

الفصل الرابع الإعلام الإلكتروني والإعلام الجديد

تمهيد:

الإعلام الإلكتروني (Electronic Media) هو الإعلام الذي يُنفذ عبر الطرائق الإلكترونية، وعلى رأسها الإنترنت. يحظى هذا النوع من الإعلام بحصة متنامية في سوق الإعلام؛ وذلك نتيجة سهولة الوصول إليه وسرعة إنتاجه وتطويره وتحديثه، كما يتمتع بمساحة أكبر من الحرية الفكرية.

وتُعد التسجيلات الصوتية والمرئية، والقدرة على التحكم في بثها من أي مكان، وفقاً لاختيارات المتابع وبجودة عالية، وتلقي الاتصالات، والوسائط المتعددة، والأقراص المدمجة، والإنترنت.. أهم أشكال الإعلام الإلكتروني الحديث.

ويتميز الإعلام الرقمي (الإلكتروني) بعدة ميزات، منها:

- قوة الصور والمنتجات ووضوحها.
- إمكانية الاستخدام بطريقة عالمية وتجاوز الحدود الجغرافية.
- إمكانية الدمج بين عدة أنواع.
- إمكانية تفاعل المستخدم والقيام بدور أكبر، إما في التحكم، أو في إرسال رسائل خاصة به.



من أنواع الإعلام الرقمي الجديد:

وقبل أن نتحدث عن الإنترنت - بوصفه أهم مكون في الإعلام الإلكتروني - دعنا نلقي نظرة على الأنظمة الأخرى التي يُطلق عليها (الإعلام الجديد)، التي استفادت من النظام الرقمي أو مهدت له:

تكنولوجيا الاتصال الكابلي:

حيث يُعد الكابل أحد الوسائط التي تُستخدم في نقل الرسائل والمعلومات الصوتية والمرئية، إما بالأسلوب التماثلي وإما بالأسلوب الرقمي، وتُبتث المادة الإعلامية في هذه الحالة عبر شركة الكابل على هيئة إشارات تليفزيونية، ثم تضع هذه الإشارات بعد تكبيرها على نظام إشارات خاص يمكن التقاطه من محطات محلية أو عالمية عبر الأقمار الصناعية.

وحين ظهر النظام في الثمانينات بدا واضحاً أنه تحدّد جديد للتلفزيون التقليدي، وبخاصة مع إتاحته أكثر من مئة قناة متنوعة ومبهرة للمشاهدين، فخرجت بذلك السيطرة الحكومية على مضمون ما يقدم.

لم يتوقف استخدام هذا النظام بعد شيوع الستاليت (القمر الصناعي) وإن كان تأثر بذلك؛ وأكثر استخداماته الآن في الدوائر المغلقة والعمليات التعليمية.

وعموماً يتميز الاستخدام الكابلي بالآتي^(١):

- إرسال واضح تماماً لجميع القنوات التليفزيونية التي تستخدم الموجات الكهر ومغناطيسية.
- إمكانية تقديم خدمات برامجية تناسب ظروف الجماعات المستهدفة.

(١) مدخل إلى وسائل الاتصال الإلكترونية، د. ميرفت الطرايشي، دار النهضة العربية، ٢٠٠٦ (ص ١١٠).



- إمكانية وصول المعلنين للفئات المستهدفة وحدها (قنوات الأطفال وبرامجهم على سبيل المثال).
- إمكانية استرجاع المعلومات، والدمج مع الفيديو والكمبيوتر، وإمداد المشتركين بمعلومات وبيانات من خلال الكمبيوتر المركزي، وهو يتيح عمليات تفاعلية.
- تحقيق التعلم الذاتي بكفاءة عالية وإمكانية بث أسئلة للطلاب وتلقي إجاباتها من خلال المنفذ المنزلي المتصل بالكابل؛ مما يتيح الاتصال في اتجاهين.

التلفزيون التفاعلي:

وهو أنموذج للاندماج بين التلفزيون والكمبيوتر والإنترنت، وأحياناً عبر التلفون المحمول.

نشأ التلفزيون التفاعلي باعتباره رد فعل لاستشعار الخطر على صناعة التلفزيون بسبب انشغال الجمهور بالإنترنت، مما دفعهم للبحث عن توافق بين التلفزيون والكمبيوتر معتمدين على برامج الاختيارات الذكية.

وفي التلفزيون التفاعلي يُعرّف على هويات المستخدم ورغباته، من خلال اختياراته المتعددة للقنوات، ويبدأ في ترشيح البرامج وترتيبها للمشاهد وتسجيلها وفقاً لرغبته.

فقد يرغب المشاهد في مشاهدة مجموعة نشرات الأخبار عبر محطات مختلفة ليطلع عليها في نهاية اليوم مجتمعة، وأحياناً في شاشة مقسمة يطالعها معاً، فتُسجّل له ويُعاد بثها في الوقت المختار.. وهكذا، حتى الإعلانات يُتحكم في نوعيتها وظروف بثها.



ولقد أشارت الدراسات التي أُجريت على المشاهدين لهذا التلفزيون بأنهم يرونه سهل الاستخدام ويحقق أهدافه بسهولة.

ومن الخدمات التي يوفرها التلفزيون التفاعلي:

- ترفيه بلا حدود، ويقدم حسب الاختيار، ودون أن يفوت منها شيء للمراغبين في هذا اللون من البرامج والأفلام وغيرها.
- التجارة الإلكترونية، ويتيح شراء البضائع والسلع من خلال توفير المعلومات عنها وتفصيلها كافة، كما تُقدّم الإعلانات دون توقف العرض.
- إمكانية إرسال الرسائل النصية التلفزيونية وتلقيها في اتجاهين: من المرسل للمتلقي، والعكس.
- تسجيل الفيديو حسب الطلب، فمثلاً يُسجّل يومياً لبرنامج أو لعدة برامج، ليُعاد بثها لديك في وقت تختاره ودون حاجة لأشرطة.
- إمكانية القفز على بعض الفقرات حين الحاجة لذلك، والتحكم في سرعة العرض أو بطئه.
- إمكانية مشاهدة التلفزيون التفاعلي في وقت دون آخر لتخفيض الاشتراك، مثل: متابعة مباريات كأس العالم فقط.
- اختيار زوايا التصوير، مثل: لقطات المباريات.
- المشاركات التفاعلية، مثل: الإدلاء بصوته في الانتخابات، أو التصويت بمكانٍ ما وهو بمنزله^(١).

(١) مدخل إلى وسائل الاتصال الإلكترونية، مرجع سابق (ص ١١٨).



التليفزيون منخفض القوة (LPTV):

هو نوعية من الإرسال تعتمد على استخدام ترددات منخفضة للغاية، وهو منخفض التكاليف، ويحدد نوع الجمهور الذي يصل إليه، ويقدم له برامج متخصصة.

كما يُستخدم في المناطق النائية والمدن البعيدة لتزويد الجماهير المحلية بالخدمات المختلفة التي تهمهم بكلفة محدودة.

التليفزيون عالي الدقة (High- definition TV):

في عام ١٩٨١ وعلى يد شركات يابانية صُنعت أنظمة تليفزيونية عالية الدقة، حين طُورت الخطوط الأفقية للصورة التليفزيونية (حيث تتكون الصورة التليفزيونية على شكل خطوط أفقية) ليلعب عددها ١١٢٥ خطاً، وهي السرعة التي توحى بالدقة العالية؛ حيث يبلغ أقصى عدد معروف للنظام الأوروبي ٦٢٥ خطاً وللنظام الأمريكي ٥٢٥ خطاً (لاحظ أن الصورة المتحركة تبدو كذلك من خلال نقل ٣٠ خطاً في الثانية)، ولإنتاج تلك الصورة تستخدم ترددات عالية جداً تصل لخمسة أضعاف الترددات العادية.

ويستخدم التليفزيون عالي الدقة في:

- إظهار عمق إضافي للصورة وبثها عبر شاشات كبيرة الحجم.
- يتيح استخدام هذا النظام أجهزة تسجيل فيديو تيب عالية الجودة.



- يُستخدَم في شبكات الكابل، ويمكن إرسال الإشارات عبر الأقمار الصناعية، وفي إنتاج الأفلام السينمائية بطريقة إلكترونية قليلة التكلفة^(١).

الفيديو الرقمي:

يُستخدَم الفيديو العادي للهواة وللمحترفين، ولكن تجدر الإشارة إلى أن عرض شريط فيديو الهواة لا يزيد عن ١٩ مللي، بينما للمحترفين بين ٢٥ - ٥٠ مللي، ويوفر للمهنيين صورة أفضل كثيرًا. بينما الفيديو الرقمي والموصّل بالكمبيوتر يحتاج إلى بطاقة خاصة لالتقاط الفيديو.

الفيديو التفاعلي:

عبارة عن مزج الحاسب الآلي والفيديو (كاسيت، أو ديسك) مع شاشة، وهي تتيح للمتعلم فرصة للتفاعل مع البرامج بطريقة تسمح لهم بتعلم أفكار واكتساب خبرات في مواقف تعليمية، وتستخدم لوحة المفاتيح للتعامل مع البرامج التعليمية^(٢).

البيت الفضائي:

تطورت تقنية الاتصال كثيرًا بعدما أُطلقت الأقمار الصناعية في ثمانينيات القرن الماضي^(٣)، فأدى ذلك لحدوث تغييرات كبرى على مجال الاتصال التلفزيوني،

(١) تكنولوجيا الاتصال الحديثة في عصر المعلومات، د. حسن عماد مكاوي، الدار المصرية اللبنانية، ٢٠٠٣ (ص ١٨٣).

(٢) مدخل إلى وسائل الإعلام، مرجع سابق (ص ١٢٨).

(٣) تقوم تقنية القمر الصناعي على إطلاق جسم له مواصفات خاصة، ومزود بأجهزة علمية لجمع



الفصل الرابع: الإعلام الإلكتروني والإعلام الجديد

وتأثرت تقنيات أخرى- كالتليفزيون الكابلي- بشكل مباشر بهذا الاكتشاف الجديد؛ وأضحى بالتزامن مع هذا البث الفضائي إمكانية البث مباشرة ولو عبر الدول المختلفة- إضافة لتلقي الاتصالات الهاتفية التي تستخدم تقنية مشابهة- وأصبحنا بذلك أمام ثورة جديدة في عالم الاتصال يستطيع من يستخدمها أن يتفاعل مع العالم المتغير بأحداثه وأن ينقل ويتلقى اتصالات لحظة بلحظة ليوكب الأحداث في أي مكان فوق سطح الأرض خاصة أن أغلب القنوات غير مشفرة، وقد تعوض البث وتكاليفه من خلال الإعلانات أو الدعم الحكومي ودعم المنظمات ذات الاهتمام المشترك، لذا: سارعت القنوات الحكومية الغربية ثم الشرقية لافتتاح قنوات لها على فضاء تلك الأقمار الصناعية لتتحول من المحلية للعالمية، وهذا الأمر نفسه الذي دفع الإعلام الخاص لخوض التجربة؛ وكان لهذا البث المباشر تأثيرات متعددة سلبية وإيجابية.

الإعلام الإلكتروني في صورته الحديثة:

يُعدّ الإعلام الإلكتروني عبر الإنترنت امتدادًا للإعلام المكتوب، فهو تطوّر لهذا الإعلام؛ لأن أكثر ما ينفذ عبر الإعلام الإلكتروني في الإنترنت هو إعلام مكتوب بالدرجة الأولى (محرّكات بحث، وصحف، ومجلات، ومواقع، وحوارات، وتفاعلات).. هذا من جهة.

= المعلومات وإرسالها للأرض عبر موجات الراديو، وهي تُحمّل بواسطة صواريخ دفع ذات مراحل، لتترك القمر خارج الغلاف الجوي على ارتفاع ٧٣٦ كم من سطح الأرض، وتدور بسرعة ٨ كم/ثانية، وتوجّه من محطات أرضية.



الفصل الرابع: الإعلام الإلكتروني والإعلام الجديد

ومن جهة أخرى: صارت للإعلام الإلكتروني علاقة بوسائل الاتصال الأخرى: كالفيديو، والتسجيل، أو البث المباشر للتلفزيون والإذاعة، بالإضافة لدمجه بين كل تلك الوسائل عبر خدمات الوسائط المتعددة، وإضافة صبغة تفاعلية على تلك الوسائل - كما سنفضّل لاحقاً-.

والإعلام المكتوب نفسه أضحى يعتمد على الإمكانيات المختلفة للإعلام الإلكتروني في كثير من أعماله في التنفيذ والتحرير، بل صار لكل صحيفة موقعاً إلكترونياً ليؤكد ما ذكرناه من الامتداد والعلاقة بين الوسيلتين.

وهذه العلاقة بين الوسائل الإعلامية ليست مقصورة فقط على الإعلام المكتوب والإلكتروني، بل تجدها جميعاً متداخلة تُستخدم كلياً أو جزئياً، فالإذاعة صارت تستخدم الوسائل الإلكترونية، والتلفاز صار يعتمد كثيراً على ذلك. وهناك مادة يدرسها طلاب كليات الإعلام تتحدث عن هذا تحت اسم (تكنولوجيا الاتصال)، يُدرس فيها العلاقة بين التكنولوجيا ووسائل الاتصال وفنونه.

وخلاصة التداخل بين الوسائل التقليدية والإلكترونية في نقل الرسائل يطلق عليه (تكنولوجيا الوسائط المتعددة)، تستخدم فيها الوسائل التقليدية والإلكترونية للنظم التي يُستخدم فيها الكمبيوتر مدمجاً فيها الاتصال عبر الأقمار الصناعية، حيث تُنقل الرسائل عبر الحدود لوسائط، مثل: الاتصالات - النصوص والمعلومات المكتوبة - الرسوم البيانية والتوضيحية - الرسوم المتحركة - المقاطع المسموعة - المقاطع المرئية.



الإنترنت والإنترنت والإكسترنات، والفرق بينها:

الإنترنت:

تطور الإنترنت خلال السنوات الأخيرة تطورًا ملحوظًا، وتطورت مع هذا المُثل الإنسانية والأعراف والبروتوكولات التي تنظم عمل هذه الأجهزة مع بعضها، فظهرت مشكلة كيفية التحرك خلال شبكة الإنترنت، وكان الإنجاز الذي ظهر بداية التسعينيات وسُمِّيَ بـ(الشبكة العالمية world wide web)، وهو ما نُطلق عليه (www) عند كتابة العناوين، والذي جعل من الممكن لأي شخص في الواقع أن يفهم الإنترنت.

وسوف نتناول الإنترنت واستخداماته لاحقًا بشكل أكثر تفصيلاً؛ لأننا ذكرناه هنا بصفته مدخلاً للإنترنت والإكسترنات.

الإنترانت:

هي شبكة خاصة داخلية تابعة لجهة ما، مثل: جامعة، أو شركة كبرى.. وتتيح لأفرادها فقط استعمال الشبكة وحدهم، فهي ليست مُشاعةً مثل الإنترنت، وهي شبكة تتميز بأنها تعطي مظهرًا منتظمًا لقواعد بيانات العملاء، وملفات الاتصال، ومعلومات المنتجات؛ مما يعني أنها أسهل استخدامًا من قِبَل الموظفين، فتطبيقها مثلاً لأنظمة البريد الإلكتروني تساهم في توفير النفقات بالمقارنة مع البريد العادي، والنفقات قد تكون: مالا، أو جهدًا، أو وقتًا.

واستخدامها لتطبيقات الإنترنت نفسها لا يعني بأي حال من الأحوال بأنها مفتوحة لأشخاص خارج نطاق المؤسسة، بل قد تكون مفصولة كليًا عن الشبكة



الفصل الرابع: الإعلام الإلكتروني والإعلام الجديد

العالمية (www)، أو تكون مرتبطة بها ولكن من خلال إضافة مميزات أمان Security جدار ناري يطلق عليه: (Firewall)، يسمح بدخول الأشخاص المصرح بهم ويمنع الآخرين، والتصريح قد يكون بكلمة سرية، أو ببطاقات ذكية تستخدم التشفير للدخول إلى الشبكة الداخلية، وبهذا: يمكن دخول الموظفين إلى الشبكة العنكبوتية، فيستفيدون من المعلومات الموجودة بالإنترنت العالمية والمعلومات المحلية بالشركة أو المؤسسة في الوقت نفسه.

إذن: فشبكات الإنترنت شبكة مترابطة تستخدم (Private TCP/IP) مملوكة لهيئة أو مؤسسة تستخدم تقنيات الإنترنت المختلفة، مثل المتصفحات (Web Browsers) وخدمات الويب (Web Servers) في التعامل مع المعلومات وإنجاز مهام العمل داخل المؤسسة. ويمكن استخدام تقنيات تصميم الصفحات الخاصة بالإنترنت لعمل الوثائق والمستندات وخطابات العمل الخاصة بالشركة، وتبادلها بين العاملين عن طريق تصفحها من على الخادم الرئيس لموقع الشركة. ومع تطوير تقنية (ASP) يمكن أيضاً تصميم قواعد البيانات (Data Bases) الخاصة بالشركة ووضعها على خادم الموقع (Web Server)؛ لضمان الوصول إليها من أي مكان داخل الشركة أو خارجها، مع تحديد الصلاحيات المختلفة للعاملين وتحديد مستويات الحماية والأمن (Security Level)، كما يمكن تبادل البريد الإلكتروني وعمل دليل إلكتروني به كل بيانات الأشخاص الذين يعملون بالمؤسسة، وكذلك عمل ميزة المقابلات التليفزيونية (Video Conferences) عن بُعد بين المديرين وموظفيهم، وأيضاً: دخول الإدارة العليا لنظم الشركة وبياناتها عن بُعد (Remote Access)، وحالياً يمكن ربط الاتصالات من خلال الأيبي تليفوني (IP Telephony)،



وهو جهاز هاتف يقوم بالعمل من خلال شبكة الإنترنت بدرجة وضوح ونقاوة صوت عاليتين، بالإضافة لمميزات أخرى رائعة.

الإكسترنانت:

ظهرت شبكات الإكسترنانت في الفترة الأخيرة بوصفها تطبيقاً يربط بين شبكات الإنترنت التي تربطها شراكة من نوع ما (تعليم، تجارة، تسويق،...)، فهي الشبكة المكوّنة من مجموعة شبكات إنترنت ترتبط ببعضها عن طريق الإنترنت، وتحافظ على خصوصية كل شبكة إنترنت من شبكات المجموعة، مع منح أحقية الشراكة على بعض الخدمات والملفات فيما بينها، أي: إن شبكة الإكسترنانت هي الشبكة التي تربط شبكات الإنترنت الخاصة بالمتعاملين والشركاء والمزودين ومراكز الأبحاث الذين تجمعهم شراكة عمل في مشروع واحد، أو تجمعهم مركزية التخطيط أو الشراكة، وتؤمن لهم تبادل المعلومات والتشارك فيها دون المساس بخصوصية الإنترنت المحلية لكل شركة؛ وذلك لتحسين العمل ونقله خطوة على طريق الانتقال إلى العامل العصبي الرقمي.

وبناءً على تعريف الإكسترنانت يمكن أن نجد تطبيقات شبكة الإكسترنانت

في المجالات الآتية:

• تسهيل عمليات الشراء في الشبكات:

إذ يمكن أن تقوم شركة من منطقة الشرق الأوسط مثلاً بإرسال طلب شراء إلى شركة يابانية عبر الإكسترنانت التي تربط بينهما، وبذا: يمكن أن تلغى الحاجة إلى وسائل المراسلات الأخرى بكل أنواعها.



• متابعة الفواتير، وتُسمى (Tracking Invoices):

تُسهّل هذه الخدمة عملية توقيع الفواتير من مديري الفروع المنتشرين في مناطق مختلفة (في حال الحاجة للتوقيع الجماعي)، كما تسمح لهم بمتابعة إجراء الصرف أو القبض، ووضع العلامات التي تشير إلى كل عملية تُجرى على الفاتورة في أثناء تناقلها بين الفروع والأقسام.

• خدمات التوظيف، وتسمى (Employing Services):

تُستخدم شبكة الإكسترنات لربط مصادر الموارد البشرية المؤهلة (الجامعات، المعاهد، مراكز التدريب،...) مع سوق العمل المتخصصة، بغرض تقديم خدمة متعددة المنافع لكلا الطرفين؛ إذ تجد الموارد البشرية المؤهلة فرصة العمل المناسبة في الوقت المناسب، كما إن سوق العمل يؤمن احتياجاته عن طريق الشبكة نفسها، وقد تصل فعالية هذه الشبكة إلى درجة المشاركة بالتخطيط مع مصادر الموارد البشرية لما فيه صالح سوق العمل.

• تواصل شبكات توزيع البضائع:

يمكن بناء شبكة إكسترنات تربط الموزعين المحليين بالمزوّد الرئيس؛ لتسريع عمليات الطلب والشحن وتسوية الحسابات، كما يمكن أن تُبنى التطبيقات المستندة إلى مفهوم نقطة الطلب (Request Point) لأتمتة عمليات التوزيع كاملة، وتسوية الحسابات المتعلقة بها.



الإعلام الإلكتروني ومزيد من الاكتشافات:

تشهد عملية بث المعلومات من خلال نبضات ضوئية عبر خطوط زجاجية شديدة النقاوة توسعاً ملحوظاً، فالخيط الزجاجي الواحد يمكنه استيعاب ٦٠٠٠ محادثة تليفونية في وقت واحد، ويشكل هذا التطور التكنولوجي مجالاً لاستخدامات عديدة في وسائل الإعلام. وتُعد صحيفة (أدمونتون البرتا) في الولايات المتحدة أول صحيفة تستخدم الألياف الضوئية في الربط بين مقرها الرئيس في وسط المدينة ومطابعها التي تقع على مسافة بعيدة.

واستخدام الألياف الضوئية يحقق سرعة وكفاءة اتصالية عالية أعلى من استخدام الميكروويف، فهي تُعد مستقبل الاتصال في العالم. وهذه الألياف عبارة عن قوائم من الخيوط الزجاجية، يمر الضوء من خلالها عبر ترددات عالية جداً، وتحمل كميات ضخمة للغاية من المعلومات، ويمكن أن تحمل إشارات صوتية ومرئية وبيانات؛ بما يعني أنه يمكن أن تحل محل الإشارات الإلكترونية التقليدية وبصورة أكثر كفاءة وبسهولة استخدام، لكن لا تزال تكلفتها أعلى من كلفة استخدام الميكروويف^(١).

مميزات الإعلام الإلكتروني وفوائده:

يتميز الإعلام الإلكتروني بعدة سمات، منها:

١ - العالمية:

لأن به خاصية عبور الحدود، فلا يقتصر بثه والتقاطه على مكان أو دولة، بل هو يتخطى الحدود، وهي فائدة كبرى في تخطي الحواجز والحدود للمعلومات بأقل كلفة وأسرع وقت.

(١) الموسوعة الإعلامية، د. منير حجاب، مرجع سابق (١/٤٠٠).



٢- قلة التكلفة:

لأنه لا يتطلب الطباعة، ولا يوجد به مرتجعات - كما هو الحال في الصحافة المطبوعة -، وهذه فائدة التوفير المالي للتكلفة الكلية، وتوفير مساحات التخزين.

٣- المساحة المتاحة أكبر من حجم الصحف:

لذا: يمكن إضافة مواد كثيرة جدًا مقارنة بحجم الصحف أو المجلات، ونستفيد من ذلك بمساحة أكبر للتعبير والتناول والتعليق.

٤- سرعة تحديث المعلومات والأخبار:

فالمواقع الجيدة يمكنها التحديث لما تعرضه من معلومات أو أخبار ما أمكن ذلك، حتى إن بعض الصحف التي تنشئ مواقع للصحيفة تجدد أخبارها كل ساعة أو أقل؛ لتنافس بذلك الوسائل المسموعة والمرئية، وتُعوّض الفارق التقني بينها.

٥- إمكانية العرض الشجري للمعلومات:

بحيث يشار لكل معلومة بإمكانية منح القارئ مزيدًا من التفاصيل حولها في أثناء استعراضه معلومات أخرى، مثل النص: (وقد مُنِع تصدير الغاز المصري للكيان الإسرائيلي).

ونلاحظ أن القارئ يمكنه الانتقال إلى معلومات متعلقة بالغاز المصري أو الكيان الإسرائيلي إن أوقف الإشارة بالفأرة على ما تحته خط.. وهكذا: إما أن يكمل القارئ قراءة الخبر بشكل تقليدي، أو ينتقل في أثناء القراءة أو بعدها



للحصول على معلومات أخرى للموضوع؛ لتزداد ثقافته حولها.. وتلك فائدة كبرى للتوسع الثقافي وربط الموضوعات ببعضها.

٦- إمكانية التفاعل بين القراء والوسيلة الإلكترونية:

من خلال التراسل أو إتاحة التعليقات على الأخبار أو المقالات؛ وبهذا يصبح المتلقي متفاعلاً، ويتمكن المرسل من تصحيح المفاهيم الخاطئة، ويتعرف على آراء القراء واتجاهاتهم بصورة أعمق.

خصائص الإعلام الإلكتروني:

يستند الإعلام الإلكتروني إلى استخدام تقنية الكمبيوتر ووسائط الاتصال المتعددة المرتبطة بالإنترنت، وإلى الآن يصل الإعلام الإلكتروني إلى عدد محدود من قراء العربية مقارنة بالإعلام الورقي؛ لضعف انتشار الإنترنت في العالم العربي، وشيوع الأمية، وخاصة الأمية التقنية، ولكن استخدام الإنترنت يتزايد بشكل مستمر وكبير؛ لأنه أصبح الآن أحد أسس الاقتصاد الرأسمالي والإدارات الحكومية.

والإعلام الإلكتروني الحر أكثر جدية ومصداقية ويخدم الحقيقة، وهو أقل انحيازاً مقارنة بالإعلام المكتوب، ولديه فرصاً أكبر للانتشار ومشاركة الهواة ومن منعه الظروف من المشاركة في الإعلام التقليدي، وذلك لتخفيه ضغوط الحكومات والرقابة، ولتمييزه بقلّة التكلفة، ويمكن للدعاة الاستفادة منه بتبادل المعلومات وممارسة الدعوة والفتوى ونقل الخبرات والاجتهاد في دعوة غير المسلمين عبر المواقع بلغات مختلفة.



وبوجه عام فإن خصائص الإعلام الإلكتروني تتمثل فيما يأتي:

أ- خاصية التفاعل:

يتميز الإعلام الإلكتروني بأن له إمكانية التفاعل والتداخل الكبير بين الكاتب والقارئ وبطرائق متعددة (المراسلة، التصويت، التعليق، الاتصال المباشر.. إلخ). إن أحد أهم الفروق التي تميّز الصحيفة الإلكترونية عن الصحيفة الورقية، بل تميز الإعلام الجديد عن الإعلام التقليدي، هي: ميزة التفاعل، والذي يكون في بعض الأحيان مباشراً، ويتيح عنصر التفاعلية للزائر إمكانية التحوار المباشر مع مصممي الموقع وعرض آرائه بشكل مباشر من خلال الموقع، وكذلك المشاركة في منتديات الحوار بين المستخدمين، والمحادثة (Chating) حول موضوعات يتناولها الموقع أو يطرحها زوار الموقع ومستخدموه، وكذلك القوائم البريدية، كما يتيح عنصر التفاعلية إمكانية التحكم بالمعلومات، والحصول عليها، وإرسالها وتبادلها عبر البريد.

ب- خاصية المرونة:

الإعلام الإلكتروني هو إعلام يتجاوز الرقابة، واحتياجه إلى إمكانات وكوادر إدارية أقل بكثير مما يحتاجه الإعلام الورقي، كما أنه يُستخدم بسهولة، ويمكن الاستفادة منه بطرائق مختلفة. وتبرز خاصية المرونة بشكل جيد بالنسبة للمتلقي (مستخدم الإنترنت)؛ إذ يمكن له - إذا كان لديه الحد الأدنى من المعرفة بالإنترنت - أن يتجاوز عدداً من المشكلات الإجرائية التي تعترضه.



وللحاسوب هنا دور مزدوج: فهو من جهة الوعاء المادي الذي يؤمّن الاتصال بالإنترنت والتعامل معها، بالإضافة إلى وظيفته الأساسية المتمثلة في معالجة المعلومات وتخزينها بمختلف الأشكال والطرائق. وكلما ازدادت قدرات الحاسوب، ازدادت مرونة التعامل مع الإنترنت من الناحية التقنية.

أما على المستوى الإعلامي، فتبرز خاصية المرونة، من خلال قدرة المستخدم على الوصول بسهولة إلى عدد كبير من مصادر المعلومات والمواقع، وهذا ما يتيح له فرصة انتقاء المعلومات التي يراها جيدة وصادقة، والتمييز بينها وبين المواقع التي تقدّم معطيات مزيفة، مع العلم أن القدرة على تزييف المعلومة قد ازدادت كثيرًا مع ظهور برامج الكمبيوتر التي سهّلت كثيرًا من عمليات تركيب الصور وتعديل الأصوات.. وغير ذلك.

ج- خاصية تجاوز الحدود الجغرافية:

يمكن للموقع الإعلامي أن يصل - عن طريق الإنترنت - إلى مختلف أنحاء العالم، على عكس عدد كبير من وسائل الإعلام التقليدية التي تكون مقيّدة - في أغلب الأحيان - بحدود جغرافية محددة؛ لذلك تسعى غالبية الوسائل الإعلامية إلى شق طريقها واستحداث نسخة إلكترونية لها في الإنترنت.

د- خاصية قلة تكلفته:

يربز هذا العامل خاصة على مستوى الصحافة المكتوبة، وبشكل أكبر عندما يؤسّس موقع إعلامي إلكتروني، من حيث إنه يوفر على صاحب صحيفة ما جزءًا من تكاليف طبع النسخة الورقية للصحيفة وتوزيعها، ويضمن له في الوقت نفسه



الفصل الرابع: الإعلام الإلكتروني والإعلام الجديد

عددًا أكبر من القراء. ولكن هناك إشكالية تعترضنا في هذا المجال: حيث يمكن لصاحب الصحيفة تغطية ميزانية الصحيفة من خلال بيع النسخ الورقية، وهذا ما يختلف عند الحديث عن تأسيس موقع إلكتروني للصحيفة من ناحية المردود المالي، وهنا نلاحظ عامل الكلفة بالنسبة للصحيفة، فالصحيفة الناجحة هي التي تحاول أن توفّق بين إصدار أعداد ورقية، وفي الوقت نفسه تحاول إنشاء موقع لها على شبكة الإنترنت.

هـ - خاصية التنوع:

سرعة تغطية الأحداث ونقل الخبر، وسهولة التصفح والحصول على المعلومة والبحث عنها، فقد استقطبت مواقع الإعلام الإلكتروني مزيدًا من الناس. وحلّت مشكلة الصحفي الذي كان يواجه مشكلة المساحة المخصّصة لإنجاز مقالة إخبارية ما على مستوى الصحافة التقليدية (الورقية)، إذ إن الصحافة كانت تعيش على التوازن بين الفضاءات المخصّصة للتحليل، والمساحات الأخرى المخصصة للدعاية والإعلان كذلك، وكانت مهمة الصحفي تتمثل في إنجاز عمل صحفي يوفّق بين المساحة المخصّصة للتحليل وتلبية حاجيات الجمهور، وهنا جاء دور شبكة الإنترنت الذي يسمح بإنشاء صحف متعدّدة الأبعاد ذات حجم غير محدد نظريًا، يمكن من خلالها إرضاء مستويات متعدّدة من الاهتمام. وطريقة النص الفائق (Hyper text) هي المحرك لهذا التنوع في الإعلام، والذي يمكن من إيجاد نسيج إعلامي حقيقي يستخدم أنماطًا مختلفة من المقاربات، والمصادر والوسائل الإعلامية ترتبط فيما بينها جميعًا بشبكة من المراجع.



بعض أشكال الإعلام الإلكتروني عبر الإنترنت:

- المواقع الإعلامية والعلمية والبحثية على شبكة الإنترنت.
- الصحافة الإلكترونية: خدمات النشر الصحفي عبر مواقع على الشبكة، و(حزَم النشر الصحفي).
- الكتب الإلكترونية: نشرها أو بيعها من خلال مكاتب بيع متخصصة.
- الإذاعة الإلكترونية والتلفزيون الإلكتروني: خدمات البث الحي للإذاعات والقنوات التلفزيونية على مواقع خاصة على الشبكة ومن خلال (حزَم البث الإذاعي والتلفزيوني)، التي تحملها الشبكة إلى المتلقي مباشرة، وإلى مختلف المواقع.
- خدمات الأرشيف الإلكتروني.
- الإعلانات الإلكترونية: خدمات النشر الإعلاني عبر مختلف المواقع على الشبكة.
- خدمات إعلامية إلكترونية متنوعة: تواصلية، ومعرفية، وترفيهية.
- المدونات (Blogs).
- خدمات البث عبر الهاتف الجوال، وتشمل:
 - البث الحي على الهاتف الجوال.
 - بث الرسائل الإعلامية القصيرة عبر خدمة الـ SMS والـ MMS، وغيرهما.
 - بث خدمات الأخبار العاجلة.



تفصيل لأهم الخدمات الإلكترونية التي يمكن للدعوة

الاستفادة منها:

دعنا نتناول بالتفصيل أهم ما يتعلق بالإعلام الإلكتروني، وهو شبكة المعلومات الدولية (الإنترنت):

الإنترنت (أو الشبكة) هو: نظام ووسيلة اتصال من الشبكات الحاسوبية، يصل ما بين حواسيب حول العالم بروتوكول موحد، هو بروتوكول إنترنت.

ويُعرّف بعض العلماء الإنترنت كذلك بأنه: شبكة دولية للمعلومات تتفاهم باستخدام بروتوكولات تتعاون فيما بينها لصالح جميع مستخدميها، وتحتوي على عديد من الإمكانيات، مثل: البريد الإلكتروني، وإقامة المؤتمرات بالفيديو، وقوائم البريد، بالإضافة إلى ملايين من مجموعات الأخبار، وعديد من الملفات المتاحة لنقلها واستخدامها بطريقة شخصية، وكذلك آلات البحث المرجعي.

وتربط الإنترنت ما بين ملايين الشبكات الخاصة والعامة في المؤسسات الأكاديمية والحكومية ومؤسسات الأعمال، وتتباين في نطاقها ما بين المحلي والعالمي، وتتصل بتقنيات مختلفة، من الأسلاك النحاسية والألياف البصرية والوصلات غير السلكية، كما تتباين تلك الشبكات في بنيتها الداخلية تقنياً وإدارياً، إذ تدار كل منها بمعزل عن الأخرى بصفة غير مركزية، ولا تعتمد أيّاً منها في تشغيلها على الأخريات.

وتحمل الإنترنت اليوم قدرًا عظيمًا من البيانات والخدمات، ربما كان أكثرها شيوعًا اليوم صفحات النصوص الفائقة المنشورة على الويب، كما أنها تحمل خدمات وتطبيقات أخرى، مثل: البريد، وخدمات التخاطب الفوري، وبروتوكولات نقل الملفات، والاتصال الصوتي.. وغيرها.



الفصل الرابع: الإعلام الإلكتروني والإعلام الجديد

وقد أدت الشبكة إلى تغيير المفاهيم التقليدية لعدة مجالات، مثل: العمل، والتعليم، والتجارة.. وبروز شكل آخر لمجتمع المعلومات.

فقد قدم الإنترنت كثيراً من الفوائد على المستويات البحثية والدراسية من ناحية، والمستويات الاستعلامية والأمنية من ناحية أخرى، وأصبحت في سنوات قليلة جزءاً لا يتجزأ من الحياة اليومية لكثير من الناس.

أما على المستوى الحكومي، فقد استطاعت تقنيات الإنترنت أن تقوم بإحداث ثورة في طريقة العمل الحكومي، وتيسير الخدمة العامة، وتسهيل حياة المواطنين بشكل عام.

على صعيد آخر: لقد أضحت الإعلام الإلكتروني - من وجهة نظر غير تقنية - إعلام الشعوب والناس؛ حيث أحدثت الإنترنت ووسائل الاتصالات الحديثة اختراقاً على مستوى توافر البث والنشر بطريقة رخيصة جداً؛ مما أدى إلى انتقال جزء كبير من القوة الإعلامية من أيدي المؤسسات العملاقة إلى أيدي المدونين ونشطاء الإنترنت.

وتستفيد الدعوة من الإنترنت في مجالات متعددة، سواءً في تنظيم العمل والجهد واستخدام تقنيات التداول المعلوماتي في إدارة المؤسسات الدعوية، وإدارة الاجتماعات، أو في البحث والبحوث العلمية، والدراسة والتدريس عبر الإنترنت، أو في تداول الأخبار، أو في صناعة الأحداث والأخبار. بالإضافة للاتصال والرسائل المتبادلة بين الدعاة وأنفسهم أو بينهم وبين المدعويين، سواءً بالبريد أو مواقع التواصل، أو مواقع الحوار والمنتديات.



وسنذكر بعض التفاصيل التي يمكن تطبيقها في المحور الآتي:

الاستخدامات الاتصالية للإنترنت:

تقدم الشبكة عديداً من الاستخدامات الاتصالية للمستخدمين، تشمل: المجالات الإعلامية، والتجارية، والأكاديمية، والسياسية، والطبية.. إلخ، بل يمكن القول: إن كل الخدمات التي تقدمها الشبكة (الإنترنت) هي خدمات اتصالية. وهي تخدم الأفراد والمؤسسات والمنظمات الرسمية والمدنية على حد سواء. والاستخدامات الاتصالية للإنترنت في ازدياد مستمر، كما أن الاستخدامات القديمة نفسها تتطور وتزداد فاعلية وسهولة وإمكانات.

بعض الأمثلة على الاستخدامات الاتصالية للإنترنت:

١ - محركات البحث وأدلتها:

هي برامج متخصصة في الشبكة الاتصالية تفيد المستخدم وتسهّل عليه عناء البحث الطويل، حيث يقوم المستخدم بواسطتها باستطلاع أماكن وُرُود الكلمات التي يبحث عنها، وهي متصلة بمواقع كثيرة؛ لكي تُستخرج المعلومات والبيانات المبحوث عنها، ومن أشهرها: محرك البحث العملاق (جوجل).

٢ - البريد الإلكتروني:

هو برنامج مُعد مسبقاً من قِبَل شركات معينة، يفيد المستخدم في تبادل الرسائل الإلكترونية بسرعة فائقة، ونقصد هنا بالرسائل الإلكترونية: المعلومات، والبيانات، والصور.



٣- مواقع الوسائط الاجتماعية:

هي مواقع تُتبادل فيها الأخبار الاجتماعية بين أفراد المجتمع، وهي عبارة عن مواقع يشترك فيها المستخدمون لتبادل الآراء والأفكار، ومن أشهرها: فيسبوك، وتويتر، وموقع جوجل بلس، الذي تجاوز عدد مشتركيه عدد موقع الفيس بوك. ولكن بالطبع لم تخلُ تلك المواقع من مشكلات أخلاقية وترويج للانحراف والإباحية؛ مما يستدعي وجود تشريعات تحمي المجتمعات من تلك الانحرافات مع الإبقاء على مكتسبات التقنية من حرية التعبير، وبأي حال فإن ما ينطبق من أسس فنية وأخلاقية في الحوارات الإعلامية ينبغي الالتزام به في الحوارات عبر الإنترنت^(١).

٤- مواقع الويب:

هي برامج تتيح عرض المعلومات والبيانات، وهي في الأصل أرقام ولكن تترجم إلى كلمات، وتعرض للمستخدم على الشاشة، لتتناول الموضوعات والتخصصات كافة، مثل: المواقع الإعلامية، والعلمية، والشخصية، والرسمية.

٥- الاجتماعات والمؤتمرات:

يستطيع مستخدم الشبكة (الإنترنت) أن يشاهد ما يُعرض في الاجتماعات والمؤتمرات، من خلال برامج نقل الصورة والصوت عبر الشبكة بكل سهولة.

(١) الحوار الإعلامي الناجح، د. ياسر عبد التواب، مرجع سابق (ص ١٢٨).



٦ - الجامعات الإلكترونية:

وهي مؤسسات جديدة تستخدم الإنترنت وسيلةً لنشر المعرفة والارتباط بالطلبة، وغالبًا ما تعتمد على منتديات الجامعة التي تمكنها من سرعة التواصل وتفتح مجالًا مباشرًا للنقاش والحوار بين الطلبة والأساتذة والدكاتره.

٧ - الأنظمة التعاونية:

لقد أدى انخفاض تكلفة الاتصال عبر الإنترنت وتبادل الأفكار والمعارف والمهارات، إلى تطور العمل التعاوني بشكل كبير وظهور الأنظمة التعاونية. ولا يقتصر هذا على الاتصال بشكل رخيص وعلى نطاق واسع عبر الشبكة (الإنترنت)، ولكن يسمح أيضًا لمجموعات لها الاهتمامات نفسها أن تنشئ مواقع مشتركة بسهولة. ومثال ذلك: حركة البرمجيات الحرة في تطوير البرمجيات، والتي أنتجت نظام لينكس وجنو GNU من الصفر، وتولت تطوير موزيلا وOpenOffice.org (المعروفة سابقًا باسم: نتسكيب محاور وستار أوفيس).

نظم التحكم في نسخ الإصدار تسمح لفرق العمل المشتركة والعاملة على مجموعات من الوثائق التعاون في عملها، وهكذا يجري تفادي مسح ما كتبه زميل آخر دون قصد، ويتمكن كل أعضاء الفريق المتعاون من إنشاء الوثائق، ويتمكن جميع الأعضاء من إضافة أفكارهم وإضافة التغييرات.

توجد حاليًا أنظمة أخرى في هذا المجال، مثل مفكرة جوجل (Google Calendar)، أو (BSCW)، أو نظام شير بوينت.



٨- الدردشة عبر الإنترنت:

وسواءً أكان في شكل IRC أو القنوات، أو عن طريق المراسلة الفورية.. يسمح للزملاء البقاء على اتصال دائم، عن طريق وسيلة مريحة تعمل في حواسيبهم طوال الوقت. ويجري تبادل للملفات سواءً أكانت تحتوي على الصوت والصور، أو أي نوع آخر من الملفات وتدعم العمل المشترك بين أعضاء الفريق.

٩- الاتصال الصوتي:

الصوت عبر الشبكة (الإنترنت) يعتمد على نقل الصوت خلال ميثاق (بروتوكول) الإنترنت. وقد بدأت هذه الظاهرة باعتبارها اختياراً وأداة مساعدة لأنظمة دردشة IRC لنقل الصوت في اتجاه واحد. وفي السنوات الأخيرة انتشرت عديد من أنظمة VoIP، كما أصبحت سهلة الاستخدام ومريحة كأى هاتف عادي. إن هذه الأنظمة هي استخدام واعد للإنترنت بتكلفة أقل بكثير من المكالمات الهاتفية العادية، وخاصة للمسافات الطويلة.

لا تزال نوعية الصوت في كثير من الأحيان تختلف من مكالمات إلى أخرى، وستحتاج إلى بعض الوقت حتى تصبح بالنوعية نفسها كالهواتف التقليدية. كما أصبحت ذات شعبية متزايدة في عالم اللعب، باعتباره شكلاً من أشكال الاتصال بين المستخدمين.

ومن أكثر الأنظمة شعبية في مجال الصوت عبر الإنترنت نظام سكايب (skype).



١٠- خدمة التقييم:

خدمة التقييم خدمة تُمكن من متابعة ما يصدر في المواقع التي توفرها أولاً بأول، دون حاجة إلى زيارتها، من أجل التحقق من نشر جديد عليها، كما أنها على غير الطريقة التي كانت سائدة مسبقاً لا تتطلب تدخلاً من ناحية الموقع؛ لأن المستخدم هو الذي يطلب هذا النوع من المحتوى بطريق قارئ التقييمات وقتما يريد، ولا يتطلب الأمر الإفصاح عن أي قدر من البيانات الشخصية من جانب مستخدم الموقع، ولا حتى عنوان البريد الإلكتروني، وبهذا فالمتحكم الوحيد فيها هو المستخدم، ولا يمكن استخدامها بشكل لا يرضيه أو مفروض عليه.

تشتمل التليمة في أيسر صورها عنواناً وملخصاً للموضوع، ورابطاً للنص الكامل للخبر على موقع ناشر الموضوع. وتوجد عدة صيغ لنشر التقييمات، منها: Atom وRSS وRDF.

١١- التسويق:

أصبح الإنترنت سوقاً واسعة للشركات، بعض الشركات الكبيرة ضخمت من أعمالها بعد أن استفادت من مميزات قلة تكلفة الإعلان والإتجار عبر الإنترنت، والذي يعرف بالتجارة الإلكترونية. وهي تعد أسرع طريقة لنشر المعلومات إلى عدد كبير من الأفراد. ونتيجة لذلك: فجّر الإنترنت ثورة في عالم التسوق، وهكذا صار بإمكان أي شخص طلب شراء اسطوانة مدمجة عبر الإنترنت، وسوف تصله عبر البريد العادي خلال يومين، في حين صار بإمكانه تنزيلها مباشرة عبر الإنترنت ويدفع المال وهو في بيته. أيضاً: قام الإنترنت بتسهيل عملية التسوق الشخصي، والذي يتيح لشركة ما أن تسوق منتجاً لشخص معين أو مجموعة معينة من الأشخاص بطريقة أفضل من أي وسيط إعلاني.



كأمثلة على التسوق الشخصي: مجتمعات الإنترنت، التي يدخلها الآلاف من مستخدمي الإنترنت ليعلنوا عن أنفسهم ويعقدوا صداقات عبر الشبكة. ولما كان مستخدمو هذه المجتمعات تتراوح أعمارهم بين ١٣ و ٢٥ عامًا، فإنهم حين يعلنون عن أنفسهم فهم يعلنون عن هواياتهم واهتماماتهم، ومن هنا: تستطيع شركات التسويق عبر الإنترنت استخدام هذه المعلومات للإعلان عن المنتجات التي توافق رغباتهم واهتماماتهم، وهكذا يمكن التسوق من أي مكان في العالم عن طريق الإنترنت.

١٢- مواقع البث المسموع والفيديو:

حيث يمكن تحميل ملفات فيديو وملفات صوتية على بعض المواقع، ويمكن للمستخدم الاحتفاظ بها والاستفادة منها، وهذا النوع أخذ في الانتشار، ويملك مرونة كبيرة وقلة تكلفة جعلت بإمكان الأفراد أن ينافسوا المؤسسات الإعلامية الكبيرة، عبر ما يُبث في تلك المواقع.

إن موقع اليوتيوب - مثلاً - يُعد أحد أهم مواقع الإنترنت وأكثرها شعبية الآن، ويصنّف في مصاف شركات التقنية الكبيرة جدًا ذات الوجود المؤثر في عالم الإنترنت على المستوى العالمي، إذ يُعد أكبر مستضيف لملفات الفيديو بمختلف أنواعها ويزوره ملايين المتصفحين يوميًا، ولم يقتصر استخدامه والاستفادة منه على الأفراد، بل تجاوز ذلك إلى الشركات والأحزاب والحكومات وحتى الفضائيات الكبيرة؛ لمعرفة بدورهم المهم والفاعل في إيصال معلومة الفيديو (الصوت والصورة) إلى عدد ضخم جدًا من المتلقين بسهولة^(١).

(١) الحوار الإعلامي الناجح، د. ياسر عبد التواب، مرجع سابق (ص ١٢٩).



الوسائل الإلكترونية والدعوة:

الدعوة الإسلامية استفادت من الوسائل الإلكترونية والإنترنت في كثير من المجالات، لكننا لا نزال نرغب في المزيد؛ فإن ما استفادت منه الدعوة لا يبلغ الدرجة المرجوة، ومن ذلك:

- المجالات البحثية، عبر طلب المعلومات أو نشرها، فيما يفيد البحوث العلمية والدعوية.
- بعض الجامعات الإسلامية أنشئت عبر الإنترنت (الجامعة الأمريكية المفتوحة - الجامعة الدولية بأمريكا اللاتينية - الجامعة الإسلامية بأمريكا الشمالية - الأكاديمية الإسلامية بأمريكا - كلية لندن المفتوحة - جامعة المعرفة العالمية - جامعة المدينة العالمية..).

وكل تلك الجامعات تتيح الفرصة بشكل أكاديمي منظم للتعليم والدعوة، والإفادة للدارسين عبر البرامج المختلفة التي تتخطى الحدود وتعتمد على الوسائل الإلكترونية في التعلم والتقنيات المستخدمة في التعلم عن بعد، مثل: التواصل مع الأساتذة، وتحميل المناهج إلكترونياً وإجراءات التقديم والقبول والامتحانات والنتائج.. كل ذلك عبر الوسائل الإلكترونية والإنترنت؛ وبذا: تمكن الطلاب من أماكن متفرقة أو بعيدة من الدراسة.

- توفير الأيدي العاملة إدارياً، باعتماد الأنظمة الإلكترونية في الأعمال الدعوية والخيرية والإغاثية، مثل: تسليم طلبات الإغاثة وتسليمها، والقيام بجانب كبير من أنشطة العلاقات العامة، وإرسال الرسائل إلكترونياً؛ وتوجيه الكفاءات لأعمال أخرى تحتاج لجهد بشري، عن طريق نشر الأخبار



الإسلامية من خلال المواقع المختلفة، أو التقاطها أيضاً والتعرف على المزيد منها.

• الاستفادة الدعاء من تنوع ما يعرض عبر الإنترنت في تنوع مصادرهم وتنوع خبراتهم، والاطلاع على الجديد من العلوم والآداب والأخبار بأرخص السبل.

• إنشاء مواقع دعوية بلغات مختلفة للدعوة والتواصل والبحوث، والتعريف بالإسلام في أماكن يصعب الوصول إليها.

• إنشاء صحف أو مجلات عبر الإنترنت؛ فننقل بذلك رسالتنا عالمياً.

• إنشاء مواقع إلكترونية لصحف ومجلات ورقية معروفة ومهمة؛ لمزيد من نشر رسالتها.

• ضمان تواصل تلك الوسائل الإعلامية الإسلامية مع جمهورها، والاستفادة من تعليقاتهم وتلبية طلباتهم.

• اكتشاف مزيد من المواهب، والاستماع لمزيد من آراء الجمهور.

• يمكن للدعاة تبادل الخبرات والنصائح، وإطلاع المسلمين على أحوالهم، لا سيما في الدول التي يعيش فيها أقليات إسلامية.

• عقد اجتماعات علمية ودعوية وإغاثية عبر الإنترنت - وإن كانوا في دول مختلفة -.

• تبادل المعلومات والرسائل، والاستفسار عن أنشطة الجمعيات المختلفة.

• الاستغناء عن بعض أرشيف الجمعيات الخيرية، والاستعاضة عنها ببديل إلكتروني.



- بث مواد دعوية مرئية ومسموعة مسجلة عبر الإنترنت، إما في مواقع متخصصة للدعوة، أو عامة، مثل: اليوتيوب.
- تنفيذ إذاعة وتلفزيون عبر الإنترنت، من خلال البث المباشر للإذاعة بواسطة موقع خاص لها.
- بيع مواد دعوية ونافعة وشرائها، مثل: كتب، وأشرطة، وملابس إسلامية.. وغيرها، ويمكن أن يستفيد بذلك المسلمون، لا سيما في دول الاغتراب.
- عمل إعلانات جاذبة وداعية للفضيلة، ونشرها- ولو بأجر- في المنتديات والمواقع المشهورة، كجوجل، وفيس بوك، وتويتر، ويوتيوب، أو مواقع الصحف والمجلات المشهورة.
- الدعاية للبرامج الإسلامية أو الأنشطة والمحاضرات والدروس عبر المواقع المختلفة.
- تشجيع التجارة الإلكترونية بعضهم وبعض، وبين المسلمين وغيرهم، مع بيان الضوابط المتعلقة بالعملية.
- ويستفيد الدعاة من صفحات الحوار والمنتديات في المناقشة والرد على الاستفسارات والإجابة عن الأسئلة على المستويات كافة، من ثم: يُرد على الشبهات ويُزال اللبس في أي قضية، كما يُساهم في الوصول لطوائف من الشباب يصعب الوصول إليهم بالطرائق التقليدية للإعلام، وذلك لعزوفهم عن المشاهدة أو المتابعة لها، فلا بد من الوصول إليهم عبر الطرائق الإلكترونية ومواقع التواصل الاجتماعي.



• ينتبه الدعاة إلى المشكلات القائمة بسبب الإعلام الإلكتروني ويحاولون علاجها، مثل: إدمان شبكة الإنترنت - متابعة الفضائح وتداولها - تضييع الأوقات في الدردشة غير المفيدة - تضييع الأوقات في موضوعات تافهة - تعلق أحد الجنسين بالآخر وإقامة علاقات تفضي غالباً لانحرافات - الاطلاع على المواقع الإباحية - النَّصب والاحتيال عبر الرسائل - لعب الميسر والقمار - التنبيه على الضوابط الشرعية للبيع عبر الشبكة - شهوة الشراء عبر المواقع لما لا يحتاجه المشتري - بيان المشروع من الممنوع في عمليات التداول المالي وشراء الأسهم عبر الإنترنت.

الإعلام الإلكتروني والمحتوى:

الإعلام الإلكتروني يعتمد على الأدوات الإلكترونية، من قبيل: مواقع الإنترنت، والشبكات، والهواتف، ووسائل الاتصال الحديثة.

ولكن المحتوى يأتي في المقام الأول قبل الشكل، ومن هنا: نفهم كيف أن مواقع، مثل: تويتر، ويوتيوب نجحت بطريقة مذهلة، حيث اعتمدت على المحتوى الإعلامي والإخباري المنتج من قبل ملايين الناس حول العالم وباللغات المحلية والأجنبية. لقد أصبح المواطن العادي الذي يستخدم الإنترنت لنشر خبر عن تطورات أمنية، أو تجمُّع، أو مظاهرة، أو بث مقاطع الفيديو المنتجة بطريقة رخيصة جداً.. الشريك الأساسي لنجاحات تلك المؤسسات الإعلامية الإلكترونية العملاقة. ويتميز الإعلام الشعبي الإلكتروني بأنه يخاطب الناس بالوقائع من دون الإضافات والتحليلات والاستنتاجات غالباً؛ ولذلك: انتشر وتغلغل عبر ملايين البشر.



إذن: المحتوى الإعلامي والصورة والفيديو كانوا عامل النجاح في الإعلام التقليدي، وما زالوا عامل النجاح في الإعلام الإلكتروني، مع فارق مهم، هو: أن الإعلام الإلكتروني يُؤمّن وسائل إنتاج المحتوى وأدواته بصفة شبه مجانية ومتوافرة وسهلة الاستخدام، وهو ما أدى إلى انفجار معلوماتي، حيث نرى أن مقاطع الفيديو المنشورة على يوتيوب تحتاج إلى زمن يقارب ١٧٠٠ سنة من أجل مشاهدتها.

ومع كثرة الجوانب المضيئة للإنترنت ظهرت جوانب مظلمة لها، مثل: الإباحية، والمحتوى الجنسي، والقمار.. التي تدخل إلى البيوت من غير حسيب ولا رقيب. وتكمن الخطورة في تلك الجوانب المظلمة أنها تستطيع التخفي والانسياب من دون رقابة جمارك ولا كاميرات تصوير ولا حرس حدود؛ حيث إنها تنشط في عالم افتراضي مائع الحدود، بعكس الموبقات الأخرى، مثل: المخدرات، والسرقة...

وقد بلغ عدد المواقع والصفحات الإباحية ما يقارب ٥٢٠ مليون موقع وصفحة، وهو ما يمثل تقريباً ١٢٪ من مجمل المواقع والصفحات على الإنترنت. والخطر القادم هو: الجنس الرقمي المجاني؛ حيث بدأت بعض الشركات الكبرى المنتجة للإباحية تقديم محتوى جنسي مجاني بدون اشتراكات مالية من أجل زيادة عدد الزوار، ومن ثم: كسب المال من خلال الإعلانات على مواقعهم الجنسية^(١).

(١) مستفاد من بحث للسيد عباس بدران، مدير مركز دراسات الحكومة الإلكترونية ببلبنان



وتشهد صناعة الإعلام العالمية والمحلية تحولات كبرى على جميع المستويات، فقد أحدث الإنترنت والشبكات الاجتماعية وسهولة الإنتاج والنشر ثورة في تلك الصناعة، ومكّنت مجموعات كبيرة من الناس لم تكن تحلم بامتلاك منصّة إعلامية من الحضور في المكان نفسه الذي توجد فيه إمبراطوريات الإعلام التقليدية، وإحداث اختراق في جدار احتكار الإعلام والتأثير في الرأي العام.

وعلى الرغم من القدرات المالية الهائلة التي تتمتع بها وسائل الإعلام التقليدية، فقد بدأ الإعلام الإلكتروني الجديد يفرض نفسه على الساحة ويبرهن على مقدرة عالية في التأثير في الجماعات والأفراد والمؤسسات ووصولاً إلى الحكومات.

والإعلام الإلكتروني ليس فقط تكنولوجيا، بل: طريقة تفكير جديدة، وهيكلية مؤسساتية حديثة، ومجموعة مهارات لا بد من التمكن منها، وطريقة جديدة في صياغة الخبر أو المحتوى الإعلامي لكي يحاكي طبيعة الإنترنت التفاعلية.

ونحن في العالم العربي والإسلامي نقف اليوم أمام فرصة هائلة لم تكن متاحة لنا من قبل!. نحن نقف اليوم أمام إمكانية مخاطبة مئات الملايين من الناس دون حواجز ولا مصادرة صحف ولا مشكلة في التوزيع أو النشر.

لقد حاول روبرت مردوخ في عام ٢٠٠٥ التصدي لظاهرة المواقع الاجتماعية ومفهوم الأخبار الاجتماعية عبر شرائه لموقع ماي سبيس (MySpace) من أجل احتوائه، ولكن ظنه خاب عندما نجح الفيسبوك ومن بعده تويتر وغيرهما. إن ماي سبيس والإعلام الإلكتروني ليس فقط تكنولوجيا، بل طريقة تفكير جديدة وهيكلية.



الفصل الرابع: الإعلام الإلكتروني والإعلام الجديد

ولقد كشفت دراسة ألمانية حديثة أن الإنترنت أصبح أهم وسيلة إعلامية متعددة المهام بالنسبة للشباب، بينما تراجع تأثير وسائل الإعلام التقليدية في حياة معظم الشباب بألمانيا. وأظهرت الدراسة أن ٩٣٪ من الشباب في ألمانيا يستخدمون الإنترنت يوميًا، كما أشارت الدراسة إلى تزايد أهمية شبكات التواصل الاجتماعي على الإنترنت بالنسبة للشباب. وفي المقابل: يطالع ٢١٪ فقط من (جيل الشبكة العنكبوتية) الصحف، و٦٪ المجلات.

ورغم أن التلفزيون والإذاعة ما زالا يُستخدمًا كثيرًا، فإن أهميتهما تتراجع أمام الإنترنت بالنسبة للشباب، حيث أظهر الاستطلاع أن ٥٧٪ من الشباب يشاهدون التلفزيون يوميًا، بينما يسمع الإذاعة ٤٢٪ فقط^(١).

فخلاصة الأمر: أن دخول الدعاة عبر الإنترنت صار واجب الوقت دعويًا، وخاصة فيما يتعلق بالشباب، ويجب إيجاد خطط للقيام بهذا العمل المطلوب وبذل الجهد بكل احترافية وقوة.

بعض مهارات تصفح الإنترنت:

- لا تخفى أهمية الاستفادة من محركات البحث المختلفة للوصول للمعلومات، ولا استثمار هذه الخاصية بصورة مثلى ينبغي مراعاة حصر ما تريده من معلومة: بأن تضع الجملة المراد البحث عنها بين علامتي تنصيص هكذا " "، فهذا يفيد في تجنب ظهور معلومات كثيرة مبنية على مفردات الجملة، مثل: قولنا "جامعة المعرفة": لو تركناها دون

(١) موقع صحيفة جولف فوكس www.gulfox.com/news.php?action=show&id=1000

علامات سوف يستحضر البحث كل صفحة بها كلمة (جامعة) وكلمة (معرفة) حتى ولو كانتا منفردتين، لكن عند وضع التنصيص سوف يقتصر البحث على تحديد تناول الكلمتين في الجملة مركبة، وهكذا حتى في البحث عن أسماء أشخاص.

• بالإضافة لمحركات البحث العامة والعالمية المعروفة، هناك محركات بحث متخصصة في موضوعات بعينها، فهناك محركات بحث للملفات، ومحركات بحث عن الصور (باسم الصورة، أو بالصورة نفسها، أو بجزء منها)، ومحركات بحث عن الكمبيوتر والحماية، ومحركات بحث عن الهارد وير، ومحركات بحث عن السوفت وير.. إلخ، وتلك المحركات تكون أكثر تركيزًا وتخصصًا وإفادة.

• كما يمكن التراسل مع محركات البحث، للتعريف بمواقع معينة.

• ويلاحظ أن عناوين نتائج البحث تُرفع في محركات البحث كلما كثر الطلب حولها، وهي إحدى الطرائق لإفادة الموقع أنه يُطلب في محركات البحث حتى يُرفع للنتائج الأولى، فلو اتفقنا على البحث عن موقع اسمه مثلاً (تعرف على الإسلام) وتكرر ذلك منّا، فإن محرك البحث سيرفعه لأعلى القائمة في صفحة النتائج.

• ينبغي التنبه لعدم الكشف عن المعلومات الشخصية أو المالية، إلا في أضيق الحدود ولجهات مؤتمنة، والأفضل أن يكون الشراء باستخدام كروت مسبقة الدفع بدلاً من استخدام كروت الحسابات البنكية الشخصية؛ وذلك تجنباً للسطو على تلك الحسابات.



وهذه مجموعة مهارات في استخدام لوحة المفاتيح،
للتعامل السريع مع صفحات الإنترنت:

- (Ctrl+L) لفتح صفحة ويب جديدة.
- (Ctrl+N) لفتح نافذة ثانية لصفحة الويب ذاتها.
- (Ctrl+W) لغلاق صفحة الويب المفتوحة حالياً. استخدمها إذا رأيت شاشة الكمبيوتر امتلأت بالنافذ.
- (Ctrl+O) للانتقال إلى موقع جديد.
- (Ctrl+D) لحفظ صفحة ويب سريعاً لقائمة المفضلة (Favorites).
- (Ctrl+TAB) للانتقال إلى الأمام بين الإطارات.
- (SHIFT+CTRL+TAB) للرجوع إلى الخلف بين الإطارات.
- (CTRL+F) للبحث عن كلمة أو عبارة على صفحة ويب.
- (CTRL+ENTER) لإضافة العنوان الصحيح للصفحة. مثال: لو كتبت: (Google)، ثم ضغطت (CTRL+ENTER): سوف يكتب العنوان كالتالي /.../ http
- (السهام اليسار + CTRL): يُمكنك من تحريك المؤشر بسرعة في شريط العناوين إلى الخلف بين أجزاء العنوان.
- (السهام اليمين + CTRL): يمكنك من تحريك المؤشر في شريط العناوين بسرعة إلى الأمام بين أجزاء العنوان.
- (F4) لعرض قائمة عناوين الإنترنت المكتوبة في (شريط العناوين).



- (F5) لتحديث الشاشة.
- (F11) لتكبير شاشة التصفح.
- (ALT+D) لنقل المؤشر إلى (شريط العناوين).
- (Alt+T) للوصول إلى خيارات الإنترنت (Internet Options) بطريقة أسرع.
- للانتقال إلى الخلف أو الأمام داخل (شريط البحث): انقر بواسطة الزر الأيمن للماوس داخل (شريط البحث)، ثم انقر فوق الخلف أو الأمام في القائمة التي تظهر.
- (CTRL+S) لحفظ صفحة ويب لقراءتها دون اتصال بعد ذلك، أو انقر فوق القائمة (ملف)، ثم انقر فوق: (حفظ باسم) بدلاً من النقر فوق الزر (الخلف).
- (BACK) للعودة صفحة إلى الخلف.
- لحفظ صفحة أو صورة دون فتحها: انقر بواسطة الزر الأيمن للماوس فوق ارتباط العنصر الذي تريده، ثم انقر فوق (حفظ الهدف باسم - Save as).
- لتحميل صفحات ويب بشكل أسرع: انقر فوق القائمة (أدوات)، ثم فوق (خيارات إنترنت - Internet Options)، ثم فوق علامة التبويب (خيارات متقدمة - Advanced)، ثم قم بإيقاف تشغيل الأصوات والصور.
- لمشاهدة قائمة بكافة عناوين إنترنت التي كتبتها في أثناء جلسة العمل: انقر فوق السهم الصغير المتجه لأسفل الموجود في أقصى يسار شريط العناوين.





- لتكبير النص أو تصغيره على صفحات ويب: انقر فوق القائمة (صفحة - Page)، ثم انقر فوق (حجم النص - Size).
- للرجوع إلى صفحات سابقة سريعاً: يمكنك النقر فوق السهم الصغير المتجه للأسفل الموجود على يسار الزر (الخلف - Back).
- لفتح المواقع التي زرتها مؤخراً: يفتح لك المتصفح الصفحات التي اخترتها في الذاكرة (كاش - Cache)، وتستطيع الحصول على الصفحات المحدثة من خلال ضغط زر التحديث (ريفريش).
- (Shift+Tab) إذا أردت الانتقال إلى الصفحة السابقة.
- طلب الموقع الذي تريده مباشرة من دون فتح إكسبلورر: اختر من قائمة البدء (افتح - Start)، ثم: (تشغيل - Run) ثم اكتب العنوان الذي تريده.
- لعمل خطوتان للخلف أو للأمام: المتصفح إكسبلورر يقدم أفضل السبل لكي تبهر بطريقة جيدة على الإنترنت، فنختصر في الوقت والجهد، ومن المعلوم أنك تضغط الزر (Forward) للتقدم إلى الأمام أو تضغط الزر (Back) للرجوع للخلف، ولكن هناك طريقة أسرع من هذه الطريقة، وهي:
(Back) للرجوع إلى الصفحة السابقة.
- (Shift+Back) الذهاب إلى صفحة قمت بزيارتها فارجع خطوتين إلى الوراء.



إنشاء موقع إلكتروني:

من المفيد للدعوة أن تهتم الجهات والمؤسسات الدعوية بإنشاء المواقع الإلكترونية، وذلك لعدة أسباب، منها:

- توثيق الأعمال التي تقوم بها الجهة الدعوية والاحتفاظ بسجلات لأعمالها.
- القيام بالتعريف بالمؤسسة وبيان أنشطتها ونشر بياناتها.
- التواصل مع الأعضاء والمهتمين والمتخصصين عبر العالم.
- الدعاية لمشروعات المؤسسة.
- التعريف بشخصيات القائمين على المؤسسة من خلال عرض الأعمال والأنشطة والبيانات.
- اتخاذ الموقع وسيلة دعوية تُضمّ لمزيد من الوسائل التي تمارس بها المؤسسة عملها وتُنشر من خلاله أعمالها الدعوية.
- وبالنسبة للدعاة أنفسهم فإن عمل مواقع أو مدونات أو صفحات تفاعلية خاصة بهم... يساهم في: توثيق أعمالهم - ييسر في التعريف بهم - يضم له مزيداً من المتعارفين والمتفاعلين عبر العالم - يوصل أعمالهم الدعوية ويبين جهودهم للآخرين - يحمل فكرهم ومنهجهم ودعوتهم ويواكبون به الأحداث محلياً وعالمياً.

الموقع الإلكتروني باعتباره عملاً إعلامياً دعويّاً:

على الرغم من كثرة المواقع الإلكترونية الدعوية المعبرة عن الإسلام، فإن الحاجة إلى مزيد منها ما يزال قائماً؛ فالأعمال الإعلامية - ومنها المواقع الإلكترونية - لا تنضب أفكارها، ولا تنتهي الحاجة إليها؛ لأن كل عمل إعلامي يقوم



الفصل الرابع: الإعلام الإلكتروني والإعلام الجديد

على فكر وإبداع، وهذا مَعِين لا ينضب ونهم لا يشبع؛ فكل فكرة يمكن أن تضيف جديداً وتُنظر بزواية جديدة.

ولو استسلمنا لمفهوم الاكتفاء الذاتي من وسائل الإعلام لما قامت وسيلة جديدة من صحافة أو إذاعة أو تليفزيون مباشرة بعد نشأتها، وهذا لا يحدث، بل لا نزال نشاهد الجديد وال جذاب في كل تلك الوسائل، وعموماً فإن رخص إنشاء المواقع وإمكانية أن يقوم بها شخص أو عدة أشخاص ممن تستهويهم الفكرة يُعد أحد المشجعات على تنوع الأعمال الإعلامية الدعوية الإلكترونية.

وعموماً لا تزال الأعمال الإعلامية الإلكترونية التي تهتم بشأن الدعوة

بحاجة إلى:

- مواقع إخبارية خارجة عن سيطرة وكالات الأنباء العالمية والمحلية.
- صحف ومجلات إسلامية، وعامة بتصور إسلامي.. عبر الإنترنت.
- مواقع جيدة للصحف والمجلات الورقية الناجحة.
- إنشاء إذاعات وتليفزيونات على النت.
- محاولة إيجاد بدائل للمواقع التفاعلية والاجتماعية والمرئية غير الإسلامية.
- عمل مواقع للإذاعات والفضائيات الإسلامية.
- عمل مواقع تعليمية تدير على نظام علمي ومنهجي معتمد، ويمكن أن تكون الدراسة فيها بنظام الدورات، فمن اكتفى بوحدة فلا بأس، ومن ازداد حتى درس عدداً معيناً من الدورات استحق على ذلك شهادة من جهة



علمية، وأنقل هنا تجربة تقوم بها الجامعة الدولية بأمريكا اللاتينية: حيث يمنح شهادة دبلومة لمن درس ١٢ دورة لعلم مما تدرسه الجامعة، ومن حاز ٤ دبلومات بهذه الطريقة مُنِح شهادة بكالوريوس، حتى ولو كان تخصصه الأصلي لا ينتمي لهذا النوع من الدراسة، فيمكن أن ننوع الفكرة ونعممها وتداولها بكل اللغات.

- مواقع للفوائد من الفضائيات الإسلامية وتجزئتها واختصارها وإعادة بثها مجتمعة في موقع واحد منوع.
- مواقع عامة لموضوعات علمية وتخصصية، لكن بتناول وصبغة إسلامية.
- مواقع ومنتديات خاصة بشؤون الدعوة علمًا وهماً.
- مواقع ومنتديات بلغات شرقية أو لغات غير منتشرة.
- مواقع لأسواق العمل ولاهتمامات الشباب ونصائح بهذا الصدد.
- مواقع لتسويق المنتجات التجارية، مع تقديم نصائح وتوجيهات لمرتابها.
- مواقع متخصصة لأصحاب المهن الإسلاميين (الصحفيين الإسلاميين - المعلمين الإسلاميين - الأدباء الإسلاميين.. إلخ).
- منتديات تفنّد الشبهات المعاصرة، لا سيما شبهات العلمانيين.
- منتديات لشؤون الأسرة، ولا سيما المهمة بتعامل الأسرة مع الشباب.
- منتديات تشرح العقيدة الصحيحة لأهل السنة بصورة محبّبة وميسرة، وبعيدة عن الحديث عن علم الكلام والفلسفات، وبلغات مختلفة.



خطوات إنشاء موقع إلكتروني^(١):

أولاً: تحديد الفكرة المناسبة التي يقوم عليها الموقع:

ويتحكم في هذا العنصر ما يأتي:

- أن تكون الفكرة جديدة ومختلفة عما يُقدّم ولو في طريقة التناول.
- أن تكون مفيدة بشكل كبير، فما فائدة أن نقيم موقعاً للمزاح والضحك ما لم يُوظّف دعويّاً؟.
- معالجة الفكرة بطريقة غير تقليدية، بها إبداع وجاذبية.
- تعالج أموراً واقعية مما يعيشه الناس ويلمسونه، بدلاً من التحليق بالخيال، وتعايش الواقع وتضرب به الأمثلة، وفي الوقت نفسه: تدعو للمثالية؛ لا بد من ملامسة الواقع، فهذا واجب كبير.

ثانياً: تحديد الإمكانيات المطلوبة للتنفيذ:

ويتحكم في هذا العنصر ما يأتي:

- تحدد الإمكانيات المطلوبة لتحقيق الهدف وفقاً لهدف الموقع؛ ولذا: لا بد أن نعرف ما هي الإمكانيات المطلوبة مالياً لتنفيذ الموقع نفسه لتنفيذ الهدف (التصميم، والمحتوى الأساس).

مثال: موقع تعليمي يتطلب تفاعلاً ونقاشاً وبنثاً للمحاضرات، إضافة إلى تسجيل الدخول والالتحاق وحل الامتحانات والتأجيل، كل هذا يتطلب مساحة كبيرة جداً

(١) يُرجى مراجعة كيفية إنشاء صحيفة أو مجلة في فصل الإعلام المكتوب من هذا البحث، وخاصة ما يتعلق بالعنصر الإشرافي والتخطيطي والعنصر التنفيذي والقانوني.



للسيرفر الخادم للموقع؛ حتى لا يتعطل في أثناء العمل، وأيضًا في التصميم يتطلب الأمر خبرة عالية في التصميم؛ لكثرة الأعمال المطلوبة والبث المرئي أو المسموع الذي يتطلب مساحات كبيرة وحلولًا للبت.

• ما هي الإمكانيات المطلوبة للإدارة (إدارة فكرية- إدارة تقنية- خدمات مصاحبة: موظفون إداريون وماليون، وخدمات، وتسويق.. وخلافه).

وفي هذا الصدد يمكن ملاحظة أنه: يشبه الموقع الإلكتروني المجلة إن لم يكن بحاجة لمراسلين، ويشبه الموقع الصحيفة إن كان بحاجة لمراسلين.. مع توفير تكلفة ما يتعلق بالطباعة والتوزيع، واستبدالها بما يتعلق بإدخال البيانات والتعامل مع الملفات الإلكترونية، وكل تلك الوظائف قد تُسند لعدد قليل من الأشخاص، بحيث يقوم الشخص الواحد بعدة وظائف (كاتب ومراسل معًا- مدخل بيانات وإداري- مدير عام وتسويق.. وهكذا بحسب قوة الموقع وإمكاناته).

ثالثًا: ما يتعلق بالتنفيذ:

وعلى أساس توافر القدرة على التنفيذ يُوازن بين الأماكن والدول المختلفة؛ فليست هناك حاجة أن تكون الجهة المالكة للموقع في مكان التنفيذ نفسه، فالموقع عابرٌ للحدود.

ويتحكم في هذه النقطة ما يأتي:

• هل لدينا الإمكانيات المطلوبة لاستمرار العمل؟ فمن المعروف إعلاميًا أن الميزانية التشغيلية الشهرية أكبر من ميزانيات الإنشاء، ويلاحظ أن الموقع (الكبير) لا يقدر على الاستمرار اعتمادًا على المتطوعين؛ لانشغالهم عن التفرغ له، فلا بد من وجود فريق من الموظفين المتفرغين، ولا مانع من دمج المتطوعين بعدهم بالعمل.



- هل بالمكان شركات تقنية عالية لإنشائه ومتابعته وفقاً للمخطط وللصيانة إن لزم الأمر؟.
- هل بالمكان شخصيات موهوبة ولها خبرات للقيام بالأعمال الإبداعية والإنتاجية؟.
- هل المكان يتوافر به موظفون إداريون وأيدي عاملة بأسعار مناسبة؟.

رابعاً: ما يتعلق بتوافر التقنيات:

يجب أن ينشأ الموقع وينفذ في المكان الذي تتوافر فيه الإمكانيات التقنية المناسبة، فمثلاً: في المواقع التي تعتمد على التسجيلات المرئية والمسموعة يجب توافر إمكانيات مثل: الأستوديوهات والكاميرات والإضاءة.. فضلاً عن وجود فنيين موهوبين محترفين، ويلاحظ أنه في بعض الدول النامية لا تتوافر تقنيات متقدمة للقيام ببعض الأعمال المتخصصة، فلا بد أن يوضع ذلك في الحسبان.

خامساً: ما يتعلق بالاتفاقات:

قد يحتاج الموقع لعمل اتفاقات مع جهات مختلفة: سواءً لتمويله، أو لرعاية بعض برامجها، أو لجعله الأولي بالأخبار، وقد تكون الاتفاقات للإمداد بالمعلومات والأخبار كالاتفاقات مع وكالات الأنباء، وقد تكون متعلقة بالترجمة مع جهات معتمدة إن كان الموقع يحتاج لترجمة، وكل ذلك يتطلب تجهيزه ووضعها في الميزانية.



سادساً: حسن اختيار عنوان الموقع:

بحيث يتناسب مع فكرته، وهذا يتطلب ثلاثة أمور:

الأول: أن يكون العنوان سهل التذكر، وهذا يستلزم ألا يكون طويلاً.

والثاني: أن يدل العنوان على محتوى الموقع.

والثالث: أن يكون العنوان جذاباً يلفت انتباه المتصفحين.

سابعاً: توفير مستلزمات التصميم:

وهي المواد المعلوماتية والمواد البرمجية التي سنحتاج إليها، لكي يُنشأ الموقع،

وتنقسم إلى عدة أقسام:

- الصور والخلفيات التي ستعتمد بالموقع.
- برامج تصميم الويب: وهي تنقسم إلى: برامج التصميم الفني (الجرافيكس)، وبرامج التصميم البرمجي، وهذا يتطلب خبرة في التعامل مع هذه البرامج أو الاستعانة بمن يتقنها.
- يلاحظ أن استعمال أساليب الجذب والتشويق للزائر مهم جداً في التصميم والتفاعل، ومن ذلك: استخدام تقنيات الوسائط المتعددة (Multimedia)، وتعني دمج النص والصوت والصورة والعروض المرئية والرسوم المتحركة في بيئة واحدة، ولا يُقصد - بالطبع - شحن الموقع بالمؤثرات الصوتية والرسوميات الجافة، فإن كثرة مثل هذه الأمور قد تزعج كثيراً من المستخدمين، ناهيك عن البطء الناتج عنها.
- يلاحظ أن الجماهير تنجذب للمواقع الذي يمكنهم من خلالها إبداء الرأي أو نشر الأعمال.



ثامناً: حجز المساحة على الويب:

وتقوم بذلك شركات التصميم غالباً، والأفضل أن يستقل الموقع بذاته قدر الإمكان، فحجز المواقع على الويب يجعلنا مستقلين ولا نحتاج لاستضافة الموقع على مُضيف (سيرفر) مجاني، فلا يكون تابعاً لموقع آخر ممن يقدمون خدمة استضافة المواقع مجاناً، وإن كان لا بد من الاستعانة بمثل هذه المواقع فليكن اختيارنا للموقع المضيف (Host) من بين المواقع التي لا تعرض ما يخالف الدين؛ لأنهم قد يعلنون عن مواقع أو مواد بطريقة مخالفة.

بعد الانتهاء من تصميم صفحة الموقع ترسل محتويات الموقع إلى مساحته على الإنترنت.

ويجب أن تنتبه إدارة الموقع لحمايته من الاختراق، وتأمين بياناته وملفاته، وكذلك تحديثه بين فترة وأخرى، بما يجذب الزوار، وهناك شركات تسمى (Web Hosting Service) تقدم مثل هذه الخدمة - أعني: إدارة الموقع من جميع النواحي التقنية - تتولى القيام بمثل هذه المهام، إضافة إلى أن هناك برمجيات تسمى (Web Server Software) تعين على رفع كفاءة الموقع، من حيث سرعة تحميل الصفحة الرئيسة (Home page)، وكذلك معرفة الروابط (Links) المنقطعة بين الصفحات.. وغير ذلك.



أسئلة وتدريبات:

- ١- ماذا نعني بالعرض الشجري للمعلومات؟ وما فائدته للقارئ؟.
- ٢- تحدث عن فائدة العالمية للإعلام الإلكتروني.
- ٣- اذكر فوائد التفاعل بين القراء والوسائل الإلكترونية.
- ٤- ما هو الإعلام الإلكتروني؟ وما الذي يميزه عن غيره؟.
- ٥- تكلم عن أربعة من أنواع الإعلام الجديد بخلاف الإنترنت.
- ٦- اذكر ثلاثة من خصائص الإعلام الإلكتروني.
- ٧- ضع مخططاً دعويّاً تستخدم خاصية التفاعل - كما درستها-.
- ٨- ما الفرق بين الإنترنت والإنترنت والإكسترنات؟.
- ٩- كيف يمكن استخدام الإنترنت والإنترنت والإكسترنات في التواصل بين المؤسسات الدعوية؟.
- ١٠- تكلم عن خمسة من الاستخدامات الاتصالية للإنترنت.
- ١١- ضع خطة لتوظيف خدمات الاتصال الإنترنت في التواصل الدعوي بين مؤسسة دعوية وعامة الناس.
- ١٢- اكتب مذكرة عن الفوائد الدعوية المتعلقة باستخدام البريد الإلكتروني باعتبارها طريقة للتواصل.
- ١٣- اذكر بعض السلبيات التي يجب على الدعاة الانتباه إليها وتنبه المدعويين عليها في مجال استخدام الإنترنت.
- ١٤- اذكر أنواع الإعلام الإلكتروني الذي يسهل استخدامه لأغراض الدعوة الإسلامية.



- ١٥- ضع خطة لموقع تعليمي يمكن إدارته إلكترونياً.
- ١٦- صمم موقعاً لصحيفة يومية تعتمد على الأخبار والرأي، وتفيد الدعوة الإسلامية.
- ١٧- ما علاقة المحتوى الإعلامي بتنفيذ وسيلة إعلامية إلكترونية؟.
- ١٨- وضح مدى تأثير الشباب بما يقدم لهم من محتوى إعلامي عبر الإنترنت.
- ١٩- اذكر الإيجابيات والسلبيات في متابعة المحتوى الإعلامي للإنترنت.
- ٢٠- ضع خطة دعوية لمواجهة الاستخدام السيئ للإنترنت في موضوعات: التجارة الإلكترونية- المنحرفة- النصب عبر الإنترنت- القمار.
- ٢١- خطط لإنشاء موقع شخصي، يفيد في تناول موضوعات تهم الشباب.
- ٢٢- خطط لإنشاء موقع لأحد العلماء، يحوي توثيقاً لجهوده ومقالاته ودروسه.
- ٢٣- خطط لموقع تواصل بديل عن موقع فيسبوك، وبه أفكار مختلفة.
- ٢٤- وضح الخطوات الواجب اتخاذها للتخطيط لموقع إلكتروني.
- ٢٥- اذكر الإمكانيات المالية والبشرية المطلوبة لإطلاق موقع إلكتروني عام بثلاث لغات حية.
- ٢٦- خطط لتصميم موقع إلكتروني لجمعية خيرية قريبة من محل إقامتك.

