

دور الوسائط المتعددة في تحقيق وظائف الأنترنت في العالم العربي

العرياق خليفة*

مقدمة

لقد اهتمت نظريات الاتصال في بداية ظهورها بالرسالة الاتصالية، وأغفلت وسيلة الاتصال التي تحملها، تسليما منها بأن الوسيلة حيادية ولا أثر لها في عملية الاتصال. وظل الحال هكذا، إلى أن جاءت سنوات الستينات من القرن الماضي معلنة عن ميلاد نظرية جديدة قلبت الموازين مرجحة الكفة لصالح الوسيلة على حساب الرسالة، حيث استحويت مسلمة حياد الوسيلة، ونادت بالاهتمام بها وإغفال ما تحمله من رسالة. وقد تصور هذه النظرية العالم الكندي مارشال ماكلوهان (Marshall McLuhan) وأوجزها في عبارته الشهيرة "الوسيلة هي الرسالة"، محدثا بها ثورة في علوم الإعلام والاتصال.

وبالرغم من غلو ماكلوهان في تصوره لأثر الوسيلة بإهماله الكامل لأثر الرسالة، إلا أنه قد أشار في نظريته إلى جوانب تثير الاهتمام بالوسيلة، خصوصا الأنترنت التي اكتسحت مجتمعا المعاصر «مجتمع المعلومات الذي بدأ يتحول إلى مجتمع الأنترنت»⁽¹⁾، لأن «ما كتبه ماكلوهان حول المعلومات واتصالات التكنولوجيا الحديثة، تزامن "تاريخيا" و"معلوماتيا" مع ظهور الأنترنت في أواخر الستينات»⁽²⁾، لذلك «يعتبر ماكلوهان لدى الكثيرين بمثابة الأب الروحي "المعلوماتي" لنظريات العصر الإلكتروني المعلوماتي الذي نعيشه اليوم»⁽³⁾.

إن ماكلوهان ينظر إلى وسائل الاتصال على أنها امتدادات لحواس الإنسان⁽⁴⁾. وهو يرى أن اكتشاف الكهرباء أدى إلى خلق امتدادات كثيرة ومختلفة وفعالة في الاتصال⁽⁵⁾. وقد تنبأ بـ «أن الشبكات الإلكترونية ستكون بمثابة امتداد للنظام العصبي المركزي للإنسان»⁽⁶⁾. ولم يكن ماكلوهان أول من قال أن «الأشياء التي نكتب عليها كلماتنا لها أهمية أكبر من الكلمات نفسها»، ولكن الطريقة التي قدم بها هذه الفكرة مستحدثة، فهو يقول أن «الوسيلة الإعلامية تسبب تدليكا للحواس»⁽⁷⁾، حيث أن كل وسيلة تستعيد حواسنا بشكل معين عن طريق فرض ترتيب خاص في استعمالها، ويعبر ماكلوهان عن هذا بقوله: «الوسيلة هي التدليك» (The Medium is the Massage). وهذا يعني أن آثار التكنولوجيا تكون على مستوى روابط الحواس ونماذج الإدراك حيث تغيرها تدريجيا ودون أن تواجه أقل مقاومة⁽⁸⁾.

* - أستاذ بجامعة حسنية بن بوعلي، جامعة الشلف/ماجستير إعلام واتصال/ إشراف أ.د عمار يزلي

توجد علاقة بين هذا الشكل الذي تستعيد به الوسيلة الحواس والحياة النفسية للأفراد، فحسب ماكلوهان يولد البصر خبرات أكثر من نوع تحليلي وعقلي، في حين أن السمع واللمس يساعدان أكثر على خبرات عاطفية وحدسية⁽⁹⁾. وبالتالي فهو ينظر إلى وسائل الاتصال من جانب سيكولوجي، حيث يرى أنها تؤثر في نظام الأفراد الحسي (فسيولوجيا) الذي ينعكس (سيكولوجيا) على سلوكياتهم الاجتماعية⁽¹⁰⁾، وهذا بغض النظر عن الرسائل التي تنقلها.

يررر ماكلوهان نظريته هذه لوسائل الاتصال بأمر كثيرة أهمها أن رسالة أي وسيلة هي دائما وسيلة أخرى؛ فعملية التفكير هي مضمون الكلام، والكلام هو مضمون الكتابة، والكلمة المكتوبة هي مضمون المطبوع، والمطبوع هو مضمون التلغراف...، فمضمون الظروف الجديدة إذن هي الظروف الأقدم⁽¹¹⁾، وعليه فالوسيلة عندما تكون جديدة هي الرسالة، هي التي تؤثر في المجتمع وتجعله يسلك سلوكا جديدا.

وقد اشتهر ماكلوهان بتقسيمه لوسائل الاتصال إلى وسائل "ساخنة" ووسائل "باردة". وقد بنّا تقسيمه هذا على أساس درجة المشاركة (التفاعل) التي تتطلبها الوسيلة من المستعمل؛ فإن كانت درجة المشاركة قوية فإن الوسيلة باردة، وإن كانت درجة المشاركة ضعيفة فإن الوسيلة ساخنة. ويتم تحديد درجة المشاركة من خلال الحواس التي تمدها هذه الوسيلة ودرجة المعلومات الجاهزة التي تزود بها المستعمل. فتكون المشاركة قوية عندما تمدد الوسيلة في آن واحد وبعمق عدة حواس، ولا تزود المستعمل إلا بدرجة ضعيفة من المعلومات الجاهزة. بينما تكون ضعيفة عندما تمدد الوسيلة حاسة واحدة، وتزود المستعمل بدرجة عالية من المعلومات الجاهزة⁽¹²⁾. ومن ثم فالفكرة الأساسية هي أن الوسيلة الساخنة "تبعد" لأنها تقدم المضمون الإعلامي "جاهزا" إلى حد ما مما يقلل احتياج المستعمل للخيال، والوسيلة الباردة "تقرب" أو "تستوعب" لأن المستعمل يحتاج فيها لقدر كبير من الخيال⁽¹³⁾. لقد ذهب ماكلوهان إلى هذا كله، وهو لم يشهد سوى ما أحدثه التلفزيون من تغييرات في السلوك الفردي والاجتماعي مقارنة بما أحدثته وسائل الاتصال التي سبقتها. فكيف سيكون موقفه لو شهد ما أحدثته اليوم الأنترنت من تغييرات في ذلك، قد لا تقارن في شدتها بتلك التي أحدثها التلفزيون، حتى صار المجتمع المعاصر على إثرها يعرف بـ "مجتمع المعلومات"، أو بالأحرى "مجتمع الأنترنت"⁽¹⁴⁾. لا شك أنه لو شهدا لازداد غلوا في الاهتمام

بالوسيلة وتهميشا للرسالة، لأن الأنترنت لا تختلف كثيرا في الرسائل التي تحملها عن وسائل الاتصال التقليدية، وإنما تختلف كثيرا عنها في الشكل الذي تعبر به عن تلك الرسائل، ففضلا عن قدرتها على التعبير عنها بجميع الوسائط، تضفي تفاعلا على هذا التعبير لم يسبق له مثيل.

فبناء على نظرة ماكلوهان لوسائل الاتصال، تعد الأنترنت وسيلة اتصال كهربائية يمد بها المستخدم عدة حواس (السمع والبصر واللمس...)، حتى أنه يمد بها عقله، لأن ماكلوهان يعتبر الحاسوب امتدادا للدماغ⁽¹⁵⁾، بل يمد بها نظامه العصبي المركزي باعتبارها شبكة إلكترونية كما سلف ذكره. وهي تستعيد تلك الحواس بالشكل الذي يريده المستخدم ولا تفرض عليه ترتيبا خاصا في استعمالها. كما أنها تتضمن الوسائل الأخرى التي سبقها حيث يمكن اعتبارها «وسيط الوسائط، وهي كذلك بالفعل...»⁽¹⁶⁾. فضلا عن أنها وسيلة باردة جدا تتطلب درجة مشاركة كبيرة جداً⁽¹⁷⁾، وكل هذا يدل على أنها وسيلة فعالة جدا في الاتصال، والفضل في ذلك يعود إلى استخدامهما للوسائط المتعددة التي تُعتبر «ثورة حقيقية في هذا المجال تعادل الثورة التي أحدثها "جوتنمبرج" باختراع الطباعة...»⁽¹⁸⁾، حيث يبدو أن الإنسان انتقل على إثرها من مرحلة العودة إلى الاتصال الشفوي، كما سماها ماكلوهان، إلى مرحلة، سماها عزي عبد الرحمن، بمرحلة الاتصال التفاعلي⁽¹⁹⁾.

بما أن «ماكلوهان لم يقدم تحليلا للجوانب الاجتماعية أو السيكولوجية لآثار هذه الأوساط الإلكترونية»⁽²⁰⁾، رغم «أنه كشف عن جوانب مهمة لتأثيراتها الفسيولوجية في الإنسان»⁽²¹⁾، فإن هناك حاجة إلى دراسات علمية تتكفل بإثبات فضل الوسائط المتعددة في فعالية الاتصال عن طريق الأنترنت أو نفيه. ومن هنا أُعدَّت الدراسة الحالية لمحاولة البحث في أثر أو تأثير الأنترنت في المتلقي نتيجة استخدامهما للوسائط المتعددة. وبما أن «التأثيرات من وجهة نظر المتلقي هي نفسها الوظائف أو الأهداف من وجهة نظر المؤسسات والقائم بالاتصال...»⁽²²⁾، فإن تأثير الأنترنت في المتلقي نتيجة استخدامهما للوسائط المتعددة هو نفسه تحقيق الأنترنت لوظائفها نتيجة ذلك.

وبناء عليه أُتِّجِه في هذه الدراسة إلى محاولة التعرف على مدى إسهام الوسائط المتعددة في تحقيق وظائف الأنترنت لأن ذلك مهم، من الناحية العلمية، لبيان الدور الإيجابي للوسائط المتعددة في عملية الاتصال، وكذلك للكشف عن العوامل المساهمة في تحقيق

د.العراق خليفة

وظائف الأنترنت، فضلا عن أنه مهم لتوضيح العلاقة الإيجابية للشكل، الذي يُعبّر به عن محتوى وسيلة الاتصال، بتحقيق وظائفها، حيث أن «الشكل ينعكس مباشرة في المضمون، وهذه قضية معرفية ثقافية... فالشكل الثقافي عموما هو مضمونه بصورة أو بأخرى... لذلك أرى أن مكلوهان حين قال بأن الوسيلة الاتصالية هي مضمونها، لم يزد عن هذه القضية سوى أنه أثارها من الناحية التقنية المعلوماتية»⁽²³⁾. أما من الناحية العملية، فلا يخفى أن التعرف على ذلك مفيد لتبصير القارئ بالاتصال عن طريق الأنترنت بالدور الإيجابي للوسائط المتعددة في تحقيق أهدافهم الوظيفية، لعل ذلك يثير أو يزيد من اهتمامهم باستخدامها، خاصة في عالمنا العربي.

1. إشكالية الدراسة

قد أنطُلِق في هذه الدراسة من إشكالية الكثرة والتزايد السريع والمستمر لجمهور مستخدمي الأنترنت عبر العالم، حيث فاق عددهم، في نهاية شهر سبتمبر من عام 2009م، مليار وسبع مئة مليون مستخدم⁽²⁴⁾، رغم أن عمر الأنترنت كشبكة عامة لم يتجاوز، حينها، خمسة عشر عاما⁽²⁵⁾. ويمكن تفسير هذه الكثرة وهذا التزايد، على ضوء المدخل الوظيفي، بتحقيق الأنترنت لوظائفها، لأن تحقيق وسيلة الاتصال لوظائفها يعتبر دافعا للجمهور إلى استخدامها لإشباع حاجاته. وبما أن تلك الكثرة وذلك التزايد قد تزامنا مع شيوع استخدام الوسائط المتعددة على الأنترنت، فيبدو أن هذا الاستخدام يُسهم في تحقيق وظائفها. لكن هذا الاستنتاج يحتاج إلى استقراء للتأكد منه، لذلك أعدت هذه الدراسة لاستقرائه، وذلك من خلال الإجابة الميدانية على السؤال التالي:

ما مدى إيجابية دور الوسائط المتعددة في تحقيق وظائف الأنترنت؟

2. مفاهيم الدراسة:

وبالنظر إلى ظاهر هذا السؤال، اتَّضَحَ أن هذه الدراسة تنبني على ثلاثة مفاهيم

أساسية:

فالمفهوم الأول هو "الأنترنت"، ويمكن تعريفها بأنها شبكة حواسيب عالمية مركبة من شبكات حواسيب أصغر حجما منها، حيث تسمح هذه الشبكة لكل الحواسيب المرتبطة بها أن تتبادل محتوياتها بوسائط متعددة لتحقيق وظائف معينة.

وقد بدأ استخدام الوسائط المتعددة على الأنترنت في تسعينات القرن الماضي⁽²⁶⁾. وأكثر تطبيقات الأنترنت استخداما للوسائط المتعددة هي تطبيق الويب، حيث أضفى ذلك على محتوياتها مزيدا من الجمالية والخدمات والتفاعلية⁽²⁷⁾. بينما أفضل طرق الاتصال بالأنترنت نقلا للوسائط المتعددة إلى جمهور المستخدمين العام هي طريقة خط المشترك الرقمي غير المتماثل (ADSL)⁽²⁸⁾، وهي تعد الطريقة الرئيسية المستخدمة في خدمة الأنترنت في العالم العربي⁽²⁹⁾.

أما المفهوم الثاني فهو "وظائف الأنترنت"، ويقصد بها إشباع محتويات الأنترنت لحاجات مستخدميها. حيث استخدمت الحاجة، هنا، بمعنى عام يتمثل في الافتقار إلى شيء يحقق وجوده الإشباع.

فالاستخدام المتعدد الأوجه للأنترنت، الناتج عن تعدد تطبيقاتها، قد منح لها وظائف متنوعة، أبرزها:

- أ. الوظيفة الإعلامية التي تُشبع الحاجة إلى معرفة ما يحصل من أحداث وما يجري من وقائع.
- ب. الوظيفة الاجتماعية التي تُشبع الحاجة إلى تبادل معلومات وأفكار ومشاعر مع الغير.
- ج. الوظيفة التسويقية والتجارية التي تُشبع الحاجة إلى معرفة ما يعرض من سلع وما يقدم من خدمات في السوق وشرائها.
- د. الوظيفة المعرفية والتعليمية التي تُشبع الحاجة إلى اكتساب معارف وتعلم علوم.
- هـ. الوظيفة التوظيفية التي تُشبع الحاجة إلى التعرف على الوظائف الشاغرة وطلبها والحصول عليها بل حتى القيام بها.
- و. الوظيفة الترفيهية التي تُشبع الحاجة إلى الترويح عن النفس وشغل وقت الفراغ.
- ز. الوظيفة الإدارية التي تُشبع الحاجة إلى معرفة الخدمات التي تقدمها الأجهزة الإدارية للدولة أو الحكومة والاستفادة منها.

غير أن تحديد كل وظيفة على حدا، بهذا الشكل، لا يعني أن وظائف الأنترنت منفصلة عن بعضها، بل هي متصلة، حيث يخدم بعضها بعضا. وهي تمتاز، عموما، بشموليتها للعالم أجمع، وبعدم خضوعها لرقابة أي سلطة.

وأما المفهوم الثالث فهو "الوسائط المتعددة" (Multimédia)، أو كما يعرفه البعض بـ "مِلْتيميديا"، ويمكن تعريفها بأنها جمع الأنترنت، للتعبير عن محتوياتها، بين ثلاثة

وسائط فأكثَر⁽³⁰⁾، من نصوص ورسوم ثابتة ومتحركة وصور وأصوات وفيديو، جمعا تكامليا، حيث تنسجم هذه العناصر فيما بينها للتعبير عن المحتوى، وتفاعليا، حيث يستعرضها المستخدم كما يريد.

فالوسائط المتعددة، بناء على هذا التعريف، يمكنها أن تجمع بين ثلاثة وسائط معا في شكل نصوص وصور وأصوات، أو في شكل نصوص وصور وفيديو، أو في شكل نصوص وأصوات وفيديو، أو في شكل صور وأصوات وفيديو، كما يمكنها أن تجمع بين أربعة وسائط معا في شكل نصوص وصور وأصوات وفيديو.

رغم أن الوسائط المتعددة تبدو شبيهة بالفيديو في خاصية الجمع التكاملي بين ثلاثة وسائط فأكثَر، لأن الفيديو هو الآخر يستطيع الجمع بين ذلك، إلا أن تَمَيُّز الوسائط المتعددة يظل في خاصية الجمع التفاعلي. حيث يرى تييري لانسيان (*Thierry Lancien*) أن الاختلاف الجوهرى بين الوسائط المتعددة والفيديو لا يكمن في "التعدد القنوات" (*multicanalité*)، لكنه يكمن في التفاعلية (*interactivité*) التي تختص بها الوسائط المتعددة دون الفيديو، بحكم أن الفيديو لا يسمح للمشاهد سوى بتقديمه للأمام أو إرجاعه للخلف⁽³¹⁾، في حين أن الوسائط المتعددة تتيح للمستخدم اختيار طريقة العرض من عدد لا نهائى من الطرق، وذلك بفضل احتوائها على روابط التشعب.

قد أشار إلى هذا أريك هولسينجر (*Arice Holsinger*) حين عرف الوسائط المتعددة بأنها «خليط من الصوت والفيديو والرسم والنص، وما يميز هذا الخليط هو التفاعلية، وذلك العنصر الأساسى في تحديد الوسائط المتعددة بعكس نظام التلفزة»⁽³²⁾. ويدعم هذا ما ورد في "قاموس المصطلحات الكبير" (*GDT*) من أن الوسائط المتعددة قد وُلدت من اقتران التفاعلية بالسمعي البصري (*audiovisual*)⁽³³⁾. فالمستخدم للوسائط المتعددة، إذن، ليس مشاهدا فقط، بل هو فاعل أيضا، حيث «يستطيع أن يطلق على هواه هذه الحركة أو تلك ويُبحر عبر بناء شجراني متفرع»⁽³⁴⁾. ولعل هذا هو سر تفوق الوسائط المتعددة على الفيديو في فعالية الاتصال⁽³⁵⁾، لأن المتلقي يدرك ما يراه ويسمعه ويفعله أفضل مما يراه ويسمعه فقط.

تُعَدُّ الرقمنة مفتاح الوسائط المتعددة، حيث بفضلها صارت مختلف الوسائط ذات طبيعة متشابهة (رقمية) رغم أنها في الأصل ذات طبيعة مختلفة. بينما يعتبر الحاسوب

صانع الوسائط المتعددة ومحركها، حيث أمكن من خلاله جمع مختلف الوسائط على حامل واحد بشكل تكاملي ومنح المستخدم حرية استعراضها عليه بشكل تفاعلي. أما الأنترنت، فهي أفضل حاملي الوسائط المتعددة، بحكم ما تُوفّره من سعة تخزين عالية، وترابط واسع، ووصول غير محدود للمستخدمين إليها.

3. أسئلة الدراسة

بالتأمل في باطن السؤال- المطروح في الإشكالية، تجلّى أنه يتفرّع إلى أربعة أسئلة:

- أ- ما مدى استخدام الوسائط المتعددة على الأنترنت؟
- ب- هل للوسائط المتعددة دور إيجابي في تحقيق وظائف الأنترنت؟
- ج- إذا كان لها دور إيجابي، فما حجمه؟
- د- وفيما يتمثل؟

4. أهداف الدراسة

وبناء على هذه الأسئلة، حُصرت أهداف الدراسة في التعرف على:

- أ- مدى استخدام الوسائط المتعددة على الأنترنت.
- ب- حقيقة وجود دور إيجابي للوسائط المتعددة في تحقيق وظائف الأنترنت.
- ج- حجم هذا الدور إذا وُجد.
- د- طبيعة هذا الدور.

5. الدراسات السابقة

عند الرجوع إلى ما سبق من دراسات، لم يُوقَف إلا على ثلاث دراسات تناولت الوسائط المتعددة على الأنترنت، وهي:

أ. دراسة شيام ساندار⁽³⁶⁾: هي دراسة أعدها الباحث عام 2000م للتعرف على آثار الوسائط المتعددة على تذكر محتويات الأخبار والإعلانات على الخط، وعلى الاتجاه نحو مواقعها، وذلك بتطبيق المنهج التجريبي على عينة عشوائية مكوّنة من ستين (60) طالبا من طلاب الاتصال. وقد وَصَلَ فيها الباحث عموما إلى أن استخدام الوسائط المتعددة له آثار إيجابية فقط على تذكر محتويات الإعلانات.

ب. دراسة سانكي لي وآخرين⁽³⁷⁾: هي دراسة أجراها الباحثون عام 2004م للتعرف على آثار الوسائط المتعددة والإثارية (وهي خاصية الخبر الذي يصعب تصديقه) على تذكر محتويات

الأخبار على الخط، وعلى درجة تقييمها، وعلى الاتجاه نحو مواقعها، مطبقين في ذلك المنهج التجريبي أيضا على عينة مكوّنة من مئة وثمانية عشر (118) طالبا من طلاب الاتصال. وقد انتهى فيها الباحثون عموما إلى أن استخدام الوسائط المتعددة له آثار إيجابية على تذكر محتويات الأخبار المثيرة فقط، في حين أن له آثارا إيجابية على درجة تقييم الأخبار وعلى الاتجاه نحو مواقعها سواء كانت الأخبار مثيرة أو غير مثيرة.

ج. دراسة محمد الأمين موسى⁽³⁸⁾: هي دراسة أنجزها الباحث عام 2005م لاستكشاف مدى توظيف الوسائط المتعددة في مواقع وسائل الإعلام العربية، وذلك بتطبيق المنهج المسحي على عينة قصدية مكوّنة من عشرة (10) مواقع ويب لوسائل إعلام عربية. وقد وصل الباحث فيها عموما إلى افتقار مواقع وسائل الإعلام العربية إلى استخدام الوسائط المتعددة. ورغم أن هذه الدراسات السابقة قد اتفقت مع الدراسة الحالية في محاولتها التعرف على دور الوسائط المتعددة في تحقيق وظائف الأنترنت، إلا أنها اختلفت عنها في تركيزها على وظيفة معينة، أو على جانب محدد، أو على تطبيق شائع، في حين أن الدراسة الحالية ليست كذلك.

6. مجتمع الدراسة وعينتها:

تألف مجتمع الدراسة من كل مستخدمي الأنترنت في العالم، والذين فاق عددهم مليار وسبع مئة مليون (1,733,993,741) مستخدم، أي حوالي 25% من سكان العالم، في نهاية شهر سبتمبر عام 2009م⁽³⁹⁾. وبما أنه يستحيل تغطية هذا العدد الهائل من أفراد مجتمع الدراسة، فقد أُخِذَت منه عينة ذات مرحلتين:

حيث أُخِذَت منه في المرحلة الأولى عينة قصدية شملت كل مستخدمي الأنترنت في العالم العربي، والذين فاق عددهم اثنين وخمسين مليون (52,381,230) مستخدم، أي حوالي 15% من سكان العالم العربي، في عام 2009م⁽⁴⁰⁾. ويرجع سبب أخذ هذه العينة بالأسلوب القصدي إلى ما يبدو عليها من التماثل التقريبي مع المجتمع الأصلي من جهة، وإلى اللغة التي صيغت بها أداة الدراسة، وهي الاستبيان، من جهة أخرى، حيث كانت الصياغة باللغة العربية فقط نظرا لمحدودية الوقت المتوفر لجمع البيانات.

أما في المرحلة الثانية فقد أُخِذَت من العينة السابقة عينة عشوائية مكونة من أربع مئة واثنين وعشرين (422) فردا. ورغم أنه من المفروض أن يكون عدد أفراد هذه العينة

الأخيرة أكثر من هذا العدد المأخوذ، نظرا لضخامة عدد أفراد العينة الأولى، إلا أن الوقت المحدد أيضا لجمع البيانات لم يسمح بذلك.

7. منهج الدراسة وأداتها

بما أن الدراسة تهدف إلى التعرف على الدور الإيجابي للوسائط المتعددة في تحقيق وظائف الأنترنت، فقد اتُّبع في هذه الدراسة منهج المسح، حيث أُجري مسح لآراء ودوافع وسلوكات المبحوثين التي من شأنها الكشف عن هذا الدور.

اعُتمد في ذلك على استبيان إلكتروني مكون من خمسة وثلاثين (35) سؤالاً، حيث نُشرت استمارته على الويب لمدة أربعين (40) يوما (من 15 جوان إلى 25 جويلية 2010م)، ووُجِّهت رسائل عبر منتديات ومجموعات بريدية عربية تدعو مستخدمي الأنترنت في العالم العربي للمشاركة فيه.

8. مُجْمَل نتائج الدراسة

بعد تطبيق الاستبيان الإلكتروني على العينة، وُصِلَ إلى نتائج مُجمَّعها ما يلي:

أ. السمات الغالبة على المشاركين باعتبارهم أفراد:

لقد ظهر في هذا الجانب أن أكبر نسبة من المشاركين:

- كانوا ذكورا (59.2%)، وشبابا أعمارهم من 15 إلى 30 سنة (77.3%)، وجامعيين (57.3%).
- كانوا يقيمون في السعودية (54.7%)، ويجيدون اللغة العربية بإتقان (94.3%)، لكن لا يجيدون اللغة الفرنسية (85.8%)، بينما يجيدون اللغة الإنجليزية نسبيا (69.7%)⁽⁴¹⁾.

ب. السمات الغالبة على المشاركين باعتبارهم مستخدمي أنترنت:

أما من هذا الجانب فقد بدأ أن أكبر نسبة من المشاركين:

- كانوا يتصلون أكثر بالأنترنت من البيت (92.2%)، بخطوط اتصال متوسطة السرعة (60%).

- كانوا متقدمين في معرفة كيفية استخدام الأنترنت (53.8%)، حيث يعرفون الكثير عنها.
- كانوا يستخدمون الأنترنت يوميا (71.8%)، ويستغرقون في ذلك وقتا متوسطا (38.9%).
- يدوم من 3 إلى 4 ساعات، وغالبا ما يكونون وحدهم (41.7%).
- كانوا يستخدمون الأنترنت أكثر ليتَّصلوا بمستخدمين آخرين (91.20%)، وكانت الأنترنت تحقق لهم غالبا ذلك (55.70%).

د.العراق خليفة

- كانوا يتصفحون أكثر مواقع البريد الإلكتروني ومواقع المنتديات (91.9%)⁽⁴²⁾ ولكن لا يتصفحون تقريبا مواقع المدونات ومواقع مشاركة الفيديو ومواقع الشبكات الاجتماعية (1.4%)⁽⁴³⁾. في حين يستخدمون أكثر برامج المحادثة (83.6%).
- وكانوا يتصفحون كثيرا من المواقع، أو يستخدمون كثيرا من البرامج، باللغة العربية (60.2%)، لكن لا يتصفحون أي مواقع، ولا يستخدمون أي برامج، باللغة الفرنسية (88.2%)، بينما يتصفحون، أو يستخدمون، قليلا منها باللغة الإنجليزية (55.7%).
- ج. السمات الغالبة على المشاركين باعتبارهم مستخدمي وسائط متعددة على الأنترنت:
بينما انكشف في هذا الجانب أن أكبر نسبة من المشاركين:
 - كانت تعرض كثير من المواقع التي يتصفحونها، أو البرامج التي يستخدمونها، محتوياتها بالنصوص (59.7%). وكانوا يقرؤون غالبا هذه النصوص (47.7%). ولا يجدون صعوبات في قراءتها (38.5%).
 - وكانت تعرض أيضا كثير من المواقع التي يتصفحونها، أو البرامج التي يستخدمونها، محتوياتها بالصور (40%). وكانوا يشاهدون غالبا هذه الصور (45.8%). ولا يجدون صعوبات في مشاهدتها (38.7%).
 - وكانت تعرض قليل من المواقع التي يتصفحونها، أو البرامج التي يستخدمونها، محتوياتها بالأصوات (58.1%). وكانوا يستمعون أحيانا إلى هذه الأصوات (31.8%). ولا يجدون صعوبات في الاستماع إليها (40.4%).
 - وكانت تعرض كذلك قليل من المواقع التي يتصفحونها، أو البرامج التي يستخدمونها، محتوياتها بالفيديو (53.8%). وكانوا يشاهدون غالبا هذا الفيديو (30.2%). ولا يجدون صعوبات في مشاهدته (31.1%).
 - وكانت تعرض قليل من المواقع التي يتصفحونها، أو البرامج التي يستخدمونها، محتوياتها بالنصوص والصور والأصوات والفيديو معا (61.6%)، وبالنصوص والصور والأصوات معا (63%)، وبالنصوص والفيديو معا (55%)، وبالنصوص والأصوات والفيديو معا (52.4%)، بينما لا تعرض أي مواقع يتصفحونها، أو برامج يستخدمونها، محتوياتها بالصور والأصوات والفيديو معا (50.5%).

- وكان يفيدهم كثيرا عرض المواقع التي يتصفحونها، أو البرامج التي يستخدمونها، لمحتوياتها بالنصوص والصور والأصوات والفيديو معا (30.3%)، بينما يفيدهم (أي بدرجة متوسطة) عرضها لها بالنصوص والصور والأصوات معا (31%)، في حين يفيدهم قليلا عرضها لها بالنصوص والصور والفيديو معا (28.9%)، وبالنصوص والأصوات والفيديو معا (29.1%)، لكن لا يفيدهم عرضها لها بالصور والأصوات والفيديو معا (30.8%).

- وكان يجذبهم عرض المحتويات بالوسائط المتعددة إلى تصفح الموقع أو استخدام البرنامج (66.8%)، ويساعدهم، في الوقت نفسه، على فهم تلك المحتويات (66.8%).

9. خلاصة نتائج الدراسة

بعد تحليل نتائج الدراسة المفصلة وتفسيرها، استُخلصت منها أجوبة الأسئلة الفرعية المطروحة في البداية كما يلي:

أ- قلة استخدام مواقع وبرامج الأنترنت عموما، وذات اللغة العربية خصوصا، للوسائط المتعددة الجامعة لأربعة وسائط معا، وكذلك الوسائط المتعددة الجامعة لثلاثة وسائط معا في أي شكل ما عدا في شكل صور وأصوات وفيديو التي ينعلم استخدامها. يقل استخدام المواقع والبرامج للوسائط المتعددة الجامعة لثلاثة وسائط معا كلما زاد حجم حفظها. كما يقل أيضا كلما كانت المواقع والبرامج ذات لغة عربية.

ب- للوسائط المتعددة دور إيجابي في تحقيق وظائف الأنترنت عندما تكون جامعة لأربعة وسائط معا، وكذلك عندما تكون جامعة لثلاثة وسائط معا في شكل نصوص وصور وأصوات. في حين أن لها دورا سلبيا في ذلك عندما تكون جامعة لثلاثة وسائط معا في باقي الأشكال.

ولا يختلف هذا باختلاف الوظائف ما عدا الوظيفة التسويقية والتجارية. إذ ينطبق على الوظيفة الإعلامية، والوظيفة الاجتماعية، والوظيفة المعرفية والتعليمية، والوظيفة التوظيفية، والوظيفة الترفيهية، والوظيفة الإدارية. أما الوظيفة التسويقية والتجارية فالوسائط المتعددة دور إيجابي في تحقيقها عندما تكون جامعة لأربعة وسائط معا، وكذلك عندما تكون جامعة لثلاثة وسائط معا في أي شكل ما عدا في شكل صور وأصوات وفيديو الذي لها فيه دور سلبي.

د.العراق خليفة

ج- الدور الإيجابي للوسائط المتعددة في تحقيق وظائف الأنترنت يكون كبيرا عندما تكون جامعة لأربعة وسائط معا، بينما يكون قليلا جدا عندما تكون جامعة لثلاثة وسائط معا في شكل نصوص وصور وأصوات. أما دورها السلبي فيكون متوسطا عندما تكون جامعة لثلاثة وسائط معا في شكل نصوص وصور وفيديو، وفي شكل نصوص وأصوات وفيديو، في حين يكون كبيرا عندما تكون جامعة لثلاثة وسائط معا في شكل صور وأصوات وفيديو.

ولا يختلف هذا باختلاف الوظائف ما عدا الوظيفة التسويقية والتجارية. إذ يكون الدور الإيجابي للوسائط المتعددة في تحقيقها كبيرا عندما تكون جامعة لأربعة وسائط معا، بينما يكون قليلا عندما تكون جامعة لثلاثة وسائط معا في شكل نصوص وصور وأصوات، وفي شكل نصوص وصور وفيديو، في حين يكون قليلا جدا عندما تكون جامعة لثلاثة وسائط معا في شكل نصوص وأصوات وفيديو. أما دورها السلبي فيكون متوسطا عندما تكون جامعة لثلاثة وسائط معا في شكل صور وأصوات وفيديو.

د- الدور الإيجابي للوسائط المتعددة في تحقيق وظائف الأنترنت يتمثل، بالدرجة الأولى، في جذب المستخدمين إلى تصفح المواقع أو استخدام البرامج ومساعدتهم في الوقت ذاته على فهم محتوياتها. بينما يتمثل، بالدرجة الثانية، في إشعارهم بالمتعة أثناء تصفح المواقع أو استخدام البرامج. كما يتمثل، بالدرجة الثالثة، في مساعدتهم على الانتباه والتركيز على محتوياتها. في حين يتمثل، بالدرجة الرابعة، في مساعدتهم على تذكر محتويات المواقع أو البرامج. ثم، بالدرجة الخامسة، في جعلهم يقتنعون بمحتوياتها. ثم، بالدرجة السادسة، في جعلهم يثقون فيها.

يختلف هذا في الترتيب باختلاف الوظائف ما عدا الوظيفة الاجتماعية. إذ دور الوسائط المتعددة الإيجابي في تحقيق الوظيفة الترفيهية والوظيفة الإعلامية والوظيفة التوظيفية يتمثل، بالدرجة الأولى، في جذب المستخدمين إلى تصفح المواقع أو استخدام البرامج، ثم بالدرجة الثانية في مساعدتهم على فهم محتوياتها، ثم بالدرجات الباقية التي سبق ذكرها.

أما دورها الإيجابي في تحقيق الوظيفة المعرفية والتعلمية فيتمثل، بالدرجة الأولى، في مساعدة المستخدمين على فهم محتويات المواقع أو البرامج، ثم بالدرجة الثانية في جذبهم إلى تصفحها أو استخدامها، ثم بالدرجات الباقية التي سبق ذكرها.

بينما يتمثل دورها الإيجابي في تحقيق الوظيفة التسويقية والتجارية والوظيفة الإدارية، بالدرجة الأولى، في مساعدة المستخدمين على فهم محتويات المواقع أو البرامج، ثم، بالدرجة الثانية، في جذبهم إلى تصفحها أو استخدامها، ثم، بالدرجة الثالثة، في مساعدتهم على الانتباه والتركيز على محتوياتها، ثم، بالدرجة الرابعة، في إشعارهم بالمتعة أثناء تصفحها أو استخدامها، ثم بالدرجات الباقية التي سبق ذكرها.

10. التوصيات:

وعلى ضوء نتائج الدراسة أوصي بما يلي:

أ- استخدام مواقع وبرامج الأنترنت للوسائط المتعددة الجامعة لأربعة وسائط معا لأنها تساعدها أكثر على تحقيق أهدافها. وذلك بفضل عدم وجود نظير لها في وسائل الاتصال الأخرى مما يشعر المستخدمين باستفادتهم كثيرا منها. فإن لم تتمكّن من ذلك فباستطاعتها استخدام الوسائط المتعددة الجامعة لثلاثة وسائط معا في شكل نصوص وصور وأصوات لأنها تساعد، ولو قليلا، على تحقيق ذلك أيضا. وذلك بفضل وجود صعوبات أقل في عرضها مما يشعر المستخدمين باستفادتهم منها. وهذا إذا لم تكن مواقع تسويق أو تجارة، فإذا كانت كذلك فباستطاعتها أيضا استخدام الوسائط المتعددة الجامعة لثلاثة وسائط معا في باقي الأشكال ما عدا في شكل صور وأصوات وفيديو.

ب- تجنب مواقع وبرامج الأنترنت استخدام بقية أشكال الوسائط المتعددة الجامعة لثلاثة وسائط معا، وخصوصا منها شكل صور وأصوات وفيديو، لأنه يعرقلها أكثر عن تحقيق أهدافها، وذلك بسبب وجود صعوبات أكثر في عرضه تجعل المستخدمين يشعرون بانعدام الفائدة منه. وهذا إذا لم تكن مواقع تسويق أو تجارة، فإذا كانت كذلك فبإمكانها فقط تجنب استخدام شكل صور وأصوات وفيديو.

ج- العمل على الرفع من سرعة خطوط الاتصال بالأنترنت مع تخفيض تكلفتها، لأن ذلك يشجع المستخدمين على اقتنائها، مما يقلل من صعوبات عرض الوسائط المتعددة على الأنترنت، فيدعم بذلك دورها الإيجابي في تحقيق وظائفها حيث يسمح لأشكالها التي ثبت أن لها دورا سلبيا في ذلك بأن يصير لها دور إيجابي.

د- العمل على الرفع من مستوى معرفة المستخدمين بكيفية استخدام الأنترنت، لأن ذلك أيضا يقلل من صعوبات عرض الوسائط المتعددة على الأنترنت.

د.العراق خليفة

هـ- التطبيق الجيد لنظام النص المتشعب من خلال التحقق من عمل الروابط سواء كانت روابط نحو نصوص أخرى أو نحو صور أو نحو أصوات أو نحو فيديو وتمكين المستخدمين من الوصول إليها بأقل جهد وفي أسرع وقت، لأن هذا سيققل من صعوبات عرض الوسائط المتعددة على الأنترنت.

و- تجنب الضغط الكبير للصور والأصوات والفيديو، ولو بحجة تسريع عرضها، لأن نوعيتها بذلك تصير رديئة مما ينفر المستخدمين من مشاهدتها والاستماع إليها بدليل شكواهم من ذلك إلى جانب شكواهم من طول انتظارها، وهو ما قد يشعرهم بقلّة الفائدة منها أو انعدامها أصلاً فيعرقل بذلك تحقيق الأنترنت لوظائفها.

ز- إجراء دراسة مشابهة تسمح آراء ودوافع وسلوكات مستخدمين يقيمون في غير العالم العربي.

الهوامش:

¹- علي محمد رحومة: الأنترنت والمنظومة التكنو- اجتماعية: بحث تحليلي في الآلية التقنية للأنترنت ونمذجة منظومتها الاجتماعية، الطبعة الأولى، مركز دراسات الوحدة العربية (سلسلة أطروحات الدكتوراه 59)، بيروت، يوليو 2005م، ص 219.

²- المكان نفسه.

³- المكان نفسه.

⁴- زهير إحدادن: مدخل لعلوم الإعلام والاتصال، ديوان المطبوعات الجامعية\المؤسسة الوطنية للكتاب، الجزائر، 1991م، ص 80.

⁵- The Communication Institute for Online Scholarship/ CIOS: **Culture and Technology** Module [on line] disponible

sur :<http://www.cios.org/encyclopedia/mcluhan/probe/ct/probe_ct.html>, consultée le: 02 Octobre 2010 à 19:49.

⁶- علي محمد رحومة: م.س.ذ، ص 220.

⁷- جيهان أحمد رشتي: الأسس العلمية لنظريات الإعلام، دار الفكر العربي، القاهرة، 1978م، ص 384.

⁸- Jérôme Bourdon : *Introduction aux medias*, 2^e édition, Montchrestien, Paris, 2000, p 33.

⁹-Philippe Breton, Serge Proux : *L'explosion de la communication*, Casbah, Alger, 2000, p182.

¹⁰-The Communication Institute for Online Scholarship/ CIOS: *op.cit*.

¹¹-جهان أحمد رشقي: م.س.ذ، ص 385.

¹²-Philippe Breton, Serge Proux : *op.cit*, p 182.

¹³- فضيل دليو: مقدمة في وسائل الاتصال الجماهيرية، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 1998م، ص 63.

¹⁴-كما يسميه الباحث الاجتماعي الليبي علي محمد رحومة، حيث يقول: «... أن ما أسميه "مجتمع الإنترنت"، هو المجتمع الآلي الجديد الذي أخذ يرسخ جذوره في أرومة [أي في أصل] الاجتماع الإنساني، بمستوى شمولي من الاجتماع الذي يُدخل في آليته تركيبة آلة الحاسوب وتكنولوجيا المعلومات. وذلك كعقل مصنوع على شاكلة عقل الإنسان في كثير من حيثياته سواء أكانت التركيبية العادية والوصلات العصبية الإلكترونية أم التركيبية العلائقية في طرق التفكير وأساليبه.» أنظر: علي محمد رحومة: م.س.ذ، ص 241.

¹⁵-Marshall McLuhan: *Counterblast* [on line], disponible sur:

<http://www.cios.org/encyclopedia/mcluhan/probe/ct/probe_ct_15_popup.html>, consultée le: 28 Août 2005, p 38.

¹⁶-علي محمد رحومة: م.س.ذ، ص 340.

¹⁷-يقول محمد علي رحومة في هذا الشأن: «فكذلك الأمر بالنسبة لعالم الأنترنت، فهو عالم اتصالات بارد جدا بمفهوم مكلوهان، وإنه وسط اتصالي إعلامي على درجة عالية جدا من التأثير بما يتيح إمكانية استعمال مختلف الحواس الإنسانية في التفاعل الاجتماعي...» أنظر: المرجع نفسه، ص 230-231.

¹⁸-أحمد محمد سالم وعادل سرايا: منظومة تكنولوجيا التعليم، الطبعة الأولى، مكتبة الرشد للنشر والتوزيع، الرياض، 1424هـ/ 2004م، ص 321. نقلا عن: حسين حسن موسى: استخدام الوسائط المتعددة في البحث العلمي، دار الكتاب الحديث، القاهرة، 2009م، ص 50.

¹⁹-عبد الرحمن عزي: "قراءة إبستمولوجية في تكنولوجيا الاتصال"، مجلة المستقبل العربي، العدد 258، مركز دراسات الوحدة العربية، بيروت، 2000م، ص 24.

²⁰-علي محمد رحومة: م.س.ذ، ص 220.

²¹-المكان نفسه.

²²-محمد عبد الحميد: البحث العلمي في الدراسات الإعلامية، الطبعة الثانية، عالم الكتب، القاهرة، 1424هـ/ 2004م، ص59.

²³-علي محمد رحومة: م.س.ذ، ص 222.

24-Internet World Stats: "Usage and Population Statistics" [on line], disponible sur: <<http://www.internetworldstats.com>>, consultée le: 30 Novembre 2009.

²⁵- لأنه لم يُتاح للجمهور العام الوصول إلى الأنترنت إلا في عام 1994م. أنظر:

Jérôme Colombain: **Internet**, Les Essentiels Milan, France, 1995, p 13.

²Gjean-Marc Herellier: **Le multimédia**, SYBEX, Paris, 1994, p 10.

²⁷-محمد الأمين موسى أحمد: "توظيف الوسائط المتعددة في الإعلام الإلكتروني العربي"، مؤتمر صحافة الأنترنت: الواقع والتحديات، كلية الاتصال، جامعة الشارقة، 22-23 نوفمبر 2005م
[على الخط]،
متوفر

على<<http://www.arabmediastudies.net/images/stories/pdf/dramine.pdf>>، نُزل يوم: 20 فيفري 2010م على الساعة 23:16، ص 3-4.

²⁸-حسن طاهر داود: أمن شبكات المعلومات، مركز البحوث، معهد الإدارة العامة، المملكة العربية السعودية، 2004/1425، ص 93.

²⁹-مجموعة المرشدون العرب: "أسعار ال ADSL في العالم العربي- الأعلى والأرخص والأعدل" [على الخط]، متوفر على: <<http://www.arabadvisors.com/arabic/Pressers/presser-080109.htm>>، أُطُلع عليه يوم: 01 ديسمبر 2009م على الساعة 14:45.

³⁰-ذهب بعض الكتاب والباحثين إلى أن الوسائط المتعددة جمع بين وسيطين فأكثر، ومنهم محمد الأمين موسى في دراسته المذكورة لاحقاً، لكن الجمع بين وسيطين يدل على ثنائية الوسائط وليس على تعددها، وبالتالي فتعدد الوسائط يشير إلى الجمع بين أكثر من وسيطين أي ثلاثة وسائط فأكثر. أنظر: خالد حسين حسن عزت: "توظيف الوسائط المتعددة في تدريس مهارات كرة السلة"، أسبوع التجمع التربوي، قسم التربية البدنية وعلوم الرياضة، كلية التربية، جامعة قطر، 25-30 مارس 2006م
[على الخط]،
متوفر على:

<، نُزل يوم: http://dc131.4shared.com/download/74724109/3fc98963/____.doc>، 06 أبريل 2009م على الساعة 10:01، ص 3.

³¹-Maguy Pothier: "Analyse de Le multimédia", **ALSIC**, vol. 1, numéro 2, décembre 1998, p 162.

³²-أريك هولسينجر: كيف تعمل الوسائط المتعددة، تعريب: مركز التعريب والترجمة، الدار العربية للعلوم، بيروت، 1995م، ص 3. نقلاً عن: حسين حسن موسى: م.س.ذ، ص 47.

33-Office québécois de la langue française: "Interactivité", *Le grand dictionnaire terminologique*, 2006 [en ligne], disponible sur: <http://www.granddictionnaire.com/btml/fra/r_motclef/index1024_1.asp>, consultée le: 27 Février 2010 à 18:10.

³⁴-فُرُتُسُوا لِسْلِي ونقولا مكاريز: وسائل الاتصال المتعددة (ملتيميديا)، تعريب: فؤاد شاهين، الطبعة الأولى، عويدات للنشر والطباعة، بيروت، 2001م، ص 7.

³⁵-وقد أثبتت هذا التفوق دراسة شيفرس (Jeffries) عام 2001م، التي قارنت بين طريقتين للتدريس إحداهما كانت باستخدام شرائط الفيديو، بينما كانت الثانية باستخدام قرص مضغوط متعدد الوسائط. وقد انتهت هذه الدراسة إلى أن مجموعة الطلاب الذين درسوا بالطريقة الثانية قد وصلوا إلى مستوى أعلى من الارتياح والإشباع، وحققوا جوانب معرفية أعظم. أنظر: حسين حسن موسى: م.س.ذ، ص 56.

³⁶-S. Shyam Sundar: "Multimedia Effects on Processing and Perception of Online News: A Study of Picture, Audio, and Video Downloads", *Journalism and Mass Communication Quarterly*, v77, n3, Autumn 2000, p480-499 [on line], disponible sur:

<www.journalism.wisc.edu/blog-club/Site/Sundar.pdf>, téléchargé le 09 Avril 2009 à 20:15.

³⁷-Sangki Lee and Others: "Effects of Multimedia and Sensationalism on Processing and Perceptions of Online News", *the annual meeting of the International Communication Association*, New Orleans Sheraton, New Orleans, LA, May 27, 2004 [on line], disponible sur:

<http://www.allacademic.com/one/www/www/index.php?cmd=Download+Document&key=unpublished_manuscript&file_index=2&pop_up=true&no_click_key=true&attachment_style=attachment&PHPSESSID=3946225b93f2a096db67d0c57c3068e3>, téléchargé le 11 Avril 2009 à 17:32.

³⁸-محمد الأمين موسى أحمد: م.س.ذ.

³⁹-Internet World Stats: op.cit.

⁴⁰-Ibid.

⁴¹ -اقتصر السؤال هنا على هذه اللغات الثلاثة لأنها الأكثر استخداما في مجتمعات العالم العربي. فاللغة العربية هي اللغة الأم للعرب، أما اللغة الفرنسية فيكثر استخدامها في المغرب العربي، بينما يكثر استخدام اللغة الإنجليزية في المشرق العربي.

⁴² -وقد يرجع هذا بالدرجة الأولى إلى نشر رسالة دعوة المشاركة في الاستبيان على المنتديات وإرسالها عبر المجموعات البريدية، حيث أدى ذلك إلى كون أغلب المشاركين من مستخدمي هذه المنتديات والمجموعات البريدية.

⁴³ -وهي نسبة ضئيلة جدا رغم أن هذه المواقع تشهد إقبالا كبيرا من قبل مستخدمي الأنترنت. وقد يُفسَّر ذلك بتفضيل أغلبهم تصفح مواقع البريد الإلكتروني ومواقع المنتديات (فضلا عن استخدام برامج المحادثة كما سيأتي) على تصفح مواقع المدونات ومواقع مشاركة الفيديو ومواقع الشبكات الاجتماعية لإشباع الحاجة الاجتماعية. وقد يعود تفضيلهم هذا إما إلى وفائهم وأو تعودهم على ذلك، وأو إلى ضعف معرفتهم بكيفية استخدام مواقع المدونات ومواقع مشاركة الفيديو ومواقع الشبكات الاجتماعية، وأو نقص وعيهم بأهميتها، وأو إلى عدم رضاهم بطريقة عمل هذه الأخيرة وأو معارضتهم لبعض محتوياتها.