشير الإحصائيات إلى ارتفاع معدل تصفح المواقع الإخبارية الدولية الموجهة باللغة العربية ، حيث يشير تقرير البث الفضائي العربي (ABSU)^(*) عن ارتفاع حجم التفاعل معها في العالم العربي عبر صفحات مواقع التواصل الاجتماعي كالفيس بوك حيث تصل نسبة متابعة موقع روسيا اليوم إلى 10.4 مليون متابع في حين تصل نسبة متابعة موقع فرانس 24 إلى 6.6 مليون متابع عبر مواقع التواصل الاجتماعي كالفيس بوك، كما حصل موقع روسيا اليوم على الترتيب التاسع والثلاثون ضمن قائمة أعلى (100) موقع تصفحاً في مصر طبقاً لموقع (Similar Web) حسب إحصائية (1 يوليو) لعام 2020⁽¹⁾.

كما تهدف الدراسة أيضاً للتعرف على أهم الأسباب وراء ارتفاع معدل تصفح تلك المواقع في العالم العربي بصفة عامة وعبر صفحات مواقع التواصل الاجتماعي بصفة خاصة، واستقطابها لمتابعة الجمهور العربي.

أهمية الدراسة

تأتي أهمية الدراسة في تناولها لموضوع يفيد المجال البحثي على المستوى الأكاديمي والمجتمعي:

الأهمية النظرية:

1. تقديم خطاب إعلامي رقمي جيد باستخدام نظرية البلاغة الرقمية (Digital Rhetoric) قادر على الإقناع والتأثير في الجمهور .
2. تقديم خطاب إعلامي يعتمد على بلاغة الإقناع الرقمية، وإعادة تقديم بلاغة الإقناع التقليدية (الثقة Ethos، والانفعال Pathos، والمنطق Logos) في صورة رقمية جديدة لما لها من دور فاعل في التأثير على الجمهور المستهدف.
3. اعتماد نظرية البلاغة الرقمية على تقديم خطاب إعلامي رقمي يعتمد على استخدام التقنيات المستحدثة (التفاعلية، الوسائط المتعددة، تقنيات النص الفائق)، وما لها من دور فاعل في تقديم خطاب إعلامي رقمي مقنع قادر على التأثير وجذب الجمهور .
4. اعتماد نظرية البلاغة الرقمية على الكتابة التفاعلية (تقنية السرد الرقمي التفاعلي)، وما لها من دور في تقديم خطاب إعلامي رقمي قادر على جذب الجمهور المستهدف.

^(*) يصدر تقرير البث الفضائي العربي (ASBU) سنوياً عن اتحاد إذاعات الدول العربية، التقارير من (2010-2020)، متاح على الموقع: <http://www.asbu.net/ar/publications/>

(1) Top Sites ranking for all categories in Egypt (July 2020) – Similar Web. Available at: <https://www.similarweb.com>. Retrieved at: 19/8/2020.

الأهمية العلمية:

1. تكتسب الدراسة أهمية خاصة بسبب ندرة الدراسات العربية التي تناولت الخطاب الإعلامي الرقمي في ضوء نظرية البلاغة الرقمية.
2. الوقوف على أسباب ارتفاع معدل استخدام المواقع الإخبارية الدولية في الوطن العربي على شبكة الإنترنت بصفة عامة وعلى مواقع التواصل الاجتماعي بصفة خاصة.
3. الكشف عن مدى التزام المواقع الإخبارية الدولية (عينة الدراسة) بمعايير يُسر الاستخدام في تصميم مواقعها.

الأهمية التطبيقية:

1. الوقوف على الاتجاهات الحديثة في مجال تصميم المواقع الإخبارية .
2. محاولة تقديم مقترحات للمواقع الإخبارية العربية يمكن أن تمثل دافعاً لزيادة جاذبية المواقع عند الاستخدام لدى الجمهور .

أبرز الدراسات السابقة:

توصلت العديد من الدراسات السابقة التي أُجريت حول البلاغة الرقمية وتوظيف تقنيات السرد الرقمي في المواقع الإلكترونية إلى العديد من النتائج المهمة، حيث توصلت دراسة راحلة، أحمد زهير (2017)⁽¹⁾ إلى أن البلاغة التقليدية انتقلت إلى وضعية رقمية بخصائص وسمات وعناصر تتناسب مع البيئة الرقمية.

كما أكدت دراسة محمد، مروة عطية (2017)⁽²⁾ على اعتماد مواقع الدراسة الثلاثة (BBC - CNN - الجزيرة) على تفعيل تقنيات السرد التفاعلي بنسب مختلفة وفقاً لتوجهات وسياسات كل موقع. أظهرت دراسة عبد الحق، بن جديد (2017)⁽³⁾ أن (الوسائط المتعددة، والنصوص الفائقة، والتفاعلية) هي المظاهر الأساسية للعناصر البنائية في الصحافة الإلكترونية مما يتعين جعلها عناصر أساسية في الدراسات التحليلية، ولا سيما المتعلقة بجانب الشكل والبناء في الصحف الإلكترونية.

(1) راحلة، أحمد زهير (2017). "البلاغة الرقمية والنصوص الترابطية: رواية ظلال العاشق لمحمد سناجلة نموذجاً". (المجلة الأردنية في اللغة العربية وآدابها، مج 13، ع 26). ص ص 13_ 40.

(2) محمد، مروة عطية (2017). "توظيف تقنيات السرد التفاعلي في بناء الهيكل المعلوماتي للقصص الإخبارية المنشورة على شبكة الإنترنت": دراسة تحليلية مقارنة. (المجلة العربية لبحوث الإعلام والاتصال، ع 17). ص ص 202-221.

(3) عبد الحق، بن جديد (2017). "التقنيات المستحدثة في تشكيل مواقع الصحف الإلكترونية": دراسة تحليلية. (مجلة آفاق العلوم، ع 8). ص ص 50-62.

أشارت دراسة الموسى، مشاري (2016)⁽¹⁾ إلى أن تحول الخطاب الإقناعي من خطاب ورقي يستهدف الجمهور العادي إلى خطاب رقمي يستهدف جمهوراً رقمياً في وسائل التواصل الاجتماعي وهو ليس مجرد تحول في قالب الذي يتمثل باستخدام الأجهزة الإلكترونية الرقمية، وإنما هو تحولاً جوهرياً ألقى بظلاله على ركائز بلاغة الإقناع الأرسطية الثلاث فظهرت تجليات رقمية حديثة.

أوضحت دراسة ليو، تشانج Liu, Chang (2016)⁽²⁾ أن استراتيجيات الاتصال على منصة تويتر تشير إلى استراتيجيات الاتصال القديمة لليونان وهي الإستراتيجيات البلاغية الأساسية الثلاث العاطفة (pathos)، والمنطق (logos)، والثقة (ethos)، ولكن بأسلوب تقني جديد.

أكدت دراسة حسان، سامح مصطفى (2015)⁽³⁾ على إمكانية استخدام أسلوب السرد التفاعلي في الصحف المحلية وذلك لزيادة القابلية لقراءة الموضوعات المعلوماتية من خلال إعادة توزيع الأدوات المستخدمة في إخراج الصحف الإلكترونية.

أشارت دراسة بيريز، أندريس Pérez, Andres (2013)⁽⁴⁾ إلى تبيين أن التقنيات المستخدمة في النصوص الرقمية لبناء خطاب جدلي رقمي لها خصائص رقمية مميزة والتي تدمج الخطاب التقليدي وتحاول إعادة تشكيله بتلك الخصائص الرقمية، كما أكدت الدراسة أن البيئة الرقمية تتميز بتقنيات خاصة في الكتابة من استخدام الصور ومقاطع الفيديو والرسوم المتحركة والارتباطات التشعبية واللون بهدف بناء المعنى والإقناع.

أكدت دراسة دو بليسيس Du Plessis (2013)⁽⁵⁾ البلاغة الرقمية تشير إلى التواصل المقنع بأشكال مختلفة كاستخدام النصوص والصور والإشارات غير اللفظية والصوت والتي يمكن مزجها معاً، كما أشارت الدراسة إلى إمكانية استخدام حجج الإقناع الأرسطية الثلاث بمنظور تقني رقمي جديد حيث يوفر الخطاب الرقمي وسائل جديدة لتقديم أدلة داعمة في شكل نشر روابط النص أو الصور أو عناصر الوسائط المتعددة الأخرى لدعم حجج الإقناع بتقنيات رقمية.

(1) الموسى، مشاري (2016). "نحو بلاغة رقمية تنظيراً وتطبيقاً تويتر نموذجاً": دراسة في ضوء رؤية أرسطو. (مجلة جامعة أم القرى لعلوم اللغات وآدابها، ع16). صص 155-190.

(2) Liu, C. (2016). "Reviewing the Rhetoric of Donald Trump's Twitter of the 2016 presidential Election". MA Thesis. Jonkoping University.

(3) حسان، سامح مصطفى (2015). "إخراج الموضوعات الصحفية المعلوماتية إلكترونياً بأسلوب السرد التفاعلي": دراسة حالة على جريدة نيويورك تايمز. (مجلة الفنون والعلوم التطبيقية، مج2، ع1). صص 281-292.

(4) Pérez, A. (2013). "Postear retorica: análisis de caso de dos publicaciones en Taringa". *Revista Iberoamericana de Argumentación* (6): 1- 38.

(5) Du Plessis. (2013). "An exploration of digital rhetoric in a social network environment". *Communicare*, volume 32(1): 1- 20.

أهداف الدراسة:

أولاً: أهداف الدراسة التحليلية:

1. رصد وتحليل عناصر التقنيات المستحدثة (التفاعلية، الوسائط المتعددة، تقنيات النص الفائق) المستخدمة في المواقع الإخبارية الدولية (عينة الدراسة)، والتي تعد الركائز الأساسية للبلاغة الرقمية، ولما لها من دور فاعل في نجاح المواقع الإلكترونية وجذب مستخدميها.
2. رصد وتحليل تصميم المواقع الإخبارية الدولية (عينة الدراسة) في ضوء استخدامها للتصميم التفاعلي (Responsive Design)، لما له من دور فاعل في نجاح الموقع الإخباري وجذب مستخدميه.
3. رصد وتحليل تأثير استخدام الأساليب الإقناعية الرقمية، ومكونات المصادقية التي تدعم الثقة بالموقع في نجاح الموقع الإخباري.
4. التعرف على بلاغة السرد الرقمي وتوظيف الوسائط المتعددة في معالجة المضمون الإخباري في المواقع الإخبارية الدولية.
5. تحاول الدراسة التعرف أهم معايير بناء المواقع الإلكترونية الإخبارية باستخدام التقنيات المستحدثة.
6. الكشف عن تأثير التفاعلية المستخدمة في المواقع الإخبارية الدولية (عينة الدراسة) على زيادة فاعلية المواقع وزيادة أعداد مستخدميها.
7. التعرف على الأساليب الإقناعية الرقمية المستخدمة في المواقع الإخبارية الدولية (عينة الدراسة)، ودورها في نجاح المواقع الإخبارية وزيادة أعداد المستخدمين للموقع.
8. الوقوف على الاتجاهات الحديثة في مجال تصميم المواقع الإخبارية الدولية.

ثانياً: أهداف الدراسة الميدانية:

1. الكشف عن أهم الأسباب وراء ارتفاع معدل تصفح المواقع الإخبارية الدولية في الوطن العربي بصفة عامة وعبر مواقع التواصل الاجتماعي بصفة خاصة.
2. رصد العلاقة بين تأثير التصميم المختلفة وأساليب الإخراج المستخدمة في تصميم المواقع الإخبارية الدولية (عينة الدراسة) على اتجاهات الجمهور المصري وتفضيلاته نحوها.
3. الكشف عن تأثير استخدام الوسائط المتعددة مثل الرسوم المتحركة و الصورة والصوت والفيديو على اتجاهات الجمهور وتفضيلاته لها.
4. الكشف عن تأثير العوامل التكنولوجية المتعلقة بتصميم المواقع الإخبارية الدولية من استخدام للنص الفائق والوسائط المتعددة في زيادة فاعلية المواقع ودورها في جذب الجمهور المستهدف.
5. الكشف عن أثر التقنيات المستحدثة على تصميم المواقع الإخبارية الدولية والتي تساعد بدورها في جذب الجمهور وزيادة أعداد مستخدميها.
6. محاولة تقديم مقترحات للمواقع الإخبارية العربية يمكن أن تمثل دافعاً لزيادة جاذبية المواقع عند الاستخدام لدى الجمهور وزيادة أعداد مستخدميها.

فروض الدراسة:

1. توجد علاقة ارتباطية طردية ذات دلالة إحصائية بين معدل تصفح المواقع الإخبارية الإلكترونية الدولية الإخباري وسهولة استخدام المواقع الإلكترونية الإخبارية الدولية.
2. توجد علاقة ارتباطية طردية ذات دلالة إحصائية بين معدل تصفح المواقع الإخبارية الإلكترونية الدولية وتتنوع استخدام الوسائط المتعددة في عرض المضمون الإخباري.
3. توجد علاقة ارتباطية طردية ذات دلالة إحصائية بين معدل تصفح المواقع الإخبارية الإلكترونية الدولية والخدمات التفاعلية المقدمة بالموقع.
4. توجد علاقة ارتباطية طردية ذات دلالة إحصائية بين معدل تصفح المواقع الإخبارية الإلكترونية الدولية ومدى توافر معايير المصادقية في المواقع الإخبارية الدولية.
5. توجد علاقة ارتباطية طردية ذات دلالة إحصائية بين معدل تصفح المواقع الإخبارية الإلكترونية الدولية واستخدام المواقع الإخبارية الإلكترونية الدولية للتصميم التفاعلي (Responsive Design) للموقع.
6. توجد علاقة ارتباطية عكسية ذات دلالة إحصائية بين معدل تصفح المواقع الإخبارية الإلكترونية الدولية ووجود مدى مواجهة صعوبات خلال تصفح المواقع الإخبارية الإلكترونية الدولية.
7. توجد علاقة ارتباطية طردية ذات دلالة إحصائية بين معدل تصفح المواقع الإخبارية الإلكترونية الدولية ومدى الشعور بالثقة في المواقع الإخبارية الدولية.

تساؤلات الدراسة:

تساؤلات الدراسة التحليلية:

1. ما مدى تأثير استخدام البلاغة الرقمية (Digital Rhetoric) في تصميم المواقع الإخبارية الدولية ومعالجتها للمحتوى الإخباري على نجاحها وجذب مستخدميها؟
2. كيف يتم استخدام بلاغة الإقناع الرقمية، وإعادة تقديم بلاغة الإقناع التقليدية (الثقة Ethos، والإنفعال Pathos، والمنطق Logos) في صورة رقمية جديدة في الخطاب الإعلامي الرقمي في المواقع الإخبارية الدولية (عينة الدراسة)؟
3. ما أكثر الأساليب الإقناعية الرقمية المستخدمة في تقديم المحتوى الإخباري عبر المواقع الإخبارية الدولية (عينة الدراسة)؟
4. ما أهم معايير بناء المواقع الإلكترونية الإخبارية باستخدام التقنيات المستحدثة؟
5. كيف يتم استخدام مفهوم البلاغة البصرية (Visual Rhetoric) في المحتوى الرقمي البلاغي الإخباري في المواقع الإخبارية الدولية (عينة الدراسة)؟
6. ما أشكال السرد الرقمي المستخدمة في عرض المضمون الإخباري في المواقع الإخبارية الدولية (عينة الدراسة)؟

7. ما تقنيات السرد التفاعلي (الكتابة التفاعلية) المستخدمة في عرض المحتوى الإخباري في المواقع الإخبارية الدولية (عينة الدراسة)؟
8. كيف تصمم المواقع الإخبارية الدولية (عينة الدراسة) صفحاتها في ضوء استخدامها للتصميم التفاعلي (Responsive Design)، لما له من دور فاعل في جذب الجمهور المستهدف؟
9. ما مكونات المصادقية في المواقع الإخبارية الدولية (عينة الدراسة) والتي تساعد على دعم الثقة في الموقع؟

تساؤلات الدراسة الميدانية:

1. ما أهم الأسباب وراء ارتفاع معدل تصفح المواقع الإخبارية الدولية (عينة الدراسة) في الوطن العربي وعبر مواقع التواصل الاجتماعي بصفة خاصة لدى الجمهور العربي؟
2. ما تأثير استخدام الوسائط المتعددة مثل الصور والرسوم المتحركة والصوت والفيديو في تصميم المواقع الإخبارية الدولية على اتجاهات الجمهور؟
3. ما أكثر الأشكال المفضلة في عرض المضمون الإخباري في المواقع الإخبارية الدولية (عينة الدراسة)؟
4. ما أهم العوامل التي تساعد على دعم الثقة في المواقع الإخبارية الدولية (عينة الدراسة)؟
5. ما مدى توافر معايير المصادقية في المواقع الإخبارية الدولية (عينة الدراسة)؟
6. ما مدى توافق تصميم المواقع الإخبارية الدولية مع تفضيلات الجمهور المصري؟
7. ما أهم الصعوبات التي تواجه الجمهور أثناء تصفحه المواقع الإخبارية الدولية؟
8. ما تأثير استخدام التقنيات الحديثة في تصميم المواقع الإخبارية الدولية على نجاح الموقع وجذب مستخدميه؟

الإطار الإجرائي للدراسة:

نوع الدراسة:

تعد هذه الدراسة من الدراسات الوصفية، التي تهتم برصد وتوصيف كيفية استخدام البلاغة الرقمية في معالجة المضمون الإخباري واتجاهات الجمهور وتفضيلاته نحو تصميم تلك المواقع، والكشف عن أثر التقنيات الحديثة على تصميمها.

منهج الدراسة:

(اعتمدت الدراسة على عدة مناهج علمية وهي):

منهج المسح:

تعتمد الدراسة على منهج المسح الإعلامي بشقيه التحليلي والميداني ومن خلال هذا المنهج سوف تقوم الباحثة بمسح وتوصيف كيفية استخدام البلاغة الرقمية في معالجة المضمون الإخباري في المواقع الإخبارية الدولية (عينة الدراسة) شكلاً وموضوعاً.

المنهج المقارن:

كما تستخدم الدراسة المنهج المقارن وذلك للمقارنة بين بعض المواقع الإخبارية الدولية (عينة الدراسة)، ومعرفة اتجاهات الجمهور نحوها، ومعرفة أفضل التصاميم والتي تتلاءم مع رغبات الجمهور وتفضيلاته.

المنهج التاريخي:

تعتمد الدراسة على المنهج التاريخي والوصفي لبعض المواد الإخبارية المتعلقة بصورة الإسلام في المواقع الإخبارية الدولية بهدف تأكيد نتائج الدراسة وتدعيمها.

منهج دراسة الحالة:

كما تعتمد الدراسة على منهج دراسة الحالة بالتركيز على دراسات حالات محددة تتمثل في تداعيات حدث (مقتل معلم فرنسي إثر عرضه رسوم مسيئة للرسول صلى الله عليه وسلم)، الذي تخلل فترة التحليل ولاقى ردود فعل واسعة على المستوى الإسلامي والعالمي، بهدف التعرف إلى مدى مصداقية المواقع الإخبارية الدولية واتجاه التغطية بالمواد الإخبارية المتعلقة بصورة الإسلام.

مجتمع وعينة الدراسة:

تعتمد الدراسة على عينة من المواقع الإخبارية الدولية الموجهة بالعربية وذلك بهدف التعرف إلى كيفية استخدام البلاغة الرقمية في معالجة المضمون الإخباري في تلك المواقع والتعرف إلى أفضل التصاميم التي تحظى برضا الجمهور والتي تحقق رغباته ونجاح الموقع الإخباري.

عينة الدراسة التحليلية :-

تم اختيار هذه العينة بناءً على الدراسة الاستطلاعية التي أجرتها الباحثة على مجتمع الدراسة، وتتكون عينة الدراسة من (موقع روسيا اليوم، موقع BBC عربي، موقع CNN عربي):

جدول رقم (1) المواقع الإخبارية الدولية (عينة الدراسة)

الموقع	الرابط
موقع روسيا اليوم	http://arabic.rt.com
موقع BBC عربي	www.bbc.co.uk/arabic
موقع CNN عربي	www.arabic.cnn.com

مببرات اختيار العينة:

- 1- نظراً لكون تلك المواقع تتمتع بارتفاع معدل تصفح عالية في المنطقة العربية، وهو ما يترتب عليه من متابعة جيدة لتلك المواقع من قبل الجمهور العربي.
 - 2- تلبية تلك المواقع لاهتمامات واحتياجات الجمهور العربي في المنطقة العربية وعلى مستوى العالم.
 - 3- تمتعها بسمات وميزات تفاعلية وخدمات متنوعة تزيد من جذب الجمهور لتلك المواقع كالتحديث السريع للمضمون وكتابة تاريخ آخر تحديث بجانب كل خبر ودعم المضمون بالصور والفيديو ولقطات الفيديو الحي والبث المباشر وعرض الأخبار في أكثر من شكل إخباري.
 - 4- تمتعها بمزايا تكنولوجية وتقنية هائلة، واستخدامها للتصميم التفاعلي (Resposive Design).
 - 5- حظيت تلك المواقع بمعدل تصفح عالية وترتيب متقدم وفقاً لموقع أليكسا (Alexa) لأفضل (500) موقع على مستوى العالم حسب إحصائية (17 سبتمبر) لعام 2020 م، حيث احتل موقع CNN الترتيب الثالث والثلاثون على مستوى العالم⁽¹⁾.
 - 6- تقديم خدمات تفاعلية مهمة عبر المواقع كمشاركة الخبر عبر البريد الإلكتروني ومواقع التواصل الاجتماعي، وتخصيص تطبيق أو نسخ مخصصة للهواتف الذكية، وعرض الموقع بأكثر من لغة.
- الفترة الزمنية:** تمّ التحليل لمدة ثلاثة أشهر متتالية، حيث بدأ التحليل من (1 أغسطس)، وانتهى في (30 أكتوبر) لعام 2020؛ حيث تظلل تلك الفترة أحداث بالغة الأهمية وهي:
- ❖ (مقتل معلم فرنسي إثر عرضه رسوم مسيئة للرسول صلى الله عليه وسلم).. ولاقى ردود فعل واسعة على المستوى الإسلامي والعالمي.
 - ❖ (انفجار في مدرسة دينية في بيشاور الباكستانية)، بتاريخ: 2020/10/22م.
 - ❖ (طعن مسلمتين بالقرب من برج إيفل وتعرض الضحيتين للشتم العنصرية)، بتاريخ: 2020/10/27م.
- عينة الجمهور:** تتمثل عينة الدراسة الميدانية في عينة عمدية من الشباب المستخدم للمواقع الإلكترونية الإخبارية الدولية، وتتمثل العينة في (400) مفردة من الشباب، والذي يتراوح أعمارهم بين (18 - 35) عاماً، وقامت الباحثة بتطبيق الاستبيان على العينة في الفترة من (15 نوفمبر) إلى (20 ديسمبر) لعام 2020م.

(1) موقع (Alexa)، متاح على الموقع: www.alexacom/topsites/category/world/arabic ، تم الاطلاع عليه بتاريخ 2020/9/24 ، بتوقيت 9:00م.

جدول (2) توزيع عينة الدراسة وفقاً للمتغيرات الديموجرافية

النسبة %	التكرارات	المتغيرات	
58.8	235	ذكور	النوع
41.3	165	إناث	
38.5	154	من 18 إلى 25 سنة	السن
61.5	246	من 25 إلى 35 سنة	
20.5	82	مؤهل متوسط	المستوى التعليمي
58.3	233	مؤهل جامعي	
21.3	85	مؤهل فوق جامعي	

أداة جمع البيانات:

جمعت الدراسة بين أداتين لجمع البيانات:

- 1- أداة تحليل المضمون.
- 2- إستمارة الاستبيان.

أداة تحليل المضمون:

تعتمد الدراسة بشكل أساسي على أداة تحليل المضمون، حيث يتيح تحليل المضمون التوصل إلى وصف وتحليل المحتوى الظاهر والكامن للمادة الإعلامية المنشورة من خلال تصنيف وتقييم الرموز والأفكار الرئيسة التي تحملها⁽¹⁾، والاعتماد على الجانب الاستدلالي ودمجه بأساليب البحث التاريخي والوصفي لبعض المواد الإخبارية لتأكيد نتائج الدراسة وتدعيمها، وتعتمد الدراسة على أداة تحليل المضمون بالاستعانة بإستمارة التحليل للمواقع الإلكترونية الإخبارية الدولية (عينة الدراسة)،

(1) Dorff, K. (2002). *Content Analysis: An Introduction to its Methodology*. 2nd Ed. (London: Sage Publication). P 18.

وذلك من حيث الشكل والموضوع :-

- من حيث الشكل:

العناصر البنائية الإلكترونية المحققة ليُسَرُ الاستخدام (تصميم الموقع ، العناصر البنائية التفاعلية التواصلية ، العناصر البنائية التفاعلية المعلوماتية).

- من حيث الموضوع:

- أهم معايير بناء المواقع الإلكترونية الإخبارية باستخدام التقنيات المستحدثة (معيار الحالية والآنية - التفاعلية - النص التشعبي - الوسائط المتعددة).
- بلاغة السرد الرقمي وتوظيف الوسائط المتعددة في معالجة المضمون الإخباري في المواقع الإخبارية الدولية (أشكال السرد الرقمي المستخدمة في عرض المضمون الإخباري - القوالب المستخدمة في عرض المضمون الإخباري - تقنيات السرد التفاعلي (الكتابة التفاعلية) في عرض المحتوى الإخباري).
- بلاغة الإقناع الرقمية في معالجة المضمون الإخباري في المواقع الإخبارية الدولية (الأساليب الإقناعية المستخدمة - مكونات المصدقية في المواقع الإخبارية الدولية والتي تساعد على دعم الثقة في الموقع - اتجاه المعالجة).

إستمارة الاستبيان:

تتمثل أداة جمع البيانات في الدراسة الميدانية عن طريق إستمارة الاستبيان الإلكتروني، وذلك لما يتمتع به الاستبيان الإلكتروني من سهولة التعديل الفوري حينما تقتضي الضرورة لذلك، كما يُسهم بشكل أساسي في توفير الوقت والجهد والتكلفة مقارنة بالوسائل الأخرى⁽¹⁾، وتعتمد الدراسة على إستمارة الاستبيان الإلكتروني في تطبيق الدراسة الميدانية، نظراً لملائمتها لطبيعة الدراسة ولقدرتها للوصول للجمهور المستهدف، وذلك بهدف جمع البيانات من مفردات عينة الدراسة المتمثلة من الشباب، وذلك للتعرف عن تفضيلات الجمهور الإخراجية للمواقع الإخبارية الدولية (عينة الدراسة) واتجاهات الجمهور المختلفة نحوها، وكذلك التعرف إلى أهم أسباب ارتفاع نسبة متابعتها في الوطن العربي بصفة عامة وعلى مواقع شبكات التواصل الاجتماعي بصفة خاصة.

(1) Roger D., & Joseph R. (2006). *Mass media research: an introduction*. 8th Ed. (USA: Thomason Wadsworth). Pp. 415- 419.

وحدة التحليل والقياس:

وحدة التحليل:

تعتمد وحدة التحليل في الدراسة التحليلية على الصفحة الرئيسية (Home page) للمواقع الإخبارية الدولية (عينة الدراسة) لتحليل العناصر البنائية الإلكترونية المحققة ليُسر الاستخدام وتشمل (تصميم الموقع، العناصر البنائية التفاعلية التواصلية، العناصر البنائية التفاعلية المعلوماتية)، وأهم معايير بناء المواقع الإلكترونية الإخبارية باستخدام التقنيات المستحدثة وتشمل (معايير الحالية والآنية - التفاعلية - النص التشعبي - الوسائط المتعددة)، كما تشمل وحدة التحليل بعض الصفحات الداخلية لتحليل أشكال السرد الرقمي المستخدمة في عرض المضمون الإخباري، والقوالب المستخدمة في عرض المضمون الإخباري.

وحدة العد والقياس:

تعتمد على العد والتكرار لبعض المواد الإخبارية في المواقع الإخبارية الدولية (عينة الدراسة)، كما تعتمد على وحدة الشكل المعبر عن العناصر البنائية لمواقع الدراسة وأساليب إخراجها، وذلك نظراً لأن الدراسة تعتمد على توصيف العناصر البنائية الإلكترونية التفاعلية التواصلية والمعلوماتية وأساليب الإخراج المستخدمة في المواقع عينة الدراسة، كما تتطرق الدراسة لتوصيف أشكال السرد الرقمي وتقنيات السرد التفاعلي المستخدمة في عرض المضمون الإخباري في المواقع عينة الدراسة.

كما تعتمد الدراسة على الجانب الاستدلالي، وهو ما أشار إليه رواد الباحثين في دراسات تحليل المضمون حيث ينقل المفهوم الاستدلالي تحليل المحتوى من مستوى الملاحظة والوصف المجرّد

إلى مستوى الاستدلال⁽¹⁾، وقام هولستي (Holsti) بتوسيع مفهوم تحليل المحتوى وصاغه بأنه "أسلوب لصنع استدلالات عبر تشخيص خصائص محددة للرسائل تشخيصاً موضوعياً ومنتظماً"⁽²⁾، وتعتمد الدراسة على التوصيف والاستدلال ببعض العبارات والكلمات للوصول إلى الأفكار والمعاني الكامنة خلف النص.

(1) جبارة، صفاء. (2009). الخطاب الإعلامي بين النظرية والتحليل. ط1. (عمان: دار أسامة). ص 237.

(2) المرجع السابق نفسه. ص 239.

صدق وثبات أدوات جمع البيانات :

1- صدق وثبات تحليل المضمون:

إجراءات صدق التحليل:

إجراءات الصدق:

قامت الباحثة بمجموعة من الإجراءات؛ لتحري الدقة والصدق في الأداة؛ للوصول إلى نتائج تتسم بالدقة التي يمكن تعميمها فيما بعد، والإجراءات هي:

أ- إخضاع مواقع الدراسة إلى التجربة وتحليلها لمدة عشرة أيام - قبل البدء بعملية التحليل، بهدف التأكد من صحة الفئات.

ب- عرض أداة التحليل على محكمين في المجال الإعلامي وتكنولوجيا المعلومات:

تمّ عرض الإستمارة علي مجموعة من المحكمين المتخصصين في الصحافة والإعلام (*)، وذلك للتأكد من صدقها في تغطية كافة أوجه الدراسة، ومدى إلتزامها بالخطوات العلمية المتبعة في إعدادها، وبلغت نسبة الاتفاق بين المحكمين (90%).

إجراءات الثبات: يعبر الثبات عن نسبة الاتساق بين أكثر من باحث في تحليل المضمون لعينة من المواد الإعلامية باستخدام نفس أداة التحليل؛ لذا قامت الباحثة باختيار عينة من المواد الصحفية محل الدراسة خلال فترة الدراسة وقامت بتحليلها، ثم أعادت الباحثة تحليل تلك العينة مرة أخرى بعد مرور أسبوعين من إجراء التحليل الأول، فأعطت نفس النتائج تقريباً، كما استعانت الباحثة ببعض الباحثين في مجال الإعلام لحساب ثبات التحليل من خلال تحليل (5%) من المواد الصحفية موضع التحليل؛ حيث شرحت الباحثة لهما الإستمارة وتم حساب معادلة "هولستي" (Holsti) بين الباحثة ومثيلتها، وبحساب قيمة الوسيط بين القيم الثلاثة (0.94 + 0.95 + 0.91)، يكون معامل الثبات (0.93)، وهي نسبة تدل على ثبات الوحدات والفئات المستخدمة في تحليل المضمون صلاحية إستمارة تحليل المضمون للتطبيق.

2- صدق وثبات الاستبيان:

إجراءات صدق الاستبيان:

تمّ عرض الإستمارة علي مجموعة من المحكمين المتخصصين في الصحافة والإعلام، وذلك للتأكد من صدقها في تغطية كافة أوجه الدراسة، ومدى إلتزامها بالخطوات العلمية المتبعة في إعدادها، وقد أشار هؤلاء المحكمين إلي صلاحية الإستمارة مع إجراء تعديلات بسيطة عليها.

(* انظر صفحة 59).

إجراءات الثبات:

تم إجراء الثبات لإستمارة الاستبيان من قبل الباحثة نفسها ومن خلال تطبيق الإستمارة علي عينة قوامها (20 مفردة) من عينة الدراسة، ثم إعادة الاختبار مرة أخرى علي نفس العينة بعد أسبوع من التطبيق الأول للإستمارة ثم حساب معامل الثبات وكانت قيمته (90%)، وهذه نسبة مرتفعة تثبت صلاحية الإستمارة والتأكد من نتائجها.

الإطار النظري للدراسة :نظرية البلاغة الرقمية (Digital Rhetoric):-

تُعرف البلاغة على أنها فن الخطاب، وهي جذر البلاغة الرقمية، ومع تطور التكنولوجيا فإنه يتم إعادة تشكيلها للعمل في أشكال سياقية جديدة مثل قاعدة البيانات، والنص التشعبي (Hypertext)، وتتطور الأفكار مع تطور التكنولوجيا، لأن إحدى طرق دراسة الخطاب الرقمي هي تتبع الطرق التي تمكن من تحويل الخطاب القديم إلى خطاب رقمي جديد مقنع يشجع على التعبير عن الذات والمشاركة والتعاون الإبداعي⁽¹⁾.

يقتصر الإقناع التقليدي المكتوب على استخدام النص المكتوب فقط، في حين نجد أن الإقناع الرقمي أكثر تطوراً، حيث يتضمن إدراج الخطاب المرئي والنص التشعبي والفيديو والصوت، وذلك باستخدام أدوات الوسائط المتعددة في البيئة الرقمية⁽²⁾.

كما يمكن استخدام حجج الإقناع الأرسطية الثلاث (الثقة Ethos، والانفعال Pathos، والمنطق Logos)، بمنظور تقني رقمي جديد حيث يوفر الخطاب الرقمي وسائل جديدة لتقديم الأدلة الداعمة حيث يمكن إثبات المنطق في الخطاب الرقمي باستخدام روابط يمكن للقراء النقر عليها لمزيد من المعلومات، كما يمكن توفير روابط للصور والمقالات ومقاطع الفيديو، ويمكن أيضاً استخدام عناصر الوسائط المتعددة الأخرى لدعم جميع الحجج المنطقية في الخطاب الرقمي⁽³⁾.

(1) Zappen, James P. (2005). Digital Rhetoric: Toward an Integrated Theory. (**Technical Communication Quarterly**, 14(3)), p 321.

(2) Eyman, D. (2015). **Digital Rhetoric: Theory, Method, Practice**. 1st Ed. University of Michigan Press. P 27.

(3) Du Plessis. (2013). "An exploration of digital rhetoric in a social network environment". **Op Cit**. pp.17-18.

أهم المبادئ التي تقوم عليها البلاغة الرقمية:-

جدول (3) مبادئ البلاغة الرقمية⁽¹⁾

الممارسة الرقمية (Digital Practice)	التعريف/ الاستخدام التقليدي (Classical use)	المبدأ (Canon)
البحث باستخدام شبكات المعلومات وأدوات الوسائط المتعددة (Multimedia tools).	البحث وإيجاد الوسيلة المقنعة	1- الإبتكار/ الوسيلة (Invention)
استخدام الإعلام الرقمي المؤثر (Digital media) وطرق معالجة المعلومات، حيث يمكن اختيار أعمال موجودة وإعادة تعديلها وتشكيلها في أعمال جديدة (Remixing).	ترتيب الخطاب	الترتيب (Arrangement)
فهم العناصر الملائمة للتصميم (Design)، (كاللون الحركة - والتفاعلية - واختيار اللون - والاستخدام الملاء للوسائط المتعددة).	الشكل الملاءم	3- الأسلوب (Style)
الطريقة التي تقدم بها المعلومات لسهولة فهم واستخدام أنظمة التوزيع (وتشمل الأطر التقنية التي تدعم الشبكات والبروتوكولات المختلفة).	حفظ وتخزين المعلومات	4- التسليم (Delivery)
المعرفة المعلوماتية (Information Literacy)، ومعالجة وتخزين المعلومات واسترجاعها ومعالجتها، والتي تعتمد قواعد البيانات (Databases) والمدونات.		5- الذاكرة (Memory)

وتستفيد هذه الدراسة من نظرية البلاغة الرقمية (Digital Rhetoric) في:-

1- معرفة مدى تطبيق المواقع (عينة الدراسة) لمفاهيم ومبادئ البلاغة الرقمية وذلك من خلال:-

(1) Eyman, D. (2015). *Digital Rhetoric: Theory, Method, Practice*. Op Cit. P. 65.

- استخدام الوسائل المقنعة في تقديم المحتوى المقدم خلال استخدام (الوسائط المتعددة - استخدام تقنيات النص الفائق، البحث والأرشيف وربط الموضوع بموضوعات ذات الصلة بالموضوع - دقة المعلومات ومصداقيتها- تنوع المحتوى ما بين مكتوب وصوتي ومقاطع فيديو- تعدد اللغات وتوفير نسخ للموقع بأكثر من لغة- خيارات التحكم في الشكل والمضمون أو ما يُعرف بتخصيص الموقع).
- استخدام الشكل الملائم في تصميم المواقع عينة الدراسة خلال استخدام (الألوان- الحركة- نوع الخط المستخدم- الاستخدام الملائم للوسائط المتعددة - البنية التقنية ويقصد بها تقنية Java Script والتي تساعد على سهولة استخدام الموقع - استخدام التصميم التفاعلي (Responsive Web Design)).
- إتاحة حفظ وتخزين المعلومات المقدمة عبر المواقع (عينة الدراسة).

2- بلاغة الإقناع الرقمية في معالجة المضمون الإخباري في المواقع الإخبارية الدولية واستخدام الأساليب الإقناعية الرقمية (المنطقية - والعاطفية).

3- بلاغة السرد الرقمي وتوظيف الوسائط المتعددة في معالجة المضمون الإخباري في المواقع الإخبارية الدولية، واستخدام تقنيات السرد التفاعلي (الكتابة التفاعلية).

4- توظيف استخدام التقنيات المستحدثة والتي تعد الركائز الأساسية للبلاغة الرقمية (Digital Rhetoric)، وأهم معايير بناء المواقع الإلكترونية الإخبارية (التفاعلية - النص التشعبي - الوسائط المتعددة).

الإطار المعرفي للدراسة :

مقدمة:

قد نشأ مصطلح البلاغة الرقمية (Digital Rhetoric) في محاضرة ألقاها ريتشارد لانهام (Lanham,R.) في عام 1989م الذي تبلور لاحقاً في كتابه الكلمة الإلكترونية (The Electronic Word) لعام 1993م ، ثم أصبح مصطلح البيئة الرقمية أكثر تداولاً بعد ذلك لاسيما في أعمال جيمس زابن (Zappen, 2005)، وكاتلين ويلش (Kathleen Welch)، واليزابيث لوش (Elizabeth Losh,2009)، ودغولاس إيمان (Douglas Eyman,2015)، كما شهدت السنوات الأخيرة انتشاراً ملحوظاً في استخدامات هذا المصطلح، كما دعا العديد من المتخصصين في العديد من المجالات كـ مجال تأليف الوسائط المتعددة والكتابة الرقمية والدراسات الإعلامية الجديدة ووسائل الإعلام الرقمية والعلوم الإنسانية الرقمية والكتابة وأجهزة الكمبيوتر لدراسة البلاغة الرقمية⁽¹⁾.

(1) Hodgson J. & Barrent S. (2016).Introduction: What is Rhetorical about Digital Rhetoric? Perspectives and Definitions of Digital Rhetoric. **Enculturation**. Available at: <https://enculturation.net>. Retrieved at: 9/3/2020.

يشير العديد من الباحثين إلى أن بلاغة الخطاب الكلاسيكي أو التقليدي لا تزال موجودة في النصوص الرقمية، ولكن باستخدام التقنيات المستحدثة (التفاعلية Interactivity، والوسائط المتعددة Multimedia، والنص الفائق Hypertext) التي تتناسب مع البيئة الرقمية، فلم تعد الكتابة هي الوضع السائد لتمثيل المعرفة حيث يمكن للكاتب استخدام الصور ومقاطع الفيديو والارتباطات التشعبية بهدف بناء المعنى وإقناع الجمهور⁽¹⁾.

يرى جيمس زابن (Zappen, 2005) أن البلاغة الرقمية تهتم بدراسة الوسائط الجديدة والتي تدعم التواصل في المساحة الرقمية كما تمكن من تحويل خطاب الإقناع القديم إلى خطاب رقمي جديد يشجع على التعبير عن الذات والمشاركة والإبداع والتعاون⁽²⁾.

تعريف البلاغة الرقمية (Digital Rhetoric):

ويُعرف دغولاس إيمان (Douglas Eyman, 2015) البلاغة الرقمية في كتابه (البلاغة الرقمية: النظرية والطريقة والممارسة)، بأنها:

"تطبيق للنظرية البلاغية كطريقة تحليلية أو إرشادية للإنتاج على النصوص والعروض الرقمية"⁽³⁾. يعرفها هيس (Hess, 2018) بأن البلاغة الرقمية: هي علم أو دراسة صناعة المعنى والإقناع باستخدام اللغة والأدوات التقنية والنص الرقمي الذي يتم إنشاؤه وتداوله عبر التكنولوجيا الرقمية⁽⁴⁾.

التعريف الإجرائي للبلاغة الرقمية (Digital Rhetoric):

"هي فن الإقناع والتأثير والإعلام باستخدام التقنيات المستحدثة (النص الفائق، الوسائط المتعددة، التفاعلية) المستخدمة في بناء وتداول الخطاب الرقمي، وإعادة تشكيل حجج الإقناع الثلاث (الثقة Ethos، والانفعال Pathos، والمنطق Logos)، بمنظور تقني جديد في البيئة الرقمية، وذلك باستخدام عناصر الوسائط المتعددة من صور ومقاطع فيديو وانفوجرافيك ورسوم بيانية وغيرها، واستخدام روابط النص التشعبي وتوفير روابط للصور والمقالات بهدف دعم حجج الإقناع المنطقية والعاطفية ودعم مصداقية المحتوى".

(1) Pérez, A. (2013). "Postear retórica: análisis de caso de dos publicaciones en Taringa". **Op Cit.** p1.

(2) Zappen, J. (2005). Digital Rhetoric: Toward an integrated theory. **Op Cit.** P 320.

(3) Eyman, D. (2015). **Digital Rhetoric: Theory, method, practice.** **Op Cit.** P 44.

(4) Hess, A. & Davision, A. (2018). **Theorizing Digital Rhetoric.** New York, NY: Routledge. p 6.

أبرز مفاهيم البلاغة الرقمية:

١- التداول Circulation:

يشمل التداول عدة مفاهيم أهمها:

أ- التعاون Collaboration:

يسمح للأفراد بمشاركة ردود أفعالهم مع منشئ المحتوى الرقمي على الإنترنت حيث يسمح الخطاب الرقمي للجمهور بالتفاعل والعمل مع منشئي المحتوى⁽¹⁾.

ب- التسليم Delivery:

يعني مصطلح التسليم الطريقة التي يتم بها نقل شكل من المعلومات إلى جمهور معين ويشير التسليم في الطرق التقليدية إلى مشاركة النص سواء في خطاب أو على الجريدة، بينما نجد أن التسليم يختلف في البيئة الرقمية، حيث يشير إلى أشكال أخرى تسمح بمشاركة وتفاعل الجمهور خلال البيئة الرقمية وقد تشمل مقاطع الفيديو والصور وملفات البودكاست إضافة إلى النصوص⁽²⁾.

٢- التفاعل Interactivity:

يشير تعريف التفاعل إلى الطرق التي يتفاعل بها الجمهور مع النصوص الرقمية حيث يمكن للجمهور الإعجاب بالمحتوى عبر الإنترنت ومشاركته وإعادة نشره والتعليق عليه وإعادة مزجه، كما يشمل مفهوم التفاعل الخطاب الرقمي ذاته وطرق تقديمه بشكل تفاعلي، وهناك عدة مفاهيم تتعلق بالخطاب الرقمي التفاعلي أهمها:

أ- الوسائط المتعددة Multimodality:

نقصد به شكل من أشكال الاتصال المستخدم بطرق الوسائط المتعددة لإعلام الجماهير بفكرة ما ويمكن أن يتضمن مزيجاً من نص مكتوب أو صور أو صوت أو مقاطع فيديو غيرها.

ب- ريمكس Remix:

هو أسلوب من أساليب البلاغة الرقمية التي تتعامل مع عمل أصلي وتحوله إلى رسالة جديدة ويمكن أن يساعد استخدام الريمكس في تقديم وربط الأفكار غير ذات الصلة ببعضها وتقديمها بشكل مقنع، ويمكن تعريف الريمكس على أنه:

(1) Braun, C. (2013). **Cultivating ecologies for digital media work: The case of English studies**. 1st Ed. Carbondale: Southern Illinois University Press. Available at: <http://muse.jhu.edu>.

(2) Burton, G. (2014). "What is Rhetoric?". Available at: <https://rhetoric.byu.edu>. Retrieved at: 21/8/2020.

"عملية أخذ أجزاء قديمة من النصوص والصور والأصوات والفيديو ومزجها معاً لتشكيل محتوى جديد"⁽¹⁾.

أطلقت شبكة الجزيرة الإعلامية موقع "ريمكس فلسطين" التفاعلي في 29 نوفمبر لعام 2014 م، هو أكبر موقع تفاعلي بصري عن فلسطين ويحتوي هذا الموقع على عشرات الأفلام الوثائقية المتاحة ويعتمد على تقنية متقدمة تربط النص بالفيديو، وتسمح لزائر الموقع أن يدمج أكثر من مقطع من عدة أفلام وثائقية ويرتبها من جديد ليصنع منها قصة أو ريمكس عن فلسطين بكل سهولة، ويعد الموقع الأول من نوعه عربياً وعالمياً حول القضية الفلسطينية حيث يمكن الأشخاص حول العالم من دمج المقاطع وسرد قصتهم عن فلسطين بطريقتهم الخاصة ومشاركتها عبر مواقع التواصل الاجتماعي (فيس بوك، وتويتر، وجوجل بلس)، كما يسمح بمشاهدة المحتوى على الموقع بأربع لغات وهو ما يسمح بمعرفة خلفيات وتطورات القضية الفلسطينية بكل سهولة ويُسر لدى الجمهور العربي والأجنبي على حد سواء⁽²⁾.

يجمع الريمكس (Remix) بين الصوت والفيديو والصور والخرائط إضافة إلى النص، وقد يُستخدم كمصدر بيانات أو أداة للتعليقات التوضيحية المدعومة بالمصدر الأصلي للبيانات⁽³⁾.

3- البلاغة البصرية **Visual Rhetoric**:

يشير مفهوم الخطاب المرئي إلى طرق إيصال الأفكار بطريقة غير خطية حيث تشمل الصور المرئية والرموز والكلمات والصوت وغيرها بهدف التأثير في الجمهور المستهدف⁽⁴⁾.

البلاغة الرقمية والإقناع:

يشير إيمان دوغلاس (Douglas Eyman, 2015) إلى أنه أينما يوجد إقناع، توجد بلاغة حيث تكمن قوة البلاغة في إنتاج كلمات مقنعة⁽⁴⁾.

(1) Morey, S. (2017). **The Digital writers**. Southlake, Taxes: Fountainhead Press. Pp. 37-70.

(2) الجزيرة تطلق موقع ريمكس فلسطين، العرب القطرية، مقال منشور بتاريخ: 2014/11/27، متاح على الرابط: <https://m.alarab.qa>، تم الاطلاع عليه بتاريخ: 2020/8/23، بتوقيت: 8:27 م.

(3) Ridolfo, J. & Davidson, W. (2015). **Rhetoric and the Digital Humanities**. Chicago: The University of Chicago. P 42.

(4) Hocks, M. (2003). "Understanding Visual Rhetoric in digital writing environment". **College Composition and Communication**, 54(4). pp. 629-656.

(4) Eyman, D. (2015). **Digital Rhetoric: Theory, method, practice**. Op Cit. p 20.

يعرف فوج (Fogg) التكنولوجيا المقنعة بأنها أي نظام حوسبة تفاعلي مصمم لتغيير مواقف وسلوكيات الأشخاص باستخدام التقنيات المقنعة (1).

البلاغة هي طريقة للتواصل المقنع حيث تكمن قوة البلاغة الرقمية في انتقاء وسيلة اتصال مقنعة وإنتاج خطاب رقمي مقنع (2).

يتميز النص الرقمي عن النص المكتوب بالعديد من المميزات والتي تشمل المسموع والمرئي في محاولة لإقناع الجمهور، إلا أنه لا يخرج عن بلاغة الإقناع التي أرساها أرسطو وهي (الثقة Ethos، والانفعال Pathos، والمنطق Logos)، إلا أننا اليوم نجد توظيفاً جديداً لهذه البلاغة وهو التوظيف الرقمي لحجج الإقناع والذي يظهر لنا في بلاغة الإقناع الرقمية والتي توظف حجج الإقناع بشكل تقني يتناسب مع النص الرقمي والتقنيات الرقمية المستخدمة في إنتاجه (3).

يرى جيمس زابن (Zappen, J., 2005) أن دراسات البلاغة الرقمية تساعد على فهم كيفية توظيف الإستراتيجيات الخطابية التقليدية الإقناعية وإعادة تشكيلها في البيئة الرقمية (4).

كما أن الخطاب الرقمي أمكن القارئ من التفاعل مع النص وتفاعل المستخدم مع المستخدم، حيث أصبح القارئ لا يتلقى المعلومات بشكل سلبي وحسب بل أصبح يمكنه التفاعل مع النص والمساهمة بأفكاره وتجاربه الخاصة فساعد على صنع تجربة فريدة بين القارئ والمؤلف وجعل المؤلف أكثر نجاحاً مع الجمهور (5).

بناءً على ما سبق يمكننا أن نستخلص أن حجج الإقناع الثلاث التقليدية العاطفة أو الانفعال والاستمالات المنطقية والثقة (الثقة Ethos، والانفعال Pathos، والمنطق Logos)، يعاد تشكيلها بمنظور تقني جديد في البيئة الرقمية باستخدام التقنيات المستحدثة (النص الفائق، الوسائط المتعددة، التفاعلية) المستخدمة في الخطاب الرقمي، حيث يمكننا استخدام عناصر الوسائط المتعددة من صور ومقاطع فيديو وانفوجرافيك ورسوم بيانية وغيرها، واستخدام روابط النص التشعبي وتوفير روابط للصور والمقالات لدعم حجج الإقناع المنطقية والعاطفية ودعم مصداقية المحتوى، وهو ما يساعد بدوره على دعم الثقة في المحتوى المقدم بالموقع.

(1) Holmes, S. (2016). Ethos, Hexis, and the case for persuasive Technological. **Enculturation**. Available at: <http://enculturation.net>. Retrieved at: 11/4/2020.

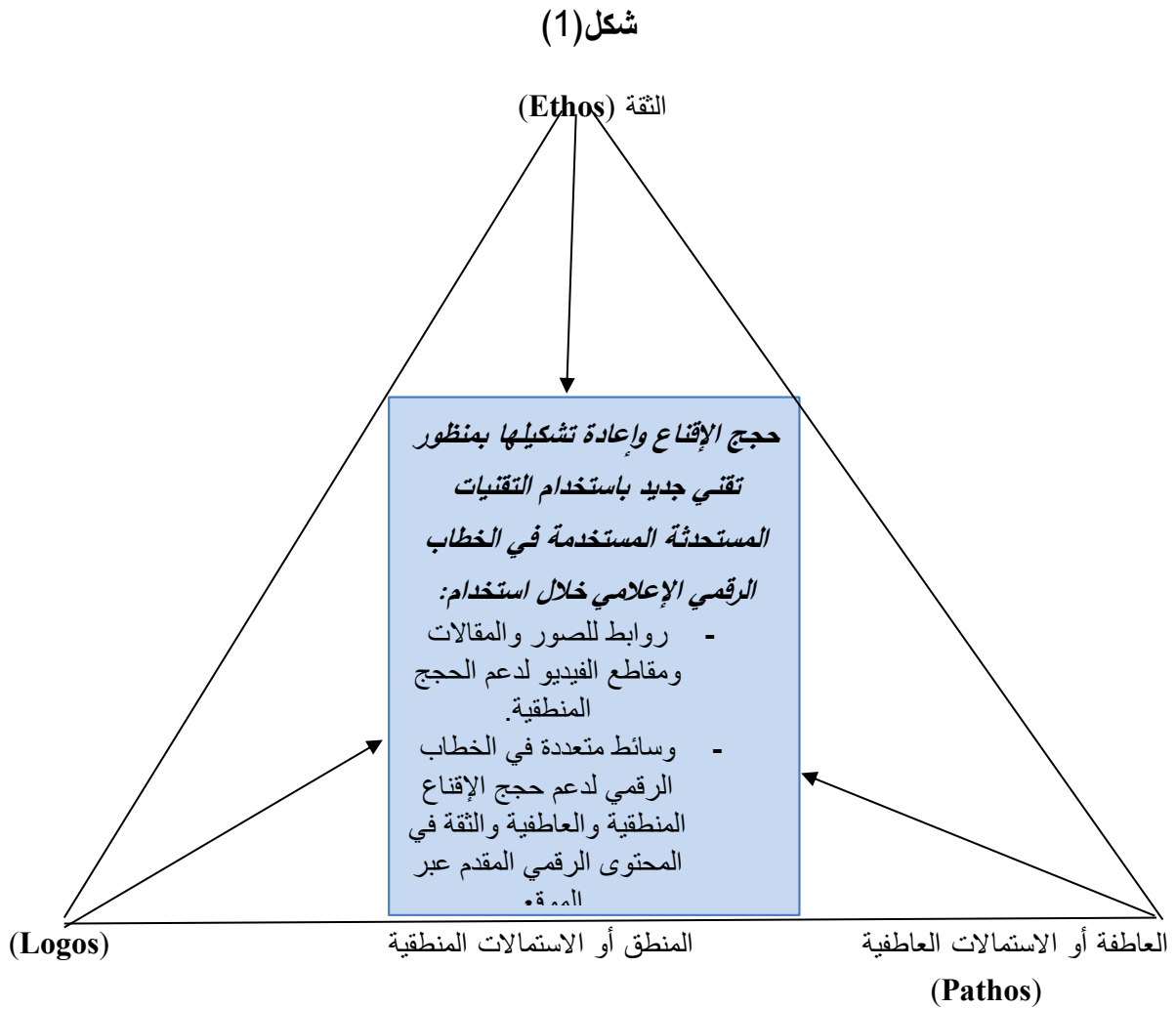
(2) Eyman, D. (2015). **Digital Rhetoric: Theory, method, practice**. Op Cit. p 24.

(3) الموسى، مشارى (2016). "نحو بلاغة رقمية تنظيراً وتطبيقاً تويتر نموذجاً دراسة في ضوء رؤية أرسطو". مرجع سابق. ص 164.

(4) Zappen, J. (2005). **Digital Rhetoric: Toward an integrated theory**. Op Cit. p 319

(5) Eyman, D. (2015). **Digital Rhetoric: Theory, method, practice**. Op Cit. p 25.

كما هو موضح بالشكل التالي (*):



(حجج الإقناع وإعادة تشكيلها بمنظور تقني جديد باستخدام التقنيات المستحدثة المستخدمة في الخطاب الرقمي الإعلامي).

البلاغة البصرية (Visual Rhetoric):

الخطابات الإعلامية الغنية بالنصوص متعددة الوسائط: المكتوب والكلمات المنطوقة والصور ومقاطع الفيديو والرسوم البيانية الإحصائية هي الأكثر قدرة على بناء المعنى والوصول إلى جمهور أوسع (1).

(* قامت الباحثة بتصميم هذا النموذج المقترح الذي يوضح حجج الإقناع وإعادة تشكيلها بمنظور تقني جديد باستخدام التقنيات المستحدثة المستخدمة في الخطاب الرقمي الإعلامي.

(1) Lemek, J. (2009). "Multimodal genres and Transmedia Traversals: Social Semiotics and Political economy of the sign". *Semiotica*, vol. (173). Pp. 283- 297.

تعتمد البلاغة المرئية بشكل أساسي على عملية صنع المعنى حيث يستطيع الجمهور فهم المحتوى المرئي أسهل وأسرع من المحتوى المقروء، كما تستطيع الرسائل المقنعة باستخدام البلاغة المرئية التأثير في ثقافة المجتمع باستخدام الصور الرقمية⁽¹⁾.

توضح هوكس (Hocks, M. , 2003) أن الخطاب الرقمي يعتمد بشكل أساسي على الخطاب المرئي بالإضافة إلى اللفظي، وذلك بهدف التأثير والإقناع⁽²⁾.

تعد الصورة عنصراً مهماً في الخطاب الإعلامي حيث تتحدد جودتها ووضوحها وارتباطها بواقع الحدث كما يعطي الخطاب الإعلامي مصداقية وحضوراً كبيراً لدى المتلقين.

كما أدت بعض الصور التي إنتقظها عدسة مصور فلسطيني إلى إقناع كثير من الناس والساسة عبر العالم بوحشية الصهاينة، حيث أثرت فيهم عاطفياً فغيروا مواقفهم وقناعتهم التي يؤيدون بها المحتل بعد أن فشلت في إقناعهم الكثير من الوسائل التي منها الشعارات والتنديدات والخطب السياسية والمسيرات السلمية وغيرها، فكانت هذه الصورة على بشاعتها عامل تأثير وضغط قويين وذلك لأنها شكل تعبيرى تواصلى قادر على خلق استجابة أكثر سرعة ولذلك فإن للصورة الإعلامية القدرة على الإقناع والنفوذ إلى عقول وعواطف الجمهور في العالم أجمع، كما هو موضح بالشكل التالي⁽³⁾:

شكل (2)



نموذج للصورة الإعلامية البلاغية: "لحظة قتل الطفل الفلسطيني محمد الدرة ووالده من قبل الصهاينة".

(1) Basiron, et al (2019). "Development of a Visual Rhetorical Framework Modal's advertising Guidelines in Malaysia". **International Journal of Innovation, Creativity and Chang**, vol. (6), Issue (a). p 386.

(2) Hocks, M. (2003). "Understanding Visual Rhetoric in digital writing environment". **Op Cit** .p 631.

(3) صويلح، هشام (2011). "بلاغة الإقناع في الخطاب الإعلامي": دراسة في ضوء البلاغة الجديدة. (مجلة الخطاب، ع 8، يناير 2011). ص 264-267.

- قصة الصورة الصحفية (ريبورتاج الصور): (Photo Reportage)

شهد العقدان الماضيان اهتماماً متزايداً بالدراسات على الاتصال المرئي، وتلعب الصورة الصحفية دوراً مركزياً في توصيل الأخبار وذلك لما لها من تأثير كبير على الجمهور، وظهر شكلاً حديثاً يمثل البلاغة البصرية وهو (قصة الصورة الصحفية) أو ريبورتاج الصور، ويرتكز ريبورتاج الصور على ثلاث ركائز أساسية وهي: المكان الذي يوجد فيه الحدث، الوقت، تعليق المصور على الحدث⁽¹⁾. كما أن قصة الصورة ليست صورة عابرة كباقي الصور بل هي صورة ينقل بها المصور المعاناة التي تخاطب الضمير وتبعث القدرة على التعاطف بمجرد أن يراها الجمهور⁽²⁾.

شكل (3)



(قصة الصورة) - صورة توضح الدمار في غزة

(ولد يمشي عبر مدخل المنزل الذي كانت تعيش فيه عائلته ذات يوم في حي السلام شرق جباليا في غزة، في 25 كانون الثاني (يناير)، حيث جاءت حملة الجيش الصهيوني ضد مقاتلي حماس في غزة في 18 يناير وانسحبت في 21 يناير، لكنها لم ترفع حصارها عن غزة، وقد أدى القصف المكثف إلى تدمير آلاف المنازل وعشرات الآلاف من النازحين. حقوق النشر 2009 بواسطة مايكوهيرمان (Meiko Hermann, 2009).

"تموج لقصة الصورة الصحفية (ريبورتاج الصورة)"⁽³⁾

(1) Kedra, j. (2013). To See More: A Model for Press Photograph Story Analysis. (Journal of Visual Literacy, Vol. 32, No. (1)). P 62.

(2) Ibid. p 65.

(3) Ibid. p 75.

التصميم التفاعلي (Responsive design):

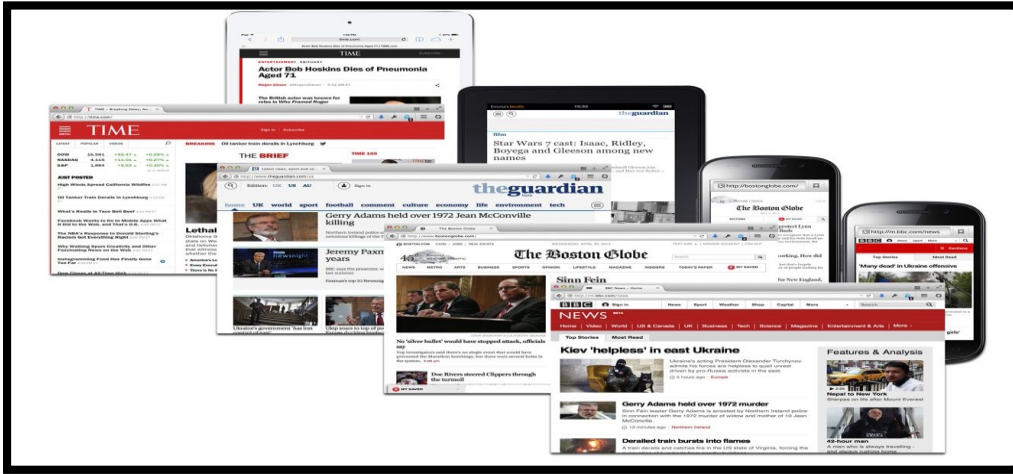
التصميم التفاعلي من اتجاهات التصميم الحديثة التي خدمت الويب وتصميم المواقع، حيث يشير تصميم الويب المتجاوب إلى المواقع المصممة للتكيف مع أي جهاز يستخدمه المتصفح، سواء كمبيوتر مكتبي أو هاتف نقال أو كمبيوتر لوحي⁽¹⁾.

تعريف التصميم التجاوبي (Responsive design):

التصميم التجاوبي أو التفاعلي (Responsive design) هو تصميم يتجاوب ويتميز بالمرونة حيث يتغير بتغير حجم شاشة جهاز المستخدم في التصفح، فمقاسات شاشة الهاتف النقال تختلف عن الجهاز اللوحي وتختلف عن الحاسوب المكتبي، فالموقع المتجاوب هو موقع صمم بطريقة تجعله يتكيف أوتوماتيكياً مع عرض شاشة جهاز التصفح⁽²⁾.

يوضح الشكل التالي التصميم التفاعلي أو التجاوبي " Responsive Web Design " بموقعي BBC والجارديان على الشاشات المختلفة، كما هو موضح بالشكل⁽³⁾.

شكل (4)



استخدام التصميم التفاعلي أو التجاوبي " Responsive Web Design " بموقعي BBC و الجارديان

(1) رمضان، محمد عبدالفتاح محمود (2017). " دور اتجاهات التصميم في زيادة قابلية استخدام المواقع الإلكترونية التجارية بالأردن". رسالة ماجستير منشورة. (الأردن: جامعة الشرق الأوسط ، كلية العمارة والتصميم، قسم التصميم الجرافيكي). ص 54. متاح على الرابط:- <http://search.mandumah.com>

(2) البشير، انتصار فيصل (2015). "التصميم التجاوبي لمواقع الويب: نموذج تطبيقي على موقع فارما لينك". رسالة ماجستير منشورة. (السودان: جامعة النيلين، كلية الدراسات العليا). ص 3. متاح على الرابط:- <http://search.mandumah.com>

(3) Marcotte, E. (2014). *Responsive Web Design*. 2nd Ed. New York. P 13.

نتائج الدراسة:

أولاً: نتائج الدراسة التحليلية: (أولاً: النتائج المتعلقة بفئات الشكل):

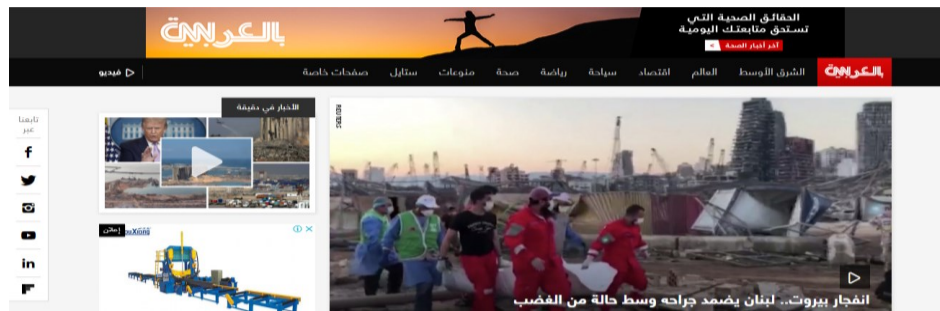
شكل التصميم:-

تميزت مواقع الدراسة الثلاث باستخدام التصميم التفاعلي (Responsive Web Design)، وهو اتجاه حديث من الاتجاهات التي تخدم العملية التصميمية للمواقع الإلكترونية، حيث يشير تصميم الويب المتجاوب إلى استخدام نفس المحتوى بالموقع الإلكتروني ولكن بتخطيطات Layouts مختلفة للتصميم، تتكيف مع شاشات العرض المختلفة، وترجع قوة هذا التصميم التجاوبي أو التفاعلي إلى قدرته على الوصول إلى أكبر شريحة من مستخدمي الويب⁽¹⁾، كما هو موضح من الأشكال.



شكل (5)

تصميم موقع BBC عربي على شاشة الحاسب الآلي.



شكل (6)

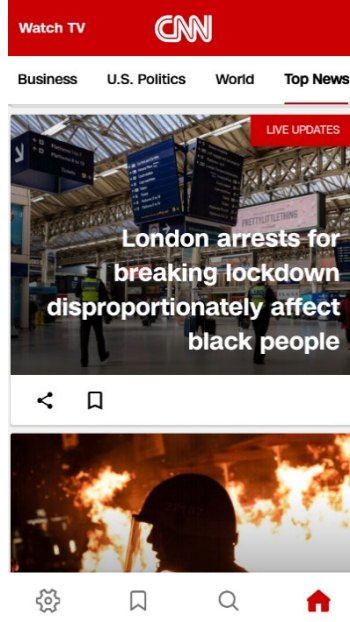
تصميم موقع CNN عربي على شاشة الحاسب الآلي.

(1) اليسوي، نهى صلاح السيد (2018). "واجهة المستخدم للموقع الإلكتروني المتجاوب بين التصميم المسطح والتصميم المادي". (مجلة العمارة والفنون، المجلد (3)، ع 12، الجزء (1) - أكتوبر 2018). ص ص 682-683.



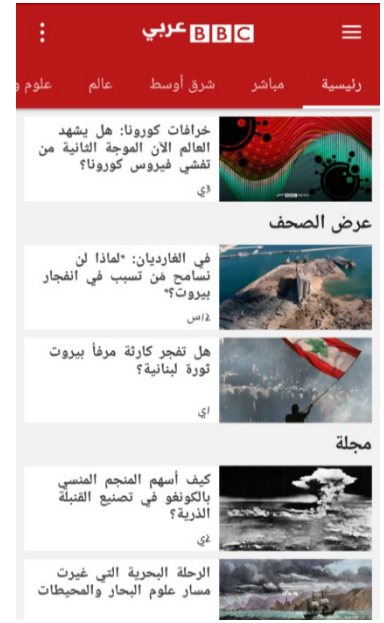
شكل (9)

تصميم موقع روسيا اليوم على شاشة الهاتف الجوال.



شكل (8)

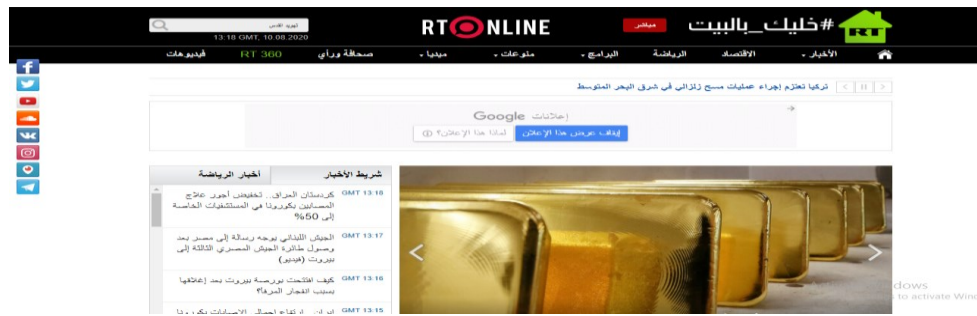
تصميم موقع CNN عربي على شاشة الهاتف الجوال.



شكل (7)

تصميم موقع BBC عربي على شاشة الهاتف الجوال.

شكل (10)



تصميم موقع روسيا اليوم على شاشة الحاسب الآلي.

يتضح من الأشكال السابقة: استخدام مواقع الدراسة الثلاث للتصميم التفاعلي (Responsive Web Design)، وهي تصاميم مختلفة لذات الموقع تتلاءم مع مقاسات الشاشات المختلفة، حيث يتم استخدام تصميم خاص لذات الموقع يتلاءم مع مقاس كل شاشة، فنجد تصميم يتلاءم مع شاشة الحاسب وتصميم آخر لذات الموقع يتلاءم مع شاشة الهاتف الجوال، وتري الباحثة أن استخدام الموقع

للتصميم التفاعلي (Responsive Web Design) يساعد على يُسر استخدام الموقع على مقاسات الشاشات المختلفة ويساعد على سهولة الوصول للمعلومات، كما يتمتع بجاذبية التصميم على الشاشات المختلفة، وهو ما يساعد على جذب عدد أكبر من المستخدمين.

تتفق هذه النتيجة مع دراسة محمد عبد الفتاح (2017)⁽¹⁾ التي أكدت الدراسة أن تصميم الموقع الإلكتروني بنسق متجاوب (Responsive Design) ليتأقلم مع الأبعاد المختلفة لشاشات الأجهزة متعددة الأحجام، من أهم عوامل زيادة يُسر استخدام المواقع الإلكترونية، وجاء ذلك في المرتبة الثانية بمتوسط حسابي بلغت قيمته 62.3.

ثانياً: النتائج المتعلقة بفئات الموضوع:

أولاً: بلاغة الإقناع الرقمية في معالجة المضمون الإخباري:

الأساليب الإقناعية المستخدمة في معالجة المضمون الإخباري:

1 - اعتمد موقع BBC عربي في استخدام الأساليب الإقناعية الرقمية في معالجة المضمون الإخباري على الأساليب المنطقية بشكل أساسي حيث اعتمد على دعم المضمون الإخباري بكلمات وعبارات نشطة تمثل روابط تشعيبية يمكن الضغط عليها للاستزادة من المعلومات ومعلومات إحصائية في شكل الإنفوجرافيك داخل سياق المادة الإخبارية بالإضافة إلى استخدام الوسائط المتعددة التي تستخدم كأدلة في دعم مصداقية المضمون الإخباري، كما يتميز بعرض وجهات النظر المختلفة والربط بآراء من موقع توتير داخل سياق المادة الإخبارية، كما موضح بشكل رقم (11).

شكل (11)



استخدام موقع BBC عربي الأساليب الإقناعية الرقمية (المنطقية) في دعم المضمون الإخباري بروابط تشعيبية

ومعلومات إحصائية في شكل الإنفوجرافيك داخل سياق المادة الإخبارية

(1) رمضان، محمد عبدالفتاح محمود (2017). " دور اتجاهات التصميم في زيادة قابلية استخدام المواقع الإلكترونية التجارية بالأردن". رسالة ماجستير منشورة. (الأردن: جامعة الشرق الأوسط، كلية العمارة والتصميم، قسم التصميم الجرافيكي). ص 95. متاح على الرابط: <http://search.mandumah.com>

2 - اعتمد موقع CNN عربي في استخدام الأساليب الإقناعية في معالجة المضمون الإخباري على الأساليب العاطفية بشكل أساسي على الإثارة في عرض الموضوعات الإخبارية وعرض وجهة النظر الواحدة في معالجة المضمون وهو ما يضعف من مصداقية المضمون الإخباري، حيث عرض الموقع خبر بعنوان: "لانص يمنع زواج المسلمة من أهل الكتاب" ، بتاريخ 2020/11/18م، وقام الموقع بعرض رأي آمنة نصير فقط، ولم ينشر الموقع رد شيخ الأزهر الذي رد بفيديو مؤكداً فيه على عدم جواز زواج المسلمة من غير المسلم، كما هو موضح بشكل رقم (12).

شكل (12)



خبر بعنوان " لانص يمنع زواج المسلمة من أهل الكتاب" بموقع CNN عربي

3 - اعتمد موقع روسيا اليوم في استخدام الأساليب الإقناعية الرقمية في معالجة المضمون الإخباري على الأساليب المنطقية بشكل أساسي حيث اعتمد على دعم المضمون الإخباري بروابط تشعبية كأدلة منطقية، بالإضافة إلى استخدام الوسائط المتعددة التي تستخدم كأدلة في دعم مصداقية المضمون الإخباري، كما يتميز بالاعتماد بشكل أساسي على مصادر موثوق بها في استقاء الأخبار كوكالات الأنباء العالمية كرويترز ووكالة نوفوستي الروسية، كما يلتزم بمصدر الخبر أسفل الخبر في كافة الأخبار المقدمة بالموقع.

تتفق هذه النتيجة مع نتائج الدراسات التالية: دراسة أحمد زهير راحلة (2017)⁽¹⁾ ، ودراسة تشانج ليو Chang Liu (2016)⁽²⁾، ودراسة أندريس بيريز Andres Pérez (2013)⁽³⁾، ودراسة دو بليسييس Du Plessis (2013)⁽⁴⁾، حيث توصلت دراسة أحمد زهير راحلة (2017) إلى أن البلاغة التقليدية انتقلت إلى وضعية رقمية بخصائص وسمات وعناصر تتناسب مع البيئة الرقمية، وتتمثل المستويات الجديدة للبلاغة الرقمية في (النصوص الترابطية، والبلاغة السمعية، والبلاغة المرئية).

كما أن الصفة الترابطية للنصوص الرقمية هي العنصر الأساسي الذي لم يعد بوسع النص الرقمي الإستغناء عنه وأشارت دراسة تشانج ليو Chang Liu (2016) إلى أن استراتيجيات الإتصال في الخطاب الإعلامي على منصة التويتير يشير إلى استراتيجيات الإتصال القديمة لليونان وهي الإستراتيجيات البلاغية الأساسية الثلاث العاطفة pathos ، والمنطق logos، والثقة ethos ، ولكن بأسلوب تقني جديد، وأكدت دراسة أندريس بيريز Andres Pérez (2013) أن التقنيات المستخدمة في النصوص الرقمية لبناء خطاب جدلي رقمي لها خصائص رقمية مميزة والتي تدمج الخطاب التقليدي وتحاول إعادته تشكيله بتلك الخصائص الرقمية، حيث تتميز البيئة الرقمية بتقنيات خاصة في الكتابة من استخدام الصور ومقاطع الفيديو والرسوم المتحركة والإرتباطات التشعبية واللون بهدف بناء المعنى والإقناع، وأشارت دراسة دو بليسييس Du Plessis (2013) إلى أن البلاغة الرقمية تشير إلى التواصل المقنع بأشكال مختلفة كاستخدام النصوص والصور والإشارات غير اللفظية والصوت والتي يمكن مزجها معاً، ويمكن استخدام حجج الإقناع الأرسطية الثلاث بمنظور تقني رقمي جديد حيث يوفر الخطاب الرقمي وسائل جديدة لتقديم أدلة داعمة في شكل نشر روابط النص أو الصور أو عناصر الوسائط المتعددة الأخرى لدعم حجج الإقناع بتقنيات رقمية.

وهو ما يدل على أن استراتيجيات الإتصال في الخطاب الإعلامي يشير إلى استراتيجيات الإتصال القديمة لليونان وهي الإستراتيجيات البلاغية الأساسية الثلاث العاطفة pathos ، والمنطق

(1) Liu, C. (2016). "Reviewing the Rhetoric of Donald Trump's Twitter of the 2016 presidential Election". MA Thesis. Jonkoping University.p p 38 – 39.

(2) راحلة، أحمد زهير، (2017). "البلاغة الرقمية والنصوص الترابطية: رواية ظلال العاشق لمحمد سناجلة نموذجاً". مرجع سابق. ص 40.

(3) Pérez, A. (2013). "Postear retorica: análisis de caso de dos publicaciones en Taringa". *Revista Iberoamericana de Argumentación* (6): 1- 38.

(4) Du Plessis. (2013). "An exploration of digital rhetoric in a social network environment". *Communicare*, volume 32(1). p p 17 – 18.

logos، والثقة ethos، ولكن بأسلوب تقني جديد حيث يمكن استخدام حجج الإقناع الأرسطية الثلاث بمنظور تقني رقمي جديد حيث يوفر الخطاب الرقمي وسائل جديدة لتقديم أدلة داعمة في شكل نشر روابط للنص أو الصور أو عناصر الوسائط المتعددة الأخرى لدعم حجج الإقناع بتقنيات رقمية، فالبلاغة الرقمية: تشير إلى التواصل المقنع بمنظور تقني رقمي باستخدام التقنيات المستحدثة (الوسائط المتعددة Multimedia - التفاعلية Interactivity - النص التشعبي Hypertext) حيث تشمل أشكال مختلفة في تقديم الخطاب الرقمي كاستخدام النصوص والصور ومقاطع الفيديو والرسوم المتحركة واللون بهدف بناء المعنى والإقناع بالإضافة إلى استخدام الروابط التشعبية التي تعد أدلة داعمة لدعم حجج الإقناع بتقنيات رقمية حيث تعد أحد الأساليب الإقناعية الرقمية (المنطقية) في دعم المضمون الإخباري.

ثانياً: بلاغة السرد الرقمي وتوظيف الوسائط المتعددة في معالجة المضمون الإخباري في المواقع الإخبارية الدولية:

(1) أشكال السرد الرقمي المستخدمة في عرض المضمون الإخباري:

1- قام موقع BBC عربي بتوظيف الوسائط المتعددة في معالجة المضمون الإخباري وتناول العديد من أشكال السرد الرقمي المستخدمة في عرض المضمون الإخباري كالشكل النص الرقمي متعدد الوسائط: (الصور الثابتة المصاحبة للنص)، والشكل التفاعلي: (كمقاطع الفيديو)، والشكل الذي يعتمد على عرض الشرائح: (معرض الصور)، والشكل العرض السردى باستخدام الشرائح: (فيديو جرافيك)، والبث المباشر: (البث المباشر للبرامج التلفزيونية والنشرات الإخبارية لقناة BBC عربي)، والقصص المسموعة: (ملفات البودكاست الصوتية) في حين لم يستخدم موقع BBC عربي الشكل السردى بعرض الشرائح (انفوجرافيك) في الإصدار باللغة العربية.

ويمكن تفسير اهتمام موقع BBC عربي بمعرض الصور لما يضيفه من وظيفة تلخيص الأحداث وتوثيقها كما أن للصور دور كبير في دعم مصداقية المواد المنشورة بالموقع لدى الجمهور إضافة إلى الجانب الجمالي الذي تلعبه الصور في تصميم الموقع وجذب الجمهور، كما يتميز معرض الصور بسهولة الاطلاع على أبرز المعلومات المتعلقة بالحدث و سهولة الوصول إليها.

2- قام موقع CNN عربي بتوظيف الوسائط المتعددة في معالجة المضمون الإخباري وتناول العديد من أشكال السرد الرقمي المستخدمة في عرض المضمون الإخباري كالشكل النص الرقمي متعدد الوسائط: (الصور الثابتة المصاحبة للنص)، والشكل التفاعلي: (كمقاطع الفيديو)، والشكل العرض السردى باستخدام الشرائح: (انفوجرافيك ثابت مصاحب للمادة الإخبارية - فيديو جرافيك)، في حين لم يستخدم موقع CNN عربي الشكل الذي يعتمد على عرض الشرائح: (معرض الصور)، ولم يستخدم

الموقع أيضاً (ملفات البودكاست الصوتية - أو البث المباشر للبرامج التلفزيونية والنشرات الإخبارية لقناة CNN عربي).

ويمكن تفسير ذلك إلى أن خدمة Podcast ومحتوى Podcast تابع لإذاعة CNN بالولايات المتحدة الأمريكية، وغير متوفرة إذاعة موجة بالعربية تابعة لمؤسسة CNN، لذلك لا تتوفر ملفات بودكاست بموقع CNN عربي.

3- قام موقع روسيا اليوم بتوظيف الوسائط المتعددة في معالجة المضمون الإخباري وتناول العديد من أشكال السرد الرقمي المستخدمة في عرض المضمون الإخباري كالشكل النص الرقمي متعدد الوسائط: (الصور الثابتة المصاحبة للنص)، والشكل التفاعلي: (كمقاطع الفيديو)، والشكل العرض السرد باستخدام الشرائح: (انفوجرافيك - فيديوجرافيك)، والبث المباشر: (البث المباشر للبرامج التلفزيونية والنشرات الإخبارية لقناة BBC عربي)، والقصص المسموعة: (ملفات البودكاست الصوتية)، والتقارير المصورة، في حين لم يستخدم موقع روسيا اليوم الشكل الذي يعتمد على عرض الشرائح: (معرض الصور).

تتفق هذه النتيجة مع نتائج الدراسات التالية: بيرق الربيعي (2019)⁽¹⁾، ودراسة مروة عطية (2018)⁽²⁾، ودراسة مروة عطية (2017)⁽³⁾، حيث أكدت دراسة بيرق الربيعي (2019) على أن الانفوجرافيك أداة العرض الأمثل في الموضوعات ذات التفاصيل والأرقام والتي يصعب توضيحها بصورة سردية لما له من إمكانات فنية وتقنية مؤثرة في المتلقى، كما أشارت دراسة مروة عطية (2018) إلى أن رسوم الانفوجرافيك تعزز من قدرات المتلقى على تذكر المحتوى مقارنة بالأسلوب التقليدي في عرض القصص الإخبارية المنشورة على شبكة الإنترنت، وأكدت دراسة مروة عطية (2017) على أن استخدام الفيديوجرافيك يمثل اللغة الحية المصورة الأقرب إلى التقارير التلفزيونية وكانت لقطات الفيديوجراف الأعلى في التوظيف في مواقع الدراسة حيث يضم الفيديوجراف مكونات منفصلة تتمثل في (النص والصورة والتعليق واللقطات الحية ورسوم الانفوجرافيك والرسوم التوضيحية الثابتة والمتحركة).

(1) الربيعي، بيرق حسين جمعة (2019). "التوظيف الصحفي الانفوجرافيك في المواقع الإخبارية". (مجلة الباحث العلمي، ع 43). ص 166.

(2) عطية، مروة عطية محمد (2018). "تأثير استخدام الرسوم الانفوجرافيك في تذكر وفهم القراء لمضمون القصص الإخبارية المنشورة على شبكة الإنترنت": دراسة شبه تجريبية. (المجلة العربية لبحوث الإعلام والاتصال، ع 22). ص 131.

(3) عطية، مروة عطية محمد (2017). "نمط البناء الفني للقصص الإخبارية وعلاقته بسياق توظيف الفيديو المصاحب من النص على شبكة الإنترنت": دراسة تحليلية لعينة من المواقع الإخبارية العربية. (المجلة العلمية لبحوث الإذاعة والتلفزيون، ع 10). ص 323.

وتعزو الباحثة استخدام مواقع الدراسة للفيدويجرافيك حيث يعبر عن اللغة الحية المصورة الأقرب إلى التقارير التلفزيونية حيث يستطيع الفيدويجرافيك سرد القصة الإخبارية باستخدام العديد من الوسائط المتعددة التي تتمثل في (النص - الصورة والتعليق - واللقطات الحية - ورسوم الأنفوجرافيك - والرسوم التوضيحية الثابتة والمتحركة)، وهو ما يجعل سرد القصة الإخبارية أكثر تشويقاً وجذباً للجمهور، وهو ما يتفق مع ما أوصت به العديد من الدراسات بتنوع استخدام الوسائط المتعددة حيث يساعد استخدام الوسائط المتعددة على سهولة فهم القصة الإخبارية ويجعلها أحداث القصة الإخبارية أكثر تذكراً لدى الجمهور.

(ب) الكتابة التفاعلية أو السرد التفاعلي:

تقنيات السرد التفاعلي (الكتابة التفاعلية) في عرض المحتوى الإخباري

تقوم فكرة السرد التفاعلي على الدمج بين مجموعة من التقنيات التي تضعها شبكة الإنترنت في بناء هيكل فني للمضمون يجمع بين المحتوى الأصلي للقصة الإخبارية والسياق الشارح لها وهو بذلك يقدم التفسيرات والتعليقات بالإضافة إلى إمكانية إضافة ما يتصل بالحدث من معلومات وتفاصيل سبق نشرها، كما يسمح هذا الأسلوب للمتلقي بأن يبدأ السرد من أي نقطة يختارها القارئ وفق حاجاته المعرفية، ويتضمن السرد التفاعلي عدة تقنيات أهمها: الكلمات النشطة، الوسائط الفائقة، والوصلات الفائقة⁽¹⁾:

1- قام موقع BBC عربي بتوظيف تقنيات السرد التفاعلي (الكتابة التفاعلية) في عرض المحتوى الإخباري حيث استخدم الموقع المادة النصية والصور البلاغية المعبرة عن الأحداث (الصور الثابتة المصاحبة لنص المادة الإخبارية)، كما استخدم الوسائط الفائقة والرسوم المعلوماتية (مقاطع الفيديو داخل سياق نص المادة الإخبارية المعروضة - الخرائط والرسوم البيانية الإيضاحية المصاحبة للمادة الإخبارية)، كما استخدم الوصلات الفائقة وتفعيل الكلمات النشطة (موضوعات ذات صلة بالموضوع الإخباري - كلمات نشطة داخل سياق نص المادة الإخبارية - الربط بأراء من موقع تويتر داخل سياق نص المادة الإخبارية).

2- موقع CNN عربي قام بتوظيف تقنيات السرد التفاعلي (الكتابة التفاعلية) في عرض المحتوى الإخباري حيث استخدم الموقع المادة النصية والصور البلاغية المعبرة عن الأحداث (الصور الثابتة المصاحبة لنص المادة الإخبارية)،

(1) محمد، مروة عطية (٢٠١٧). "توظيف تقنيات السرد التفاعلي في بناء الهيكل المعلوماتي للقصص الإخبارية المنشورة على شبكة الإنترنت": دراسة تحليلية مقارنة. مرجع سابق. ص ص 202-203.

كما استخدم الوسائط الفائقة (مقاطع الفيديو وشريط مقاطع الفيديو ذات الصلة بالمادة الإخبارية المعروضة)، كما استخدم الوصلات الفائقة وتفعيل الكلمات النشطة (موضوعات ذات صلة بالموضوع الإخباري - كلمات نشطة أسفل نص المادة الإخبارية - الربط بآراء من موقع تويتر داخل سياق نص المادة الإخبارية).

3- قام موقع روسيا اليوم بتوظيف تقنيات السرد التفاعلي (الكتابة التفاعلية) في عرض المحتوى الإخباري حيث استخدم الموقع المادة النصية والصور البلاغية المعبرة عن الأحداث (الصور الثابتة المصاحبة لنص المادة الإخبارية)، كما استخدم الوسائط الفائقة (مقاطع الفيديو)، كما استخدم الوصلات الفائقة وتفعيل الكلمات النشطة (موضوعات ذات صلة بالموضوع الإخباري - كلمات نشطة أسفل نص المادة الإخبارية)، في حين لم يستخدم الموقع الربط بآراء من موقع تويتر داخل سياق نص المادة الإخبارية.

وتعزو الباحثة عدم ربط موقع روسيا اليوم بآراء من موقع تويتر داخل سياق نص المادة الإخبارية إلى أن الموقع يعتمد على عرض الأخبار من مصادرها كما هي مع الالتزام بذكر المصدر أسفل كل خبر، في حين يستخدم موقع BBC عربي تقنيات متقدمة في السرد التفاعلي والربط داخل سياق المادة الإخبارية بالعديد من الوسائط الفائقة (فيديو - صور - خرائط - رسوم بيانية) والربط بآراء من موقع تويتر داخل سياق نص المادة الإخبارية نظراً لاعتماد BBC على مراسليها واستخدام كوادرها البشرية في صياغة أخبارها بالتقنيات المتقدمة للسرد التفاعلي أو الكتابة التفاعلية.

تتفق هذه النتيجة مع نتائج الدراسات التالية: دراسة كريكين K. Krieken (2018)⁽¹⁾، ودراسة مروة عطية محمد (٢٠١٧)⁽²⁾، ودراسة سامح مصطفى حسان (2015)⁽³⁾، حيث أشارت دراسة كريكين K. Krieken (2018) أن القصة الإخبارية متعددة الوسائط (Multimedia Storytelling) يمكن عرضها على مواقع الويب باستخدام الوسائط المتعددة (النص - الصور - Pictures - مقاطع الفيديو - Videos - رسوم متحركة ديناميكية Dynamic Animation - رسوم متحركة بيانية أو رسومية Graphic Animation)، بالإضافة إلى استخدام التفاعلية والنصوص التشعبية،

(1) Krieken, K. (2018). Multimedia Storytelling in Journalism: Exploring Narrative Technique in Snow Fall. (Information, Vol. 9 (123)). p 11.

(2) محمد، مروة عطية (٢٠١٧). "توظيف تقنيات السرد التفاعلي في بناء الهيكل المعلوماتي للقصص الإخبارية المنشورة على شبكة الإنترنت": دراسة تحليلية مقارنة. مرجع سابق. ص 218.

(3) حسان، سامح مصطفى (2015). "إخراج الموضوعات الصحفية المعلوماتية إلكترونياً بأسلوب السرد التفاعلي": دراسة حالة على جريدة نيويورك تايمز. مرجع سابق. ص 281.

مما يساعد الجمهور على تكوين صورة ذهنية لمشاهد القصة بفاعلية عالية ويساعد في غمس الجمهور في أحداث القصة ذهنياً وعاطفياً، وأكدت دراسة مروة عطية محمد (٢٠١٧) على اعتماد المواقع الثلاثة (BBC- CNN - الجزيرة) عينة الدراسة على تفعيل تقنيات السرد التفاعلي بنسب مختلفة وفقاً لتوجهات وسياسات كل موقع، كما أشارت دراسة سامح مصطفى حسان (2015) على إمكانية استخدام أسلوب السرد التفاعلي في الصحف المحلية وذلك لزيادة القابلية لقراءة الموضوعات المعلوماتية لحل مشكلة الموضوعات الطويلة والمحملة بالأخبار والمعلومات والبيانات من خلال إعادة توزيع الأدوات المستخدمة في إخراج الصحف الإلكترونية.

ثالثاً: أهم معايير بناء المواقع الإلكترونية الإخبارية باستخدام التقنيات المستحدثة:

جدول (4) أهم معايير بناء المواقع الإلكترونية الإخبارية باستخدام التقنيات المستحدثة بموقع

BBC عربي

الخصائص الأساسية	الفئة
1- الحالية/ الآتية	موقع خاص في الصفحة الرئيسية تحت عنوان (أحدث نشرة أخبار)
	التحديث الآتي والفوري للأخبار
	كتابة تاريخ آخر تحديث
2- التفاعلية	لا تتوفر خدمة مشاركة الأخبار بالإيميل
	تتوفر خدمة مشاركة الأخبار عبر مواقع التواصل الاجتماعي
	لا تتوفر خدمة التعليق الفوري على الأخبار على الصفحة الرئيسية أو الصفحات الداخلية للموقع
	لا تتوفر خدمة إمكانية التواصل الفوري مع الكاتب
	تتوفر خدمة الاستطلاعات
	تتوفر خدمة مدونات الأخبار والتعليقات عبر المنتدى على صفحة الموقع عبر اليوتيوب
3- النص التشعبي	تتوفر خدمة تخصيص الأخبار عبر القوائم البريدية
	وصلات داخلية
	وصلات خارجية
	وجود خرائط ضمن النص التشعبي
	عرض المحتوى صوتي ومرئي ضمن النص التشعبي
4- الوسائط المتعددة	ربط النص التشعبي بمواقع التواصل الاجتماعي
	تغذية RSS
	صور ثابتة
	عرض شرائح الصور
	فيديو
	لا يتوفر شكل الانفوجرافيك ولكن يتوفر الفيديو جرافيك
	رسوم متحركة
مادة صوتية	

يتضح من الجدول السابق: أن موقع BBC عربي يلتزم بأبرز معايير بناء المواقع الإلكترونية الإخبارية باستخدام التقنيات المستحدثة حيث إنتم الموقع بمعيار الحالية والآنية واستخدام التقنيات المستحدثة والتي تعد أبرز معايير بناء المواقع الإلكترونية وهي (التفاعلية- النص التشعبي- والوسائط المتعددة).

جدول (5) أهم معايير بناء المواقع الإلكترونية الإخبارية باستخدام التقنيات المستحدثة بموقع CNN عربي

الخصائص الأساسية	الفئة
1- الحالية/ الآنية	موجز عن عناوين أهم وآخر الأخبار يتم عرضها تحت عنوان (الأخبار في دقيقة)
	التحديث الآني والفوري للأخبار
	كتابة تاريخ آخر تحديث
2- التفاعلية	لا تتوفر خدمة مشاركة الأخبار بالإيميل
	تتوفر خدمة مشاركة الأخبار عبر مواقع التواصل الإجتماعي
	لا تتوفر خدمة التعليق الفوري على الأخبار على الصفحة الرئيسية أو الصفحات الداخلية للموقع
	لا تتوفر خدمة إمكانية التواصل الفوري مع الكاتب
	تتوفر خدمة الاستطلاعات
3- النص التشعبي	تتوفر خدمة مدونات الأخبار والتعليقات عبر المنتدى على صفحة الموقع عبر اليوتيوب
	لا تتوفر خدمة تخصيص الأخبار عبر القوائم البريدية
	وصلات داخلية
	وصلات خارجية
	وجود خرائط ضمن النص التشعبي
	عرض المحتوى صوتي ومرئي ضمن النص التشعبي
4- الوسائط المتعددة	ربط النص التشعبي بمواقع التواصل الإجتماعي
	لا تتوفر تغذية RSS
	صور ثابتة
	عرض شرائح الصور
	فيديو
	الانفوجرافيك
	رسوم متحركة
مادة صوتية	

يتضح من الجدول السابق: أن موقع CNN عربي يلتزم بأبرز معايير بناء المواقع الإلكترونية الإخبارية باستخدام التقنيات المستحدثة حيث إنتم الموقع بمعيار الحالية والآنية واستخدام التقنيات

المستحدثة والتي تعد أبرز معايير بناء المواقع الإلكترونية وهي (التفاعلية- والنص التشعبي- والوسائط المتعددة).

جدول (6) أهم معايير بناء المواقع الإلكترونية الإخبارية باستخدام التقنيات المستحدثة بموقع روسيا اليوم

الخصائص الأساسية	الفئة
1- الحالية/ الآتية	شريط متحرك في أعلى الصفحة الرئيسية للموقع يضم عناوين آخر الأخبار
	التحديث الآتي والفوري للأخبار
	كتابة تاريخ آخر تحديث
2- التفاعلية	تتوفر خدمة مشاركة الأخبار بالإيميل
	تتوفر خدمة مشاركة الأخبار عبر مواقع التواصل الإجتماعي
	لا تتوفر خدمة التعليق الفوري على الأخبار على الصفحة الرئيسية أو الصفحات الداخلية للموقع
	لا تتوفر خدمة إمكانية التواصل الفوري مع الكاتب
	تتوفر خدمة الاستطلاعات
	تتوفر خدمة مدونات الأخبار والتعليقات عبر المنتدى على صفحة الموقع عبر اليوتيوب
3- النص التشعبي	لا تتوفر خدمة تخصيص الأخبار عبر القوائم البريدية
	وصلات داخلية
	وصلات خارجية
	وجود خرائط ضمن النص التشعبي
	عرض المحتوى صوتي ومرئي ضمن النص التشعبي
	ربط النص التشعبي بمواقع التواصل الإجتماعي
4- الوسائط المتعددة	تغذية RSS
	صور ثابتة
	عرض شرائح الصور
	فيديو
	الانفوجرافيك وفيديوجرافيك
	رسوم متحركة
مادة صوتية	

يتضح من الجدول السابق: أن موقع روسيا اليوم يلتزم بأبرز معايير بناء المواقع الإلكترونية الإخبارية باستخدام التقنيات المستحدثة حيث إنتم الموقع بمعيار الحالية والآتية واستخدام التقنيات المستحدثة والتي تعد أبرز معايير بناء المواقع الإلكترونية وهي (التفاعلية- والنص التشعبي- والوسائط المتعددة).

تتفق هذه النتيجة مع نتائج الدراسات التالية: دراسة بن جديد عبد الحق (2017)⁽¹⁾، ودراسة آسك كامر A. Kammer, (2013)⁽²⁾، ودراسة فيرناندو زاميس F. Zamith, (2008)⁽³⁾، حيث أكدت دراسة بن جديد عبد الحق (2017) أن (الوسائط المتعددة، والنصوص الفائقة، والتفاعلية) هي المظاهر الأساسية للعناصر البنائية في الصحافة الإلكترونية مما يتعين جعلها عناصر أساسية في الدراسات التحليلية، ولا سيما المتعلقة بجانب الشكل والبناء في الصحف الإلكترونية، كما أشارت دراسة آسك كامر A. Kammer, (2013) أن (الحالية أو الآنية - التفاعلية - النص التشعبي - والوسائط المتعددة) تعد أبرز معايير بناء المواقع الإلكترونية، وأكدت دراسة فيرناندو زاميس F. Zamith, (2008) أن الإنترنت يملك ثلاثة إمكانات أساسية للصحافة الإلكترونية، تعد هي الخصائص الأساسية الثلاثة للإنترنت وهي: النص التشعبي، الوسائط المتعددة، والتفاعلية.

وهو ما يدل على أن أهم معايير بناء المواقع الإلكترونية الإخبارية تتلخص في: (الحالية/ الآنية - الوسائط المتعددة، والنصوص الفائقة، والتفاعلية)، حيث تعد المظاهر الأساسية للعناصر البنائية في الصحافة الإلكترونية والركائز الأساسية للبلاغة الرقمية.

رابعاً: اتجاه المعالجة ومكونات المصادقية:

قامت الباحثة بمسح (150) مادة إخبارية بواقع (50) مادة إخبارية لكل موقع على التساوي بهدف معرفة اتجاه التغطية في مواقع الدراسة تجاه صورة الإسلام كما يعبر عنها الإعلام الدولي الموجه عينة الدراسة في المنطقة العربية والتعرف إلى مكونات المصادقية لكل موقع من مواقع الدراسة، وتم التركيز على (50) مادة إخبارية بكل موقع من مواقع الدراسة نظراً لأن المواد الإخبارية المعبرة عن صورة الإسلام في المواد الإخبارية بالمواقع عينة الدراسة في فترة التحليل تتراوح في هذا العدد.

كما تخلل فترة التحليل حدث بالغ الأهمية وهو :

- ❖ (مقتل معلم فرنسي إثر عرضه رسوم مسيئة للرسول صلى الله عليه وسلم).. ولاقى ردود فعل واسعة على المستوى الإسلامي والعالمي.
- ❖ تعقبه حدثين إثر تداعيات ذلك الحدث وهما:
- ❖ (انفجار في مدرسة دينية في بيشاور الباكستانية)، بتاريخ: 2020/10/22م.

(1) عبد الحق، بن جديد (٢٠١٧). "التقنيات المستحدثة في تشكيل مواقع الصحف الإلكترونية": دراسة تحليلية. مرجع سابق. ص 60.

(2) Kammer, A. (2013). "News on the Web: instantaneity, multimodality, interactivity, and hypertextuality on Danish news websites". **PhD Thesis**. University of Copenhagen. p 102.

(3) Zamith, F., (2008). **A methodological proposal to analyze the news websites use of the potentialities of the internet**. (9th International Symposium on online Journalism, University of Texas at Austin). p 3.

❖ (طعن مسلمتين بالقرب من برج إيفل وتعرض الضحيتين للشتائم العنصرية)، بتاريخ: 2020/10/27م.

أعقبه إعلان وزير الخارجية البريطاني تضامنه مع فرنسا كم دعا حلف الناتو للتضامن مع فرنسا للدفاع عن حرية التعبير.

نقصد بالاتجاه السلبي: نشر أي مواد إخبارية تضر بصورة الإسلام أو تحاول إظهاره بالعنف والتشدد أو التطرف.

أما الاتجاه الإيجابي: نقصد به نشر أي مواد إخبارية لا تضر بصورة الإسلام ولا تحاول تشويه صورة الإسلام بأي شكل بل نشر مواد إخبارية موضوعية متوازنة تحاول عرض إظهار الصورة الحقيقية للإسلام وما يحدث للمسلمين حول العالم.

1- اتجاه المعالجة ومكونات المصادقية بموقع BBC عربي:

جدول (7) اتجاه التغطية بموقع BBC عربي

مستوى المعنوية د ح 1	كا ²	الاستجابة		اتجاه التغطية بموقع BBC عربي
		%	ك	
0.01	8.00	30	15	إيجابي
		0	0	محايد
		70	35	سلبي
		100	400	الجملة

يتضح من الجدول السابق: أن نسبة 30% من التغطية بموقع BBC بالعربي اتجاه إيجابي، ونسبة 70% منها اتجاه سلبي.

كذلك يتضح وجود فروق ذات دلالة إحصائية في اتجاه التغطية بموقع BBC عربي ، حيث كانت قيمة كا² = 8.000 وهي دالة عند مستوى دلالة 0.01.

كما يتضح من الجدول السابق: أن موقع BBC عربي سادته الاتجاه السلبي بنسبة 70% في معالجة المواد الإخبارية المتعلقة بصورة الإسلام، حيث حاول الموقع إظهار صورة الإسلام بالتشدد والتطرف، ولم يحاول الموقع في مواده الإخبارية عبر الموقع إظهار ما يتعرض له المسلمين من عنف وما يواجهه المسلمين في العديد من البلدان الغربية من الاضطهاد وممارسة الإرهاب ضدهم.

- مكونات المصادقية بموقع BBC عربي:

أبرز نتائج معالجة موقع BBC عربي فيما يلي:

- التعظيم على بعض الأخبار:

- ❖ لم يتم نشر خبر: " طعن مسلمتين في باريس بالقرب من برج إيفل"، بتاريخ 2020/10/22م ، والذي تناولته المواقع الإخبارية الدولية الموجهة الأخرى حيث نشر موقع يورونيوز الخبر بتاريخ 2020/10/22م، بعنوان: "طعن مسلمتين بالقرب من برج إيفل وتعرض الضحيتين للشتم العنصرية"، كما اشتمل الخبر على فيديو يوضح معاناة وصراخ الضحيتين أثناء الطعن الوحشي وتعرض إحدى الضحيتين إلى ست طعنات خلفت إثرها ثقب في الرئة.
- ❖ كما لم يتم أيضاً نشر خبر: " انفجار في مدرسة دينية في بيشاور الباكستانية"، بتاريخ 2020/10/27، الذي أسفر عن مقتل سبعة أشخاص وعشرات الجرحى بينهم أطفال جراء تفجير استهدف مدرسة دينية في بيشاور غرب باكستان، وقامت روسيا اليوم بنشر الخبر ومواقع إخبارية أخرى في حين لم تذكر الـ BBC عربي أي من هذه الأخبار التي تتناول وتوضح العنف والإرهاب الذي يتعرض له المسلمين في شتى بلدان العالم المختلفة.

- التحيز وعدم التوازن في الطرح الإخباري:

يؤكد د. عبدالفتاح عبد النبي أن الموضوعية في التغطية الإخبارية هي: " التجرد والبعد عن الميل والهوى في انتقاء وعرض المواد الإخبارية وإعطاء صورة متوازنة ومتكاملة عن الحقيقة"⁽¹⁾. في حين نجد أن موقع BBC قام بالتركيز على موقف في فرنسا والدفاع عنها في التغطية الإخبارية لتداعيات حدث: " مقتل معلم فرنسي إثر على عرضه رسوم مسيئة للرسول صلى الله عليه وسلم"، وهو ما أفقده الكثير من الموضوعية والتوازن في الطرح الإخباري لتداعيات الحدث، ويتضح ذلك فيما يلي:-

- ❖ اكتفت بالتركيز على موقف فرنسا في تغطية تداعيات حدث: " مقتل معلم فرنسي إثر على عرضه رسوم مسيئة للرسول صلى الله عليه وسلم"، حيث ظهر التحيز واضحاً جلياً ففي حين عرضت المواقع الإخبارية الدولية الموجهة الأخرى موقف كل من فرنسا و ردود فعل الدول الإسلامية، اكتفت BBC عربي بإبراز موقف فرنسا والدفاع عنها، حيث نشرت نحو (10) من المواد الإخبارية، ولم تنشر غير موقفين لدولتين فقط دولة تركيا وباكستان في (مادتين) خبريتين فقط لموقف وردود فعل الدول الإسلامية، ولم تنشر أي موقف للدول العربية إزاء تداعيات الحدث على عكس المواقع الإخبارية الدولية الأخرى وهو ما يدل على موقف BBC عربي المؤيد لفرنسا والمتوافق مع السياسة الخارجية لبريطانيا في دعمها لفرنسا وهو ما يؤكد على عدم استقلالها عنها كما تزعم.

(1) عبد النبي، عبد الفتاح (1989). سوسيولوجيا الخبر الصحفي دراسة في انتقاء ونشر الأخبار. بدون طبعة. (القاهرة: العربي للنشر والتوزيع). ص60.

جدول (8) أبرز عناوين المواد الإخبارية التي توضح التركيز على موقف فرنسا وتحيز BBC عربي لفرنسا

التاريخ	عنوان الخبر
2020/10/28	أزمة رسوم النبي محمد تدخل عامها الخامس عشر فما الذي تتغير.
2020/10/27	فرنسا تستهدف التطرف الإسلامي وسط خلاف مع تركيا.
2020/10/26	فرنسا تدعو إلى وقف دعوات المقاطعة وماكرون يغرد بالعربية.
2020/10/26	فرنسا تستدعي سفيرها لدى أنقرة بعد تصريحات اردوغان المهينة.
2020/10/23	المعلم الذي قطعت رأسه أصبح رمزاً للحرية والعقل.
2020/10/21	ذبح مدرس فرنسي انقسام عميق بشأن مبدأ علمانية الدولة.
2020/10/22	قتل المدرس الفرنسي توجيه تهم لسبعة أشخاص في قضية مقتل المدرس الفرنسي.
2020/10/26	مقاطعة المنتجات الفرنسية تساؤلات حول جدوى المقاطعة في شمال أفريقيا.
2020/10/22	قتل المدرس الفرنسي هل هناك أزمة في فرنسا مع دين الإسلامي.
2020/10/17	حادث قطع رأس إنسان في فرنسا بسبب رسم للنبي محمد تشارلي إبدو سنهزم الأيدلوجيا الفاشية وماكرون لن ينتصروا.

جدول (9) أبرز عناوين المواد الإخبارية بموقع BBC عربي التي توضح موقف وردود أفعال الدول الإسلامية

التاريخ	عنوان الخبر
2020/10/27	فيسبوك رئيس الوزراء الباكستاني عمران خان يطالب بحظر المحتوى المعادي للإسلام.
2020/10/27	أردوغان يدعو الأتراك إلى مقاطعة البضائع الفرنسية.

❖ كما ظهر التحيز من قبل BBC عربي في صياغتها لعناوين المواد الإخبارية المتعلقة بالحدث لموقف فرنسا والدفاع عنها خلال نشرها لموادها الإخبارية المتعلقة بتداعيات الحدث، حيث نشرت مادة خبرية عن الحدث تبدأ (بالاستفهام التعجبي) بعنوان: "15 عاما على أزمة رسوم النبي محمد ما الذي تغير"، بتاريخ 2020/10/28، وهو ما يدعو قارئ الخبر لانتهاج السلبية وأنه فعل تم الاعتياد عليه ولا يجب أن يتخذ المسلمين والدول الإسلامية أي ردود فعل إزاءها، كما بدأ الموقع (بالاستفهام التقريري) في إحدى مقالاته عن تداعيات الحدث: "هل ثمة جدوى من المقاطعة العربية للمنتجات الفرنسية"، بتاريخ 2020/10/26، وكأنه يقر بأنه لا جدوى من المقاطعة ويدعو الدول العربية لعدم المقاطعة

للمنتجات الفرنسية، كما قامت بالتركيز على حدث القتل وكررت في أكثر من عنوان: ("قتل المعلم" - "ذبح المعلم" - "قطع رأس إنسان") ووضعتها بين علامات تنصيص لإبرازها، وظهر موقف الـBBC عربي موافقاً للسياسة البريطانية حيث أعلن وزير الخارجية البريطاني تضامنه مع فرنسا، كما دعا حلف الناتو للدفاع عن حرية التعبير والتضامن مع فرنسا، كما يدل على عدم مراعاة موقف أو مشاعر الشعوب العربية الإسلامية الموجه لها الخطاب الإعلامي في الوطن العربي.

وهو ما يتفق مع دراسة: بثينة حمدان (2010)⁽¹⁾ حيث أكدت الدراسة على عدم موضوعية الـBBC عربي في عرض الأحداث، وتحيزها للبوبي الصهيوني.

تتلخص أبرز نتائج مكونات المصادقية في الـBBC عربي فيما يلي:

- عدم التوازن في الطرح الإخباري والتحيز لدولة فرنسا في نشرها للمواد الإخبارية.
 - التعطيم على بعض الأخبار أو المواد الإخبارية لصالح جهات معينة.
 - لم تلتزم بالتغطية الشاملة والمتكاملة للحدث ولم تلبى احتياجات الجمهور الموجه لها الخطاب الإعلامي حيث نشرت أكثر من عشرة مواد إخبارية عن موقف فرنسا والرئيس ماكرون ولم تنتشر إلا موقف اثنين من من الدول الإسلامية إزاء تداعيات الحدث ولم تنتشر أي مادة إخبارية عن موقف أي من الدول العربية إزاء تداعيات الحدث بما يخدم الموقف الفرنسي على حساب الدول العربية الموجه لها الخطاب الإعلامي في الوطن العربي.
 - التركيز على أخبار سلبية ومواد إخبارية تضر بصورة الإسلام.
- أكدت النتائج بعد موقع الـBBC عربي عن الحياد والشفافية والموضوعية على عكس ما كان معهوداً له من قبل، ويمكن تفسير ذلك: أن الموقع الـBBC عربي التابع لهيئة الإذاعة البريطانية حيث كان يتمتع باستقلالية مادية ولا يتبع تمويل أي دعم مادي من أي جهة ولا يقبل الإعلانات على العكس ما نجده الآن الاعتماد على المادة الإعلانية بشكل كبير، وهو ما يشير إلى التغيير الكبير في سياسة الـBBC في حين كانت سياسة الـBBC العربية أنها مؤسسة غير تجارية، لذا غير مسموح بالإعلان فيها، وأن عدم قبولها للتمويل من أي جهة هو سبب تقديمها نتائج إعلامية يستند على الصدق ومبادئ الاستقلالية والحيادية، قامت مؤخراً بتغيير هذه السياسة، حيث نشرت مقال على موقعها بعنوان: "إعلانات تجارية على موقع الـBBC العربي"، بتاريخ: (18 يونيو) لعام 2012م،

(1) حمدان، بثينة عبد المنعم (2010). "التغطية الإخبارية لـBBC للقضية الفلسطينية نشرة "العالم هذا المساء" نموذجاً". رسالة ماجستير منشورة. (فلسطين: جامعة بيرزيت، كلية الدراسات العليا). ص 131. متاح على الرابط:- <http://library.birzeit.edu>

قام بكتابة المقال رئيس تحرير BBC عربي (فارس الخوري)، حيث أشار في المقال أن موقع BBC العربي (bbc.com) بدأ بنشر إعلانات تجارية اليوم وللمرة الأولى، وذلك بالتزامن مع بدء موقعين آخرين في شبكة اللغات العالمية في BBC بنشر إعلانات تجارية، هما موقع اللغتين الإسبانية bbc.com وفي مرحلة لاحقة، الروسية bbcrussian.com، وتأتي خطوة نشر الإعلانات على مواقع الشبكة العالمية للغات بناءً على توصيات لجنة مراجعة النفقات السنة الماضية، التي توصلت إلى تسوية مع الحكومة البريطانية، الممول الحالي لشبكة BBC العالمية، ولكي تواصل الشبكة خدمة جمهورها بمختلف اللغات في الظروف الاقتصادية الراهنة اضطرت إلى استقطاعات مؤلمة في أنشطتها وأيضاً إلى البحث عن مصادر تمويل إضافية لمواجهة تدني التمويل الممنوح لها⁽¹⁾، كما تم الإشارة مؤخراً في العديد من المقالات إلى أن أداء هيئة الإذاعة البريطانية مستقل في توجيهها بلغة بلادها إلى جمهور يمونها ولكنه يختلف عن خطابها العربي، فحكومة المحافظين البريطانية تصر على فرض نفوذها على الخدمة العربية لهيئة الإذاعة البريطانية، وأن الجدل مستمر حول الاستقلال التام عن الحكومة، كما أن القسم العربي يعتمد على سمعة BBC الإنجليزية في العالم وسمعة القسم العربي في الخمسينات والستينات القرن الماضي من حيث المهنية والمصداقية، وأن القسم العربي لا يرقى حالياً إلى المستوى الذي يليق بحمل اسم تاريخي في عالم الإعلام الدولي، وتعززه وقائع منها استقالة المذيع السورية ديماء عز الدين من قناة "BBC عربي"، "بسبب تحريف وقائع" عن صيغتها الحقيقية في سوريا⁽²⁾، كما رفضت BBC بث نداء الاستغاثة لصالح أطفال غزة المصابين وهو ما أشار إلى ضعف BBC أمام ضغط اللوبي الصهيوني، واستوقفت هذه الحادثة الشعب البريطاني الذي تظاهر ضد قرار BBC عدم بث نداء إنساني لصالح أطفال غزة⁽³⁾.

كما أشار وليد البطراوي مراسل BBC في فلسطين: "أنه حين أخبر المحطة عن شهيد في أريحا لا تهتم المحطة، فلا نستطيع كمراسلين لـ BBC أن نعرف ما الذي يعتبرونه خبر وما الذي لا يعتبر خبر من وجهة نظرهم، وأحياناً يقولون أن المعلومة لم تصلهم"⁽⁴⁾.

(1) الخوري، فارس (2012). إعلانات تجارية على موقع BBC العربي. مقال منشور على موقع BBC عربي، بتاريخ: 18 يونيو 2012م، متاح على الرابط: https://www.bbc.com/arabic/institutional/2012/06/120618_bbc_arabic_adverts ، تم الاطلاع عليه بتاريخ: 2020/11/24.

(2) القرش، سعد (2020). "بي.بي.سي" من الاستقلال إلى التبعية". مقال منشور على موقع العرب، بتاريخ: 2020/6/17، متاح على الرابط: <https://alarab.co.uk/> ، تم الاطلاع عليه بتاريخ: 2020/11/24.

(3) Thompson, M., The BBC and the Israeli Lobby. Available at: <http://crocwatch.wordpress.com> . Retrieved on 14 January 2020.

(4) حمدان، بثينة عبد المنعم (2010). "التغطية الإخبارية لـ BBC للقضية الفلسطينية نشرة "العالم هذا المساء" نموذجاً". مرجع سابق. ص 80.

كما تعزو الباحثة موقف BBC عربي المتحيز لفرنسا إلى أن الموقع تابع لهيئة البي بي سي البريطانية وقد أعلنت بريطانيا تضامنها مع فرنسا وهو ما يدل على عدم استقلاليتها عن السياسة الخارجية لبريطانيا بل هو ما يؤكد أنها ذراع من أذرع السياسة الخارجية البريطانية.

2- اتجاه المعالجة ومكونات المصادقية بموقع CNN عربي:

جدول (10) اتجاه التغطية بموقع CNN عربي

ستوى المعنوي د ح 1	كا ²	الاستجابة		جاه التغطية بموقع CNN عربي
		%	ك	
0.01	8.000	30	15	إيجابي
		0	0	محايد
		70	35	سليبي
		100	50	الجملة

يتضح من الجدول السابق: أن نسبة 30% من التغطية بموقع CNN بالعربي اتجاه إيجابي، ونسبة 70% منها اتجاه سلبي، كذلك يتضح وجود فروق ذات دلالة إحصائية في اتجاه التغطية بموقع CNN عربي، حيث كانت قيمة كا² = 8.000 وهي دالة عند مستوى دلالة 0.01.

كما يتضح من الجدول السابق: أن موقع CNN عربي ساد الاتجاه السلبي بنسبة 70% في معالجة المواد الإخبارية المتعلقة بصورة الإسلام، حيث قام الموقع بالتركيز على المواد السلبية عن الإسلام، ولم يحاول الموقع في مواده الإخبارية عبر الموقع إظهار ما يتعرض له المسلمين من عنف وما يواجهه المسلمين في العديد من البلدان الغربية من الاضطهاد وممارسة الإرهاب ضدهم.

- مكونات المصادقية بموقع CNN عربي:

تظهر أبرز نتائج معالجة موقع CNN عربي فيما يلي:

- التعيم على بعض الأخبار:

❖ لم يتم نشر خبر: "طعن مسلمتين في باريس بالقرب من برج إيفل"، بتاريخ: 2020/10/22، وهو أحد الأخبار المعبرة عن تداعيات حدث (مقتل معلم فرنسي إثر على عرضه رسوم مسيئة للرسول صلى الله عليه وسلم)، والذي تناولته المواقع الإخبارية الدولية الموجهة الأخرى حيث نشر موقع يورونيوز الخبر بتاريخ 2020/10/22، بعنوان: "طعن مسلمتين بالقرب من برج إيفل وتعرض الضحيتين للشتم العنصرية"، كما اشتمل الخبر على فيديو يوضح معاناة وصراخ الضحيتين أثناء الطعن الوحشي وتعرض إحدى الضحيتين إلى ست طعنات خلفت إثرها ثقب في الرئة.

❖ كما لم يتم أيضاً نشر خبر: "انفجار في مدرسة دينية في بيشاور الباكستانية"، بتاريخ: 2020/10/27، الذي أسفر عن مقتل سبعة أشخاص وعشرات الجرحى بينهم أطفال جراء تفجير استهدف مدرسة دينية في بيشاور غرب باكستان، وقام موقع روسيا اليوم بنشر الخبر ومواقع إخبارية أخرى في حين لم يذكر موقع CNN عربي أي من هذه الأخبار التي تتناول وتوضح العنف والإرهاب الذي يتعرض له المسلمين في شتى بلدان العالم المختلفة.

- ظهر بعض التوازن في الطرح الإخباري لتداعيات الحدث:

أظهرت النتائج أن CNN عربي ظهرت ببعض التوازن في طرح المواد الإخبارية إزاء تداعيات حدث (مقتل معلم فرنسي إثر على عرضه رسوم مسيئة للرسول صلى الله عليه وسلم)، حيث نشرت موقف فرنسا ورئيس ماكرون إزاء تداعيات الحدث ب(7) مواد إخبارية على الجانب الآخر أظهر الموقع ردود فعل الدول الإسلامية وموقف الدول الإسلامية حول العالم ب(7) مواد إخبارية بالإضافة إلى رد الأزهر الشريف، كما عرض الموقع ردود ومواقف مجموعة من الدول الإسلامية والعربية كرد السعودية وإيران ولبنان والبحرين والعراق وتركيا والكويت والأردن.

تتلخص أبرز نتائج مكونات المصادقية في CNN عربي فيما يلي:

- ظهر بعض التوازن في الطرح الإخباري في نشرها للمواد الإخبارية إزاء تداعيات حدث (مقتل معلم فرنسي إثر على عرضه رسوم مسيئة للرسول صلّ الله عليه وسلم).
- التعنيم على بعض الأخبار أو المواد الإخبارية لصالح جهات معينة.
- التركيز على نشر أخبار سلبية ومواد إخبارية قد تضر بصورة الإسلام.
- عدم تلبية احتياجات الجمهور الموجه لها الخطاب الإعلامي في المنطقة العربية.
- الاعتماد على الأسلوب العاطفي في عرض المضمون الإخباري حيث يعتمد على الإثارة في عرض الموضوعات الإخبارية والاعتماد على وجهة النظر الواحدة في معالجة المضمون الإخباري.

3- اتجاه المعالجة ومكونات المصادقية بموقع روسيا اليوم:

جدول (11) اتجاه التغطية بموقع روسيا اليوم

مستوى المعنوية د ح 1	ك ²	الاستجابة		اتجاه التغطية بموقع روسيا اليوم
		%	ك	
-	-	100	50	إيجابي
		0	0	محايد
		0	0	سلبي
		100	50	الجملة

يتضح من الجدول السابق: أن نسبة 100% من التغطية بموقع روسيا اليوم اتجاه إيجابي، حيث إنترم موقع روسيا اليوم باتجاه إيجابي بنسبة 100% في معالجة المواد الإخبارية المتعلقة بصورة الإسلام، فلا يحاول الموقع إظهار صورة الإسلام بالتشدد أو التطرف، كما فعل موقع BBC عربي، بل على العكس حاول موقع روسيا اليوم في مواده الإخبارية عبر الموقع إظهار ما يتعرض له المسلمين من عنف وما يواجهه المسلمين في العديد من البلدان الغربية من الاضطهاد وممارسة الإرهاب ضدهم. وهو ما يشير إلى التوازن في الطرح وعدم التحيز أو استخدام الإثارة لخدمة مصالح جهات معينة على عكس ما فعله موقع BBC عربي وهو ما يزيد من المصداقية والثقة في الموقع والهيئة الصادر عنها الموقع.

وهو ما يفسر أيضاً الإقبال الكبير من متابعي صفحة الموقع على فيسبوك حيث وصل متابعي صفحة روسيا اليوم على الفيسبوك إلى أكثر من 16 مليون متابع، وقد قامت الباحثة بالبحث في الموقع بكلمات مفتاحية متعددة في (الإسلام -المسلمين -القرآن) لمحاولة مسح مجموعة من المواد الإخبارية بالموقع حسب كل كلمة مفتاحية لمعرفة مدى التوازن طرحت المواد الإخبارية في الموقع، والتعرف إلى صورة الإسلام والمسلمين كما توضحها المواد الإخبارية المعروضة بالموقع، ولكن وجدت الباحثة أن الموقع روسيا اليوم لا يحاول إظهار الإسلام بالتشدد والعنف من خلال مواده الإخبارية، بل عرض موقع روسيا اليوم صورة متوازنة وصحيحة عن الإسلام عبر مواده الإخبارية، وهو ما جعل موقع روسيا اليوم الأكثر توازناً في العرض والأكثر مصداقية وثقة.

- مكونات المصداقية بموقع روسيا اليوم:

تظهر أبرز نتائج معالجة موقع روسيا اليوم فيما يلي:

- انفرد الموقع من بين المواقع الإخبارية الدولية (عينة الدراسة) التي حاولت إظهار صورة إيجابية وصحيحة ومتوازنة عن الإسلام والمسلمين وعرض ما تعرض له المسلمين من إرهاب وعنفي في مناطق متعددة حول العالم خلال مواده الإخبارية.
- انفرد موقع روسيا اليوم بعدم نشر أي مادة إخبارية قد تضر بصورة الإسلام، كما حاول الموقع نقل صورة حقيقية متوازنة عن الإسلام وعن المسلمين حول العالم، بما يعاينيه المسلمون من عنف وإرهاب في بلدان العالم المختلفة.
- إنفرد روسيا اليوم عن باقي المواقع الإخبارية عينة الدراسة بنشر خبر عن: انفجار مدرسة دينية في باكستان والخبر بعنوان: "العشرات بين قتيل وجريح في انفجار في مدرسة دينية في بيشاوور الباكستانية"، بتاريخ 27/10/2020م، وهو ما يوضح العنف والإرهاب الذي يتعرض له المسلمين في بلدان مختلفة حول العالم.
- انفرد برصد ردود فعل الدول الإسلامية ومواقف الدول الغربية والإسلامية حول العالم حيث رصد نحو أكثر من 21 مادة إخبارية حول العالم إزاء تداعيات (حدث مقتل المدرس الفرنسي إثر نشره رسوم مسيئة

للسول صلى عليه وسلم وخطاب ماكرون بإعادة نشرها)، وهو ما لم تفعله المواقع الإخبارية الدولية الأخرى (عينة الدراسة).

تتلخص أبرز مكونات المصادقية في روسيا اليوم:

- ❖ اعتمدت روسيا اليوم على مصادر إخبارية موثوق بها كوكالات أنباء عالمية ومراسلين تابعين لها.
- ❖ تلبية احتياجات الجمهور الموجه له الخطاب الإعلامي حيث رصدت أكثر من 21 مادة إخبارية حول ردود فعل ومواقف الدول والشعوب العربية والإسلامية حول العالم إزاء الحدث.
- ❖ الفورية في نقل الأحداث حيث إلتزمت بالفورية في نقل الأحداث مع الإلتزام بكتابة التاريخ نقل الحدث أعلى الخبر ويليه تاريخ آخر تحديث له.
- ❖ التغطية المتكاملة والشاملة للحدث حيث رصدت موقف فرنسا والدول المؤيدة لها كما رصدت موقف الدول والشعوب العربية والإسلامية إزاء الحدث.
- ❖ التوازن في العرض وعدم التحيز لجهة معينة وعدم التعنيم على أخبار لصالح جهة ما.

وتعزو الباحثة سياسة روسيا اليوم في تغطية موادها الإخبارية الغير معادية للإسلام إلى أن الإسلام معترف به في روسيا بموجب القانون الروسي ومن قبل القيادات السياسية ومدعوم مالياً من قبل الحكومة الروسية، كما يعد الإسلام دين رسمي في روسيا إلى جانب المسيحية الأرثوذكسية حيث يمثل المسلمون نسبة تصل إلى أكثر من 15% من الروس ، وفقاً لمركز بيو^(*) للأبحاث أنه من المتوقع أن ترتفع هذه النسبة إلى 17% بحلول عام 2050م، وتبلغ عدد الجمهوريات الإسلامية في روسيا أربع جمهوريات هي داغستان، باكتشير، تتاريا، وجمهورية الشيشان حيث يعيش قرابة 25 مليون مسلم في روسيا، كما استعاد الإسلام مساحة مرموقة ومعترف بها قانوناً في السياسة الروسية في أعقاب انهيار الاتحاد السوفيتي.

(*) مركز بيو (Pew) للدراسات هو مركز أبحاث أمريكي غير حزبي ومقره واشنطن.

ثانياً: نتائج الدراسة الميدانية:

- أسباب تصفح المواقع الإخبارية الدولية:

جدول (12) أسباب تصفح المواقع الإخبارية الدولية

ستوى الدلالة د ح 1	ك ²	الترتيب	الإجمالي ن=400		أسباب تصفح المواقع الإخبارية الدولية
			%	ك	
0.001	17.640	1	60.5	242	التحديث السريع للمضمون
0.001	37.210	18	34.8	139	المعلومات موضوعية وذات مصداقية عالية
0.001	17.640	1	60.5	242	يقدم الموقع تقارير مفصلة عن الأحداث
0.76 غير د	0.090	11	49.3	197	أثق بمصادر المعلومات في الموقع بسبب سمعته
0.001	22.090	15	38.3	153	التصميم يساعد على الاستمرار في استخدام الموقع
0.01	7.840	3	57	228	تقع سهل الاستخدام ويساعد على الوصول للمعلومات بسهولة
1.00 غير د	0.000	10	50	200	الموقع مختلف الأدوات التفاعلية وأدوات التواصل والمشاهدة
0.001	32.490	17	35.8	143	دعم المضمون بالصور والفيديو
0.11 غير د	2.560	17	35.8	216	عرض لقطات فيديو حية وبث مباشر للأخبار
0.68 غير د	0.160	7	51	204	عرض الأخبار في أكثر من شكل إخباري
0.001	21.160	14	38.5	154	توفير خدمة تخصيص الأخبار* حسب تفضيلات المستخدم
0.84 غير د	0.040	9	50.5	202	خدمة الأخبار العاجلة ونشرات الأخبار عبر البريد الإلكتروني
0.07 غير د	3.240	12	45.5	182	مديث الأخبار بشكل دائم وكتابة تاريخ آخر تحديث للموقع
0.001	53.290	19	31.8	127	خدمة الأخبار الصوتية على مدار اليوم
0.76 غير د	0.090	8	50.8	203	خدمة منتدى الحوار حول أحدث موضوعات الساعة
0.84 غير د	0.040	9	50.5	202	لغات الصوتية من لقاءات وتصريحات إضافة لملفات الفيديو
0.001	30.250	16	36.3	145	البث المباشر لبرامج الإذاعة العربية وآخر نشراتها
0.08 غير د	2.890	5	54.3	217	خدمة البث المباشر تلفزيون أو راديو
0.48 غير د	0.490	6	51.8	207	مقاهي تقارير خاصة لأبرز الأحداث إضافة إلى التحليلات ومقاهي الفيديو
0.01	9.000	2	57.5	230	توفير خدمة البحث والأرشيف
0.001	20.250	13	38.8	155	توفير أدوات المشاركة والتواصل عبر الموقع
0.05	4.000	4	55	220	سهولة الإبحار والتجوال داخل الموقع

يتضح من الجدول السابق: أن نسبة 60.5% من أفراد العينة يتصفحون المواقع الإخبارية الدولية للتحديث السريع للمضمون، ونسبة 60.5% يتصفحونها لتقديم الموقع تقارير مفصلة عن الأحداث، ونسبة 57.5% يتصفحونها لتوفير خدمة البحث والأرشيف، ونسبة 57% يتصفحونها بسهولة استخدام الموقع وسهولة الوصول للمعلومات.

ويتضح وجود فروق في بعض أسباب تصفح المواقع الإخبارية الدولية حيث كانت قيمة χ^2 دالة عند مستوى دلالة 0.001، بينما لم يكن بينهم فروق في بعض أسباب تصفح المواقع الإخبارية الدولية الأخرى حيث كانت قيم χ^2 غير دالة عند مستوى دلالة 0.05.

تشير النتائج إلى أن ارتفاع نسبة أفراد العينة الذين يتصفحون المواقع الإخبارية الدولية للتحديث السريع للمضمون وذلك بنسبة 60.5%، وهو ما يدل أهمية التحديث السريع للمضمون بالموقع الإخباري.

كما تشير النتائج إلى أن أكثر أسباب تصفح المواقع الإخبارية الدولية (عينة الدراسة): هو التحديث السريع للمضمون، وتقديم الموقع تقارير مفصلة عن الأحداث، وتوفير خدمة البحث والأرشيف، وسهولة استخدام الموقع وسهولة الوصول للمعلومات.

وهو ما يدل على أهمية التحديث السريع للمضمون والفورية في نقل وعرض الأخبار الإلكترونية عبر الموقع الإخباري، كما أنه من القيم الإخبارية المهمة والتي تزيد من ثراء الموقع الإخباري وجذب أعداد متصفحيه.

– الأشكال المفضلة في عرض المضمون الإخباري عبر المواقع الإخبارية الدولية:

جدول (13) الأشكال المفضلة في عرض المضمون الإخباري عبر المواقع الإخبارية الدولية

ستوى الدلالة د ح 1	كا ²	الترتيب	الإجمالي ن=400		شكال المفضلة في عرض المضمون الإخباري المواقع الإخبارية الدولية
			%	ك	
0.001	69.890	1	70.8	283	كل النص الرقمي متعدد الوسائط (مادة نصية مصاحبة للصور والفيديو)
0.01	7.290	6	43.3	173	كل التفاعلي الذي يعتمد على (رسوم متحركة مواد صوتية – فيديو)
0.01	6.760	5	43.5	174	الشكل الذي يعتمد على عرض شرائح الصور
0.001	10.240	2	58	232	إنفوجرافيك
0.001	15.240	7	40.3	161	لعرض السرد باستخدام الشرائح المصاحبة للصوت ولقطات الفيديو
0.01	9.00	3	57.5	230	التقارير المصورة
0.68 غير د	0.160	4	49	196	البث المباشر

يتضح من الجدول السابق: أن نسبة 70.8% من أفراد العينة يفضلون شكل النص الرقمي متعدد الوسائط (مادة نصية مصاحبة للصور والفيديو)، ونسبة 58% يفضلون الإنفوجرافيك، ونسبة 57.5% يفضلون التقارير المصورة، ونسبة 49% يفضلون البث المباشر.

يتضح وجود فروق في الأشكال المفضلة في عرض المضمون الإخباري عبر المواقع الإخبارية الدولية حيث كانت قيمة χ^2 غير دالة عند مستوى دلالة أقل من 0.01 ، بينما لا يوجد فروق بين أفراد العينة في البث المباشر، حيث كانت قيمة χ^2 غير دالة عند مستوى دلالة 0.05.

تشير النتائج إلى ارتفاع نسبة أفراد العينة الذين يفضلون شكل النص الرقمي متعدد الوسائط (مادة نصية مصاحبة للصور والفيديو) وذلك بنسبة 70.8% .

كما تشير النتائج إلى أن أكثر الأشكال المفضلة في عرض المضمون الإخباري هي شكل النص الرقمي متعدد الوسائط (مادة نصية مصاحبة للصور والفيديو)، والإنفوجرافيك، والتقارير المصورة، والبث المباشر.

وتعزو الباحثة اعتماد المواقع الإخبارية الدولية (عينة الدراسة) على شكل النص الرقمي متعدد الوسائط في عرضها للمضمون الإخباري إلى استخدامها تقنيات السرد الرقمي والكتابة التفاعلية التي تعتمد بشكل أساسي على استخدام الوسائط المتعددة في عرض المادة الإخبارية، وهو ما يساعد بدوره على جذب متصفح المواد الإخبارية، كما يعود إلى الإمكانيات التقنية والمادية العالية التي تتمتع بها المؤسسات التابع لها تلك المواقع.

– أكثر أدوات التواصل والمشاركة المستخدمة في الموقع:

جدول (14) أكثر أدوات التواصل والمشاركة المستخدمة في الموقع

توى الدو د ح 1	كا ²	الترتيب	الإجمالي ن=400		أثر أدوات التواصل والمشاركة المستخدمة الموقع
			ك	%	
0.3 غير	1.000	1	210	52.5	إمكانية التعليق على الموضوعات
0.001	26.010	6	149	37.3	إمكانية مراسلة محرري الموقع
0.1 غير	1.690	2	213	52.3	مكانية استقبال نشرة بريدية من قبل الموقع على بريدك الإلكتروني
0.001	19.360	4	156	39	المنتدى أو غرفة الدردشة
0.001	22.090	5	153	38.3	مكانية إرسال موضوع للموقع ونشره على صفحات الموقع
0.0 غير	2.890	3	183	45.8	استطلاع الرأي العام
0.001	19.360	4	156	39	استفتاءات
0.001	43.560	7	134	33.5	مشاركة بعض الموضوعات على صفحاتك الخاصة بمواقع التواصل الاجتماعي

يتضح من الجدول السابق: أن نسبة 52.5% من أفراد العينة يستخدمون التعليق على الموضوعات، ونسبة 52.5% يستخدمون النشرة البريدية من قبل الموقع على البريد الإلكتروني، ونسبة 45.8% يستخدمون استطلاع الرأي العام .

يتضح وجود فروق في أكثر أدوات التواصل والمشاركة استخداماً في الموقع حيث كانت قيمة χ^2 دالة عند مستوى دلالة 0.001 ، بينما لم يكن بينهم فروق بين أفراد العينة في إمكانية التعليق على الموضوعات ، القراءة متعددة الوسائط عبر الأشكال المسموعة وإمكانية استقبال نشرة بريدية من قبل الموقع على بريدك الإلكتروني، استطلاع الرأي العام، حيث كانت قيمة χ^2 غير دالة عند مستوى دلالة 0.05.

تشير النتائج إلى ارتفاع نسبة أفراد العينة المستخدمة للتعليق على الموضوعات وذلك بنسبة 52.5%، وهو ما يشير إلى أهمية إتاحة الموقع الإخباري لإمكانية التعليق على الموضوعات حيث أنها أكثر أدوات التواصل والمشاركة استخداماً في الموقع.

وهو ما يتفق ما نتائج الدراسات التالية: دراسة وفاء جمال درويش (2013)⁽¹⁾، ودراسة سماح عبد الرازق الشهاوي(2009)⁽²⁾ حيث أكدت دراسة وفاء جمال درويش (2013) أن التعليق هو أكثر أنواع آليات التفاعل مع الخبر، وذلك يرجع إلي رغبة الجمهور في التفاعل مع الخبر عن طريق التعليقات، لأن القارئ يقرأ ويقول رأيه في نفس الوقت فيما يقرؤه، وأوضحت دراسة سماح عبد الرازق الشهاوي(2009) أن التعليق علي الموضوعات جاء في مقدمة آليات تبادل الاتصال بين المستخدمين والمحرفين، تلاها وجود بريد إلكتروني لاستقبال رسائل زوار الموقع والاتصال بغرفة الأخبار .

وهو ما يدل على أهمية إتاحة أدوات التواصل والمشاركة في الموقع الإخباري سواء من بريد إلكتروني للموقع أو إتاحة الاستفتاءات والأسئلة واستطلاعات الرأي وهو ما يزيد من إقبال مستخدمي المواقع الإخبارية وجعل الموقع أكثر فاعلية ونجاحاً .

وترى الباحثة أن استخدام المواقع الإخبارية الدولية (عينة الدراسة) أدوات التفاعلية المتنوعة، يرجع إلى أن المواقع الإخبارية الدولية (عينة الدراسة) تابعة لمؤسسات إخبارية كبيرة تتوفر لديها الإمكانيات والقدرات المادية والمالية التي تمكنها من استخدام مختلف أدوات التفاعلية في مواقعها.

(1) عبد الغفار، وفاء جمال درويش (2013). "العوامل المؤثرة علي تصميم وتحرير المواقع الإلكترونية للصحف المصرية علي شبكة الإنترنت". رسالة ماجستير غير منشورة. (جامعة الزقازيق، كلية الآداب، قسم الإعلام). ص185.
(2) الشهاوي، سماح عبد الرازق (2009). "علاقة التفاعلية باستخدام الشباب للمواقع الموجهة لهم علي شبكة الإنترنت: دراسة ميدانية علي الجمهور والقائم بالاتصال". رسالة ماجستير غير منشورة. (جامعة القاهرة، كلية الإعلام، قسم الصحافة). ص292.

- الاتجاه نحو تصميم المواقع الإلكترونية الإخبارية الدولية:

جدول (15) الاتجاه نحو تصميم المواقع الإلكترونية الإخبارية الدولية ن=400

الاتجاه	توسط المر	غير موافق		موافق لحد ما		موافق		العبارات
		%	ك	%	ك	%	ك	
موافق	2.81	0	0	19	76	81	324	تصميم يساعد على الوصول للموضوعات بسهولة.
موافق	2.70	1.3	5	27.3	109	71.5	286	تصميم يساعد على فهم محتوى الموضوع وسهولة التنقل بين فقر
موافق	2.61	2	8	35.5	142	62.5	250	تخدم الموقع ألوان مريحة وجذ
موافق	2.67	2.5	10	28	112	69.5	278	تتوزع عناصر الصفحة بطريقة منظمة ومريحة للعين.
موافق	2.69	2.5	10	25.8	103	71.8	287	تصميم يساعد على الاستمرار استخدام الموقع.
موافق	2.64	2.3	9	31.3	125	66.5	266	تخدم الموقع أسلوب جذاب وم في اخراج صفحاته.
موافق	2.60	2	8	36	144	62	248	يتمتع باستخدام الموقع عند زيا
فق الى ح	2.31	12	48	45.5	182	42.5	170	قع قوائم محتويات الموقع مناس
فق الى ح	2.32	14	56	40	160	46	184	وزيع الأخبار والموضوعات مناس
موافق	2.64	3.8	15	28	112	68.3	273	تصميم يساعدني على الاستمرا تصفح الموقع

يتضح من الجدول السابق أن أفراد العينة موافقين على أن:

- التصميم يساعد على الوصول إلى الموضوعات بسهولة في الترتيب الأول بمتوسط 2.81.
 - التصميم يساعد على فهم محتويات الموضوع وسهولة التنقل بين فقراته في الترتيب الثاني بمتوسط 2.70.
 - التصميم يساعد على الاستمرار في استخدام الموقع في الترتيب الثالث بمتوسط 2.69.
 - تتوزع عناصر الصفحة بطريقة منظمة ومريحة للعين في الترتيب الرابع بمتوسط 2.67.
- وتعزو الباحثة تميز تصميم المواقع الإخبارية الدولية (عينة الدراسة) بيُسْر الاستخدام إلى إلتزام المواقع الإخبارية الدولية (عينة الدراسة) بالمعايير العالمية للتصميم والذي يساعد على يُسْر استخدام المواقع الإلكترونية واستخدام موقع الدراسة للتصميم التفاعلي (Responsive Web Design) الذي يساعد على يُسْر استخدام المواقع على مقاسات الشاشات المختلفة ويساعد على سهولة الوصول للمعلومات، كما يتمتع بجاذبية التصميم على الشاشات المختلفة.

-مدى توافر معايير المصادقية في المواقع الإخبارية الدولية:

جدول (16) مدى توافر معايير المصادقية في المواقع الإخبارية الدولية ن=400

الاتجاه	المتوسط المرجح	غير موافق		موافق لحد ما		موافق		العبارات
		%	ك	%	ك	%	ك	
معارض	1.46	62	248	30.3	121	7.8	31	تعرض الأخبار دون تعميم.
موافق	2.52	2.8	11	42.5	170	54.8	219	تعتمد على مصادر موثوق بها.
موافق	2.44	6.8	27	42.8	171	50.5	202	تتميز بالدقة في نقل المعلومة.
موافق	2.69	1.5	6	27.8	111	70.8	283	تقدم تغطية فورية للأحداث.
معارض	1.37	65.5	262	32.5	130	2	8	تغطي جميع جوانب الموضوع.
موافق	2.69	0.8	3	29.3	117	70	280	لديها مراسلون على درجة عالية من الكفاءة.
معارض	1.40	63	252	33.8	135	3.3	13	تفصل بين الآراء والحقائق.
موافق	2.49	4	16	43.3	173	52.8	211	تفسح المجال لمختلف الآراء.
معارض	1.52	55.3	221	38	152	6.8	27	تقدم المشكلات التي تمس مصالح وأهداف الجمهور.
معارض	1.59	49.8	199	41.3	165	9	36	توازن والموضوعية في عرض الأحداث.
فق الى حد	2.25	16	64	42.8	171	41.3	165	عدم المبالغة وتضخيم الأحداث.
معارض	1.51	56.3	225	36.5	146	7.3	29	عدم التحيز لاتجاه معين في التغطية.
موافق	2.75	0	0	25.3	101	74.8	229	التصميم وسهولة الاستخدام.
موافق	2.72	0.5	2	26.8	107	72.8	291	تحديث المواد باستمرار.
موافق	2.58	8.5	34	25.3	101	66.3	265	تهتم بالتفاعل مع المستخدمين.

يتضح من الجدول السابق أن أفراد العينة موافقين لتوفر بعض معايير المصادقية في المواقع الإخبارية الدولية (عينة الدراسة):

- التصميم وسهولة الاستخدام في الترتيب الأول بمتوسط 2.75.
 - تحديث المواد باستمرار في الترتيب الثاني بمتوسط 2.72.
 - مراسلون على درجة عالية من الكفاءة، و تقدم تغطية فورية للأحداث في الترتيب الثالث بمتوسط 2.69.
 - تغطي جميع جوانب الموضوع في الترتيب الرابع بمتوسط 2.64.
 - تفصل بين الآراء والحقائق في الترتيب الخامس بمتوسط 2.59.
- وتشير النتائج إلى أن الغالبية العظمى من أفراد عينة الدراسة ترى أن أكثر معايير المصادقية المتوفرة في المواقع الإخبارية الدولية هي التصميم وسهولة الاستخدام وجاء ذلك في الترتيب الأول بمتوسط

2.75، وهو ما يدل على أهمية تصميم الموقع الإخباري وسهولة استخدامه وتأثيره في معايير مصداقية الموقع الإخباري.

كما يتضح من الجدول السابق أن أفراد العينة معارضين لتوفر بعض معايير المصداقية في المواقع الإخبارية الدولية (عينة الدراسة) على النحو التالي:

- التوازن والموضوعية في عرض الأحداث بمتوسط حسابي 1.59.
- تقدم المشكلات التي تمس مصالح وأهداف الجمهور بمتوسط حسابي 1.52.
- عدم التحيز لاتجاه معين في التغطية بمتوسط حسابي 1.51.
- تعرض الأخبار دون تعميم بمتوسط حسابي 1.46.
- تفصل بين الآراء والحقائق بمتوسط حسابي 1.40.
- تغطي جميع جوانب الموضوع بمتوسط حسابي 1.37.

تشير النتائج إلى أن أفراد عينة الدراسة ترى عدم توفر أبرز معايير المصداقية في المواقع الإخبارية الدولية (عينة الدراسة)، حيث ترى أفراد العينة عدم توفر (التوازن والموضوعية في عرض الأحداث) بمتوسط حسابي 1.59، وعدم توفر (تقديم المشكلات التي تمس مصالح وأهداف الجمهور) بمتوسط حسابي 1.52، وعدم توفر (انعدام التحيز لاتجاه معين في التغطية) بمتوسط حسابي 1.51، وعدم توفر (عرض الأخبار دون تعميم) بمتوسط حسابي 1.46.

وهو ما يتفق مع: دراسة ليلي حسين السيد (2005)⁽¹⁾ حيث أشارت أن نسبة 64% من أفراد العينة ترى أن المضمون الإخباري على قناة الحرة الفضائية الموجهة يقدم أدلة خاطئة ويعتمد تزييف الحقائق وهو ما أفقدها أهم معايير المصداقية.

(1) السيد، ليلي حسين (2005). استطلاع رأي الإعلاميين تجاه قناة الحرة الفضائية الأمريكية. دراسة مسحية. (المؤتمر العلمي الأول لأكاديمية الدولة لعلوم الإعلام: الفضائيات العربية ومتغيرات العصر، الدار المصرية اللبنانية، القاهرة، يناير 2005). ص ص 203- 248.

فروض الدراسة:-

1- توجد علاقة ارتباطية طردية ذات دلالة إحصائية بين معدل تصفح المواقع الإخبارية الإلكترونية الدولية الإخباري وسهولة استخدام المواقع الإلكترونية الإخبارية الدولية.

جدول (17) العلاقة بين معدل تصفح المواقع الإخبارية الإلكترونية الدولية وسهولة استخدام المواقع الإلكترونية الإخبارية الدولية

المتغير	المتوسط	انحراف المعياري	معامل الارتباط	الاتجاه	القوة	ستوى الدلالة
معدل تصفح المواقع الإخبارية الإلكترونية الدولية	8.8	1.579	**0.365	طردي	متوسط	0.01
سهولة استخدام المواقع الإخبارية الإلكترونية الدولية	41.1	5.045				

يتضح من الجدول السابق :

- وجود علاقة طردية متوسطة بين معدل تصفح المواقع الإخبارية الإلكترونية الدولية وسهولة استخدام المواقع الإخبارية الإلكترونية الدولية، حيث كانت ($0.3 < r < 0.7$) وهي عند مستوى 0.01، أي انه كلما زادت سهولة استخدام المواقع الإخبارية الإلكترونية الدولية زاد معدل تصفح المواقع الإلكترونية الإخبارية الدولية، ومما سبق يتضح تحقق الفرض الأول كلياً.

2- توجد علاقة ارتباطية طردية ذات دلالة إحصائية بين معدل تصفح المواقع الإخبارية الإلكترونية الدولية واستخدام المواقع الإخبارية الإلكترونية الدولية للتصميم التفاعلي (Responsive Design) للموقع.

جدول (18) العلاقة بين ارتفاع معدل تصفح المواقع الإخبارية الإلكترونية الدولية واستخدام المواقع الإخبارية الإلكترونية الدولية للتصميم التفاعلي للموقع

المتغير	المتوسط	انحراف المعياري	معامل الارتباط	الاتجاه	القوة	ستوى الدلالة
معدل تصفح المواقع الإخبارية الإلكترونية الدولية	8.8	1.579	**0.405	طردي	متوسط	0.01
استخدام المواقع الإخبارية الإلكترونية الدولية للتصميم التفاعلي للموقع	25.9	3.371				

يتضح من الجدول السابق :

- وجود علاقة طردية متوسطة بين معدل تصفح المواقع الإخبارية الإلكترونية الدولية واستخدام المواقع الإخبارية الإلكترونية الدولية للتصميم التفاعلي للموقع، حيث كانت ($0.3 < r < 0.7$) وهي عند مستوى

0.01، أي انه كلما استخدمت المواقع الإخبارية الإلكترونية الدولية التصميم التفاعلي للموقع كلما ارتفع معدل تصفح الموقع الإخباري، ومما سبق يتضح تحقق الفرض الثاني كلياً.

3- توجد علاقة ارتباطية طردية ذات دلالة إحصائية بين معدل تصفح المواقع الإخبارية الإلكترونية الدولية ومدى الشعور بالثقة في المواقع الإخبارية الدولية.

جدول (19) العلاقة بين معدل تصفح المواقع الإخبارية الإلكترونية الدولية ومدى الشعور بالثقة في المواقع الإخبارية الدولية

المتغير	المتوسط	انحراف المعياري	معامل الارتباط	الاتجاه	القوة	ستوى الدلالة
معدل تصفح المواقع الإخبارية الإلكترونية الدولية	8.8	1.579	*0.138	طردية	ضعيف	0.01
مدى الشعور بالثقة في المواقع الإخبارية الدولية	13.1	1.823				

يتضح من الجدول السابق :

- وجود علاقة طردية ضعيفة بين معدل تصفح المواقع الإخبارية الإلكترونية الدولية ومدى الشعور بالثقة في المواقع الإخبارية الدولية، حيث كانت ($r > 0.3$) وهي عند مستوى 0.01، أي انه كلما زاد الشعور بالثقة في المواقع الإخبارية الدولية ارتفع معدل تصفح المواقع الإخبارية الإلكترونية الدولية، ومما سبق يتضح تحقق الفرض الثالث كلياً.

4- توجد علاقة ارتباطية طردية ذات دلالة إحصائية بين معدل تصفح المواقع الإخبارية الإلكترونية الدولية وتنوع استخدام الوسائط المتعددة في عرض المضمون الإخباري.

جدول (20) العلاقة بين معدل تصفح المواقع الإخبارية الإلكترونية الدولية وتنوع استخدام الوسائط المتعددة في عرض المضمون الإخباري

المتغير	المتوسط	انحراف المعياري	معامل الارتباط	الاتجاه	القوة	ستوى الدلالة
معدل تصفح المواقع الإخبارية الإلكترونية الدولية	8.8	1.579	*0.365	طردية	متوسط	0.01
تنوع استخدام الوسائط المتعددة في عرض المضمون الإخباري	3.6	1.510				

يتضح من الجدول السابق :

- وجود علاقة طردية متوسطة بين معدل تصفح المواقع الإخبارية الإلكترونية الدولية وتنوع استخدام الوسائط المتعددة في عرض المضمون الإخباري، حيث كانت ($r > 0.3$) وهي عند مستوى 0.01، أي انه كلما زاد تنوع استخدام الوسائط المتعددة في عرض المضمون الإخباري ارتفع معدل تصفح المواقع الإخبارية الإلكترونية الدولية، ومما سبق يتضح تحقق الفرض الرابع كلياً.

5- توجد علاقة ارتباطية طردية ذات دلالة إحصائية بين معدل تصفح المواقع الإخبارية الإلكترونية الدولية والخدمات التفاعلية المقدمة بالموقع.

جدول (21) العلاقة بين معدل تصفح المواقع الإخبارية الإلكترونية الدولية والخدمات التفاعلية المقدمة بالموقع

المتغير	المتوسط	انحراف المعياري	معامل الارتباط	الاتجاه	القوة	متوى الدلالة
معدل تصفح المواقع الإخبارية الإلكترونية الدولية والخدمات التفاعلية المقدمة بالموقع	8.8	1.579	0.421**	طردية	متوسط	0.01
	3.8	1.971				

يتضح من الجدول السابق :

- وجود علاقة طردية متوسطة بين معدل تصفح المواقع الإخبارية الإلكترونية الدولية والخدمات التفاعلية المقدمة بالموقع، حيث كانت $(0.3 < r < 0.7)$ وهي عند مستوى 0.01، أي أنه كلما زاد استخدام الخدمات التفاعلية المقدمة بالموقع ارتفع معدل تصفح المواقع الإخبارية الإلكترونية الدولية، ومما سبق يتضح تحقق الفرض الخامس كلياً.

6- توجد علاقة ارتباطية طردية ذات دلالة إحصائية بين معدل تصفح المواقع الإخبارية الإلكترونية الدولية ومدى توافر معايير المصادقية في المواقع الإخبارية الدولية.

جدول (22) العلاقة بين معدل تصفح المواقع الإخبارية الإلكترونية الدولية ومدى توافر معايير المصادقية في المواقع الإخبارية الدولية

المتغير	المتوسط	انحراف المعياري	معامل الارتباط	الاتجاه	القوة	متوى الدلالة
معدل تصفح المواقع الإخبارية الإلكترونية الدولية ومدى توافر معايير المصادقية في المواقع الإخبارية الدولية	8.8	1.579	0.521**	طردية	متوسط	0.01
	38.3	5.245				

يتضح من الجدول السابق :

- وجود علاقة طردية متوسطة بين معدل تصفح المواقع الإخبارية الإلكترونية الدولية ومدى توافر معايير المصادقية في المواقع الإخبارية الدولية، حيث كانت $(0.3 < r < 0.7)$ وهي عند مستوى 0.01، أي أنه كلما زاد توافر معايير المصادقية في المواقع الإخبارية الدولية ارتفع معدل تصفح المواقع الإخبارية الإلكترونية الدولية، ومما سبق يتضح تحقق الفرض السادس كلياً.

7- توجد علاقة ارتباطية عكسية ذات دلالة إحصائية بين معدل تصفح المواقع الإخبارية الإلكترونية الدولية ومدى مواجهة صعوبات خلال تصفح المواقع الإخبارية الإلكترونية الدولية.

جدول (23) العلاقة بين معدل تصفح المواقع الإخبارية الإلكترونية الدولية مدى مواجهة صعوبات خلال تصفح المواقع الإخبارية الإلكترونية الدولية

المتغير	المتوسط	نحرف المعيا	معامل الارتباط	الاتجاه	القوة	ستوى الدلالة
معدل تصفح المواقع الإخبارية الإلكترونية الدولية	8.8	1.579	-0.140**	عكسي	ضعيف	0.01
مدى مواجهة صعوبات خلال تصفح المواقع الإخبارية الإلكترونية الدولية	1.4	0.483				

أبرز نتائج الدراسة:

- 1- كشفت نتائج الدراسة أن غالبية المواقع الإخبارية الدولية عينة الدراسة (موقع BBC عربي، وموقع CNN عربي)، ما هي إلا أداة من أدوات السياسة الخارجية للبلاد، وأداة لتوجيه الرأي العام في الوطن العربي.
- 2- اتسمت مواقع الدراسة باستخدام التصميم التفاعلي (Responsive Web Design) ، الذي يتلاءم مع مقاسات الشاشات المختلفة، وهو اتجاه حديث يخدم العملية التصميمية للمواقع الإلكترونية، وهو من أهم عوامل زيادة يُسر استخدام المواقع الإلكترونية والتي تساعد بدورها على زيادة أعداد المستخدمين.
- 3- اعتمدت أغلب مواقع الدراسة على أسلوب البوابة في إخراج الموضوعات على الصفحة الرئيسية، ويعد أسلوب البوابة الأسلوب الأمثل لتصميم الصفحات الرئيسية في الصحف الإلكترونية، والأسلوب الأفقي في عرض النصوص على الصفحة الرئيسية بالموقع.
- 4- استفادت المواقع الإخبارية الدولية من العناصر البنائية التي يقدمها الانترنت حيث تميزت بتنوع العرض الإخباري ما بين مكتوب ومسموع ومرئي وبث مباشر.
- 5- أظهرت نتائج الدراسة توظيف مواقع الدراسة للوسائط المتعددة في معالجة المضمون الإخباري وتناول العديد من أشكال السرد الرقمي المستخدمة في عرض المضمون الإخباري كالشكل النص الرقمي متعدد الوسائط: (الصور الثابتة المصاحبة للنص)، والشكل التفاعلي: (كمقاطع الفيديو)، والشكل الذي يعتمد على عرض الشرائح: (معرض الصور)، والشكل العرض السري باستخدام الشرائح: (انفوجرافيك - فيديو جرافيك)، والبث المباشر: (البث المباشر للبرامج التلفزيونية والنشرات الإخبارية)، والقصص المسموعة: (ملفات البودكاست الصوتية)، وهو ما زاد من ثراء المواقع الإخبارية الدولية وساعد في جذب أعداد متصفحها.

- 6- أكدت نتائج الدراسة على عدم إلتزام موقعي (BBC عربي، CNN عربي) بالتغطية الشاملة والمتكاملة للحدث، وعدم تلبية احتياجات الجمهور الموجه له في الوطن العربي، والاتجاه السلبي بنسبة 70% في معالجة المواد الإخبارية المتعلقة بصورة الإسلام، ونشر أخبار سلبية تضر بصورة الإسلام.
- 7- اتسمت تغطية موقع BBC عربي الإخبارية بالتحيز وعدم التوازن في الطرح الإخباري لصالح فرنسا إزاء تداعيات حدث (مقتل معلم فرنسي إثر عرضه رسوم مسيئة للرسول صلى الله عليه وسلم)، وهو ما توافق مع السياسة الخارجية لبريطانيا، وهو ما أكد على أنه أداة من أدوات السياسة الخارجية لبريطانيا.
- 8- انفرد موقع روسيا اليوم بالتوازن في العرض وعدم التحيز، وعدم التعقيم على الأخبار لصالح جهة ما، والتغطية المتكاملة والشاملة للحدث، وتلبية احتياجات الجمهور الموجه له الخطاب الإعلامي في الوطن العربي، ونشر صورة إيجابية ومتوازنة عن الإسلام.
- 9- كشفت نتائج الدراسة اعتماد موقعي (روسيا اليوم، BBC عربي) في استخدام الأساليب الإقناعية الرقمية في معالجة المضمون الإخباري على الأساليب المنطقية بشكل أساسي، حيث اعتمد على دعم المضمون الإخباري بروابط تشعبية كأدلة منطقية، بالإضافة إلى استخدام الوسائط المتعددة التي تستخدم كأدلة في دعم مصداقية المضمون الإخباري، وانفرد موقع BBC عربي بعرض وجهات النظر المختلفة والربط بآراء من موقع تويتر داخل سياق المادة الإخبارية، كما انفرد موقع روسيا اليوم بالإلتزام بذكر مصدر الخبر أسفل الخبر في كافة الأخبار المقدمة بالموقع.
- 10- أوضحت نتائج الدراسة اعتماد موقع CNN عربي في استخدام الأساليب الإقناعية في معالجة المضمون الإخباري على الأساليب العاطفية بشكل أساسي وعلى الإثارة في عرض الموضوعات الإخبارية وعرض وجهة النظر الواحدة في معالجة المضمون، وهو ما يضعف من مصداقية المضمون الإخباري.
- 11 - أكدت نتائج الدراسة استخدام مواقع الدراسة تقنيات السرد التفاعلي أو (الكتابة التفاعلية) في استخدام الوسائط الفائقة والرسوم المعلوماتية (الصور المصاحبة للنص-مقاطع الفيديو داخل سياق نص المادة الإخبارية - الخرائط والرسوم البيانية الإيضاحية المصاحبة للمادة الإخبارية)، كما استخدمت الوصلات الفائقة وتفعيل الكلمات النشطة (موضوعات ذات صلة بالموضوع الإخباري - كلمات نشطة والربط بآراء من موقع تويتر داخل سياق نص المادة الإخبارية)، في حين لم يستخدم موقع روسيا اليوم الربط بآراء من موقع تويتر داخل سياق نص المادة الإخبارية.

12- أوضحت نتائج الدراسة التزام مواقع الدراسة باستخدام التقنيات المستحدثة والتي تعد أبرز معايير بناء المواقع الإلكترونية الإخبارية وأهم ركائز البلاغة الرقمية (التفاعلية - والنص التشعبي - والوسائط المتعددة)، بالإضافة إلى معيار الحالية.

أبرز مقترحات الدراسة :

أولاً - فيما يتعلق بتصميم المواقع الإخبارية ويُسر الاستخدام:

1- مراعاة استخدام التصميم التفاعلي (Responsive Web Design)، الذي يتلاءم مع مقاسات الشاشات المختلفة، وهو اتجاه حديث من الاتجاهات التي تخدم العملية التصميمية للمواقع الإلكترونية، كما يتميز التصميم التجاوبي أو التفاعلي بقدرته على الوصول إلى أكبر شريحة من مستخدمي الويب، حيث أنه من أهم عوامل زيادة يُسر استخدام المواقع الإلكترونية والتي تساعد بدورها على زيادة أعداد المستخدمين.

2- مراعاة ترك مساحة بيضاء على جانبي الصفحة الرئيسية، حيث يساعد في يُسر استخدام الموقع الإخباري وإراحة عين القارئ في الاطلاع على المحتوى الإخباري في الصفحة الرئيسية، وذلك حيث يجعل المحتوى الإخباري داخل مجال رؤية عين القارئ دون الحاجة للفت عين القارئ يميناً ويساراً لمتابعة المحتوى الإخباري على يمين ويسار الصفحة.

3- مراعاة استخدام أسلوب البوابة في إخراج الموضوعات على الصفحة الرئيسية، حيث يعد أسلوب البوابة الأسلوب الأمثل لتصميم الصفحات الرئيسية في الصحف الإلكترونية، وهو من الأساليب الحديثة الذي تعتمد عليه الصحف الإلكترونية وتؤكد عليه الأدبيات والدراسات بشكل عام.

ثانياً: فيما يتعلق بالسرد الرقمي والكتابة التفاعلية بالمواقع الإخبارية :

1- ضرورة استخدام المواقع الإخبارية تقنيات السرد التفاعلي أو (الكتابة التفاعلية)، وذلك باستخدام الوسائط الفائقة والرسوم المعلوماتية، واستخدام الوصلات الفائقة وتفعيل الكلمات النشطة (موضوعات ذات صلة بالموضوع الإخباري - كلمات نشطة والربط بآراء من موقع تويتتر داخل سياق نص المادة الإخبارية).

2- مراعاة استخدام المواقع الإخبارية التقنيات المستحدثة والتي تعد أبرز معايير بناء المواقع الإلكترونية الإخبارية، وأهم ركائز البلاغة الرقمية (التفاعلية - والنص التشعبي - والوسائط المتعددة)، بالإضافة إلى استخدام معيار الحالية أو الآنية.

3- ضرورة استخدام الأساليب الإقناعية الرقمية في معالجة المضمون الإخباري (المنطقية - والعاطفية)، ودعم المضمون الإخباري بروابط تشعبيية واستخدام الوسائط المتعددة كأدلة منطقية وعاطفية، والتي تُستخدم كأدلة في دعم مصداقية المضمون الإخباري.

- 4- تدريب كوادر مهنية قادرة على التعامل مع الكتابة التفاعلية وتقنيات السرد الرقمي وإتقان استخدام التقنيات المستحدثة بالشكل الأمثل في المواقع الإخبارية.
- رابعاً: - فيما يتعلق بمصادقية المواقع الإخبارية الدولية الموجهة بالعربية:
1. مراعاة التوازن في الطرح الإخباري وعدم التحيز والتعظيم على الأخبار لصالح جهة ما، والإلتزام بالتغطية المتكاملة والشاملة للحدث.
 2. تلبية احتياجات الجمهور الموجه له الخطاب الإعلامي في الوطن العربي، ونشر صورة صحيحة وإيجابية ومتوازنة عن الإسلام، وعدم التركيز على الاتجاه السلبي في معالجة المواد الإخبارية المتعلقة بصورة الإسلام، ومراعاة عدم نشر أخبار سلبية تضر بصورة الإسلام.
 3. ضرورة مراعاة الثقافة العربية والإسلامية في الخطاب الإعلامي الموجه للوطن العربي، والبعد عن نشر الشائعات التي تضر برموز الأمة الإسلامية في الطرح الإخباري.
 4. مراعاة البعد عن نشر مواد إخبارية تتعلق بموضوعات دينية لإثارة البلبله بعرض الآراء المتضاربة حول موضوعات دينية لا تقبل النقاش أو الشك حولها بهدف إثارة البلبله في الرأي العام في الوطن العربي.

قائمة المصادر والمراجع:

أولاً: المصادر والمراجع العربية:

1. البيسوني، نهى صلاح السيد (2018). "واجهة المستخدم للموقع الإلكتروني المتجاوب بين التصميم المسطح والتصميم المادي". (مجلة العمارة والفنون، المجلد (3)، ع 12، الجزء (1) - أكتوبر 2018).
2. جبارة، صفاء. (2009). الخطاب الإعلامي بين النظرية والتحليل. ط1. (عمان: دار أسامة).
3. حسان، سامح مصطفى (2015). "إخراج الموضوعات الصحفية المعلوماتية إلكترونياً بأسلوب السرد التفاعلي": دراسة حالة على جريدة نيويورك تايمز. (مجلة الفنون والعلوم التطبيقية، مج2، ع1). ص ص 281-292.
4. راحلة، أحمد زهير، (2017). "البلاغة الرقمية والنصوص الترابطية: رواية ظلال العاشق لمحمد سناجلة نموذجاً". (المجلة الأردنية في اللغة العربية وآدابها، مج 13، ع 26).
5. رمضان، محمد عبدالفتاح محمود (2017). " دور اتجاهات التصميم في زيادة قابلية استخدام المواقع الإلكترونية التجارية بالأردن". رسالة ماجستير غير منشورة. (الأردن: جامعة الشرق الأوسط، كلية العمارة والتصميم، قسم التصميم الجرافيكي).
6. السيد، ليلي حسين (2005). استطلاع رأي الإعلاميين تجاه قناة الحرية الفضائية الأمريكية. دراسة مسحية. (المؤتمر العلمي الأول لأكاديمية الدولة لعلوم الإعلام: الفضائيات العربية ومتغيرات العصر، الدار المصرية اللبنانية، القاهرة، يناير 2005). ص ص 203-248.
7. عبد الحق، بن جديد (2017). "التقنيات المستحدثة في تشكيل مواقع الصحف الإنترنت": دراسة تحليلية. (مجلة آفاق العلوم، ع 8). ص ص 50-62.
8. الفضائية الناطقة بالعربية جسور تواصل أم ترويج لثقافة أجنبية؟، (مجلة الإذاعات العربية)، مقال منشور على الإنترنت بتاريخ 2010/7/31، متاح على الموقع: <http://aafaqcenter.com/post/234>، تم الاطلاع عليه بتاريخ 2017/11/22، بتوقيت 03:50م.
9. محمد، مروة عطية (2017). "توظيف تقنيات السرد التفاعلي في بناء الهيكل المعلوماتي للقصص الإخبارية المنشورة على شبكة الإنترنت": دراسة تحليلية مقارنة. (المجلة العربية لبحوث الإعلام والاتصال، ع 17). ص ص 202-221.
10. الموسى، مشارى (2016). " نحو بلاغة رقمية تنظيراً وتطبيقاً تويتر نموذجاً": دراسة في ضوء رؤية أرسطو. (مجلة جامعة أم القرى لعلوم اللغات وآدابها، ع 16). ص ص 155-190.

ثانياً: المصادر والمراجع الأجنبية:

1. Du Plessis. (2013). "An exploration of digital rhetoric in a social network environment". *Communicare*, volume 32(1): 1- 20.
2. Eyman, D. **Digital Rhetoric: Theory, Method, Practice**. Digital culture books, available at: <http://dx.doi.org>
3. Liu, C. (2016). "Reviewing the Rhetoric of Donald Trump's Twitter of the 2016 presidential Election". **MA Thesis**. Jonkoping University.
4. Pérez, A. (2013). "Postear retorica: análisis de caso de dos publicaciones en Taringa". *Revista Iberoamericana de Argumentación* (6): 1- 38.
5. Roger D., & Joseph R. (2006). **Mass media research: an introduction**. 8th Ed. (USA: ThomasonWadsworth).
6. Top Sites ranking for all categories in Egypt (July 2020) – Similar Web. Available at: <https://www.similarweb.com>. Retrieved at: 19/8/2020.
7. Zappen, James P. (2005). *Digital Rhetoric: Toward an Integrated Theory*. (**Technical Communication Quarterly**, 14(3)), p 321.

(*) السادة المحكمون ، مرتبة حسب الترتيب الأبجدي:

- أ.د/ سعيد الغريب النجار: أستاذ الإعلام بكلية الإعلام جامعة القاهرة.
- أ.م.د/ سعيد نجيدة: أستاذ الإعلام المساعد بكلية الآداب والعلوم الانسانية بجامعة الملك عبد العزيز، وكلية الآداب جامعة الزقازيق.
- أ.د/ شريف درويش اللبان: أستاذ الإعلام وتكنولوجيا الاتصال، ورئيس قسم الصحافة بكلية الإعلام جامعة القاهرة.
- أ.د/ عادل فهمي: أستاذ الإعلام بكلية الإعلام جامعة القاهرة.
- أ.د/ عوني عبد الموجود قنديل: أستاذ الإعلام وتكنولوجيا الاتصال، وعميد المعهد الدولي للصحافة وعلوم الأخبار، ورئيس المركز القومي للبحوث.
- أ.د/ وائل اسماعيل عبد الباري: أستاذ الإعلام بجامعة عين شمس.